



Programma

Commercio e Artigianato



TITOLO DEL PROGRAMMA:

COMMERCIO E ARTIGIANATO

INDICE

1. Costruzione del quadro conoscitivo generale	5
1.1. Inquadramento generale	5
1.1.1. Commercio e distribuzione.....	5
1.1.2. Artigianato	8
1.2. Azioni in corso	12
1.2.1. Iniziative a livello europeo.....	12
1.2.2. Iniziative a livello nazionale e regionale.....	13
2. Definizione degli obiettivi.....	15
2.1. Fabbisogni rilevati	15
2.2. Definizione degli obiettivi specifici ed operativi	17
2.2.1. Visione	17
2.2.2. Obiettivi di programma	18
3. Azioni di breve e di lungo periodo	20
3.1. Azione 12.1 - Sistema integrato per la promozione e commercializzazione dei prodotti di qualità MTB, orientato al mercato interno con la realizzazione di filiere corte, e aperto ai mercati internazionali, soprattutto emergenti.....	20
3.1.1. Intervento 12.1.1. Marketing metropolitano MTB.....	21
3.1.2. Intervento 12.1.2. Realizzazione del “Web Market MTB”	25
3.1.3. Intervento 12.1.3. Realizzazione di uno studio di fattibilità per un Consorzio Metropolitano dei Distretti Urbani del Commercio.....	29
3.2. Azione 12.2 - Miglioramento dei sistemi commerciali urbani in termini di qualità ed efficienza, mediante il supporto e l’istituzione di distretti urbani del commercio, aggregazioni di imprese capaci di realizzare attività coordinate di promozione, innovazione, acquisto.....	32
3.2.1. Intervento 12.2.1. Marchio “Distretti Urbani del Commercio MTB”	32
3.2.2. Intervento 12.2.2. Distretti urbani del commercio	34
3.2.3. Intervento 12.2.3. Progetto Pilota - Distretto Urbano del Commercio di Bari (Via Sparano e quartiere Murat);.....	38
3.2.4. Intervento 12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio di Bitonto (progetto “Del Passato il Futuro – centro commerciale naturale”).....	41

3.3. Azione 12.3 – Realizzazione di una rete di aree del commercio attrattive e multifunzionali, per la promozione di prodotti agroalimentari tipici e di qualità nel mercato interno di MTB;	46
3.3.1. Intervento 12.3.20. Studio di Fattibilità per la realizzazione di una rete di poli della logistica urbana	51
3.4. Azione 12.4 Favorire iniziative volte a migliorare la competitività, l’efficienza e la qualità delle PMI artigiane, con misure a favore dell’innovazione e della ricerca, promuovendo e qualificando in particolare il sistema delle PMI artigiane nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali	53
3.4.1. Intervento 12.4.1. Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB	53
3.4.2. Intervento 12.4.2. Incentivi per l’innovazione e la commercializzazione nelle filiere artigianali	56
3.4.3. Intervento 12.4.3. Rete delle botteghe scuola artigiane	59
3.5. Azione 12.5. Attività per la formazione di un mercato dell’edilizia sostenibile e del restauro, intervenendo a favore della creazione un borsino specializzato nel settore e promuovendo attività di formazione tecnica specializzata e adeguamento tecnologico delle imprese	64
3.5.1. Intervento 12.5.1. Edilizia sostenibile: incentivi per la riconversione e l’adeguamento delle imprese	65
3.5.2. Intervento 12.5.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB	67
3.5.3. Intervento 12.5.3. Borsino dell’edilizia sostenibile e del restauro	72
4. Prospetto riepilogativo delle azioni e degli importi	76
5. Compatibilità del programma con gli indirizzi della programmazione regionale e provinciale	76
5.1. Fonti finanziarie e coerenza strategica con la Programmazione unitaria	78
5.2. Quadro logico di programma	80
6. Ruolo e coerenza del programma con il Piano Strategico	82

1. Costruzione del quadro conoscitivo generale

1.1. Inquadramento generale

1.1.1. Commercio e distribuzione

Il settore, caratterizzato dalla presenza di piccole e medie imprese, sta oggi vivendo un processo di rapida e radicale trasformazione a seguito di una serie combinata di fattori che, come in altri contesti italiani, nella MTB stanno incidendo in modo significativo nell'organizzazione del tessuto imprenditoriale. I fattori cui si fa riferimento sono legati, dal lato della domanda, al cambiamento dei modelli di consumo e degli stili di vita; dal lato dell'offerta, alla presenza di nuove forme di commercio e distribuzione basate su modelli spinti di organizzazione e di efficienza.

All'interfaccia tradizionale tra produttori e consumatori finali, costituita dai classici negozi di quartiere o dai mercati rionali organizzati su base familiare e specializzati in un particolare ramo merceologico, si affianca e spesso si sostituisce la grande distribuzione, caratterizzata dal servizio libero e da un assortimento esteso ed integrale di merci che raggiunge la massima espressione nella tendenza al gigantismo delle strutture distributive contemporanee con gli ipermercati. L'area metropolitana di Bari non è stata esente da tali processi, soprattutto negli immediati dintorni del comune capoluogo, caratterizzati da una forte presenza di attività commerciali di medie-grandi dimensioni, che stanno mettendo alla prova la tenuta del sistema della vendita al dettaglio dei centri urbani.

Il periodo 1981-1991 è cruciale per l'assetto socio-economico della Terra di Bari: da un lato il capoluogo entra nella fase di suburbanizzazione del ciclo di vita della città, dall'altro l'azione concomitante di una serie di esternalità negative (alto costo alloggi, congestione delle vie di comunicazione,...) e il miglioramento del livello di infrastrutturazione dell'hinterland favoriscono il decentramento della funzione residenziale cui seguirà la redistribuzione di molte attività commerciali. In particolare, nell'ambito dei servizi alle famiglie di rango III (classificazione SOMEA) emergono tre nuovi poli Casamassima, Corato e Modugno, che assumeranno anche nel decennio successivo un ruolo di primo piano nella grande distribuzione.

Attualmente il settore del commercio ha il maggior numero di imprese e di addetti all'interno dell'Area Metropolitana, ma al contempo presenta una dimensione media di impresa estremamente ridotta. Si tratta di micro-imprese con superfici di vendita estremamente ridotte, distribuite soprattutto nei centri urbani.

La grande distribuzione commerciale presenta differenti tipologie localizzative che rispecchiano la logica dei reticoli equipotenziali in base alla quale si distribuiscono al di fuori del contesto urbano lungo le principali direttrici dell'accessibilità (è il caso di Casamassima, Triggiano e Modugno) ovvero del tutto interne alla città di grandi dimensioni (è il caso di Bari).

La presenza di molte strutture commerciali nell'area ovest di Bari e a Molfetta, testimonia la conversione delle aree industriali in centri di commercio e di svago, creando così il bisogno di modificare il sistema degli accessi a tali aree (

Tabella 1).

Tabella 1. Ubicazione delle strutture di grande distribuzione suddivise per tipologia

Tipologia	Comune	Impresa	Superficie totale
Cash and carry	Bari	S.G. 500	500
	Bari	Metro	n.d.
	Bari	PantaMarket	4.000
	Capurso	Pick up	n.d.
	corato	Alta Sfera	n.d.
	corato	Cedi Fresco	n.d.
	Modugno	Migrò	n.d.
	Terlizzi	Migrò	n.d.
Centro commerciale dettaglio	Bari	Carrefour Pasteur	5.000
	Bari	Carrefour San Paolo	16.000
	Bari	Iper De Sandi	19.047
	Bari	Mongolfiera Japigia	n.d.
	Bari	Mongolfiera	n.d.
	Casamassima	Auchan	n.d.
	Modugno	Auchan	n.d.
	Modugno	Carrefour	n.d.
Grandi magazzini	Bari	La Rinascente	4.701
	Casamassima	Coin	4.374
	Casamassima	Oviesse	2.000
	Casamassima	Upim	1.800
Ipermercati	Bari	Carrefour Pasteur	8.000
	Bari	Carrefour San Paolo	28.000
	Bari	Iper De Sandi	n.d.
	Bari	Ipercoop	10.000
	Bari	Ipercoop	n.d.
	Casamassima	Auchan	14.476
	Modugno	Auchan	n.d.
	Corato	Maxi Store Di Meglio	n.d.
	Bari	Conad	n.d.
Grandi strutture no food	Bari	La Rinascente	4.701
	Bari	Piazza Italia	n.d.
	Bari	Zara	n.d.
	Bari	Bata	n.d.
	Bari	Medi Max	n.d.
	Bari	Trony	n.d.
	Bari	Mediaworld	n.d.
	Bari	Euronics	n.d.
	Bari	Castorama	n.d.
	Bari	Decathlon	n.d.
	Bari	Trony Repubblica	1.500
	Bitonto	Bernardi Abbigliamento	n.d.
	Casamassima	coin	4.374
	Casamassima	Upim	1.800
	Casamassima	Oviesse	2.000
	Casamassima	Leroy Merlin	n.d.
	Casamassima	Toys Center	n.d.
	Casamassima	Decathlon	n.d.
	Corato	Trony	n.d.
	Corato	MediMax	n.d.
	Molfetta	Medimax	n.d.

(Fonte, PTCP, Provincia di Bari, elaborazione dati Unioncamere 2006)

Allo stesso modo la presenza della grande distribuzione pone un problema di governance dovuto alle esigenze, potenzialmente contrastanti, delle piccole strutture e della grande distribuzione.

Il Decreto Legge n.114/1998 (Decreto 'Bersani') accanto alla finalità prioritaria di assicurare la migliore produttività del sistema commerciale e la qualità dei servizi da rendere ai consumatori, pone altri obiettivi quali l'equilibrato sviluppo delle diverse tipologie distributive, la compatibilità ambientale e territoriale degli insediamenti commerciali, la possibilità di concorrere allo sviluppo urbano, la salvaguardia e riqualificazione dei centri storici, favorendo le piccole e medie imprese ivi operanti.

La grande distribuzione, pur facendo delle economie di scala il fattore determinante del proprio successo, non dimentica la legge di attrazione cumulativa generata dall'agglomerazione di negozi al dettaglio, anche concorrenti tra loro: è questo il punto di forza dei "centri commerciali" che agiscono lì dove oggi gli ambiti urbani sono carenti (per mancanza di idonee aree di parcheggio e la difficile accessibilità) restituendo al cliente un'immagine di sicurezza e comodità nelle fasi di acquisto.

D'altro canto le imprese commerciali possono essere parte integrante di un distretto produttivo sia come parte terminale della filiera (distribuzione e vendita del prodotto finito) sia per le piccole imprese artigiane, per le quali è possibile pensare distretti di tipo orizzontale in cui si produce e si commercializza il prodotto (filiera corta). In tal senso possono nascere anche all'interno dei centri urbani luoghi in cui si sviluppano delle specializzazioni artigiane (via degli antiquari, via degli orefici,...) che possono rappresentare anche fattori di attrattività turistica e contribuire alla rivitalizzazione di centri storici in fase di declino e troppo spesso ridotti a 'distretti della pizza al taglio'. La redditività delle imprese commerciali di piccole dimensioni è, quindi, fortemente correlata all'attrattività dei sistemi urbani. I tempi delle città moderne di medie dimensioni spesso sono asincroni rispetto all'offerta di beni e servizi. In tal senso la legge riserva allo Stato il compito di individuare le linee di indirizzo della politica commerciale, ma demanda alle Regioni il compito di coordinare gli strumenti urbanistici ordinari con gli interventi di programmazione commerciale e di vigilare sulle grandi strutture di vendita.

1.1.1.1. Possibili rapporti intercorrenti nell'Area Vasta tra pianificazione commerciale e urbanistica

In merito a questo punto, possiamo circoscrivere l'argomento soprattutto nella considerazione del rapporto tra città e grandi centri del commercio. Il paragrafo precedente traccia un quadro descrittivo della dimensione che sta assumendo, in MTB, la presenza della grande distribuzione. Lo sviluppo della MTB e la sua dimensione di policentricità, con aree urbane interconnesse in cui sono presenti forti rapporti funzionali, economici, sociali, configura un centro territoriale che potremmo definire, usando la dizione di alcune importanti ricerche europee (cfr. ESPON), Regional Urban Pole (RUP). Come in altri casi simili in Europa (per numero di abitanti, dinamiche urbane e territoriali, caratteristiche socio-economiche), tra le caratteristiche funzionali di queste aree vi è il forte sviluppo della presenza di grandi centri del commercio. Anche in MTB, infatti, una delle principali dimensioni dello sviluppo urbano dell'ultimo decennio è consistita nel fiorire di aree commerciali di medie e grandi dimensioni, localizzate lungo le grandi direttrici dell'accessibilità (cfr. Casamassima, Triggiano e Modugno), in zone artigianali riconvertite al commercio (Bari, Molfetta), ai margini delle città, seguendo logiche di distribuzione territoriale per reticoli equipotenziali e accompagnando la rapida trasformazione delle abitudini dei cittadini-consumatori.

Sul piano urbanistico tecnico, lo sviluppo di grandi centri di commercio pone questioni rilevanti legate all'organizzazione dei collegamenti, alle dinamiche di uso del suolo, alla produzione di nuovi spazi, all'infrastrutturazione, alle dinamiche dei flussi e degli spostamenti di persone, mezzi e merci. Questi argomenti dimostrano le forti interconnessioni tra la pianificazione del settore commerciale e la pianificazione urbanistica. Il territorio e il paesaggio della MTB hanno vissuto negli ultimi anni una forte trasformazione collegata a queste dinamiche, trasformazione non solo funzionale e paesaggistica, ma anche legata ad aspetti sociologico-urbani. Fin dal principio questi centri erano identificati come una forma di spazi anonimi, tanto da essere descritti in letteratura come un classico esempio di "non luoghi"; oggi la frequenza di "uso" e la familiarità con cui le persone si relazionano a questa sorta di moderne cattedrali inizia a far riconsiderare l'accezione completamente negativa degli stessi. Si parla di "nuovi territori del commercio", addirittura di "super-luoghi", come spazi che, quanto meno agli occhi del comune consumatore, hanno dimostrato di aver perso la "vuotezza di senso" e la mancanza di identità che aveva collegato la loro immagine alla fortunata espressione coniata da Marc Augé. Di diverso parere urbanisti e sociologi, che ancora rimarcano gli aspetti negativi legati alla diffusione di queste strutture, fino in alcuni casi ad affermare che esse sono la negazione della città, con il loro carattere effimero e decontestualizzato. Da un punto di vista urbanistico, è senz'altro condivisa l'affermazione che, se scollegata o in contrasto rispetto al contesto ambientale e paesaggistico, la presenza di grandi strutture commerciali costituisce un potenziale elemento di pressione sul territorio e un elemento di potenziale detrazione del paesaggio.

1.1.2. Artigianato

I 31 comuni di MTB sono caratterizzati dalla presenza di imprese prevalentemente di piccole dimensioni a carattere artigiano, localizzate sia nelle aree urbane che in aree per gli insediamenti produttivi.

Una delle caratteristiche che emergono da recenti studi è la scarsa capacità di relazione tra il sistema territoriale e il sistema delle imprese. Gli Sportelli Unici per le Attività Produttive (SUAP) non sono ancora in grado di soddisfare le esigenze emergenti dal territorio. La passata programmazione ha realizzato alcuni progetti di SUAP sovra comunali finanziati nell'ambito della misura 6.2 (società dell'informazione).

L'analisi di contesto mette in risalto la forte incidenza del settore delle costruzioni, sia per valore aggiunto sia per numero di addetti, sui valori totali dell'industria in MTB. Le imprese di costruzioni sono caratterizzate da una dimensione media molto ridotta e dalla forte presenza di lavoratori provenienti dai paesi balcanici. Al tempo stesso, il settore è caratterizzato da una forte presenza del sommerso, il che rende difficile anche pensare alla definizione di serie politiche per la sicurezza e la salute dei lavoratori.

Le imprese artigiane sono oltre 17.000, pari a circa il 30% delle imprese presenti.

Osservando il rapporto tra il numero di imprese artigiane e la popolazione residente in ciascun comune, emerge che la presenza di imprese artigiane è ridotta nei comuni a ridosso della città di Bari, a conferma della loro funzione residenziale sussidiaria rispetto al capoluogo, mentre è molto presente nei comuni dell'entroterra.

Tabella 2. Rapporto tra imprese artigiane e popolazione residente

	Rapporto imprese/1000 abitanti**
--	-----------------------------------------

ACQUAVIVA DELLE FONTI	14
ADELFA	14
BARI	13
BINETTO	22,2
BITETTO	14
BITONTO	18,5
BITRITTO	12,3
CAPURSO	19,3
CASAMASSIMA	14,2
CASSANO DELLE MURGE	18,4
CELLAMARE	14,3
CONVERSANO	21,1
CORATO	20,04
GIOIA DEL COLLE	16,6
GIOVINAZZO	13,7
GRUMO APPULA	13,8
MODUGNO	16,5
MOLA DI BARI	13,5
MOLFETTA	14,9
NOICATTARO	11,7
PALO DEL COLLE	16,2
POLIGNANO A MARE	16,6
RUTIGLIANO	14,4
RUVO DI PUGLIA	20,7
SAMMICHELE DI BARI	20,1
SANNICANDRO DI BARI	14,7
TERLIZZI	15,1
TORITTO	17,4
TRIGGIANO	13,3
TURI	17,9
VALENZANO	13,7
**popolazione ISTAT, 2001	

Fonte: Camera di Commercio, 2007

Tabella 3. Imprese artigiane nell'Area Metropolitana Terra di Bari

IMPRESSE ARTIGIANE ANNO 2006	Registrate	Attive	Iscrizioni	Cessazioni
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	77	77	8	11
C Estrazione di minerali	7	7	0	1
D Attivita' manifatturiere	5490	5341	300	380
E Prod.e distrib.energ.eletr.,gas e acqua	1	1	0	0
F Costruzioni	5117	4986	407	356
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	2.129	2.093	50	146
H Alberghi e ristoranti	93	88	0	8
I Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	1.056	1.031	62	65
J Intermediaz.monetaria e finanziaria	2	2	0	0
K Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	905	885	57	78
M Istruzione	38	38	2	1
N Sanita' e altri servizi sociali	13	13	0	0
O Altri servizi pubblici,sociali e personali	2192	2184	110	104
X Imprese non classificate	273	122	28	17
TOTALE	17.393	16.868	1.024	1.167
TOTALE PROVINCIA	33.568	32.629	2.060	2.257

Fonte: CCIAA Bari

Dal confronto tra le tabelle emerge come in Terra di Bari sia preponderante il settore delle costruzioni e degli impiantisti anche rispetto al dato provinciale.

Tale settore è caratterizzato sia da imprese che operano come sub-fornitori di medie-grandi imprese, sia da operatori che effettuano direttamente per conto di clienti privati (riparatori, costruzioni alloggi, restauri).

Non sono presenti, se non sporadicamente, forme di aggregazione di imprese in consorzi per poter acquisire appalti di maggiori dimensioni.

Il numero di imprese che operano nel settore delle costruzioni è in crescita, a significare una sostanziale ripresa dell'intero comparto. Il dato relativo agli addetti nelle imprese artigiane della provincia di Bari del settore costruzioni era 21290 al 2001 (ISTAT).

Tabella 4 . Specializzazioni produttive delle imprese artigiane in Provincia di Bari

Caseifici e frantoi	515	3,2%
Panifici e pasticcerie	1.424	4,2%
Confezioni, tomaifici e calzaturifici	3.100	8,1%
Lavorazione del legno e cornicerie	1.077	0,9%
Serigrafie e topografie	320	1,3%
Lavorazione metalli	450	9,8%
Riparazione apparecchi meccanici	605	3,1%
Riparazione apparecchi elettrici e radiotelevisivi	1.058	1,3%
Riparazione apparecchi medicali e ottici	427	0,1%
Produzione mobili e accessori	1.520	4,8%
Costruzioni e impiantistica	9.037	20,5%
Riparazione autoveicoli e motoveicoli	5.000	10,5%
Trasporto merci su strada	3.160	8,9%
Imprese di pulizia	321	0,8%

Lavanderie	700	1,8%
Barbieri e parrucchieri	3.671	9,2%
Ristorazione	896	8,3%
Lavorazione minerali	612	1,5%
Lavorazione materie plastiche	42	1,7%
TOTALE	33.935	100%

Fonte: Osservatorio congiunturale sull'artigianato in Provincia di Bari, anno 2006

Nel caso delle imprese artigiane, come in altri settori economici della MTB, è difficile incontrare forme di aggregazione consortili tra gli attori economici, aggregazioni che potrebbero invece incrementare le possibilità di acquisire commesse di maggiori dimensioni e quindi aprire prospettive di crescita.

Le categorie di attività manifatturiere maggiormente presenti nella Provincia di Bari sono quelle che operano nella moda e nella lavorazione metalli.

In questi settori ancora una volta ritroviamo una forte presenza di piccole imprese che operano nella catena di sub-fornitura di grandi imprese, e che sono l'espressione della vocazione artigiana di alcuni territori. In particolare si fa riferimento a merlettifici e produzioni orafe, ma anche alle micro imprese operanti all'interno delle città – le cosiddette “botteghe”.

Altro settore significativo è quello del settore dei trasporti e del magazzinaggio costituito da piccoli operatori che svolgono attività di traslochi, trasporti ed altro.

In ultimo si segnala la presenza di piccoli/medi operatori nel campo delle riparazioni (officine, carrozzerie, ...) presenti all'interno della cinta urbana ma che spingono molto verso la delocalizzazione delle loro attività.

1.2. Azioni in corso

1.2.1. Iniziative a livello europeo

Lo sviluppo delle PMI è un obiettivo di politica economica riconosciuto a livello internazionale, visto il contributo che il settore apporta all'economia sia in termini di occupazione (negli ultimi anni hanno creato l'ottanta per cento dei nuovi posti di lavoro in Europa) che di ricchezza prodotta.

Anche per questo motivo, i vari livelli istituzionali sono coinvolti nella definizione di politiche di supporto al settore, cercando di individuare – nel rispetto delle regole della concorrenza e del mercato – sistemi e meccanismi orientati alla tutela, allo sviluppo e all'innovazione delle PMI, in un contesto economico sempre più difficile soprattutto per settori come il manifatturiero o l'agricolo.

A livello Comunitario, una delle principali innovazioni in questo campo viene dall'istituzione di un nuovo strumento da parte della Commissione e della Banca Europea degli Investimenti. L'iniziativa, denominata JEREMIE (Joint European REsources for MIcro to medium Enterprises), ha come scopo supportare i Paesi beneficiari a impiegare efficacemente i contributi dei Fondi Strutturali, potenziando altresì l'accesso delle regioni ai finanziamenti per incentivare la nascita di nuove imprese e nuove attività economiche. In pratica questo strumento potrà agevolare l'accesso al credito delle PMI, laddove gli Stati e le regioni potranno utilizzare parte dei fondi strutturali per prodotti finanziari studiati appositamente per le PMI. In questo modo si avrà un effetto moltiplicatore, anche considerando che tali prodotti avranno un carattere rotativo, con la possibilità di partecipazioni, operazioni di capitale di rischio, garanzie e assistenza tecnica. L'effetto moltiplicatore sul bilancio calcolato dalla BEI varierà da due a dieci volte le somme stanziare.

