



SI.CAMERA

BUDGET 2021

Linee di attività e bilancio preventivo

Approvato dall'Assemblea dei Soci del 28/12/2020



SI.CAMERA

Sede operativa: Via Nerva 1, 00187 Roma

Sede legale: Piazza Sallustio 21, 00187 Roma

REA di RM: n. 1388573 - P. IVA: 12620491006

Cap. Soc.: 4.009.935,00 euro

Sommario

Premessa	4
1 - SI.CAMERA	6
1.1 Storia e mission.....	6
1.2 Compagine societaria.....	7
2 - CONTESTO INTERNO ED ESTERNO.....	8
3 - PRECONSUNTIVO 2020.....	10
4 - BUDGET 2021: LINEE DI ATTIVITÀ.....	14
4.1 Comunicazione e digitale.....	15
4.1.1 > Digital transformation.....	16
4.1.2 > Eventi istituzionali.....	18
4.1.3 > Progetti di comunicazione e di marketing.....	20
4.1.4 > Gestione portali web e presenza sui social.....	23
4.2 Formazione e competenze professionali.....	25
4.2.1 > Formazione continua.....	27
4.2.2 > Formazione Segretari generali.....	29
4.2.3 > Linee formative tematiche.....	30
4.2.4 > Formazione per la crescita di competenze digitali.....	32
4.3 Assistenza tecnica.....	34
4.3.1 > Proprietà industriale e Aiuti di stato.....	35
4.3.2 > Programmazione territoriale e Sviluppo locale.....	38
4.3.3 > Imprenditorialità femminile.....	41
4.3.4 > Sostenibilità e performance.....	42
5 - CONTO ECONOMICO PREVISIONALE 2021	44

PREMESSA

La predisposizione da parte di Si.Camera del preventivo 2021 tiene conto di un quadro di contesto complesso e articolato. La pandemia da Coronavirus ha, da un lato, pesantemente influenzato il contesto economico e sociale del paese, con una diminuzione del PIL nel 2020 stimato nell'ordine del 10%, con una dinamica dei consumi piatta, con forti ripercussioni economico-finanziarie nei vari contesti imprenditoriali e con un impatto negativo sul mercato del lavoro; dall'altro lato ha rivoluzionato l'organizzazione delle attività, imponendo nuovi modelli produttivi e rinnovate modalità di relazione, professionali ed umane.

Si.Camera, dal canto suo, pur operando in un quadro generale di incertezza, è riuscita a [garantire i risultati attesi](#) e a rispondere alle esigenze dei propri soci, realizzando i progetti e le attività in un contesto di sostanziale compatibilità economica e finanziaria, anche in relazione alla propria natura di società in house di sistema. Il preconsuntivo 2020 evidenzia un valore della produzione di euro 7.641.170, in parziale flessione rispetto all'esercizio 2019 per effetto della riduzione dei costi diretti esterni delle commesse (a seguito della rimodulazione dei progetti per l'effetto Covid), e un risultato economico di euro 34.274, a testimonianza della complessiva compatibilità economica della società.

L'introduzione dello *smart working* ha rappresentato una significativa novità e sta richiedendo una [progressiva trasformazione del modello manageriale e culturale interno](#): il lavoratore è chiamato ad accrescere il proprio grado di autonomia e la capacità di lavorare per obiettivi, il management a improntare la relazione con il collaboratore sulla fiducia più che sul controllo. È un modello in cui i nuovi modi di comunicare e di interazione tra tutti gli attori coinvolti richiedono processi gestionali evoluti e competenze organizzative adeguate, in cui le tecnologie digitali rappresentano lo strumento indispensabile per la praticabilità e per la diffusione del modello stesso.

A fronte della crisi di mercato, della difficoltà delle aziende e dei mutamenti organizzativi in atto emergono tuttavia alcune rilevanti opportunità di contesto che possono avere un impatto forte per il sistema camerale e per le sue strutture di riferimento; nello specifico il [Recovery Fund](#) - Piano di rilancio dell'Europa denominato NextGenerationEU - costituisce una strategia fondamentale per la ripresa del paese, opportunità prontamente colta dall'Unioncamere attraverso la presentazione al MISE di un insieme articolato di interventi e di azioni.

I [temi proposti per il 2021 dal sistema camerale](#) (approvati dal Comitato Esecutivo Unioncamere dell'11 novembre 2020) riguardano: [la transizione al digitale](#), anche alla luce di forme di lavoro "smart", sia dal punto di vista tecnologico che di sviluppo di competenze; [il green](#) e l'economia circolare; [l'imprenditoria femminile](#), con iniziative dedicate presso le scuole superiori e le università, con percorsi di formalizzazione dei business plan e di assistenza in fase di start-up d'impresa; [i giovani e il lavoro](#), con riferimento al mismatching tra domanda e offerta di lavoro, ai percorsi di orientamento, formazione, lavoro e impresa, al sistema informativo Excelsior; [la semplificazione e l'e.government](#), con riferimento ai percorsi di semplificazione degli oneri burocratici, alla promozione del portale informativo nazionale camerale ATECO, allo sviluppo del "punto singolo di contatto" della Direttiva Servizi, allo sviluppo dei temi dell'Agenda Digitale Italiana; [la formazione e la crescita delle professionalità](#), con i percorsi a favore delle risorse umane del sistema camerale; [la comunicazione e il marketing](#) del sistema camerale, con l'elaborazione di un programma integrato da veicolare sui media e su tutti i canali di comunicazione, utile a far percepire il sistema stesso come vicino alle imprese e attento alle sue esigenze, rendendolo più riconoscibile; sono poi analizzati altri temi quali il turismo, l'internazionalizzazione e le infrastrutture, di interesse per altre strutture di sistema.

Si tratta di tematiche su cui Si.Camera può dare un contributo importante su richiesta del socio di riferimento Unioncamere e delle stesse CCIAA, attraverso un'intensa attività di assistenza e supporto operativo; tematiche prese in considerazione dal piano aziendale in oggetto e lette come strategie di azione e linee di sviluppo della società, descritte in dettaglio nel prosieguo del presente documento.

Accanto a tali azioni di sviluppo Si.Camera potrà inoltre proseguire, sempre nel 2021, nella [consueta attività di erogazione di servizi ai propri soci e di assistenza tecnica a favore della PA Centrale](#), che vede ormai da anni la società come partner di riferimento serio e affidabile dei vari Ministeri sui temi della valorizzazione della proprietà industriale e degli aiuti di stato, della regolazione del mercato, dell'alternanza scuola-lavoro, della promozione dell'imprenditorialità e della progettazione territoriale, dell'educazione alimentare e finanziaria e delle altri importanti tematiche di volta in volta oggetto di servizio.

Un ulteriore importante elemento di contesto è rappresentato dal percorso di costruzione delle CCIAA del futuro; la sentenza della Corte Costituzionale sui percorsi di riforma e l'art. 61 del D.L. 104 del 14.08.20, successivamente convertito, hanno posto le basi per rimettere in pista le Camere e riconoscerne pienamente il ruolo, [delineando il completamento del lungo percorso di accorpamento](#), ancora in atto. Ciò comporterà una situazione di certezza e di stabilità e per la nostra società una modifica del quadro dei soci e dei committenti, che andrà necessariamente considerato nell'analisi dei fabbisogni e nella conseguente progettazione dei prodotti e servizi da proporre.

Nello scenario di riferimento va infine sottolineata l'operazione di cessione del ramo d'azienda degli studi al nuovo Centro Studi delle CCIAA Guglielmo Tagliacarne s.r.l. e di [acquisizione](#) dallo stesso Centro Studi [del ramo d'azienda della formazione](#). Tale operazione è stata realizzata sulla base degli indirizzi strategici del socio di riferimento Unioncamere, che ha realizzato un percorso di progressiva specializzazione delle società di sistema, con l'obiettivo di focalizzarne la mission, concentrare e capitalizzare le competenze sulle specifiche tematiche e favorire la migliore erogazione dei servizi a favore delle CCIAA e della stessa Unioncamere, in piena coerenza con la ridefinizione delle funzioni sancita dalla riforma. L'evoluzione delle società di sistema sta infatti sempre più convergendo verso la creazione di veri e propri "hub" di competenze, sia su specifiche funzioni - in coerenza con quelle camerali - che su servizi e strumenti di qualità. Le società nazionali dovranno progressivamente divenire sempre più "aggregati" di competenze e professionalità su specifici ambiti di intervento, per offrire alle Camere (e per conto delle Camere alle imprese e ai terzi) competenze verticali, linee guida, servizi a valore e standard di riferimento, utili a soddisfare al meglio le esigenze dei committenti. La disponibilità di centri di competenza dovrà quindi consentire un progressivo salto di qualità nei contenuti e nei servizi forniti, a favore delle azioni di sviluppo e presidio delle tematiche di interesse di tutto sistema camerale.

1 - SI.CAMERA

1.1 STORIA E MISSION

Si.Camera, Agenzia delle CCIAA d'Italia, si occupa di [progetti integrati](#) ed eroga servizi coerenti con le funzioni che la legislazione assegna al sistema camerale: CCIAA e loro Aziende speciali, Unioni regionali e Unioncamere nazionale.

La realizzazione dei progetti, prodotti e servizi è assicurata da un aggregato di professionalità, know-how, sistemi e strumenti, in grado di garantire il presidio tecnico sulle tematiche strategiche e operative di interesse del sistema camerale e del mercato. La mission aziendale pone particolare attenzione alla realizzazione di progetti integrati, che possono beneficiare delle varie competenze professionali disponibili all'interno dell'azienda. La risposta univoca, integrata e multidisciplinare ai bisogni del cliente, con la messa a fattor comune del know-how e degli strumenti delle varie linee di attività, rappresenta un valore aggiunto a beneficio del buon esito dei progetti. Attraverso modalità di intervento organizzate all'insegna della multidisciplinarietà e della forte integrazione e interazione tra gli uffici interni, insieme alle competenze distintive oggi disponibili, Si.Camera è infatti in grado di rafforzare, ampliare e diversificare la capacità di offerta, attuare più efficacemente le strategie di sistema, meglio soddisfare la "domanda" di servizi da parte delle Camere e, in ultimo, del sistema delle imprese e delle economie locali.

Le aree di attività di Si.Camera, [Comunicazione e digitale](#), [Formazione ed Assistenza tecnica](#), sono caratterizzate da una naturale complementarità e consentono, ove necessario, anche la realizzazione di progetti trasversali, a maggior contenuto professionale.

VICENDE SOCIETARIE → Costituita nell'ottobre 2013, Si.Camera ha incorporato a luglio del 2014, con atto di fusione, CamCom srl e Mondimpresa srl, entrambe società del Sistema camerale afferenti ad Unioncamere. L'operazione ha comportato:

- l'ingresso nella compagine sociale dei soci delle due società incorporate;
- l'assorbimento del relativo personale, al quale si è aggiunto la quasi totalità del personale della società Retecamere, nel frattempo posta in liquidazione.

Nel corso del 2016, la società ha perseguito il passaggio da Srl a Srl (società consortile a responsabilità limitata), in analogia alla quasi totalità delle strutture di sistema, forma del tutto coerente sia con le previsioni del T.U. di cui al D.Lgs. 175/2016 e s.m.i. sia con il modello dell'*in-house providing*. La natura consortile ha, peraltro, consentito l'utilizzo del meccanismo della fatturazione in esenzione IVA ai soci che abbiano i requisiti previsti dalla normativa. Come conseguenza della trasformazione, è stato adeguato lo Statuto in funzione della nuova veste societaria e della normativa nel frattempo intervenuta, nonché apportando modifiche all'oggetto sociale per circoscrivere la mission ed evitare sovrapposizioni con le altre società di sistema.

Nell'Assemblea dei Soci dell'ottobre 2019, è stata approvata l'operazione di permuta, da parte di Si.Camera, del proprio ramo d'azienda relativo agli studi con il ramo d'azienda della formazione della società Centro Studi Guglielmo Tagliacarne srl. L'operazione è stata effettuata nell'ambito di una precisa strategia di sistema, che si è posta l'obiettivo di centralizzare il tema "studi" all'interno della nuova struttura in-house appositamente creata e dedicata al tema. In Si.Camera sono state, pertanto, concentrate le attività di promozione, progettazione e realizzazione dei programmi di formazione, con la possibilità di realizzare utili sinergie e collaborazioni operative. La permuta è stata definitivamente formalizzata con atto notarile del 25 giugno 2020 ed ha avuto decorrenza dal 1 luglio 2020.

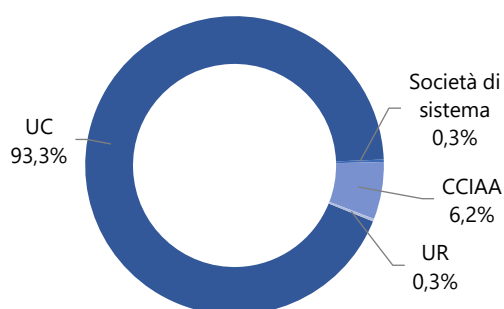
1.2 COMPAGINE SOCIETARIA

A novembre 2020 la compagine sociale di Si.Camera presenta 53 soci ed è formata da Unioncamere, 45 CCIAA, 4 Unioni regionali e 2 società di sistema.

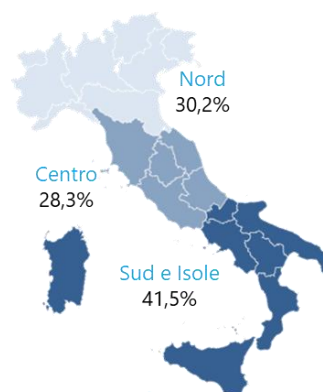
Unioncamere è il socio che detiene la grande maggioranza delle quote, con oltre il 93%; si può comunque evidenziare una presenza equilibrata e capillare delle CCIAA, oltre la metà delle quali, pur con quote relativamente contenute, sono socie di Si.Camera.

A livello di distribuzione territoriale, c'è una prevalenza del Sud e Isole, con più del 40% soci che appartengono a tale area, mentre Nord e Centro si attestano entrambi attorno al 30% sul totale.

Distribuzione delle quote di capitale



Distribuzione territoriale dei soci



Elenco dei soci (al 25 novembre 2020)

Unioncamere italiana				
CCIAA	<ul style="list-style-type: none"> Arezzo-Siena Avellino Bari Asset Basilicata Bergamo Biella-Vercelli Brindisi Cagliari Catanzaro Cosenza Cuneo Marche 	<ul style="list-style-type: none"> Ferrara Firenze Foggia Frosinone-Latina Genova Lucca Maremma e Tirreno Messina Molise Nuoro Padova Palermo-Enna 	<ul style="list-style-type: none"> Parma Perugia Pisa Pordenone-Udine Prato-Pistoia Reggio Calabria Reggio Emilia Rieti Riviere di Liguria Roma Salerno Sassari 	<ul style="list-style-type: none"> Sicilia orientale Taranto Trapani Trento Treviso-Belluno Venezia Giulia Venezia-Rovigo Vibo Valentia Viterbo
Unioni regionali	<ul style="list-style-type: none"> Calabria Lombardia Piemonte Puglia 			
Società di sistema	<ul style="list-style-type: none"> Dintec SCRL Isnart SCPA 			

2 - CONTESTO INTERNO ED ESTERNO

Se si guarda al **contesto esterno** nel quale la società si troverà a operare, non si può fare a meno di considerare la situazione di emergenza sanitaria determinata dalla pandemia Covid-19, la quale, pur con effetti differenziati tra settori e territori, non mancherà di far sentire i suoi effetti sul piano economico.

La caduta del PIL italiano è, a oggi, prevista nell'ordine del 9-10% per il 2020, con inevitabili ricadute su consumi, occupazione e dinamica della popolazione imprenditoriale; così come sono connotate da incertezza le prospettive sul versante della domanda estera.

