



30 anni di Unione Europea: un bilancio

Il Trattato di Maastricht, atto fondante della trasformazione della Comunità economica europea (CEE) in Unione Europea (UE), è entrato in vigore il 1 novembre 1993. Doveva essere un passo ulteriore verso la definitiva integrazione del nostro continente. Ma a che punto siamo dopo tre decenni? Sarà opportuno ricordare che l'UE, proprio nella sua architettura sui generis, che la rende per alcuni versi simile ad uno Stato federale e per altri a una confederazione di Stati, ha trovato in questi anni le ragioni della sua forza ma anche delle sue contraddizioni. Allora la crisi monetaria, nata dalla difficoltà di creare uno spazio europeo condiviso, quella internazionale, legata alle vicende della guerra jugoslava e quella migratoria dopo la caduta del Muro, avevano fornito l'impulso necessario a rilanciare il progetto europeo; 20 Paesi nell'area Euro, 27 Paesi nello spazio Schengen, 16 nuovi membri UE, hanno scandito il successo di questo trentennio. Per uno dei tanti ricorsi a cui la storia ci ha abituato, il processo europeo vive oggi nuovamente una sorta di "affaticamento". Crescita economica latente, populismo ed antieuropeismo crescente, guerre nuovamente alle porte, un fenomeno migratorio di difficile soluzione e, infine, ambiziosi progetti di sviluppo legati alla doppia transizione da rivedere e riallineare alle condizioni economiche e di mercato. Ora come allora l'Europa deve guardare al suo futuro in un'ottica di grandi riforme. La strada non è agevole, ma la direzione sembra lentamente emergere dalle prime riflessioni in atto tra i 27. Il prossimo quinquennio di legislatura si annuncia decisivo.

*On. Michl Ebner
Vicepresidente di Eurochambres
Capo Delegazione Unioncamere presso
Eurochambres
Presidente della CCIAA di Bolzano*

L'INTERVISTA

Michelle Gibbons, Direttrice Generale di AIM - Associazione Europea dei Marchi



Chi è AIM e quali sono i suoi principali obiettivi?

AIM è l'Associazione Europea dei Marchi, fondata nel 1967, e rappresenta 2500 produttori di beni di consumo di marca in tutta Europa, nel settore della bellezza e cura personale, detergenti per la casa, alimentari, bevande, giocattoli, abbigliamento e lusso. Oltre ai produttori stessi, la nostra membership in-

clude 19 associazioni nazionali, inclusa [Centromarca](#) in Italia. I nostri marchi spaziano da nomi iconici globali a tesori nazionali e locali amati e fidati dai nostri consumatori. La fiducia del consumatore è parte integrante di tutti i marchi di successo, poiché questa fiducia è riposta in marchi che rispettano e superano le aspettative e, sempre più spesso, riflettono i valori dei consumatori su una serie di questioni. Nel guadagnare questa fiducia, il valore dei marchi e la nostra capacità di promuovere un cambiamento positivo sono una delle nostre più grandi forze e responsabilità. Date le nostre varie marche, possiamo

(continua a pag. 2)

PASSAPAROLA

La via dell'Est europeo

In linea con le numerose anticipazioni, lo scorso 8 novembre la Commissione ha pubblicato l'atteso 2023 *Enlargement Package*, accompagnato da un nuovo *Piano di Crescita per i Balcani occidentali*. Due ambiziosi documenti di analisi strategica, dunque, che confermano il fermento che abita il tema dell'allargamento dell'Unione dall'inizio del conflitto russo-ucraino. Il *Pacchetto* fornisce raccomandazioni sulle procedure di adesione all'UE, suggerendo senza alcuna riserva l'avvio dei negoziati con l'Ucraina e la Moldavia, mentre, per l'inizio delle procedure con la Bosnia-Erzegovina, sarà imperativo raggiungere il necessario grado di conformità ai criteri di adesione. Possibile anche la concessione dello status di Paese candidato alla Georgia, a condizione che si realizzino alcune misure di riforma. Si tratta, in ogni modo, di passi in avanti significativi; fattore dimostrato, peraltro, dall'inclusione, per la prima volta, dei 2 paesi balcanici e dell'Ucraina nei Country report. Di carattere più operativo il *Growth Plan*, che, se approvato, chiamerà i paesi candidati ad un impegno notevole. La