Per venire incontro a uno dei maggiori problemi riscontrati dal settore delle PMI, ovvero quello dell'accesso al credito, la Commissione ha avviato quindi un percorso di stretta collaborazione con la Banca Europea degli Investimenti e con altri istituti finanziari. È di ancor più recente avvio, invece, il percorso che porterà alla definizione di un ulteriore strumento comunitario a favore delle PMI. È stato da poco presentato, infatti, lo "Small Business Act for Europe", una proposta che verrà discussa nei prossimi mesi e trasformata in misure legislative e di sostegno tecnico a favore delle PMI. Tra le misure contenute nella proposta, è prevista una nuova forma societaria "europea" che potrà essere utilizzata per le imprese di nuova costituzione in tutti gli Stati membri. Per contrastare il problema dell'eccessiva burocratizzazione dei processi, è stato ipotizzato uno Statuto delle imprese private secondo il quale gli Stati membri dovranno adottare procedure tali per cui la costituzione di una società non richiederà più di una settimana e l'ottenimento di una licenza non più di un mese di tempo. Nello stesso strumento, inoltre, sono allo studio una serie di misure che prevedano esenzioni fiscali per la riduzione delle aliquote IVA su servizi e finanziamenti per corsi di formazione, ricerca e sviluppo e innovazione. Infine, per i giovani imprenditori saranno previste possibilità di scambio sul modello dell'esperienza Erasmus già esistente a livello universitario.

1.2.2. Iniziative a livello nazionale e regionale

La strategia tracciata dall'Agenda di Lisbona su temi come competitività, innovazione, economia della conoscenza, detta le priorità anche a livello di politiche nazionali e regionali.

Per comprendere le iniziative in atto a livello nazionale e regionale a favore di PMI e attività artigianali e del commercio, risulta interessante riportare alcuni dati sul sistema degli incentivi a livello nazionale e regionale, riferite in particolare al passato periodo di programmazione.

Nel suo complesso, il sistema è caratterizzato da una molteplicità di interventi. Nel periodo 2000-2006 al sistema delle imprese sono state concesse complessivamente agevolazioni per circa 67,9 miliardi di euro, di cui 50,9 attraverso gli interventi nazionali e 17 attraverso interventi gestiti dalle regioni, oltre un terzo dei quali costituito da regimi di aiuto nell'ambito degli strumenti di programmazione comunitari (fonte: MISE, 2007). Dopo una forte flessione nel 2005 dovuta soprattutto al blocco della legge 488/92, gli ultimi anni sono stati caratterizzati da una ripresa delle agevolazioni (soprattutto grazie alla ripresa della stessa legge, nel 2006), insieme a una maggiore operatività del credito di imposta per le aree sottoutilizzate e all'impiego di strumenti come i Contratti di programma.

Un'incidenza importante ha avuto il PIA innovazione, i cui dati includono anche i valori relativi al finanziamento agevolato. A tal proposito, è da evidenziare come complessivamente la quota di risorse per agevolazioni verso obiettivi correlati ai fattori di competitività delle imprese (promozione dell'innovazione tecnologica, consolidamento e sviluppo del sistema produttivo e internazionalizzazione) è quasi interamente costituita dalle risorse degli interventi nazionali (*ib.*). L'investimento medio agevolato a valere su misure nazionali è stato di circa 370 mila euro (al Sud 264 mila), mentre l'investimento medio agevolato per gli interventi regionali è stato pari a circa 90 mila euro. Le tipologie di agevolazione (sia nazionali che regionali) hanno registrato un prevalente ricorso al contributo in conto capitale, seguite dai contributi in conto interessi; una forte flessione si è avuta invece nell'utilizzo di contributi come il credito di imposta o il bonus fiscale, cui ha corrisposto un incremento percentuale di strumenti misti e di finanziamento diretto.

Tra gli interventi regionali, in massima parte rivolti a PMI, l'artigianato ha ricevuto il 21% delle agevolazioni concesse, mentre il commercio solo il 6,4%.

A livello occupazionale, gli strumenti a maggior impatto sono stati la legge 488 – industria, gli interventi a favore dell'autoimpiego e la legge 215/92.

Andando al dettaglio delle agevolazioni concesse dalla Regione Puglia, in particolare nell'impiego dei fondi della passata programmazione, nel triennio 2003-2006 sono state concesse agevolazioni così come riportato nella tabella seguente. Ai dati riportati, si aggiungono 30,2 meuro impegnati in un fondo di garanzia. Quasi la totalità delle agevolazioni concesse hanno riguardato PMI, in coerenza con quanto previsto dal Quadro Comunitario di Sostegno.

Tabella 5 . Agevolazioni concesse e erogate dalla Regione Puglia nel periodo 2003-2006

Periodo 2003-2006	R&S+I	Internaz.	Nuova imprendit.	Consolid. e sviluppo del sist. prod.	Accesso al credito consolid. finanziario	Ambiente/ Energia	Servizi/ infrastr. per le imprese
Agevolazioni concesse (meuro)	53,3	-	13,3	741,8	10,0	33,4	35,1
Agevolazioni erogate (meuro)	15,2	-	4,7	325,9	10,0	11,2	18,9

Fonte: Elaborazioni nostre su dati MISE 2007.

È dunque evidente come sia a livello nazionale che regionale, la dimensione delle PMI risulti strategica tanto per le politiche economiche quanto per le politiche del lavoro e per la generazione diffusa di reddito. È vero inoltre che le PMI rivestono un ruolo importante in quella che è l'immagine stessa della Nazione e dei territori. Ciò si riscontra soprattutto per quelle lavorazioni artistiche e tradizionali che appartengono alla cultura e alla storia delle comunità locali. Ad esse è rivolta una attenzione particolare da parte del legislatore sia nazionale che regionale. Tali attività hanno una particolare importanza non solo per motivi di immagine, ma anche per motivi culturali e di strategia economica. Sono esse infatti, con la qualità e con l'elevato livello di conoscenza e abilità che le connota, a rappresentare un particolare tipo di vantaggio competitivo nei confronti di altri territori e regioni con i quali l'Italia nel suo insieme, e ciascun territorio regionale a sua volta, si trova a dover concorrere nel mercato globale.

Il legame tra territorio e PMI è una caratteristica che riguarda anche le attività commerciali. Il ruolo delle PMI del commercio, soprattutto all'interno delle città, assolve a una funzione fondamentale nella definizione stessa di luogo urbano; è collegato alla nascita del tessuto di relazioni, allo sviluppo dell'economia, alla qualità degli spazi, all'identità e alla storia dei centri abitati. Come in altri contesti italiani, però, anche in MTB la presenza di attività commerciali al dettaglio è messa in difficoltà dall'insediamento di grandi strutture di vendita. L'equilibrio e la convivenza con queste strutture commerciali da parte del tessuto di piccoli e medi imprenditori del commercio è un argomento di primaria importanza nell'agenda politica regionale e locale, tant'è che si è reso necessario il recente aggiornamento della L.R. 11/2003 sul commercio. Tra le azioni a tutela della piccola distribuzione, a livello urbano si sono attivate iniziative di regolamentazione degli orari di apertura degli esercizi e si punta sempre più ad interventi di rivitalizzazione degli spazi pubblici, anche con attività di spettacolo e culturali, che possano rendere più attrattivo il sistema commerciale urbano nei confronti del consumatore.

In questa direzione vanno alcuni interventi regionali, come ad esempio il recentissimo bando per incentivi alle PMI commerciali previsti dall'art. 16 della L. 266/1997. Il bando ha come finalità la riqualificazione e la rivitalizzazione del sistema distributivo, con particolare riferimento ai centri storici e alle zone urbane a tradizionale vocazione commerciale, ivi compresi i mercati su aree pubbliche. Gli interventi, destinati a PMI del commercio al dettaglio, possono riguardare l'ammodernamento, la ristrutturazione e l'innovazione tecnologica degli esercizi esistenti, e l'introduzione di sistemi di sicurezza per imprese associate quali "centri commerciali naturali". Gli interventi (è previsto un contributo a fondo perduto del 50% delle spese ammesse in programmi di investimento in regime *de minimis*)

devono essere intesi a favorire la partecipazione e il coordinamento per il miglioramento della rete commerciale. È proprio l'aggregazione e il coordinamento tra operatori commerciali la direzione verso cui sembrano tendere alcune iniziative sperimentali operate dagli esercenti con il favore delle istituzioni e delle associazioni di categoria (si pensi ad esempio ai consorzi di via).

La LR 11/2003, prevede strumenti come i "centri di assistenza alle imprese", organismi che le associazioni di categoria e le Camere di Commercio possono istituire con la finalità di svolgere assistenza tecnica finalizzata alla diffusione di strumenti, metodologie e sistemi per l'ammmodernamento della rete distributiva, la promozione dell'adozione di certificazioni di qualità ecc. La nuova disciplina del commercio (LR 5 del 7/5/2008) prevede inoltre che a tali centri possano essere affidate le attività di gestione di misure di aiuto, così come previste dalla LR 10 del 29/06/2004.

Inoltre, la stessa disciplina regionale del commercio prevede la possibilità di misure di incentivo per i centri storici e le aree urbane a consolidata presenza commerciale individuati dai comuni (costituendo così quello che la nuova LR 5/08 definisce "distretti urbani del commercio"). A tal fine possono essere redatti progetti di valorizzazione commerciale, con incentivi a marchi di qualità, facilitazioni in materia di orari, apertura, vendite straordinarie e occupazione di suolo pubblico, agevolazioni tributarie e sostegno finanziario ecc. Il quadro normativo regionale pone particolare attenzione al commercio nelle sedi turistiche e nelle città d'arte; in esse sono possibili – così come nei centri di minor consistenza demografica – particolari strumenti per la rivitalizzazione, anche di concerto con l'Assessorato regionale al turismo (art. 18 LR 11/2003). L'albo delle città d'arte e turistiche, istituito con D.G.R. n.87 del 07/03/2005, annovera Bari come località turistica e città d'arte, e Conversano, Bitonto e Molfetta come città d'arte. L'iscrizione nell'albo può comportare quindi la definizione di particolari condizioni normative, protocolli ecc., come ad esempio l'esenzione dall'obbligo di rispettare orari di apertura e chiusura, sulla base di accordi presi dai Comuni con le organizzazioni di categoria maggiormente rappresentative e nel rispetto del sopra citato articolo 18 LR 11/2003, così come modificato dalla LR 5 del 7/5/2008, art 12.

Tra le iniziative più recenti poste in essere dalle associazioni di categoria, possiamo invece ricordare la costituzione a Bari della Comunità delle PMI del Mediterraneo, un organismo per la promozione dei rapporti tra imprese e per la promozione di filiere produttive internazionali nell'area geografica che, nel 2010, costituirà il mercato di libero scambio tra i Paesi del Mediterraneo.

2. Definizione degli obiettivi

2.1. Fabbisogni rilevati

MTB risulta, per struttura delle classi di età, un territorio relativamente giovane, con un elevato tasso di natalità e una prevalenza netta delle classi con meno di 15 anni di età. Nel territorio è situato poco meno del 40% delle imprese regionali, con una incidenza significativa del settore primario e con un'industria in linea con la media nazionale. Di contro, il tasso di disoccupazione denota un mercato del lavoro in difficoltà, con un comparto artigianale caratterizzato da un tasso di contribuzione al PIL inferiore alla media nazionale, nonostante la presenza di attività, in genere, discretamente remunerative.

In sintonia con quanto evidenziato dalle recenti analisi realizzate da istituzioni pubbliche e associazioni di categoria, per quanto riguarda l'artigianato è possibile individuare alcuni

motivi di sofferenza che prescindono dal tipo di produzione e dal settore. Tra questi spiccano gli elevati costi delle materie prime, dei componenti e dei semilavorati, la poca disponibilità di manodopera qualificata e la difficoltà di rapporti con la Pubblica amministrazione e con il sistema bancario. Difficoltà di accesso al credito ed eccessiva burocratizzazione sono tra le cause della contrazione anche del sistema commerciale, così come la contrazione generalizzata dei consumi e le già citate trasformazioni del mercato, che sembrano lasciare sempre più spazio alla grande dimensione (sia commerciale che produttiva) piuttosto che alla piccola e media. In questo, le PMI pugliesi hanno dimostrato di avere una scarsa propensione all'innovazione, che in parte coincide ed è causa stessa della scarsa capacità di adattamento e anticipazione dei cambiamenti.

In definitiva, anche in MTB ritroviamo i sintomi di un sistema del commercio e dell'artigianato che soffrono la crescente concorrenza, da un lato da parte delle grandi catene commerciali, dall'altro di sistemi produttivi emergenti e nuovi aggressivi competitors.

Alcune possibili soluzioni a questi problemi sono già chiare agli esperti e agli stessi operatori: prima di tutto la crescita della qualità dei prodotti, in seconda battuta il contenimento dei costi, quindi la diversificazione dei committenti. Parlando di qualità dei prodotti, è importante la tutela dei marchi e la promozione di sistemi di certificazione. Stando a quanto evidenziato da un recente studio Unioncamere (2006), più della metà delle imprese artigiane ritiene importante introdurre strumenti di tracciabilità che evidenzino caratteristiche ed origine dei prodotti (ad es. marchi di distretto).

Dal lato della ricerca e sviluppo, questa sembra invece di difficile integrazione con alcune forme di produzione tradizionale. Secondo una ricerca commissionata dal CIPE all'Uval e alla rete Nuvv, obiettivi di R&S rischiano di essere utilizzati in modo meccanico come priorità solo formali. L'attività di ricerca e innovazione, invece, è un aspetto irrinunciabile nello scenario attuale della competitività internazionale, e andrebbe valutata nella sua organicità alla parte industriale e nella sua essenzialità per la competitività degli investimenti (MISE, 2007). In genere, la prospettiva che ci si attende da interventi pubblici a sostegno di attività di R&S è data dalla sostenibilità economica degli investimenti agevolati, come garanzia del raggiungimento di effetti occupazionali persistenti e di innovazione tecnologica.

Nella grande industria, così come nel caso delle PMI, il mercato spinge sempre più verso la necessità di aggregazioni. Tali iniziative dovrebbero generare esternalità di tipo geografico e/o settoriale, potendo avere effetti positivi per il coordinamento delle decisioni di investimento e per promuovere iniziative comuni tra le imprese, soprattutto se esiste un legame di filiera o di prodotto. Le imprese possono realizzare sinergie nella realizzazione di infrastrutture fisiche comuni, nella realizzazione di attività promozionali e di marketing, nella definizione di strategie di mercato e nell'acquisto di servizi, che normalmente non sarebbero alla portata delle imprese singole allo stesso livello quantitativo e qualitativo. Uno degli obiettivi che l'azione pubblica si può dare, quindi, è quello di premiare il coordinamento di interventi che possano portare benefici non solo alle imprese partecipanti ma anche al territorio.

Nella definizione dei fabbisogni, risulta importante considerare le difficoltà del sistema del commercio urbano, dovuto in parte al gap di competitività nei confronti delle catene della grande distribuzione, in parte alla poca efficienza del sistema distributivo e al relativamente basso potere di acquisto nei confronti dei produttori e fornitori. Considerando quanto già detto e riferendosi in particolare ai dati riportati al paragrafo 1.1, nel definire possibili interventi a favore del settore, molto si potrebbe fare sul piano della qualità e sul rapporto con il cliente, due dimensioni che possono rappresentare elementi di vantaggio da parte della piccola distribuzione.

Sempre in riferimento all'analisi riportata al punto 1.1, il settore delle costruzioni può inoltre diventare oggetto di interventi di innovazione, per l'introduzione e il rafforzamento di particolari processi e sotto settori che avranno un sicuro sviluppo nei prossimi anni, come quello dell'edilizia sostenibile (cfr. anche Programma Energia e Programma Innovazione).

2.2. *Definizione degli obiettivi specifici ed operativi*

2.2.1. Visione

Come per l'intero Piano Strategico, tradizione e innovazione sono parole chiave anche per lo sviluppo del commercio e dell'artigianato. Il Programma effettua delle scelte sugli interventi da promuovere, partendo da esigenze attuali, ma con uno sguardo a quei cambiamenti strutturali necessari per la costituzione di un sistema competitivo e dinamico nel panorama dell'economia globale.

In base a queste scelte il tessuto delle PMI di MTB, negli anni, sarà in grado di sostenere i cambiamenti del mercato in maniera attiva, non solo rispondendo con rapida ed efficace capacità adattiva, ma anticipando i cambiamenti e tracciando per tempo strategie per interpretare e affrontare positivamente i condizionamenti esterni, migliorando le condizioni interne organizzative e strutturali.

Il Programma risponde oggi a priorità sentite del tessuto economico, avendo come obiettivo l'innovazione della tradizione artigianale per proiettarla verso nuovi mercati, promuovendo la dimensione urbana del commercio, guardando a un tessuto imprenditoriale capace di cooperazione strategica, artefice di importanti iniziative di marketing urbano e territoriale.

Sia l'artigianato locale che il settore del commercio saranno in grado di valorizzare il territorio nei suoi asset culturali, storici e ambientali; dai valori del territorio trarranno essi stessi vantaggio competitivo. Negli anni, il marchio MTB acquisirà un significato forte sui mercati locali e sovra-locali, confermando la validità delle scelte di aggregazione che le PMI saranno in grado di seguire.

Nella ricerca della qualità totale, il territorio svilupperà filiere corte nel settore agroalimentare, i cui prodotti, con quelli dell'enogastronomia e dell'artigianato di qualità, saranno espressione del patrimonio culturale di MTB e potranno offrire, ai turisti e ai consumatori in genere, la possibilità di condividere una cultura e uno stile di vita attraverso l'esperienza dell'acquisto.

Il sistema del commercio sarà capace di sviluppare azioni coordinate e iniziative commerciali, a partire dalla realizzazione di attività di marketing urbano e di valorizzazione del patrimonio culturale. I distretti urbani del commercio avranno consolidato le loro iniziative, restituendo al commercio un ruolo non solo economico all'interno delle città. Commercio e distribuzione costituiranno quindi un sistema capace di far tornare le aree urbane e i centri storici ad essere poli di attrazione commerciale, recuperando la dimensione "urbana" del commercio come elemento per il recupero della qualità fisica e relazionale dei luoghi.

Gli interventi per il sistema delle PMI artigiane renderanno l'artigianato locale, nel tempo, capace di "esportare la tradizione", avendo recuperato, innovato e consolidato quelle filiere che per motivi legati a condizioni di lavoro e ad attrattività di determinati mestieri, si vanno al giorno d'oggi perdendo. L'innovazione promossa riguarda quindi l'introduzione di miglioramenti di processo, organizzativi, professionali.

Inoltre, uno dei settori a maggior presenza di PMI, quello dell'edilizia, anche grazie alle iniziative già in essere che spingono verso la costituzione di un distretto a livello regionale nel settore dell'edilizia sostenibile, sarà in grado di migliorare le competenze diffuse e il

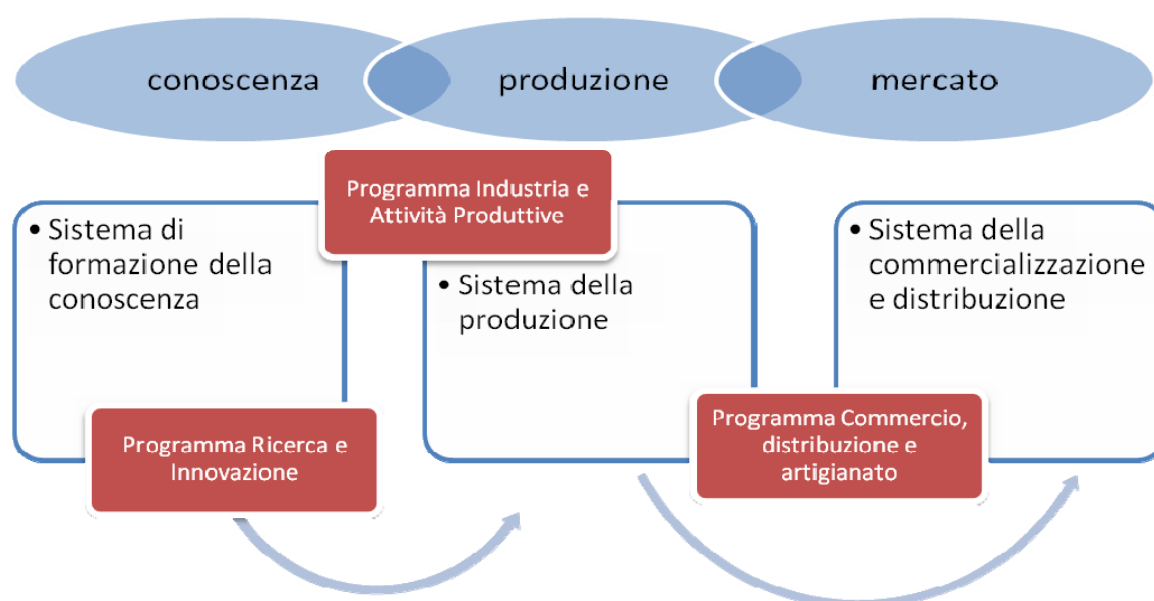
livello di conoscenza comune, costituendo un sistema di professionalità, tecnologie e imprese capace di esportare e competere nel campo della bioedilizia e del restauro.

Insieme all'artigianato artistico e tradizionale, quindi, il Programma si rivolge all'edilizia sostenibile come area di intervento strategico, da un lato per favorire l'ammmodernamento in chiave eco-compatibile di uno dei settori più importanti dell'economia locale, dall'altro per favorire lo sviluppo di competenze che nel futuro il mercato richiederà in maniera sempre maggiore.

2.2.2. Obiettivi di programma

All'interno del Piano Strategico, le politiche per le PMI artigianali e del commercio non possono essere pensate in maniera disgiunta rispetto a quelle per le altre aree economiche e produttive e a quelle per la formazione e la conoscenza. Commercio e artigianato sono tra le attività economiche che più rappresentano un territorio, esprimendo al tempo stesso la sua storia, le sue capacità e le sue potenzialità di sviluppo. Il tessuto delle PMI produce benessere, reddito, occupazione. Intervenire su questi sistemi significa interpretarne le relazioni con il territorio e i suoi asset, e individuare i fattori esogeni che possano influenzare i sistemi stessi, in positivo o in negativo.

Le azioni previste dal programma si integrano nella strategia generale del Piano Strategico, rivolgendosi in particolare alle aree di sovrapposizione tra il sistema della produzione e il sistema della commercializzazione, in un'ottica di filiera. Nella prospettiva strategica, il sistema della commercializzazione e distribuzione deve consentire ai risultati conseguiti dai sistemi della conoscenza e della produzione di raggiungere efficacemente il mercato. In questo senso, è importante la dimensione del marketing e delle politiche di branding, oltre al miglioramento delle condizioni oggettive di insediamento e di competitività delle PMI del commercio in TDB.



Il Programma interviene favorendo dinamiche di integrazione tra attori, approccio intersettoriale, spinto a cogliere appieno le opportunità offerte dal mercato, nel rispetto delle priorità individuate dalle Politiche nazionali e comunitarie. A tal proposito, il QSN sottolinea come la competitività delle città sia una priorità della nuova programmazione. Le città devono intensificare il loro ruolo come motori dello sviluppo e creatrici di ricchezza. In questa prospettiva, PMI del commercio e dell'artigianato sono di fondamentale importanza, in un rapporto che lega sistema economico e sistema urbano allo stesso destino. In un'ottica integrata, infatti, commercio e artigianato possono contribuire a migliorare l'economia del territorio, la qualità della vita, l'attrattività e il benessere sociale ed economico.

