



***OSSERVATORIO SULL'INCLUSIONE SOCIO-ECONOMICA E FINANZIARIA DELLE IMPRESE
GESTITE DA MIGRANTI E AMPLIAMENTO/MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA DI SERVIZI
EROGATI DALLA RETE CAMERALE A CITTADINI MIGRANTI***

PIANO ESECUTIVO

(15 aprile 2019)

Sommario

PREMESSA	3
1) PROGETTAZIONE, COORDINAMENTO E MONITORAGGIO ATTIVITÀ	4
1.1 ATTIVITÀ DI COORDINAMENTO NAZIONALE ED ANIMAZIONE TERRITORIALE	4
1.2 CABINA DI REGIA E TAVOLO INTERISTITUZIONALE	5
2) LINEA DI SERVIZIO A: OSSERVATORIO SULLA INCLUSIONE SOCIO-ECONOMICA E FINANZIARIA	5
3) LINEA DI SERVIZIO B: AMPLIAMENTO/MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA DI SERVIZI DELLA RETE CAMERALE AI CITTADINI MIGRANTI E CON BACKGROUND MIGRATORIO.....	5
3.1. Un sostegno operativo all'imprenditoria immigrata.....	5
3.2. Risultati attesi.....	5
3.3. Metodologia.....	6
3.4. Le Camere di commercio ed aziende speciali.....	7
3.5. Destinatari	7
3.6. Valore aggiunto del progetto.....	7
3.7. Azioni di intervento proposte.....	8
3.7.1 Informazione e registrazione.....	8
3.7.2 Orientamento all'imprenditorialità	8
3.7.3 Formazione.....	9
3.7.4 Accompagnamento al Business Plan	9
3.7.5 Assistenza alla costituzione d'impresa	10
3.7.6 Mentoring nella fase di avvio di impresa.....	10
3.7.7 Servizi di rete e organizzazione di incontri con le comunità imprenditoriali dei migranti	10
3.7.8 Promozione, diffusione e piano di comunicazione.....	11
4. NORME REGOLATRICI	11

PREMESSA

L'inclusione socio-economica dei cittadini migranti regolarmente presenti sul territorio nazionale rappresenta uno degli assi portanti dei processi di integrazione. I *Common Basic Principles (CBP) for Immigrant Integration Policy in the European Union* e l'*Action Plan on the Integration of Third Country Nationals* hanno infatti evidenziato l'importanza di assicurare ai cittadini di Paesi terzi la possibilità di dare il proprio contributo economico e sociale alle comunità di accoglienza. In questo contesto, il lavoro, anche nella forma autonoma e imprenditoriale, costituisce la chiave del processo di integrazione ed è centrale rispetto alla visibilità e all'effettività del contributo dei cittadini migranti alle società di arrivo.

Nel nostro Paese, i cittadini migranti hanno peraltro assunto un ruolo rilevante all'interno del sistema delle imprese. Le imprese a conduzione straniera registrate nel 2017 in Italia sono complessivamente 585.674; nella maggioranza dei casi (78,8%) si tratta di imprese individuali (di queste, 374.065 sono guidate da cittadini non comunitari). In termini di contributo alla crescita economica del paese, si osserva un aumento delle imprese a titolarità straniera legato anche, come è noto, alla forte propensione dei cittadini migranti al lavoro autonomo. 463.292 imprese sono guidate da cittadini non comunitari, con un'incidenza del 79% sul totale delle imprese a conduzione straniera e con una crescita nell'ultimo anno pari al 2,1%, in controtendenza rispetto al complessivo calo delle imprese (-0,6%).

Il contributo dell'imprenditoria migrante al sistema Paese può essere letto anche in termini di sviluppo del tessuto economico-produttivo e di accompagnamento dei processi di ristrutturazione del sistema imprenditoriale. Come sottolinea il Rapporto 2017 "Osservatorio nazionale sull'inclusione finanziaria dei migranti", la presenza di uno strato di attività autonome straniere in determinati settori e specializzazioni sembra aver svolto un ruolo positivo nella sopravvivenza e nella rivitalizzazione di alcuni segmenti dell'economia nazionale.