Commissione propone – infatti – ben 7 azioni prioritarie per l'integrazione nel Mercato Unico: tra esse, la libera circolazione di merci, servizi e lavoratori, l'accesso all'area SEPA in termini di pagamenti, l'integrazione e la de-carbonizzazione dei mercati dell'energia, l'accesso al mercato unico digitale e la partecipazione alle catene di approvvigionamento industriale. Non solo: previsti anche il miglioramento della cooperazione economica regionale, l'accelerazione dei processi di riforma fondamentali e la creazione di uno strumento finanziario, a sostegno di specifiche trasformazioni socioeconomiche, del valore di 6 miliardi di €. Persiste tuttavia lo stallo relativamente all'adesione della Turchia: la Commissione pubblicherà entro la fine di novembre un report sullo stato dell'arte delle relazioni fra Bruxelles ed Ankara. Questo il quadro di fondo, di un dossier estremamente delicato dal punto di vista politico, giunto ad un probabile punto di svolta. Saranno gli Stati membri, durante il Consiglio europeo del 14-15 dicembre, ad avere l'ultima parola.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu

dire con sicurezza di essere presenti in quasi ogni casa in Europa! La nostra missione è soddisfare queste responsabilità garantendo un ambiente di concorrenza leale e vigorosa per i marchi, promuovendo l'innovazione e assicurando il massimo valore ai consumatori, ora e per le generazioni future.

Su quali dossier Europei vi state focalizzando in vista della imminente nuova legislatura?

In questa legislatura, ci sono molti dossier ancora in discussione che influenzano i nostri marchi su numerosi parametri: dalla modalità di confezionamento e presentazione dei nostri marchi nel Regolamento sui Materiali di Confezionamento e sui Rifiuti di Confezionamento (Packaging and Packaging Waste Regulation), alle regole che disciplinano le affermazioni che possiamo fare attraverso la Direttiva sulle Affermazioni Ambientali (Green Claims Directive), ai programmi di approvvigionamento responsabile nelle nostre catene di approvvigionamento che soddisfano gli obiettivi di *due diligence* sui diritti umani contenuti nella Direttiva sulla Due Diligence in Materia di Sostenibilità Aziendale, e le attuali discussioni sui mondi virtuali e sull'intelligenza artificiale. Quindi, prima ancora di arrivare alla nuova legislatura, c'è molto da finalizzare nei prossimi mesi! Data l'entità dei cambiamenti in corso, è importante concedere alle imprese il tempo effettivo per implementare queste modifiche. Per questo motivo, chiediamo scadenze realistiche per molte proposte. Le interruzioni delle catene di approvvigionamento negli ultimi anni, a causa della pandemia globale, della guerra in Ucraina e dell'inflazione dei costi, hanno avuto un impatto significativo sull'industria dei beni di consumo, così come su molte altre. La velocità del cambiamento deve essere gestita, così come la proporzionalità del cambiamento richiesto dalle nuove leggi e dalle revisioni di legge. I marchi incarnano il progresso e il cambiamento, poiché abbiamo esperienza nell'essere agili e nell'adattarci alle mutevoli esigenze e desideri dei consumatori. Detto questo, anche il marchio più esperto ha trovato gli ultimi anni impegnativi a causa della imprevedibilità incessante. Vi invitiamo a leggere di più al riguardo nel nostro ultimo [Barometro dell'Industria Europea dei Beni di Consumo](#). Per la prossima legislatura, ci sono alcune aree critiche che vogliamo vedere attivamente perseguite dai responsabili delle politiche dell'UE, sia dal punto di vista della protezione dei consumatori che da quello di un ambiente aziendale competitivo. I diritti di proprietà intellettuale sono al centro dei nostri marchi, e la proprietà intellettuale è il fondamento dell'innovazione e quindi della competitività. Vorremmo vedere un impegno più deciso da parte della Commissione Europea nella lotta contro i prodotti con-