Coerentemente con quanto sottolineato dal PO FESR, gli orientamenti previsti dal Piano Strategico nei confronti delle imprese di piccola e media dimensione dell'artigianato e del commercio prediligono *strumenti di aiuto di tipo selettivo piuttosto che generalisti*. Un approccio di tipo "selettivo" contraddistingue già la scelta delle "dimensioni" di intervento, in sintonia con le valutazioni espresse nel precedente paragrafo 2.1.

Innanzitutto, la **dimensione urbana del commercio**, con tutto quello che concerne gli aspetti di cooperazione tra attori, organizzazione della logistica, capacità operativa e di marketing, strategie di riqualificazione e rivitalizzazione degli spazi pubblici, diventa una dimensione prioritaria di intervento. Il sistema del commercio urbano è centrale negli obiettivi del Programma, anche per gli impatti che un tessuto del commercio urbano vitale può avere a livello di qualità dell'immagine e attrattività dell'intera MTB. Ciò vale ancor di più nel caso dei centri storici, in generale, e delle città d'arte e turistiche, in particolare. Verrà realizzato un sistema di tracciabilità dei prodotti interno a MTB, come parte di una strategia intesa alla promozione della filiera corta, operata non da gruppi di consumatori, ma da consorzi di commercianti. Questa iniziativa ha valore anche dal punto di vista della riduzione dei costi ambientali, oltre che per la promozione di un rinnovato rapporto di fiducia tra commerciante e consumatore finale.

Gli incentivi alle imprese artigiane saranno anche qui volti a **favorire l'aggregazione di imprese**, per l'acquisto di servizi e la promozione di iniziative comuni, oltre che per collaborazioni di filiera laddove possibile. Verranno proposti, inoltre, incentivi per l'introduzione di certificazioni di qualità, per l'accesso al credito, per l'autoimprenditorialità, per la formazione, per la ricerca. Interventi verranno previsti a favore delle imprese dell'**artigianato artistico e tradizionale** (DPR 288/2001), soprattutto per quel che riguarda lavorazioni e professioni tipiche caratterizzate da uno scarso ricambio generazionale (per caratteristiche del lavoro, remuneratività, ecc.).

Per quel che riguarda il settore dell'edilizia, il più importante per numero di imprese artigiane, il Programma si pone come obiettivo l'introduzione di una serie di misure a **supporto dello sviluppo di un sistema avanzato per l'edilizia bioclimatica e il restauro**. Questa scelta non solo risponde a necessità e obiettivi orizzontali di qualità ed efficienza ambientale, ma interpreta anche le direzioni che il settore prenderà nei prossimi anni, mirando quindi a rendere il tessuto imprenditoriale edilizio di MTB uno dei più avanzati e competitivi per tecnologie e professionalità sviluppate.

Quanto detto non fa che declinare in dettaglio l'**obiettivo generale** del Programma:

- **Consolidare e innovare la tradizione commerciale e artigianale di MTB.**

Per raggiungere questo obiettivo, verranno perseguiti i seguenti **obiettivi operativi**:

- 12.1. *Creare un sistema integrato per la promozione e commercializzazione dei prodotti di qualità MTB, orientato al mercato interno con la realizzazione di filiere corte, e aperto ai mercati internazionali, soprattutto emergenti;*
- 12.2. *Migliorare i sistemi commerciali urbani in termini di qualità ed efficienza, mediante il supporto e l'istituzione di distretti urbani del commercio, aggregazioni di imprese capaci di realizzare attività coordinate di promozione, innovazione, acquisto;*
- 12.3. *Realizzare una rete di aree mercatali attrattive e funzionali, per la promozione di prodotti agroalimentari tipici nel mercato interno di MTB;*
- 12.4. *Favorire iniziative volte a migliorare la competitività, l'efficienza e la qualità delle PMI artigiane, con misure a favore dell'innovazione e della ricerca e per l'accesso al credito, promuovendo e qualificando in particolare il sistema delle PMI artigiane nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali;*
- 12.5. *Favorire la formazione di un mercato dell'edilizia sostenibile e del restauro, intervenendo a favore della creazione di un borsino specializzato nel settore e promuovendo attività di formazione tecnica specializzata e adeguamento tecnologico delle imprese*

All'interno del programma, ciascun obiettivo verrà perseguito mediante un'azione strategica, caratterizzata da interventi a rete previsti nei comuni di MTB.

La definizione degli interventi è stata il frutto di un processo continuo di concertazione interistituzionale, che ha coinvolto i rappresentanti delle amministrazioni comunali di MTB, le associazioni di categoria e i cittadini, attraverso gli strumenti di partecipazione e confronto messi a punto dal Piano Strategico (forum, commissioni, focus group, incontri con interlocutori privilegiati, portale web).

Di seguito vengono riportate le azioni, il loro ammontare, il cronoprogramma e la coerenza all'interno del Piano Strategico e della Programmazione regionale e nazionale.

Si fa notare che le indicazioni progettuali riportate nei paragrafi seguenti rappresentano schede descrittive della progettualità elaborata dallo Staff di Ricerca, Sviluppo e Comunicazione del Piano Strategico. In merito al dettaglio degli aspetti di natura finanziaria e gestionale per singolo intervento previsto, si invita a fare riferimento agli allegati 3 relativi agli stessi progetti o, in alcuni casi, alle schede di maggior dettaglio che verranno realizzate in fase di progettazione esecutiva degli interventi materiali e immateriali. In altri termini, laddove è stato possibile entrare nel merito degli aspetti gestionali, lo si è fatto inserendone la descrizione negli Allegati 3 compilati e presentati con il Piano; laddove le caratteristiche o i temi dei progetti fossero legati ad ulteriori passaggi partenariali (o addirittura necessitassero di atti formali da parte della Regione, come ad esempio i distretti urbani del commercio), la definizione ulteriore degli aspetti gestionali avverrà con l'attivazione di tavoli concertativi operativi tra l'Ufficio Unico e i rappresentanti delle associazioni di categoria e degli enti interessati (CCIAA, Provincia, ecc.).

3. Azioni di breve e di lungo periodo

- 3.1. Azione 12.1 - Sistema integrato per la promozione e commercializzazione dei prodotti di qualità MTB, orientato al mercato interno con la realizzazione di filiere corte, e aperto ai mercati internazionali, soprattutto emergenti**

L'azione intende realizzare un sistema immateriale di supporto per lo sviluppo della rete del commercio e della produzione di MTB. Nel lungo periodo, si vuole costituire un sistema integrato per la produzione e commercializzazione di prodotti di qualità. Da un lato questo potrà avvenire rafforzando il rapporto diretto tra il sistema del commercio e il sistema della produzione, attraverso la creazione di filiere corte e mediante la costituzione e il rafforzamento dei distretti urbani del commercio (cfr. Azione 12.2). Dall'altro lato, risulterà determinante la capacità di intervenire su nuovi mercati attraverso iniziative di internazionalizzazione.

L'azione prevede, tra l'altro, la realizzazione di uno studio di fattibilità relativo alla costituzione del Consorzio metropolitano dei Distretti Urbani del Commercio, per indagare potenzialità e strategie di mercato proiettate ad aree esterne a MTB, esportando il modello organizzativo e gestionale sviluppato nelle esperienze dei distretti urbani del commercio: aggregazione – cooperazione con il tessuto produttivo – qualità – promozione e commercializzazione. Il Consorzio metropolitano dei distretti urbani del commercio, quindi, potrebbe essere il passaggio successivo alla creazione del sistema di distretti urbani del commercio efficienti ed integrati. Con esso si vuole fare in modo che le forme di aggregazione promosse a livello urbano possano costituire gruppi di acquisto e commercializzazione, legati principalmente al territorio e ai prodotti locali, in grado non solo di soddisfare la domanda interna, ma anche capaci di realizzare iniziative di promozione e commercializzazione in altri territori. Da quanto detto, è evidente che questa azione è fortemente interconnessa con la 12.2, per quello che riguarda l'attività di marketing, di costruzione e di promozione del brand MTB.

L'azione si realizza attraverso i seguenti interventi:

3.1.1. Intervento 12.1.1. Marketing metropolitano MTB

Realizzazione e promozione di un marchio commerciale di qualità, comprendente i produttori e gli operatori commerciali e della distribuzione che rispondono a particolari requisiti di qualità e di certificazioni ambientali. Realizzazione di interventi di promozione del territorio di tipo tradizionale e innovativo (fiere, web marketing, spot, ecc.)

TITOLO del PROGETTO	12.1.1. Marketing metropolitano MTB
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico MTB</i>
Localizzazione dell'intervento	Si tratta di un intervento immateriale, che prevede attività di marketing sia interne che esterne al perimetro di MTB

TITOLO del PROGETTO	12.1.1. <i>Marketing metropolitano MTB</i>
<p>Descrizione dell'intervento</p>	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u></p> <p>Lo sviluppo economico locale è oggi più che mai legato alla competizione tra sistemi a base territoriale. Parlare di "sistemi" implica che sussistano condizioni di cooperazione tra gli attori e integrazione tra le attività e i processi. Nella moderna economia occidentale, le regioni economiche capaci di sopravvivere alle sollecitazioni del mercato sono quelle in cui i soggetti istituzionali e privati sono in grado di esprimere capacità programmatiche, cooperative e progettuali nell'organizzazione e nell'uso delle risorse fisiche, sociali, culturali, economiche locali.</p> <p>Alla base di questa cooperazione vi sono spesso elementi di identificazione e di condivisione (storia, obiettivi, ambizioni, ...). La costruzione di questi elementi avviene anche attraverso oculate politiche di marketing, capaci di</p> <p>Sviluppare un territorio nelle sue componenti produttive significa partire dal concetto di territorio come elemento sostanziale dell'attività di marketing, elemento denso di messaggi e di significati. In questo, la ricchezza storica di MTB rappresenta una risorsa e un vantaggio competitivo, per costruire una politica di branding e di marketing adeguati alla nascita e al consolidamento di un sistema economico integrato della produzione e del commercio.</p> <p>L'intervento di marketing, indirettamente, può e deve incidere sulla nascita di reti di cooperazione tra attori, promuovendo la crescita di un contesto territoriale in cui identità storica, paesaggistica, ambientale ed economica convergano a costituire un modello condiviso. Sulla base di ciò, il territorio deve diventare oggetto di un processo di lettura e di interpretazione finalizzato alla definizione di politiche di marketing orientate alla promozione dell'immagine e di un marchio territoriale di qualità.</p> <p>L'intervento consiste nella costruzione e attuazione delle strategie di marketing territoriale MTB a favore delle imprese del commercio e delle PMI dell'artigianato artistico e tradizionale. Sono previste attività di concertazione tra le rappresentanze degli attori economici e istituzionali per la definizione e la condivisione del <i>concept</i>, viene realizzato il marchio metropolitano MTB, è realizzata una strategia coordinata di promozione sia interna al territorio della metropoli (per la costruzione dell'identità territoriale su cui fondare la cooperazione tra gli attori economici e per promuovere i sistemi della produzione e del commercio urbano) che esterna (per la promozione dell'immagine di MTB sui mercati nazionali ed esteri). Le strategie da porre in atto saranno basate su immagini e simboli attraverso cui promuovere il territorio, legati sia alla storia che all'economia e alle attività tradizionali e di qualità (una sorta di "simbolismo della produzione"). In questo modo, con l'opportuno investimento in attività di marketing interno, orientato agli attori di MTB, la produzione diventa fattore sociale; con le attività di promozione esterna, il valore territoriale può diventare fattore di competitività.</p> <p>L'intervento prevede quindi una serie di attività di comunicazione, promozione e sensibilizzazione rivolte a diversi target: cittadini, turisti,</p>

TITOLO del PROGETTO	12.1.1. Marketing metropolitano MTB
	<p>operatori economici e commerciali, ecc. Le attività previste dall'intervento hanno l'obiettivo di presentare sia l'artigianato locale che il settore del commercio come strumenti di valorizzazione del territorio nei suoi asset culturali, storici e ambientali.</p> <p><u>Obiettivi:</u> Definire un'immagine coordinata della Metropoli Terra di Bari, con un marchio commerciale e di qualità delle PMI artigiane e tradizionali e dei sistemi del commercio.</p> <p><u>Attività previste:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Attività di condivisione con le principali associazioni di categoria; - Progettazione del marchio e della strategia di posizionamento; - Attività di promozione interna: <ul style="list-style-type: none"> o Distribuzione gratuita di brochures e volantini; o Campagne di sensibilizzazione e informazione su stampa, tv, radio e affissioni; o Spedizione di materiale informativo e di sensibilizzazione a mezzo posta a locali di ristorazione, pub, bar e hotel attivi nel territorio di MTB; - Attività di promozione esterna: <ul style="list-style-type: none"> o Programmi o format televisivi (3 all'anno) dedicati al territorio MTB con la valorizzazione dei marchi su canali specializzati come il Gambero Rosso, Alice, Rai Educational (in collaborazione con il Programma Turismo e Marketing) o Spot televisivi, sul web, su riviste specializzate (p. es. riviste distribuite negli aeroporti e aerei), al fine di aumentare la qualità dell'immagine e di promuovere il marchio MTB su scala regionale, nazionale ed internazionale <p><u>Risultati attesi:</u> Creazione di un marchio commerciale di qualità legato al territorio MTB. Promozione e realizzazione di incontri tra operatori del commercio e dell'artigianato finalizzati alla definizione di accordi commerciali e strategie comuni. Realizzazione di attività di promozione interna al territorio di MTB ed esterna.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 incontri-laboratorio iniziali per la condivisione del <i>concept</i> e dei contenuti di indirizzo della strategia di marketing; - 1 marchio MTB; - 1 incontro per ogni centro urbano di MTB per la presentazione del marchio; - Brochures, cartelloni pubblicitari, pubblicità su riviste e televisioni, siti web; - Merchandising (magliette, cappellini, pins, ecc.)

TITOLO del PROGETTO	12.1.1. Marketing metropolitano MTB									
	<p><u>Effetti attesi:</u> Posizionamento del marchio MTB nei contesti nazionali e internazionali come marchio di qualità. Avvio di iniziative di cooperazione strategica tra gli attori economici del commercio e dell'artigianato di MTB, all'interno dell'immagine coordinata definita dal progetto.</p>									
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> Il progetto sarà gestito dall'Ufficio Unico (stazione appaltante), ma vedrà il diretto coinvolgimento delle associazioni rappresentative del commercio e dell'artigianato di MTB. Il progetto prevede la realizzazione di attività di promozione coordinata e di interesse comune al sistema produttivo e commerciale della metropoli. Ciascun soggetto economico riconosciuto dal circuito dei Distretti urbani del commercio MTB (cfr azione 12.2) e delle botteghe di qualità MTB (cfr. azione 12.3) potrà avvalersi del marchio per iniziative proprie, nelle more dell'utilizzo del capitolato definito dal presente progetto.</p>									
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">Progettazione del marchio e dell'immagine coordinata</td> <td style="text-align: right;">€ 100.000</td> </tr> <tr> <td>Attività di marketing interno (merchand., incontri, pubbl.)</td> <td style="text-align: right;">€ 2.000.000</td> </tr> <tr> <td>Attività di marketing esterno (web, stampa, tv)</td> <td style="text-align: right;">€ 2.000.000</td> </tr> <tr> <td>Totale</td> <td style="text-align: right;">€ 4.100.000</td> </tr> </tbody> </table> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> I costi di gestione sono inclusi nel quadro economico previsto per il funzionamento dell'Ufficio Unico e fanno riferimento alla normale attività di gestione amministrativa delle procedure di gara e dei processi di partecipazione e coinvolgimento degli stakeholders previsti dal Piano Strategico.</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> Il progetto non genera ricavi diretti.</p>		Progettazione del marchio e dell'immagine coordinata	€ 100.000	Attività di marketing interno (merchand., incontri, pubbl.)	€ 2.000.000	Attività di marketing esterno (web, stampa, tv)	€ 2.000.000	Totale	€ 4.100.000
Progettazione del marchio e dell'immagine coordinata	€ 100.000									
Attività di marketing interno (merchand., incontri, pubbl.)	€ 2.000.000									
Attività di marketing esterno (web, stampa, tv)	€ 2.000.000									
Totale	€ 4.100.000									

TITOLO del PROGETTO	12.1.1. Marketing metropolitano MTB							
Fonti finanziarie	<u>Fonti e modalità di avviamento:</u> Il progetto prevede un contributo del PO FESR 2007-2013 per una quota pari all'85 % dei costi previsti. La restante parte è da coprire con quote di partecipazione da parte degli enti pubblici e delle associazioni di categoria che aderiranno all'iniziativa.							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Bando per la progettazione del marchio e della strategia di posizionamento		X					
	Progettazione esecutiva e condivisione		X					
	Attività di marketing interno		X	X	X	X	X	X
	Attività di marketing esterno			X	X	X	X	X
Congruenza con il P.O.	FESR 6.3							

3.1.2. Intervento 12.1.2. Realizzazione del "Web Market MTB"

Realizzazione di un portale di vendita dei prodotti MTB – piattaforma virtuale in cui è rappresentato il territorio metropolitano (modello web-gis), con contenuti informativi e multimediali che descrivono insieme aspetti culturali e produttivi. Il portale permette la vendita di prodotti via web attraverso una piattaforma accessibile ai distretti urbani del commercio (vedi azione 12.2)

TITOLO del PROGETTO	12.1.2. Web Market MTB
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico MTB</i>

TITOLO del PROGETTO	12.1.2. Web Market MTB
Localizzazione dell'intervento	Si tratta di un intervento immateriale consistente nella progettazione e realizzazione di una piattaforma web per il commercio elettronico.
Descrizione dell'intervento	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u></p> <p>Nella comunicazione e nel commercio, il tempo che l'utente impiega a riconoscere e decodificare un messaggio ha un costo. Per ridurre questo costo, soprattutto nel caso del commercio, si tende ad utilizzare sistemi coordinati di comunicazione e gestione delle informazioni che adottano un'architettura analoga e facilmente riconoscibile. Con questo obiettivo sono progettati e realizzati siti e portali web che operano nella commercializzazione o nella comunicazione verso target indistinti. A questa categoria di realizzazioni appartiene il Web Market MTB.</p> <p>L'intervento prevede la realizzazione di un portale per il commercio elettronico che contenga informazioni e collegamenti al sistema commerciale e produttivo di MTB, con l'integrazione di sistemi di "realtà virtuale", sistemi di comunicazione e di georeferenziazione web (localizzazione delle attività produttive e commerciali, contenuti multimediali, ecc.). Caratteristica del progetto è la forte componente di territorializzazione delle informazioni, atte a riprodurre e comunicare il territorio e le sue caratteristiche, in modo coordinato con la strategia di comunicazione di cui al progetto 12.1.1.</p> <p>Il sito è realizzato in maniera coordinata e integrata con le azioni previste dai Programmi "Centri Storici", "Turismo e Marketing", "Comunicazione" accompagnando l'azione di comunicazione con quella di commercializzazione dei prodotti. Una parte del sito contiene la piattaforma web prevista nell'intervento relativo al borsino dell'edilizia sostenibile (cfr. azione 12.4).</p> <p>Il sito "web market MTB" traduce via web le caratteristiche specifiche del territorio e del tessuto delle PMI che partecipano ai Distretti Urbani del commercio (azione 12.2) e alla rete delle botteghe artigiane (azione 12.3). Mediante nuove tecnologie e innovative tecniche di comunicazione, il web market MTB, nel lungo periodo, funge da <i>vetrina</i> e <i>negozio virtuale</i> del sistema metropolitano del commercio e dell'artigianato.</p> <p>Il sito sarà tradotto in inglese, francese, tedesco, arabo, cinese, giapponese.</p> <p><u>Obiettivi:</u></p> <p>Migliorare la visibilità delle PMI e l'immagine del tessuto economico di MTB, incrementando il fatturato realizzato attraverso il commercio elettronico.</p> <p>Favorire la diversificazione dei canali di vendita delle PMI del commercio.</p> <p><u>Attività previste:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Progettazione della piattaforma web; - Costruzione della base di dati; - Definizione e ratifica dei protocolli con i soggetti economici;

TITOLO del PROGETTO	12.1.2. Web Market MTB
	<p>- Realizzazione del sito; - Gestione del sito</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Realizzazione di un portale web unico per la commercializzazione dei prodotti MTB e per la diversificazione dei canali di vendita per le PMI del commercio. Incremento delle imprese commerciali di MTB che utilizzano sistemi di commercio elettronico.</p> <p><u>Effetti attesi:</u> Diversificazione della clientela da parte di PMI del commercio e dell'artigianato di MTB. Aggregazione di operatori (consorzi, associazioni di scopo, ecc.) con l'obiettivo di realizzare strategie congiunte di vendita dei prodotti di MTB.</p>
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> La progettazione e realizzazione del sito verrà affidata ad un soggetto esterno alla amministrazione, mediante procedura di evidenza pubblica. Il soggetto gestore sarà anch'esso individuato mediante gara, sulla base di un capitolato d'appalto definito dall'Ufficio Unico in collaborazione con la CCIAA di Bari.</p>

TITOLO del PROGETTO	12.1.2. Web Market MTB								
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<u>Costi di realizzazione:</u>								
	Progettazione e realizzazione della piattaforma web		€ 250.000						
Costruzione della base di dati		€ 200.000							
Definizione e ratifica dei protocolli con i soggetti economici		€ 20.000							
Software (sicurezza, e-commerce ecc.)		€ 50.000							
Totale		€ 520.000							
<u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u>									
Costi di manutenzione del sito web (software, sistemi di sicurezza e certificazione elettronica, ...): 30.000 €/anno									
Costi di gestione dei contenuti (2 risorse): 60.000 €/anno									
Totale costi di gestione: 90.000 €/anno									
<u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u>									
I ricavi, previsti come percentuale del fatturato realizzato dalle imprese che commercializzeranno i prodotti a mezzo del sito e come proventi per le inserzioni pubblicitarie ospitate sullo stesso, saranno destinati all'ente gestore per la quota necessaria a coprire i costi di gestione. Eventuali utili verranno in parte destinati all'ente appaltante, sulla base dell'offerta più vantaggiosa pervenuta in fase di gara.									
Fonti finanziarie	<u>Fonti e modalità di avviamento:</u> Il progetto prevede un contributo del PO FESR 2007-2013 per una quota pari all'80 % dei costi previsti. La restante quota è da coprire con quote di partecipazione da parte degli enti pubblici e dei privati che aderiranno all'iniziativa.								
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
	Bando per la progettazione del sito		X						
	Progettazione esecutiva e realizzazione		X						

TITOLO del PROGETTO	12.1.2. Web Market MTB							
	Gestione manutenzione del sito			X	X	X	X	X
Congruenza con il P.O.	FESR 6.3							

3.1.3. Intervento 12.1.3. Realizzazione di uno studio di fattibilità per un Consorzio Metropolitano dei Distretti Urbani del Commercio

L'intervento prevede la realizzazione di uno studio di fattibilità per una piattaforma organizzativa metropolitana finalizzata alla promozione e commercializzazione di prodotti MTB, avendo come target i mercati esteri. L'idea alla base del progetto intende riproporre l'organizzazione dei distretti urbani del commercio, ma al livello metropolitano e sul mercato virtuale e dell'export.

