



CAMERA DI COMMERCIO
VENEZIA GIULIA
TRIESTE GORIZIA

Programma pluriennale

2022-2026

Approvato con del. n. 10/CC dd. 28.07.2022

Chi siamo

La Camera di Commercio

Le Camere di Commercio "sono enti pubblici dotati di autonomia funzionale che svolgono, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, sulla base del principio di sussidiarietà di cui all'articolo 118 della Costituzione, funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali"(art. 1 della Legge n. 580/93, come modificato dal D.Lgs. n. 23/10).

Il mandato istituzionale è pertanto quello di **promuovere le imprese situate nei territori provinciali di Trieste e Gorizia**, che compongono la circoscrizione territoriale di competenza, appartenenti ai settori dell'industria, artigianato, agricoltura, commercio, cooperative, turismo, trasporti e spedizioni, credito e assicurazioni, servizi alle imprese, nonché in rappresentanza delle organizzazioni sindacali dei lavoratori e delle associazioni a tutela degli interessi dei consumatori e utenti.

Com'è nata la CCIAA Venezia Giulia

La nascita della Camera di Commercio Venezia Giulia il 28 ottobre 2016 è avvenuta in seguito ad un percorso che ha visto i vertici degli Enti di Trieste e Gorizia impegnati con lungimiranza e acume a cogliere - in quelle che potevano essere interpretate come imposizioni dall'alto per cui l'obbligo di fondersi derivava dall'applicazioni di puri dati numerici - l'occasione per sfruttare peculiarità e similitudini di due territori per potenziarne lo sviluppo economico.

La Camera di Commercio Venezia Giulia è il risultato di un progetto politico-economico che fonda le sue basi da una necessità delle categorie economiche di unire le istituzioni per unire due territori con caratteristiche omogenee.

Il percorso è stato portato avanti nell'ottica che le istituzioni non sono il fine ma il mezzo attraverso il quale si amalgamano sistemi territoriali omogenei per storia, cultura, morfologia territoriale, specificità legate al confine e alla minoranza linguistica presente, rendendoli **un sistema più competitivo** in un mondo caratterizzato da cambiamenti repentini e continui.

La specificità, unica in Italia, della Venezia Giulia è legata prioritariamente alla posizione geografica e all'essere un territorio di confine con tutte le peculiarità, le criticità e le opportunità che ne conseguono.

Chi siamo

Il sistema camerale integrato

La Camera di Commercio Venezia Giulia opera attraverso un assetto organizzativo di sistema, costituito Camera di Commercio, dall'Azienda Speciale Zona Franca, dall'Istituto agevolativo del Fondo Gorizia, da Aries Scarl, e da Venezia Giulia Sviluppo Plus Srl.



Chi siamo

La nostra mission

La mission del sistema camerale integrato Venezia Giulia è il sostegno della competitività delle **imprese** di tutti i settori economici per consentire uno sviluppo armonico del territorio.

L'attività è orientata alla creazione delle migliori condizioni per lo sviluppo del tessuto imprenditoriale attraverso interventi mirati per accrescerne la competitività.

Il sistema camerale integrato Venezia Giulia intende tendere sempre più ad operare secondo logiche e dinamiche imprenditoriali, ovvero erogare servizi che siano attrattivi e competitivi in termini di tempistiche e qualità, nel rispetto sì delle normative di riferimento, ma qualificandosi e distinguendosi sempre più nelle attività finalizzate ad agevolare l'attività delle imprese anziché appesantirne gli adempimenti.

L'impresa

dalla nascita allo sviluppo sui mercati nazionali e internazionali
è sempre al centro dell'azione del sistema camerale

Il piano pluriennale

- ✓ Il piano pluriennale è il documento approvato dal Consiglio nel quale sono individuate le **priorità di intervento** e gli **obiettivi strategici** da conseguire nel quinquennio del mandato
- ✓ Il piano pluriennale viene declinato annualmente dalla relazione previsionale e programmatica, che individua gli obiettivi da raggiungere e le attività che si intendono attuare nell'anno di riferimento in rapporto agli scenari di sviluppo dell'economia locale
- ✓ l'azione pianificatrice annuale viene sviluppata attraverso azioni mirate e definite negli obiettivi e nella tempistica tenendo conto delle risorse disponibili nell'esercizio a venire e dell'evoluzione dello scenario macroeconomico, elementi questi di imprescindibile rilevanza nella programmazione di qualsiasi attività e azione

Il piano pluriennale 2022-2026

Il Piano pluriennale per il mandato 2022-2026 della Camera di Commercio Venezia Giulia intende ispirarsi, traendone gli elementi principali, da alcuni capisaldi che ne delineano il perimetro di azione e le priorità da raggiungere. Tali capisaldi tengono conto della situazione congiunturale e della politica economica del Paese – il **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza** – delle attività di sistema proprie e precipue del sistema camerale italiano – gli **Obiettivi comuni del sistema camerale italiano** – e delle peculiarità e potenzialità del nostro territorio – il **Position Paper Venezia Giulia 2025** realizzato da The European House Ambrosetti su incarico della Camera di Commercio Venezia Giulia nel precedente mandato istituzionale.

A partire da questi capisaldi, vengono individuati gli obiettivi che il sistema camerale integrato della Venezia Giulia – composto dalla Camera di Commercio, dall'Azienda Speciale Zona Franca, da Aries Scarl, da Venezia Giulia Sviluppo Plus Srl e dall'Istituto Agevolativo del Fondo Gorizia – perseguirà nel mandato 2022- 2026 per assicurare, in coerenza e continuità con il mandato precedente, una crescita duratura, sostenibile e inclusiva di tutto il territorio, in una logica ESG – Environmental , Social and Governance

Il Piano pluriennale è frutto della condivisione fra tutte le categorie e le organizzazioni rappresentate nel Consiglio camerale.

I nostri punti di partenza

1.

 **Italiadomani**
PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA
Piano Nazionale di Ripresa
e Resilienza

2.


Obiettivi comuni
Sistema camerale

3.


Progetto Venezia Giulia 2025
- Strategie e azioni per la
competitività della Venezia Giulia

11 obiettivi del piano pluriennale 2022 -2026 del
sistema camerale integrato Venezia Giulia

Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

Il **PNRR**, acronimo di **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza**, è il documento strategico che il Governo italiano ha predisposto per accedere ai fondi del programma **Next generation EU (NGEU)**, il pacchetto da 750 miliardi di euro, costituito per circa la metà da sovvenzioni, concordato dall'Unione Europea in risposta alla crisi pandemica.

Il Next Generation EU è un programma di portata e ambizione inedite, introdotto per contribuire a riparare i danni economici e sociali immediati causati dalla pandemia per creare un'Europa post COVID-19 più verde, digitale, resiliente e adeguata alle sfide presenti e future.

Il Piano, denominato «Italia domani», è stato presentato dall'Italia alla Commissione Europea il 30 aprile 2021 e approvato il 13 luglio 2021. Intende in sintesi:

- *rilanciare il Paese dopo la crisi pandemica, stimolando una transizione ecologica e digitale*
- *favorire un cambiamento strutturale dell'economia, a partire dal contrasto alle disuguaglianze di genere, territoriali e generazionali.*



Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

Suddiviso in **6 Missioni principali**, il PNRR descrive le priorità di investimento per **un arco temporale di 5 anni**. Il Governo ha cominciato a mettere in atto il Piano nella seconda metà del **2021** e dovrà completarlo e rendicontarlo entro la fine del **2026**. Si pone l'obiettivo di rilanciare la struttura economico-sociale del Paese puntando in particolare sulle leve della **digitalizzazione**, della **transizione ecologica** e dell'**inclusione sociale**.



Le 6 Missioni si articolano in **Componenti**, aree di intervento che affrontano sfide specifiche, composte a loro volta da **Investimenti** e **Riforme**

Le Risorse assegnate a missioni e componenti del PNRR

Il Piano prevede investimenti e un coerente pacchetto di riforme, a cui sono allocate risorse per **191,5 miliardi di euro** finanziate attraverso il Dispositivo per la Ripresa e la Resilienza e per **30,6 miliardi** attraverso il Fondo complementare istituito con il Decreto Legge n.59 del 6 maggio 2021 a valere sullo scostamento pluriennale di bilancio approvato nel Consiglio dei ministri del 15 aprile.

Il totale dei fondi previsti ammonta a di 222,1 miliardi.

Sono stati stanziati, inoltre, entro il 2032, ulteriori 26 miliardi da destinare alla realizzazione di opere specifiche e per il reintegro delle risorse del Fondo Sviluppo e Coesione.

A tali risorse, si aggiungono quelle rese disponibili dal programma REACT-EU che, come previsto dalla normativa UE, vengono spese negli anni 2021-2023. Si tratta di fondi per ulteriori 13 miliardi.



Le Missioni del Piano



1. Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo



Sostiene la transizione digitale del Paese, nella modernizzazione della pubblica amministrazione, nelle infrastrutture di comunicazione e nel sistema produttivo. Ha l'obiettivo di garantire la copertura di tutto il territorio con reti a banda ultra-larga, migliorare la competitività delle filiere industriali, agevolare l'internazionalizzazione delle imprese. Investe inoltre sul rilancio di due settori che caratterizzano l'Italia: il turismo e la cultura.

Totale destinato alla Missione

€ 40,29 mld

21,05 %

dell'importo
totale del PNRR



2. Rivoluzione verde e transizione ecologica



E' volta a realizzare la transizione verde ed ecologica della società e dell'economia per rendere il sistema sostenibile e garantire la sua competitività. Comprende interventi per la sua competitività. Comprende interventi per l'agricoltura sostenibile e per migliorare la capacità di gestione dei rifiuti; programmi di investimento e ricerca per le fonti di energia rinnovabili; investimenti per lo sviluppo delle principali filiere industriali della transizione ecologica e la mobilità sostenibile. Prevede inoltre azioni per l'efficientamento del patrimonio immobiliare pubblico e privato; e iniziative per il contrasto al dissesto idrogeologico, per salvaguardare e promuovere la biodiversità del territorio, e per garantire la sicurezza dell'approvvigionamento e la gestione sostenibile ed efficiente delle risorse idriche.