traffatti: questi prodotti sono illegali, i consumatori europei non dovrebbero trovarsi in una situazione in cui merci illegali sono sul mercato dell'UE, e bisogna fare di più per proteggere i consumatori, così come per proteggere le imprese legittime da questi gruppi illegali, di solito criminali, dietro la contraffazione. La Transizione Digitale e Verde dovrebbero rimanere strategie cruciali per l'UE, ma vorremmo vedere un maggiore focus sull'utilizzo della forza degli strumenti digitali per comunicare informazioni ai consumatori, poiché con la massiccia trasformazione in corso, ci sarà sempre più da comunicare ai consumatori in generale. Questa trasformazione ha un impatto significativo sulle catene di approvvigionamento. Non solo con i cambiamenti di *due diligence* sui diritti umani come menzionato in precedenza, ma anche a causa dei nostri obiettivi di sostenibilità per raggiungere un'economia circolare, che è onnicomprensiva, che sia attraverso la modifica delle strutture produttive per sfruttare l'energia rinnovabile o gli investimenti in Ricerca e Sviluppo per creare nuovi modi di produzione sostenibile. La trasparenza, il monitoraggio e la tracciabilità saranno fondamentali in futuro, quindi i dati sottendono tutto. Portare a compimento il Passaporto Digitale del Prodotto richiederà il supporto di tutta la catena del valore. Come si può vedere, la catena di approvvigionamento è costantemente presente in tutte le nostre questioni. Tutti i marchi, indipendentemente che siano grandi o piccoli, hanno catene di approvvigionamento, e garantire una catena di approvvigionamento equa e competitiva è essenziale per l'industria dei beni di consumo in Europa. Le pratiche commerciali eque sono alla base di una catena di approvvigionamento giusta e competitiva: se tutti nella catena operano in modo equo, sia a monte che a valle, abbiamo i mezzi per avere un'industria dei beni di consumo altamente competitiva in Europa, al servizio di 450 milioni di consumatori ogni giorno. Abbiamo sostenuto pienamente la prima Direttiva per affrontare le pratiche commerciali sleali a livello dell'UE quando è stata proposta e approvata nel 2018. Nella prossima legislatura, vogliamo che l'UE si impegni nuovamente a difendere un ambiente di commercio equo, rivedendo la direttiva nel 2025 e estendendo la sua protezione a tutti i prodotti, non solo agroalimentari, e a tutte le dimensioni di aziende, ovvero Equità per Tutti (*Fairness for All*). Questa era la nostra posizione nel 2018, e ad essa rimaniamo fedeli. L'Equità per Tutti è giusta per i consumatori, giusta per le imprese e giusta per l'Europa.

Qual è la vostra visione sull'approccio UE all'innovazione?

L'innovazione si manifesta in molte forme, che sia attraverso la Ricerca e Sviluppo in nuovi e entusiasmanti sviluppi e scoperte di prodotti, o

nella creatività originale e visionaria del design, o nell'abilità artigianale e nell'ingegnosità imprenditoriale delle nuove invenzioni creative. Le possibilità sono infinite. L'innovazione è fondamentale per i marchi, prosperiamo grazie ad essa poiché ci mantiene competitivi, offrendo così più scelte ai consumatori. La sfida per l'UE è rimanere flessibile e permettere alle idee nascenti di prosperare, con le regole adeguate. Senza innovazione, l'UE non raggiungerà gli obiettivi di sostenibilità del 2030 e del 2050 come stabilito. Crediamo anche che sia necessario sfruttare la capacità su vasta scala degli operatori più grandi per facilitare questo processo, garantendo così un ambiente di commercio equo per tutti, come già indicato, che è direttamente volto a stimolare e promuovere l'innovazione. C'è bisogno di un approccio trasversale alle catene del valore in così tanti settori, e quindi l'UE deve rispecchiare questo pensiero trasversale nelle proprie politiche. Proprio come i diversi attori nella catena di distribuzione cooperano insieme sull'innovazione, le istituzioni dell'UE devono affrontare un ambiente competitivo europeo allo stesso modo, garantendo che i cambiamenti in tutti i settori politici potenzino questo ambiente competitivo, anziché creare ostacoli al progresso.

In quali iniziative/progetti siete coinvolti al momento?

[Iniziativa Digital Watermarks HolyGrail 2.0](#) - AIM ha lanciato questa iniziativa trasversale alle catene produttive nel 2020, che conta oltre 130 membri. I marchi stanno collaborando con operatori di gestione dei rifiuti e riciclatori per valutare una nuova tecnologia per accelerare la selezione intelligente degli imballaggi in plastica. Questo richiede ai marchi di apportare modifiche ai loro imballaggi, ma anche agli operatori di gestione dei rifiuti di introdurre nuove tecnologie per identificare e selezionare questi imballaggi. L'obiettivo non è solo aumentare il tasso di riciclaggio, ma anche ottenere una maggiore qualità degli imballaggi riciclati, aumentando così la quantità di imballaggi riciclati utilizzati nei beni di consumo. [AIM Progress](#) - questa è la nostra iniziativa globale per l'approvvigionamento responsabile, che lavora lungo le nostre catene di approvvigionamento per promuovere pratiche di approvvigionamento responsabile come parte del movimento globale per raggiungere gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. Questo include la creazione di capacità per garantire che i fornitori comprendano cosa è richiesto per i loro dipendenti su questioni come il 'Salario dignitoso'. Questo può essere fatto solo collaborando con le imprese locali, sul campo in molti paesi, per capire cosa deve cambiare o essere adattato per ottenere questo impatto positivo per le persone e le comunità.