La crescita dell'imprenditorialità immigrata e la diversificazione delle caratteristiche che assume sul territorio nazionale pongono questioni rilevanti rispetto sia al mercato del lavoro, sia al tessuto produttivo, sia al sistema delle imprese, che rappresentano ambiti di competenza comuni del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e di UNIONCAMERE.

Il sistema camerale rappresentato da UNIONCAMERE, per la sua funzione istituzionale, la presenza capillare su tutto il territorio, l'esperienza in termini di *know-how* e relazioni consolidate con tutti gli *stakeholder* di interesse, rappresenta l'interlocutore idoneo alla realizzazione di un programma di supporto alla creazione, allo sviluppo e al consolidamento dell'impresa migrante, con particolare attenzione all'integrazione degli stessi imprenditori nelle comunità socio-economiche del territorio provinciale.

Sulla base delle competenze proprie di ciascuna Amministrazione (di seguito dettagliate), l'Accordo di programma ex art. 15 L. 241/1990 rappresenta lo strumento più idoneo a promuovere una efficace collaborazione tra le stesse, al fine di raggiungere l'obiettivo condiviso di sostenere la creazione, lo sviluppo e il consolidamento dell'imprenditoria migrante e favorire una crescita inclusiva anche in termini di opportunità di creazione di nuova occupazione.

Il MLPS ai sensi dell'art. 1 comma 4, del D.L. n. 85 del 16. Maggio 2008, convertito con modificazioni dall'art. 1, comma 1, della L. n. 121 del 14 luglio 2008, svolge, tra l'altro, compiti di coordinamento delle politiche per l'integrazione degli stranieri immigrati e di promozione delle iniziative afferenti le politiche attive, anche attraverso il coinvolgimento dei servizi competenti per

l'inserimento e reinserimento lavorativo dei lavoratori stranieri, ivi comprese le azioni di promozione di impresa e autoimpiego.

UNIONCAMERE, ai sensi della L. n. 580 del 29 dicembre 1993, come da ultimo modificata dal D.lgs. n. 219 del 25 novembre 2016, fra gli altri compiti, formula direttive e indirizzi agli organismi del sistema camerale per l'esercizio delle funzioni indicate all'art. 2 della citata legge, in particolare di "sostegno alla competitività delle imprese e dei territori provinciali tramite attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese". Unioncamere, altresì, cura e rappresenta gli interessi generali delle CCIAA (Camere di commercio industria, artigianato e agricoltura), promuove, realizza e gestisce servizi e attività di interesse delle stesse e stipula con le Amministrazioni centrali dello Stato accordi di programma in rappresentanza dei soggetti del sistema camerale che sono chiamati ad attuarli. Come risulta dallo statuto dell'ente (art. 1) fanno parte di UNIONCAMERE le Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura e la *Chambre* della Valle D'Aosta.

La cooperazione tra le Amministrazioni parti dell'accordo si sostanzierà, innanzitutto, nell'istituzione di una "Cabina di Regia", composta dai rappresentanti di Unioncamere e del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e supportata da un Tavolo interistituzionale allargato anche ai principali stakeholder del processo di integrazione socio-economica e finanziaria dei migranti. La cabina di Regia avrà il compito di definire le policy e di coordinare e monitorare le attività del progetto, sulla base del principio della sinergica convergenza.

UNIONCAMERE curerà i rapporti con il Ministero, assicurerà il coordinamento delle attività di progetto e predisporrà gli strumenti e le procedure necessarie alla loro concreta attuazione a livello centrale e territoriale.

Le CCIAA, con il supporto del livello centrale, cureranno le attività di informazione a livello locale, la selezione dei futuri imprenditori, l'erogazione dei servizi di formazione mirati a migliorare le conoscenze e le competenze operative e manageriali per la realizzazione dei progetti imprenditoriali (inclusa la conoscenza dei prodotti finanziari disponibili), l'assistenza alla predisposizione dei *business plan*, e la fase di accompagnamento al credito. Potranno, inoltre, attribuire alle proprie Aziende Speciali il compito di realizzare alcune attività progettuali, assegnando alle stesse le risorse finanziarie e strumentali necessarie.

Le azioni che saranno realizzate nell'ambito del progetto avranno lo scopo di migliorare l'accesso ai servizi offerti dalle CCIAA, di rafforzare le imprese già esistenti sul territorio provinciale e di sostenere e accompagnare il futuro imprenditore nelle fasi più delicate del percorso di creazione di una nuova impresa, ovvero la fase di avvio e la fase di accesso al credito.

