

P.I.R.A.

PIANO DEGLI **I**NDICATORI
E **R**ISULTATI **A**TTESI
DI BILANCIO

ANNO 2018

predisposto dalla Giunta camerale con Deliberazione n. 85 del 05.12.2017

Introduzione

PIANO DEGLI INDICATORI E DEI RISULTATI ATTESI DI BILANCIO - redatto in conformità alle Linee Guida generali definite con Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 18 settembre 2012

Il Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi di Bilancio (P.I.R.A.) - di cui all'articolo 19 del D.Lgs. 31.5.2011, n. 91 - si propone di illustrare gli obiettivi perseguiti attraverso i Programmi di spesa del Preventivo 2018, misurarne i risultati e monitorarne l'effettivo andamento in termini di servizi forniti e di interventi realizzati.

Per i Programma di spesa più significativi, tra quelli illustrati nella Tabella di raccordo, il Piano fornisce:

- a) un'illustrazione dello scenario istituzionale, socio-economico e normativo entro il quale si trova ad operare l'Ente Camerale;
- b) una descrizione sintetica relativa ai principali obiettivi da realizzare e delle attività che l'Amministrazione intende porre in essere per il conseguimento degli stessi;
- c) l'individuazione dei potenziali destinatari o beneficiari dei servizi o degli interventi;
- d) il triennio di riferimento o l'eventuale diverso arco temporale previsto per la sua realizzazione;
- e) gli indicatori che consentono di misurare ciascun obiettivo e di monitorarne la realizzazione;
- f) il Centro di responsabilità al quale è attribuita la realizzazione di ciascun obiettivo;
- g) le risorse finanziarie da utilizzare per la realizzazione di ciascun obiettivo.

Per ciascun indicatore, il Piano in esame fornisce:

- 1. la tipologia dell'indicatore utilizzata;
- 2. una definizione tecnica dell'indicatore che consente di specificare ciò che esso misura e l'unità di misura di riferimento;
- 3. la fonte dei dati dalla quale si ricavano le informazioni necessarie al calcolo dell'indicatore e che consente di verificarne la misurazione;
- 4. il metodo o l'algoritmo di calcolo dell'indicatore;
- 5. il "valore obiettivo" ossia il risultato atteso dell'indicatore con riferimento alla tempistica di realizzazione.

Il Piano per il 2018 tiene altresì conto degli indirizzi strategici approvati dall'Ente con la Relazione Previsionale e Programmatica 2018 confermando anche per tale annualità, in sede di attualizzazione del documento, le principali *Linee guida per la redazione del Preventivo economico* impartite dal sistema per il 2015.

Tali indirizzi rendono opportuno non soffermarsi sui programmi di attività delle singole Aziende Speciali in una Sezione distinta del Piano, e privilegiare - nella stesura del documento - l'ottica della continuità delle attività ed iniziative già in corso, in considerazione delle criticità legate al taglio del 50% dei proventi da diritto annuale.

Al presente Piano degli Indicatori e dei Risultati Attesi di Bilancio (P.I.R.A.) dovrà conformarsi, tenuto conto del diverso ambito di applicazione dei documenti, il Piano della Performance 2018 previsto dal D.Lgs. n. 150/2009.

MISSIONE cod. 011

“COMPETITIVITA’ E SVILUPPO DELLE IMPRESE”

Funzione istituzionale “D” (Studio, Formazione, Informazione e Promozione economica)

di cui all'allegato A del D.p.r. n. 254/2005

con esclusione della parte relativa all'Attività ricadente nella Missione cod. 016

FINALITA’ della Missione

→ Si richiamano le finalità, compatibili con i contenuti del decreto di riforma del sistema camerale, individuate nella RPP 2016.