michelle.gibbons@aim.be

OSSERVATORIO EUROCHAMBRES



Le Camere austriache in prima linea sugli attacchi cyber

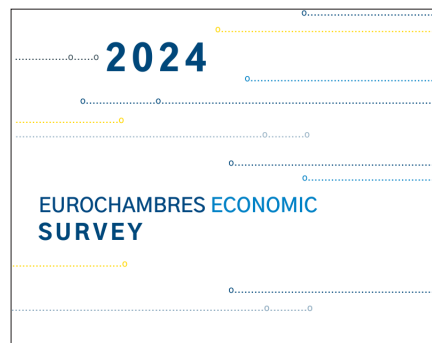
Le imprese stanno diventando sempre più vulnerabili agli attacchi informatici, con conseguenze potenzialmente negative, che includono la perdita dei dati, la sospensione delle operazioni commerciali e il danno all'immagine aziendale. Per aiutare le imprese a sviluppare una solida strategia di prevenzione della sicurezza informatica, la Camera di Commercio del Vorarlberg, in Austria, ha creato un pacchetto di misure denominato [CYBER Vorarlberg](#) in collaborazione con società di servizi IT locali e intermediari assicurativi affiliati alla Camera di Commercio. Una delle iniziative principali proposta da questo pacchetto riguarda le precauzioni da adottare per prevenire i rischi informatici. Tali misure includono: corsi gratuiti per formare i dipendenti sulla sicurezza informatica, al fine di fornire loro competenze e consapevolezza in merito; un manuale dedicato alla sicurezza IT, specificamente focalizzato sulle politiche riguardanti le *password* aziendali; e delle linee guida per la gestione dei *social network*, con un'attenzione particolare alla gestione dei dati eventualmente pubblicabili. Inoltre, la Camera di Commercio mette a disposizione delle imprese un intermediario assicurativo affiliato che offre una polizza personalizzata per la *cybersecurity*. Questa assicurazione è progettata per minimizzare il rischio di subire un attacco informatico, anche quando vengono adottate misure preventive adeguate. In caso di interruzioni delle attività, lesione della reputazione o richieste di riscatto, questa assicurazione può proteggere finanziariamente l'azienda. L'iniziativa CYBER Vorarlberg rappresenta un importante passo avanti nella protezione delle imprese territoriali dalle minacce informatiche sempre più crescenti.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu

Il sistema camerale ceco in 1ª linea nella rivoluzione digital

La Camera di Commercio della Repubblica Ceca ha recentemente promosso gli ottimi risultati ottenuti nell'ambito della partecipazione al progetto europeo [DIGIS](#), che ha favorito la creazione di un'alleanza mirata allo sviluppo delle competenze digitali, con un focus sul potenziamento delle capacità di programmazione nel campo dei droni e della realtà virtuale. A partire dal 2021, la Camera si è impegnata significativamente per instaurare collaborazioni innovative nei settori dell'istruzione e della formazione, al fine di stabilire uno standard europeo di qualificazione professionale e stimolare l'implementazione dell'industria 4.0. Tra i risultati più rilevanti ottenuti, spiccano i due nuovi [standard di qualificazione](#) *UAS Developer and Operator* e *Virtual Reality Programmer and Developer*, dedicati a programmatori, operatori di droni e sviluppatori di applicazioni di realtà aumentata, che sono stati elaborati secondo le esigenze del mercato, in conformità con lo European Framework of Qualifications. Inoltre, sono stati creati moduli educativi corredati da video didattici, implementate ulteriormente le pratiche per l'identificazione e il riconoscimento di nuove qualifiche, ed è stata perfezionata una versione finale della piattaforma online per corsi, preceduta da una fase di prova. Ciò conferma la volontà e l'impegno della Camera ceca nel mobilitarsi attivamente per promuovere la crescita sostenibile e l'innovazione in tutta l'Unione Europea, nell'ottica che ciò possa favorire la creazione di nuove imprese e di opportunità lavorative, ma anche la salvaguardia dell'ambiente e il miglioramento della qualità della vita. L'obiettivo finale è quindi quello di rafforzare la rappresentazione dell'istruzione e della formazione professionale continua all'interno degli Stati membri, promuovendo l'innovazione e sostenendo una crescita sostenibile e vantaggiosa per l'intera Europa.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu



