

GIUNTA REGIONALE DEL LAZIO

oooooooooooooooooooooooooooo

ESTRATTO DAL PROCESSO VERBALE DELLA SEDUTA DEL 04 SET. 2001

=====

ADDI' **04 SET. 2001** NELLA SEDE DELLA REGIONE LAZIO, IN VIA CRISTOFORO COLOMBO, 212 - ROMA, SI E' RIUNITA LA GIUNTA REGIONALE, COSI' COSTITUITA:

| | | | | | |
|---------------|-------------|-----------------|------------|----------------|-----------|
| STORACE | Francesco | Presidente | GARGANO | Giulio | Assessore |
| SIMEONI | Giorgio | Vice Presidente | IANNARILLI | Antonello | " |
| ARACRI | Francesco | Assessore | ROBILOTTA | Donato | " |
| AUGELLO | Andrea | " | SAPONARO | Francesco | " |
| CIARAMELLETTI | Luigi | " | SARACENI | Vincenzo Maria | " |
| DIONISI | Armando | " | VERZASCHI | Marco | " |
| FORMISANO | Anna Teresa | " | | | |

ASSISTE IL VICE SEGRETARIO Dott. Adolfo Papi.
.....OMISSIS

ASSENTI: SARACENI - VERZASCHI -

DELIBERAZIONE N° 1311

OGGETTO: _____ L.R.35/90 - Approvazione del Piano Attività del BIC Lazio per il 2001-L.R. 10/2001 - Richiesta di deroga alle limitazioni poste dall'art. 3, comma 2, per consentire l'impegno della somma di L. 7.500.000.000, di cui L. 2.500.000.000 destinati alla realizzazione ed attivazione di un incubatore di impresa nell'area romana (art.224 L.R.10/01), da imputare sul cap. 24104 per gli interventi a favore della nuova imprenditoria di cui alla legge regionale n. 35/90 esercizio 2001.



ky

Oggetto: Schema di deliberazione concernente: L.R. 35/90 - Approvazione del Piano di Attività del BIC Lazio per il 2001. L.R. 10/2001 - Richiesta di deroga alle limitazioni poste dall'art. 3, comma 2, per consentire l'impegno della somma di L. 7.500.000.000, di cui L. 2.500.000.000 destinati alla realizzazione ed attivazione di un incubatore di impresa nell'area romana (art.224 L.R. 10/01), da imputare sul cap. 24104 per gli interventi a favore della nuova imprenditoria di cui alla Legge Regionale n. 35/90 esercizio 2001.

gh

LA GIUNTA REGIONALE

Su proposta dell'Assessore Scuola, Formazione e Politiche per il Lavoro di concerto con l'Assessore alla Economia e Finanza Regionale;

Vista la L.R. 35/90 con la quale è stato istituito il BIC Lazio Spa;

Visto l'art. 22 della legge regionale 6/99 con il quale viene istituito il fondo per gli interventi, previsti dalla legge regionale n. 35/90, presso il BIC Lazio Spa.;

Atteso che la norma medesima prevede l'approvazione del Piano Annuale di Attività 2001;

Considerato che il Piano di Attività presentato dal BIC Lazio Spa. per il 2001 risponde a quanto richiesto dalla norma e disciplinato dall'apposita convenzione;

Vista la legge regionale 11/2001 che prevede al capitolo 24104 il contributo di L. 7.500.000.000 previste dalla legge regionale n. 35/90;

Considerato che l'art. 3, comma 2°, della L.R. n.10/2001 consente di utilizzare nella percentuale dell'85% le somme stanziare in bilancio;

Rilevato che con la convenzione rep.4841 del 26.11.1999, stipulata fra la Regione Lazio e il BIC Lazio, vengono regolati i rapporti relativi alle competenze previste dalla L.R. 35/90 e successive modificazioni;

Vista la L.R. 10/2001 art. 224 con la quale è previsto il finanziamento di L. 2.500.000.000 per la realizzazione del centro di promozione d'impresa nella città di Roma, e che l'iniziativa è giunta ormai in fase operativa necessita dei fondi per la creazione;

Ravvisato che il BIC Lazio Spa. dovrà procedere all'acquisizione del manufatto ponendo in essere le direttive previste dalla normativa per gli enti sub-regionali;

Ritenuto quindi necessario procedere all'erogazione dell'intera somma da trasferire sul cap. 24104 in applicazione del disposto del comma 3 dell'art.3 della L.R.10/2001;