Totale destinato alla Missione

€ 59,46 mld

31,05 %

dell'importo
totale del PNRR

Le Missioni del Piano

3. Infrastrutture per una mobilità sostenibile



Si pone l'obiettivo di rafforzare ed estendere l'alta velocità ferroviaria nazionale e potenziare la rete ferroviaria regionale, con una particolare attenzione al Mezzogiorno. Potenzia i servizi di trasporto merci secondo una logica intermodale in relazione al sistema degli aeroporti. Promuove l'ottimizzazione e la digitalizzazione del traffico aereo. Punta a garantire l'interoperabilità della piattaforma logistica nazionale (PNL) per la rete dei porti.



4. Istruzione e ricerca



Punta a colmare le carenze strutturali, quantitative e qualitative, dell'offerta di servizi di istruzione nel nostro Paese, in tutto in ciclo formativo. Prevede l'aumento dell'offerta di posti negli asili nido, favorisce l'accesso all'università, rafforza gli strumenti di orientamento e riforma il reclutamento e la formazione degli insegnanti. Include anche un significativo rafforzamento dei sistemi di ricerca di base e applicata e nuovi strumenti per il trasferimento tecnologico, per innalzare il potenziale di crescita.



Le Missioni del Piano



5. Coesione e inclusione



Investe nelle infrastrutture sociali, rafforza le politiche attive del lavoro e sostiene il sistema duale e l'imprenditoria femminile. Migliora il sistema di protezione per la situazioni di fragilità sociale ed economica, per le famiglie, per la genitorialità. Promuove inoltre il ruolo dello sport come fattore di inclusione. Un'attenzione specifica è riservata alla coesione territoriale, col rafforzamento delle Zone Economiche Speciali e la Strategia nazionale delle aree interne. Potenzia il Servizio Civile Universale e promuove il ruolo del terzo settore nelle politiche pubbliche.

Totale destinato alla Missione

€ 19,85 mld

10,34 %

dell'importo
totale del PNRR



6. Salute



E' focalizzata su due obiettivi: il rafforzamento della prevenzione e dell'assistenza sul territorio, con l'integrazione tra servizi sanitari e sociali, e l'ammodernamento delle dotazioni tecnologiche del Servizio Sanitario Nazionale (SNN). Potenzia il Fascicolo Sanitario Elettronico e lo sviluppo della telemedicina. Sostiene le competenze tecniche, digitali e manageriali del personale del sistema sanitario, oltre a promuovere la ricerca scientifica in ambito biomedico e sanitario.

Totale destinato alla Missione

€ 15,63 mld

8,16 %

dell'importo
totale del PNRR



L'art. 10 del Decreto-legge 152/2021 cd «Recovery» convertito nella legge 29 dicembre 2021 n. 233, ha inserito gli «enti del sistema camerale» tra i soggetti attuatori del PNRR, ovvero tra i soggetti di cui possono avvalersi i Ministeri o le Regioni per la realizzazione degli interventi previsti dal PNRR



2. Obiettivi comuni sistema camerale

Per la prima volta, a gennaio 2022 Unioncamere ha definito un set di **obiettivi comuni** a tutte le Camere di Commercio italiane, che le stesse sono tenute ad includere nei documenti pianificatori

Finalità

- ricerca di una maggiore **accountability** e conseguimento di **vantaggi reputazionali** per il sistema
- attuazione della norma contrattuale prevista dal CCNL del 17/12/2020 (art.30) «*In sede di contrattazione integrativaè possibilecorrelare l'effettiva erogazione di una quota delle risorse del fondo al raggiungimento di uno o più obiettivi, riferiti agli effetti dell'azione dell'ente nel suo complesso, oggettivamente misurabili. Per le Camere di Commercio, gli obiettivi di cui sopra possono essere individuati e misurati anche sulla base di indirizzi nazionali per tutto il sistema camerale.*

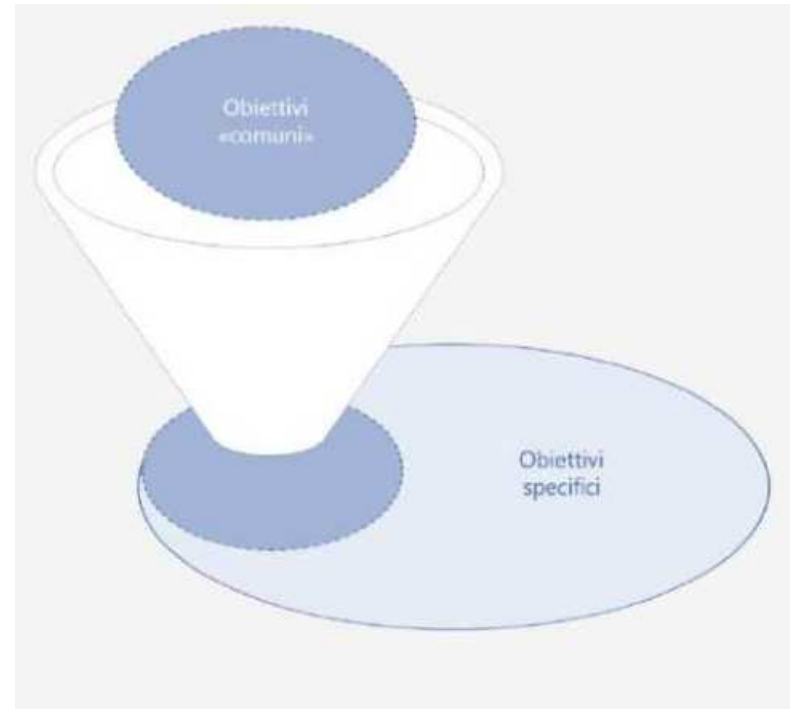
Modalità

Percorso sperimentale triennio 2022-2024

2. Obiettivi comuni sistema camerale

Obiettivi comuni e pianificazione camerale

La base di partenza necessaria è quella di una **batteria annuale di obiettivi comuni** (individuati nella prospettiva di misurare l'impatto – nel successivo periodo - del loro raggiungimento), **da recepire nei Piani programmatici** di tutti gli enti camerali come nucleo condiviso di programmazione, pur lasciando ovviamente ampio spazio ad obiettivi specifici e rispondenti alle peculiarità di ogni singolo ente

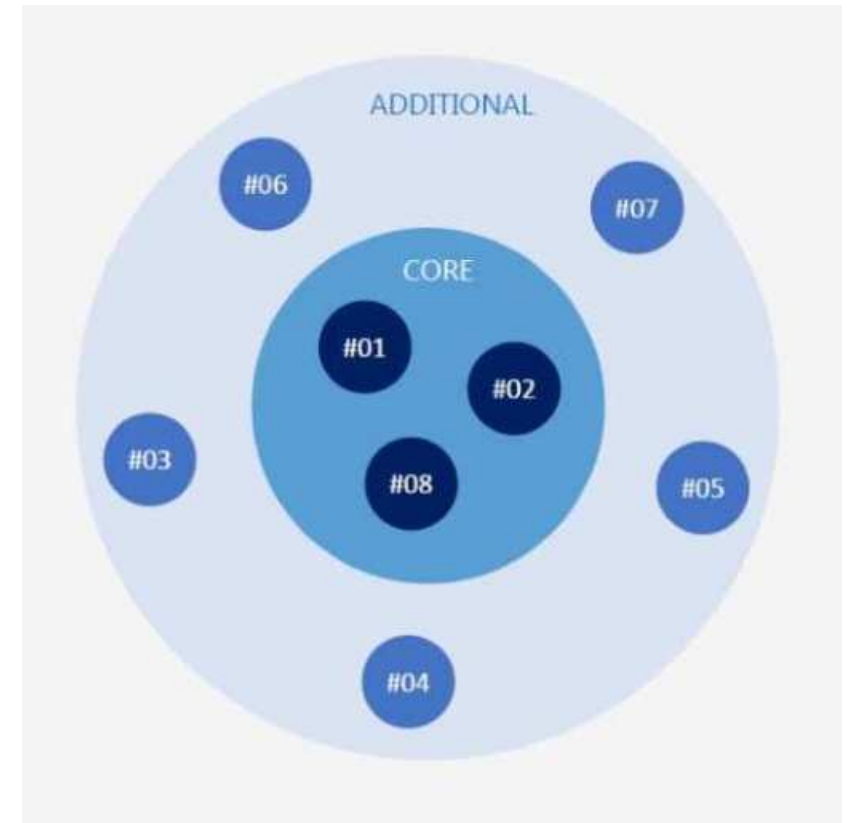


2. Obiettivi comuni sistema camerale

Logica di applicazione nelle Cciao

Rispetto al bouquet degli obiettivi fondamentali proposti, Unioncamere ha chiesto alle Cciao:

- di recepire nei propri piani alcuni **obiettivi (core)**
- di considerare eventualmente, in tutto o in parte, anche gli altri obiettivi, qualora li trovino di proprio interesse, realizzando così un adeguamento completo nei confronti della proposta



2. Obiettivi comuni sistema camerale

Gli obiettivi comuni individuati

Gli obiettivi comuni obbligatori, individuati dall' l'Ufficio di presidenza di Unioncamere nella riunione del 20 gennaio 2022 sono;

- #01 Favorire la **transizione digitale e tecnologica**
- #02 Favorire la **transizione burocratica** e la **semplificazione**
- #03 Sostenere lo sviluppo dell'**internazionalizzazione** delle imprese
- #04 Garantire la **salute gestionale** e la **sostenibilità economica** dell'ente