Eurochambres Economic Survey 2024: piccoli passi in avanti

Piccoli segnali d'incoraggiamento dalla trentunesima edizione dell'Indagine Economica di Eurochambres, presentata lo scorso 9 novembre. Le risposte dei 43.000 imprenditori, raccolte dalle Camere di 27 Paesi, mostrano infatti un leggero miglioramento del tessuto economico europeo, per quanto le sfide attuali, quali, fra tutte, l'approvvigionamento di energia e di materie prime, il costo del lavoro e la carenza di lavoratori qualificati continuano a tenere alto il livello di incertezza e a rappresentare un cruciale nodo da sciogliere. In un quadro globale comunque difficile, si registra maggiore ottimismo per il 2024 su commercio interno, esportazioni, occupazione ed investimenti, mentre il rincaro dei prezzi pesa sulla fiducia dei consumatori e sulle vendite a livello nazionale. Allo stesso tempo, i tassi di interesse elevati dovrebbero avere un'influenza negativa sugli investimenti privati. In buona sostanza, le indicazioni raccolte dal [Survey](#) confermano le tendenze già rilevate negli anni precedenti, condizionate naturalmente dagli effetti della guerra in Ucraina e dalle distorsioni ancora determinate dalla pandemia. Tra queste, la riduzione degli oneri amministrativi che continuano a incidere sulla competitività; la sicurezza dell'approvvigionamento di materie prime essenziali; la necessità di attrarre talenti e competenze per guidare la doppia transizione; l'impegno in un programma ambizioso per affrontare gli ostacoli al mercato unico, al fine di consentire la realizzazione di economie di scala, della crescita e degli investimenti; l'allineamento delle strategie energetiche e industriali europee agli obiettivi climatici.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu

A MISURA CAMERALE

Politiche e legislazione UE



Modelli contrattuali a prova di IA

La Commissione europea ha redatto una serie di [clausole contrattuali tipo](#) per le organizzazioni pubbliche che intendano acquistare un sistema di IA sviluppato da un fornitore esterno. Queste clausole si basano prevalentemente su requisiti e obblighi per quei sistemi cd. "ad alto rischio" - come definiti dall'*AI Act* ancora in fase di negoziato - e la loro applicazione è pertanto su base volontaria. Per i sistemi di IA "non ad alto rischio" l'adozione di questi requisiti non è obbligatoria, anche se raccomandata per migliorare l'affidabilità delle applicazioni acquistate. Laddove opportuno e giustificato in funzione dell'impatto del sistema sulla società, le organizzazioni pubbliche possono anche estendere l'applicazione delle presenti clausole ad altri sistemi algoritmici che potrebbero non classificarsi necessariamente come "IA", dato che il loro utilizzo nel settore pubblico può talvolta richiedere un maggior livello di responsabilità, controllo e trasparenza. Va precisato che le clausole contengono esclusivamente disposizioni specifiche per i sistemi di IA, non includendo dunque altri obblighi o requisiti che potrebbero sorgere relativamente alla legislazione applicabile (basti pensare alla tutela dei dati personali ai sensi del GDPR). L'intento della CE non è, in conclusione, quello di offrire un accordo contrattuale completo che dovrà essere determinato dalle parti, ma di fornire una buona base di partenza per inserirsi nel miglior modo in un mercato ancora poco conosciuto.

chiara.gaffuri@unioncamere-europa.eu

L'internazionalizzazione degli attori dell'economia sociale

EISMEA, l'agenzia europea per le PMI e l'innovazione, implementa progetti per l'economia sociale nell'ambito dell'ex

programma COSME, nel pilastro PMI. A fine ottobre ha pubblicato uno studio interessante sull'internalizzazione degli attori dell'economia sociale intitolato "[Promuovere attività transfrontaliere per l'economia sociale, comprese le imprese sociali](#)". Il documento, volto a promuovere l'economia sociale nel mercato interno, è accompagnato da [una guida](#) che passa in rassegna 52 *case studies* di entità che operano con successo in più Stati membri (tra quali Austria, Belgio, Cipro, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Italia, Paesi Bassi, Portogallo, Romania, Slovenia e Spagna e in 3 paesi COSME extra UE: Turchia, Serbia e Albania). Interessante la modalità metodologica multimodale utilizzate per concepire il documento: oltre ai *case studies*, la guida propone una revisione della letteratura esistente e si fonda su una consultazione delle parti interessate, su una serie di interviste personali e su un sondaggio online. Degno di nota il fatto che lo studio offre un'ampia panoramica delle politiche, delle iniziative e delle azioni degli intermediari nazionali, europei e regionali che promuovono le attività transfrontaliere dei soggetti dell'economia sociale. Molte le barriere all'internazionalizzazione delle imprese sociali analizzate: alcune hanno natura legale, fiscale, settoriale, dimensionale e finanziaria, altre sono legate alla mentalità e alla cultura. Ma la natura globale dell'imprenditoria sociale va promossa non solo perché rilevante come fattore di crescita economica, ma perché foriera di innovazioni sociali, portatrice di nuovi modelli di governance e di pratiche più sociali, sostenibili e coesive.