Constatato che i finanziamenti regionali di cui alla legge regionale n. 35/90 riguardano interventi rientranti, in tutto o in parte nelle attività del P.O.R. Ob. 3 - 2000/2006 e possono pertanto essere poste a carico del fondo Sociale europeo, laddove le relative spese risultino ammissibili ai sensi dei regolamenti C.E. n. 1260 e 1784 del 1999 del Consiglio Europeo;

Ravvisata, pertanto la necessità che tutti i provvedimenti di impegno ed erogazione delle somme vengano adottate in conformità alle procedure ed ai criteri previsti dal regolamento C.E. 1260/99 incluse le relative disposizioni di applicazione, concernenti l'ammissibilità delle spese riguardanti le operazioni cofinanziate, contenute nel Reg. C.E. n. 1685/2000:



IL PRESIDENTE: F.to Francesco STORACE

IL VICE SEGRETARIO: F.to Dott. Adolfo PAPI

Vista la legge 127/97,

all'unanimità

DELIBERA

1 di approvare il Piano di Attività presentato dal BIC Lazio Spa. per gli interventi previsti dalla legge regionale n. 35/90 per l'anno 2001, integrando le attività previste dal piano con:

- BIC LAZIO SPA. dia adeguata pubblicità alle attività finanziate con la L.R. 35/90, in modo da dare massima visibilità alle aziende promosse dalla Regione Lazio in tema di creazione d'impresa e di mettere in condizione i diversi potenziali beneficiari di accedere agli interventi previsti;
- Il BIC LAZIO SPA . dovrà dotare i Centri per l'Impiego del Lazio del materiale informativo con ben visibile il logo " Regione Lazio " e la dicitura intervento finanziato con L.R. 35/90 , nonché attuare seminari ed incontri di informazione ;
- IL BIC LAZIO SPA. dovrà garantire uno sportello informativo con la presenza di esperti consulenti , presso la sede della Regione Lazio per 5 giorni alla settimana dalle ore 09.30 alle ore 12.30.

2 di concedere, ai sensi della L.R10/2000, art. 3 comma 3, la deroga al limite di spesa dell'85% dello stanziamento per consentire il trasferimento dell'intera somma di L 7.500.000.000, di cui L. 2.500.000.000 da destinare alla realizzazione ed attivazione di un incubatore d'impresa nell'area romana, disponibili sul cap. 24104 sul fondo speciale appositamente costituito presso il BIC Lazio Spa. per le competenze previste dalla L.R. 35/90;

3 con successiva determinazione dirigenziale si provvederà ad impegnare e trasferire la somma di L 7.500.000.000 stanziata sul cap. 24104 del Bilancio Regionale 2001, di cui L. 2.500.000.000 destinati all'acquisizione e realizzazione dell'incubatore di imprese nell'area romana alla quale si provvederà secondo le procedure previste dalla normativa in materia di enti sub-regionali;

0 5 SET. 2001

Il presente intervento rientra tra le azioni previste dal Programma Operativo Obiettivo 2000/2006, della Regione Lazio e si realizza, pertanto anche grazie alle risorse messe a disposizione dal Fondo Sociale Europeo limitatamente a quelle tipologie di azioni per le quali è ammesso il contributo a carico del fondo Sociale medesimo.

Il presente provvedimento non rientra tra quelli da sottoporre all'esame della Commissione di controllo ai sensi della legge 15.5.97 n.127, art. 17, commi 31 e 32.



A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, cursive name.

BIC LAZIO



EUROPEAN COMMUNITY

ALLEG. alla DELIB. N. 1311
DEL 1 SET. 2001

PIANO TRIENNALE 2001-2003

E

PIANO ANNUALE 2001

PER COPIA CONFORME



BIC LAZIO s.pa.