TITOLO del PROGETTO	12.1.3. Studio di Fattibilità per un Consorzio Metropolitano dei Distretti Urbani del Commercio
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico MTB</i>
Localizzazione dell'intervento	Si tratta di un intervento immateriale
Descrizione dell'intervento	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u></p> <p>L'intervento prevede la realizzazione di uno studio di fattibilità per una piattaforma organizzativa metropolitana finalizzata alla promozione e commercializzazione di prodotti MTB, avendo come target i mercati esteri, in particolare dei Paesi emergenti e della sponda sud del Mediterraneo.</p> <p>L'idea alla base del progetto intende riproporre l'organizzazione dei distretti urbani del commercio, ma al livello metropolitano e con una specifica organizzazione della produzione artigianale e di qualità orientata a soddisfare le esigenze del mercato elettronico e dell'export. Attraverso questa forma che è al tempo stesso organizzativa di filiera e commerciale, si ritiene di poter contribuire alla nascita di un modello economico e produttivo metropolitano integrato, competitivo e aperto ai mercati esteri.</p> <p>Il progetto dovrà garantire adeguata flessibilità e attenzione al mercato, partendo dalla valorizzazione delle esperienze di rete dei distretti urbani del commercio, ma reinterpretandone le lezioni apprese in una prospettiva che "smaterializza" le azioni e gli obiettivi, trasferendo il modello nel mercato globale.</p>

TITOLO del PROGETTO	12.1.3. Studio di Fattibilità per un Consorzio Metropolitan dei Distretti Urbani del Commercio																							
	<p><u>Obiettivi:</u> L'obiettivo dell'intervento è valutare la realizzabilità e le strategie per un'azione economica strategica, che aggregi in un progetto comune tutti i distretti urbani del commercio di MTB per promuovere le produzioni locali di qualità e per creare un sistema di commercializzazione stabile e competitivo.</p> <p><u>Attività previste:</u> Valutazione dell'esperienza dei distretti urbani del commercio e delle prospettive di replicabilità e di rafforzamento del modello economico produttivo e di marketing. Analisi di mercato. Realizzazione dello Studio di Fattibilità</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Individuazione delle modalità e delle condizioni di efficacia dell'investimento.</p> <p><u>Effetti attesi (Indicatori di realizzazione):</u> Realizzazione di uno studio di fattibilità</p>																							
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> L'intervento sarà affidato a terzi mediante procedure di evidenza pubblica.</p>																							
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> Per la realizzazione dell'intervento si prevede un costo pari a euro 100.000</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> L'intervento non prevede oneri di gestione diretti, in quanto l'attività verrà realizzata tramite bando.</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> L'intervento non prevede ricavi.</p>																							
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> L'intervento è finanziabile con le risorse messe a disposizione dal FAS.</p>																							
Crono-programma	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="512 1895 715 1953">ATTIVITÀ</th> <th data-bbox="715 1895 820 1953">2009</th> <th data-bbox="820 1895 925 1953">2010</th> <th data-bbox="925 1895 1031 1953">2011</th> <th data-bbox="1031 1895 1136 1953">2012</th> <th data-bbox="1136 1895 1241 1953">2013</th> <th data-bbox="1241 1895 1347 1953">2014</th> <th data-bbox="1347 1895 1449 1953">2015</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>								ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015								
ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015																	

TITOLO del PROGETTO	<i>12.1.3. Studio di Fattibilità per un Consorzio Metropolitan dei Distretti Urbani del Commercio</i>							
dell'intervento	Valutazione esperienza Distretti Urbani del Commercio						X	
	Bando per l'affidamento dell'incarico						X	
	Realizzazione dello SdF per il Consorzio Metropolitan						X	X
Congruenza con il P.O.	L'intervento può essere finanziato con risorse FAS.							

TABELLA RIASSUNTIVA AZIONE 12.1

Titolo intervento	Soggetti proponenti	Tempi di attuazione	Budget (migliaia di euro)
12.1.1. Marketing metropolitano MTB	Ufficio Unico	2010-2015	4.100
12.1.2. Web Market MTB	Ufficio Unico	2010-2015	520
12.1.3. Studio di fattibilità "Consorzio Metropolitan dei Distretti Urbani del Commercio"	Ufficio Unico	2014-2015	100
Totale azione			4720

3.2. Azione 12.2 - Miglioramento dei sistemi commerciali urbani in termini di qualità ed efficienza, mediante il supporto e l'istituzione di distretti urbani del commercio, aggregazioni di imprese capaci di realizzare attività coordinate di promozione, innovazione, acquisto

In linea con le previsioni della disciplina regionale del commercio, l'azione mira alla realizzazione dei Distretti così come previsti dalla legge regionale. L'iniziativa si rifà a casi di successo realizzati in Europa a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta in poi (Town Center Management in Inghilterra, Centri Commerciali Naturali in Belgio e Francia). Si tratta di uno strumento organizzativo che, pur con scopi commerciali e di profitto, incontra interessi nella sfera delle attività sociali, culturali, di recupero e gestione urbana, recuperando l'elemento urbano come connettore di esperienze e condivisione di funzioni.

Vengono finanziate la progettazione e la realizzazione dei distretti urbani sul piano organizzativo, la messa in opera di arredo urbano, iniziative di promozione (spettacoli dal vivo, pubblicità, ecc.).

La costituzione dei distretti deve essere mirata a promuovere l'efficienza del sistema distributivo, a vantaggio e tutela dei consumatori, anche prevedendo la formazione di filiere corte con il sistema produttivo locale.

A tal proposito, i distretti urbani del commercio promuovono iniziative commerciali con il sistema dell'agroindustria biologica e di qualità e con il sistema delle PMI impegnate nell'artigianato artistico e tradizionale.

Al tempo stesso, l'organizzazione in consorzi promuove la qualità e la realizzazione di sistemi di controllo delle attività commerciali che aderiranno all'iniziativa. In particolare, i meccanismi incentivanti saranno vincolati all'adozione di appositi standard di qualità e di controllo (fiscale, produttivo, ecc.) che verranno definiti sulla base della normativa regionale e nazionale del commercio e in collaborazione con le principali associazioni di categoria presenti in MTB.

Gli interventi da cui è costituita questa azione sono:

3.2.1. Intervento 12.2.1. Marchio "Distretti Urbani del Commercio MTB"

L'intervento prevede la realizzazione di un marchio e di un piano di comunicazione unitario per le diverse esperienze dei distretti urbani del commercio.

TITOLO del PROGETTO	12.2.1 Marchio "Distretti Urbani del Commercio MTB"
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico MTB</i>
Localizzazione dell'intervento	Si tratta di un intervento immateriale

TITOLO del PROGETTO	12.2.1 Marchio “Distretti Urbani del Commercio MTB”
<p>Descrizione dell'intervento</p>	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u> La riconoscibilità del sistema commerciale e la sua stessa identificazione come sistema, passa anche attraverso la definizione di una buona politica di marketing. L'intervento consiste nella realizzazione di un marchio unico per i comuni di MTB relativo ai distretti urbani del commercio e per la definizione di una strategia integrata di marketing dei sistemi del commercio urbano. L'intervento dovrà fornire il fondamentale supporto di immagine per la valorizzazione integrata delle iniziative realizzate da parte degli operatori. L'importanza di un marchio unico per i 31 comuni è dettata dal conseguire la necessaria visibilità nei confronti del territorio da parte delle iniziative legate ai distretti urbani del commercio. Il progetto finanzia solo la realizzazione del marchio, il cui uso sarà poi prerogativa degli esercizi e delle imprese aderenti all'iniziativa Distretti Urbani del Commercio.</p> <p><u>Obiettivi:</u> Realizzazione di un marchio e di un piano di comunicazione integrato per i distretti urbani del commercio di MTB</p> <p><u>Attività previste:</u> Progettazione esecutiva. Espletamento delle procedure di gara. Monitoraggio e controllo.</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Costruire un'immagine coordinata delle aree del commercio urbano di MTB</p> <p><u>Effetti attesi:</u> Contribuire al miglioramento dell'immagine del sistema commerciale urbano di MTB con un piano di comunicazione unico.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u> Un marchio “Distretti Urbani del Commercio MTB” Piano di comunicazione unitario.</p>
<p>Modello gestionale</p>	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> L'intervento verrà gestito direttamente dall'Ufficio Unico, in collaborazione con le associazioni di categoria più rappresentative.</p>

TITOLO del PROGETTO		12.2.1 Marchio “Distretti Urbani del Commercio MTB”							
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> Base d’asta: 50.000 euro</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> I costi amministrativi e di pubblicità sono a carico dell’Ufficio Unico e sono stati previsti nell’apposito Programma</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall’erogazione del servizio:</u> Il progetto non genera ricavi.</p>								
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> Il progetto può accedere a fondi dell’Asse 6 del PO FESR e alle risorse FAS</p>								
Crono-programma dell’intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
	Progettazione esecutiva	X							
	Assegnazione ed espletamento dell’incarico	X							
Congruenza con il P.O.	PO FESR Asse VI								

3.2.2. Intervento 12.2.2. Distretti urbani del commercio

L’intervento relativo ai distretti urbani del commercio prevede la realizzazione di 29 “progetti di valorizzazione commerciale” redatti su iniziativa dei Comuni di MTB in accordo con i soggetti pubblici, i privati interessati, le associazioni del commercio maggiormente rappresentative anche in sede locale, le organizzazioni dei consumatori e sindacali. Se previsto, potrà essere finanziato anche l’avvio di attività commerciali specifiche, qualora ciò risulti ammissibile con le normative Comunitarie in materia di concorrenza, e sempre nel rispetto della coerenza con gli obiettivi del Programma e dei progetti candidati.

Saranno previsti *meccanismi incentivanti* per interventi di riqualificazione urbana realizzati da professionisti qualificati, formati mediante appositi corsi di specializzazione previsti da altri Programmi del Piano Strategico (cfr. Programma “Centri storici”, Programma “Creatività e spazi culturali”, Programma “Formazione”).

Tali iniziative, tra l'altro, potranno favorire la definizione di modalità di aggregazione operativa e strategica da parte degli operatori del commercio a livello urbano e metropolitano.

TITOLO del PROGETTO	12.2.2. Distretti Urbano del Commercio
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico - CCIAA</i>
Localizzazione dell'intervento	Sono previsti due interventi pilota (cfr. progetti 12.2.3 e 12.2.4, già proposti dai Comuni di Bari e di Bitonto) e 29 interventi da selezionare con procedura concorsuale nei Comuni di MTB non interessati dalle esperienze pilota.
Descrizione dell'intervento	<p>I cambiamenti dei modelli di consumo da un lato, l'affermazione di forme di distribuzione sempre più organizzate ed efficienti dall'altro, stanno incidendo nel sistema del commercio di MTB per lo più generando difficoltà nelle strutture di piccole e medie dimensioni. Queste ultime sono per loro natura caratterizzate da una pluralità di attori e da dispersione di risorse; a questo corrisponde un'obiettivo difficoltà nella definizione di strategie comuni per la gestione del cambiamento e delle sollecitazioni del mercato.</p> <p>In numerose esperienze europee e negli ultimi anni anche italiane, i distretti urbani del commercio hanno dimostrato di essere una valida risorsa per la rivitalizzazione del sistema del commercio urbano. L'iniziativa parte dal riconoscimento del commercio come agente di integrazione dello sviluppo economico locale. A livello urbano, in particolare, la qualità del sistema dei piccoli e medi esercizi commerciali è spesso associata ad aspetti di qualità degli spazi comuni e di benessere del vivere cittadino.</p> <p>Il progetto, quindi, guarda a iniziative analoghe realizzate in sistemi economici ed urbani avanzati; d'altro canto, però, è la stessa Disciplina Regionale del Commercio (L.R. 11/2003) a demandare ai Comuni l'individuazione di "centri storici e aree urbane a consolidata presenza commerciale da sottoporre a misure di incentivo e di sostegno al commercio" (art. 16). Le modifiche introdotte dalla L.R. 5 del 07/05/2008 parlano specificamente di "distretti urbani del commercio, caratterizzati da una gestione unitaria in grado di sviluppare sinergie con attività paracommerciali ed extracommerciali nonché con altre funzioni urbane di natura pubblica e privata" (art. 11).</p> <p>La legge, inoltre, prevede la possibilità da parte dei Comuni di realizzare dei "progetti di valorizzazione commerciale", senza tuttavia definire le modalità di redazione degli stessi. È riconosciuto il ruolo delle associazioni di categoria, come interlocutori privilegiati delle amministrazioni comunali nella definizione di tali progetti. Allo stesso tempo è contemplata la costituzione, da parte delle associazioni maggiormente rappresentative, di centri di assistenza alle imprese con il fine di svolgere attività di "assistenza tecnica, formazione e</p>

TITOLO del PROGETTO	12.2.2. <i>Distretti Urbano del Commercio</i>
	<p>aggiornamento in materia di innovazione tecnologica e organizzativa, gestione economica e finanziaria di impresa, accesso ai finanziamenti anche comunitari, sicurezza e tutela dei consumatori, tutela dell'ambiente, igiene e sicurezza sul lavoro e altre materie [...], nonché attività finalizzate alla certificazione di qualità degli esercizi commerciali" (art. 22, L.R. 11/2003).</p> <p>Il disposto normativo consente quindi di prevedere una struttura integrata che coinvolga comuni e associazioni di categoria per realizzare azioni per la riqualificazione e valorizzazione delle aree urbane del commercio.</p> <p>Nei primi tre anni verranno realizzate due esperienze pilota, una a Bari (cfr. 12.2.3.) e una a Bitonto (cfr. 12.2.4.), con interventi integrati di riqualificazione, incentivi per il recupero delle facciate degli edifici, sistemazione di circuiti di videosorveglianza, attività di marketing e promozione (marchio comune, iniziative ed eventi culturali, progetti coordinati di sistemazione delle vetrine e dei percorsi del commercio).</p> <p>A partire dal terzo anno saranno messe a bando, per gli altri comuni di MTB, somme da erogare sulla base di progetti integrati di valorizzazione delle aree urbane del commercio (cfr. LR 11/2003 sui "piani urbani di valorizzazione commerciale"). Saranno previsti meccanismi incentivanti per interventi di riqualificazione urbana realizzati da professionisti qualificati, in uscita da appositi corsi di formazione finanziati da azioni di altri programmi (cfr. Programma "Centri storici", Programma "Creatività", Programma "Formazione").</p> <p><u>Obiettivi:</u> L'obiettivo del progetto è migliorare l'attrattività, l'efficienza e la competitività dei sistemi commerciali urbani, mediante strumenti integrati di supporto, valorizzazione e promozione. Il progetto interpreta le possibilità offerte dalla disciplina regionale, coordinandole con le esigenze espresse dagli operatori del settore, ed è finalizzato al far nascere il sistema dei distretti urbani del commercio così come previsti dalla normativa regionale in materia.</p> <p><u>Attività previste:</u> Attività preliminari: A.1 Perimetrazione delle aree urbane potenzialmente interessate (con i Comuni); A.2 Definizione delle partnership istituzionali e degli organismi gestori (con CCIAA); A.3 Valutazione esperienze pilota e bandi per l'erogazione dei contributi</p> <p>Gli incentivi per la realizzazione degli interventi saranno erogati sulla base di procedure concorsuali e in base a progetti integrati di riqualificazione e valorizzazione presentati dai consorzi dei Distretti Urbani Commerciali. Per la realizzazione sono previste le seguenti tipologie di attività:</p>

TITOLO del PROGETTO	12.2.2. Distretti Urbano del Commercio
	<p>B.1 Interventi di riqualificazione dei percorsi e degli spazi pubblici; B.2 Incentivi per la sistemazione delle facciate; B.3 Progetti di valorizzazione ed eventi culturali (saranno previste iniziative specifiche; in particolari periodi dell'anno e sulla base di progetti coordinati, potrà essere finanziato l'allestimento "a tema" delle vetrine, l'impiego di artisti di strada, ecc.); B.4 Installazione di reti di videosorveglianza</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Favorire la nascita dei distretti urbani del commercio nei comuni di MTB Migliorare l'attrattività del sistema del commercio urbano in MTB. Incentivare la nascita di forme di cooperazione tra gli operatori, sulla base di progetti specifici e di qualità.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u> 29 progetti integrati di riqualificazione e valorizzazione commerciale urbana (uno in ciascuna città) attraverso 4 bandi annuali aperti a consorzi di operatori.</p>
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> L'iniziativa è realizzata dall'Ufficio Unico in collaborazione con la CCIAA e con i Comuni di MTB per la fase di realizzazione operativa e per le attività immateriali di promozione e valorizzazione.</p>
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> Costi per attività preliminari: A.1 Perimetrazione delle aree urbane potenzialmente interessate (con i Comuni); (si stima in 20 gg/uomo – parametro 300 €/giornata – tot 6.000 €) A.2 Definizione delle partnership istituzionali e degli organismi gestori (con CCIAA) – A.3 Valutazione esperienze pilota e bandi per l'erogazione dei contributi; (3.000 €)</p> <p>Costi per la realizzazione dei progetti integrati di riqualificazione e valorizzazione (a partire dal 2011): 4.000.000 €anno fino al 2015.</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> A carico dell'Ufficio Unico</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> Non sono previsti ricavi</p>

TITOLO del PROGETTO	12.2.2. Distretti Urbano del Commercio							
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> È possibile ipotizzare il finanziamento nell'ambito dell'Asse VII del PO FESR per quanto riguarda le opere di sistemazione degli spazi pubblici e riqualificazione urbana. Per l'attività di valorizzazione culturale ed eventi è possibile prevedere un sostegno finanziario derivante dall'Asse 4 del PO FESR, in particolare l'attività 4.3. Per l'installazione di un sistema di videosorveglianza, si può prevedere l'accesso ai finanziamenti previsti dal PO FESR, Asse III, attività 3.4</p>							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Attività preparatorie	X						
	Bandi annuali		X	X	X	X		
	Realizzazione degli interventi		X	X	X	X	X	X
Congruenza con il P.O.	a. PO FESR Asse VII b. PO FESR Asse IV, Attività 4.3 c. PO FESR Asse III, Attività 3.4							

3.2.3. Intervento 12.2.3. Progetto Pilota - Distretto Urbano del Commercio di Bari (Via Sparano e quartiere Murat):

Il progetto riguarda la realizzazione di un'esperienza pilota per la realizzazione del Distretto Urbano del Commercio nel centro Murattiano a Bari.

TITOLO del PROGETTO	12.2.3. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bari (Via Sparano e quartiere Murat)
PROPONENTE	<i>Comune di Bari</i>
Localizzazione dell'intervento	L'intervento è realizzato in via Sparano e nelle zone immediatamente limitrofe del quartiere Murattiano a Bari.

TITOLO del PROGETTO	12.2.3. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bari (Via Sparano e quartiere Murat)
<p>Descrizione dell'intervento</p>	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u> L'intervento consiste nella realizzazione integrata di opere materiali per la riqualificazione degli spazi del commercio urbano, e immateriali per la valorizzazione e promozione delle attività commerciali localizzate nella zona dell'intervento.</p> <p>Il progetto di riqualificazione di via Sparano prevede la sistemazione di nuova pavimentazione, la realizzazione di aree tematiche, l'uso di materiali di pregio. Il progetto, scelto a seguito di un concorso di idee, ambisce a trasformare il centro commerciale della città in un vero e proprio salotto cittadino, luogo non solo di consumo, ma anche di produzione culturale e artistica.</p>  <p>Figura 1: foto da http://bari.repubblica.it</p> <p>Oltre alla riqualificazione dei luoghi, verranno realizzate le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Progetti di valorizzazione ed eventi culturali (saranno previste iniziative specifiche; in particolari periodi dell'anno e sulla base di progetti coordinati, sarà previsto l'allestimento "a tema" delle vetrine); <p><u>Obiettivi:</u> Incrementare l'attrattività degli spazi del commercio localizzati nel centro cittadino.</p>

TITOLO del PROGETTO	12.2.3. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bari (Via Sparano e quartiere Murat)
	<p><u>Attività previste:</u> Realizzazione delle opere materiali di riqualificazione degli spazi e dei percorsi pubblici; Calendario di attività culturali e di spettacolo coordinato con le iniziative previste dai programmi “creatività” e “turismo”; Installazione di un circuito di videosorveglianza</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Riqualificazione e valorizzazione delle funzioni del centro Murattiano. Incremento dell’attività economica nell’area.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u> 5 spettacoli di importanza sovra locale realizzati ogni anno. 10 eventi di importanza locale realizzati ogni anno.</p> <p><u>Effetti attesi:</u> Miglioramento dell’attrattività del centro cittadino. Sviluppo di capacità imprenditoriale e collaborativa tra le PMI commerciali dell’area. Aumento dei visitatori e degli utenti delle attività commerciali.</p>
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l’intervento:</u> L’intervento è realizzato dal Comune di Bari. Le attività di valorizzazione e promozione, nonché la definizione delle modalità attuative delle eventuali partnership commerciali tra i soggetti, prevedono il coinvolgimento della CCIAA. Il coordinamento delle attività di promozione sarà affidato a un direttore artistico, al quale sarà demandato il compito di definire, congiuntamente con gli attori coinvolti nell’iniziativa, calendario e temi degli eventi in funzione delle esigenze commerciali dei membri del distretto.</p>
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> a. Progetto opere materiali: € 11.240,00 b. <u>Attività di promozione culturale/eventi/vetrine:</u> 100.000 euro/anno;</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> a. I costi di manutenzione ordinaria sono attribuibili al capitolo di bilancio della manutenzione delle strade urbane; b. Direttore artistico: 10.000 euro/anno; segreteria organizzativa: 10.000 euro/anno;</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall’erogazione del servizio:</u> Non sono previsti ricavi</p>

TITOLO del PROGETTO	12.2.3. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bari (Via Sparano e quartiere Murat)							
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> La copertura finanziaria per l'intervento a. è garantita da fonti di bilancio comunale. In via integrativa è possibile ipotizzare il finanziamento nell'ambito dell'Asse VII del PO FESR. Per l'attività b. è possibile prevedere un sostegno finanziario derivante dall'Asse 4 del PO FESR, in particolare l'attività 4.3. L'attività c. può accedere ai finanziamenti previsti dal PO FESR, Asse III, attività 3.4</p>							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Bando di gara	X						
	Realizzazione dei lavori	X	X					
	Iniziative culturali		X	X	X	X	X	X
Congruenza con il P.O.	a. PO FESR Asse VII b. PO FESR Asse IV, Attività 4.3 c. PO FESR Asse III, Attività 3.4							

3.2.4. Intervento 12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio di Bitonto (progetto “Del Passato il Futuro – centro commerciale naturale”)

L'intervento riguarda la realizzazione di un distretto urbano del commercio nel centro storico di Bitonto.

TITOLO del PROGETTO	12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio di Bitonto (progetto “Del Passato il Futuro – centro commerciale naturale”)
PROPONENTE	<i>Comune di Bitonto</i>
Localizzazione dell'intervento	L'intervento è realizzato nelle vie del centro antico del Comune di Bitonto.