diana.marcello@unioncamere-europa.eu



Spazio amministrativo europeo: il supporto della CE

La pubblica amministrazione rappresenta quasi un quarto della forza lavoro nell'UE, ma molti paesi riscontrano difficoltà nel mantenere il livello di formazione dei propri dipendenti pubblici o nello sviluppare i propri servizi. Con ComPact, la Commissione lancia dunque una prima serie di azioni (la cui adozione è volontaria) volte a [modernizzare le pubbliche amministrazioni europee](#). Queste saranno attuate attraverso il supporto finanziario dello Strumento di Sostegno Tecnico (iniziative faro o progetti multinazionali) o altri meccanismi di finanziamento dell'UE (programma *Europa digitale*, *Orizzonte Europa*, etc). L'iniziativa si sviluppa su 3 pilastri. Il primo ha l'obiettivo di promuovere la cooperazione tra PA per prepararle alle sfide emergenti attraverso lo scambio tra pubbliche amministrazioni (PACE), la creazione di una rete di centri di eccellenza e lo sviluppo di un programma di formazione per la leadership nella PA. Il *Pillar 2* mira invece a rafforzare la capacità per la trasformazione digitale, elemento chiave per garantire resilienza e supporto a cittadini e imprese. Le azioni previste prevedono sostegno all'attuazione della legislazione su dati e nuove tecnologie e supporto alla fornitura di servizi pubblici digitali. L'ultimo pilastro guarda infine al ruolo che il settore pubblico può e deve avere nella transizione *green*; il rafforzamento della capacità della PA in questa direzione avverrà con il supporto all'aggiornamento delle strategie e dei piani nazionali di adattamento al *climate change* e con la promozione di strumenti e metodi per valutare e prevenire i rischi climatici.

chiara.gaffuri@unioncamere-europa.eu

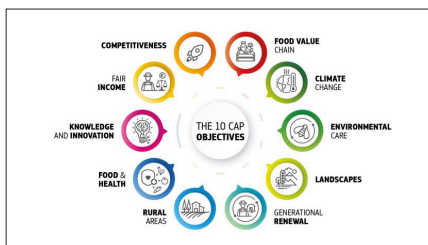
PROcamere

PROgrammi e PROgetti europei

European Innovation Council: le novità

Il 25 Ottobre è stato pubblicato l'[European Innovation Council \(EIC\) Tech report 2023](#), che analizza l'attuale portfolio di attività dell'EIC - composto da oltre 10.000 proposte e 700 progetti finanziati con oltre €10 miliardi – allo scopo di identificare tecnologie innovative e dirompenti per la futura autonomia strategica dell'Unione Europea. Il testo individua, in particolare, le tecnologie e innovazioni relativamente più nuove (non necessariamente “più innovative”) presentate all'EIC nell'ambito di Horizon Europe, incluse alcune proposte non ancora finanziate. Per gli altri progetti farò finanziati dall'EIC e/o dai suoi precursori si può fare, invece, riferimento all' "[EIC working paper - Identification of Emerging Technologies and Breakthrough Innovations](#)", pubblicato nel 2022. L'EIC Tech Report 2023 è suddiviso in due capitoli. Nel primo vengono brevemente presentate le suddette tecnologie e innovazioni, le quali sono raggruppate in tre categorie - “Digitale, Industria e Spazio”, “Tecnologie Pulite” e “Salute” – e in diverse sottocategorie, il cui grado relativo di attività nel portfolio dell'EIC è appositamente indicato. Nel secondo capitolo si entra più nel dettaglio: dieci ambiti tecnologici, suddivisi nelle medesime tre categorie, sono analizzati dai [Program Managers dell'EIC](#). Queste figure, che rappresentano una novità introdotta dall'EIC, abbinano a un'esperienza tecnica nel settore di competenza uno sguardo verso le opportunità di investimento, nonché un'attenzione all'impatto futuro (anche sociale, se rilevante) delle innovazioni a loro sottoposte e un impegno nel costruire consenso tra gli stakeholders (accademia, industria e politica) riguardo allo sviluppo delle stesse.

hub.polito@unioncamere-europa.eu



Addio alla complessità della PAC!