QUADRO STRATEGICO UNIONCAMERE

1. SERVIZI

DIGITALE, REGISTRO IMPRESE E NUOVI SERVIZI

Industria 4.0

Partendo dall'esperienza positiva del progetto “Eccellenze in digitale”, promosso da Unioncamere in partnership con Google, continueranno ad essere implementate le iniziative di informazione, formazione e assistenza alle PMI sui vantaggi in termini di produttività e competitività legati alla *internet economy* e all'Industria 4.0. Unioncamere continuerà a promuovere iniziative a sostegno della diffusione della cultura digitale attraverso la valorizzazione delle varie esperienze maturate dal sistema camerale per lo sviluppo delle competenze digitali presso le imprese (Eccellenze in Digitale e ARS Digitalia) e i giovani (Crescere in digitale), così da contribuire a ridefinire e a promuovere la *mission* e l'immagine delle CCIAA attraverso nuove modalità nell'offerta di servizi.

PROGRAMMA UC

1. SERVIZI

DIGITALE, REGISTRO IMPRESE E NUOVI SERVIZI

1.1

PUNTO IMPRESA DIGITALE - P.I.D.

Network camerale per la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle MPMI di tutti i settori economici

ANALISI DI SCENARIO

A settembre 2016 il Ministero dello Sviluppo economico ha annunciato il *Piano Nazionale Industria 4.0 – Investimenti, produttività ed innovazione*. Si tratta di un'iniziativa che introduce anche in Italia una strategia nazionale sul tema della quarta rivoluzione industriale dopo quanto avviato negli Stati Uniti, in Germania e molti altri paesi, europei e non.

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

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

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

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

La stessa Commissione Europea nella formulazione dell'indice sullo sviluppo digitale - il DESI, Digital Economy and Society Index, rispetto

al quale l'Italia occupa da tempo il 25° posto su 28 - adotta una scelta di tipo multidimensionale (connettività, capitale umano, utilizzo di Internet, integrazione digitale delle attività produttive, servizi pubblici digitali), evidenziando la natura trasversale e sistemica della digitalizzazione.

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

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

La risposta delle Camere alla richiesta del MISE è costituita dalla realizzazione di un network di punti informativi e di assistenza alle imprese sui processi di digitalizzazione, i Punti Impresa Digitale.

Gli assunti di base del progetto sono:

- l'adozione di una strategia digitale d'impresa non si esaurisce nella presenza sul web, nell'utilizzo dei social media e nell'adozione di un sistema di e-commerce. Essa riguarda l'intera *value chain* aziendale, i processi interni di produzione di prodotti e servizi e quelli di relazione a monte ed a valle con fornitori e clienti, i rapporti con le banche e la Pubblica Amministrazione. Ha quindi un impatto su tutte le componenti organizzative aziendali e sul modello di business dell'impresa;
- l'aspetto dell'integrazione tra i vari attori coinvolti nel processo produttivo (in filiere e non solo), impone una diffusione di una «cultura e di una pratica del digitale» in tutti i settori e dimensioni d'impresa. E' evidente, infatti, che la presenza di forti divari tra le "imprese 4.0" ed il resto del tessuto economico rappresenti un condizionamento negativo per gli stessi soggetti digitalizzati ed un fattore di esclusione per quelli che non lo sono;
- il tessuto imprenditoriale italiano è costituito in larghissima parte da MPMI ed una loro insufficiente partecipazione all'economia digitale comporta, quindi, effetti negativi sullo sviluppo economico italiano complessivo;
- l'Agenda Digitale ed i programmi per l'e-government (es. SPID, fatturazione elettronica)

fanno parte del medesimo quadro volto a diffondere cultura e pratica del digitale. Essi hanno anche effetti sui processi aziendali (si pensi a dichiarazioni ed autorizzazioni, dalle SCIA, alle dogane, all'e-procurement della PA, alle stesse Camere di Commercio) e "forzano", in certa misura, il confronto – anche delle microimprese – con il tema del digitale. Per questo motivo l'iniziativa delle Camere riguarderà sia i temi Industria 4.0 che quelli di Agenda Digitale;