TITOLO del PROGETTO	12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio di Bitonto (progetto “Del Passato il Futuro – centro commerciale naturale”)
Descrizione dell'intervento	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u> L'intervento consiste nella realizzazione di un'esperienza pilota di Distretto Urbano del Commercio, così come nel caso dell'azione 12.2.3. con interventi integrati di riqualificazione, incentivi per il recupero delle facciate degli edifici, sistemazione di circuiti di videosorveglianza, attività di marketing e promozione (marchio comune, iniziative ed eventi culturali, progetti coordinati di sistemazione delle vetrine e dei percorsi del commercio).</p> <p><u>Obiettivi:</u> Gestione consociata del marketing degli eventi, dei servizi e del commercio per migliorare l'attrattività della città, sia nei confronti dei residenti che dei turisti; Miglioramento delle condizioni fisiche ed estetiche degli edifici dell'area individuata</p> <p><u>Attività previste:</u> - avviamento di una programmazione di spettacoli a cielo aperto coordinata e di interesse sovracittadino; - animazione territoriale; - iniziative di valorizzazione (convegno, incontri, sito web, ecc.) - Contributo economico a fondo perduto per la sistemazione delle facciate (pari al 10% delle opere di manutenzione delle facciate e al 10% del costo di altre eventuali opere di recupero contestuali, fino a un massimo di 10.000 euro), nonché contributo in conto interessi per prestiti bancari funzionali alla ristrutturazione; - Snellimento delle pratiche burocratiche; - Esenzione dal pagamento dei diritti di segreteria comunali; - Esenzione dal pagamento della tassa di occupazione del suolo pubblico; - Riduzione pari al 50% dell'imposta comunale sugli immobili - I.C.I. - Assistenza tecnica e sconto su pitture e vernici (pari al 10% dal listino dei prodotti Sikkens); - Agevolazioni nella sistemazione dei cortili interni (quando gli interventi riguardano almeno i 3/4 del valore catastale e si costituisce servitù di uso pubblico); - Predisposizione di un unico Piano del Colore e delle Soluzioni Architettoniche; - agevolazioni per l'insediamento di attività della ristorazione e/o artigianali artistiche e tradizionali</p> <p><u>Risultati attesi:</u> - insediare n. 20 nuove imprese commerciali coordinate tra loro; - ristrutturare le facciate di n. 10 edifici storici privati presenti sul percorso individuato ; - aumentare l'affluenza dei consumatori e dei turisti presso il centro antico del 30% nel primo anno di attività del Centro; - promuovere l'immagine tematica del territorio, consolidando l'esportazione del prodotto teatro.</p>

TITOLO del PROGETTO	12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio di Bitonto (progetto “Del Passato il Futuro – centro commerciale naturale”)									
	<p>- Rivitalizzare le politiche di inclusione sociale della popolazione residente nel centro antico - Installazione di una rete di videosorveglianza</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u> 5 spettacoli di importanza sovra locale realizzati ogni anno 10 eventi di importanza locale realizzati ogni anno</p> <p><u>Effetti attesi:</u> Miglioramento dell’attrattività del centro cittadino. Sviluppo di capacità imprenditoriale e collaborativa tra le PMI commerciali dell’area. Aumento dei visitatori interessati dall’attività commerciale.</p>									
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l’intervento:</u> L’intervento verrà realizzato dal Comune di Bitonto, che dirigerà la struttura organizzativa, con uffici dislocati presso il percorso commerciale individuato (già presenti nel costituendo Sportello turistico, Biblioteca Comunale, info-point promozionale) con personale impiegato dall’Amministrazione per l’esercizio delle funzioni di management, e personale di volontariato per l’attività di accompagnamento dei turisti. La struttura dovrà prevedere la partecipazione costante di rappresentanti delle PMI coinvolte nel circuito e dei cittadini residenti nel centro antico, nelle varie fasi di programmazione orari, eventi e diffusione della comunicazione istituzionale.</p>									
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u></p> <table border="1" data-bbox="472 1350 1425 1957"> <thead> <tr> <th data-bbox="472 1350 1002 1417">Costi di investimento</th> <th data-bbox="1002 1350 1425 1417">Investimento complessivo (€)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="472 1417 1002 1621">Materiale informativo ed identificativo del Progetto (avvisi pubblici, comunicati stampa, brochure, volantini e cards per turisti, sito internet, divise per figuranti, pubblicità e diffusione risultati)</td> <td data-bbox="1002 1417 1425 1621">70.000,00</td> </tr> <tr> <td data-bbox="472 1621 1002 1722">Workshops e tavoli di concertazione con imprenditori (noleggio luci, service audio)</td> <td data-bbox="1002 1621 1425 1722">3.000,00</td> </tr> <tr> <td data-bbox="472 1722 1002 1957">Indagini presso la popolazione con questionari tesi alla rilevazione degli immobili d’interesse per affitto locali utili all’insediamento di attività commerciali (Redazione questionario, servizi professionali dell’intervistatore/i)</td> <td data-bbox="1002 1722 1425 1957">30.000,00</td> </tr> </tbody> </table>		Costi di investimento	Investimento complessivo (€)	Materiale informativo ed identificativo del Progetto (avvisi pubblici, comunicati stampa, brochure, volantini e cards per turisti, sito internet, divise per figuranti, pubblicità e diffusione risultati)	70.000,00	Workshops e tavoli di concertazione con imprenditori (noleggio luci, service audio)	3.000,00	Indagini presso la popolazione con questionari tesi alla rilevazione degli immobili d’interesse per affitto locali utili all’insediamento di attività commerciali (Redazione questionario, servizi professionali dell’intervistatore/i)	30.000,00
Costi di investimento	Investimento complessivo (€)									
Materiale informativo ed identificativo del Progetto (avvisi pubblici, comunicati stampa, brochure, volantini e cards per turisti, sito internet, divise per figuranti, pubblicità e diffusione risultati)	70.000,00									
Workshops e tavoli di concertazione con imprenditori (noleggio luci, service audio)	3.000,00									
Indagini presso la popolazione con questionari tesi alla rilevazione degli immobili d’interesse per affitto locali utili all’insediamento di attività commerciali (Redazione questionario, servizi professionali dell’intervistatore/i)	30.000,00									

TITOLO del PROGETTO	12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio di Bitonto (progetto “Del Passato il Futuro – centro commerciale naturale”)							
	Scenografie permanenti tematiche per spazi aperti (utili all’animazione del Centro e alla caratterizzazione dell’insediamento)	50.000,00						
	Allestimento del Museo del Teatro e del Cinema con sala di proiezione per 50 visitatori al fine di creare ulteriore attrazione permanente (punto di aggregazione giovanile rientrante tra i servizi offerti dal Centro)	100.000,00						
	Sistemi di allarme in video-sorveglianza con centralina di controllo presso vigili urbani, polizia e carabinieri	45.000,00						
	Contributo a fondo perduto per n. 8 imprese giovanili da avviarsi nel percorso individuato	400.000,00						
	Arredo Verde urbano lungo il percorso	40.000,00						
	TOTALE	738.000,00						
	<p>Totale investimento: euro 738.000,00 Di cui, contributo comunale: 111.000,00,00</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> Totale costi di gestione per i primi tre anni di attività = 1.506.000,00</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall’erogazione del servizio:</u> Totale fonti di ricavo per i primi tre anni di attività = 1.506.000,00</p>							
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> La copertura finanziaria per l’intervento è garantita in parte da fonti di bilancio comunale. In via integrativa è possibile ipotizzare il finanziamento nell’ambito dell’Asse VII del PO FESR per quanto riguarda le opere di sistemazione degli spazi pubblici e riqualificazione urbana. Per l’attività di valorizzazione culturale ed eventi è possibile prevedere un sostegno finanziario derivante dall’Asse 4 del PO FESR, in particolare l’attività 4.3. Per l’installazione di un sistema di videosorveglianza, si può prevedere l’accesso ai finanziamenti previsti dal PO FESR, Asse III, attività 3.4</p>							
Crono-	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015

TITOLO del PROGETTO	12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio di Bitonto (progetto “Del Passato il Futuro – centro commerciale naturale”)							
programma dell'intervento	Fase I : promozione del patto con i cittadini e le imprese per la rivitalizzazione commerciale del Centro Antico	X						
	Fase II : incentivi per i proprietari degli edifici al fine di favorire la ristrutturazione delle facciate	X	X					
	Fase III : animazione culturale e scenografica nel centro antico. Programmazione calendario eventi ed inaugurazione del Centro		X	X				
	Fase IV: attuazione dei servizi di tutela e rivitalizzazione del tessuto economico – sociale del Centro		X	X				
Congruenza con il P.O.	a. PO FESR Asse VII b. PO FESR Asse IV, Attività 4.3 c. PO FESR Asse III, Attività 3.4							

TABELLA RIEPILOGATIVA AZIONE 12.2

Titolo intervento	Soggetti proponenti	Tempistica di attuazione	Budget (migliaia di euro)
12.2.1. Marchio "Distretti Urbani del Commercio MTB"	Ufficio Unico MTB	2009	€ 50,00
12.2.2. Distretti Urbani del Commercio	Ufficio Unico – CCIAA – Comuni MTB	2009-2015	€ 16.009,00 ¹
12.2.3. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bari	Comune di Bari	2009-2015	€ 11.960,00 ²
12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio	Comune di Bitonto	2009-2015	€ 638,00
TOTALE			28657,00

3.3. Azione 12.3 – Realizzazione di una rete di aree del commercio attrattive e multifunzionali, per la promozione di prodotti agroalimentari tipici e di qualità nel mercato interno di MTB;

Questa azione si compone di una serie di interventi riguardanti la qualificazione di spazi per il commercio in aree urbane, prevalentemente legati ai prodotti agroalimentari di qualità (si veda ad esempio l'Enoteca Pugliese a Cassano delle Murge – intervento 12.3.12.) e alle produzioni tipiche e dell'artigianato.

Elemento comune a questi progetti, in particolare nel caso della sistemazione di spazi per il commercio all'aperto, oltre alla diffusa e condivisa priorità espressa dalle istituzioni municipali proponenti, è il carattere polifunzionale, che integra aspetti legati alla riqualificazione degli spazi di mercato, con un più generale mix di funzioni orientato al miglioramento dell'offerta e della qualità dei servizi urbani, del verde, degli spazi di socializzazione, per la creatività, ecc.

Si riporta di seguito un quadro riepilogativo degli interventi previsti, avviati o realizzati da parte dei Comuni di MTB.

¹ Di questo importo, 12.000.000 € riguardano interventi di tipo materiale mentre 4.009.000 € riguardano interventi di tipo immateriale.

² Di questo importo, 11.240.000 € riguardano interventi di tipo materiale mentre 720.000 € riguardano interventi di tipo immateriale.

TABELLA RIASSUNTIVA AZIONE 12.3³

Titolo intervento	Soggetti proponenti	Tempi di attuazione	Budget (migliaia di euro)
12.3.1. Area attrezzata per mercati e fiere	Comune di Adelfia	2009-2011	€ 3.513,00
12.3.2. Centro Ortofrutta	Comune di Adelfia	2009-2011	€ 11.120,00
12.3.3. Mercato giornaliero di via Pitagora (Japigia)	Comune di Bari	2010-2011	€ 3.801,00
12.3.4. Mercato settimanale e zone a verde pubblico San Paolo	Comune di Bari	2009	€ 1.800,00
12.3.5. Mercato coperto S.Spirito	Comune di Bari	2009	€ 250,00
12.3.6. Mercato coperto quartiere S. Girolamo	Comune di Bari	2009	€ 350,00
12.3.7. Adeguamento mercato c.so Mazzini	Comune di Bari	2009	€ 300,00
12.3.8. Mercato settimanale Carbonara	Comune di Bari	2008-2009	€ 1.600,00
12.3.9. Mercato settimanale via Udine	Comune di Bari	2010	€ 1.000,00
12.3.11. Realizzazione del mercato coperto	Comune di Capurso	2010	€ 550,00
12.3.12. Enoteca Pugliese	Comune di Cassano delle Murge	2010	€ 100,00
12.3.13. Riqualificazione area mercatale Via Verdi/Via De Gasperi	Comune di Cellamare	2009-2011	€ 230,26

³ Rispetto alla versione del Programma Commercio e Artigianato consegnata nel settembre 2008, a seguito dell'entrata in vigore del DPR 196/2008 è stato stralciato il progetto "12.3.10. Mercato giornaliero Poggiofranco" – proponente Comune di Bari – importo , € 5.186,00.

Titolo intervento	Soggetti proponenti	Tempi di attuazione	Budget (migliaia di euro)
12.3.14. Nuova area mercatale	Comune di Conversano	2010-2011	€ 7.755,00
12.3.15. Polo Fieristico	Comune di Noicattaro	2011-2013	€ 1.200,00
12.3.16. Riqualficazione dell'area destinata a mercato ortofrutticolo di Via Conversano	Comune di Polignano a Mare	2009-2010	€ 1.536,45
12.3.17. Manutenzione straordinaria mercato ortofrutticolo	Comune di Sammichele di Bari	2007-2008	€ 582,00
12.3.18. Realizzazione di un mercato ortofrutticolo	Comune di Sannicandro	2009-2010	€ 1.000,00
12.3.19. Studio di Fattibilità per la realizzazione di una rete di poli della logistica urbana	Ufficio Unico	2010	€ 50,00
Totale azione			36.737,71

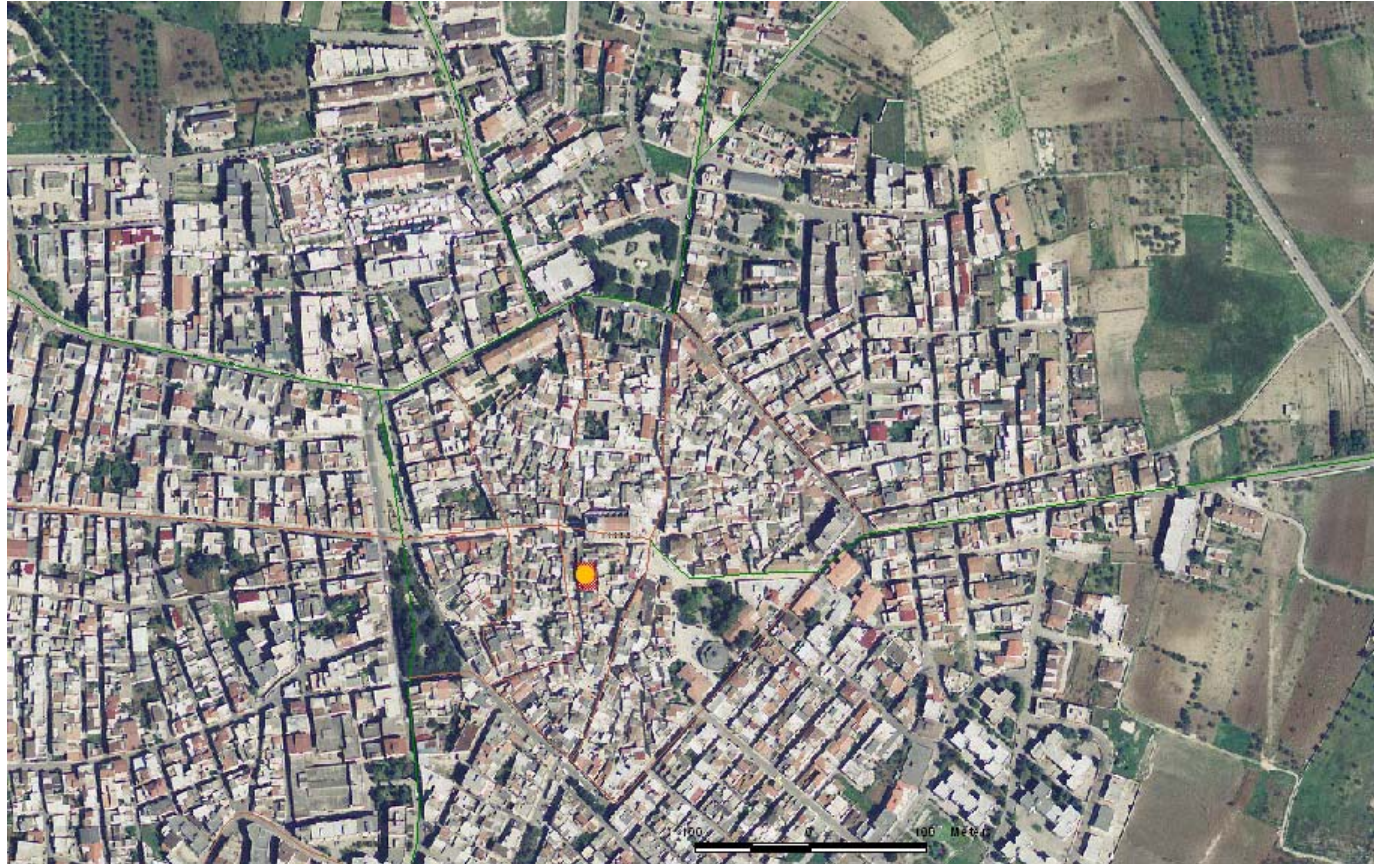


Figura 2: Localizzazione dell'Enoteca Pugliese – Centro storico di Cassano delle Murge

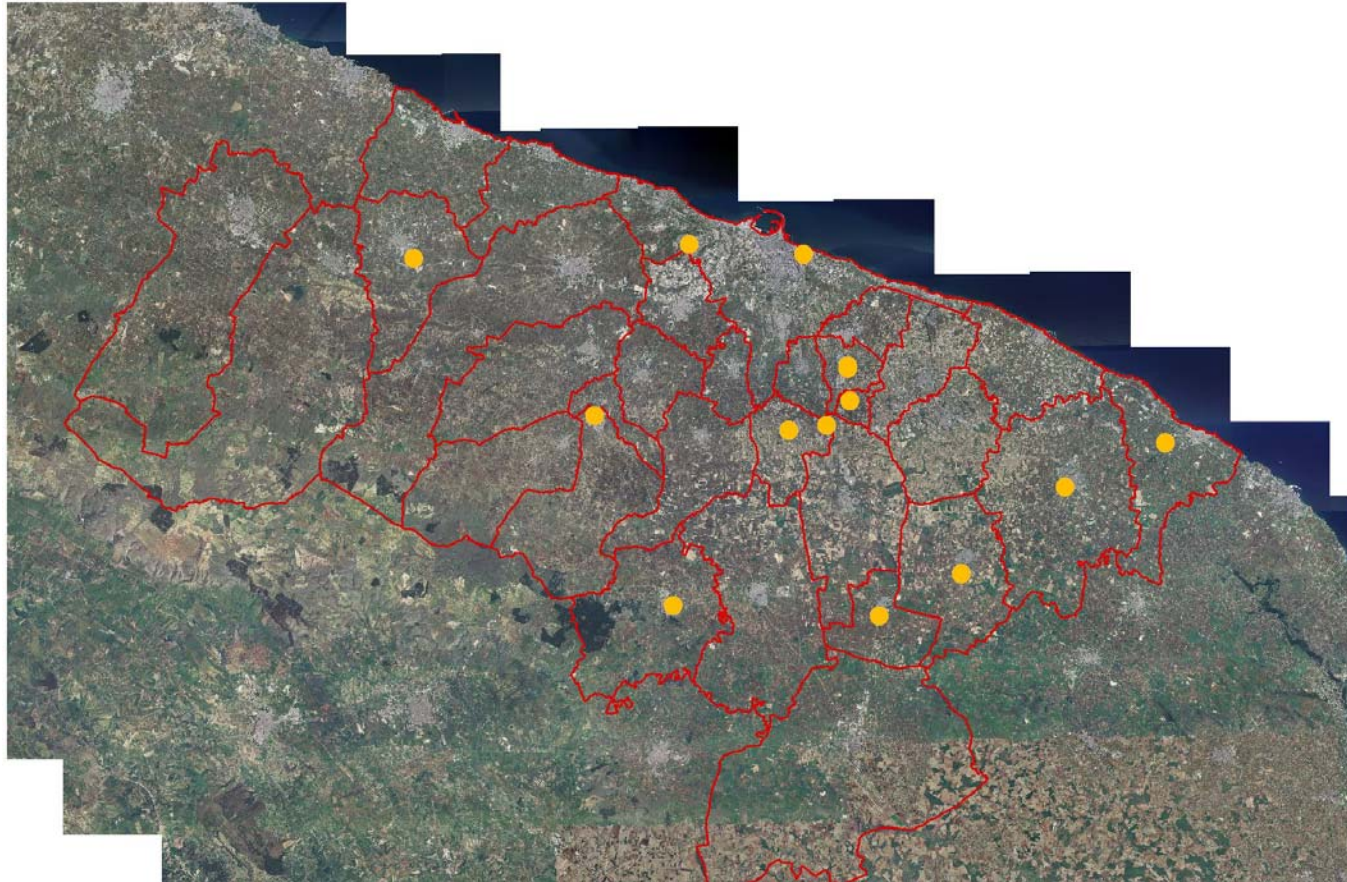


Figura 3: Localizzazione di aree mercatali e fieristiche

3.3.1. Intervento 12.3.20. Studio di Fattibilità per la realizzazione di una rete di poli della logistica urbana

Con il fine di armonizzare la presenza delle attività del commercio con la realtà di una metropoli policentrica decongestionata dai mezzi di trasporto, e con l'obiettivo altresì di contribuire al rendere efficiente il sistema commerciale e distributivo urbano, è prevista la realizzazione di uno studio di fattibilità per la realizzazione di poli urbani della logistica nei comuni maggiormente congestionati di MTB. Tale studio di fattibilità avrà anche l'obiettivo di valutare la possibilità e la redditività di interventi di rete per favorire la filiera corta del commercio agroalimentare di MTB.