Con riferimento, infine, alla dimensione finanziaria dell'inclusione socio-economica, tra gli obiettivi delle attività progettuali vi è quello di analizzarne in maniera sistematica e costante i diversi aspetti (tra i quali il livello di bancarizzazione, il flusso delle rimesse, il ricorso al credito, il grado di uso dei diversi prodotti finanziari da parte dei cittadini migranti).

1) PROGETTAZIONE, COORDINAMENTO E MONITORAGGIO ATTIVITÀ

1.1 ATTIVITÀ DI COORDINAMENTO NAZIONALE ED ANIMAZIONE TERRITORIALE

Per le attività di coordinamento nazionale, Unioncamere si avvarrà di proprio personale.

Per le attività di supporto al project management con particolare riferimento alla animazione diretta delle azioni progettuali sul territorio ed esclusivamente tramite il distacco di personale a tempo parziale, Unioncamere si avvarrà, quale partner di progetto, di IFOA, Centro di Formazione e Servizi delle Camere di commercio. IFOA è un Ente dotato di personalità giuridica e svolge attività di interesse pubblico senza fini di lucro, partecipato da Unioncamere. Viene allegato al presente piano esecutivo, il dettaglio dei costi per il project management.

1.2 CABINA DI REGIA E TAVOLO INTERISTITUZIONALE

omissis

2) LINEA DI SERVIZIO A: OSSERVATORIO SULLA INCLUSIONE SOCIO-ECONOMICA E FINANZIARIA

omissis

3) LINEA DI SERVIZIO B: AMPLIAMENTO/MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA DI SERVIZI DELLA RETE CAMERALE AI CITTADINI MIGRANTI E CON BACKGROUND MIGRATORIO

3.1. Un sostegno operativo all'imprenditoria immigrata

Questa linea si fonda sul ruolo di Unioncamere e della rete delle Camere di commercio soggetti istituzionalmente deputati allo sviluppo di nuova impresa sul territorio nazionale e i territori di riferimento e si propone di realizzare le condizioni favorevoli alla creazione, sviluppo e consolidamento di impresa migrante contribuendo alla crescita occupazionale, supportando l'integrazione dei cittadini di paesi terzi regolarmente presenti in Italia, traendo vantaggio dal ruolo del sistema camerale stesso come moltiplicatore del potenziale imprenditoriale presente sul territorio, anche in coerenza delle linee di *policy* date dalla Cabina di Regia.

3.2. Risultati attesi

Il progetto è concepito come un'iniziativa integrata volta a sostenere lo sviluppo di imprenditoria migrante, mediante azioni volte anche a favorire il ricambio generazionale. In particolare:

- Creare una rete di attori, rappresentanti di potenziali stakeholders sul tema dell'integrazione economica dei migranti: enti territoriali, associazioni datoriali e di categoria, sindacati, università, rappresentanti della diaspora, terzo settore.
- Condurre una campagna informativa e di sensibilizzazione nei territori provinciali che saranno individuati, utilizzando sia strumenti di comunicazione tradizionali che nuove tecnologie digitali e social media communication, rivolti ai cittadini migranti motivati all'avvio di impresa.
- Effettuare una mappatura dei progetti ed esperienze in corso sui territori, anche al fine di definire i criteri per la scelta delle regioni oggetto dell'intervento.
- Attuare un'esperienza pilota di 24 mesi con il coinvolgimento di un numero selezionato di Camere di commercio nei territori provinciali individuati, per un numero complessivo di 25 territori provinciali/Camere di commercio.
- Condurre eventi informativi nel complesso delle Camere di commercio con la partecipazione di almeno 2000 persone destinatarie.