Gli altri obiettivi comuni, la cui adozione è discrezionale, sono;

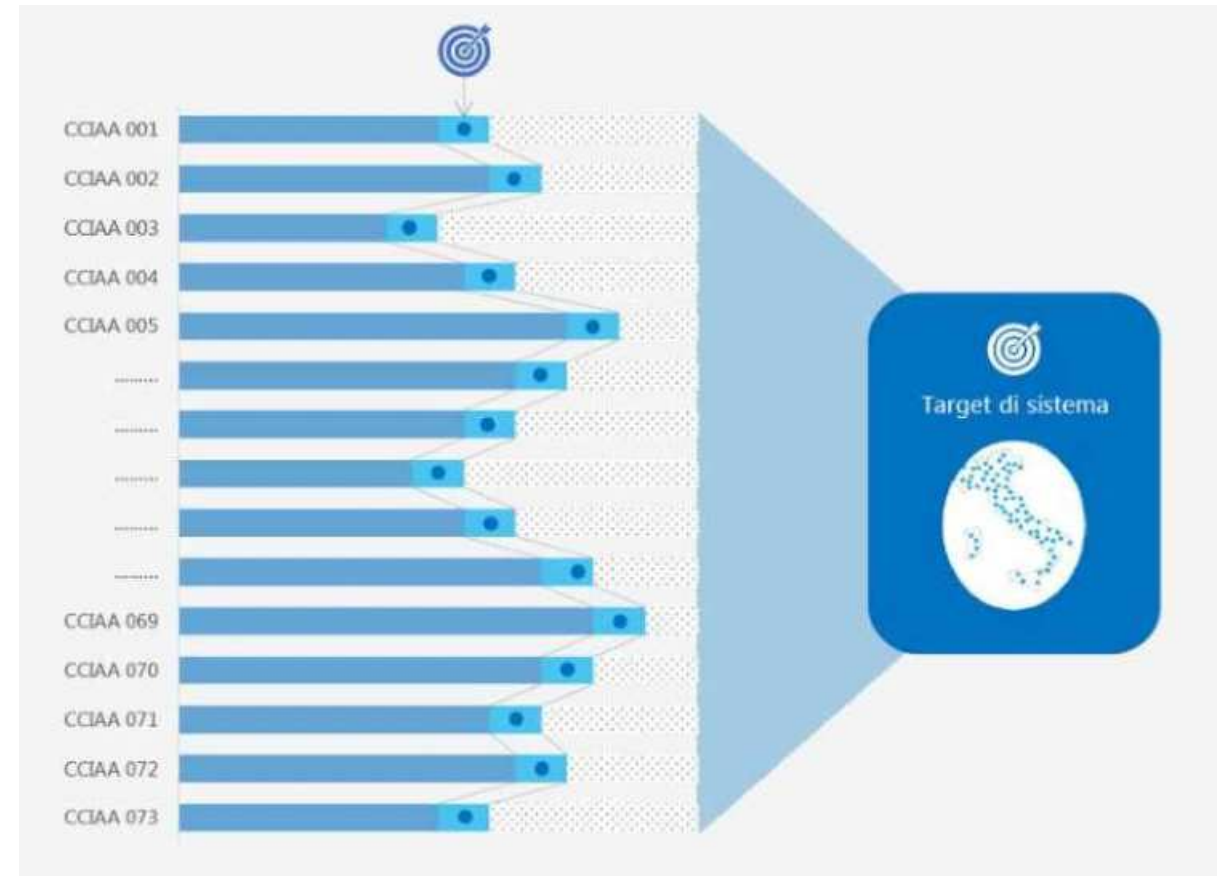
- #05 Contribuire all'**attrattività turistica** del territorio (nell'ambito del ruolo della CCIAA come aggregatore a livello locale)
- #06 Promuovere le politiche attive del **lavoro**, l'inserimento lavorativo dei **giovani** e la creazione di **nuove imprese**
- #07 Promuovere **l'imprenditoria femminile**
- #08 Presidiare il reclutamento, la gestione e la riqualificazione delle **risorse umane**

2. Obiettivi comuni sistema camerale

Individuazione target degli indicatori

I target (valori attesi) degli indicatori saranno fissati da ogni Cciaa. Unioncamere potrà aiutare Presidenti e Segretari Generali nella loro definizione, mettendo a disposizione un **range di valori consigliati** mediante l'analisi del **trend storico** degli stessi e della specifica situazione di partenza di ogni ente.

Il tutto ovviamente in funzione del raggiungimento di una **performance complessiva di sistema**



3. Progetto Venezia Giulia 2025

L'IDEA



Nel 2020 la Camera di commercio Venezia Giulia ha promosso il percorso "*Venezia Giulia 2025. Strategie e azioni per la competitività della Venezia Giulia*", realizzato in collaborazione con The European House - Ambrosetti e con il massimo coinvolgimento del territorio e delle sue parti sociali e imprenditoriali, al fine di fornire nuove linee interpretative della situazione di partenza e identificare alcune proposte d'intervento per favorire la ripartenza dell'economia giuliana in una fase così complessa, per l'Italia e il mondo intero, come l'emergenza pandemica da COVID-19.

Si tratta di un progetto a carattere strategico-competitivo finalizzato ad essere uno strumento al servizio della competitività della Venezia Giulia, che mette al centro lo sviluppo del territorio, pervenendo ad **aggregare le diverse componenti del sistema politico e socio-economico locale**.

LA MISSION



La mission del progetto è creare e alimentare una piattaforma di analisi e confronto per definire, secondo un processo partecipativo tra settore pubblico e privato, le traiettorie di sviluppo socio-economico della Venezia Giulia per il quinquennio 2021-2025 orientate a raggiungere una crescente **integrazione** ed omogeneità tra i territori di Gorizia e Trieste che ne rafforzino la **competitività**.

La sua finalità è produrre azioni in grado di **contribuire significativamente al processo di sviluppo locale**, catalizzando interesse e consenso del territorio in un percorso di crescita che si auto-alimenta nel tempo.

3. Progetto Venezia Giulia 2025

L'ANALISI DEL CONTESTO

La crescita socio-economica del territorio deve partire da una **visione forte e condivisa di sviluppo** che deve essere delineata a partire da un'analisi delle principali caratteristiche dello stesso e dalla successiva definizione di una **strategia complessiva di valorizzazione** del territorio implementata da politiche che portino allo sviluppo della **competitività** e dell'**attrattività** in termini di nascita e insediamento di nuove realtà imprenditoriali.

Ogni territorio si ritrova infatti a competere con gli altri, così come succede per le aziende, per garantirsi un adeguato livello di investimenti, per attrarre i migliori talenti

Nella realtà attuale, caratterizzata da un sistema economico sempre più dinamico e globalizzato in cui i modelli produttivi del passato stanno lasciando il passo ad un nuovo paradigma di sviluppo, è fondamentale ripensare ad una **strategia di sviluppo del territorio** che tenga conto e **governi questi cambiamenti**.

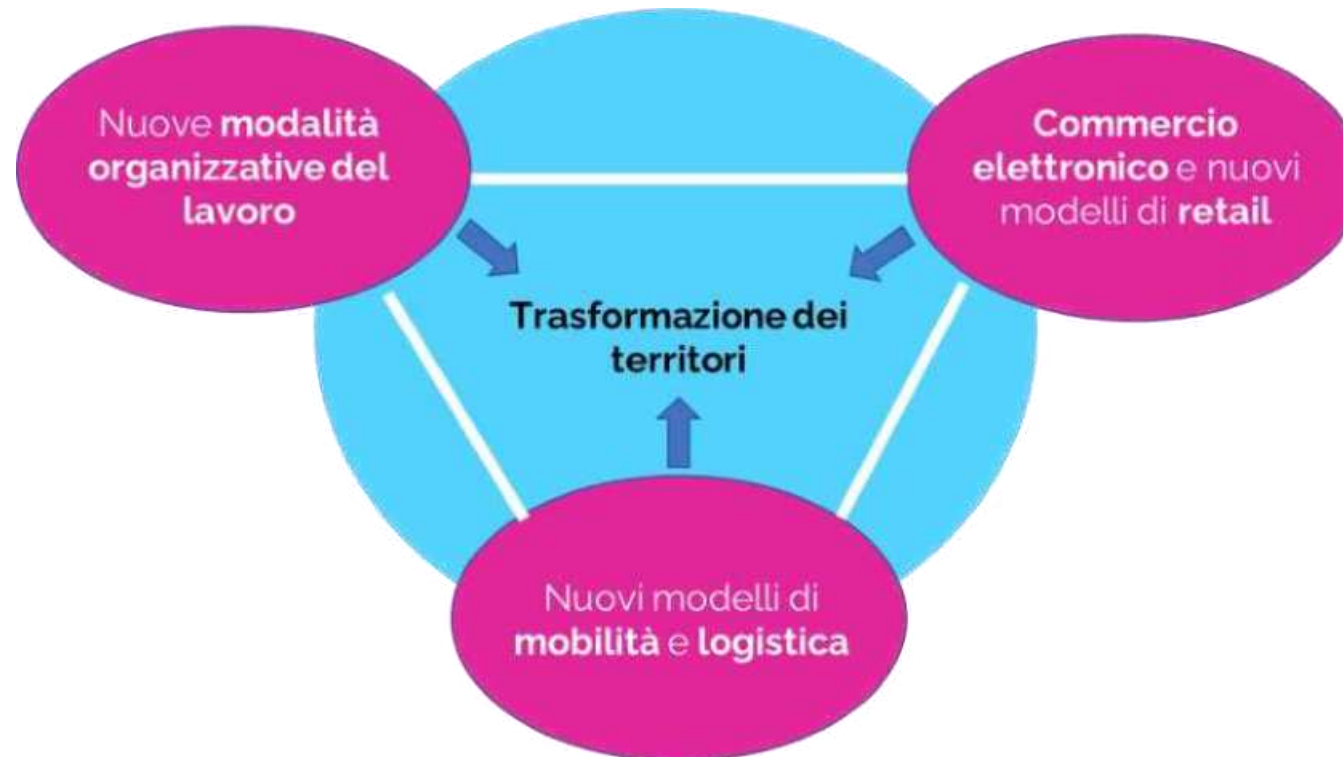
In questo quadro diventa prioritaria l'**identificazione delle nuove traiettorie di sviluppo**, investendo nella riorganizzazione del capitale umano, motivando i giovani ad innestare **nuova imprenditorialità** nel territorio, irrobustendo alcune **filiere produttive strategiche** e valorizzando le opportunità offerte dai nuovi scenari globali.