- nei processi di *digital transformation* l'elemento umano costituisce l'aspetto di maggior rilevanza, ancor più che la tecnologia. Per tale motivo sono indispensabili interventi a carattere informativo e formativo indirizzati tanto agli imprenditori che agli addetti. In proposito è rilevabile, come del resto fa il Piano Industria 4.0, una forte relazione tra le *policy* riguardanti l'orientamento, l'alternanza, l'istruzione tecnica superiore ed universitaria, il *lifelong learning* e quelle relative alla diffusione del digitale. E di questo aspetto devono necessariamente tener conto gli interventi a supporto delle imprese, come quello rappresentato dall'iniziativa dei PID camerali;
- il Sistema camerale svolge funzioni istituzionali, confermate dalla recente riforma, di supporto allo sviluppo imprenditoriale ed alla sua competitività e intende affrontare in modo organico il tema della diffusione della cultura e della pratica dell'economia digitale, specie nelle situazioni (dimensionali, territoriali o settoriali) nelle quali si verificano asimmetrie informative o d'offerta;
- Il Piano Industria 4.0, l'Agenda Digitale e gli altri programmi nazionali e regionali in materia di innovazione digitale rappresentano il quadro di riferimento nell'ambito del quale si inserisce l'iniziativa dei Punti impresa digitale;
- la capillare presenza sul territorio del sistema camerale consente di creare una rete di prossimità in grado di diffondere efficacemente iniziative e servizi volti alla digitalizzazione delle imprese.

OBIETTIVI STRATEGICI 1.1

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

Il coinvolgimento delle imprese è fortemente dipendente dalla capacità delle Camere di Commercio di **sposare una logica di tipo "push"**, ossia di effettuare una azione costante e diretta su target di imprese da informare sulle iniziative

attivate dal PID. Per questo motivo vengono messi in campo alcuni strumenti di supporto tra cui **la piattaforma CRM e la figura dei digital promoter.**

RISULTATI ATTESI

Realizzare un network camerale dei Punti Impresa Digitale (PID) , una rete di prossimità (“ultimo miglio”) per la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle MPMI di tutti i settori economici

STAKEHOLDERS

MPMI di tutti i settori economici

KPI DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

1) KPI 1.1.1

Utilizzo risorse finanziarie vincolate nel 2018 per il progetto

RISORSE FINANZIARIE

Le principali voci di spesa per la realizzazione del progetto sono finalizzate (in proporzione, rispettivamente, di 2/3 ed 1/3) a due principali obiettivi:

1. Avvio e gestione dei 60 PID (a livello di sistema camerale);

2. Interventi a favore delle imprese (voucher)

Le spese per l'avvio e gestione dei PID hanno natura **incrementale**, ossia, riguardano solo le componenti aggiuntive rispetto a quanto previsto dalle attività camerali ordinarie.

Le voci di spesa sono costituite da:

- **Personale camerale** (selezione, formazione, retribuzioni);
- **Digital promoter** (giovani a contratto, selezione, formazione, retribuzioni);
- **Mentor** (selezione, trasferte, eventi di matchmaking mentor-mentee);
- **Piattaforme comuni, software e banche dati** (adeguamento software, acquisto banche dati, materiali multimediali e documentazione);
- **Comunicazione e marketing**, sono stimati 10 eventi per PID per una media di 2.000 euro ciascuno cui si aggiungono 15.000 euro per spese pubblicitarie e di promozione locali e 5.000 euro di compartecipazione alle campagne ed eventi nazionali;
- **Servizi camerali di supporto** (acquisto servizi tecnologici, formativi, economico-finanziari funzionali al funzionamento del PID);
- **Servizi esterni** (acquisizione di servizi tecnici di supporto o collaborazioni da soggetti quali

università, imprese, poli tecnologici, professionisti e associazioni imprenditoriali);

- **Locali e loro adeguamenti, attrezzature video ed altri impianti** (adeguamento degli ambienti, impianti, attrezzature informatiche);
- **Spese generali** (consumi connessi all'attività del PID, costi di gestione amministrativa e di direzione);
- **Oneri fiscali** (IVA indetraibile, altre imposte e tasse connesse all'attività del PID).

Per quanto riguarda i Voucher si stima circa 2.500 – 3.000 euro a Voucher.