UNIONCAMERE



- Profilare e selezionare almeno 1200 persone, di cui almeno il 60% migranti di prima e seconda generazione, destinatarie con l'inclinazione all'imprenditorialità per interventi di orientamento e valutazione della propensione imprenditoriale personale.
- Accrescere le competenze tecnico, organizzative, commerciali e normative rispetto al contesto economico-imprenditoriale italiano di almeno 800 aspiranti imprenditori.
- Erogare percorsi di accompagnamento allo sviluppo del Business Plan per almeno 400 persone destinatarie.
- Facilitare la creazione di almeno 60 nuove aziende a titolarità migrante/titolarità mista o seconde generazione sul territorio selezionato.
- Monitorare e valutare in itinere l'impatto, l'efficacia, i risultati del progetto rispetto agli obiettivi posti in sede di progettazione.
- Diffondere i risultati raggiunti tra gli stakeholders, il sistema istituzionale e l'opinione pubblica.
- Analizzare e valutare l'impatto, l'efficacia, i risultati finali del progetto rispetto agli obiettivi posti in sede di progettazione e replicare l'iniziativa a sistema su altri territori provinciali non coinvolti nell'iniziativa pilota in funzione di favorire un ulteriore sviluppo dell'iniziativa.

3.3. Metodologia

Il modello metodologico prevede il progressivo affinamento di azioni informative, formative e consulenziali che, partendo da un coinvolgimento iniziale di un numero consistente di persone, arrivi a sostanziare le idee imprenditoriali realmente praticabili e sostenibili, avviandone la realizzazione.

Il prototipo prevede infatti un mix di azioni di informazione, orientamento, formazione, consulenza personalizzata, affiancamento mirato alla redazione del Business Plan e alla costituzione di nuova impresa, secondo il target dimensionale del territorio di riferimento.

Risulterà cruciale dare seguito a queste attività, facilitando l'accesso al credito sul territorio: ed è questa la ragione per la quale si punterà al coinvolgimento nel tavolo interistituzionale e di indirizzo dei rappresentanti degli istituti di credito.

I numeri di riferimento per ogni Camera di commercio coinvolta sono infatti da intendersi come valori medi dei territori provinciali di riferimento; territori provinciali che, tuttavia, rappresentano caratteristiche di popolazione, economiche e di concentrazione di popolazione migrante diversi e di conseguenza diversi saranno i numeri dei risultati attesi in valore assoluto tra un territorio e l'altro.

Si ritiene comunque importante mantenere una differenziazione dei territori provinciali e garantire la modularità degli interventi (i.e.: territori a maggiore/minore penetrazione di migranti, territori con maggiore/minore tasso di sviluppo economico) al fine di elaborare un numero di "lessons learnt" applicabili non solo ai territori più facilitanti ma anche a quelli con maggiori incognite. Questo al fine di consentire una successiva replicabilità, contribuire comunque alla riduzione delle disparità territoriali e offrire opportunità anche laddove sono meno accessibili.

La metodologia si prefigge di dare un impulso di rilievo alle attitudini di quei soggetti che sono motivati ad intraprendere un progetto autonomo di impresa. A tale fine risulta necessario creare percorsi virtuosi di creazione di impresa che integrino al proprio interno servizi di orientamento all'imprenditorialità, formazione tecnico-specialistica e trasversale, supporto e accompagnamento

allo sviluppo del progetto di impresa e un presidio di servizi di mentoring nella fase embrionale e neonatale della nuova impresa. Proprio a questo riguardo risulta cruciale il tema dell'accesso al credito al fine di garantire la sostenibilità delle iniziative.

Le azioni previste sono:

- 1) Informazione e registrazione
- 2) Orientamento all'imprenditorialità
- 3) Formazione
- 4) Assistenza personalizzata
- 5) Assistenza alla costituzione della neo-impresa anche attraverso l'accompagnamento e l'accesso al credito
- 6) Mentoring nella fase di avvio di impresa
- 7) Promozione, diffusione e piano di comunicazione

Trasversalmente alle azioni, verrà implementata un'azione importante di promozione, finalizzata al coinvolgimento del target e alla massima visibilità dell'iniziativa.

3.4. Le Camere di commercio ed aziende speciali

Le Camere di commercio coinvolte e le loro aziende speciali sono parti determinanti per il raggiungimento degli obiettivi del progetto in materia di formazione.

Le Camere di commercio coinvolte e le loro aziende speciali si configurano quali partner di progetto essendo le Camere legate ad Unioncamere da vincolo associativo e le aziende speciali configurandosi a loro volta quali enti strumentali delle stesse.