Numero verde: 800-280320

www.biclazio.it e.mail: bic@biclazio.it



PREMESSA 3

1. UN DUPLICE OBIETTIVO: CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO..... 5

 1.1 IL CONSOLIDAMENTO 8

 1.2. LO SVILUPPO 9

 1.3 DIFFERENZIAZIONE ED INTEGRAZIONE DI STRATEGIE E POLITICHE AZIENDALI 10

2. IL POSIZIONAMENTO DI BIC LAZIO E LA POLITICA DELLE ALLEANZE 12

3. IL RUOLO DELLA L.R. 35/90..... 14

 3.1 PREMESSE AL PIANO TRIENNALE LR 35/90 16

4. I PROGETTI REALIZZATI ED IN CORSO 18

 4.1 AREA FUNZIONALE “ANIMAZIONE ECONOMICA” 18

 4.2 AREA FUNZIONALE “PROMOZIONE D’IMPRESA” 22

 4.3 AREA FUNZIONALE “ASSISTENZA ALL’IMPRESA” 26

 4.3 GESTIONE DEL SISTEMA DI SERVIZI ALLO START-UP 27

 4.4. INCUBATORI 28

5. IL PIANO TRIENNALE L.35/90 PER IL PERIODO 2001-03..... 30

 5.1 QUADRO D’INSIEME DELLE AZIONI 30

 5.2 PROMOZIONE IMPRENDITORIALE 31

 5.3 CREAZIONE E SVILUPPO D’IMPRESA..... 34

 5.4 RIEPILOGO AZIONI E QUADRO ECONOMICO PER IL TRIENNIO 37



[Handwritten signature]

PREMESSA

L'attività di Bic Lazio, ed il suo stesso posizionamento strategico, deve tendere al perseguimento di un sempre maggiore radicamento sul territorio, sviluppando partnership con i diversi attori, istituzionali e non, che assumono ruoli di rilievo a livello locale. Le partnership potranno assumere caratteri diversi, ed avere connotazioni strategiche, tecnico operative ed economiche.

Occorre prestare una particolare attenzione alla qualità del servizio che deve mantenere un alto livello, e caratterizzarsi per la capacità costante di miglioramento ed innovazione. In tale contesto si pone la necessità di dotarsi di una sede istituzionale e di sedi locali coerenti con la propria missione e capacità operativa.

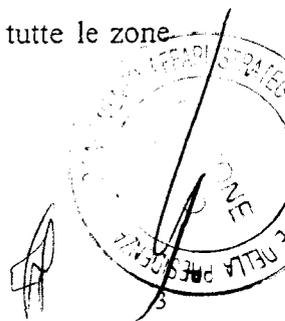
Gli incubatori debbono divenire Centri di Promozione d'Impresa, con l'obiettivo strategico di favorire i processi di sviluppo del sistema imprenditoriale locale.

I servizi offerti dovranno connotarsi per la loro standardizzazione in modo tale da poter garantire un'omogeneità dell'offerta, ed un adeguato controllo dei costi.

Il Bic Lazio deve progressivamente ampliare la sua capacità d'intervento, proponendosi come interlocutore di soggetti economici ed istituzionali presenti sul territorio e di livello nazionale, con i quali concorrere alle opportunità esistenti nell'ambito di programmi europei e regionali di promozione dell'imprenditorialità, dell'innovazione e dello sviluppo locale.

Lo sviluppo dell'attività societaria presuppone la costruzione di una politica di alleanze con l'individuazione di partner che condividano la missione del Bic e contribuiscano ad accrescere la sua capacità competitiva sul territorio regionale.

La stesura del documento, inoltre, non poteva prescindere da due punti di riferimento necessari: la legge costitutiva della società, e le sue successive variazioni, le "Linee guida per i programmi 2000-06" della Commissione Europea, nelle quali si afferma che "L'estensione dei Bic a tutte le zone

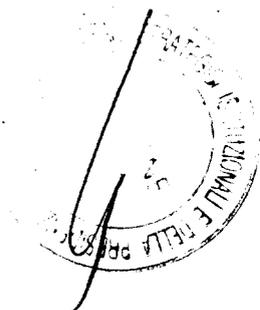


svantaggiate, ed il loro maggiore utilizzo nella messa in opera dei programmi regionali contribuirà a disseminare le buone pratiche in materia di creazione e sviluppo d'impresa"¹.

Per quanto concerne la rilevanza della L.R. 35/90 si rinvia ai riferimenti contenuti nel seguito del testo. Relativamente al riferimento ai BIC contenuto nelle "linee guida" della Commissione Europea, appare importante richiamarne alcuni concetti di fondo sviluppati in un successivo documento, "Les Centres europeens d'enterprise et d'innovation (CEEI)", della DG Regio – Politiche Regionali. In quest'ultimo documento si ribadiscono le ragioni d'essere dei Bic e le loro modalità d'intervento.

In particolare, i Bic debbono offrire "un sistema su misura" di servizi integrati di identificazione, selezione, orientamento strategico ed accompagnamento di progetti innovativi"², che deve avere come interlocutori gli imprenditori e le collettività territoriali di cui sono parte.