La spesa complessiva del progetto per il triennio 2017 - 2018 - 2019 è stimata dall'Ente in € **3.982.319,34.**

Stante la previsione di riparto di detta spesa in proporzione di 2/3 ed 1/3 per la realizzazione dei due principali obiettivi progettuali (rispettivamente, avvio e gestione dei PID e voucher), la stima del costo a carico dell'Ente per l'anno 2018 (*in base alla previsione dei proventi da diritto annuale 2017*) è di € **1.327.439,78.**

A partire dal secondo anno le minori spese di avvio verranno utilizzate per l'incremento dei voucher a disposizione delle imprese.

**CENTRO DI
RESPONSABILITA'
AMMINISTRATIVA**

Settore Staff e Promozione - Segreteria Generale

Scheda di Programmazione Strategica UC 1.1

1) KPI 1.1.1	Utilizzo risorse finanziarie vincolate nel 2018 per il progetto
Descrizione	Utilizzo risorse vincolate nel 2018 per il progetto legato a fattori esogeni (Cronoprogramma attività svolte in parallelo da Unioncamere nazionale: <i>Programma di selezione e formazione Personale camerale; Selezione e formazione Digital Promoter; Selezione Mentor e Servizio di Mentoring; Definizione accordi con i partner. Progettazione e realizzazione servizi di base. Dotazioni infrastrutturali e logistica dei PID).</i>
Tipologia	Indicatore di realizzazione finanziaria (CCIAA di Bari) e Indicatore di impatto Unioncamere nazionale (outcome)
Algoritmo	Indicatore di realizzazione finanziaria $\Rightarrow$ Valore assoluto Indicatore di impatto (outcome) $\Rightarrow$ Cronoprogramma attività Unioncamere nazionale: $\leq 31/10/2018$ $> 31/10/2018$
Valore target dell'indicatore	Entro 31/12/2018 (Indicatore di impatto $\leq 31/10/2018$) Dopo 31/12/2018 (Indicatore di impatto $> 31/10/2018$)
Fonte dei dati	Rilevazione interna
Periodicità rilevazione	Annuale

QUADRO STRATEGICO UNIONCAMERE

1. SERVIZI

SCUOLA LAVORO

Registro per l'alternanza scuola lavoro

Nel 2018 sarà intensificata la specifica attività di promozione e valorizzazione del Registro per l'Alternanza Scuola Lavoro, sulla base di specifici accordi da stipulare in primo luogo con il MIUR e il Ministero del Lavoro e con altri attori istituzionali e soggetti privati in grado di garantire il più ampio coinvolgimento del sistema imprenditoriale, delle scuole, del mondo non profit, dei professionisti. In tale ambito si realizzeranno specifiche iniziative di informazione e comunicazione (roadshow) a favore delle imprese e del mondo formativo.

Certificazione delle competenze

Si tratta di concorrere alla realizzazione delle reti territoriali per l'apprendimento permanente e all'attuazione del sistema nazionale di certificazione delle competenze, in particolare per quanto riguarda la verifica, individuazione e validazione di quelle di tipo tecnico-professionale e trasversali acquisite in contesti non formali e informali (apprendimento "on the job" tramite stage, tirocini, alternanza ecc.). Verranno altresì individuate le modalità più opportune per l'implementazione delle funzioni di competenza delle CCIAA previste dalla legge di riordino del sistema camerale, anche attraverso la sperimentazione e la messa a punto di modelli e strumenti con particolare riguardo ai percorsi di alternanza scuola lavoro.

PLACEMENT E ORIENTAMENTO

Excelsior 2018 – incontro domanda e offerta di lavoro

Tra le principali competenze individuate dalla riforma del sistema camerale assume particolare rilievo il tema del supporto all'incontro di domanda e offerta di lavoro attraverso sistemi informativi a carattere previsionale volti a favorire l'inserimento occupazionale e facilitare l'accesso alle imprese ai servizi dei CPI. In questo ambito, è quindi necessario assicurare continuità al sistema informativo Excelsior, che sarà progettato, oltre che come indagine statistica e base informativa a supporto dell'orientamento e della formazione, soprattutto come strumento finalizzato a favorire le politiche attive del lavoro, attraverso la valorizzazione del patrimonio (dati, tecnologie, competenze) del sistema camerale, con un più organico coinvolgimento delle CCIAA e di Infocamere e in stretto raccordo con l'ANPAL.