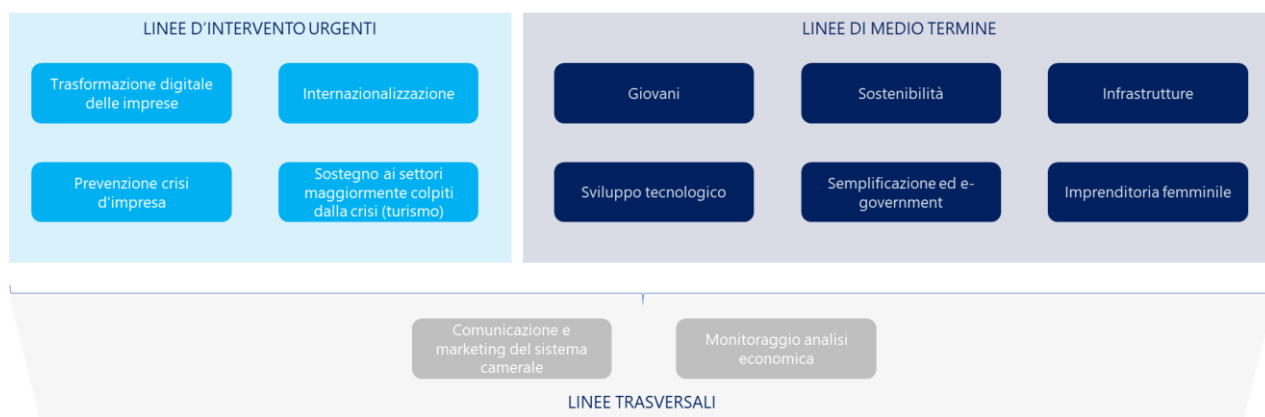
Lo scenario descritto richiede una risposta efficace e mirata, che possa favorire il recupero delle attività economiche, una volta che la pandemia sarà stata posta sotto controllo, garantendo la necessaria flessibilità d'intervento rispetto a una crisi che ha colpito in maniera differenziata aziende, settori e territori (con il terziario di mercato tra i settori maggiormente colpiti dalle fasi di *lockdown* totale o parziale).

Il sistema camerale, dal suo canto, non è rimasto inattivo. Nella prima fase dell'emergenza, quella di marzo-aprile, ha varato un significativo programma di sostegno, mettendo a disposizione circa 300 milioni di euro sotto forma di contributi alle imprese.

In queste fasi successive, emerge la necessità di interventi ancora più mirati, in grado di impattare positivamente proprio sull'operatività delle imprese e di innestarsi sulle policy previste a livello nazionale e di Unione europea (in particolare, su quanto previsto dal cd *Recovery Fund*, allorché sarà operativo).

Unioncamere ha, dunque, presentato al MiSE un insieme articolato di interventi a valere sul *Next Generation EU*, che riguarda investimenti per recuperare e rafforzare le economie colpite dalla crisi del Covid-19, al di là degli interventi di "ristoro" a breve termine. Si tratta di proposte che - riprendendo e valorizzando buona parte delle iniziative già avviate nel recente passato - intendono far sì che i servizi della rete camerale mettano sempre più al centro l'impresa e i vari aspetti della vita aziendale.

Le priorità della programmazione 2021 per il sistema camerale prevedono, accanto ad alcune linee che rivestono carattere di maggiore urgenza, altre linee miranti a intervenire sui fattori di competitività nel medio periodo.



Occorre ovviamente considerare come questi interventi dovranno essere perseguiti in un contesto nel quale è ragionevole attendersi una ricaduta della crisi anche sui bilanci delle CCIAA, in particolare per quel che riguarda una presumibile riduzione del gettito del diritto annuale e una conseguente contrazione delle risorse da poter dedicare a interventi promozionali.

Dal punto di vista del **contesto interno**, si deve focalizzare l'attenzione sul capitale umano di Si.Camera. La forza lavoro al 25 novembre 2020 è di **74 unità a tempo indeterminato**, così com'è venuta a configurarsi a seguito della già descritta operazione di permuta del ramo di azienda (rispetto a tale organico, occorre considerare che due risorse sono attualmente in aspettativa non retribuita e, quindi, il personale effettivamente in servizio assomma a 72 unità).

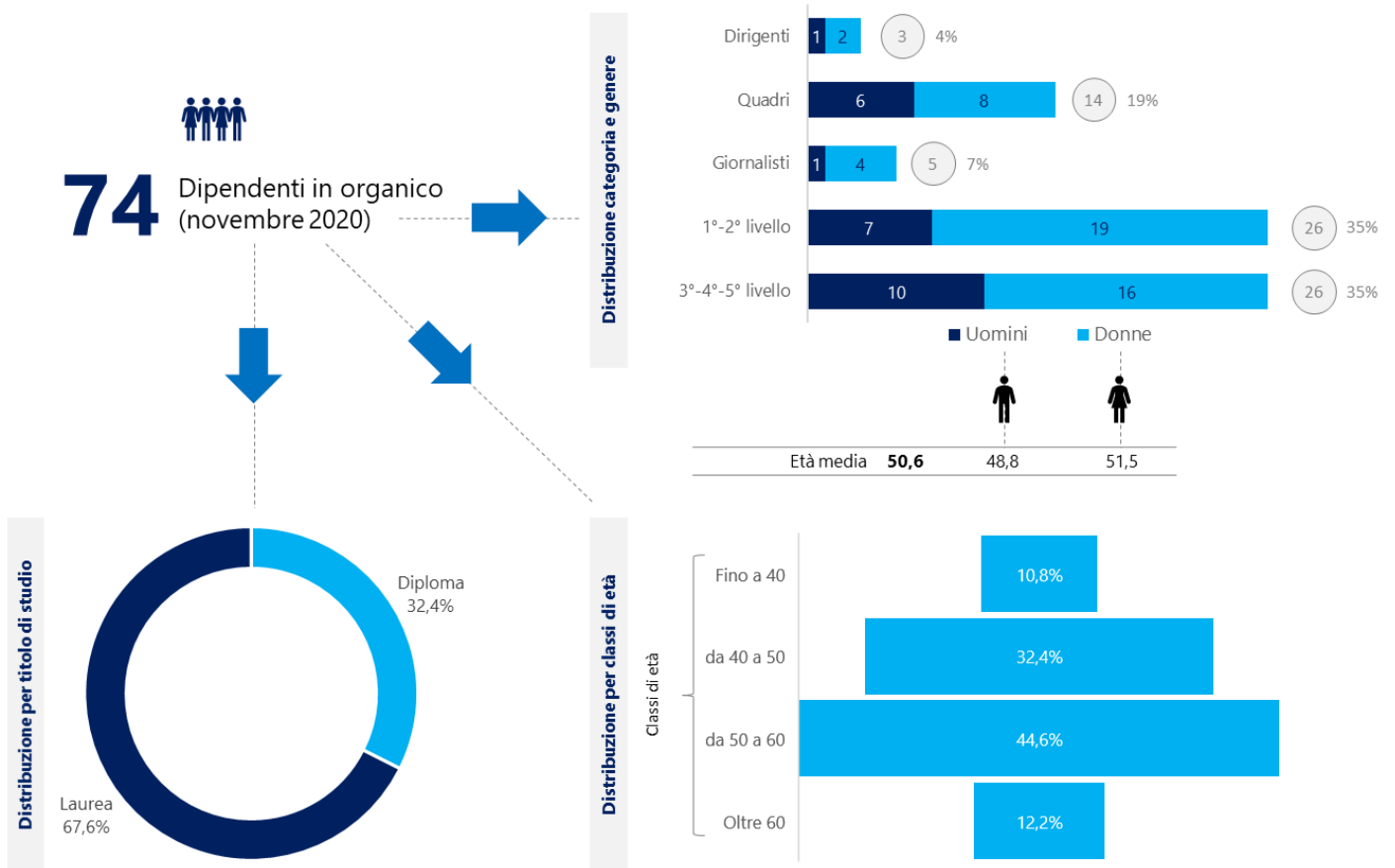
La composizione dell'organico per inquadramento professionale vede 3 dirigenti, 14 quadri e 52 impiegati, cui si aggiungono 5 risorse assunte con contratto da giornalista.

L'età media del personale è piuttosto elevata, risultando intorno ai 50 anni, con una differenza di circa due anni tra donne e uomini. Dalla distribuzione del personale per classi di età anagrafica risulta che oltre la metà del personale ha almeno 50 anni, con un addensamento nella classe più giovane (fino a 40 anni) corrispondente a meno dell'11% delle unità totali.

A oggi, il personale femminile ammonta a 49 unità, pari al 66% della compagine aziendale. Anche l'incidenza relativa di donne nei ruoli apicali è maggioritaria (quasi il 59%).

I due terzi del personale sono in possesso di una laurea, mentre la restante parte ha un diploma di scuola superiore di secondo grado (nessun dipendente ha come livello di istruzione solamente la licenza media).

Personale al 25 novembre 2020



3 - PRECONSUNTIVO 2020

La situazione evidenzia una condizione di complessiva compatibilità economica e in linea con la natura *in-house* della società, con attività prevalentemente rivolte ai soci consorziati e realizzate in esenzione IVA ed in assenza di marginalità.

Il preconsuntivo presenta una diminuzione del valore della produzione complessivo di circa 1,4 M€, *in relazione alla diminuzione dei costi esterni direttamente impiegati nei progetti, per effetto in buona parte della rimodulazione delle attività a seguito del Covid*. I progetti rivolti alle CCIAA e altri soggetti del Sistema camerale ammontano a circa 1,4M€ (nel 2019 1,15M€), pari al 18,91% del valore complessivo della produzione (nel 2019 12,71%).

Il costo del personale è complessivamente diminuito di circa 0,15M€ per effetto di un minor ricorso al distacco di lavoratori di altre strutture del Sistema camerale; il costo del lavoro impegnato nella produzione dei servizi (4,21M€) è, comunque, in linea con quello dell'esercizio precedente (4,25M€) mentre diminuisce del 21,57% il costo del personale impiegato nelle funzioni di staff (0,42M€) rispetto al 2019 (0,53M€), a fronte di un maggiore assorbimento nelle attività produttive.

I costi di funzionamento (1,44M€) risultano nell'insieme costanti rispetto al 2019 (1,48M€) registrando una leggera diminuzione del 2,77%; la diminuzione dell'IVA indetraibile di circa 0,1M€ - dovuta alla diminuzione del fatturato dei servizi esterni di produzione - è stata assorbita dall'incremento dei servizi tecnici e informatici necessari all'adeguamento degli strumenti e delle infrastrutture, al fine di renderle idonee a supportare l'attività lavorativa nell'emergenza epidemiologica ed a garantire la costante messa in sicurezza (sanificazione) dei locali aziendali.

Si sottolinea, inoltre, che nel corso del 2020 - più precisamente dal 1° luglio - ha avuto effetto la permuta del nostro ramo di azienda "Studi" con il ramo di azienda "formazione" del Centro Studi Guglielmo Tagliacarne; tale operazione ha fatto emergere una plusvalenza del ramo di azienda "Studi" per 92.000 euro, ma anche maggiori ammortamenti di beni strumentali per euro 81 mila.

Infine, anche per il 2020 non si ritiene necessario effettuare ulteriori accantonamenti per la copertura delle operazioni di esdebitamento di Universitas Mercatorum, ormai in fase di completamento, in quanto il fondo stanziato negli esercizi precedenti risulta congruo a fronteggiare tali costi.

Conto economico preconsuntivo 2020 e confronto con il consuntivo 2019

	2019		Preconsuntivo 2020	
A RICAVI	9.052.388 €	100,00%	7.641.170 €	100,00%
Progetti Unionamere / PA	5.283.335	58,36%	3.987.510	52,18%
Progetti Unioncamere	2.251.310	24,87%	1.800.426	23,56%
Progetti CCIAA / Altro	1.042.271	11,51%	1.308.497	17,12%
Distacchi presso Unioncamere	367.104	4,06%	407.934	5,34%
Distacchi presso altri soggetti	108.367	1,20%	136.804	1,79%
B COSTI DIRETTI	6.929.803 €	76,55%	5.675.934 €	74,28%
Costi diretti interni	4.255.992	47,02%	4.213.155	55,14%
Costi diretti esterni	2.673.811	29,54%	1.462.779	19,14%
MARGINE DI CONTRIBUZIONE (A-B)	2.122.585	23,45%	1.965.236	25,72%
C COSTI GENERALI	2.013.524 €	22,24%	1.857.408 €	24,31%
Costi personale per funzioni di staff	533.507	5,89%	418.432	5,48%
Costi di funzionamento	1.480.016	16,35%	1.438.976	18,83%
<i>Godimento beni di terzi</i>	285.339		285.000	
<i>Organi statutari</i>	73.786		69.400	
<i>Servizi informatici</i>	74.516		141.976	
<i>Servizi specialistici</i>	384.826		358.600	
<i>Iva non detraibile</i>	547.458		450.000	
<i>Oneri diversi di gestione</i>	48.980		53.000	
EBITDA (A-B-C)	109.062	1,20%	107.828	1,41%
D AMMORTAMENTI E ACCANTONAMENTI	22.416 €	0,25%	104.054 €	1,36%
Ammortamenti e svalutazioni	22.416	0,25%	104.054	1,36%
Accantonamenti	0	0,00%	0	0,00%
E GESTIONE FINANZIARIA	481 €	0,01%	1.500 €	0,02%
Proventi Finanziari	-4.574	-0,05%	-4.200	-0,05%
Oneri Finanziari	5.054	0,06%	5.700	0,07%
F GESTIONE STRAORDINARIA	5.023 €	0,06%	- 92.000 €	-1,20%
Sopravvenienze attive	-23.357	-0,26%	-92.000	-1,20%
Sopravvenienze passive	12.313	0,14%	0	0,00%
Incentivi all'esodo	16.068	0,18%	0	0,00%
G IMPOSTE	31.033 €	0,34%	60.000 €	0,79%
Imposte sul reddito del periodo	31.033	0,34%	60.000	0,79%
RISULTATO NETTO DEL PERIODO	50.109	0,55%	34.274	0,45%

Più nel dettaglio, la società nel 2020 ha svolto le seguenti [attività nei confronti del Sistema Camerale](#).

CUSTOMER SATISFACTION	
percorso di integrazione rispetto alla performance camerale mediante la messa a punto di un modello di customer, l'impostazione di un'indagine e la realizzazione di indagini della qualità percepita da imprese e utenti	25.042 €
BILANCI DI MANDATO	
rendicontazione dei principali risultati di fine mandato per le CCIAA con organi in scadenza	49.765 €
ATTIVITA' DI COMPLIANCE	
Supporto sui temi riguardanti il ciclo di gestione della performance, gli adempimenti sulla trasparenza e sull'anticorruzione, la privacy, la gestione in genere di tutti i processi obbligatori che gravano sulle CCIAA	167.140 €
SUPPORTO AI PROCESSI ORGANIZZATIVI, DI PIANIFICAZIONE E RENDICONTAZIONE	
assistenza alle CCIAA sulla nuova mappa dei servizi camerali, sul relativo sistema di <i>costing</i> e <i>accounting</i> dei processi di lavoro, sull'assistenza alla misurazione dei costi e delle prestazioni di processo, sulla conseguente implementazione del sistema di controllo di gestione camerale, sul sistema di time reporting	218.502 €
SUPPORTO AI PROCESSI AMMINISTRATIVI	
riguardanti il tema del ravvedimento operoso, del pre-ruolo e di recupero del diritto annuale in genere per diverse Camere.	357.187 €
COMUNICAZIONE E SERVIZI DIGITALI	
mediante le attività di social media management e lo sviluppo dei contenuti digitali, il mentorship digitale con la realizzazione di percorsi di assistenza, i progetti e le campagne di comunicazione, la gestione degli eventi. Si.Camera è l'unica agenzia nazionale con specifiche competenze sui temi della comunicazione e della gestione degli eventi.	633.020 €
FORMAZIONE	
attraverso lo sviluppo delle azioni di sistema; nel secondo semestre 2020, a seguito dell'acquisizione del ramo di azienda "Formazione" dal Centro Studi delle CCIAA Guglielmo Tagliacarne la società ha potuto ampliare l'offerta formativa sia in relazione all'offerta di formazione continua (prodotti "Pillole" ed "Astro") sia nel percorso continuativo di formazione dei Segretari Generali e aspiranti.	1.081.563 €
PROGETTAZIONE E GESTIONE DI MISURE AGEVOLATIVE	
a seguito delle attività di formazione e aggiornamento sulla disciplina degli aiuti di stato, l'assistenza alla progettazione dei bandi, l'assistenza giuridico-amministrativa per le fasi istruttorie per l'ottenimento delle agevolazioni.	244.522 €
ALTRE ATTIVITA'	
nel corso del primo semestre la società ha svolto una residuale attività di studi e analisi statistiche, poi ceduta nell'ambito della permuta con il ramo di azienda "formazione" del Centro Studi Tagliacarne. Nel 2020, infine, la società ha provveduto alla concessione di spazi attrezzati ed alla assistenza amministrativa alle società del Sistema camerale Dintec e Centro Studi Tagliacarne, nonché al distacco di personale presso Unioncamere e altre strutture del Sistema camerale.	765.632 €

Nel corso del 2020 la società ha ribadito il suo ruolo di [supporto verso la P.A. centrale](#) attraverso l'assistenza tecnica fornita in grandi progetti continuativi acquisiti da Unioncamere (in quanto Ente pubblico di riferimento) che prevedono un'intensa attività di progettazione, realizzazione tecnica e rendicontazione. L'importanza di tali processi di lavoro danno visibilità al sistema camerale e trasferiscono risorse finanziarie alle imprese e spesso alle stesse CCIAA.

TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE con l'intensa attività istruttoria sui bandi disegni e marchi per l'erogazione delle agevolazioni alle imprese, l'assistenza alle camere nella gestione degli aiuti di stato, le attività formative e di supporto su tali temi specifici.	620.053 €
MINISTERO DELL'AMBIENTE attraverso un supporto tecnico continuativo per il funzionamento dell'Albo Nazionale Gestori Ambientali e delle relative attività nonché alla realizzazione della fiera virtuale "Ecomondo".	322.927 €
CONVENZIONE MIPAAF riguardante attività di progettazione, supporto e comunicazione sui progetti latte nelle scuole, frutta a verdura nelle scuole, pesca e acquacultura, di interesse del Ministero dell'Agricoltura.	596.495 €
CONVENZIONI MISE che hanno previsto delle azioni di supporto erogate dalla società in tema di divulgazione delle azioni di tutela per il consumatore, la realizzazione delle campagne di comunicazione, la vigilanza del mercato e i temi connessi con il sistema di informazione e comunicazione in materia di sorveglianza.	1.863.321 €
MINISTERO DEL LAVORO E ANPAL attraverso un supporto tecnico sul progetto "Crescere in digitale" attuato da Unioncamere in partnership con Google, in carico a Si.Camera in relazione all'acquisizione del ramo d'azienda della formazione. Inoltre la società ha svolto delle attività di comunicazione sul progetto "JobOrienta" volto alla valorizzazione dei progetti di alternanza scuola-lavoro.	343.678 €
AGENZIA PER LA COESIONE TERRITORIALE attraverso il progetto S.I.S.PR.IN.T., ha visto la società impegnata nelle attività di analisi e monitoraggio della competitività dei sistemi produttivi locali, di ascolto e animazione dei fabbisogni dei territori e proposte per il rafforzamento dell'azione amministrativa sui territori stessi.	352.323 €

4 - BUDGET 2021: LINEE DI ATTIVITÀ

Alla luce di quanto sinora delineato il bilancio preventivo 2021 si articola su 3 linee di attività, corrispondenti ad altrettante aree di competenze, professionalità e know-how:

- ⇒ COMUNICAZIONE E DIGITALE
- ⇒ FORMAZIONE E COMPETENZE PROFESSIONALI
- ⇒ ASSISTENZA TECNICA



COMUNICAZIONE E DIGITALE

- digital transformation 1
- eventi istituzionali 2
- progetti di comunicazione e di marketing 3
- gestione portali web e canali social 4



FORMAZIONE E COMPETENZE PROFESSIONALI

- formazione continua 1
- formazione Segretari generali 2
- linee formative tematiche 3
- formazione per la crescita di competenze digitali 4



ASSISTENZA TECNICA

- proprietà industriale e aiuti di stato 1
- programmazione territoriale e sviluppo locale 2
- imprenditorialità femminile 3
- sostenibilità e performance 4

4.1 COMUNICAZIONE E DIGITALE

La **comunicazione e il digitale** rappresenta una tematica distintiva di Si.Camera. La società negli ultimi anni ha realizzato un'intensa attività di progettazione e gestione di grandi campagne di comunicazione per Unioncamere e per la PA, oltre alla tradizionale attività di gestione *social* e di supporto nell'organizzazione degli eventi. A tale attività si è affiancata negli ultimi anni un'attività di digital training, con percorsi di assistenza su varie filiere produttive e con la gestione di numerosi progetti di digitalizzazione per le PMI; nell'ultimo periodo sono stati inoltre progettati nuovi format per la gestione digitale delle attività di comunicazione e degli eventi per le CCIAA, che fanno parte dei prodotti e servizi proposti dall'area per il futuro.

Riepilogo commesse previste per il 2021

Cliente	Progetto	Valore progetti 2021	Costi di personale	Costi esterni
Unioncamere	Garanzia post-vendita	615.630	29.250	420.000
	Campagna Sicurezza Prodotti	397.203	35.000	254.855
	EduFin 2021 Io penso positivo	297.914	118.400	99.000
	Acquacoltura e pesca	287.774	180.000	30.000
	Comunicazione sovraindebitamento	279.998	34.636	169.690
	Latte nelle scuole a.s. 2020-21	186.984	70.950	65.500
	Iniziative di promozione dei Contratti Tipo	149.026	17.000	91.750
	Programma di Comunicazione, Informazione Diritti dei Consumatori-Viaggiatori	135.720	25.090	73.950
	Ecomondo	99.350	7.500	65.000
	Job & Orienta	95.925	40.000	30.000
	PID - Punto Impresa Digitale 2021	95.925	30.000	40.000
	Assistenza tecnica eventi	89.073	55.000	10.000
	Gestione portali 2021	54.814	30.000	10.000
	Campagna comunicazione "migranti"	44.318	13.695	18.645
	Frutta Verdura Scuole a.s. 2020-21	38.918	28.400	0
	PID - Punto Impresa Digitale 2020	38.727	12.511	15.750
	EduFin 2020 Io penso positivo	32.203	23.500	0
	Adeguamento brand sistema camerale	14.896	5.400	5.470
	Gestione Portali 2020	7.263	5.300	0
	CCIAA Varie	Ravvedimento 2020 - 21 (soci)	69.888	28.000
Site Management Canonici (Soci)		11.100	6.100	2.000
Site Management Canonici (Non soci)		2.725	1.335	500
Ravvedimento 2020 - 21 (non soci)		2.500	1.500	1.500
CCIAA Firenze	Assistenza e consulenza alla comunicazione	28.287	480	20.162
CCIAA Foggia	Assistenza alla comunicazione	26.141	2.501	16.575
CCIAA Reggio Emilia	Digital Export Training Cina	8.222	6.000	0
	Digital Export Training and Mentoring Agrifood	1.316	960	0
CCIAA Pordenone-Udine	Riprogettazione sito web	959	700	0
Unioncamere Europa ASBL	Brochure Competenze Camerali Nuova Versione	2.450	1.170	500
Dintec	Piattaforma Open Innovation Ittica Innova	3.355	2.013	0
	Assistenza tecnica sito Dintec 19-21	1.775	1.065	0
Lazio Innova S.p.A.	Digital Impresa Lazio	37.050	20.730	2.500
<i>Riduzione prudenziale dei costi esterni</i>		-308.329	0	-225.000
TOTALE AREA		2.849.099	834.186	1.241.347

I destinatari delle attività sono le CCIAA che intendono erogare servizi di assistenza alle imprese del territorio per l'attuazione di percorsi e processi di digital transformation, focalizzati in particolar modo sull'utilizzo delle tecniche e degli strumenti di comunicazione digitale.

La *digital transformation* rappresenta un cambiamento culturale che spinge le organizzazioni (imprese ed enti pubblici) a sfidare continuamente lo status quo, sperimentare e sentirsi a proprio agio con gli strumenti digitali.

L'esigenza è quella di offrire alle CCIAA un percorso strutturato, da erogare alle imprese del territorio, per affiancarle in un **processo di transizione ed empowerment**, con particolare riferimento agli aspetti legati alla comunicazione.

Le CCIAA sono messe in grado di valorizzare i propri servizi, integrando la proposta progettuale di Si.Camera con i servizi tematicamente "affini" come gli strumenti digitali che erogano alle imprese (ad esempio i prodotti di Infocamere), l'offerta PID e le altre attività riconducibili alla formazione *basic* sui temi del digitale.

Le CCIAA con tale offerta assumono dunque un ruolo di *pivot* territoriale digitale, poiché supportano con un percorso continuativo le imprese in un processo di "trasformazione", personalizzato in funzione del **ciclo di vita digitale** di ciascuna azienda.

I servizi erogati da Si.Camera sono Digital Training e Web(i)Cam.

Digital Training

Si tratta di un percorso rivolto, per ciascuna edizione on-line, a un massimo di 20 imprese con attività di formazione, assistenza e *mentorship*. Si.Camera supporta la CCIAA nell'intera fase di gestione del progetto, dalla promozione alla *follow-up*.

In seguito alla fase di **promozione**, per l'acquisizione delle adesioni delle imprese, si elabora l'**analisi di posizionamento digitale**, che riguarda i principali parametri di «digitalizzazione» delle imprese (tra cui: posizionamento sui motori di ricerca, ranking on-line, analisi volte ad ottimizzare la fruibilità dei contenuti digitali, valutazione quali-quantitativa del sito, presenza e posizionamento sui canali social). La fase di preparazione include il set-up della piattaforma per l'erogazione della formazione e la fornitura del **tutorial toolkit** per la gestione dell'intero progetto (si tratta dei documenti messi a disposizione dei partecipanti e del Committente: manuale d'uso per utilizzo piattaforma, ecc.)

L'erogazione del percorso Digital Training è suddiviso in due momenti: i **webinar specialistici**, con testimonianze di esperti del settore e interventi contestualizzati in funzione delle caratteristiche dell'aula (i contenuti sono sempre originali e progettati partendo dall'analisi di posizionamento on-line delle aziende partecipanti). Ciascun webinar - della durata di 90 minuti - ha un format strutturato (moderatore più relatore) ed è basato sull'esperienza maturata da Si.Camera durante le edizioni erogate nel 2020. Gli **incontri di assistenza 1to1**, invece, rappresentano il valore aggiunto del progetto, poiché si tratta di un'attività di affiancamento, consulenza e mentorship per la realizzazione di una iniziativa aziendale legata all'*empowerment* dei processi di comunicazione digitale. Il progetto si conclude con una duplice indagine di **customer satisfaction**, per la valutazione dei webinar e dell'assistenza 1to1.

WEB(i)CAM

È un format ideato per le CCIAA. Si tratta di una **tipologia di webinar** che le CCIAA erogano alle imprese, per attuare una strategia di *engagement* e fidelizzazione e si basa sulla relazione tra «**processi di digital transformation**» e **le specificità territoriali**, con verticalizzazioni basate su settori, filiere e ambiti di intervento. A differenza di "digital training", non è un percorso strutturato rivolto alle imprese, ma un evento on-line con specifiche caratteristiche. È un momento di "condivisione di contenuti innovativi" con le imprese e gli stakeholder del territorio.

Le attività previste sono: supporto e assistenza per la promozione dell'evento (**promozione**); progettazione contenuti, individuazione e gestione *speaker*, organizzazione dei materiali a supporto e di follow up, integrazione con i canali social della CCIAA (progettazione); erogazione del webinar e gestione delle fasi di coordinamento, moderazione (**erogazione**); report risultati, customer satisfaction partecipanti (**follow-up**).

KNOW-HOW → Metodologie e strumenti che Si.Camera ha progettato e realizzato in modo originale a partire dal 2016 e che sono stati implementati, integrati e corretti in funzione delle esperienze maturate negli ultimi 5 anni. In particolare, si tratta di un'esperienza diretta riconducibile a diversi progetti di digital training dal 2016 al 2020: oltre 100 imprese ed enti coinvolti, oltre 300 incontri di assistenza 1to1 e oltre 100 progetti di mentorship sul digitale. Durante queste edizioni sono stati progettati contenuti per i webinar su verticalizzazioni specifiche, tra cui agroalimentare, meccatronica, turismo, beni culturali e nel 2020 un focus sugli strumenti digitali adottati in Cina.

AZIONI DI SVILUPPO → Creazione di un **catalogo on-line sulla comunicazione digitale** realizzabile in funzione della produzione dei contenuti dei webinar (a titolo di esempio nel 2020 sono state prodotte oltre 30 ore di contenuti che possono essere "re-ingegnerizzati" con azioni di post-produzione in momenti di *micro-learning* sul digitale). Il catalogo, organizzato per tematiche, relatori e contenuti può essere fruibile *on demand*,

Il target primario è rappresentato dagli **enti del Sistema camerale** nelle sue diverse articolazioni; eventuali altri destinatari possono essere individuati in enti e istituzioni nazionali e negli *stakeholder* di riferimento, anche in condivisione con altri soggetti.

Il Gruppo di lavoro sulla Riforma della comunicazione pubblica e Social media policy nazionale, promosso presso il Ministero PA nel giugno 2020, "riprendendo lo spirito del legislatore che introdusse la legge 150/20001, ritiene che occorre valorizzare l'utilizzo, da parte delle PA, della comunicazione pubblica come leva strategica essenziale nella gestione dell'immagine dell'Ente e nella relazione con il cittadino e gli stakeholder, anche attraverso le nuove piattaforme digitali, che garantiscono interattività in tempo reale, interrogabilità e valutabilità delle PA". Nelle "Linee strategiche di Unioncamere 2021" è evidenziato come "... un approccio più propositivo sui media e tramite tutti i canali di comunicazione è funzionale a rendere il sistema camerale più riconoscibile alle imprese., al fine di essere percepito come più vicino alle imprese e attento ai bisogni delle stesse...".

Il sistema camerale interloquisce, oltre alle imprese, con diverse e variegati soggetti tra cui le organizzazioni datoriali e sindacali, i consumatori, l'Accademia, il sistema scolastico, le istituzioni territoriali, nazionali, europee e internazionali. Al riguardo è importante segnalare come l'"evento istituzionale" rappresenti, da sempre, lo strumento principale per una corretta e completa identificazione del proponente e della sua attività, a maggior ragione in tempo di pandemia. Un approccio professionale nell'organizzazione degli eventi è dunque risolutivo per una corretta rappresentazione e percezione dell'attività camerale.

Molte attività organizzate o sponsorizzate dalle CCIAA (così come da altri enti pubblici) non sono sempre direttamente riconoscibili o imputabili alle Camere/agli enti proponenti, per deficit organizzativi nella predisposizione o nell'attuazione dei relativi eventi. Oggi, in tempo di crisi economica e pandemia, più che mai una corretta presentazione della propria attività costituisce un investimento per il futuro. I diversi e crescenti servizi che le Camere forniscono alle imprese possono e devono essere conosciuti e percepibili attraverso eventi gestiti in maniera professionale, senza lasciare nulla al caso.