3. Progetto Venezia Giulia 2025

I 3 driver di cambiamento

La **visione del futuro** per la Venezia Giulia deve considerare anche un **contesto di cambiamento accelerato** dalla crisi da COVID-19.

3 driver di cambiamento accelerati dalla crisi pandemica e autoalimentatesi impatteranno significativamente sulle scelte di sviluppo per i prossimi anni: nuove modalità organizzative di lavoro, commercio elettronico e nuovi modelli di retail, nuovi modelli di mobilità e logistica.



3. Progetto Venezia Giulia 2025

FINALITA'



- definire il quadro dei **rischi** e delle **opportunità** della Venezia Giulia (nel contesto regionale e nazionale) ed una convincente **Visione di sviluppo** a supporto della programmazione strategica di medio periodo;
- fornire stimoli e contributi di metodo per favorire la crescita ed il rafforzamento dell'economia della **Venezia Giulia**, delineando gli elementi essenziali di un'**Agenda di sviluppo economico (Venezia Giulia 2025)** facendo leva sulle eccellenze del territorio;
- Indagare in maniera approfondita gli **impatti attesi della crisi** innescata dall'emergenza COVID-19 sul territorio della Venezia Giulia (Trieste e Gorizia) e sulle sue filiere-guida, anche evidenziando i possibili effetti comparativi verso altri territori/competitori nella Regione e nel Nord-Est
- Comprendere le **tendenze** che si stanno affermando nella fase di ripresa post COVID-19 e come queste potranno impattare sull'economia e sulla società del territorio
- Mettere a punto uno **scenario di indirizzo strategico** di alta sintesi a supporto della leadership del territorio contenente **proposte per la strategia di ripresa** e informazioni e conoscenza atte a concretizzare le direttrici identificate
- Analizzare le **competenze strategiche** funzionali alla ripresa del territorio della Venezia Giulia
- Stimolare, sullo scenario strategico delineato, **l'azione** degli stakeholder territoriali pubblici e privati

Tradurre in realtà la visione di futuro!

3. Progetto Venezia Giulia 2025

Lo studio ha inteso rispondere a **3 domande fondamentali** :



1. Da quale **scenario competitivo e posizionamento strategico** proveniva il territorio della Venezia Giulia prima dell'emergenza COVID-19?
2. Come ha impattato la **crisi COVID-19** sull'economia della Venezia Giulia e sui suoi principali settori-guida?
3. Quale **visione strategica del futuro** e quali **azioni prioritarie** possono contribuire a rilanciare il territorio della Venezia Giulia nel nuovo scenario?

3. Progetto Venezia Giulia 2025

Sono stati identificati **10 punti di forza** (e **8 punti di debolezza**) del territorio della Venezia Giulia

I punti di debolezza

1. **Immagine del territorio da potenziare e qualificare** sulla nuova visione di sviluppo
2. **Dinamismo dell'economia regionale che si sta indebolendo** rispetto agli altri territori del Nord-Est
3. **Elevati gap territoriali tra Trieste e Gorizia** e le rispettive Province, con divari di ricchezza fino al 30%
4. 2° popolazione più **vecchia d'Italia** e tasso di natalità inferiore rispetto alla media italiana e a quella del Nord-Est
5. Scarsa capacità di **trattenere sul territorio i talenti** che si formano nelle eccellenti università della Venezia Giulia
6. **Transizione sostenibile del territorio da rafforzare** rispetto alle altre Province e Regioni del Nord-Est
7. **Possibile rischio di "deindustrializzazione" del territorio**
8. **Gap infrastrutturale** che limita la connettività fisica e digitale della Venezia Giulia

I PUNTI DI FORZA

1. La Venezia Giulia è il **1° territorio della Regione per fatturato procapite** (+31% rispetto alla media regionale) e **tasso di crescita degli investimenti pro-capite** delle aziende (+10% rispetto alla media regionale) negli ultimi cinque anni.
2. Con un valore di 14.900 Euro nel 2019, la Venezia Giulia registra un valore di **export pro-capite due volte superiore rispetto alla media nazionale**, pari a 7.680 Euro e del 16% più alto rispetto alla media regionale.
3. La Venezia Giulia ha un **forte posizionamento nel terziario avanzato** (l'80% del Valore Aggiunto del territorio è costituito da servizi) e può contare su produzioni ad elevato Valore Aggiunto, prime fra tutte la cantieristica navale, la logistica e il trasporto merci, i servizi assicurativi, il settore enogastronomico e il commercio.
4. Trieste è il **1° porto in Italia** per movimentazione merci (62 milioni di tonnellate di merci movimentate nel 2019, seguita da Genova con 53 milioni di tonnellate) e la **1° Provincia per Valore Aggiunto dell'Economia del Mare** (15,4% sul totale dell'economia del territorio, seguita da Olbia che registra un valore di 13,9%), la **40 per numero di imprese dell'Economia del Mare** (11,6% sul totale delle imprese del territorio) e la **60 per occupati** in questo ambito (13% del totale), mentre Monfalcone si posiziona come *hub* di eccellenza della cantieristica navalmeccanica. Inoltre, Gorizia e Trieste sono le **prime due Province in Italia per export della cantieristica navale**, con un'incidenza del 45% sul totale delle esportazioni italiane del settore.
5. Il territorio della Venezia Giulia vanta un **ecosistema della scienza e dell'innovazione molto sviluppato**: la Venezia Giulia è la «**Silicon Valley**» del Nord-Est (la spesa regionale in R&S è pari al 1,57% del PIL, il 15% più alta della media italiana) e Trieste – al 1° posto in Italia per numero di ricercatori ogni 1.000 abitanti (37, quasi 8 volte la media nazionale) – può considerarsi la «**Città della Scienza**».

3. Progetto Venezia Giulia 2025

I PUNTI DI FORZA

6. La Venezia Giulia ha un **solido sistema di assistenza sociale e solidarietà**: le risorse destinate alla solidarietà sociale nel 2019 (431 Euro *pro-capite*) sono superiori alla media regionale (348 Euro *pro-capite*) e del Nord-Est (263 Euro *pro-capite*) e quasi 3 volte quella nazionale (151 Euro *procapite*).
7. Il territorio gode di un'elevata attrattività turistica: la Regione è al **5° posto in Italia per attrazione di turisti internazionali** e Gorizia sarà la **Capitale Europea della Cultura nel 2025**, insieme a Nova Gorica. La Venezia Giulia può contare su diverse manifestazioni di grande richiamo anche internazionale (come la Barcolana di Trieste, il festival enogastronomico «Gusti di frontiera» a Gorizia o il "Festival Mondiale del Folklore") e su un patrimonio artisticoculturale di rilievo (come il Castello di Miramare a Trieste, il Museo della Grande Guerra a Gorizia e il Museo della Cantieristica MU/CA a Monfalcone)
8. La Venezia Giulia ha un elevato **potenziale di sviluppo urbanistico** in aree strategiche, grazie alla presenza di **oltre 1,4 milioni di m2 di aree dismesse** che possono essere riqualificate e riconvertite in laboratori di ricerca, università, aree ricreative, poli di attrattività turistica o luoghi di aggregazione sociale.
9. La Venezia Giulia ha una **posizione geografica ad elevata rilevanza strategica e culturale**: con la possibilità di intercettare i flussi di una "catchment area" con un potenziale di **oltre 700 miliardi di Euro di PIL**, è la «**porta di accesso**» all'Europa, grazie alla presenza del Porto di Trieste (porta di accesso marittimo all'Europa centrale) e alla città di Gorizia (dalla secolare tradizione di "città di confine").
10. Il territorio possiede un **ecosistema paesaggistico e ambientale distintivo**, grazie all'attenzione verso la tutela ambientale. La Venezia Giulia ha un'elevata disponibilità di verde urbano (93 m2 per abitante, rispetto ai 67 m2 della Regione e ai 55 m2 del Nord-Est) e ospita 3 delle 4 spiagge dichiarate «Bandiera Blu 2020" del Friuli-Venezia Giulia.