TITOLO del PROGETTO	12.3.20. Studio di Fattibilità per la realizzazione di una rete di poli della logistica urbana
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico MTB</i>
Localizzazione dell'intervento	Si tratta di un intervento immateriale, che interessa potenzialmente i comuni con popolazione superiore ai 40.000 abitanti
Descrizione dell'intervento	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u></p> <p>Il trasporto urbano delle merci è caratterizzato da:</p> <ul style="list-style-type: none"> • strettissima dipendenza dalla struttura commerciale della città; • altissima specializzazione del trasportato e del veicolo; • forte frammentazione dei flussi fisici; • elevata incidenza dei ritorni a vuoto; • imprevedibilità degli orari di consegna (nonostante le forti limitazioni, presenti in molti contesti urbani). <p>L'incidenza d'ingombro dei veicoli commerciali nei centri abitati raggiunge quota 22% (Pinna, 2000). I provvedimenti assunti nelle città sono sino ad oggi contrassegnati dal divieto di accesso, sosta, limitazione degli orari, limitati alle green zone centrali (o ZTL, Zone a Traffico Limitato) di portata dei mezzi o da provvedimenti di road-pricing.</p> <p>L'intervento è teso allo studio di forme di razionalizzazione del trasporto urbano delle merci. Tale obiettivo si rende utile non solo per motivi di ottimizzazione della rete distributiva, ma anche a fronte di obiettivi legati al miglioramento della congestione da traffico urbano e al rafforzamento del sistema dell'agroindustria, promuovendo migliori e più razionali link tra la realtà produttiva e il tessuto urbano della distribuzione.</p> <p>Lo studio relativo a una rete di scambio e di stoccaggio breve delle merci, dotata di celle frigorifere e infrastrutture atte alla conservazione e allo smistamento meccanizzato, può fornire il supporto decisionale necessario alla realizzazione della filiera corta nel settore agroalimentare di MTB</p> <p><u>Obiettivi:</u> Valutare forme di organizzazione per ottimizzare la logistica del trasporto merci nei centri urbani di media dimensione.</p>

TITOLO del PROGETTO	12.3.20. Studio di Fattibilità per la realizzazione di una rete di poli della logistica urbana							
	<p><u>Attività previste:</u> Realizzazione di uno studio di fattibilità relativo alla rete di poli della logistica urbana.</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Definizione di una analisi costi benefici relativa ai costi e alle effettive ricadute finanziarie ed economiche di un simile intervento migliorativo.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u> n. 1 studio di fattibilità</p>							
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> L'intervento sarà realizzato da un soggetto terzo, selezionato dall'Ufficio Unico mediante procedura di evidenza pubblica.</p>							
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> Si prevede una base d'asta di € 50.000</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> Non vi sono costi di gestione</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> Non vi sono potenziali ricavi</p>							
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> FAS</p>							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Bando		X					
	Assegnazione e espletamento dell'incarico		X					

3.4. Azione 12.4 Favorire iniziative volte a migliorare la competitività, l'efficienza e la qualità delle PMI artigiane, con misure a favore dell'innovazione e della ricerca, promuovendo e qualificando in particolare il sistema delle PMI artigiane nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali

L'azione riguarda interventi per l'innovazione e la commercializzazione, per migliorare la qualità dei processi e dei prodotti, per favorire iniziative di aggregazione tra PMI, per lo sviluppo e la tutela di professioni artigiane, soprattutto artistiche e di qualità.

È prevista la realizzazione di un sistema di certificazione e corsi di formazione professionale; in particolare viene finanziata la rete delle botteghe scuola artigiane, di comune accordo con la Provincia di Bari, Assessorato Attività Produttive e Politiche Energetiche.

3.4.1. Intervento 12.4.1. Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB

La valorizzazione delle PMI locali richiede che si intervenga sulla qualità come valore intrinseco dell'azienda e come valore spendibile sul mercato. La definizione del marchio **La Bottega di Qualità** dovrà garantire elevati standard delle imprese che aderiranno al progetto.

TITOLO del PROGETTO	12.4.1. Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB
PROPONENTE	CCIAA
Localizzazione dell'intervento	Comuni di MTB
Descrizione dell'intervento	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u></p> <p>La globalizzazione dei mercati e le pressioni dei paesi emergenti rappresentano una minaccia imminente per il sistema produttivo italiano, rappresentato in larga parte da piccole e medie imprese. Tra esse, particolarmente sensibili alle pressioni concorrenziali provenienti dall'estero, le imprese artigiane sono chiamate ad una difficile sfida per la sopravvivenza e la crescita.</p> <p>Il successo delle imprese artigiane è legato alla diffusione e alla crescita di una cultura della qualità che supporti le attività quotidiane, tuttavia le dimensioni limitate di queste imprese richiedono che vengano intraprese azioni comuni di sviluppo; occorrono pertanto operazioni sinergiche che superino le limitazioni dimensionali e la difficoltà di competere sui mercati globali in modo autonomo.</p> <p>I limiti competitivi delle imprese artigiane baresi possono essere superati soltanto se gli artigiani riescono a vincere il particolarismo che, tradizionalmente, li contraddistingue, e a "fare sistema" tra loro.</p> <p>Occorre attivare un meccanismo grazie al quale "eterogenei" casi aziendali si collegano in un insieme organico e sinergico per creare</p>

TITOLO del PROGETTO	12.4.1. Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB
	<p>“iniziative di rete”, quali potrebbero essere la ricerca di nuovi mercati di sbocco o di manodopera specializzata, la programmazione di nuovi investimenti comuni per l'innovazione e la formazione, il reperimento di fonti finanziarie, la riorganizzazione della supply chain , e altre iniziative comuni.</p> <p>Lo sviluppo di tali iniziative passa attraverso l'adozione di nuovi sistemi organizzativi, che mettano al centro dell'attività aziendale una lingua comune: la Qualità. La Qualità come sistema deve diventare l'obiettivo di una comunità territoriale capace di raccogliere e definire non solo i bisogni specifici delle singole aziende, ma di tutto il contesto locale e settoriale.</p> <p>A tal fine occorre che le imprese locali riescano ad individuare un paradigma organizzativo riconosciuto a livello globale, ma allo stesso tempo adatto alle esigenze del territorio. Tale paradigma non può prescindere dall'adesione allo standard UNI EN ISO 9001:2000, e va integrato in un protocollo operativo che preveda il benchmarking tra imprese, l'individuazione delle “best practices” e il coinvolgimento delle associazioni di categoria a tutela delle imprese e dei consumatori.</p> <p>Si intende cioè realizzare un “social network”, una comunità tematica per aggregare tutti gli stakeholders del settore, e rafforzare il legame di fiducia tra consumatore e artigiano. Questa comunità avrà l'obiettivo di sviluppare forti progetti comuni che avranno notevoli ricadute sull'intero territorio che disporrà sempre più di aziende eccellenti e in grado di competere.</p> <p>La valorizzazione delle aziende locali richiede che la qualità venga resa visibile e identificata nel marchio La Bottega di Qualità a garanzia degli elevati standard mantenuti dalle imprese che aderiscono al progetto.</p> <p>Il marchio La Bottega di Qualità vuole divenire un segno distintivo per le imprese dell'area: di questo si potranno fregiare solo le imprese eccellenti, che hanno adottato il modello QUA.S.AR. (QUALità Sostenibile per le imprese Artigiane). QUA.S.AR. è un modello per la progettazione, implementazione e mantenimento di un Sistema di Gestione per la Qualità (SGQ), con il quale le imprese artigiane possono conseguire la certificazione di qualità in conformità allo standard ISO 9001:2000. Questo modello attualmente ha un costo per le aziende artigiane pari orientativamente a 5.000 € per l'intero iter di consulenza, implementazione, mantenimento del SGQ, certificazione della conformità alla ISO 9001:2000 e concessione di uso del marchio La Bottega di Qualità.</p> <p>Avendo sottoposto i propri processi gestionali e produttivi al giudizio di un ente terzo, e avendo ottenuto la certificazione, l'impresa potrà esporre il marchio La Bottega di Qualità in tutte le sue sedi operative e di vendita, rendendo in questo modo visibile all'esterno la propria adesione ad un progetto di sviluppo territoriale incentrato sulla qualità e sull'eccellenza.</p>

TITOLO del PROGETTO	12.4.1. Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB
	<p><u>Obiettivi:</u> Incentivare le PMI artigiane a dotarsi di sistemi di certificazione di qualità</p> <p><u>Attività previste:</u> Definizione del progetto esecutivo. Realizzazione del marchio. Istituzione della rete. Azioni di promozione e pubblicizzazione</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Realizzazione della rete delle botteghe di qualità</p> <p><u>Effetti attesi (Indicatori di realizzazione):</u> 1 marchio 100 aziende pilota incluse nella rete</p>
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> L'intervento sarà gestito in maniera congiunta dall'Ufficio Unico e dalla CCIAA di Bari.</p>
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> La promozione del marchio La Bottega di Qualità passa attraverso un progetto di azione territoriale incentrato su un gruppo di circa 100 aziende pilota. Si prevede di ridurre i costi di adesione per le imprese mediante l'erogazione di un finanziamento di 3.000 € a ciascuna di esse, per un totale impegnato di 300.000 €, a questa cifra occorre aggiungere le spese per attività di promozione e comunicazione (realizzazione del social network, del sito web, ecc.), per un ammontare totale di 400.000 €.</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> Non sono previste spese di gestione se non quelle relative al personale amministrativo che gestirà le procedure di espletamento dei bandi.</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> Non sono previsti ricavi.</p>
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> PO FESR Asse VI</p>

TITOLO del PROGETTO	12.4.1. Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Bando per la progettazione esecutiva	X						
	Assegnazione e espletamento dell'incarico	X						
	Implementazione		X	X	X			
Congruenza con il P.O.	PO FESR Asse VI							

3.4.2. Intervento 12.4.2. Incentivi per l'innovazione e la commercializzazione nelle filiere artigianali

L'intervento prevede incentivi per progetti di innovazione e ricerca presentati da network di PMI, istituti di ricerca, grandi imprese (se necessarie per la realizzazione del progetto). Gli incentivi potranno riguardare contributi per la realizzazione di laboratori di ricerca, progetti di ricerca industriale e/o sviluppo precompetitivo, sviluppo di nuovi prodotti finalizzati alla realizzazione di brevetti internazionali, miglioramento di processi produttivi, innovazione nel settore della commercializzazione e del marketing di impresa.

TITOLO del PROGETTO	12.4.2. Incentivi per l'innovazione e la commercializzazione nelle filiere artigianali
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico MTB</i>
Localizzazione dell'intervento	Comuni di MTB

TITOLO del PROGETTO	12.4.2. Incentivi per l'innovazione e la commercializzazione nelle filiere artigianali
<p>Descrizione dell'intervento</p>	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u> Il progetto vuole favorire le filiere produttive artigianali tradizionali e artistiche mediante la promozione di progetti di innovazione finalizzati alla commercializzazione del prodotto. Si vuole favorire lo sviluppo di progetti imprenditoriali atti a creare soluzioni tecnologiche che consentano relazioni cooperative (dall'inglese cooptation) tra soggetti che possono cooperare in ambiti specifici e nel contempo essere competitor in altre aree di attività o di mercato. I progetti possono riguardare anche l'acquisto di servizi finalizzati al miglioramento del processo produttivo, soluzioni tecnologiche, sicurezza, studi di mercato ecc. purchè sia riconosciuto il valore di innovazione e sia concreta la possibile ricaduta positiva sui processi produttivi. Per fare ciò, si favorisce la formazione di consorzi che possono anche includere enti di ricerca pubblici o privati. I bandi, in misura di due nell'arco del periodo di programmazione, e le proposte progettuali saranno valutati da un comitato di riconosciuto valore ed esperienza nel campo dell'economia di impresa.</p> <p><u>Obiettivi:</u> Promuovere l'innovazione nelle PMI artigiane di MTB</p> <p><u>Attività previste:</u> Costituzione del gruppo di lavoro Definizione del progetto esecutivo. 2 edizioni: Bando – selezione – implementazione – monitoraggio – valutazione</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Realizzazione di progetti di innovazione competitiva; consentire la costruzione e la gestione di processi cooperativi tra imprese diverse integrate orizzontalmente e/o verticalmente, e tra imprese ed altre organizzazioni (centri di ricerca, Università, Pubblica Amministrazione), comunque collocate dal punto di vista territoriale.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u> Finanziamento di 15 progetti sperimentali di innovazione e cooperazione di filiera 80 aziende/enti costituiscono consorzi per partecipare ai bandi</p>

TITOLO del PROGETTO	12.4.2. Incentivi per l'innovazione e la commercializzazione nelle filiere artigianali							
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> Il progetto verrà gestito dall'Ufficio Unico per quello che riguarda gli aspetti di istruzione ed espletamento delle procedure. Un comitato di indirizzo composto da tre esperti senior avrà il compito di definire gli aspetti tecnico scientifici e i contenuti dei bandi nel dettaglio. Ad essi sarà demandato il compito di valutare le proposte pervenute.</p>							
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> Si prevede un co-finanziamento che copra il 50% delle risorse necessarie alla realizzazione del progetto, per un valore totale del cofinanziamento che va da un minimo di 300.000 a un massimo di 700.000 euro Le risorse pubbliche disponibili in totale ammontano a euro 10.000.000, per un valore complessivo dell'intervento pari a 20.000.000 di euro.</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> Costi del comitato tecnico di indirizzo e valutazione: 3 esperti senior (parametro 500 €/giornata) per 10 giornate lavorative per ogni edizione del bando – totale 15.000 € per ogni edizione del bando. I costi amministrativi (personale, altre spese di gestione, ecc.) sono stati computati nel calcolo dei costi di funzionamento dell'Ufficio Unico.</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> Non sono previsti ricavi.</p>							
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> PO FESR Asse 1 per la quota di cofinanziamento pubblica</p>							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Progettazione esecutiva	X						
	Bando		X		X			
	Implementazione dei progetti		X	X	X	X	X	X
Congruenza con il P.O.	PO FESR Asse I							

3.4.3. Intervento 12.4.3. Rete delle botteghe scuola artigiane

L'intervento vuole favorire la formazione di un "sistema delle eccellenze artigiane" nelle lavorazioni artistiche e tradizionali (art. 1 DPR 288/2001), da un lato promuovendo e riconoscendo la figura del "maestro artigiano", dall'altro favorendo la trasmissione dei saperi artigiani mediante la realizzazione di corsi e tirocini in un sistema di botteghe scuola collegate in rete.

L'azione prevede di costituire un marchio di qualità MTB delle imprese artigiane che prenderanno parte all'iniziativa, riconoscendo le spese relative all'attività formativa e alle necessità di adeguamento dell'impresa.

L'iniziativa verrà realizzata per annualità, prevedendo di favorire tematismi legati alla peculiarità delle economie delle città della MTB e costituenti elementi tipici del patrimonio storico e culturale locale. Rientrano nei settori oggetto dell'iniziativa le attività di restauro finalizzate alla conservazione, al consolidamento ed al ripristino di beni di interesse artistico, architettonico, archeologico anche se non tutelati ai sensi della normativa vigente. Rientra, altresì, la produzione alimentare tradizionale, quella cioè che utilizza tecniche di lavorazione in cui sono riconoscibili gli elementi tipici della cultura regionale e locale, il cui processo produttivo mantiene contenuti e caratteri di manualità e i processi di conservazione, stagionatura e invecchiamento avvengono con metodi naturali.

Verranno individuate e realizzate delle sedi comuni a vari soggetti imprenditoriali che aderiranno all'iniziativa, per svolgere le attività didattiche previste.

L'iniziativa, in sintesi, si propone di recuperare pratiche produttive che vanno scomparendo, avvicinando i giovani a professioni che hanno poca visibilità e immagine, ma che possiedono un elevato contenuto di professionalità e qualità.

Al tempo stesso si intende favorire l'inserimento nel mercato del lavoro le professionalità formate, innovare ed espandere le tipologie di prodotti dell'artigianato favorire le produzioni di nicchia, incentivare la capacità imprenditoriali dei giovani.

I soggetti beneficiari sono consorzi di imprese costituite da Enti di formazione e Imprese private.

Gli incentivi saranno legati all'adozione di criteri di valutazione legati all'equità di genere e all'integrazione sociale.

TITOLO del PROGETTO	12.4.3. Rete delle botteghe-scuola artigiane
PROPONENTE	<i>Provincia di Bari</i>
Localizzazione dell'intervento	Comuni di MTB
Descrizione dell'intervento	<u>Breve descrizione dell'intervento</u> L'intervento prevede la formazione di un "sistema delle eccellenze artigiane" nelle lavorazioni artistiche e tradizionali (art. 1 DPR 288/2001), da un lato promuovendo e riconoscendo la figura del "maestro artigiano", dall'altro favorendo la trasmissione dei saperi

TITOLO del PROGETTO	12.4.3. Rete delle botteghe-scuola artigiane
	<p>artigiani mediante la realizzazione di corsi e tirocini in un sistema di botteghe scuola collegate in rete. L'azione prevede la costituzione di un marchio delle imprese artigiane che prenderanno parte all'iniziativa, da collegare al brand delle botteghe artigiane di qualità (cfr. intervento 12.4.1).</p> <p>Verrà individuata e realizzata una sede comune, sia per svolgere parte delle attività didattiche previste, sia per ospitare una mostra permanente dell'artigianato di MTB (cfr Programma Creatività e Spazi Culturali).</p> <p>Sono allo studio possibili modalità di accompagnamento al mercato dei giovani artigiani in uscita dai corsi (coinvolgimento di buyers, marketing, esposizioni itineranti, fiere, ecc.).</p> <p><u>Obiettivi:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) recuperare e rivitalizzare attività tradizionali o artistiche locali in settori considerati patrimonio artistico – culturale – storico pugliese, a rischio di estinzione; 2) qualificare ed innovare le lavorazioni 3) realizzare rassegne di manufatti artistici <p><u>Attività previste:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Piano di comunicazione; - Analisi di filiera e costituzione dell'anagrafe delle botteghe e dei maestri artigiani; - Individuazione siti della Provincia o dei Comuni da dedicare alle botteghe-artigiane; - Eventuale ristrutturazione delle sedi; - Allestimento delle sedi con attrezzature; - Accredimento alla Regione per lo svolgimento delle attività formative; - Iniziative di formazione; - Azioni di promozione e pubblicizzazione; - Allestimento della mostra permanente dell'artigianato (cfr. Programma Creatività e Spazi Culturali) <p><u>Risultati attesi:</u></p> <p>Rilancio di attività tutelate; Promozione della formazione e dello sviluppo delle professionalità delle imprese artigiane; Trasferimento generazionale di saperi e professionalità ad alto contenuto di conoscenza esperienziale; Promozione delle produzioni e del brand</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u></p> <p>1 marchio 30 iniziative didattiche 100 formati</p>

TITOLO del PROGETTO	12.4.3. Rete delle botteghe-scuola artigiane
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u></p> <p>L'intervento sarà realizzato dalla Provincia di Bari, Assessorato Attività Produttive e Politiche Energetiche - Servizio Attività Produttive. Ad esso, coerentemente con le funzioni riconosciute all'Ente provinciale nell'ambito della formazione, viene demandato il ruolo di coordinatore delle iniziative di progetto per quel che riguarda l'attività di formazione. Per quanto riguarda l'attività di promozione, un soggetto esterno sarà selezionato con procedura di evidenza pubblica per progettare e realizzare il piano di comunicazione.</p> <p>La realizzazione dell'intervento, infine, prevede la partecipazione attiva dei Comuni, dell'Ufficio Unico di MTB e della CCIAA come partner privilegiati per la condivisione di obiettivi, strategie e iniziative.</p>
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisi di filiera e costituzione dell'anagrafe delle botteghe e dei maestri artigiani: 50.000 € - Bandi per progetti di formazione innovativi presentati da consorzi o ATI comprendenti: <ul style="list-style-type: none"> - una società di formazione accreditata; - PMI artigiane (in particolare artigianato artistico/professioni artigianali tradizionali a difficile ricambio generazionale); - società/associazioni operanti nel settore della commercializzazione e promozione dei prodotti. <p>I bandi premieranno progetti di formazione che coniughino aspetti formativi "operativi" (attività didattica da svolgere <i>prevalentemente</i> presso laboratori artigiani esistenti) e aspetti di marketing, promozione dei prodotti, commercializzazione, ecc. (attività da svolgere <i>prevalentemente</i> presso le costituende "botteghe scuola"). All'interno dei partenariati di progetto, il ruolo del soggetto operante nel settore della promozione/commercializzazione è prevalentemente quello di introdurre nel percorso formativo aspetti relativi alla promozione dei prodotti e delle attività, ai canali di vendita locali e nazionali, in un'ottica di filiera.</p> <p>Il calcolo dell'importo destinato ai progetti di formazione è stato condotto sulla base di un costo parametrico di 25 € all'ora per allievo, una media di 250 ore per corso di formazione professionale e un obiettivo di 400 formati nei comuni di MTB lungo l'intero periodo di programmazione (tot. 2.500.000 €). Ciascun progetto di formazione dovrà inoltre prevedere iniziative di promozione e diffusione per un valore pari al 20-30% del totale, costi di gestione/coordinamento pari al</p>

TITOLO del PROGETTO	12.4.3. Rete delle botteghe-scuola artigiane							
	<p>7-10%, costi di progettazione preliminare fino a un massimo del 5% del totale.</p> <p>Considerando questi importi nei loro valori massimi, il totale presunto da destinare ai progetti di formazione risulta pari a circa 4.550.000 €</p> <p>Per il piano di comunicazione dell'iniziativa - azioni di promozione e pubblicizzazione sono previsti: 500.000 €</p> <p>Per il recupero e la ristrutturazione di immobili sono previsti 3.000.000 €</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> Non sono previsti ricavi.</p>							
Fonti finanziarie	<u>Fonti e modalità di avviamento:</u> PO FESR Asse VI PO FSE Asse 2							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Piano di comunicazione	X						
	Analisi di filiera e costituzione anagrafe delle botteghe e dei maestri artigiani	X	X					
	Corsi e costituzione della rete		X	X	X	X	X	X
	Promozione		X	X	X	X	X	X
Congruenza con il P.O.	PO FESR Asse VI							

TABELLA RIASSUNTIVA AZIONE 12.4

Titolo intervento	Soggetti proponenti	Tempistica di attuazione	Budget (migliaia di euro)
-------------------	---------------------	--------------------------	---------------------------

12.4.1. Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB	CCIAA	2009-2012	€ 400,00
12.4.2. Incentivi per l'innovazione e la commercializzazione nelle filiere artigianali	Ufficio Unico	2009-2015	€ 20.000,00
12.4.3. Rete delle botteghe scuola artigiane	Provincia di Bari – Assessorato alle Attività Produttive e Politiche Energetiche	2009-2015	€ 8.527,00
Totale azione			€ 28.927,00

3.5. Azione 12.5. Attività per la formazione di un mercato dell'edilizia sostenibile e del restauro, intervenendo a favore della creazione un borsino specializzato nel settore e promuovendo attività di formazione tecnica specializzata e adeguamento tecnologico delle imprese

La L.R. 13 giugno 2008 "Norme per l'abitare sostenibile", all'art.2 fissa principi di massima definendo interventi di edilizia sostenibile quelli che:

- a) sono progettati, realizzati e gestiti secondo un'elevata qualità e specifici criteri di compatibilità ambientale e sviluppo sostenibile, e quindi finalizzati a soddisfare le necessità del presente senza compromettere quelle delle future generazioni;
- b) minimizzano i consumi dell'energia e delle risorse ambientali in generale e contengono gli impatti complessivi sull'ambiente e sul territorio;
- c) sono concepiti e realizzati in maniera tale da garantire il benessere e la salute degli occupanti;
- d) tutelano l'identità storico-culturale degli agglomerati urbani e favoriscono il mantenimento dei caratteri storici e tipologici legati alla tradizione degli edifici, in ragione dei relativi caratteri di durevolezza, efficienza energetica e salubrità;
- e) utilizzano materiali naturali, con particolare riferimento a quelli di provenienza locale, per salvaguardare i caratteri storici e tipologici della tradizione costruttiva locale;
- f) promuovono e sperimentano sistemi edilizi a costi contenuti in riferimento al ciclo di vita dell'edificio, attraverso l'utilizzo di metodologie innovative e/o sperimentali;
- g) adottano soluzioni planimetriche degli organismi edilizi e degli spazi aperti tenendo conto del percorso apparente del sole e dei venti dominanti e usano piante autoctone a foglia caduca, idonee a garantire l'ombreggiamento durante la stagione estiva e il soleggiamento durante quella invernale;

A partire da queste caratteristiche riconosciute dalla legge, risulta evidente come nella fase di avvio di un comparto giovane (pur se appartenente a un settore tradizionalmente "forte" come quello delle costruzioni), che oggi intende organizzarsi in distretto, possono essere utili interventi di adeguamento produttivo, tecnologico, professionale, formativo a favore delle PMI.