Solo l'organizzazione di eventi istituzionali mirati, di carattere generale o settoriale, e la partecipazione a iniziative organizzate anche da altri soggetti, siano esse territoriali, nazionali od estere, secondo un programma definito e condiviso, garantisce una efficace e ordinata percezione e conoscenza dell'attività e dei diversi servizi messi a disposizione dall'organizzatore. Tale assunto vale a maggior ragione in questo momento in cui il sistema camerale sta completando una complessa fase di transizione verso un nuovo modello organizzativo erogando, nel frattempo, nuovi servizi tra cui quelli destinati alla crescita digitale delle imprese, che si sono dimostrati fondamentali negli ultimi anni.

1 Legge 7 giugno 2000, n. 150. "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"

Per la progettazione dell'evento istituzionale" è indispensabile una interlocuzione con la governance della struttura di riferimento. Al contempo, per la realizzazione le attività devono essere *necessariamente calibrate sulle singole peculiarità delle diverse realtà territoriali e del messaggio che si intende trasmettere.*

Di seguito un elenco indicativo delle attività offerte da Si.Camera.

FASE PROGETTUALE

- progettazione dell'iniziativa (in modalità on-line, in presenza o mista)
- progettazione della creatività dell'evento (coordinata con l'immagine della struttura di riferimento) e declinazione sugli strumenti promozionali (*save the date*, invito, programma, format slide, allestimenti scenografici in caso di eventi in presenza, ecc.)
- individuazione della location, se evento in presenza, o della piattaforma digitale, se evento on-line, più idonea in base alle caratteristiche dell'evento e del programma
- definizione dei contenuti dell'evento e della struttura del programma
- scouting e selezione di relatori/esperti (di livello nazionale/estero) e del moderatore
- definizione delle forniture di servizi tecnici e congressuali
- accreditamento verso ordini professionali per il riconoscimento di crediti formativi

FASE PROMOZIONALE

- elaborazione mailing list
- segreteria organizzativa: raccolta adesioni e recall
- gestione dell'ospitalità e dei relativi adempimenti amministrativi per relatori/esperti
- produzione di presentazioni e/o altri materiali (video, infografiche, ecc.)
- attività di ufficio stampa
- pianificazione e gestione delle campagne media e digital advertising per la promozione dell'iniziativa

FASE REALIZZAZIONE EVENTO

- setting della location e/o piattaforma digital
- cura della regia dell'evento in presenza o attraverso le piattaforme digitali

FASE FOLLOW-UP

- somministrazione del questionario di soddisfazione e analisi
- elaborazione e pubblicazione atti dell'evento
- produzione di video post evento, interviste relatori/partecipanti

KNOW-HOW → Professionalità altamente qualificate con esperienza nelle diverse formule organizzative di eventi di piccole e grandi dimensioni (dalle conferenze stampa ai congressi a tavoli tecnici, hackathon, fiere, b2b e educational group) realizzati sia in Italia che all'estero, anche attraverso l'uso delle più innovative soluzioni tecnologiche come piattaforme per eventi digitali, effetti scenografici digitali e sistemi di comunicazione interattivi (multimediali o realtà virtuale).

AZIONI DI SVILUPPO → Utilizzo di soluzioni tecnologiche disponibili sul mercato per la realizzazione di eventi digitali, quali piattaforme b2b, fiere virtuali, studi televisivi virtuali, etc., strumenti che possono essere messi a disposizione delle singole camere di commercio e delle agenzie del sistema camerale per soddisfare le diverse esigenze relative agli eventi istituzionali/iniziative promozionali.

Destinatari del servizio sono in primis le **CCIAA** e **Unioncamere** nonché, per il loro tramite, **Ministeri** e altri enti pubblici

Ogni ente ha specifiche esigenze di comunicazione derivanti, da un lato, dagli obblighi di legge in attuazione dei principi di trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa (comunicazione istituzionale) e, dall'altro, per promuovere servizi, iniziative e progetti rivolti a beneficiari finali, quali imprese (grandi, medie e piccole), liberi professionisti, utenti, consumatori, studenti, ecc. Si tratta di esigenze diversificate - negli obiettivi, nei tempi, nei contenuti, nei modi, nei luoghi - che nascono ad esempio dalla necessità di persuadere i propri stakeholder circa la validità delle scelte strategiche operate, oppure dal bisogno di renderli partecipi delle attività svolte o dalla necessità di informare i propri utenti circa le opportunità e i servizi loro offerti. Esigenze che possono essere soddisfatte attraverso specifiche e mirate azioni di comunicazione più o meno articolate a seconda degli obiettivi.

Il settore della "comunicazione" è in continua evoluzione, anche per via dei nuovi media digitali che possono essere utilizzati. Questo implica un'ulteriore esigenza negli enti, che è quella di poter disporre di competenze specifiche, continuamente aggiornate, che sappiano spaziare tra le diverse soluzioni possibili (tradizionali e innovative) e che sappiano individuare le migliori combinazioni tra le stesse per garantire efficacia, efficienza ed economicità delle azioni di comunicazione. Si tratta, cioè, a fronte delle tante alternative offerte dal mercato, di saper progettare e personalizzare il giusto mix di azioni e strumenti di comunicazione nella realtà specifica dell'ente, del progetto, dell'iniziativa, anche in ragione delle procedure amministrative di affidamento d'incarico dettate dal Codice degli appalti.

Una campagna di comunicazione efficace, indipendentemente dalla complessità e dal valore investito, si basa su un piano di comunicazione che ne definisce gli obiettivi, la copy-strategy, i media, gli strumenti, il budget, i tempi, il monitoraggio e la misurazione dei risultati. Le competenze di cui dispone Si.Camera sono in grado di supportare gli enti camerali e la PA locale e nazionale in tutte le fasi del piano, così come solo in alcune di esse, coniugando le **capacità tecnico-specialistica**, con le **conoscenze necessarie al rispetto delle procedure di appalto**. Le attività vanno dall'ideare un messaggio creativo che colpisca l'attenzione, a scegliere il giusto canale di comunicazione per raggiungere il target di riferimento, a produrre gli strumenti necessari, fino a elaborare la documentazione tecnica necessaria a selezionare i fornitori e affidare gli incarichi, nonché a monitorare le attività e i risultati ottenuti.

Campagne pubblicitarie e di marketing

- Definizione della strategia creativa e di comunicazione
- Progettazione della creatività (visual e content)
- Attività di pianificazione media, che potrà comprendere anche le più innovative soluzioni offerte dal mercato quali campagne geolocalizzate e di prossimità, mobile advertising, email marketing, ecc.
- Acquisto spazi pubblicitari, nel rispetto delle procedure previste dal codice degli appalti
- Social media content e campagne social (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp)
- Digital Advertising sui principali motori di ricerca (Google ADV)
- Produzione dei materiali esecutivi per la realizzazione delle azioni previste nel media plan (banner web statici e animati, annunci stampa e digitali, spot video e radio, DEM).

Identità visiva

- Progettazione di sistemi di branding

- Declinazione sugli strumenti per immagine coordinata

Strumenti di comunicazione

- Realizzazione di materiali informativi e promozionali, quali *depliant*, folder, cartoline, infografiche, inviti/programmi, ecc.: dalla progettazione della grafica e redazione testi alla produzione degli esecutivi
- Realizzazione di pubblicazioni, rapporti e bilanci sia cartacei che e-pub: dalla progettazione della gabbia grafica all'impaginazione e produzione esecutivi
- Realizzazione video istituzionali, video interviste e video interattivi (ad esempio: visite virtuali di informazione): dalla definizione dello *story board* e *copywriting* alla produzione
- Realizzazione di siti web istituzionali o di progetto, landing page e applicativi gestionali (es. strumenti di gestione per l'erogazione di contributi alle imprese): dalla progettazione dell'architettura allo sviluppo in un'ottica di *user experience*

Supporto tecnico per la realizzazione delle iniziative di comunicazione

- Indagine di mercato sui prodotti e servizi di comunicazione più idonei agli obiettivi dell'ente
- Elaborazione della relazione tecnico-illustrativa per gli appalti di servizi (art. 23, comma 15 del d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i.)
- Supporto alla gestione dei fornitori contrattualizzati dall'ente

KNOW-HOW → Profili adeguati per ogni competenza (art director, copy-writer, communication manager, web content, sviluppatore web, social media manager), esperienza nel sistema camerale, risultati già disponibili per ogni tipologia di campagna, rete delle concessionarie pubblicitarie.

AZIONI DI SVILUPPO → Sperimentazione di nuovi approcci di comunicazione sempre più diretti e mirati al target utilizzando le tecnologie più innovative a disposizione (es. campagne Hyperlocal, programmatic advertising, campagne con Influencer, campagne SEO, realtà virtuale e realtà aumentata).

Il 2021 vedrà inoltre Si.Camera coinvolta nel piano di comunicazione e di marketing del sistema camerale, piano inserito nelle linee strategiche Unioncamere: l'iniziativa è finalizzata a migliorare il livello di riconoscibilità e visibilità delle Camere di commercio, che dovranno essere sempre più percepite come strutture vicine alle imprese ed attente ai loro bisogni.



Servizio di informazione alle imprese sul ruolo delle Camere di commercio

Accanto alle più tradizionali campagne di comunicazione di cui i destinatari sono in genere Unioncamere, le CCIAA ed i Ministeri, Si.Camera ha supportato negli ultimi anni le CCIAA arrivando a prefigurare un **servizio di informazione** diretto alle aziende. Si tratta, nel dettaglio, di informare le imprese circa la corretta modalità di pagamento del **diritto annuale**, illustrando nel contempo la ratio sottesa al tributo e focalizzandosi particolarmente sui servizi offerti dalle CCIAA. Si crea, pertanto, un canale diretto di **comunicazione** tra la singola CCIAA e le imprese del territorio, favorendo la **percezione dell'Ente** e dei servizi che lo stesso è in grado di offrire. Quindi un servizio unico per due beneficiari: le **CCIAA** e le **imprese** di riferimento.

Nei confronti delle CCIAA, si persegue un miglioramento del flusso di entrate da Diritto Annuale e una diminuzione del carico di lavoro degli Uffici, con riferimento alle attività esternalizzabili. Dal punto di vista delle imprese, vi è la possibilità di ricevere un'informazione mirata per effettuare il pagamento del diritto annuale (con una sanzione minima) attraverso l'utilizzo di sistemi telematici che comunicano l'orientamento del Sistema camerale verso una sempre maggiore digitalizzazione e semplificazione. Il tutto si completa con un supporto costante e un'informazione sulle opportunità offerte dalla CCIAA.

Il servizio consiste in:

- invio massivo via PEC di una comunicazione tuttavia personalizzata
- attività di informazione realizzate da una task force dedicata a favore delle imprese target dell'iniziativa (Azioni Inbound e Outbound - arricchimento dei contatti delle imprese, telefonici e mail)
- tool a supporto: sito dedicato Calcola e Paga – banca dati per verifica "storia" pregressa dell'impresa (Telemaco)
- dialogo diretto e qualificato con le imprese (più di 50.000 raggiunte negli ultimi 4 anni)
- interlocuzione e confronto con i Funzionari degli Uffici Diritto Annuale delle CCIAA anche in ottica di sviluppare un networking camerale e condividere *best practice* del sistema

Nell'ambito di una iniziativa di sistema Si.Camera (2018-2019/20) ha portato avanti - a seguito della creazione di un gruppo di lavoro camerale - un progetto sperimentale denominato «pre-ruolo», con l'idea di offrire una possibile alternativa alla politica dell'iscrizione al ruolo che allontana l'impresa da una visione della CCIAA come erogatore di servizi. È stato fornito un servizio di informazione soprattutto attraverso attività di networking a seguito dell'invio centralizzato e massivo delle sanzioni (inviati 197.000 atti).

Partner di progetto sono InfoCamere (tecnologico) e Unioncamere (policy)

KNOW-HOW → la forte capacità di relazione con l'impresa, l'elevata conoscenza dei servizi camerali e le logiche di funzionamento del diritto annuale costituiscono elementi di integrazione e punti di forza del progetto

AZIONI DI SVILUPPO → Sono possibili:

- campagne di comunicazione attraverso contatto diretto con le aziende quale modalità per promuovere attività, progetti, bandi, iniziative delle CCIAA a livello singolo e/o nazionale svolgendo in tal modo un'attività di **moral suasion** e di fidelizzazione e di trasparenza sull'ente Camera, anche con l'intento di recepire i suggerimenti e le indicazioni provenienti direttamente dal tessuto imprenditoriale (ascolto più che racconto)
- eventuali azioni di sviluppo anche a seguito dell'esperienza acquisita dal progetto "pre-ruolo" per rendere le CCIAA più autonome nell'ambito della loro politica sanzionatoria, con atti più snelli e chiari e con una **comunicazione** più vicina al mondo dell'impresa attenuando il più possibile l'iter burocratico

Destinatari del servizio sono le CCIAA, Unioncamere, i Ministeri e altri enti pubblici.

Tutti gli enti pubblici hanno – come previsto dalla normativa - un proprio sito web e almeno un canale social per comunicare con i propri interlocutori e stakeholder. Questi, infatti, risultano essere i principali canali con i quali gli enti aggiornano costantemente i propri utenti sui servizi a loro disposizione e sulle attività in corso attraverso la pubblicazione sia di contenuti “statici” (es. descrizione dell’ente, descrizione dei servizi, contatti, amministrazione trasparente, etc) che di contenuti “dinamici” (news, eventi, agenda, ecc.).

I contenuti dei siti web, nel quadro delle linee guida per i siti web della Pubblica Amministrazione, devono rispondere ai principi di completezza e correttezza dell’informazione, chiarezza del linguaggio, semplicità di consultazione, costante aggiornamento. Deve essere garantita l’accessibilità dei siti web in Italia (Legge n. 4 del 9 gennaio 2004, detta “Legge Stanca” aggiornata con il decreto legislativo n. 106 del 10 agosto 2018 “Riforma dell’attuazione della direttiva (UE) 2016/2102 relativa all’accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici”). Inoltre, i testi online ben scritti rappresentano la base per poter essere trovati dai propri utenti attraverso l’uso dei motori di ricerca.

L’esigenza, quindi, è quella di mantenere costantemente aggiornati i contenuti del sito web istituzionale e relativi canali social attraverso un lavoro di redazione di contenuti utilizzando un linguaggio adatto al pubblico utente, coerente con le caratteristiche di questi strumenti online e con le modalità di fruizione da parte degli utenti stessi (attraverso da PC desktop, da mobile o tablet).

I prodotti/servizi offerti da Si.Camera, che possono essere richiesti anche singolarmente, sono :

Siti web

- Progettazione dell’architettura dei contenuti in chiave UX (User Experience Design)
- Web design del sito in chiave UI (User Interface Design)
- Attività di ricerca e scouting delle informazioni
- Redazione dei contenuti statici (sezioni statiche del sito web, es. Chi siamo, I servizi, contatti, amministrazione trasparente, etc)
- Redazione dei contenuti dinamici (es. news, comunicati stampa, articoli, bandi, etc)
- Ricerca di immagini associate ai testi
- Analisi SEO per l’ottimizzazione della ricerca per parole-chiave attraverso i motori di ricerca
- Monitoraggio degli insight (dati di “traffico” e di “comportamento” degli utenti)
- Gestione e redazione di newsletter, community, blog
- Gestione dell’integrazione con i canali social

Social network

- Preparazione del piano editoriale
- Definizione della policy di pubblicazione
- Apertura del profilo o pagina social (Facebook, Instagram, Linkedin, Twitter, YouTube, Vimeo, Whatsapp)
- Produzione (ed eventualmente gestione) di contenuti, quali: Post/Tweet/Storie/video/etc.
- Ricerca di immagini/video associate ai testi
- Monitoraggio degli insight (dati di “traffico” e di “comportamento” degli utenti)
- Gestione del customer care
- Moderazioni commenti/messaggi/etc.

KNOW-HOW → Profili adeguati per ogni competenza (programmatori e sviluppatori informatici, giornalisti, web-content, social media manager), ampia esperienza nel sistema camerale.

AZIONI DI SVILUPPO → Sperimentazione di nuovi approcci di misurazione dei risultati e dei comportamenti degli utenti (per es. analisi del "sentiment" sui social network).