2. Progetto Venezia Giulia 2025

LA VISIONE STRATEGICA DI SVILUPPO

La visione è il punto di partenza per rispondere alle priorità dello sviluppo

La visione è
ciò che
il territorio intende
diventare
nel medio-lungo termine e
il suo modello di crescita



Indirizzo di medio-lungo periodo

Sogno in grado di raccogliere e catalizzare le energie

Obiettivi misurabili

Elementi distintivi per differenziarsi

Ambiti di **eccellenza**

2. Progetto Venezia Giulia 2025

LE COMPETENZE DISTINTIVE

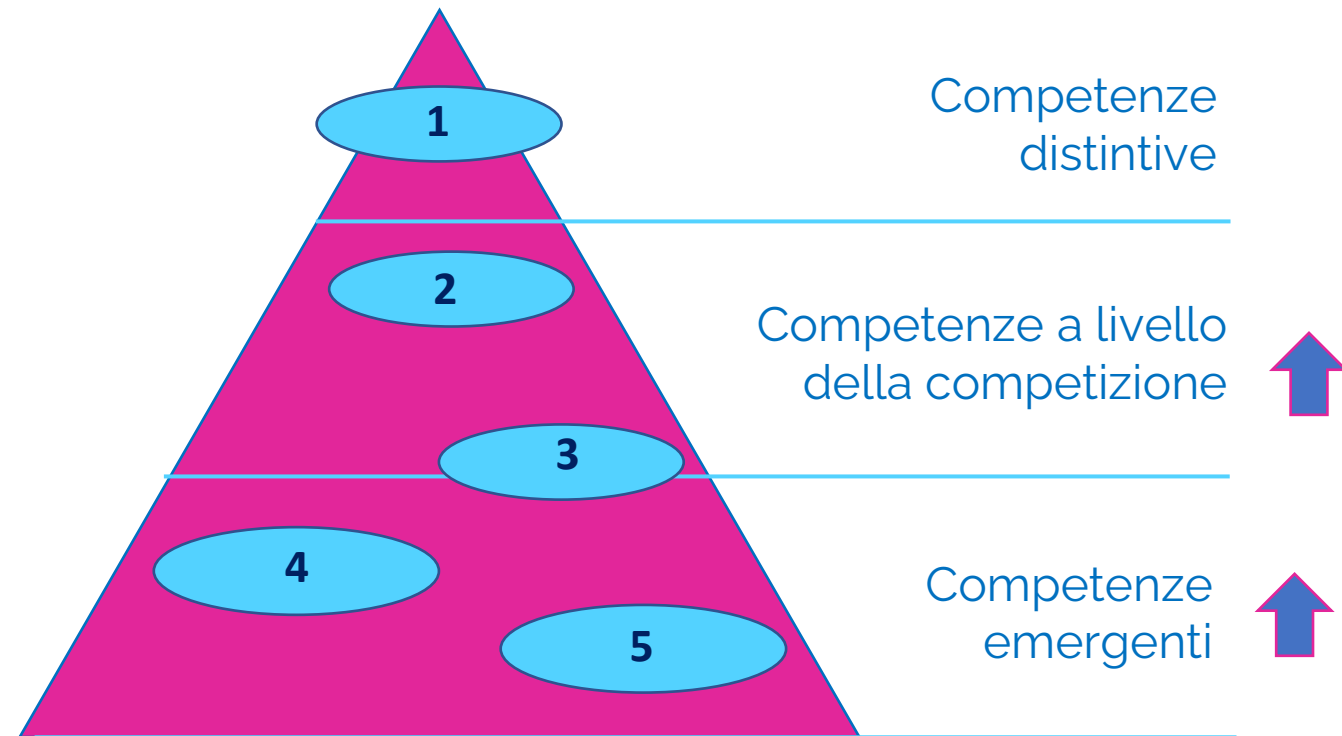
L'elemento fondante di ogni strategia territoriale sono le **competenze strategiche**

... **ovvero specifiche abilità del territorio in attività quali industria, servizi, educazione, ricerca, formazione...**

Le componenti delle competenze sono:

- Conoscenza accumulata in gruppi di persone del territorio e loro numerosità
- Know-how accumulato in database fisici
- Strutture economiche (imprese, istituzioni, ecc.) che accolgono le persone con tale competenza e loro meccanismi di funzionamento
- Strutture fisiche e infrastrutture (qualità e dotazione= e sistema burocratico-amministrativo
- Consapevolezza della maggioranza degli attori del territorio di possedere la competenza

Un territorio può costruire un numero limitato di competenze territoriali (3-max 5)



2. Progetto Venezia Giulia 2025

LA VISIONE STRATEGICA DI SVILUPPO PER LA VENEZIA GIULIA

La Visione strategica delineata dallo studio per il futuro del territorio della Venezia Giulia è:

Venezia Giulia: "laboratorio" del cambiamento

Questa Visione si fonda su quattro competenze distintive del territorio, a loro volta declinate in specifiche azioni e proposte concrete coerenti con le competenze distintive della Venezia Giulia-

Le **4 COMPETENZE DISTINTIVE** individuate su cui incentrare la strategia competitiva del territorio sono:

- 1. Potenziamento delle competenze strategiche** (con un *focus* su Logistica, Navalmeccanica e Turismo)
- 2. Approccio sistemico all'innovazione scientifica**
- 3. Rilancio strategico dei territori** (con un *focus* specifico su Gorizia e Monfalcone)
- 4. Potenziamento dell'attrattività, dell'immagine e della visibilità della Venezia Giulia.**

Alle 4 competenze distintive corrispondono **9 linee di indirizzo** per lo sviluppo della Venezia Giulia.

2. Progetto Venezia Giulia 2025

LE LINEE DI INDIRIZZO

Alle 4 competenze distintive corrispondono **9 linee di indirizzo** per lo sviluppo della Venezia Giulia:

1. Integrare la **specializzazione sulla Logistica e Navalmeccanica**, creando un incubatore per le **start-up della logistica** e sviluppando l'**Alta Formazione sull'Economia Circolare applicata alla nautica**
2. Consolidare il ruolo strategico del territorio come **piattaforma logistica integrata del centro Europa**, potenziando il ruolo del **Porto di Trieste** e dell'**aeroporto di Ronchi dei Legionari**
3. Potenziare l'**attrattività territoriale** valorizzando il progetto del **Parco del Mare** di Trieste e puntando sul «**turismo di esperienza**»
4. Ottimizzare la **capacità di innovazione di sistema "federando" gli enti scientifici** e creando un'**unità di «advocacy e marketing territoriale dell'innovazione»**
5. Posizionare **Gorizia** come polo di **shopping experience di alto livello** e realizzare un **centro di competenza sul retail del futuro** integrandolo nella "Cittadella Universitaria"
6. Valorizzare l'area di **Monfalcone**, creando una **Zona Logistica Semplificata Rafforzata** e consolidando un **hub produttivo di riferimento per la nautica di lusso e il refitting**
7. Invertire i trend di **depopolamento e fuga dei cervelli** potenziando le **politiche per la famiglia e natalità** e implementando una strategia pubblico-privata di **talent engagement**
8. Affermare la Venezia Giulia come luogo di riferimento dello studio e discussione delle **trasformazioni dei territori e delle società** del futuro lanciando un innovativo «**Festival del Cambiamento**»
9. Qualificare l'**immagine** della Venezia Giulia con un'**azione integrata di «place branding»**

2. Progetto Venezia Giulia 2025

festival del
CAMBIAMENTO



POSITION PAPER «**Lo scenario del cambiamento e gli impatti sulla società e l'economia nella fase di ripresa del sistema-Paese**»

In occasione della 1° edizione del Festival del Cambiamento - una delle idee ritenute strategiche e ad alto potenziale che sono emerse dallo studio Venezia Giulia 2025, - realizzato nel mese di maggio del 2022 dalla Camera di Commercio Venezia Giulia in collaborazione con The European House Ambrosetti, è stato realizzato il position paper «**Lo scenario del cambiamento e gli impatti sulla società e l'economia nella fase di ripresa del sistema-Paese**» che intende prefigurare i motori del cambiamento e i megatrend che già oggi, e ancor più in futuro, stanno delineando le traiettorie di sviluppo del mondo e di cui anche l'Italia e la Venezia Giulia devono tenere conto nella definizione delle strategie aziendali e delle decisioni di policy per l'economia, la società e i sistemi territoriali.

CONTESTO DI RIFERIMENTO

La **frequenza e la profondità dei cambiamenti a livello globale** stanno ridisegnando gli scenari competitivi con un aumento esponenziale della **discontinuità**.

L'incertezza e la volatilità sono la cifra distintiva dello scenario attuale e del prossimo futuro prevedibile