In supporto al recente avvio dei Piani strategici 2023-27 della Politica Agricola Comune (PAC) da parte dei Paesi EU, la Commissione Europea ha creato un importante [strumento virtuale](#) per la loro implementazione, trasparenza, e monitoraggio. Gli Stati membri presentano contesti di partenza differenti, ciascuno con specifiche strutture dell'economia agricola e rispettive criticità. Pertanto, l'intervento della Commissione risulta cruciale nel promuovere la convergenza delle politiche agricole nazionali nell'ottica del raggiungimento degli obiettivi del Green Deal Europeo. Il portale opera come meccanismo di monitoraggio. In particolare, esso permette ad autorità nazionali, stakeholders, ed altre parti interessate di avere accesso ai dati sull'implementazione e i progressi dei piani, nonché sul loro contributo nel raggiungimento degli obiettivi comunitari. Nello specifico, la piattaforma è suddivisa in tre sezioni che segnalano i diversi obiettivi stabiliti dagli Stati membri, gli stanziamenti finanziari di ciascun obiettivo PAC nei Piani nazionali ed una panoramica generale sugli interventi, le spese, ed i risultati a livello europeo e nazionale. Gli interventi fanno riferimento ai dieci obiettivi PAC (tra cui l'incremento della competitività, la tutela dell'ambiente, la promozione della ricerca e dell'innovazione), valutati attraverso 44 indicatori e diversi output. Gli utenti possono facilmente filtrare i dati attraverso obiettivi, indicatori ed output, per poi visualizzarli sotto forma di tabelle e grafici. Il database ha l'ambizione di semplificare l'accesso delle parti interessate alla PAC, fornendo agli Stati membri uno strumento di vitale importanza che si auspica possa promuovere efficacia ed efficienza nell'implementazione dei loro Piani nazionali.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu

Un 2023 di competenze!

L'EACEA, l'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura della Commissione, ha recentemente diffuso una [brochure](#) che elenca i progetti avviati nell'ambito dell'[European Year of Skills](#). Tali iniziative intendono supportare le imprese del continente, in particolare le PMI, incentivando investimenti nella formazione e nell'aggiornamento delle competenze, con un occhio di riguardo verso la transizione verde e digitale. Per il 2023, è stata stanziata una somma totale di 425 544 044 euro per finanziare all'incirca 375 progetti Erasmus+ legati alle competenze. Al mese di settembre, sono stati selezionati 33 progetti per lo sviluppo dei centri di eccellenza professionale (CoVE), 92 inerenti alle alleanze per l'innovazione (Blueprint), 39 a lungo termine, 120 finalizzati al potenziamento delle capacità nel settore dell'istruzione e formazione professionale (CB VET) e 7 progetti pilota per la mobilità internazionale VET. L'Italia si distingue nelle storie di successo, specialmente nel settore della mobilità internazionale, partecipando al SAAM, un partenariato che unisce organizzazioni formative provenienti dall'UE (8 SM) e africane (24 Stati) impegnate in un progetto di mobilità a valere nei Paesi IPA in via di allargamento e per l'Africa, con l'obiettivo di migliorare la formazione professionale nei paesi africani. Il progetto V2V ha poi avviato oltre 200 scambi di mobilità finalizzati al rafforzamento del *capacity building* nei Balcani occidentali, coinvolgendo settori come l'ospitalità, l'ingegneria, il tessile e il socio-sanitario, e offrendo ai lavoratori dell'area opportunità di stage in aziende italiane, olandesi, slovene e croate, segnando un passo importante nello sviluppo e nel riconoscimento delle abilità professionali e contribuendo significativamente all'avanzamento della formazione e dell'occupazione all'interno dell'Unione Europea.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu



EsperienzEUROPA

Le best practice italiane



PROGETTO B.I.G. - BUSINESSES INTERNATIONAL GROWTH

La Camera di Commercio delle Marche è stata capofila del progetto europeo "BIG - Businesses' International Growth" finanziato dal programma ERASMUS+ nell'ambito dell'azione Chiave 2 - Cooperazione per l'innovazione e lo scambio di buone prassi, terminato ad ottobre 2022 dopo un lavoro durato 2 anni. Il partenariato del progetto era composto da soggetti provenienti da 5 paesi dell'Unione europea (Italia, Grecia, Spagna, Polonia e Slovenia) e appartenenti al sistema universitario, al mondo della formazione, al sistema associativo d'impresa oltre che al sistema camerale.