Azioni di analisi mirata degli interessi degli utenti e del ritmo di consultazione del sito web, così da fornire gli articoli più adatti e nel momento più opportuno, con l'obiettivo di creare una vera e propria relazione tra ente e utente.

4.2 FORMAZIONE E COMPETENZE PROFESSIONALI

La **formazione e lo sviluppo delle competenze professionali** rappresentano una nuova sfida per la società, in considerazione della ricordata acquisizione del ramo d'azione dall'ex Istituto Tagliacarne.

Le attività fanno riferimento alla formazione continua a favore del Sistema Camerale (Pillole e Astro), al percorso di formazione dei Segretari Generali delle CCIAA, allo sviluppo delle competenze sul tema della regolazione del mercato, alle iniziative di sviluppo professionale in tema di competenze digitali.

Dalla positiva interazione delle diverse componenti dell'Area potranno essere sviluppate nuove attività, mediante la proposizione dei servizi aziendali ai diversi destinatari (del mondo PA, ma non solo) ed anche attraverso la definizione di servizi nuovi, rivolti a nuovi e potenziali mercati, mediante ricognizioni da compiere nel perimetro d'azione e di intervento di una società in house.

Mettere al centro le risorse umane del Sistema camerale, che rimane un target primario della società, significa agire per mettere in sicurezza i suoi asset più preziosi: competenze, technicalità, comportamenti. Estendere la capacità di offerta di Si.Camera ed arricchirla di nuovi contenuti e metodiche costituirà uno degli impegni del 2021, con effetti sulla riconoscibilità del rinnovato 'brand' Si.Camera e, auspicabilmente, sul suo apprezzamento.

Riepilogo commesse previste per il 2021

Cliente	Progetto	Valore progetti 2021	Costi di personale	Costi esterni
Unioncamere	Programma Vigilanza DPI	2.179	1.270	320
	Programma Vigilanza MODA	3.631	2.130	520
	Programma Vigilanza puericultura	11.895	7.640	1.040
	Competenze su vigilanza 2020	18.680	13.631	0
	Eccellenze in Digitale (EID) 2020	20.103	14.670	0
	Programma Vigilanza prodotti elettrici	28.120	20.520	0
	Programma Vigilanza GAR	33.807	23.110	1.560
	Programma vigilanza prodotti connessi all'energia	34.410	23.030	2.080
	Programma Vigilanza Prodotti da costruzione	38.055	26.730	1.040
	EiD seminari PMI (n° 210)	83.197	32.064	28.648
	Programma Vigilanza 2021	98.246	67.374	4.320
	Formazione per Conciliatori: di base e di aggiornamento	120.125	20.160	67.500
	Comitato Albo Gestori Ambientali	123.112	44.340	45.500
	EiD assistenza	124.639	65.448	25.506
	Formazione sovraindebitamento	127.426	55.188	37.800
	Progetto ICSMS	164.007	119.682	0
	Piano Formativo 2020	164.442	30.000	90.000
	Progetto Consumatori	210.328	123.550	29.935
	Crescere in Digitale - CID2021 Tirocini e Laboratori	378.000	210.600	27.000
	Piano formativo per lo sviluppo delle professionalità camerali 2021	444.995	135.786	188.945
CCIAA varie	Progetti su anticorruzione /trasparenza (n. 4)	6.051	2.880	1.536
	Pacchetti formativi registrati	9.867	7.200	0
	Formazione per Segretari generali - Ticket camerali	11.922	8.700	0
	Corso abilitante per ispettore metrico (non soci)	35.000	9.000	20.000
	Corso abilitante per ispettore metrico (soci)	47.962	15.000	20.000
	PILLOLE (soci)	69.511	33.225	17.500

	PILLOLE (non soci)	70.000	31.500	17.500
	ASTRO (soci)	129.091	59.203	35.000
	ASTRO (non soci)	130.000	57.000	35.000
CCIAA Pistoia	Ars Digitalia	8.188	1.553	5.600
AS-Aries	Formazione in materia di anticorruzione e trasparenza	1.604	660	504
UR Veneto	Formazione in materia di anti-corruzione e trasparenza	3.952	1.766	1.008
Google	Crescere in Digitale - CID2021 GOOGLE	80.000	37.800	17.000
Privati	Corso specialistico metrologia legale	1.440	480	640
	<i>Riduzione prudenziale dei costi esterni</i>	-308.329	0	-225.000
TOTALE AREA		2.525.655	1.302.890	498.003

I destinatari della formazione continua sono i **dipendenti delle CCIAA** e delle loro Aziende Speciali, soprattutto afferenti alle categorie C e D.

Il Sistema camerale si è sempre distinto per il ricorso attivo alla formazione quale strumento di miglioramento continuo e di qualificazione del proprio personale, mantenendo viva la consapevolezza di dover costantemente sostenere il patrimonio di competenze, sia sul versante organizzativo che su quello delle risorse professionali, operanti all'interno degli Enti. Con l'obiettivo di essere a fianco delle CCIAA, per l'aggiornamento e la crescita professionale delle proprie risorse, la formazione per il sistema camerale si esprime prioritariamente con un'offerta di *formazione continua/aggiornamento*, intesa come un **servizio di accompagnamento delle professionalità e tesa al potenziamento delle competenze tecniche** (giuridico-amministrative) di coloro che agiscono sulle molteplici funzioni svolte dalle CCIAA.

Ciascuna iniziativa formativa è dedicata a uno specifico ambito di una specifica area tematica e dunque l'oggetto dell'intervento viene progettato sulla base di specifici fabbisogni, rilevati attraverso l'analisi dei questionari di valutazione, l'ascolto attivo delle necessità/suggerimenti/stimoli provenienti dai diversi attori della formazione e sulle base delle novità normative o procedurali di maggior rilievo.

L'offerta formativa si sostanzia in due linee di progetto: **ASTRO (ASsistenza Tecnica Reengineering Organizzativo) e PILLOLE di aggiornamento**, entrambe incentrate, e fortemente correlate, con le attività e/o processi di lavoro camerale.

ASTRO offre annualmente circa **70 iniziative formative** (per un totale di 80 giornate di formazione) strutturate su incontri di uno o due giorni - in base al tema trattato e alle relative necessità - attraverso la relazione di docenti esperti della materia e di testimonianze dirette di figure di riferimento del sistema camerale.

Le **PILLOLE** nascono dall'idea di coniugare una formazione efficace, che non incida troppo sullo svolgimento dell'attività lavorativa, e le esigenze di economicità: tempestività e specificità costituiscono i due presupposti di questa modalità formativa erogata esclusivamente in *web conference* in fascia oraria mattutina (focus tematici di 3 ore). Annualmente vengono erogate circa **90 pillole formative**.

Entrambe le iniziative della formazione continua sono progettate per trattare le seguenti aree tematiche:

- diritto amministrativo;
- attività anagrafica (diritto commerciale e servizi amministrativi alle imprese);
- comunicazione e new media;
- contrattualistica e gestione degli appalti attività legale;
- attività promozionali e di sostegno alla competitività delle imprese e dei territori;
- regolazione e tutela del mercato, strumenti di giustizia alternativa e metrologia legale;
- composizione delle crisi di impresa e da sovraindebitamento;
- amministrazione, personale e contabilità;
- anticorruzione, privacy e trasparenza;
- attività ispettiva e sanzionatoria;
- attività ufficio statistica;
- strumenti office;
- tributi.

KNOW-HOW → Faculty di docenti e referenti istituzionali di altissima competenza e conoscenza della realtà camerale. Utilizzo, per l'erogazione dei corsi, di una piattaforma telematica che permette lo scambio fra docenti e partecipanti attraverso la chat, la condivisione del materiale e la registrazione delle iniziative.

Utilizzo del CDT (Centro Didattico Telematico) per attività di promozione dei corsi, gestione delle iscrizioni e condivisione di materiali didattici.

AZIONI DI SVILUPPO

- offrire una **libreria di contenuti digitalizzati** della formazione (iniziative formative registrate, raggruppate per argomento e fruibili da tutto il personale della Camera di commercio), integrabili con **materiali didattici di approfondimento** (atti di corsi strutturati in “quaderni didattici digitali”) scelti annualmente su due o tre tematiche (es. anticorruzione, iscrizioni e cancellazioni dal registro delle imprese, privacy) con formule a ticket oppure comprese negli abbonamenti;
- offrire giornate di formazione su **materie specifiche** di interesse del Sistema camerale. L’offerta potrebbe comprendere: analisi della documentazione dell’Ente, raccolta preventiva di quesiti e problematiche specifiche, sessione di formazione e assistenza successiva alla formazione (a ticket);
- offrire una **consulenza personalizzata** e attivabile su richiesta da singole Camere di commercio, in parte come approfondimento on demand di temi oggetto dell’offerta formativa, in parte derivante da specifiche richieste dell’Ente;
- attivare un **panel di Segretari Generali** da impegnare, di concerto con la Direzione, in una azione di sintonizzazione sui fabbisogni degli Enti camerali e sulle esigenze di assistenza emergenti.

Destinatari del servizio sono i Segretari generali nominati dal MiSE e gli aspiranti Segretari generali. Il presupposto è da ricercare nella L. 580/1993, come modificata dal D.lgs 23/2010, che ha previsto il diritto-dovere del Segretario generale di partecipare ad attività formativa specificatamente dedicata e ha statuito i requisiti di iscrizione all'elenco dei Segretari generali, definendo anche le attività formative qualificanti ai fini dell'iscrizione all'elenco stesso. Le attività formative – sulla base dei criteri e dei requisiti previsti dal DM 230/2012 – sono curate dall'Unioncamere, che ne affida l'organizzazione e gestione a Si.Camera.

Formazione Segretari generali in carica

L'attività formativa - 40 ore all'anno - è finalizzata ad assicurare il costante sostegno allo sviluppo delle competenze professionali proprie della figura del segretario generale, così da favorire l'efficace copertura del ruolo primario di supporto alle scelte strategiche della Camera di commercio che a tale figura si riconduce. L'investimento formativo è assunto, dunque, quale metodo permanente per assicurare il continuo adeguamento delle competenze, il consolidamento di logiche e metodi di gestione improntati al risultato, lo sviluppo dell'autonomia e della capacità innovativa propri del Segretario generale.

Le attività formative sono progettate ed erogate seguendo le seguenti direttrici strategiche:

- *integrazione tra aggiornamento e sviluppo di competenze manageriali;*
- *orientamento allo sviluppo armonico della professionalità;*
- *orientamento al long life learning.*

Le attività prevedono attività formative (in presenza e/o on-line) e una prova di valutazione finale (statuita dall'articolo 12 del DM 230/12). Le attività formative sono progettate per accompagnare l'evoluzione del ruolo e focalizzano pertanto le competenze fondamentali del top management pubblico, integrandole con azioni di consolidamento del set di *skill* che occorrono per guidare un'organizzazione che sta cambiando e che si deve misurare in modo consistente con i bisogni delle imprese da intercettare presso di esse e che, quindi, deve attrezzarsi per interpretare al meglio il "nuovo modo" di essere Camera di commercio.

Formazione aspiranti Segretari generali

Il DM 239/2012 indica i requisiti di professionalità, gli obblighi formativi e i criteri per l'espletamento della selezione, ai fini dell'iscrizione nell'elenco ministeriale, dei soggetti che possono essere nominati Segretari generali di CCIAA. La specifica linea di formazione è diretta ad assicurare un livello di conoscenze e competenze in linea con il ruolo apicale rivestito dal Segretario generale nella gestione dell'ente camerale, ed è organizzata secondo modalità (percorso formativo interamente on line) in grado di favorire la più ampia partecipazione, tenendo conto degli impegni professionali dei partecipanti. L'offerta formativa è articolata in due livelli di competenza, base e avanzato ed è volta ad assicurare il giusto mix di conoscenze e competenze proprie di un ruolo apicale, di valenza fondamentale nella gestione dell'organizzazione camerale, in linea con le importanti innovazioni che si sono succedute negli ultimi anni nella PA.

KNOW-HOW

- Utilizzo, per l'erogazione dei corsi, di una piattaforma telematica che permette lo scambio fra docenti e partecipanti attraverso la chat, la condivisione del materiale e la registrazione delle iniziative.
- Utilizzo del CDT (Centro Didattico Telematico) per la condivisione di materiali didattici
- Utilizzo, per il percorso formativo degli aspiranti, di un sistema Learning Management System (LMS) che oltre alla condivisione delle lezioni (sincrone e asincrone) e dei materiali permette il tracciamento delle attività realizzate e delle ore maturate consentendo la certificazione delle stesse.

AZIONI DI SVILUPPO → Consolidamento della formula di assistenza all'Unioncamere, committente della Linea di attività che riveste un carattere istituzionale.

Destinatario è il **personale camerale** degli uffici Regolazione del mercato delle CCIAA e il Personale tecnico di imprese private e di laboratori.

Il fabbisogno dei prodotti/servizi di questa Linea comprende sia la formazione del personale destinato agli Uffici Metrici camerali, ai fini dell'abilitazione alla qualifica di ispettore metrico, che la formazione continua per il personale degli Uffici Regolazione del Mercato, con particolare riferimento ai temi della Vigilanza del mercato e della Tutela del Consumatore.

I progetti e i piani di lavoro inerenti la formazione continua sulla Regolazione del mercato discendono sovente da convenzioni fra l'Unioncamere e il MiSE e hanno come obiettivo, da un lato, quello di rafforzare le competenze del personale al fine di fornire un servizio all'utenza sempre più qualificato, e dall'altro, acquisire il know-how necessario per svolgere nuove funzioni di regolazione del mercato che il Legislatore nel corso degli anni ha attribuito al Sistema camerale.

In tal contesto Si.Camera può vantare una consolidata esperienza nell'organizzazione di percorsi formativi altamente qualificanti per il Personale addetto alla vigilanza del mercato, che si sostanziano nella rafforzamento delle competenze ispettive e sanzionatorie in materia di controlli su molteplici prodotti (come ad esempio: giocattoli, elettrici, tessili, calzature, dispositivi di protezione individuale, materiali che utilizzano i termini "cuoio" "pelle" "pelliccia", prodotti connessi all'energia, articoli di puericultura e prima infanzia, prodotti da costruzione)

Anche in relazione al segmento della tutela del consumatore, l'Unioncamere e il Ministero si avvalgono stabilmente di Si.Camera per l'organizzazione di corsi formativi su temi particolarmente delicati ed attuali, quali ad esempio il sovraindebitamento, la mediazione e la conciliazione.

A riguardo l'offerta formativa di Sicamera è particolarmente innovativa ed articolata ed è destinata, oltre al Personale camerale, anche ad altri principali attori delle diverse tematiche (ad esempio commercialisti, avvocati, associazioni di consumatori, conciliatori).

Completa l'offerta formativa in materia di regolazione del mercato anche la recente attenzione delle imprese private e dei laboratori per il rafforzamento delle competenze del proprio personale addetto ai servizi metrici.

L'offerta di prodotti/servizi prevede pertanto sia percorsi formativi strutturati con contenuti rispondenti al dettato normativo e con prove di abilitazione finali, che sessioni formative specifiche e focus di approfondimento.

KNOW-HOW → Il know-how è assolutamente distintivo, espressione di una *faculty* consolidata, di elevata seniority e riconoscibilità esterna.

AZIONI DI SVILUPPO → Possibilità di sviluppo di alcuni specifici *topics* relativi alla Tutela del consumatore (conciliazione, sovraindebitamento ecc.), valutando la praticabilità dell'iscrizione della società, come soggetto formatore, ai registri pubblici. Inoltre le azioni di Si.Camera per lo sviluppo delle attività dell'area formazione verranno concentrate sui seguenti possibili target:

a) TARGET ORDINI PROFESSIONALI

Il target Ordini Professionali appare particolarmente strategico, in quanto trattasi di soggetti che conoscono bene il sistema camerale e già hanno con il sistema importanti contatti di lavoro. Tutti gli Ordini sono tenuti alla formazione continua. Sicamera potrebbe:

- curare l'analisi dei fabbisogni per le nuove competenze, tema peraltro attuale vista la riforma di molte professioni verso il titolo abilitante;

- erogare attività di formazione e “informazione” a nuovi iscritti.