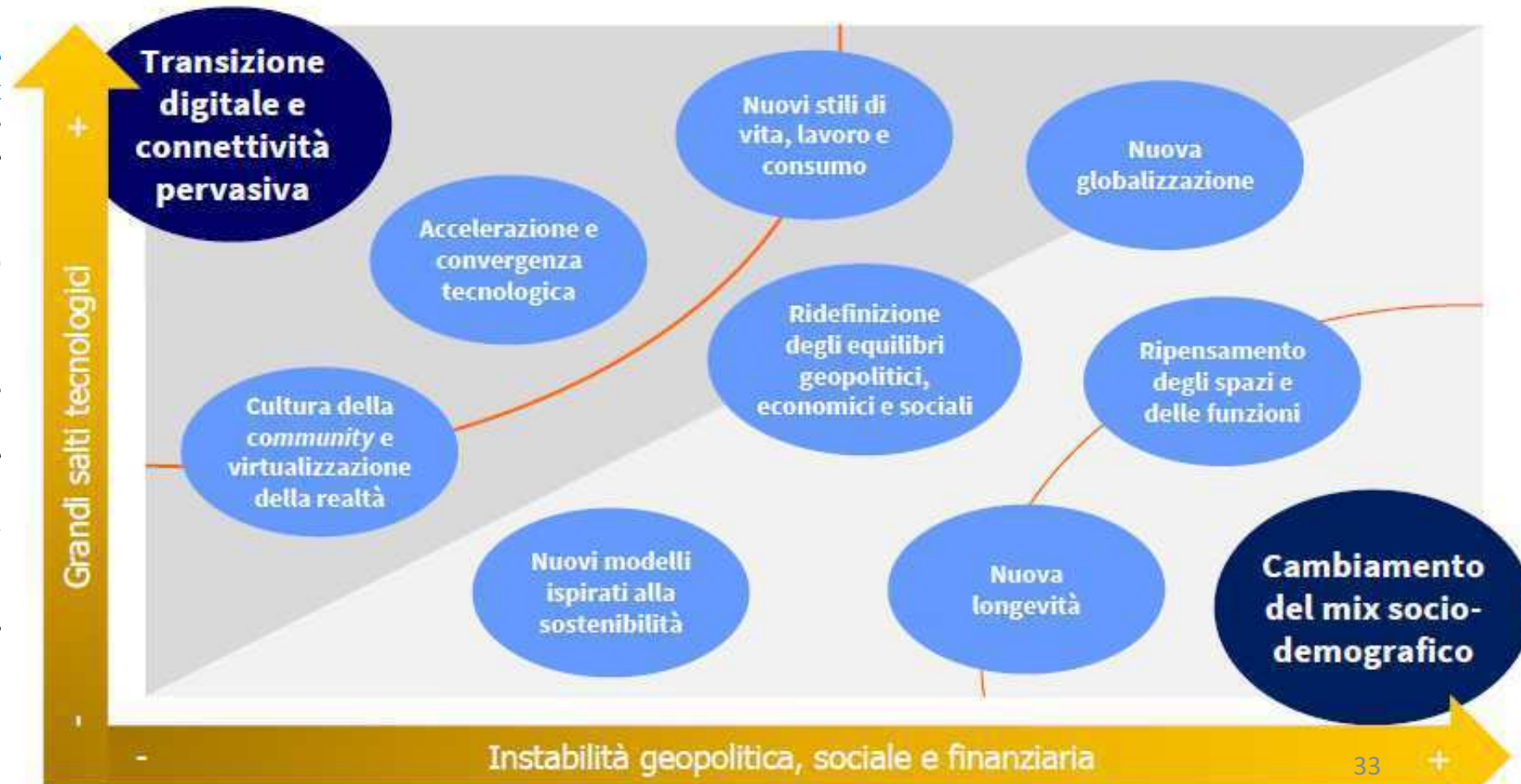


I 10 MESSAGGI CHIAVE DEL POSITION PAPER

1 Lo scenario di oggi e di domani è dominato da alcuni **megatrend**: tendenze globali che si dispiegano all'interno di due grandi **"onde" del cambiamento** (e che sono influenzate da queste ultime), risentendo allo stesso tempo dell'impatto di forze esogene che aumentano il livello di discontinuità.

Dai cambiamenti di lungo periodo riconducibili ai 2 macro-driver, la **transizione digitale e connettività pervasiva** e il **cambiamento del mix socio-demografico**, emergono **8 megatrend** che impatteranno sul business e sulle vite delle persone del prossimo futuro:

- una nuova **globalizzazione**;
- la ridefinizione degli **equilibri geopolitici, economici e sociali**;
- il **ripensamento** degli **spazi** e delle **funzioni urbane**;
- la diffusione di **nuovi stili di vita**, lavoro e consumo;
- una «**nuova longevità**» (tra opportunità e rischi);
- l'affermazione di nuovi modelli ispirati alla **sostenibilità**;
- l'**accelerazione** e la **convergenza tecnologica**;
- la cultura della **community** e la **virtualizzazione della realtà**





I 10 MESSAGGI CHIAVE DEL POSITION PAPER

2 Si sta assistendo a una **“nuova globalizzazione”**, trainata dal rafforzamento dei mercati emergenti nell'economia globale e da una crescente interdipendenza dei sistemi economici mondiali.

- I mercati emergenti continueranno ad avere un peso crescente nell'economia globale
- L'Italia deve rafforzare il proprio outreach nelle aree a grande potenziale di crescita
- L'Italia deve anche sfruttare il ridisegno delle catene del valore globali e la crescente attenzione ai mercati «di prossimità»

3 Si ridefiniscono gli equilibri del potere e delle alleanze geopolitiche ed emergono **nuove tendenze socio-economiche su scala globale**

- Aggravamento della contrapposizione tra gruppo occidentale e asse russo-cinese con ruolo cruciale di un gruppo di Paesi «swing States» non allineati
- Maggiore competizione Nord-Sud con nuovi corridoi economici e nuovi progetti di integrazione regionali e intercontinentali
- Nuove catene del valore e nuovi mercati di consumo

4 L'urbanizzazione è una delle tendenze più significative del XXI secolo e apre a **nuove sfide per ripensare gli spazi e le funzioni urbane** per la sostenibilità e per le nuove necessità di cittadini e imprese.

- L'urbanizzazione è una delle tendenze più significative del XXI secolo
- È in corso un ripensamento degli spazi e delle funzioni urbane per la sostenibilità e la centralità della persona
- I nuovi trend legati all'e-commerce impongono una riprogettazione dei territori e degli spazi urbani

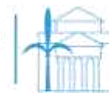
5 Digitalizzazione e restrizioni agli spostamenti delle persone hanno modificato il modo di vivere, lavorare e fare business: si rafforzano e affermano così **nuove modalità di relazione e forme di lavoro** che avranno implicazioni anche sull'offerta di servizi, sulle scelte di infrastrutturazione e sulle politiche pubbliche per l'urbanistica e il territorio.

- La "disconnessione" del lavoro dagli spazi tradizionali (ufficio, fabbrica) è un fenomeno ormai strutturale della nuova società
- Il lavoro smart, flessibile e delocalizzabile, impone la riorganizzazione dei territori e dei loro elementi di attrattività
- L'accelerazione del commercio elettronico apre a nuovi modelli di retail(e dei servizi collegati)



I 10 MESSAGGI CHIAVE DEL POSITION PAPER

- 6** Il progressivo invecchiamento della popolazione potrà abilitare nuove opportunità associate all'“**economia della longevità**”, ma la nuova struttura demografica richiederà un ripensamento del mondo del lavoro e un aumento della spesa in sanità e welfare.
- L'invecchiamento della popolazione apre nuove opportunità: l'“economia della longevità» (nuovi prodotti e servizi, nuove professioni specialistiche, investimenti nella sanità e nelle life sciences, offerta di servizi dedicati)
- 7** L'attenzione verso **scelte sostenibili e rispettose verso la società e l'ambiente** coinvolge sempre più imprese e la società, ma l'Italia (e in particolare, nel segmento delle PMI) deve recuperare terreno rispetto ai best in class internazionali.
- La sostenibilità integrata nelle scelte competitive aziendali può produrre benefici a più livelli, tra cui il miglioramento delle performance aziendali e della produttività, il rafforzamento delle relazioni con gli stakeholder, l'innovazione dei processi produttivi, l'ottimizzazione delle politiche aziendali e il riorientamento delle scelte strategiche.
- 8** Il COVID-19 ha accelerato i processi di digitalizzazione e la “disruption” tecnologica, che sta determinando la nascita della “**quinta rivoluzione industriale**”: ciò richiede un adeguamento delle competenze nel mercato del lavoro.
- Nuove tecnologie e soluzioni interagiscono per rendere la produzione sostenibile e mettere la persona al centro dei processi economici e sociali: *Cloud Computing, Big Data Analytics* (nel prossimo triennio produrremo più dati che negli ultimi 30 anni), *Internet of Things, Robotica umanoide & AI* (il punto di singolarità tecnologica (intelligenza artificiale che uguaglia quella umana è previsto nel 2047)
 - La manifattura italiana ha la più alta la quota di lavoratori ad alto rischio di automazione che necessitano di una formazione intensa
- 9** A livello globale continua a crescere **l'uso degli strumenti di comunicazione e interazione sul web** e il Metaverso rappresenta il nuovo *game changer* del futuro.
- il Metaverso, il nuovo game changer del futuro, potrà gradualmente sostituirsi alle interazioni nella realtà fisica , creando un mondo alternativo in cui effettuare acquisti, “abitare”, socializzare e partecipare ad eventi (dalle riunioni di lavoro ai concerti)



I 10 MESSAGGI CHIAVE DEL POSITION PAPER

10

Il territorio giuliano e il Friuli Venezia Giulia non sono esenti dalle sfide poste dalle **nuove onde del cambiamento**: in questo scenario di discontinuità ed accelerazione, gli investimenti previsti dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) accelereranno la trasformazione dell'economia e della società italiana nei prossimi anni.

Con riferimento alle grandi sfide collegate ai *megatrend* che impattano sulla società e il *business*, si osservano queste **tendenze nella Venezia Giulia** e nella regione:

- Nuova globalizzazione: nell'ultimo decennio, la *performance* esportativa della Venezia Giulia è stata superiore alla media nazionale e del Nord-Est: Nel 2021, **l'export della Venezia Giulia ha superato i livelli pre-pandemici** con valori superiori agli altri territori di riferimento (+28,2%), grazie soprattutto al traino dell'area triestina (+32,7%). Inoltre, nel tempo, il territorio giuliano **ha ridotto la dipendenza dal mercato europeo e nord-americano**, diversificando i mercati di destinazione delle proprie produzioni.
- Demografia e nuova longevità: la Venezia Giulia è meno esposta al fenomeno della multi-etnicità nella propria composizione demografica, ma deve fronteggiare il **progressivo depopolamento** iniziato nei primi anni Novanta. Infatti, la popolazione in Venezia Giulia si è ridotta del 7,2% rispetto ai livelli del 1992, con picchi nella Provincia di Trieste (-11,4%), dove si è registrata una contrazione dello 0,4% rispetto alla situazione pre-pandemica. Inoltre, la "piramide demografica" della Venezia Giulia è più spostata sulle fasce anziane: **più di un quarto dei residenti è over 65**.
- Nuovi modelli ispirati alla sostenibilità: le imprese che hanno realizzato iniziative per la sostenibilità in Friuli Venezia Giulia sono allineate alla media nazionale (65% rispetto alla media di 66% nazionali) ma permane un *gap* nell'adozione di pratiche circolari nei processi produttivi. Il Friuli Venezia Giulia è anche tra i territori italiani in cui **è più difficile reperire lavoratori con competenze in ambiti green** (il 44% dei lavoratori con elevate competenze *green* è di difficile reperimento).
- Accelerazione e convergenza tecnologia: grazie all'entroterra triestino, il Friuli Venezia Giulia è **la «Silicon Valley» del Nord-Est** ed è la terza Regione in Italia per **propensione all'innovazione tra le imprese**; il territorio vanta una alta scolarizzazione, con una incidenza superiore dei laureati di 4,1 punti percentuali rispetto alla media italiana.
- Nuove tecnologie e digitalizzazione: gli abitanti del Friuli Venezia Giulia mostrano una buona predisposizione all'uso del canale digitale (il 61% della popolazione usa Internet tutti i giorni) e **in media 7 aziende su 10 sono presenti sul web**

1.