B.I.G. ha avuto l'obiettivo di creare un percorso di formazione rivolto alle imprese di piccole e medie dimensioni che si muovono in ambito internazionale, adottando un approccio innovativo basato soprattutto sull'utilizzo degli strumenti di comunicazione digitale. Tra le competenze sempre più necessarie per manager che si occupano dei mercati esteri vi sono infatti la capacità di pianificazione strategica della proiezione internazionale, l'abilità nel definire una strategia di visibilità online in contesti multiculturali e la gestione di un'organizzazione che diventa più complessa per la necessità di inserire figure spe-

cialistiche. La presenza di partner con competenze differenziate ha consentito la creazione di un percorso formativo ad hoc, articolato su 13 moduli composti da una parte video (durata media 10 minuti) e da una parte dedicata a documenti di approfondimento. I temi affrontati dai moduli si sono concentrati sulle competenze necessarie per l'internazionalizzazione delle PMI, dal digital marketing agli International marketplace, dalla comunicazione interculturale fino all'utilizzo dei big data e al deep learning. La seconda fase del progetto ha visto come protagonisti manager e funzionari di un centinaio di imprese selezionate attraverso un bando nei 5 paesi europei coinvolti; la condizione posta alla base della partecipazione era un concreto interesse a sviluppare strategie di internazionalizzazione in modo indiretto, ovvero senza una struttura di vendita sul posto, ma mediante strumenti innovativi, capaci di consentire anche ad aziende di medie dimensioni di affacciarsi in mercati competitivi dove fino a poco tempo fa era necessario presentarsi fisicamente.

Dopo la parte di formazione, alcune imprese (almeno 2 per paese) hanno proseguito con un check-up aziendale per valutare, assieme ad esperti messi a di-

sposizione dagli stessi partner, i punti di forza e di debolezza attuali dell'impresa in una visione di apertura ai mercati internazionali. La terza e ultima parte del lavoro con le imprese è stata sicuramente la più innovativa e divertente, in quanto un gruppo selezionato di partecipanti è stato guidato nella realizzazione di sketch-com, ovvero brevi video in cui sono state descritte situazioni tipiche di chi si confronta con le dinamiche e i problemi del commercio internazionale.

B.I.G. ha rappresentato la conclusione di un percorso che la Camera di Commercio delle Marche (in origine era la Camera di Macerata) ha compiuto su questo tema, coinvolgendo prima gli studenti e le imprese. L'approccio innovativo ha incontrato, inevitabilmente, sia interesse che diffidenza. Le imprese che hanno aderito al progetto hanno affrontato con uno spirito propositivo la fase di formazione, ma in diversi casi hanno mostrato scetticismo di fronte all'idea di lasciarsi coinvolgere in attività che chiedevano un approccio molto più attivo.

In ogni caso, la valutazione complessiva del progetto è stata positiva sia da parte dei membri del partenariato che da parte di INAPP.

progetti.comunitari@marche.camcom.it

mosaicoEUROPA

Supplemento a La bacheca di Unioncamere
Anno 16 N. 10

Mensile di informazione tecnica
Registrazione presso il tribunale
civile di Roma n. 330/2003
del 18 luglio 2003
Editore: Unioncamere - Roma

Redazione: p.zza Sallustio, 21 - 00187 Roma

Tel. 0647041

Direttore responsabile: Willy Labor

Lo staff di Unioncamere Europa

Flavio BURLIZZI

Coordinamento, Rapporti con Eurochambres e Sistemi camerati UE, Internazionalizzazione, Transizione Digitale, Economia del mare
flavio.burlizzi@unioncamere-europa.eu

Chiara GAFFURI

e-Government, Legalità, Segretariato Tecnico European Business Registry Association (EBRA), Eurochambres Women Network
chiara.gaffuri@unioncamere-europa.eu

Stefano DESSI

Comunicazione e Eventi, Coordinamento attività formativa e Newsletter, Monitoraggio bandi, Politica regionale, Programmazione 21-27
stefano.dessi@unioncamere-europa.eu

Diana MARCELLO

Competenze e occupazione, Imprenditorialità, Migrazione, Transizione ecologica, Turismo, Impresa sociale, Affari generali
diana.marcello@unioncamere-europa.eu

Aiiki VARELLA

Ricerca e Innovazione
hub.polito@unioncamere-europa.eu