Tra gli Ordini Professionali di interesse, oltre ad Avvocati e Commercialisti, appaiono di interesse anche gli Ordini a contenuto tecnico-scientifico (Ingegneri, Architetti, Periti, Agronomi ecc) ai quali potrebbero essere veicolati contenuti distintivi e propri del sistema camerale:

- metrologia;
- tutela dei marchi e dei brevetti;
- registro delle imprese;
- transizione digitale.

b) TARGET ENTI PARCO

In Italia i Parchi nazionali sono 25. Sono enti pubblici con ampie competenze e con necessità di personale in grado di cogliere e attualizzare le istanze ambientali. Recentemente in seno a Federparchi il tema della trasmissione di nuove conoscenze al personale degli Enti Parco è emerso in tutta la sua complessità. Oggi sono richieste competenze di animazione culturale, progettazione integrata, gestione strategica, anticorruzione per cogliere le nuove sfide. Universitas Mercatorum, Ateneo Telematico di cui Si.Camera partecipa insieme al gruppo Pegaso nella società promotrice Unimerceum Srl, è stata sollecitata in tal senso e potrebbe essere il partner di Si.Camera nell'azione di sviluppo, il referente scientifico di una azione diretta proposta a Federparchi con Si.Camera in qualità di soggetto operativo.

c) FONDAZIONE OLIVETTI

Si tratta di un percorso formativo volto a far conoscere una storia di innovazione del made in Italy ed a far comprendere le logiche del “fare impresa”. Le lezioni Olivettiane possono essere un utile strumento di formazione e di sensibilizzazione da erogare anche a favore delle Camere di commercio e delle aziende dei rispettivi territori. Inoltre, le Camere di commercio - anche in considerazione delle loro specifiche funzioni in tema di promozione dell'imprenditorialità - potrebbero rivolgere gli incontri proposti anche ad una platea di studenti degli ultimi anni delle scuole secondarie superiori.

La Formazione garantisce un fondamentale apporto all'attuazione dei processi di ammodernamento che interessano il Sistema Paese, fra i quali la transizione digitale riveste un ruolo di assoluto rilievo, quale fattore abilitante dello sviluppo. In tal senso diffondere le competenze digitali nella PA (e segnatamente nel Sistema Camerale) e nel nostro sistema imprenditoriale rappresenta una priorità anche per rilanciare l'occupazione - a partire da quella giovanile - per bilanciare i rischi occupazionali legati all'automazione e oggi, a causa dall'epidemia Covid19, minimizzare gli effetti della crisi che sta interessando il nostro sistema produttivo.

Due iniziative emblematiche rivolte ai giovani, alle imprese e alle Camere di commercio sono da annoverare fra gli impegni attuativi dell'area nel 2021 anche in esito alla acquisizione del ramo d'azienda dell'Istituto Tagliacarne: il progetto "Eccellenze in digitale" ed il progetto "Crescere in digitale".

Eccellenze in digitale è un progetto con il quale l'Unioncamere e le Camere di commercio investono nello sviluppo di competenze che consentano alle micro, piccole e medie imprese di rimanere aggiornate e che fin dal 2013 ha visto la partnership con Google per la sensibilizzazione, formazione e potenziamento della presenza online delle imprese. Il progetto si colloca all'interno del piano impresa 4.0, con l'attivazione da parte del sistema camerale dei Punti Impresa Digitale ormai presenti su tutto il territorio nazionale. Il progetto edizione 2020 – 2021 prevede

- L'attuazione di 1.000 seminari gratuiti (per almeno 30mila partecipanti) rivolti alle imprese e finalizzati a supportare e potenziare le competenze digitali del personale;
- La qualificazione del personale dei PID (Punti Impresa Digitale) delle Camere di commercio sui temi della promozione del digitale, sugli strumenti digitali e sul social marketing, per potenziare l'azione di accompagnamento alla trasformazione digitale delle PMI.

"Crescere in digitale" è un progetto realizzato in partnership con [Google](#), nell'ambito di una iniziativa di più largo respiro denominata "Garanzia giovani", promossa dalla Commissione Europea per aiutare i giovani - non impegnati nello studio, né nella formazione e nel lavoro (c.d. NEET) - a trovare un'offerta di lavoro. Il progetto, nella prima edizione, era stato realizzato dall'Unione attraverso una convenzione tra il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, mentre la seconda edizione si sta attuando con una convenzione siglata tra la stessa Unioncamere e l'Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro (ANPAL). Si.Camera ha recentemente formalizzato tutte le pratiche per subentrare nell'operazione come soggetto attuatore.

Si tratta di una iniziativa riuscita ed estremamente qualificante per il Sistema Camerale, attesa la sua validità sociale in ragione degli ottimi esiti della prima edizione, che ha visto più del 50% dei partecipanti trovare un'occupazione stabile. Il progetto si sostanzia in un insieme integrato di attività formative volte a trasferire ai NEET competenze in tema digitale (formazione online ed in presenza) e consentire loro il successivo inserimento nel mondo del lavoro (tirocini extra curriculari); è previsto un percorso formativo erogato in modalità e-learning, una formazione specialistica di gruppo e individuale (laboratori formativi), la facilitazione dell'inserimento lavorativo attraverso l'organizzazione di tirocini formativi extracurriculari. Le attività sono le seguenti:

- Preselezione dei giovani NEET (iscritti al programma "Garanzia Giovani") sulla base dei requisiti individuati dall'ANPAL;
- Percorso formativo on line, che si conclude con la somministrazione di un test di valutazione;
- Formazione specialistica, nella forma di laboratori di gruppo e sessioni individuali, mirata all'inserimento dei NEET presso le imprese che offrono i tirocini formativi;
- Tirocini formativi della durata di sei mesi, anche in mobilità geografica, elevabili a 12 per i soggetti con disabilità.

KNOW-HOW

- disponibilità di corso on-line MOOC (*massive on-line open courses*) sulla messa a punto e avvio della strategia digitale per una PMI;
- conoscenze e competenze interne in tema di politiche attive del lavoro (nazionali e regionali), digitale e animazione di community on-line;
- competenze e conoscenze interne in tema di digitale con particolare riferimento alla promozione del digitale, del social e internet marketing per il tessuto imprenditoriale minore;
- conoscenza dei processi e dei profili di competenza camerali;
- utilizzo del CDT (Centro Didattico Telematico) per la condivisione di materiali didattici e di altre piattaforme telematiche.

AZIONI DI SVILUPPO → Consolidamento e sviluppo dell'attività di collaborazione con Google, alla luce della rilevanza strategica dell'iniziativa. La linea rappresenta, per la costante interazione con le CCIAA e con i PID, un'opportunità per l'ulteriore consolidamento del background e dell'immagine di Si.Camera quale centro di competenza camerale in tema di formazione sul digitale, expertise che può essere capitalizzata nella messa a punto di offerte alle singole Camere di commercio.

4.3 ASSISTENZA TECNICA

L'area dell'assistenza tecnica costituirà, anche per il 2021, un sicuro punto di riferimento. Nello specifico i temi che saranno portati avanti e che costituiscono expertise di Si.Camera riguardano l'Imprenditorialità Femminile, la valorizzazione della Proprietà Industriale e le misure agevolative, l'assistenza tecnica per la semplificazione amministrativa, la programmazione e lo sviluppo territoriale, il supporto organizzativo, la gestione dei processi e delle performance, la rendicontazione sociale e di mandato.

Riepilogo commesse previste per il 2021

Cliente	Progetto	Valore progetti 2021	Costi di personale	Costi esterni
Unioncamere	Programma Disegni e Modelli	594.732	324.000	110.000
	Programma Marchi	376.847	205.000	70.000
	Supporti metodologici e organizzativi 2021	215.478	148.211	9.032
	Sviluppo gestionale e Performance management 2020	153.928	100.279	12.048
	Agenda digitale semplificazione ed E-Gov -assistenza 2021	127.169	69.600	23.200
	Imprenditorialità femminile e assistenza tecnica ai Comitati	98.665	55.000	17.000
	Programma Marchi Collettivi	98.665	56.000	16.000
	Affiancamento al Sistema Camerale in tema di aiuti di Stato	88.388	31.500	33.000
	Supporto Fondo di Compensazione	65.777	48.000	0
	Agenda digitale semplificazione ed E-Gov -assistenza 2020	56.184	41.000	0
	Supporto tecnico all'attività del Punto Singolo di Contatto	49.267	21.040	14.912
CCIAA Varie	Azione di supporto alla rete camerale sui temi della proprietà industriale e dell'anticontraffazione- 2021	39.740	17.000	12.000
	Bilanci di mandato (3)	43.851	30.000	2.000
	Customer satisfaction (5)	34.156	10.975	13.950
	Assistenza Ciclo performance (2)	28.380	18.210	2.500
AS Promobrindisi	Percorso formativo "Match Scuola-Impresa"	2.875	1.311	690
Centro Studi	Convenzione - Spazi	57.401	0	57.401
	Convenzione – Supporto amministrativo	19.000	11.400	0
Dintec	Convenzione - Spazi	93.566	0	93.566
	Convenzione – Supporto paghe	6.960	4.176	0
ISMEA	Competitività Imprese Agricole	9.000	5.400	0
<i>Riduzione prudenziale dei costi esterni</i>		-205.553	0	-150.000
TOTALE AREA		2.054.476	1.198.102	337.299

4.3.1 > PROPRIETÀ INDUSTRIALE E AIUTI DI STATO

La linea di attività è rivolta, prioritariamente, a [Unioncamere](#) nell'ambito di ampi e articolati programmi a valenza nazionale; beneficiari finali di tali iniziative di servizio sono [CCIAA](#), [Unioni Regionali](#) e [Aziende Speciali](#) nonché, [micro, piccole e medie imprese](#). La linea di attività è attivata anche direttamente dagli enti camerali attraverso commesse ad hoc.

La linea di attività coglie un fabbisogno di assistenza tecnica qualificata, sempre più avvertito dalle Amministrazioni pubbliche chiamate soprattutto nell'attuale momento storico a fornire un sostegno forte alla tenuta economica, in merito a:

- gestione di iniziative per lo [sviluppo della proprietà Industriale](#) finalizzate alla crescita della competitività dei territori. In tal senso, la linea di servizio intende rispondere sia a fabbisogni interni all'ente camerale per una crescente qualificazione delle attività amministrative e di presidio informativo svolte dagli UBM camerali, sia a fabbisogni esterni per promuovere la diffusione degli strumenti di tutela della proprietà industriale, quale strumento di competitività delle imprese, consapevoli della rilevanza che la P.I. ha nei processi di innovazione aziendale e di penetrazione su nuovi mercati;
- gestione di [interventi agevolativi](#) messi in atto a sostegno delle attività economiche - e con particolare riferimento ai titoli di Proprietà industriale - nel rispetto delle regole europee della concorrenza che disciplinano condizioni e limiti a cui le amministrazioni pubbliche sono chiamate ad attenersi per la [concessione di contributi alle imprese](#);
- [adempimento](#) alle [previsioni normative](#) contenute nel Decreto ministeriale 115/2017 recante la disciplina per il funzionamento del Registro nazionale degli aiuti di Stato che ha introdotto obblighi di interrogazione del Registro in quanto *condizione legale di efficacia dei provvedimenti che dispongono concessioni ed erogazioni* di aiuti alle imprese.

In risposta al fabbisogno rilevato, l'offerta di servizi su cui si focalizza la linea è l'affiancamento al committente, Unioncamere ed enti camerali (ma in prospettiva anche altre amministrazioni pubbliche), che prevede, per il tema valorizzazione della proprietà industriale:

- la progettazione e gestione di [misure agevolative](#), di rilevanza nazionale, per la crescita della competitività del sistema produttivo, facendo leva sullo sviluppo della proprietà industriale;
- la progettazione e gestione di [iniziative di aggiornamento normativo e assistenza tecnica](#) rivolte a funzionari camerali, imprese, professionisti, ecc.;
- la progettazione e realizzazione di [interventi di informazione e sensibilizzazione](#) per la crescita della cultura brevettuale, la tutela del consumatore rispetto a prodotti /azioni di contraffazione, rivolti a imprese, professionisti, sistema universitario, ecc.

In tema di [Aiuti di Stato](#):

- [l'ideazione di interventi agevolativi](#): ambito di intervento, inquadramento del regime di aiuto, individuazione dei beneficiari e delle attività/spese ammissibili, quantificazione del contributo, modalità di partecipazione, ecc.;
- [l'assistenza tecnico-specialistica](#) per la redazione del Bando/Avviso, definizione disciplinare di valutazione, gestione della fase istruttoria (dall'esame delle domande presentate dalle imprese, alla verifica dei requisiti, del rispetto della normativa in tema di fino alla determinazione del contributo), gestione servizi informativi rivolto ai potenziali beneficiari;
- [il monitoraggio](#) in itinere delle domande di finanziamento nelle fasi di attuazione e nell'impiego delle risorse assegnate e [rendicontazione](#) dell'intervento agevolato: verifica della coerenza delle attività realizzate e dei risultati raggiunti, analisi contabile della documentazione trasmessa e dei giustificativi prodotti.

L'attività di assistenza tecnica è centrata su specifici progetti su cui Si.Camera ha consolidato, negli anni, il suo ruolo di struttura tecnica dotata di competenze e know-how specialistico.

- ⇒ **Disegni+.** Bando finalizzato alla concessione di agevolazioni alle imprese per la valorizzazione dei disegni e modelli
- ⇒ **Marchi+.** Bando finalizzato alla concessione di agevolazioni alle imprese per favorire l'estensione all'estero di marchi nazionali
Si tratta di un'azione di servizio importante divenuta ormai strutturale all'interno della programmazione annuale dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del MISE, che vede Unioncamere come soggetto gestore e Si.Camera sui bracci operativi. Per ciascuno dei Bandi l'Area assicura una task force di assistenza tecnica in grado di presidiare tutte le attività progettuali in affiancamento a Unioncamere a partire dalla fase di progettazione dell'iniziativa e curando l'istruttoria delle domande, la gestione dei siti di progetto, il monitoraggio continuo delle attività, un servizio di assistenza telefonica e un help desk informativo via mail per le imprese potenziali beneficiarie per arrivare fino alla chiusura del procedimento amministrativo con l'erogazione dei relativi incentivi.
- ⇒ **Marchi collettivi.** Bando per la concessione di agevolazioni ad associazioni titolari di marchi collettivi o di certificazione, per il quale Si.Camera ne ha curato l'ideazione e la stesura del Bando stesso e garantirà il supporto operativo per l'intera gestione della misura.
- ⇒ **Azione di supporto alla rete camerale sui temi della proprietà industriale e dell'anticontraffazione.** Si tratta di un'importante azione di sistema Unioncamere ideata e attuata, a partire dall'annualità 2018, con il supporto di Si.Camera e in stretta collaborazione con la DG per la Tutela della Proprietà Industriale - UIBM. L'azione prosegue anche nel 2021. Obiettivo è qualificare l'attività amministrativa di competenza degli Uffici brevetti camerale e i compiti che le CCIAA sono chiamate a svolgere quali Uffici riceventi per il deposito cartaceo dei titoli di proprietà industriale, ma anche valorizzare l'azione di presidio informativo assicurato sul territorio insieme ai Centri di documentazione (Patent Library, PATLIB) e di informazione brevettuale (Patent Information Point, PIP). L'azione prevede il consolidamento delle competenze della rete territoriale con momenti formativi di aggiornamento e approfondimento tecnico-normativo; un servizio di assistenza tecnica, gestito con il supporto dello stesso UIBM, rispetto a quesiti e problematiche riscontrate dagli Uffici camerale nella gestione delle attività ordinarie, la prosecuzione dell'attività di assistenza tecnica - con il coinvolgimento di un Gruppo di lavoro formato da funzionari camerale - finalizzata a fornire spunti e riflessioni allo stesso UIBM per migliorare la procedura di registrazione delle domande di deposito dei titoli di proprietà industriale e revisionare le Istruzioni operative rivolte all'utenza per il deposito.
- ⇒ **Azione di affiancamento al sistema camerale in tema di Aiuti di stato.** Ulteriore azione di sistema - avviata nel 2017 per accompagnare gli enti camerale nella gestione delle fasi di start-up dell'operatività del Registro Nazionale degli aiuti di Stato implementato dalla Direzione Generale per gli Incentivi alle imprese (Legge n. 115/2017) - sarà, nella prossima annualità, una iniziativa di grande impegno per le risorse dell'Area, così come è avvenuto nel corso degli ultimi mesi, per effetto delle ricadute economiche generate dalla pandemia da COVID-19. L'improvvisa emergenza sanitaria ha prodotto a livello mondiale un grave shock per i mercati e per i sistemi produttivi che continuerà, come ormai evidente, ancora per diversi mesi. I tanti provvedimenti normativi e le misure adottate a livello comunitario per il sostegno alla liquidità delle imprese, e più in generale per il sostegno all'economia, hanno generato la necessità di un continuo e tempestivo fabbisogno informativo e di assistenza tecnica a cui Unioncamere, con il supporto di Si.Camera, continuerà a dare risposta per tutto il 2021. Il servizio prevede: il presidio continuo sulla normativa aiuti di più diretto interesse per il sistema camerale, l'aggiornamento tempestivo delle competenze delle risorse camerale che seguono il tema Aiuti all'interno degli enti, l'affiancamento alle CCIAA con un servizio informativo tecnico-specialistico di risposta a esigenze specifiche in materia di adozione di regime agevolativi e concessioni di contributi alle imprese, la condivisione di buone pratiche.