In accordo con il Distretto dell'edilizia sostenibile, quest'azione riguarda il supporto a una serie di attività di accompagnamento alla costituzione del distretto e al suo sviluppo.

Sono previste iniziative finalizzate a favorire la nascita e il consolidamento di un settore specifico, attualmente di nicchia, che in breve tempo vuole diventare all'avanguardia per competenze e tecnologie impiegate.

La legge sull'edilizia sostenibile individua tra le competenze della Regione:

- l'approvazione e aggiornamento del sistema di certificazione energetico-ambientale, compreso l'accREDITAMENTO dei soggetti che svolgono le attività per la certificazione;
- la formazione professionale di operatori pubblici e privati, nonché dei soggetti accREDITATI a svolgere le attività di certificazione;

Tra le competenze della Provincia, la stessa legge individua le seguenti competenze:

- formazione professionale di operatori pubblici e privati.

Tra le competenze dei Comuni:

- l'adeguamento degli strumenti urbanistici ed il controllo sugli edifici realizzati.

Per quanto riguarda le iniziative di formazione, che hanno un ruolo importante nella presente azione, i seguenti articoli, in particolare, consentono di prevedere iniziative di formazione anche in collaborazione con altri soggetti pubblici o privati.

Art. 14 1. Ai fini della diffusione della conoscenza dei principi di sostenibilità delle costruzioni edilizie, nonché ai fini del rilascio delle certificazioni di cui all'articolo 9, la Regione e le Province, anche in collaborazione con soggetti pubblici o privati e con il coinvolgimento dei rappresentanti delle professioni e dei settori produttivi interessati, promuovono:

a) corsi di formazione professionale rivolti agli enti locali, alle imprese e ai liberi professionisti;

2. Per le finalità di cui al comma 1, lett. a), gli enti possono utilizzare le risorse assegnate alla formazione professionale nel rispetto della relativa normativa.

Sulla base di queste ultime considerazioni, un partenariato forte e un coinvolgimento delle associazioni di categoria, delle imprese, dei singoli professionisti risulta quanto mai utile al raggiungimento dell'obiettivo prefissato di consolidare e contribuire al lancio del settore dell'edilizia sostenibile nel mercato delle costruzioni in MTB.

3.5.1. Intervento 12.5.1. Edilizia sostenibile: incentivi per la riconversione e l'adeguamento delle imprese

Gli incentivi saranno destinati alle imprese che vorranno avviare nuove linee di attività nel settore dell'edilizia sostenibile. Saranno corrisposti in regime *de minimis* mediante bandi e consisteranno in contributi in *c/capitale* o *c/interessi* per l'adeguamento delle capacità produttive alle esigenze dettate dal mercato dell'edilizia eco-compatibile (formazione, investimenti materiali e immateriali, attrezzature, acquisto o uso di brevetti, ecc.).

TITOLO del PROGETTO	<i>12.5.1. Edilizia sostenibile: incentivi per la riconversione e l'adeguamento delle imprese</i>
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico</i>
Localizzazione dell'intervento	Comuni di MTB

TITOLO del PROGETTO	12.5.1. Edilizia sostenibile: incentivi per la riconversione e l'adeguamento delle imprese
<p>Descrizione dell'intervento</p>	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u> Gli incentivi saranno destinati alle imprese delle costruzioni che vorranno attivare nuove linee di attività nel settore dell'edilizia sostenibile, dotandosi di tecnologie, know-how, brevetti, sistemi di certificazione ambientale, ecc. Gli incentivi saranno corrisposti in regime <i>de minimis</i> mediante bandi e consisteranno in contributi in c/capitale o c/interessi per l'adeguamento delle capacità produttive alle esigenze dettate dal mercato dell'edilizia eco-compatibile (formazione, investimenti materiali e immateriali, attrezzature, acquisto o uso di brevetti, ecc.).</p> <p><u>Obiettivi:</u> Favorire la rapida riconversione e il rinnovamento delle competenze e delle capacità produttive della filiera delle costruzioni verso l'edilizia sostenibile e il restauro</p> <p><u>Attività previste:</u> - Progettazione esecutiva - Procedure di gara - Monitoraggio e controllo</p> <p><u>Risultati attesi:</u> Miglioramento della capacità tecnica e tecnologica delle imprese delle costruzioni di MTB nel settore dell'edilizia sostenibile.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u> 2 bandi 60 aziende/enti finanziati</p>
<p>Modello gestionale</p>	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> L'intervento, per definire il quale sono stati attivati contatti con i rappresentanti del costituendo Distretto dell'edilizia sostenibile, verrà gestito dalle strutture dell'Ufficio Unico MTB.</p>

TITOLO del PROGETTO																																	
12.5.1. Edilizia sostenibile: incentivi per la riconversione e l'adeguamento delle imprese																																	
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> 10.000.000 €</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> È previsto l'impiego di un ingegnere o architetto esperto in edilizia sostenibile, ciclo di vita delle abitazioni, bioarchitettura, per tutto il periodo di progettazione e attuazione della misura, per un costo pari a 40.000 euro l'anno, con un totale di euro 280.000 euro. I costi del personale necessario alla gestione contabile e amministrativa dell'intervento, così come gli altri costi di gestione, sono stati inclusi nelle spese di gestione dell'ufficio unico.</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> Non sono previsti ricavi.</p>																																
Fonti finanziarie	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> PO FESR Asse 1 per la quota di cofinanziamento pubblica Consorzi di imprese per la quota privata</p>																																
Crono-programma dell'intervento	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr style="background-color: red; color: white;"> <th style="width: 20%;">ATTIVITÀ</th> <th style="width: 5%;">2009</th> <th style="width: 5%;">2010</th> <th style="width: 5%;">2011</th> <th style="width: 5%;">2012</th> <th style="width: 5%;">2013</th> <th style="width: 5%;">2014</th> <th style="width: 5%;">2015</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Progettazione esecutiva</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bando</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Implementazione</td> <td></td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Progettazione esecutiva	X							Bando		X		X				Implementazione		X	X	X	X	X	X
ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015																										
Progettazione esecutiva	X																																
Bando		X		X																													
Implementazione		X	X	X	X	X	X																										
Congruenza con il P.O.	PO FESR Asse I																																

3.5.2. Intervento 12.5.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB

L'intervento 12.5.2 finanzia corsi di alta formazione per personale tecnico e liberi professionisti, nonché per operatori del mercato edilizio. L'obiettivo, oltre all'adeguamento e alla qualificazione professionale delle imprese e dei professionisti del settore, consiste nel definire con la Regione e con il Distretto una certificazione di qualità dei professionisti del settore, certificazione armonizzata con il Quadro Europeo delle Qualifiche e spendibile a livello professionale non solo sui mercati locali, ma anche nazionali e internazionali. Sulla base di questo sistema di formazione professionale permanente basato sulla garanzia delle procedure e degli standard di qualità, si realizzeranno corsi di formazione professionale

anche in cooperazione con soggetti esteri, favorendo la mobilità degli allievi coinvolti a tutti i livelli professionali.

TITOLO del PROGETTO	<i>Intervento 12.5.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB</i>
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico MTB</i>
Localizzazione dell'intervento	Comuni MTB
Descrizione dell'intervento	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u> Verranno finanziati corsi di alta formazione per personale tecnico e liberi professionisti, nonché per operatori e maestranze del mercato edilizio. Verrà definito un quadro delle qualifiche e della formazione professionale, armonizzato con il quadro europeo delle qualifiche, basato su principi di qualità del percorso formativo e di garanzia del sistema dell'apprendimento permanente dei lavoratori. I partecipanti ai corsi conseguiranno un certificato riconosciuto dal Distretto dell'edilizia sostenibile. In quanto tale, tale certificazione di qualità avrà un valore spendibile a livello locale, nazionale e internazionale. I percorsi formativi prevedranno anche periodi di apprendistato all'estero.</p> <p><u>Obiettivi:</u> Gli obiettivi dell'intervento sono: - qualificare le maestranze e i professionisti del settore edilizio, definendo percorsi di formazione e aggiornamento specifici sull'edilizia sostenibile, sulla bioarchitettura e sul restauro degli edifici. - definire una certificazione di qualità delle figure professionali coinvolte nel processo produttivo – dalla progettazione alla esecuzione lavori alla gestione e manutenzione. Tale certificazione sarà armonizzata con il Quadro Europeo delle Qualifiche.</p> <p>In sintesi l'intervento finanzia: - uno studio per la definizione del sistema delle competenze professionali nel settore dell'edilizia sostenibile e del restauro, nonché dei requisiti dei percorsi di formazione rientranti nel sistema di certificazione MTB; - una serie di interventi formativi realizzati da raggruppamenti di imprese, società di formazione ed enti di ricerca, a favore delle imprese dell'edilizia localizzate in MTB; - percorsi di formazione individuale per liberi professionisti del settore dell'edilizia, finalizzati ad approfondire tematiche inerenti le nuove tecnologie della bio-edilizia, dell'edilizia sostenibile e del</p>

TITOLO del PROGETTO	<i>Intervento 12.5.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB</i>
	<p>restauro.</p> <p><u>Attività previste</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Progettazione esecutiva - Procedure di gara - Bando per lo studio sul sistema delle competenze e del sistema di certificazione della qualità; - Bando per iniziative di formazione professionale a favore delle PMI del settore; - Bando per percorsi formativi individuali a favore di liberi professionisti del settore dell’edilizia; - Monitoraggio e controllo <p><u>Risultati attesi:</u></p> <p>Miglioramento della capacità tecnica delle imprese delle costruzioni di MTB nel settore dell’edilizia sostenibile.</p> <p>Miglioramento del livello medio di conoscenze da parte degli operatori del settore.</p> <p>Specializzazione e aggiornamento dei professionisti di MTB.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> n. 1 studio sul sistema delle competenze del settore dell’edilizia sostenibile e del restauro (esteso non solo al territorio di MTB, ma a livello internazionale). n. 1 studio di filiera sul settore dell’edilizia sostenibile e del restauro (livello internazionale, con analisi di benchmark e buone prassi per tipologia costruttiva, di lavorazione e di prodotto). n. 1 progetto di sistema di certificazione professionale nel settore. n. 2 edizioni di un bando per iniziative di formazione professionale a favore delle PMI del settore. n. 3 edizioni del bando per percorsi formativi individuali a favore di liberi professionisti del settore dell’edilizia

TITOLO del PROGETTO	<i>Intervento 12.5.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB</i>
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u></p> <p>L'intervento verrà gestito dall'Ufficio Unico in collaborazione con ANCE e il Distretto dell'edilizia sostenibile. La Regione sarà interlocutore privilegiato per quello che concerne il sistema di certificazione e l'armonizzazione del percorso di formazione/apprendimento permanente con il Quadro Europeo delle Qualifiche e con la Strategia di Lisbona.</p> <p>I beneficiari saranno raggruppamenti temporanei di imprese comprendenti PMI del settore, enti di formazione accreditati, enti di ricerca locali, nazionali o internazionali per quel che riguarda i bandi destinati alle imprese. Per quel che riguarda i finanziamenti per percorsi formativi individuali, i beneficiari saranno liberi professionisti che dovranno presentare una proposta di percorso formativo di alta professionalizzazione, presso strutture nazionali o internazionali e sotto il coordinamento di un tutor scientifico esperto del settore.</p>

TITOLO del PROGETTO	<i>Intervento 12.5.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB</i>
<p>Quadro economico e sostenibilità finanziaria</p>	<p><u>Costi di realizzazione:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Studio sul sistema delle competenze e del sistema di certificazione della qualità: 50.000 € - Studio sulla filiera e buone pratiche a livello internazionale: 100.000 € - Bando per iniziative di formazione professionale a favore delle PMI del settore: 25 € a ora per allievo, con una media di corso di aggiornamento pari a 200 ore e un obiettivo di 1.000 formati nell’arco del periodo di programmazione (circa il 5% del totale degli addetti alle imprese artigiane nel settore costruzioni) – totale previsto 5.000.000 € - Bando per percorsi formativi individuali a favore di liberi professionisti del settore dell’edilizia: si considera una media di 30.000 € per ogni beneficiario (spese di formazione, vitto e alloggio), avendo un obiettivo di 150 formati (senza limiti di età, ma solo di residenza) – totale previsto 4.500.000 € - Pubblicità e divulgazione: 500.000 € - Monitoraggio e controllo: cfr. punto seguente. <p>Totale costi di realizzazione: 10.150.000 €</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> È previsto l’impiego di un ingegnere o architetto esperto in edilizia sostenibile, ciclo di vita delle abitazioni, bioarchitettura, per tutto il periodo di progettazione e attuazione della misura, per un costo pari a 40.000 euro l’anno, per un totale di €280.000. I costi del personale necessario alla gestione contabile e amministrativa dell’intervento, così come gli altri costi di gestione, sono stati inclusi nelle spese di gestione dell’ufficio unico.</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall’erogazione del servizio:</u> Non sono previsti ricavi.</p>
<p>Fonti finanziarie</p>	<p><u>Fonti e modalità di avviamento:</u> PO FSE Cofinanziamento da parte delle PMI del settore</p>

TITOLO del PROGETTO	<i>Intervento 12.5.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB</i>							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Progettazione esecutiva	X						
	Studio sul sistema delle competenze	X	X					
	Studio sul sistema di certificazione di qualità	X	X					
	Bando per PMI		X		X			
	Bando per liberi professionisti		X		X		X	
	Implementazione		X	X	X	X	X	X
Congruenza con il P.O.	PO FESR Asse I							

3.5.3. Intervento 12.5.3. Borsino dell'edilizia sostenibile e del restauro

L'attività costituisce un progetto pilota da realizzare insieme con il Distretto dell'edilizia sostenibile, di prossima costituzione. L'iniziativa prende spunto da un lato dalla necessità degli Stati Europei a conformarsi alla Direttiva CE 91/2002, sull'efficienza energetica degli edifici, e dall'altro dalla presenza di un numero elevato di PMI nel settore edilizio, che producono una considerevole parte del Valore Aggiunto di MTB nel settore attività produttive.

Nel loro insieme, le iniziative previste nell'ambito del presente intervento vogliono supportare la realizzazione di una filiera orizzontale e verticale di fornitura di materiali e servizi per l'edilizia, improntati ai principi dell'eco-compatibilità e della bio-architettura. Il borsino supporta la realizzazione di un mercato infra-territoriale con informazioni sulle capacità produttive e tecnologiche delle imprese, sui sistemi di certificazione, sulle esperienze maturate in materia di bio-architettura, sulle specializzazioni nei temi legati alla sostenibilità nel settore delle costruzioni (progettazione, realizzazione, smaltimento materiali, bilancio energetico), ecc.

Nelle azioni che caratterizzano il Borsino, il soggetto gestore potrà interfacciarsi con la Regione soprattutto per i seguenti temi, che ad oggi risultano di esclusiva competenza regionale (art.3, comma 1, L.R. 13/6/2008):

d) redazione di un capitolato tipo prestazionale e di un prezzario per la realizzazione degli interventi oggetto della presente legge [...];

f) approvazione e aggiornamento del disciplinare tecnico e delle linee guida per la valutazione energetico-ambientale degli edifici.

Nel dettaglio, l'intervento si articola come di seguito descritto.

TITOLO del PROGETTO	<i>Intervento 12.5.3. Borsino dell'edilizia sostenibile e del restauro</i>
PROPONENTE	<i>Ufficio Unico</i>
Localizzazione dell'intervento	Comuni MTB
Descrizione dell'intervento	<p><u>Breve descrizione dell'intervento</u> L'attività si costituisce come progetto pilota da realizzare in collaborazione con il costituendo Distretto dell'edilizia sostenibile e con la Regione Puglia. L'iniziativa prende spunto da un lato dalla necessità degli Stati Europei di conformarsi alla Direttiva CE 91/2002 sull'efficienza energetica degli edifici, e dall'altro dalla presenza di un numero elevato di PMI nel settore edilizio, che producono una considerevole parte del Valore Aggiunto di MTB nel settore attività produttive.</p> <p>Il borsino supporta la realizzazione di un mercato infra-territoriale con informazioni sulle capacità produttive e tecnologiche delle imprese, sui sistemi di certificazione, sulle esperienze maturate in materia di bio-architettura, sulle specializzazioni nei temi legati alla sostenibilità nel settore delle costruzioni (progettazione, realizzazione, smaltimento materiali, bilancio energetico, ecc.).</p> <p>Verrà costituita una banca dati aggiornabile e consultabile online; verranno promossi contatti e incontri tra operatori del settore, corsi di aggiornamento del personale, processi per la certificazione di qualità.</p> <p><u>Obiettivi:</u> Favorire e rafforzare la costituzione di una filiera nel settore dell'edilizia sostenibile e del restauro</p> <p><u>Attività previste:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisi della filiera a livello locale, nazionale e internazionale - Anagrafe delle imprese e delle competenze - Sito web (promozione – fornitura servizi e consulenza) - Comunicazione - Certificazione di qualità - Eventi b2b e b2c <p><u>Risultati attesi:</u> Miglioramento del settore in termini di visibilità e riconoscibilità sul mercato. Costituzione di quadro conoscitivo e di un database aggiornato su:</p>

TITOLO del PROGETTO	<i>Intervento 12.5.3. Borsino dell'edilizia sostenibile e del restauro</i>
	<p>sistema delle competenze; prezzi; lavorazioni; tecnologie; prodotti; fornitori; processi.</p> <p><u>Indicatori di realizzazione:</u> n. 1 analisi della filiera a livello locale, nazionale e internazionale; n. 1 anagrafe delle imprese e delle competenze; n. 1 sito web; sistema di certificazione di qualità delle imprese; n. 6 eventi congressuali e fieristici (iniziative b2b e b2c)</p>
Modello gestionale	<p><u>Breve descrizione della struttura istituzionale e organizzativa che gestirà l'intervento:</u> Il progetto verrà realizzato e gestito dall'Ufficio Unico in collaborazione con l'ANCE. Le attività di analisi della filiera, la progettazione dell'anagrafe delle imprese e la realizzazione del sito web verranno affidate all'esterno mediante procedura di evidenza pubblica. L'attività implementazione, gestione e aggiornamento del sistema informativo verrà svolta dall'Ufficio Unico.</p>
Quadro economico e sostenibilità finanziaria	<p><u>Costi di realizzazione:</u> 10.000.000 euro</p> <p><u>Costi di gestione e/o erogazione del servizio:</u> È previsto l'impiego del seguente personale: - un ingegnere o architetto esperto in edilizia sostenibile, ciclo di vita delle abitazioni, bioarchitettura, sistemi informativi, per tutto il periodo di progettazione e attuazione della misura, per un costo pari a 40.000 euro l'anno, con un totale di euro 280.000 euro; - un ingegnere o architetto junior, con competenze nel settore dell'edilizia sostenibile e del restauro, nonché nella progettazione e gestione di database informatici e siti web, per tutto il periodo di progettazione e attuazione della misura, per un costo pari a 30.000 euro l'anno, per un totale di euro 210.000 euro. I costi del personale necessario alla gestione contabile e amministrativa dell'intervento, così come gli altri costi di gestione, sono stati inclusi nelle spese di gestione dell'ufficio unico.</p> <p><u>Se previsti, descrivere i potenziali ricavi derivanti dall'erogazione del servizio:</u> Non sono previsti ricavi da parte del soggetto gestore.</p>

TITOLO del PROGETTO	Intervento 12.5.3. Borsino dell'edilizia sostenibile e del restauro							
Fonti finanziarie	<u>Fonti e modalità di avviamento:</u> PO FESR Asse I							
Crono-programma dell'intervento	ATTIVITÀ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Progettazione esecutiva	X						
	Analisi della filiera a livello locale nazionale e internazionale	X	X					
	Anagrafe delle imprese	X	X					
	Sito web – progetto e realizzazione	X						
	Manutenzione e aggiornamento sito web		X	X	X	X	X	X
	Eventi congressuali e fieristici(uno/anno)		X	X	X	X	X	X
Congruenza con il P.O.	PO FESR Asse I							

TABELLA RIEPILOGATIVA AZIONE 12.5.

Titolo intervento	Soggetti proponenti	Tempi di realizzazione	Budget (migliaia di euro)
12.5.1 Edilizia sostenibile: incentivi per la riconversione e l'adeguamento delle imprese	Ufficio Unico MTB	2010-2015	10.000,00
5.4.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB	Ufficio Unico MTB	2009-2015	10.430,00

5.4.3. Borsino dell'edilizia sostenibile e del restauro	Ufficio Unico MTB	2009-2015	10.490,00
Totale azione			30.920,00

4. Prospetto riepilogativo delle azioni e degli importi

Azione		Importo totale
12.1	sistema integrato per la promozione e commercializzazione dei prodotti di qualità MTB, orientato al mercato interno con la realizzazione di filiere corte, e aperto ai mercati internazionali, soprattutto emergenti	€ 4.720,00
12.2	sistemi commerciali urbani in termini efficienti e di qualità, mediante il supporto e l'istituzione di distretti urbani del commercio, aggregazioni di imprese capaci di realizzare attività coordinate di promozione, innovazione, acquisto	€ 28.657,00
12.3	rete di aree del commercio attrattive e multifunzionali, per la promozione di prodotti agroalimentari tipici e di qualità nel mercato interno di MTB	€ 36.731,71
12.4	iniziative per la competitività, l'efficienza e la qualità delle PMI artigiane - misure a favore dell'innovazione e della ricerca, in particolare per il sistema delle PMI artigiane nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali	€ 28.927,00
12.5	Interventi per la formazione di un mercato dell'edilizia sostenibile e del restauro: creazione di un borsino specializzato nel settore; attività di formazione tecnica specializzata e adeguamento tecnologico delle imprese	€ 30.920,00
totale		€ 129.955,71

5. Compatibilità del programma con gli indirizzi della programmazione regionale e provinciale

Il Programma Commercio e Artigianato prevede interventi di contesto, interventi per la valorizzazione e promozione e interventi per l'innovazione delle imprese artigiane.

Prevede misure immateriali per il sostegno e la valorizzazione del commercio in MTB e per le PMI. Le iniziative sono coerenti con la programmazione regionale e sono compatibili con l'apparato normativo che il governo regionale sta varando per la regolamentazione e lo sviluppo di alcuni settori, in particolare quello del commercio, dell'artigianato, dell'edilizia sostenibile. Più in dettaglio, per quanto riguarda il tema del commercio, tra gli assunti della strategia di programma e in coerenza con il DSR, vi è il principio secondo il quale la competitività delle imprese sia strettamente legata alla qualità dei contesti in cui esse sono inserite. In questo senso, gli interventi per i distretti urbani del commercio, che – ricordiamo – sono in linea con la normativa regionale di settore e per alcuni aspetti ne anticipano l'attuazione, prevedono iniziative fisiche di riqualificazione degli spazi urbani del commercio

accanto a interventi immateriali di valorizzazione e promozione, e a misure organizzative tese a migliorare in termini di efficienza il settore del commercio urbano.

Gli interventi previsti, sia per il settore del commercio che per l'artigianato, mirano a favorire processi di integrazione e puntano alla creazione delle condizioni per uno sviluppo competitivo.