3.5. Destinatari

I destinatari diretti del progetto sono persone con background migratorio, comprese le seconde generazioni, senza limiti di età, anche occupate, regolarmente presenti in Italia e motivate ad un percorso imprenditoriale e di auto-impiego. Sono previste modalità da concordare in sede di Cabina di Regia per assicurare la parità di genere. Ai fini di incoraggiare un'integrazione efficace la partecipazione ai servizi erogati sarà volta anche a favorire la bidirezionalità dei processi di integrazione al fine di facilitare opportunità di cooperazione o imprese a titolarità mista. Le persone destinatarie delle azioni progettuali potranno essere quindi, oltre a cittadini provenienti da Paesi extra UE (di prima o seconda generazione: almeno il 60% dei beneficiari) anche cittadini di Paesi UE.

In tutte le attività di orientamento all'imprenditorialità e informazione rivolta ai nuovi imprenditori sarà posta particolare attenzione alla componente di genere con l'obiettivo di favorire lo sviluppo dell'imprenditoria femminile anche in questo progetto.

3.6. Valore aggiunto del progetto

- Disponibilità di banche dati proprie di Unioncamere sul target di riferimento per leggere i contesti e indirizzare le azioni (Excelsior, FILO, ecc.)



UNIONCAMERE



- Network e partnership: valorizzare, fertilizzare e allargare una rete di stakeholders che contribuisca alla visibilità, promozione, diffusione e attuazione del progetto.
- Metodologia e strumenti: un gruppo di lavoro composto da esperti e in particolare il servizio di mentoring. Il mentoring è inteso come una relazione in cui un imprenditore esperto - o un professionista esperto del business - assiste un altro imprenditore, normalmente con meno esperienza (cioè un aspirante o un nuovo imprenditore), e può quindi fornire un supporto prezioso basato su esperienza pratica. Il mentoring stesso comprende lo sviluppo di competenze e conoscenze, nonché l'aiuto nell'accesso a reti che potrebbero migliorare la crescita professionale e personale del mentee. Per gli imprenditori migranti, queste relazioni hanno lo scopo di facilitare l'acquisizione di capacità imprenditoriali, abilità manageriali e capitale sociale specifici del paese, compresa la consulenza business-to-business. Un mentoring di successo può anche avere un impatto positivo sulla motivazione del mentee, che potenzialmente può portare a un'ulteriore crescita del business dopo la fase di start-up.
- Utilizzo e valorizzazione dei Social Network per dare rilievo all'iniziativa, favorirne la promozione e dare visibilità ai risultati.
- Utilizzo di strumenti di valutazione delle singole azioni, sia attraverso la verifica degli indicatori (numerici e qualitativi) precedentemente condivisi, che tramite questionari.

3.7. Azioni di intervento proposte

Sviluppiamo le azioni proposte attraverso un PERCORSO di sostegno e accompagnamento finalizzato all'avvio di impresa, formato da più fasi ad accesso progressivo e collegate che rendono l'intervento completo ed autoportante.

3.7.1 Informazione e registrazione

Destinatari: mediamente 100 persone per ognuno dei territori provinciali individuati (totale 2000 persone)

Obiettivo: promuovere e informare rispetto alle opportunità del progetto; individuare potenziali candidati/aspiranti imprenditori

Attività previste:

- Sportello informativo
- incontri/colloqui individuali finalizzati a fornire informazioni sia di progetto che di avvio di impresa, raccolta di questionari di adesione, ecc.
- organizzazione di un evento di presentazione per ognuno dei territori provinciali individuati
- azioni di coordinamento con associazioni dei territori e della diaspora

Output: opportunità offerte dai servizi del progetto diffusi sul territorio di riferimento

Risultati attesi: Registrazione di almeno 60 persone per ognuno dei territori provinciali individuati e partecipanti alle fasi successive del progetto (complessivamente 1200 persone).

3.7.2 Orientamento all'imprenditorialità

Destinatari: mediamente 60 persone per ognuno dei territori provinciali individuati (totale 1200 persone)

Obiettivo: l'orientamento all'imprenditorialità è centrale per garantire che l'aspirante imprenditore acquisisca la consapevolezza del significato del ruolo dell'imprenditore verso la società e il tessuto economico attraverso un percorso di self-assessment delle proprie motivazioni, competenze e progetto imprenditoriale.