Orientamento al lavoro e alle professioni

Attraverso la revisione e lo sviluppo a livello centrale e locale della rete degli sportelli FILO, del relativo modello di servizio e dell'omonimo portale web, si punterà prioritariamente a rafforzare il ruolo e il coinvolgimento attivo del sistema camerale nella progettazione e realizzazione di azioni e iniziative di orientamento al lavoro dipendente e indipendente, per facilitare una scelta più consapevole dei percorsi di studi e professionali da parte dei giovani. L'obiettivo in prospettiva è garantire su tutto il territorio nazionale la presenza di "punti unici d'accesso" in grado di erogare a imprese, giovani e operatori uno standard minimo comune di offerta (attraverso lo sportello virtuale di orientamento e altri strumenti informativi innovativi, multimediali e tecnologicamente evoluti sotto il profilo comunicativo) in grado di supportare le funzioni e le altre reti di orientamento scolastico, universitario e professionale.

Autoimpiego e autoimprenditorialità

Un focus specifico sarà destinato alla linea d'intervento delle CCIAA per aiutare chi intenda "mettersi in proprio" e supportare la progettazione e creazione di nuove imprese, implementando il sistema integrato a livello nazionale di punti e servizi nuova impresa ed altre iniziative per l'autoimpiego, con particolare riguardo per quelle legate alla diffusione e al consolidamento degli sportelli camerali per l'imprenditoria giovanile (in stretto collegamento con l'attuazione del progetto "Crescere imprenditori"). A tal riguardo, saranno curate e sviluppate specifiche partnership con scuole, università, centri per l'Impiego e altri soggetti istituzionali attivi in materia (MIUR, Ministero del lavoro, ANPAL, ISFOL, Italia Lavoro, Invitalia ecc.).

Placement

Tra le competenze individuate dalla riforma del sistema camerale si prevede il sostegno alla transizione dalla scuola e dall'università al lavoro. A tale scopo si progetterà - insieme ad Infocamere - una piattaforma di servizi a supporto dei processi di *placement* svolti dalle università, sperimentando le funzionalità con uno o più Atenei a livello nazionale e internazionale. Nella progettazione della piattaforma si individueranno anche le possibili applicazioni per il sistema scolastico, in raccordo con il Registro nazionale per l'Alternanza.

PROGRAMMA UC

1. SERVIZI

SCUOLA LAVORO - PLACEMENT E ORIENTAMENTO

1.1

SERVIZI DI ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI

ANALISI DI SCENARIO

Negli ultimi anni il ruolo delle Camere di Commercio, sui temi dell'orientamento, dell'alternanza scuola-lavoro e dell'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro, si è progressivamente ampliato e rafforzato, anche per effetto dei provvedimenti normativi che hanno riconosciuto al Sistema Camerale specifiche competenze e funzioni.

La legge di riforma del Sistema camerale, con il *decreto legislativo 219 del 25.11.2016 (art. 2 lettera e)*, difatti, ha ufficialmente assegnato alle Camere di Commercio la funzione di **orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti, in coordinamento con il Governo e con le Regioni e l'ANPAL** attraverso:

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

Il posizionamento delle Camere di Commercio, dunque, sta sempre più evolvendo da un ruolo di garanzia e "compliance" amministrativa a un ruolo attivo di motore di sviluppo dei sistemi economici locali, attraverso iniziative che rendano sempre più stretto il collegamento tra *formazione>orientamento>lavoro>impresa* e rafforzino, quindi, i processi operativi tra scuola, università e impresa. *Nello specifico, alle imprese è necessario garantire maggiori possibilità di trovare le persone, le*

professionalità e le competenze di cui hanno bisogno, favorendone così la crescita.

A chi studia e a chi cerca un lavoro - ma anche a chi è già occupato - occorre offrire maggiori opportunità di sviluppare le conoscenze, le competenze e le esperienze utili per migliorare la propria "occupabilità" e favorire la crescita personale e professionale.