KNOW-HOW → Competenze, conoscenze e abilità operative specifiche e distintive sui temi della Proprietà industriale, insieme a practice lavorative e metodologie progettate e sperimentate, costituiscono un *plus* di Si.Camera. Skills che nel tempo, anche con l'istituzione del Registro Nazionale Aiuti di Stato, si sono estese al tema più ampio degli aiuti alle imprese e che, anche in questo caso, hanno consentito a Si.camera di divenire il luogo di riferimento del sistema camerale, riconoscibile su tali tematiche. In tale ambito, l'investimento condotto negli anni nelle alleanze strategiche e tecnico scientifiche costituisce un indubbio valore di Si.Camera.

AZIONI DI SVILUPPO → Per entrambe le tematiche, azioni di sviluppo possono essere individuate nella creazione di Tavoli di lavoro (in parte già proficuamente sperimentata) composti da referenti Unioncamere, del sistema camerale ed esperti tematici, con l'obiettivo di elaborare orientamenti condivisi e indicazioni operative di immediato utilizzo rispetto a questioni di particolare rilevanza, al fine di armonizzare la risposta di servizio delle Camere di commercio sui territori.

Per quanto riguarda le **attività di programmazione territoriale e sviluppo locale** in senso stretto, i destinatari sono prioritariamente le **CCIAA** da affiancare nella realizzazione di iniziative per la crescita delle imprese e dei territori che in esse insistono. Destinatari possono essere anche **enti e istituzioni** che operano per lo stesso obiettivo. Si tratta essenzialmente di azioni attivate da una committenza diretta. Le attività mirano a dare risposta a **fabbisogni diversificati di sviluppo** focalizzati sia sulle criticità da superare sia sulle opportunità da cogliere per la crescita del tessuto imprenditoriale. Riguardo alle criticità, i percorsi di assistenza sono orientati a contrastare la denatalità imprenditoriale, la diminuzione del peso dell'imprenditorialità giovanile, il basso tasso di sopravvivenza delle imprese, l'urgenza di ripensare all'offerta e ai modelli organizzativi dell'impresa, il *mismatching* tra domanda e offerta di lavoro; la prevenzione della crisi di impresa. Quanto alle opportunità, la sfida dell'azione di affiancamento è nella promozione dell'innovazione, a tutto tondo, quale leva strategica per la competitività e la penetrazione di mercati esteri. Inoltre, il ruolo importante che le CCIAA possono rivestire nella nuova programmazione comunitaria 2021-2027 fa emergere ambiti originali di assistenza in termini di supporto nella lettura dei fabbisogni, secondo le direttrici dell'impegno comunitario, e nella messa a punto di strumenti e metodologie di analisi a supporto dei decisori istituzionali.

Cura lo scouting delle opportunità finanziarie per le PMI e fornisce servizi di accompagnamento a aspiranti imprenditori, finalizzati alla redazione del business plan.

Attiva laboratori territoriali, percorsi di tutoraggio, mentoring e counselling, realizza audit e check up aziendali; orienta le imprese verso formule aggregative.

All'interno della presente linea progettuale si colloca, altresì, l'attività di assistenza tecnica per soggetti esterni al sistema camerale (nel caso specifico Ismea per le iniziative della Rete Rurale Nazionale programmazione 2021-2023, Feasr - Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale) che impegna Si.Camera nella definizione di schede "prodotto/paese" con particolare riferimento all'espansione su mercati esteri delle aziende agricole e agroalimentari. Ciascuna scheda fornisce un contributo di conoscenza dotando gli operatori di uno strumento concreto di valutazione delle opportunità e delle condizioni tecnico-operative necessarie a esportare. Le informazioni rilasciate sul paese di riferimento, riguardano in particolare: il posizionamento competitivo dei concorrenti, le caratteristiche e grado di apertura del mercato, dazi e imposte, documenti, certificati doganali e di trasporto, normativa sanitaria e fitosanitaria, etichettatura e imballaggio, spedizione temporanea per partecipare a fiere e mostre, autorità competenti, ecc.

KNOW-HOW → Si.Camera ha una consolidata esperienza nella realizzazione di progetti articolati e integrati - basati sull'affiancamento e l'assistenza tecnica - e di prodotti informativi che possono costituire la migliore risposta per sostenere il rilancio dei territori, dei settori produttivi e quindi delle imprese.

AZIONI DI SVILUPPO → Attraverso le CCIAA, sostenere le PMI, incoraggiare l'imprenditorialità innovativa, valorizzare le filiere produttive, promuovere l'innovazione e l'efficienza aziendale. Creazione di una rete territoriale di stakeholder, a partire dalla centralità delle CCIAA, per focalizzare i bisogni delle imprese e declinarli in modalità e strumenti operativi per la costruzione di soluzioni condivise (es. azioni di orientamento alla cultura di impresa e all'educazione imprenditoriale e manageriale, placement, competenze). Accompagnare i processi innovativi delle imprese e reinterpretare l'economia della conoscenza anche in un'ottica di economia digitale.



C'è poi un altro filone, che fa capo a questa linea operativa di lavoro, i cui destinatari sono sia **Unioncamere**, impegnata nel percorso di convergenza verso il *Single Digital Gateway* (Regolamento UE 2018/1724 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 2/10/2018) che andrà a integrare una serie di reti e servizi istituiti a

livello nazionale e dell'UE, sia le [CCIAA](#), sulla base di programmi di lavoro a livello nazionale promossi da Unioncamere nell'ambito delle iniziative di sistema ovvero in base all'attivazione di percorsi ad hoc tramite committenza diretta.

Imprese, professionisti e cittadini che vogliono spostarsi in un altro Stato dell'UE oggi ancora incontrano ostacoli dovuti alla complessità della normativa e delle procedure. La ricerca di informazioni risulta difficile e l'utente viene reindirizzato a diversi siti web che non contengono le informazioni richieste oppure non garantiscono qualità o affidabilità delle informazioni fornite. Molte procedure sono ancora basate su sistemi cartacei e, inoltre, imprese e cittadini transfrontalieri incontrano spesso problemi dovuti alla carenza di sistemi che garantiscano l'accesso alle procedure amministrative in paesi diversi da quello di origine, né sono a conoscenza dei servizi di assistenza disponibili per la soluzione di problemi. Per ovviare a tali carenze e rispondere alle esigenze di maggiore mobilità europea, rendendo disponibili a livello transfrontaliero servizi pubblici on line end to end rilevanti, personalizzati e intuitivi e riunire e razionalizzare le diverse fonti a livello nazionale e internazionale per orientare imprese, professionisti e cittadini verso una corretta *e-government* in tutta l'Unione, il Parlamento europeo e il Consiglio hanno adottato il Regolamento n.1724/2018 per lo "Sportello Unico", esclusivo punto di accesso alle informazioni sulle regole vigenti a livello nazionale e europeo in diversi settori, tra i quali la creazione di impresa e l'esercizio di attività professionali regolamentate.

Il lavoro condotto negli anni da Unioncamere, anche tramite l'assistenza tecnica di Si.Camera, ha consentito di accompagnare il consolidamento e il rafforzamento del posizionamento del sistema camerale rispetto all'offerta dei servizi digitali, permettendo, in parallelo, il progressivo processo di trasformazione digitale degli Enti camerali. Ciò viene incontro anche all'esigenza di una semplificazione amministrativa in termini di cambiamento complessivo, finalizzato a rendere l'azione del sistema camerale più efficiente e rapida sia verso l'interno che verso l'esterno.

Le CCIAA devono essere supportate verso l'attuazione delle strategie previste dal nuovo Piano Triennale 2020-2022 per l'informatica nella Pubblica Amministrazione che promuove la trasformazione digitale del Paese e nella PA. In tal senso, il potenziamento e la crescita di una community digitale sono punti fondamentali per facilitare il confronto e la condivisione di buone pratiche all'interno del sistema camerale. Al contempo, la piattaforma della community può fungere da fonte di informazione/formazione per i digital player, per acquisire nuovi contenuti sempre più in linea con gli attuali scenari di cambiamento e trasformazione di strumenti e modelli organizzativi di lavoro.

L'attività di assistenza tecnica è focalizzata su specifici progetti che fanno riferimento ad una linea strategica di Unioncamere per il 2021:

[Supporto tecnico all'attività del Punto singolo di Contatto \(PSC\)](#)

Nel percorso di convergenza verso lo Sportello Unico Digitale, Unioncamere è fortemente impegnata, perché in attuazione di quanto previsto dalla Direttiva Servizi (la Direttiva 2006/123/CE), il portale www.impresainungiorno.gov.it è punto singolo di contatto nazionale (PSC) attraverso il quale imprese e professionisti possono richiedere informazioni relativamente alla prestazione occasionale e temporanea di servizi e all'esercizio del diritto di stabilimento nell'Unione europea.

Si.Camera affianca gli uffici di Unioncamere impegnati nelle azioni evolutive e di gestione del Point of Single Contact nazionale e in quelle operative (interne) e collaborative (esterne) relative all'istituzione del Single Digital Gateway. Si.Camera si occupa – in stretto raccordo con il Dipartimento per le Politiche Europee, Agid e Infocamere – dell'assistenza tecnica operativa on demand ai prestatori di servizi e alle imprese destinatarie di servizi con una sorta di "consulenza personalizzata" sugli aspetti giuridici connessi alla libera circolazione di servizi nonché fiscali, amministrativi, assicurativi e previdenziali e dell'aggiornamento dei contenuti web e della tipologia di servizi informativi e di assistenza del PSC.

Semplificazione, innovazione e competenze digitali, open-government

L'obiettivo è quello di sostenere la crescita di un ecosistema professionale, i cui componenti siano compresi fra quanti nel sistema camerale operano a supporto dei processi collegati allo sviluppo del digitale (servizi camerale in essere e/o da sviluppare), con particolare riferimento alle competenze e alle soft skills da possedere per esercitare tale ruolo. Il presupposto del lavoro, quindi, fa riferimento alla gestione funzionale, engagement, fidelizzazione e animazione di una comunità camerale in grado di accrescere le proprie abilità e competenze in ambito digitale. Inoltre, Si.Camera mette a disposizione la sua expertise per la progettualità centrata sull'*open government* attraverso il quale il Sistema camerale contribuisce a comporre l'annuale Action Plan nazionale, coordinato dal Dipartimento della Funzione Pubblica per conto del Governo; monitoraggio, reportistica e sviluppo della sezione "open data" sul portale www.camcom.gov.it.

KNOW-HOW → Si.Camera ha internalizzato diverse competenze sulla legislazione europea in materia di mercato interno e di semplificazione del contatto di imprese e cittadini con i servizi di informazioni, procedure, assistenza e risoluzione dei problemi a livello nazionale ed europeo. Siede a tutti i tavoli e riunioni di coordinamento ed è diventata un punto di riferimento per il Dipartimento per le Politiche europee, AGID e tutte le amministrazioni competenti in tema di qualifiche professionali e professioni regolamentate anche per il supporto specialistico nell'implementazione dei contenuti web del sito.

In continuità dal 2014 Si.Camera inoltre si occupa, a supporto di Unioncamere, di attività afferenti ai temi relativi alla declinazione dell'Agenda digitale e dell'Open Government, maturando in tale direzione conoscenze e abilità professionali, oltre ad affiancare le CCIAA, insieme e per conto di Unioncamere, nei processi di animazione di comunità professionali impegnate con il digitale e la semplificazione.

AZIONI DI SVILUPPO → Lavorare a un upgrade evolutivo delle azioni condotte nelle annualità precedenti, capitalizzando i risultati finora conseguiti e in linea con gli elementi di novità dei piani e delle strategie nazionali e dell'Unione Europea: questo l'obiettivo.

Si.Camera ha iniziato a lavorare allo scorporo della sezione PSC dal portale "impresainungiorno", così da migliorare ulteriormente la disponibilità e la qualità delle informazioni, compresa la facilità d'uso e l'accessibilità della rete e soprattutto la digitalizzazione delle procedure e l'accesso alle stesse per gli utenti transfrontalieri anche sulla base del principio "una tantum".

Inoltre, sarà proposta la creazione di **nuovo Forum di progetto** che sviluppi il tema dell'Intelligenza Artificiale, dove si possono attivare expertise e condividere riflessioni e documenti all'interno della community. L'intento è quello di integrare le diverse competenze con un approccio multidisciplinare per affrontare, gestire e sfruttare la trasformazione digitale nelle attività e nei servizi posti in essere dal sistema camerale.

Le attività sono a supporto di [Unioncamere](#), delle [CCIAA](#) e della rete dei [Comitati per l'imprenditorialità femminile](#) composti da rappresentanti del mondo associativo.

Riguardano la promozione ed il sostegno alla nascita e al consolidamento delle imprese femminili per favorirne l'occupazione e l'aumento di competitività dei sistemi produttivi locali e del Paese, focalizzando la risposta di servizio sull'esigenza di superare le criticità del fare impresa al femminile (accesso al credito, fisco, burocrazia, conciliazione tempi di vita e di lavoro) e di valorizzare le potenzialità della presenza della risorsa femminile nei contesti imprenditoriali.

Si tratta di linee di intervento che si pongono in coerenza con l'impegno di Unioncamere che ha individuato nel sostegno all'imprenditorialità femminile una delle linee strategiche del sistema camerale per il prossimo anno nonché nel medio termine.

Si.Camera eroga una specifica attività di assistenza tecnica sia a Unioncamere nell'interlocuzione con gli stakeholder sia alla rete dei comitati camerali in base a quanto previsto dal Protocollo d'intesa Unioncamere-MiSE-Ministero per le Pari Opportunità. Mette a disposizione di tutti i soggetti interessati un patrimonio di informazioni statistico-qualitative, quale indispensabile supporto di conoscenza per chiunque sia chiamato a operare scelte idonee a incidere sulla realtà dell'imprenditorialità femminile. Eroga un servizio informativo specificatamente sulle principali novità legislative "tematiche" che impattano direttamente e/o indirettamente sulle attività delle Camere e dei Comitati e sulle agevolazioni e "opportunità a tutto tondo" per chiunque voglia avviare o consolidare un'attività imprenditoriale. Realizza azioni di sensibilizzazione e in particolare la manifestazione itinerante "Il Giro d'Italia delle donne che fanno impresa" e anima il network con l'aggiornamento dei contenuti del portale web dedicato e la messa a fattor comune di iniziative provenienti da diverse realtà camerali. Diffonde presso le CCIAA la pianificazione di policy di genere, non soltanto per ragioni di maggiore equità, ma soprattutto in una logica di crescita e sviluppo.