 **Italiadomani**
PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA

Piano Nazionale di Ripresa
e Resilienza

2.




**Obiettivi comuni
Sistema camerale**

3.



Progetto Venezia Giulia 2025

- Strategie e azioni per la
competitività della Venezia Giulia



Partendo da questi contenuti sono
stati individuati

12 obiettivi

del piano pluriennale 2022 -2026 del sistema camerale integrato Venezia Giulia

- 
- # 01 Favorire la **transizione digitale**
 - # 02 Favorire la **transizione burocratica** e la **semplificazione**
 - # 03 Sostenere lo sviluppo dell'**internazionalizzazione** delle imprese
 - # 04 Garantire la salute gestionale e la **sostenibilità economica** dell'ente
 - # 05 Sostenere la **rivoluzione verde** e la **transizione ecologica**
 - # 06 Contribuire all'**attrattività turistica** del territorio
 - # 07 Promuovere le politiche attive del **lavoro**, l'inserimento lavorativo dei **giovani** e la creazione di **nuove imprese**
 - # 08 Sostenere **l'economia del mare** e lo **sviluppo infrastrutturale**
 - # 09 Promuovere lo **sviluppo delle attività imprenditoriali**, l'imprenditoria femminile e l'imprenditoria giovanile
 - # 10 L'Ente camerale **per le imprese**: supportare, informare, **creare valore**
 - # 11 Presidiare il reclutamento, la gestione e la riqualificazione delle **risorse umane**
 - # 12 Il **Fondo Gorizia**: sostegno al territorio

**FINALITA'**

Favorire lo sviluppo delle competenze digitali delle PMI nonché la conoscenza delle nuove tecnologie, attraverso servizi di info-formazione e attività di assistenza, prevedendo anche l'ampliamento dell'offerta mediante iniziative su temi ad alto potenziale, in particolare sulle *key enabling technologies* (KET) come ad esempio l'intelligenza artificiale (IA) e la cybersecurity.

AZIONI

Ampliamento delle attività dei PID per favorire **lo sviluppo delle competenze digitali delle PMI** nonché la conoscenza delle nuove tecnologie.

L'obiettivo verrà perseguito attraverso servizi di **info-formazione** e attività di **assistenza**, prevedendo anche l'ampliamento dell'offerta mediante iniziative su **temi ad alto potenziale**, in particolare sulle *key enabling technologies*(KET) come ad esempio l'intelligenza artificiale (IA) e la cybersecurity.

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA'

(Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Livelli di attività di valutazione della maturità digitale delle imprese
- ★ Azioni di diffusione della cultura digitale realizzate dal PID
- ★ Capacità di coinvolgimento negli Eventi relativi al PID
- ★ Grado di coinvolgimento delle imprese in attività di assistenza per la digitalizzazione e l'adozione delle tecnologie 4.0

KPI DI IMPATTO

Accrescimento della maturità digitale delle imprese del territorio supportate dal PID

**FINALITA'**

Agevolare e supportare le imprese nelle loro attività favorendo il passaggio da una burocrazia difensiva, che ostacola di fatto le attività imprenditoriali, ad una burocrazia amica delle imprese, che mira ad agevolarne l'operatività.

AZIONI

Il consolidamento della strategia di **semplificazione** da parte delle Camere di Commercio passa attraverso:

- il potenziamento degli strumenti del Fascicolo Informatico di impresa (nell'ottica del principio once-only) e del Cassetto digitale;
- un'importante operazione di pulizia e **riqualificazione** del database del Registro imprese, mediante la cancellazione delle imprese non attive al fine di aggiornare la rappresentazione del sistema economico del Paese

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA'

(Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Livelli di utilizzo del portale impresainungiorno.gov
- ★ Grado di adesione al cassetto digitale
- ★ Grado di rilascio di strumenti digitali alle imprese

KPI DI IMPATTO

Riduzione degli oneri da burocrazia a carico delle imprese



FINALITA'

I nuovi paradigmi strategici che le imprese esportatrici italiane si ritrovano ad affrontare su scala globale, emersi a seguito dell'irruzione della pandemia nel 2020 che ha accelerato in maniera dirompente processi già in atto, stanno imponendo una ridefinizione dell'operatività delle imprese in tutti i processi aziendali: dalle modifiche all'organizzazione delle catene del valori, ai cambiamenti nei modelli di spesa e alla necessità di integrare l'esperienza di acquisto on-line con quella off-line, dalla diffusione delle **tecnologie digitali** nella organizzazione aziendale, nel marketing e nelle modalità di vendita alla centralità dei **temi ambientali** nella ridefinizione dei processi produttivi, nella catena logistica e nella comunicazione. Di conseguenza, le Camere di Commercio, quali attori del sistema della promotion pubblica, sono chiamate a svolgere un ruolo diverso dal passato, divenendo il vero punto di accesso per le imprese ai mercati internazionali, specialmente per quelle micro, piccole e artigiane.

AZIONI

Supportare le PMI del territorio per avviarne o consolidarne la presenza all'estero attraverso attività di **info-formazione**, **orientamento ai mercati** e **assistenza specialistica** (piani per export, analisi di mercato, etc.); obiettivo da perseguire anche mediante il ripensamento dei servizi per l'estero, ossia **digitalizzando l'offerta** degli stessi e, al contempo, definendone di nuovi.

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA'

(Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Livello di supporto alle imprese in tema di internazionalizzazione
- ★ Livello di attività di informazione e di orientamento ai mercati
- ★ Grado di coinvolgimento delle imprese in attività di internazionalizzazione
- ★ Capacità di risposta dello Sportello internazionalizzazione

KPI DI IMPATTO

Accrescimento del valore delle esportazioni delle imprese del territorio supportate

**FINALITA'**

Si tratta di un obiettivo trasversale che, come indicato da Unioncamere, rappresenta un vincolo fondamentale per la gestione degli enti camerali. Il **consolidamento della salute economica** rappresenta, infatti, il requisito per poter **riversare risorse nei territori** di riferimento e **garantire servizi di qualità**.

AZIONI

Consolidare la **salute economica** dell'ente, per poter riversare risorse nel territorio di riferimento e garantire servizi di qualità

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Indice di equilibrio strutturale
- ★ Indice di struttura primario
- ★ % incasso diritto annuale
- ★ Capacità di generare proventi

KPI DI IMPATTO

Rafforzamento della sostenibilità economico-finanziaria degli enti camerali

FINALITA'

La transizione ecologica è un pilastro del programma Next Generation EU e del PNRR e costituisce una direttrice imprescindibile dello sviluppo futuro. La Missione del PNRR Rivoluzione Verde e Transizione Ecologica si occupa dei grandi temi dell'agricoltura sostenibile, dell'economia circolare, della transizione energetica, della mobilità sostenibile, dell'efficienza energetica degli edifici, delle risorse idriche e dell'inquinamento, al fine di migliorare la sostenibilità del sistema economico e assicurare una transizione equa e inclusiva verso una società a impatto ambientale pari a zero. Le imprese del territorio saranno sensibilizzate e accompagnate nel **processo di transizione green** attraverso specifiche azioni volte anche alla promozione dello sviluppo di una crescita economica circolare e rispettosa delle regole ambientali e che stimolino la consapevolezza verso nuovi modelli di sviluppo sostenibile, rafforzando attività e servizi a favore delle imprese in relazione alla gestione degli **adempimenti in tema di rifiuti**.

AZIONI

- Implementare attività di sensibilizzazione verso le imprese nei confronti dell'economia verde e della transizione ecologica
- Attuare attività formative, informative e di assistenza alle imprese negli adempimenti in materia di gestione dei rifiuti, sulle tematiche ambientali e in tema di economia circolare

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Grado di coinvolgimento delle imprese in attività di sensibilizzazione nei confronti della transizione ecologica
- ★ Andamento del grado di coinvolgimento degli imprenditori
- ★ Numero di Iniziative svolte
- ★ Grado di soddisfazione dell'utenza sui servizi erogati

KPI DI IMPATTO

Crescita del volume dei soggetti coinvolti nelle attività e aumento del grado di soddisfazione delle imprese nelle attività e nei servizi offerti

FINALITA'

Il turismo rappresenta una delle risorse più promettenti per lo sviluppo del nostro territorio e necessita di essere sostenuto con una strategia che miri a supportare iniziative durature di richiamo turismo che puntino su un turismo di qualità e, al contempo, a rafforzare la capacità di accoglienza e accrescere le competenze da parte del sistema imprenditoriale del settore. Il territorio, che potrà usufruire della grande opportunità in termini di visibilità e di afflusso turistico data da ECOC 2025 Gorizia-Nova Gorica e dove insistono destinazioni turistiche di grande richiamo quali Grado e, negli ultimi anni, Trieste, deve fare un salto di qualità per qualificare la propria offerta turistica, rafforzando la capacità di accoglienza e accrescendo le competenze da parte del sistema imprenditoriale del settore,

AZIONI

- Promuovere e svolgere attività finalizzate a **migliorare l'attrattività del territorio** e a **qualificare l'offerta turistica**
- Promuovere la circoscrizione territoriale di competenza quale meta di destinazione turistica, anche valorizzando le sue eccellenze agroalimentari ed enogastronomiche
- Realizzare attività mirate a valorizzare gli aspetti culturali e a richiamo turistico connessi ad alcuni settori chiave - sia di tipo industriale che primario - del territorio attraverso la messa in rete e la promozione dello stesso.
- Promuovere il dialogo e le sinergie tra industrie, offerta culturale, operatori turistici, industria creative e culturale e ICT.