Da un punto di vista strettamente normativo, ricordiamo che gli interventi a favore del settore commerciale siano coerenti con la legge 11/2003 e con la 5/2008, valorizzando il sistema del commercio urbano e adottando lo strumento del distretto urbano del commercio come volano per la qualificazione delle aree urbane e delle attività commerciali. Allo stesso modo, gli interventi a favore di aree mercatali intendono favorire lo sviluppo della filiera corta in particolar modo nel settore dell'agroalimentare locale di qualità.

Per quanto riguarda l'artigianato, la adozione di strumenti di aiuto per l'artigianato artistico e tradizionale, in particolare verso le attività che hanno un difficile trasferimento generazionale, è coerente con quanto la Provincia di Bari sta portando avanti come politica per le PMI produttive del settore.

Quanto previsto dal presente programma contribuisce tra l'altro agli obiettivi di migliorare l'offerta culturale e turistica, con iniziative culturali che pur avendo l'obiettivo di valorizzare un determinato settore, in realtà contribuiscono a migliorare l'offerta complessiva.

La scelta di operare nel settore dell'edilizia sostenibile, infine, ad oggi ancora una nicchia del mercato delle costruzioni, non è casuale, ma risponde da un lato a una tendenza registrata sul territorio, dall'altro interpreta una delle direzioni in cui il mercato delle costruzioni sta evolvendo a livello europeo. Per quanto riguarda il primo aspetto, l'attenzione nei confronti dell'edilizia sostenibile sta sempre di più "interessando" le imprese e coinvolgendo le associazioni di categoria, tanto da aver fatto scaturire una proposta di distretto regionale partita "dal basso", proposta che la Regione Puglia dovrebbe tradurre in realtà nel prossimo futuro. Per quanto riguarda la tendenza a livello europeo verso un modello di edilizia sostenibile, questa è il risultato dell'attenzione sempre crescente che la UE rivolge all'innovazione "verde" nei settori produttivi. Gli interventi per le PMI delle costruzioni previste dal programma Commercio e Artigianato, nella fattispecie l'azione 12.5, intendono trasformare le pratiche di edilizia sostenibile in una sorta di bagaglio comune e prassi operativa delle imprese nel territorio di MTB. Questo obiettivo è in linea con la programmazione regionale in particolare per quanto concerne i contenuti di innovazione e miglioramento della competitività delle imprese, oltre che per gli obiettivi trasversali di riduzione dell'impatto ambientale del settore edilizio.

Guardando alla coerenza delle azioni rispetto alle strategie di sviluppo Comunitarie, il programma si ispira agli Obiettivi Strategici Comunitari per la programmazione 2007-2013 e ne traduce in atto, attraverso la strategia regionale del DSR e dei PO FESR e FSE, alcune priorità. In particolare, tutto il programma contribuisce al *miglioramento dell'attrattività per gli investimenti e l'attività delle imprese* (prima priorità), le azioni 4 e 5 contribuiscono alla *promozione della conoscenza e all'innovazione a favore della crescita* (seconda priorità), tutte le azioni del programma contribuiscono alla creazione di *nuovi e migliori posti di lavoro* (terza priorità).

Il quadro di coerenza con gli assi del PO FESR ed FSE e con le possibili direzioni di intervento del PO FAS è riportato nella tabella seguente, insieme alla ripartizione della spesa nel periodo di programmazione.

5.1. Fonti finanziarie e coerenza strategica con la Programmazione unitaria



Azione	Proponente	Titolo progetto	Importo totale (K€)	Importo 2007 (K€)	Importo 2008 (K€)	Importo 2009 (K€)	Importo 2010 (K€)	Importo 2011 (K€)	Importo 2012 (K€)	Importo 2013 (K€)	Importo 2014 (K€)	Importo 2015 (K€)	Misura P.O. FESR associata	Asse FSE	Misura FEASR	FAS
12.1	MTB	Marchio metropolitano MTB	4.100,00	-	-	-	650,00	700,00	700,00	700,00	700,00	650,00	6.3			
12.1	MTB	Web Market MTB	520,00	-	-	-	520,00	-	-	-	-	-	6.3			
12.1	MTB	Consorzio Metropolitano dei Distretti Urbani del Commercio	100,00	-	-	-	-	-	-	-	50,00	50,00	6.1			FAS
12.2	MTB	Marchio "Distretti Urbano del Commercio MTB"	50,00	-	-	50,00	-	-	-	-	-	-	6.1			
12.2	MTB	Distretti urbani del commercio	16.009,00	-	-	9,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	-	-	6.1			
12.2	Bari	Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bari	11.960,00	-	-	5.000,00	6.260,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	6.1			
12.2	Bitonto	Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bitonto	638,00	-	1,00	637,00	-	-	-	-	-	-	7.1			
12.3	Adelfia	Area attrezzata per mercati e fiere	3.513,00	-	-	1.000,00	1.430,00	1.083,00	-	-	-	-				FAS
12.3	Adelfia	Centro Ortofrutta	11.120,00	-	-	1.000,00	2.000,00	8.120,00	-	-	-	-				FAS
12.3	Bari	Mercato giornaliero di via Pitagora (Japigia)	3.801,00	-	-	-	1.520,40	2.280,60	-	-	-	-				FAS
12.3	Bari	Realizzazione mercato settimanale e zone da attrezzare a verde pubblico in via de ribera angolo viale delle regioni - san paolo	1.800,00	-	-	1.800,00	-	-	-	-	-	-				FAS
12.3	Bari	Mercato coperto S.Spirito	250,00	-	-	250,00	-	-	-	-	-	-				FAS
12.3	Bari	Mercato coperto quartiere S.	350,00	-	-	350,00	-	-	-	-	-	-				FAS
12.3	Bari	Adeguamento mercato c.so Mazzini	300,00	-	-	300,00	-	-	-	-	-	-				FAS
12.3	Bari	Mercato settimanale Carbonara	1.600,00	-	300,00	1.300,00	-	-	-	-	-	-				FAS
12.3	Bari	Mercato settimanale via Udine	1.000,00	-	-	-	1.000,00	-	-	-	-	-				FAS
12.3	Capurso	Realizzazione del mercato coperto	550,00	-	-	-	550,00	-	-	-	-	-				FAS

12.3	Cassano delle	Enoteca Pugliese	100,00	-	-	-	100,00	-	-	-	-	-	7.1			
12.3	Cellamare	Riqualificazione area mercatale Via Verdi/Via De Gasperi	230,26	-	-	25,00	170,00	35,26	-	-	-	-				FAS
12.3	Conversano	Realizzazione di una nuova area mercatale e parco urbano attrezzato.	7.755,00	-	-	-	5.000,00	2.755,00	-	-	-	-				FAS
12.3	Noicattaro	Polo Fieristico	1.200,00	-	-	-	-	300,00	450,00	450,00	-	-				FAS
12.3	Polignano a Ma	Riqualificazione dell'area destinata a mercato ortofrutticolo di Via	1536,45	-	-	1.000,45	536,00	-	-	-	-	-				FAS
12.3	Sammichele di	Manutenzione straordinaria mercato ortofrutticolo	582,000	282,00	300,00		-	-	-	-	-	-			314	
12.3	Sannicandro	Realizzazione di un mercato ortofrutticolo	1.000,00	-	-	300,00	700,00	-	-	-	-	-				FAS
12.3	MTB	Studio di Fattibilità per la realizzazione di una rete di poli della logistica	50,00	-	-	-	50,00	-	-	-	-	-				FAS
12.4	CCIAA	Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB	400,00	-	-	100,00	100,00	100,00	100,00	-	-	-	6.1			
12.4	MTB	Incentivi per l'innovazione e la commercializzazione nelle filiere artigianali	20.000,00	-	-	500,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00	3.250,00	6.1			
12.4	Provincia di Ba	Rete delle botteghe scuola artigiane	8.527,00	-	-	187,00	1.890,00	1.890,00	1.890,00	890,00	890,00	890,00	6.1			
12.5	MTB	Edilizia sostenibile: incentivi per la riconversione e l'adeguamento delle imprese	10.000,00	-	-	250,00	1.620,00	1.620,00	1.650,00	1.620,00	1.620,00	1.620,00	6.1			
12.5	MTB	Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB	10.430,00	-	-	350,00	1.750,00	1.660,00	1.690,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	6.1	1		
12.5	MTB	Borsino dell'edilizia sostenibile e del restauro	10.490,00	-	-	400,00	1.760,00	1.660,00	1.690,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	6.1			

5.2. Quadro logico di programma

In merito al quadro logico di programma, può essere descritto nella sua coerenza rispetto all'obiettivo specifico, ovvero "consolidare e innovare la tradizione commerciale e artigianale", che si declina attraverso gli obiettivi operativi così definiti:

- Creare un sistema integrato per la promozione e commercializzazione dei prodotti di qualità MTB, orientato al mercato interno con la realizzazione di filiere corte, e aperto ai mercati internazionali, soprattutto emergenti;
- Migliorare i sistemi commerciali urbani in termini di qualità ed efficienza, mediante il supporto e l'istituzione di distretti urbani del commercio, aggregazioni di imprese capaci di realizzare attività coordinate di promozione, innovazione, acquisto;
- Realizzare una rete di aree mercatali attrattive e funzionali, per la promozione di prodotti agroalimentari tipici nel mercato interno di MTB;
- Favorire iniziative volte a migliorare la competitività, l'efficienza e la qualità delle PMI artigiane, con misure a favore dell'innovazione e della ricerca e per l'accesso al credito, promuovendo e qualificando in particolare il sistema delle PMI artigiane nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali;
- Favorire la formazione di un mercato dell'edilizia sostenibile e del restauro, intervenendo a favore della creazione di un borsino specializzato nel settore e promuovendo attività di formazione tecnica specializzata e adeguamento tecnologico delle imprese

A ciascun obiettivo operativo è stata fatta corrispondere una linea di azione, composta da una serie di interventi. Per il primo obiettivo operativo, la linea di azione corrispondente prevede la realizzazione di un sistema integrato per la promozione e la commercializzazione dei prodotti MTB. Gli interventi previsti in questo caso riguardano la definizione di un marchio unico per i prodotti MTB e la realizzazione e di un sistema di commercializzazione online degli stessi prodotti.

Al secondo obiettivo operativo è stata fatta corrispondere una linea di azione che potenziasse i sistemi commerciali urbani, con la realizzazione della rete dei distretti urbani del commercio. Tale iniziativa, coerente con la pianificazione regionale, vuole dare avvio a una idea già presente in regione e condivisa dai vari livelli istituzionali: la valorizzazione integrata dei sistemi del commercio cittadini. Anche in questo caso viene definito un marchio comune "Distretti Urbani del Commercio MTB". Accanto ad esso vengono previsti 31 interventi, uno per ciascun comune di MTB, per la realizzazione dei distretti. In realtà due interventi costituiscono delle esperienze pilota: uno riguarda l'intervento nel borgo Murattiano a Bari e l'altro riguarda l'intervento del centro commerciale naturale a Bitonto, entrambi oggetto di progettazione candidata dai Comuni. A valle delle esperienze pilota, verranno definiti dei termini di riferimento per l'attivazione e il finanziamento di progetti di distretti urbani del commercio negli altri comuni di MTB.

Il terzo obiettivo operativo è raggiungibile mediante la realizzazione e la qualificazione di spazi integrati per la vendita, all'interno delle città. Questa linea di azione, quindi, prevede la realizzazione di una rete di progetti di aree urbane attrezzate per il commercio e per piccoli eventi fieristici.

Il quarto obiettivo operativo, destinato a potenziare il sistema dell'artigianato artistico e di qualità, è raggiungibile mediante la linea di azione che prevede iniziative per la competitività, l'efficienza e la qualità delle PMI artigiane nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali.

Gli interventi inclusi in questa linea di azione riguardano incentivi per l'innovazione e la commercializzazione, interventi di rete, la promozione della qualità nelle filiere produttive.

Il quinto obiettivo operativo è incentrato su uno dei settori di punta dell'imprenditorialità di MTB, ovvero l'edilizia. In particolare, si vuole favorire la nascita e il consolidamento di pratiche costruttive ecocompatibili, con una linea di azione che prevede interventi per la costituzione di un mercato dell'edilizia sostenibile e del restauro. Gli interventi previsti consistono in incentivi alle imprese, incentivi per la formazione delle maestranze e per la certificazione, infine la costituzione di un borsino dell'edilizia sostenibile e del restauro delle imprese MTB comprese in questo settore.

Obiettivo specifico	Indicatori di risultato	Unità di misura	Valore attuale (2005)	Target 2015	Obiettivi operativi	Azioni	Indicatori di realizzazione	Unità di misura	Valore attuale	Target 2015
Consolidare e innovare la tradizione commerciale e artigianale di MTB	Numero di imprese che utilizzano il marchio MTB	n.	n.a.	2000	12.1 Creare un sistema integrato per la promozione e commercializzazione dei prodotti di qualità MTB, orientato al mercato interno con la realizzazione di filiere corte, e aperto ai mercati internazionali, soprattutto emergenti	12.1 Sistema integrato per la promozione e commercializzazione dei prodotti di qualità MTB	n. marchio territoriale di qualità	n.	0	1
							n. piattaforma web unica di commercializzazione e di vendita	n.	0	1
	Fatturato realizzato in esercizi urbani/fatturato totale commercio	%	n.a.	60%	12.2 Migliorare i sistemi commerciali urbani in termini di qualità ed efficienza, mediante il supporto e l'istituzione di distretti urbani del commercio, aggregazioni di imprese capaci di realizzare attività coordinate di promozione, innovazione, acquisto	12.2 Sistemi commerciali urbani - distretti urbani del commercio	distretti urbani del commercio istituiti	n.	0	31
							interventi finanziati	n.	0	31
	Incremento del fatturato interno a MTB relativo alle produzioni agroalimentari di qualità	%	n.a.	70%	12.3 Realizzazione di una rete di aree del commercio attrattive e multifunzionali, per la promozione di prodotti agroalimentari tipici e di qualità nel mercato interno di MTB	12.3 Rete di aree del commercio attrattive e multifunzionali	interventi realizzati	n.	0	19
	Imprese artigiane che hanno introdotto innovazioni di prodotto e/o di processo	%	n.a.	40%	12.4. Favorire iniziative volte a migliorare la competitività, l'efficienza e la qualità delle PMI artigiane, con misure a favore dell'innovazione e della ricerca, promuovendo e qualificando in particolare il sistema delle PMI artigiane nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali	12.4. Iniziative per la competitività, l'efficienza e la qualità delle PMI artigiane nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali	botteghe artigiane di qualità	n.	0	100
	Nuove imprese/attività cessate nel settore delle lavorazioni artistiche e tradizionali	n.	n.a.	2			progetti sperimentali per innovazione e commercializzazione filiere artigianali	n.	0	15
							numero formati nelle botteghe scuola	n.	0	400
	Volume di affari nel settore dell'edilizia sostenibile e del restauro/nel settore delle costruzioni	%	n.a.	70%	12.5. Favorire la formazione di un mercato dell'edilizia sostenibile e del restauro, intervenendo a favore della creazione un borsino specializzato nel settore e promuovendo attività di formazione tecnica specializzata e adeguamento tecnologico delle imprese	12.5. Iniziative per la costituzione di un mercato dell'edilizia sostenibile e del restauro	progetti di innovazione finanziati	n.	0	50
							professionisti formati	n.	0	150
							anagrafe imprese	n.	0	1
							studio internazionale sulla filiera	n.	0	1
sistema informativo dinamico							n.	0	1	

6. Ruolo e coerenza del programma con il Piano Strategico

Il Programma effettua delle scelte sugli interventi da promuovere, partendo da esigenze attuali, ma con uno sguardo a quei cambiamenti strutturali necessari per la costituzione di un sistema competitivo e dinamico nel panorama dell'economia globale. Il Programma si relaziona con molti altri Programmi strategici, nelle sue scelte e nelle attività che pone in essere. All'interno del Piano Strategico, infatti, le politiche per le PMI artigianali e del commercio sono pensate in maniera congiunta con quelle per le altre aree economiche e produttive e quelle per la formazione e la conoscenza.

Il programma si integra con quanto previsto dal programma Centri storici e Periferie nella misura in cui si concentra sul recupero della dimensione urbana del commercio, quale elemento di qualificazione delle relazioni e delle funzioni che caratterizzano i centri urbani. Le iniziative per il commercio di dimensione urbana conferiscono importanza alla costruzione di una metropoli attrattiva, equilibrata e coesa.

Le azioni per l'innovazione sono altresì coerenti con quanto previsto da altri programmi del piano strategico (p. es. programma ricerca e innovazione), pur essendo specificamente orientate alla dimensione delle pmi del commercio e dell'artigianato artistico e tradizionale. In più, oltre a questi settori, il programma si incentra su un ambito produttivo tradizionalmente strategico per il territorio di MTB e per l'economia pugliese: l'edilizia. In questo caso, le scelte portate avanti coerentemente con la vision riguardano l'introduzione di processi di innovazione orientati alla promozione di un sistema di produzione compatibile con l'ambiente. Di qui la scelta, condivisa da rappresentanti sociali e imprenditoriali, di dare vita a un sistema di incentivi per facilitare la nascita e il consolidamento del settore dell'edilizia sostenibile e del restauro.

Anche in questo, si riscontrano sinergie con quanto previsto da altri programmi strategici del piano, in particolare per quanto riguarda l'intervento relativo alla realizzazione di un quartiere sperimentale di edilizia sostenibile, oltre che in merito ai numerosi interventi che facilitano l'introduzione di tecnologie rinnovabili di produzione energetica (programma Energia).

Per quanto riguarda il sistema del commercio, si deve inoltre registrare che le iniziative di marketing e di innovazione del sistema della vendita sono coerenti e complementari con quanto previsto dal programma Sviluppo Rurale, incentrato quest'ultimo sul rinnovamento del sistema della produzione e della promozione. Il programma commercio e artigianato interviene con azioni a favore della filiera corta. Ci riferiamo per esempio all'azione 3, che prevede la realizzazione di una rete di aree mercatali attrattive e funzionali, per la promozione di prodotti agroalimentari tipici nel mercato interno di MTB. Agli interventi per gli spazi urbani del commercio si accompagna poi la realizzazione di uno studio di fattibilità per centri della logistica urbana, oltre ad azioni per la commercializzazione.

Esistono delle forti relazioni tra il Programma Commercio e Artigianato e i programmi Turismo e Marketing e Informazione e Comunicazione. In particolare si fa riferimento alle attività di promozione del brand MTB, con la produzione di un marchio unico per i prodotti del territorio.

Si riportano di seguito in tabella le relazioni di coerenza intercorrenti tra le azioni del programma e gli altri programmi strategici.

Azioni	MOBILITA' (PUM)	PERIFERIE	LAME	COSTA*	CENTRISTORICI	PAESAGGIORURALE E AGROIND.	ACQUA	ENERGIA	RIFINUTI	ACCESSIONI	POLINDUSTRI.	COMMERCIANTIGIAN.	RICERCA/INNOVAZIONE	MIGRANTI	INCLUSIONE	FORME LAVORO	CREATIVITA' E SPAZII CULT.	TURISMO E MARKETING	IDENTITA'	POL. GIOVANI E CONSCENZA
12.1.1. Marchio metropolitano MTB						Green						Green					Yellow	Green		
12.1.2. Web Market MTB						Green						Green						Yellow		
12.1.3. Studio di fattibilità Consorzio Metropolitano dei Distretti Urbani del Commercio						Yellow						Green						Yellow		
12.2.1. Marchio "Distretti Urbano del Commercio MTB"						Yellow						Green						Green		
12.2.2 Distretti urbani del commercio		Yellow			Yellow							Green								
12.2.3. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bari					Yellow							Green								
12.2.4. Progetto Pilota – Distretto Urbano del Commercio Bitonto					Yellow	Yellow						Green								
12.3.1. Area attrezzata per mercati e fiere		Yellow										Green								
12.3.2. Centro Ortofrutta		Yellow				Green						Green								
12.3.3. Mercato giornaliero di via Pitagora (Japigia)		Yellow										Green								

Azioni	MOBILITA' (PUM)	PERIFERIE	LAME	COSTA*	CENTRISTORICI	PAESAGGIORURALE E AGROIND.	ACQUA	ENERGIA	RIFINUTI	ACCESSIONI	POL. INDUSTRI.	COM. E ARTIGIAN.	RICERCA/INNOVAZIONE	MIGRANTI	INCLUSIONE	FORM. E LAVORO	CREATIVITA' E SPAZIO CULT.	TURISMO E MARKETING	IDENTITA'	POL. GIOVANI E CONSCENZA
12.3.4. Realizzazione mercato settimanale e zone da attrezzare a verde pubblico in via de ribera angolo viale delle regioni - san paolo																				
12.3.5. Mercato coperto S.Spirito																				
12.3.6. Mercato coperto quartiere S. Girolamo																				
12.3.7. Adeguamento mercato c.so Mazzini																				
12.3.8. Mercato settimanale Carbonara																				
12.3.9. Mercato settimanale via Udine																				
12.3.10. Mercato giornaliero Poggiofranco																				
12.3.11. Realizzazione del mercato coperto																				
12.3.12. Enoteca Pugliese																				

Azioni	MOBILITA' (PUM)	PERIFERIE	LAME	COSTA*	CENTRISTORICI	PAESAGGIORURALE E AGROIND.	ACQUA	ENERGIA	RIUTILI	ACCESSIONI	POL. INDUSTRI.	COM. E ARTIGIAN.	RICERCA/INNOVAZIONE	MIGRANTI	INCLUSIONE	FORM. E LAVORO	CREATIVITA' E SPAZIO CULT.	TURISMO E MARKETING	IDEN TITA'	POL. GIOVANI E CONSCENZA
12.3.13. Riqualificazione area mercatale Via Verdi/Via De Gasperi																				
12.3.14. Nuova area mercatale																				
12.3.15. POLO FIERISTICO																				
12.3.16. Riqualificazione dell'area destinata a mercato ortofrutticolo di Via Conversano																				
12.3.17. Manutenzione straordinaria mercato ortofrutticolo																				
12.3.18. Realizzazione di un mercato ortofrutticolo																				
12.3.19. Studio di Fattibilità per la realizzazione di una rete di poli della logistica urbana																				
12.4.1. Rete delle botteghe artigiane di qualità MTB																				
12.4.2. Incentivi per l'innovazione e la commercializzazione nelle filiere artigianali																				

Azioni	MOBILITA' (PUM)	PERIFERIE	LAM E	COSTA*	CENTRISTORICI	PAESAGGIORURALE E AGROIND.	ACQUA	ENERGIA	RIFIUTI	ACCESS.PUM	POL.INDUSTR.	COM.M.E ARTIGIAN.	RICEVA/INNOVAZIONE	MIGRANTI	INCLUSIONE	FORM.E LAVORO	CREATIVITA E SPAZ I CULT.	TURISMO E MARKETING	IDEN TITA'	POL. GIOVANI LI E CONSCENZA
12.4.3. Rete delle botteghe scuola artigiane																				
12.5.1 Edilizia sostenibile: incentivi per la riconversione e l'adeguamento delle imprese																				
12.5.2. Formazione professionale e delle maestranze – certificato professionale MTB																				
12.5.3. Borsino dell'edilizia sostenibile e del restauro																				