KNOW-HOW → In termini di competenze tecniche e relazionali, Si.Camera può vantare un know specifico, fungendo da "focal point" sulla tematica sia rispetto a Unioncamere, sia rispetto al sistema camerale territoriale e agli stakeholder istituzionali.

AZIONI DI SVILUPPO → I risultati dell'ultimo Rapporto Nazionale "Impresa in genere" (il quarto) evidenziano come le donne stiano subendo maggiormente gli effetti della pandemia COVID 19 causando una frenata della natalità imprenditoriale. I dati sono stati determinanti nell'orientare le recenti scelte governative verso la proposta nella legge di Bilancio di un "Fondo impresa femminile" per promuovere e sostenere l'avvio e il rafforzamento dell'imprenditoria femminile e massimizzare il contributo delle donne allo sviluppo economico e sociale del Paese. Con riferimento a questa tematica Unioncamere ha anche sviluppato alcune proposte di interventi camerali supportati dalle risorse del Recovery Plan.

Su tali premesse, particolarmente impegnativo si delinea l'impegno per il prossimo anno di Si.Camera, chiamata a potenziare la sua attività di assistenza qualificata alle camere di commercio e ai comitati per l'imprenditoria femminile (CIF), che dovranno agire un ruolo importante di collaborazione con gli altri attori istituzionali dei territori di riferimento, oltre ad essere investiti di un'azione informativa e di sensibilizzazione mirata a promuovere le opportunità del Fondo.

Si.Camera potrà, inoltre, lavorare a iniziative dedicate anche presso le scuole superiori e le università; supportare la creazione di partenariati tra imprese femminili – anche in ambito europeo - sul tema dei servizi per la conciliazione vita-lavoro e attivare servizi di mentoring per le imprese femminili.

I destinatari delle attività sono le **CCIAA**, sulla base di programmi di lavoro di respiro nazionale promossi da Unioncamere nell'ambito delle iniziative di sistema ovvero in base all'attivazione di percorsi ad hoc tramite committenza diretta

L'esigenza di base è quella di garantire il rispetto di tutta quella *congrèrie* di **previsioni normative**, che nel tempo si sono succedute in materia di Ciclo della performance e, più in generale, in riferimento alla pianificazione delle amministrazioni pubbliche. Accanto a tali istanze, riconducibili alla *compliance*, s'innesta la possibilità di sviluppare al meglio il Ciclo della performance, rendendolo uno strumento utile per il governo del singolo ente e ottimizzando al contempo l'impegno e il carico di lavoro degli uffici camerali preposti (segnatamente quelli preposti al Controllo di gestione). Inoltre, le CCIAA possono essere messe in grado di valorizzare le **potenzialità informative** delle Banche dati di sistema, con i loro indicatori di efficacia, efficienza, qualità ed economico-patrimoniali, le cui potenzialità sono ancora solo parzialmente sfruttate presso la generalità delle Camere. Ciò potrà, infine, contribuire a migliorare la capacità di costruire reportistica sui fenomeni gestionali a beneficio dei diversi livelli direzionali delle CCIAA.

Il punto di partenza e il presupposto del lavoro consiste nel supporto consolidato e continuativo che viene fornito a Unioncamere nella **definizione di linee guida, modelli e strumenti** a livello nazionale per la gestione del Ciclo della performance, nonché del monitoraggio delle diverse prassi.

Ciò consente a SiCamera di poter offrire una **consulenza nell'impostazione del performance management** dei singoli enti, a partire dall'annuale definizione e aggiornamento del "Sistema di misurazione e valutazione", a cui si accompagna l'attività di configurazione e implementazione del ciclo nell'ambito del Sistema informativo. Sulla scorta di tale piattaforma, SiCamera fornisce **assistenza tecnica nel presidio delle attività operative e degli adempimenti**, dall'individuazione di obiettivi, indicatori e target; alla definizione dei Report di monitoraggio e reporting, alla supervisione di Piano della performance e Relazione sulla performance.

A completamento di tale pacchetto, è possibile garantire **assistenza nell'alimentazione e fruizione delle Banche dati di sistema** mediante la costruzione di dossier, focus e report strutturati riguardanti sia la gestione dell'ente nel suo complesso sia eventuali approfondimenti specifici su singoli aspetti o processi.

Infine, SiCamera mette a disposizione la sua *expertise* per l'effettuazione di indagini di **customer satisfaction**, al fine di rilevare la cd "qualità percepita" da parte di imprese e utenti ed elaborare analisi relativamente ai livelli di soddisfazione dei servizi.

KNOW-HOW → Metodologie e strumenti che Si.Camera ha contribuito a progettare.

AZIONI DI SVILUPPO → Creazione di un network di controller, nell'ambito del quale sviluppare un percorso misto di formazione, attività laboratoriale, gruppi di lavoro e di confronto per approfondire tematiche quali la valutazione della performance, la costruzione di KPI e le modalità per un'efficace reportistica agli organi direttivi delle CCIAA, quale occasione per la condivisione e lo scambio di buone prassi operative.



Collegato al tema più generale del performance management, c'è quello della [sostenibilità e della rendicontazione sociale e di mandato](#). Destinatario di questa linea di servizio sono le [CCIAA](#), in particolare quelle con organi in scadenza.

Il reporting di un'organizzazione, soprattutto se si tratta di un'amministrazione pubblica, non può essere confinato agli aspetti economici e finanziari. È opportuno rendere conto agli stakeholder – imprese, associazioni, altre PA, ecc. – circa l'utilità dell'azione dispiegata nel contesto di riferimento (in questo senso, si parla di rendicontazione "sociale"). Siamo nel campo del [non-financial reporting](#) che, seppure non previsto da disposizioni normative, può contribuire a migliorare posizionamento e percezione della Camera rispetto ai propri interlocutori. Ciò può apportare benefici in termini di [visibilità](#), [reputazione](#) e [accountability](#) verso i portatori d'interesse. Ci può poi essere, in particolare, un interesse da parte delle amministrazioni, al termine di un ciclo dei propri organi, di rendicontare i risultati conseguiti tramite le politiche nel corso di un ampio intervallo temporale, corrispondente in genere al mandato di 5 anni.

Si.Camera eroga interventi di affiancamento e consulenza riguardanti:

- la mappatura degli stakeholder, definizione del perimetro di rendicontazione, raccolta delle informazioni (indicatori) da rendicontare e definizione della struttura (indice) dei documenti;
- la redazione del [Bilancio sociale](#) (strumento annuale da realizzare in coerenza con le principali prassi metodologiche e professionale) e/o del [Bilancio di mandato](#) (documento da realizzare al termine del periodo di vigenza degli organi al fine di illustrare i risultati conseguiti);
- strumenti informativi a supporto (infografiche) e gestione di eventuali azioni di comunicazione per divulgare il Bilancio sociale/di mandato.

KNOW-HOW → oltre all'approfondita conoscenza delle tecniche e delle metodologie della rendicontazione sociale, il gruppo di lavoro Si.Camera detiene una significativa conoscenza e padronanza delle informazioni e degli indicatori che le [CCIAA](#) annualmente rilevano, che possono essere utilmente capitalizzati ai fini del reporting sociale e di mandato.

AZIONI DI SVILUPPO → ideare un format digitale standard, che possa garantire al contempo vantaggi di efficienza nella realizzazione, snellezza e usabilità nei canali social e della comunicazione digitale.

5 – CONTO ECONOMICO PREVISIONALE 2021

Il conto economico previsionale per il 2021, coerentemente con le linee di attività puntualmente descritte in precedenza e valorizzate per singolo progetto atteso, evidenzia in sintesi quanto segue:

Descrizione	Ricavi (€)	Ore dirette lavorate (€)	Costi esterni (€)
Progetti area Comunicazione e digitale	2.849.099	834.186	1.241.347
Progetti area Formazione e sviluppo competenze	2.525.655	1.302.890	498.003
Progetti area Assistenza tecnica	2.054.476	1.198.102	337.299
Distacchi	510.545	510.545	0
Obiettivo Commerciale	570.973	416.662	0
TOTALE	8.510.748	4.262.385	2.076.649

Le previsioni evidenziano ricavi stimati in 8,51 M€, in aumento rispetto a quelli dell'esercizio precedente principalmente per effetto di un maggior ricorso alle forniture esterne. Giova ricordare, infatti, che nel rispetto delle disposizioni normative, i corrispettivi delle prestazioni sono determinati dai costi sostenuti per l'esecuzione dei servizi.

I costi diretti esterni (2,08 M€), necessari alla realizzazione delle attività previste, sono stati stimati sulla base dell'esperienza storica ed in linea con le esigenze progettuali.

I costi del personale sono stati calcolati valorizzando ogni singolo lavoratore al proprio costo presunto per il 2021 suddividendo le ore impegnate sui singoli progetti di produzione (4,26 M€) o sulle funzioni di staff (0,42 M€). L'incremento dei costi interni di produzione per circa 49 mila euro è dovuto alla previsione di assunzione di una figura professionale di *graphic designer* inquadrabile al primo livello del CCNL per 24 mesi rinnovabili.

Anche per quanto riguarda gli altri costi di gestione, si evidenzia che gli stessi seguono complessivamente l'andamento dell'esercizio in corso.

Più specificatamente, le spese per il godimento di beni di terzi (275 mila euro), consistenti nella parte di affitto dell'immobile che residua a carico della società, diminuiscono per effetto di una ridefinizione logistica degli spazi con un conseguente maggior addebito alle altre strutture ospitate.

I costi per gli organi statutari (78 mila euro) rappresentano la stima puntuale dei costi che sono stati deliberati per il Consiglio di amministrazione, il Collegio sindacale e l'Organismo di controllo analogo; tali costi sono maggiorati delle possibili spese di viaggio che presumibilmente saranno sostenute nel corso del prossimo esercizio.

Nelle spese per i servizi informatici (146 mila euro) sono stati considerati i costi da sostenere per i servizi di connessione internet su linea di fibra ottica, di connessione remota, di hosting nonché per canoni di utilizzo di software di generale utilizzo.

I costi per servizi professionali (358 mila euro) corrispondono alla stima dei costi da sostenere per la direzione operativa, la consulenza notarile, legale, fiscale, contabile e del lavoro e sulla contrattualistica e-procurement. In tale voce insiste anche i compensi attribuiti all'Organismo di vigilanza e all'Organismo interno di valutazione delle performance, nonché alla sorveglianza sanitaria.

Una parte significativa dei costi di funzionamento è dovuta alla previsione dell'Iva non detraibile (500 mila euro) – correlata all'aumento dei costi esterni di progetto – in quanto l'effettuazione di operazioni in regime di esenzione comporta, per disposizione normativa, l'impossibilità alla detrazione dell'Iva assolta sugli acquisti.

Conto economico previsionale 2021 e confronto con il preconsuntivo 2020

	Preconsuntivo 2020		Budget 2021	
A RICAVI	7.641.170 €	100,00%	8.510.748 €	100,00%
Progetti Unioncamere / PA	3.987.510 €	52,18%	5.319.223 €	62,50%
Progetti Unioncamere	1.800.426 €	23,56%	1.462.105 €	17,18%
Progetti CCIAA / Altro	1.308.497 €	17,12%	1.218.875 €	14,32%
Distacchi presso Unioncamere	407.934 €	5,34%	411.201 €	4,83%
Distacchi presso altri soggetti	136.804 €	1,79%	99.344 €	1,17%
B COSTI DIRETTI	5.675.934 €	74,28%	6.339.034 €	74,48%
Costi diretti interni	4.213.155 €	55,14%	4.262.385 €	50,08%
Costi diretti esterni	1.462.779 €	19,14%	2.076.649 €	24,40%
MARGINE DI CONTRIBUZIONE (A-B)	1.965.236 €	25,72%	2.171.714 €	25,52%
C COSTI GENERALI	1.857.408 €	24,31%	1.965.779 €	23,10%
Costi personale per funzioni di staff	418.432 €	5,48%	421.219 €	4,95%
Costi di funzionamento	1.438.976 €	18,83%	1.544.560 €	18,15%
<i>Godimento beni di terzi</i>	285.000 €		275.000 €	
<i>Organi statutari</i>	69.400 €		78.760 €	
<i>Servizi informatici</i>	141.976 €		146.000 €	
<i>Servizi specialistici</i>	358.600 €		358.600 €	
<i>Iva non detraibile</i>	450.000 €		500.000 €	
<i>Oneri diversi di gestione</i>	134.000 €		186.200 €	
EBITDA (A-B-C)	107.828 €	1,41%	205.935 €	2,42%
D AMMORTAMENTI E ACCANTONAMENTI	104.054 €	1,36%	158.025 €	1,86%
Ammortamenti e svalutazioni	104.054 €	1,36%	158.025 €	1,86%
Accantonamenti	- €	0,00%	- €	0,00%
E GESTIONE FINANZIARIA	1.500 €	0,02%	- €	0,00%
Proventi Finanziari	- 4.200 €	-0,05%	- €	0,00%
Oneri Finanziari	5.700 €	0,07%	- €	0,00%
F GESTIONE STRAORDINARIA	- 92.000 €	-1,20%	- €	0,00%
Sopravvenienze attive	- 92.000 €	-1,20%	- €	0,00%
Sopravvenienze passive	- €	0,00%	- €	0,00%
G IMPOSTE	60.000 €	0,79%	30.000 €	0,35%
Imposte sul reddito del periodo	60.000 €	0,79%	30.000 €	0,35%
RISULTATO NETTO DEL PERIODO	34.274 €	0,45%	17.910 €	0,21%

Negli oneri diversi di gestione (186 mila euro) sono stati inseriti i costi inerenti allo stabile sede operativa dell'azienda, tra cui la manutenzione, le pulizie e il materiale igienico sanitario, assicurazioni, quote associative ed altri costi di gestione ordinaria. Tali costi presentano un aumento di 52 mila euro per la necessità di effettuare alcuni lavori per la messa in sicurezza dello stabile nonché nella previsione di favorire l'esodo di unità di personale.

Gli ammortamenti di beni materiali ed immateriali (158 mila euro) tengono conto di un piano aggiornato all'acquisizione del nuovo ramo di azienda "formazione" nel quale insistono piattaforme informatiche specifiche per l'erogazione dei servizi.

Infine, le imposte sul reddito del periodo (30 mila euro) sono riferibili alle imposte correnti calcolate su un reddito imponibile presunto in base all'esperienza storica aziendale.

Tale scenario evidenzia lo sforzo della società volto a tenere sotto controllo le spese di funzionamento, così come previsto dalla normativa in vigore (art.19 c.5 e 6 del TUSP).

Da un'analisi del portafoglio delle commesse, si segnalano **ricavi per 2,06 M€ già acquisiti**, in quanto prosecuzione di attività contrattualizzate nel corso del 2020 e che termineranno nel 2021, oltre ad **ulteriori attività su progetti e servizi prestati in via continuativa con una produzione attesa di 5,37 M€**.

Le commesse acquisite o di ragionevole acquisizione ammontano ad oggi a circa **l'87% del valore della produzione atteso**. Il preventivo economico tiene conto, inoltre, di ricavi per acquisizione commerciali quantificate in 0,57 M€.

Il valore della produzione atteso è comprensivo, inoltre, dei distacchi di personale per 510mila euro previsti in 14 lavoratori di cui 11 presso Unioncamere, a supporto delle attività del socio di riferimento, e 3 presso altre strutture del Sistema camerale.