Attività previste: percorso di gruppo (nello specifico: due eventi ciascuno di 8 ore presso ognuno dei territori provinciali individuati – 3.7.1) e intervista individuale (3.7.2) rispetto alle attitudini imprenditoriali al fine di far emergere l'inclinazione e l'approccio creativo che porta alla maturazione di un'idea imprenditoriale. Test di auto-diagnosi delle attitudini imprenditoriali.

Output: autoconsapevolezza rispetto al progetto imprenditoriale e alla propria propensione al rischio

Risultati attesi: mediamente 40 persone selezionate per accesso al percorso formativo per ognuno dei territori provinciali individuati (complessivamente 800 persone).

3.7.3 Formazione

Destinatari: mediamente 40 persone iscritte ai percorsi di formazione per ognuno dei territori provinciali individuati

Obiettivo: Migliorare le conoscenze e competenze operative e manageriali per la realizzazione del progetto imprenditoriale

Attività previste: percorso d'aula (nello specifico: fino a massimo due corsi, ciascuno di 56 ore, presso ognuno dei territori individuati) su temi centrali quali: Economia e finanza d'impresa, mercato e marketing, strumenti digitali per l'avvio di impresa, normativa, forme societarie e regimi contabili, modalità di accesso al credito, organizzazione e laboratorio per la redazione del Business Plan. In tale contesto saranno previste le spese per le docenze (3.7.3.1) e per il tutoraggio e la segreteria delle aule formative (3.7.3.2). Nei territori con più alta incidenza di imprese immigrate potranno essere contemplati fino a 3 corsi nel quadro dei percorsi d'aula.

Output: formare su specifiche competenze finalizzate ad impostare il Business Plan e individuare i partecipanti/progetti di impresa che proseguono alla fase successiva

Risultati attesi: almeno 20 progetti di impresa per ogni territorio provinciale (complessivamente 400 persone).

3.7.4 Accompagnamento al Business Plan

Destinatari: mediamente 20 persone per ogni territorio provinciale (400 persone/progetti di impresa complessivi).

Obiettivo: Valutare la sostenibilità dei singoli progetti e la fattibilità economica e finanziaria.

Attività previste: incontri individuali tra esperto e potenziale imprenditore, finalizzati all'analisi del mercato di riferimento, alla stesura di dettaglio e sostenibilità del business plan, l'individuazione di possibili canali di finanziamento e le modalità di accesso al credito.

Durata del servizio: fino a max 25 ore di consulenza e accompagnamento individuale e personalizzato.

Output: Business Plan per progetti cantierabili o presa di consapevolezza della non sostenibilità economica dell'idea

Risultati attesi: 10 Business Plans economicamente e finanziariamente sostenibili per ogni territorio provinciale coinvolto (complessivamente 200 Business Plans).

3.7.5 Assistenza alla costituzione d'impresa

Destinatari: mediamente 10 persone per ogni territorio provinciale (200 potenziali nuove imprese costituite)

Obiettivo: Dettagliare e accompagnare nell'iter necessario all'avvio di impresa

Attività previste: incontri individuali tra esperto e potenziale imprenditore di analisi finale dell'iter burocratico, localizzazione, tempistiche di apertura, documenti necessari, relazioni con gli istituti di credito.

Durata del servizio: fino a 6 ore per impresa

Output: Avvio di impresa

Risultati attesi: mediamente 3 costituzioni di nuove imprese per ogni territorio provinciale coinvolto (complessivamente 60 nuove imprese).

3.7.6 Mentoring nella fase di avvio di impresa

Destinatari: mediamente 3 imprese per ogni territorio provinciale

Obiettivo: Accompagnare la nuova impresa nella fase iniziale dell'avvio di impresa

Attività previste: messa a disposizione di 1 esperto con esperienza settoriale o trasversale che aiuti a superare i numerosi ostacoli iniziali successivi all'avvio di impresa.

Durata del servizio: 6 mesi dalla costituzione di impresa.

Output: Consolidamento della nuova impresa

Risultati attesi: il servizio di mentoring, della durata di 6 mesi, ha l'obiettivo di supportare 3 nuove imprese per ciascuno dei territori provinciali individuati, per un totale di 60 nuove imprese, per un massimo di 4 giornate al mese a Camera di commercio.