Il ruolo di "motore di sviluppo delle economie locali" prefigura quindi per le Camere di Commercio, anche per quanto concerne i temi del mercato del lavoro e della transizione formazione-impresa, una posizione di rilievo nei confronti:

- dei potenziali partner locali, con l'obiettivo di rafforzare il networking per strutturare un'offerta locale integrata e sinergica di servizi per lo sviluppo delle economie locali,
- delle diverse tipologie di target di utenza, con l'obiettivo di rappresentare una "porta di accesso" ai servizi del territorio per lo sviluppo economico ed occupazionale.

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

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

camerale per la formazione, l'imprenditorialità, il lavoro e l'orientamento;

- il **Registro dell'Alternanza Scuola Lavoro (RASL)**, la piattaforma ufficiale realizzata e gestita dal sistema camerale d'intesa con MIUR e MLPS per promuovere e sviluppare i percorsi scolastici in alternanza e l'apprendistato, dando ai giovani la possibilità di fare esperienze di apprendimento on the job nelle imprese, negli studi professionali e negli enti pubblici, privati e non profit;
- **Movimprese**, che fornisce un'analisi statistica trimestrale della nati-mortalità delle imprese e consente di analizzare le dinamiche della struttura economica dei territori e della nascita e cessazione delle imprese;
- gli altri **osservatori** che il Sistema camerale elabora in relazione alle esigenze ed alle necessità di analisi socio-economica del paese.

In particolare, **le piattaforme telematiche del sistema camerale già esistenti** (RASL ed Excelsior), opportunamente integrate con il Registro Imprese e con gli altri osservatori, **dovranno evolvere costituendo una vera e propria piattaforma di matching tra domanda ed offerta di competenze**, come già positivamente sperimentato in alcune realtà locali, in grado di funzionare da repository di know-how e competenze disponibili, garantendone l'intermediazione a fini sia occupazionali, sia di percorsi di alternanza scuola-lavoro.

Si tratta, nello specifico, di utilizzare il patrimonio informativo disponibile per costruire e alimentare una piattaforma integrata nazionale che serva da riferimento per imprese, lavoratori e operatori, quale strumento propedeutico per favorire efficaci interventi di politica attiva del lavoro. Le Camere di Commercio possono in tal modo costituire un importante punto di riferimento per la raccolta di informazioni, la predisposizione di chiavi di lettura dei fenomeni osservati, l'indicazione delle principali sofferenze e dei punti di forza del mercato del lavoro locale, per essere interlocutrici degli interlocutori ed operatori, pubblici e privati, con i quali condividere i giacimenti informativi disponibili.

OBIETTIVI STRATEGICI

1.1

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

1. fare **incontrare domanda e offerta di tirocini formativi**, anche attraverso attività di promozione, animazione e supporto alle

imprese;

2. favorire il placement e sostenere Università, agenzie per il lavoro e Centri per l'Impiego e far **incontrare domanda e offerta di lavoro**, in particolare laureati, diplomati ed apprendisti, supportando - ove necessario - anche l'autoimpiego e l'autoimprenditorialità come politica attiva del lavoro.

Per raggiungere tali obiettivi occorre costituire, d'intesa ed in stretta collaborazione operativa con Regioni, Agenzie regionali per il lavoro, CPI e ANPAL, un network in grado di collegare tutti i diversi attori e capace di promuovere e sviluppare, con azioni concrete ed efficaci, la filiera che dalla scuola arriva al lavoro, generando benefici attesi per i principali destinatari: giovani ed imprese.

Asse portante dell'operazione è l'evoluzione e l'integrazione delle piattaforme camerale già esistenti (RASL ed EXCELSIOR) nella direzione di **un'unica piattaforma nazionale di matching** - da realizzare con il supporto di Infocamere e **organizzata per partizioni territoriali** - aperta al mondo delle imprese ed al mondo dell'alternanza, fruibile per chi studia e/o cerca lavoro, per le imprese, le scuole, per gli operatori dei sistemi di formazione ed istruzione.