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Volume operatori dell'industria culturale nelle iniziative camerali
- ★ Andamento del grado di coinvolgimento degli operatori
- ★ Numero di Iniziative svolte e/o supportate per aumentare l'attrattività del territorio e relative ricadute
- ★ Numero di iniziative svolte al fine di promuovere e valorizzare le eccellenze agroalimentari ed enogastronomiche
- ★ Attività svolte al fine della realizzazione del progetto "Parco del mare"

KPI DI IMPATTO

Accrescimento dei flussi turistici e dell'offerta turistica

FINALITA'

La questione del lavoro e della rigenerazione continua in termini innovativi del tessuto imprenditoriale rappresentano priorità fondamentali per il futuro del nostro Paese e del nostro territorio e chiamano direttamente in causa le funzioni delle camere di commercio. Attraverso il **servizio di orientamento al lavoro e alle professioni** che deve essere garantito con standard di qualità elevati ed omogenei su tutto il territorio nazionale, il sistema camerale è destinato a ricoprire un **ruolo ancora più importante nelle politiche attive del lavoro, potenziando il collegamento tra scuola e impresa**, anche tramite l'**alternanza scuola-lavoro** e lo **sviluppo dell'autoimprenditorialità**.

AZIONI

- Realizzare attività volte a migliorare l'incontro fra domanda e offerta di lavoro per rendere più efficace e veloce l'individuazione delle risorse umane dotate delle competenze necessarie alle imprese e orientare il percorso formativo dei giovani verso il mondo del lavoro avendo come riferimento i fabbisogni espressi dal mercato. Il raggiungimento di questi obiettivi dovrà essere sostenuto anche dallo sviluppo di piattaforme di sistema dedicate alle iniziative territoriali di orientamento, alternanza scuola-lavoro, transizione scuola-lavoro e università-lavoro e placement.
- Garantire servizi per sostenere l'autoimpiego e la **nascita di nuove imprese** sia nei settori tradizionali che innovativi sia attraverso sportelli fisici che su piattaforma digitale.

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (Da definire annualmente)

- Esempi:
- ★ Livello di utilizzo dei Punti Sportelli Nuova Impresa
 - ★ Capacità di supportare la costituzione delle Start-up
 - ★ Grado di soddisfazione delle imprese
 - ★ Grado di coinvolgimento delle scuole nel network camerale per l'orientamento
 - ★ Volume imprese iscritte al Registro alternanza Scuola-Lavoro (RASL)
 - ★ Volume di attività di divulgazione dei risultati di Excelsior
 - ★ Grado di coinvolgimento delle imprese al RASL

KPI DI IMPATTO

Crescita del volume dei soggetti coinvolti nelle attività di orientamento e aumento del grado di soddisfazione delle imprese nelle attività di supporto alla costituzione delle Start-Up

FINALITA'

L'Economia del mare è una risorsa fondamentale per il nostro territorio, generando ricchezza, occupazione e innovazione secondo un modello collaborativo e sostenibile. Il mare unisce settori e tradizioni diverse in un tessuto imprenditoriale diffuso che rappresenta una leva di sviluppo straordinaria. Nell'ultimo rapporto sull'Economia del Mare (2022) Trieste e Gorizia sono rispettivamente seconda e terza provincia per incidenza del valore aggiunto sul totale dell'economia del territorio (15,7 % Trieste e 13,3% Gorizia). L'**Economia del mare**, in tutte le sue componenti, dalla cantieristica alla pesca, sarà supportata attraverso iniziative che ne valorizzano le diverse declinazioni, in un'ottica di sistema, valorizzando aspetti innovativi e di sostenibilità in un'ottica di transizione verde. Strettamente legato al mare anche il tema dello **sviluppo infrastrutturale**, per cui è importante promuovere lo sviluppo di un sistema dei trasporti competitivo, di una logistica efficiente, di infrastrutture moderne e di una connettività all'avanguardia, elementi fondamentali per la competitività territoriale.

AZIONI

- Sviluppare azioni qualificate a supporto del settore della blue economy e le filiere del mare in tutte le sue declinazioni, (nautica-navale, logistico-portuale, pesca, turismo marino, ricerca)
- Promuovere analisi, ipotesi di intervento e contributi operativi allo sviluppo delle reti materiali ed immateriali, utili a disegnare una strategia di medio-lungo periodo sullo sviluppo della logistica

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Grado di coinvolgimento degli operatori nelle iniziative realizzate
- ★ Numero di iniziative/attività realizzate
- ★ Capacità di coinvolgimento dei soggetti istituzionali/stakeholder in azioni di supporto ed assistenza alle imprese

KPI DI IMPATTO

Crescita del volume dei soggetti coinvolti nelle attività e aumento del grado di soddisfazione

FINALITA'

Il sistema camerale Venezia Giulia intende impegnarsi nella realizzazione di servizi sempre più dinamici, flessibili ed innovativi a favore delle imprese del territorio, con particolare riferimento all'imprenditoria femminile e giovanile, che andrà ad affiancarsi ai tanti servizi già erogati finalizzati alla crescita e alla creazione d'impresa che saranno incrementati e sviluppati per far fronte alle esigenze degli imprenditori, degli aspiranti imprenditori e imprenditrici della Venezia Giulia, favorendo al contempo la conoscenza presso gli stessi dei contributi e delle agevolazioni esistenti.

Si rafforzerà l'azione di supporto e stimolo allo **sviluppo imprenditoriale** del territorio ponendo in essere iniziative sistemiche per lo sviluppo generalizzato del sistema economico locale e, insieme, azioni finalizzate a ravvivare i singoli comparti produttivi (commercio, industria, artigianato, agricoltura, servizi avanzati, credito, turismo, trasporti e portualità, cooperazione)

AZIONI

- Servizi di informazione, consulenza e di **assistenza qualificata** agli imprenditori/imprenditrici e ai giovani imprenditori
- Iniziative per accrescere la cultura imprenditoriale, in particolare destinate a donne e giovani
- Attività di animazione imprenditoriale sulle opportunità di creazione e sviluppo d'impresa, con particolare riferimento a imprenditoria femminile e giovanile.

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Grado di sviluppo di servizi di sostegno agli imprenditori/imprenditrici
- ★ Grado di coinvolgimento degli imprenditori/imprenditrici supportati nelle attività formative, informative e allo sportello
- ★ Valore Bandi camerali dedicati all'imprenditoria femminile e giovanile

KPI DI IMPATTO

Crescita del volume delle imprenditrici e imprenditori coinvolti nelle attività e aumento del grado di soddisfazione

FINALITA'

Creare valore per il sistema delle imprese supportandole attraverso un miglioramento continuo del livello dei servizi erogati. Il sistema camerale integrato divenire pienamente digitale, seguendo la regola del "digital by default", ovvero far divenire la modalità da remoto la principale modalità di fruizione di tutti i servizi erogati.

Tale processo sarà attuato attraverso una più funzionale e innovativa organizzazione delle attività non solo verso l'esterno ma altresì all'interno dell'Ente, concentrando in massima parte le risorse umane nell'erogazione di servizi alle imprese anziché nei processi interni all'Ente: ove possibile, questi ultimi verranno digitalizzati o esternalizzati, seguendo i necessari principi di economicità.

AZIONI

- Migliorare la qualità e la quantità dei servizi resi sia obbligatori che a domanda
- Migliorare qualità ed efficienza interna dell'Ente
- Perseguire il miglioramento continuo della performance

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Incrementare il numero di smart card attivate
- ★ Livello di diffusione del servizio di Mediazione e Conciliazione
- ★ Migliorare il sistema comunicativo e informativo con l'utenza

KPI DI IMPATTO

Aumento del volume dei servizi erogati e incremento del grado di soddisfazione dei servizi attuati

FINALITA'

Incrementare la professionalità del personale a garanzia di una migliore organizzazione e di un migliore servizio all'utenza, valorizzando le professionalità in un'ottica di aggiornamento e di acquisizione di nuove competenze,

AZIONI

Assicurare l'aggiornamento professionale continuo, introdurre nuove modalità di lavoro, valorizzare e accrescere le competenze.

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Dimensionamento del personale rispetto al cluster camerale di riferimento e all'intensità del programma pluriennale del sistema camerale integrato

KPI DI IMPATTO

Aumento del livello di efficienza ed efficacia dell'attività dell'Ente e di customer satisfaction dell'utenza

FINALITA'

Nell'era Post Covid lo strumento agevolativo del Fondo Gorizia deve divenire una leva fondamentale per consentire la ripartenza e porre le basi per un nuovo sviluppo socio-economico del territorio privilegiando forme di sostegno che consentano effetti moltiplicativi che possano generare una crescita sostenibile da un punto di vista economico, sociale ed ambientale e lo sviluppo di attività imprenditoriali innovative, responsabili ed inclusive votate alla creazione di ricchezza e che rendano a beneficio del territorio e di tutta la comunità

AZIONI

- Creare e promuovere la creazione di infrastrutture socio-economiche che inducano direttamente ed indirettamente alla crescita del sistema imprenditoriale
- Ricercare nuove forme di sostegno alle imprese a favore degli investimenti materiali ed immateriali delle stesse, in particolare sostenendo la digitalizzazione e l'innovazione dell'impresa nonché nell'ambito dell'economia circolare
- Sostenere le azioni per lo sviluppo della logistica integrata
- Sostenere la promozione delle produzioni tipiche locali
- Sostenere, anche in collaborazione con il Confidi, l'accesso al credito delle imprese del territorio

(Da definire annualmente)

KPI DI EFFICACIA, EFFICIENZA, QUALITA' (Da definire annualmente)

Esempi:

- ★ Grado di coinvolgimento dei soggetti nelle iniziative realizzate
- ★ Numero di iniziative/attività realizzate

KPI DI IMPATTO

Crescita del volume dei soggetti coinvolti nelle attività e nelle iniziative di sostegno