3.7.7 Servizi di rete e organizzazione di incontri con le comunità imprenditoriali dei migranti

Servizi di rete con associazioni della diaspora sui territori provinciali individuati e organizzazione di incontri con le comunità imprenditoriali della diaspora per la diffusione di buone pratiche

Con questo segmento di attività si propone di valorizzare il ruolo delle diverse associazioni di migranti presenti sul territorio favorendo la loro messa in rete ed assicurando un raccordo con i tavoli tematici sulle filiere produttive normalmente organizzati dalle Camere di commercio.

Si vuole, inoltre, dare continuità nell'ambito del progetto, alle iniziative realizzate nel 2017-2018 a Torino, Milano e Roma presso le locali Camere di commercio con l'imprenditoria immigrata estendendola in almeno 6 realtà camerali nell'arco dei 24 mesi di durata del progetto con la presentazione alle imprese italiane degli strumenti finanziari previsti dalla legge n. 125/2014.

3.7.8 Promozione, diffusione e piano di comunicazione

L'attività di promozione, diffusione e comunicazione sarà articolata a livello nazionale ed a livello territoriale. Per le attività di comunicazione Unioncamere si avvarrà di SiCamera, Società *in house* di Unioncamere, in qualità di partner di progetto.

L'attività nazionale si sostanzia come segue:

- a) progettazione creativa;
- b) realizzazione materiali; c) linee guida per attività territoriale; d) assistenza tecnica Camere di commercio; e) media planning;
- c) Produzione 2 video graphic motion: produzione esecutivi folder nazionale e locale); campagna web advertising nazionale

L'attività territoriale si sostanzia, invece, come segue:

- a) pubblicazione su testate news locali; b) stampa folder; c) eventi locali; traduzioni.

Vengono poi previsti, nell'ambito del programma di comunicazione due eventi di carattere nazionale articolati come segue:

segreteria tecnica e organizzativa; servizi tecnici; riprese video e post produzione; catering; hostess; relatori; stampa materiali.

Vengono, infine, previsti dei costi finalizzati alle attività sui social media:

progettazione social media plan; redazione social dedicata per 1 anno; gestione campagne "sponsorizzate"; analytics dati di traffico social; tool monitoraggio dati e sentiment social; inserzioni (campagne "sponsorizzate")

4. NORME REGOLATRICI

L'esecuzione del progetto è regolata da:

- Accordo di programma ex art. 15 L. 241/1990 tra Ministero del lavoro e delle politiche sociali e Unioncamere del 21/12/2018;
- proposta progettuale presentata da Unioncamere (prot. in ingresso 3891 del 18/12/2018);
- vigenti disposizioni di legge e di regolamento per l'amministrazione del patrimonio e la contabilità generale dello Stato;
- codice civile, per quanto non regolato dalle disposizioni di cui ai precedenti punti;
- Circolare del Ministero del lavoro e delle politiche sociali n. 2 del 2 febbraio 2009.

L'acquisizione dei beni e dei servizi dovrà avvenire in osservanza della normativa in materia di contratti pubblici (D. Lgs 50/2016).

Le spese generali di amministrazione (costi indiretti) saranno rendicontate forfettariamente nella misura del 10% delle spese effettivamente rendicontate (costi diretti).

In linea generale e a titolo non esaustivo, sono considerati costi indiretti: locazione di immobili e attrezzature ad uso ufficio; manutenzioni e utenze (riscaldamento, elettricità, servizio di pulizia, ecc.) comunicazione (posta, fax, telefono, mailing, ecc.)

Tutta la documentazione attinente al progetto sarà agli atti presso la sede di Unioncamere, che sarà l'unico referente dell'Amministrazione, per i controlli che il Ministero del Lavoro riterrà opportuno effettuare.

Gli importi suddetti saranno destinati alla copertura delle spese per il personale, per le attività di formazione e consulenza, per le forniture di beni e servizi (costi diretti), al netto delle spese generali che saranno calcolate nella misura del 10% dei citati costi diretti. All'interno di dette somme, rimborsabili dal progetto, è compresa l'IVA, allorquando questa sia indetraibile e costituisca un onere per la Camera.

Le attività di rendicontazione saranno disciplinate dalla acclusa circolare n. 2 del 2 febbraio 2009 del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

In tutte le comunicazioni future di spesa dovrà essere utilizzato il CUP I81G18000190001.