Lo schema di servizio poggia sui seguenti fattori:

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

**RISULTATI
ATTESI**

Costruire una Piattaforma di matching tra domanda ed offerta di competenze, aperta al mondo delle imprese ed al mondo dell'alternanza

STAKEHOLDERS

Imprese e giovani

**KPI
DI MONITORAGGIO
E VALUTAZIONE**

1) KPI 1.1.1

RISORSE FINANZIARIE

Utilizzo risorse finanziarie vincolate nel 2018 per il progetto

Un primo dimensionamento delle spese inerenti ai servizi aggiuntivi (non coperte dall'attuale diritto annuale) per le tre annualità (2017, 2018 e 2019) del progetto è pari, per l'Ente, ad **€ 1.327.439,78**. Stante la previsione di riparto di detta spesa (40% per le attività di strutturazione dell'apposito Ufficio camerale ed il restante 60% per l'erogazione dei voucher alle imprese) e lo stato di avanzamento del progetto nazionale, la stima del costo a carico dell'Ente per l'anno 2018 (*in base alla previsione dei proventi da diritto annuale 2017*) è di **€ 442.479,93**.

Le voci di spesa sono le seguenti:

a. **Personale** utilizzato per la gestione dei servizi aggiuntivi

b. Spese esterne

- **Voucher** da erogare a micro e piccole/medie imprese che partecipano ai percorsi di alternanza scuola-lavoro. Il voucher prevede un importo medio di 600 euro ad impresa a copertura delle spese per l'attività dei tutor aziendali, da erogare attraverso bandi pubblici. Il numero delle aziende a livello nazionale è stimato in 15.000;
- **Implementazione della piattaforma di matching** (sviluppo e gestione dello strumento, attività di integrazione del patrimonio informativo disponibile);
- Programmi di **formazione** continua e qualificazione del personale.

- **Spese generali**

CENTRO DI RESPONSABILITA' AMMINISTRATIVA

Settore Staff e Promozione - Segreteria Generale

Scheda di Programmazione Strategica UC 1.1

1) KPI 1.1.1

Utilizzo risorse finanziarie vincolate nel 2018 per il progetto

Descrizione

Utilizzo risorse vincolate nel 2018 per il progetto legato a fattori esogeni (**Realizzazione di una Piattaforma integrata nazionale a cura di Unioncamere**):

Tipologia

Indicatore di realizzazione finanziaria (CCIAA di Bari) e Indicatore di impatto Unioncamere nazionale (outcome)

Algoritmo

Indicatore di realizzazione finanziaria $\Rightarrow$ Valore assoluto

Indicatore di impatto (outcome) $\Rightarrow$ Realizzazione di una Piattaforma integrata nazionale:
 $\leq 31/10/2018$
 $> 31/10/2018$

Valore target dell'indicatore

Entro 31/12/2018 (Indicatore di impatto $\leq 31/10/2018$)

Dopo 31/12/2018 (Indicatore di impatto $> 31/10/2018$)

Fonte dei dati

Rilevazione interna

Periodicità rilevazione

Annuale

PROGRAMMA 005.2**INCENTIVAZIONE
DEI SETTORI
IMPRENDITORIALI****005.2.24 / 24.1****“Iniziative dedicate alle Fiere per la promozione
del territorio”****ANALISI
DI SCENARIO**

L'Ente si prefigge di realizzare nel 2018 “Iniziative dedicate alle Fiere per la promozione del territorio”.

**OBIETTIVI
STRATEGICI**

Realizzare azioni integrate di promozione del territorio

**RISULTATI
ATTESI**

Rilancio del brand territoriale

STAKEHOLDERS

Business community

**KPI
DI MONITORAGGIO
E VALUTAZIONE****1) KPI 1.1.1**

Numero azioni integrate di promozione del territorio

**RISORSE
FINANZIARIE**

€ 400.000,00 per “Iniziative dedicate alle Fiere per la promozione del territorio”

**CENTRO DI
RESPONSABILITA'
AMMINISTRATIVA**

Settore Staff e Promozione - Segreteria Generale

Scheda di Programmazione Strategica OS 005.2.24 / 24.1

1) KPI 1.1.1	Numero azioni integrate di promozione del territorio
Descrizione	Quantità dell'offerta integrata di promozione del territorio
Tipologia	Indicatore di risultato (output)
Algoritmo	/
Valore target dell'indicatore	2
Fonte dei dati	Rilevazione interna
Periodicità rilevazione	Annuale