Di tale affermazione occorre soprattutto cogliere l'importanza che viene data al concetto di sistema, che deve orientare l'attività dei Bic, e quindi alla necessità di organizzare un insieme coerente ed integrato di servizi, ed il riferimento alle collettività territoriali, in quanto interlocutori diretti delle attività da realizzare.



¹ Cfr. in Commissione européenne, Les Centres européens d'enterprise et d'innovation (CEEI), Un outil au service du développement régional et des enterprises, Bruxells, 2000..

² Commission européenne ..., pag. 9

1. UN DUPLICE OBIETTIVO: CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO

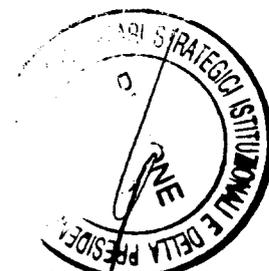
I risultati conseguiti da Bic Lazio, le condizioni socio economiche dei territori d'intervento, la ridefinizione degli strumenti d'intervento regionali, pongono le premesse per l'articolazione di una strategia di BIC Lazio orientata verso due direzioni tra loro strettamente integrate: il *consolidamento* dei risultati acquisiti e lo *sviluppo* di nuove linee d'intervento.

Il perseguimento del duplice obiettivo di *consolidamento* e *sviluppo* richiede l'adozione di strategie e politiche operative differenti. Nel primo caso si tratta di *garantire il livello di servizio attualmente offerto*. Lo *sviluppo* presuppone l'agire nell'ambito di politiche promosse e/o attuate direttamente dalla Regione e la ricerca sul mercato di ulteriori risorse.

Tali scelte di fondo debbono articolarsi in un *piano di sviluppo*, che non può prescindere da due approfondite valutazioni preliminari in merito alla *politica delle alleanze* da perseguire ed al *ruolo della L.R. 35/90*.

La messa a punto del Piano Triennale 2001-2003, trova i suoi presupposti in tre elementi di fondo:

- l'esperienza realizzata da Bic Lazio, ed in particolare i principali risultati che sono stati conseguiti;
- il contesto socio economico regionale nel quale si opera;
- le modifiche degli assetti organizzativi degli strumenti operativi della Regione.



a) l'esperienza BIC Lazio

Dall'esame dell'esperienza realizzata dalla società, emergono in maniera evidente alcuni dei principali risultati raggiunti, come di seguito sintetizzati.

- *Espansione della presenza sul territorio regionale*: sono attualmente operativi tre incubatori (Colleferro, Ferentino e Bracciano); è stata portata a termine un'esperienza di indubbio interesse quale quella con Elis a Roma; è in fase di avanzata progettazione la realizzazione di altri tre incubatori (Civitavecchia, Monterotondo e Latina).
- *Sviluppo dell'area delle competenze in materia di assistenza alla creazione d'impresa*: Bic Lazio ha ormai messo a punto una metodologia affidabile che ha consentito di assistere 737 potenziali imprenditori nel Lazio nel 1999, e circa 1.200 nei primi nove mesi dell'anno in corso.
- *Nell'ambito dell'attività di assistenza alla creazione d'impresa, si segnala l'incremento della presenza su Roma*: nel 2000 il servizio di accoglienza cittadino, senza aver svolto alcuna attività

specifica di promozione, ha incontrato, in nove mesi, oltre 350 utenti, ed accompagnato 30 di questi alla definizione di un business plan³; nell'anno si può stimare, di conseguenza, in 500 circa il numero di utenti ai quali verrà fornita assistenza;

- Sviluppo delle proprie metodologie in materia di *sviluppo d'impresa in contesti locali*: a riguardo si pongono in evidenza i risultati conseguiti a Bracciano⁴, Gavignano⁵, l'attività di assistenza avviata a Montalto di Castro;
- *Sperimentazione di programmi di promozione d'impresa per "target" diversificati*: raggiungendo significativi successi, nel caso del progetto successione d'impresa è stato progettato e messo a punto un programma che ha consentito alla Regione di approvare incentivi per consulenza specialistica in materia a 144 imprese presenti nelle aree ob.5b.⁶; il progetto assistenza a nuove imprese spontaneamente costituite, ha consentito di attivare interventi di consulenza per l'avvio d'impresa a 30 imprese neo costituite della provincia di Viterbo; l'insieme di tali progetti, oltre a quelli ancora a carattere sperimentale⁷, hanno permesso una significativa diversificazione per target dell'attività di promozione imprenditoriale.

b) il contesto socio-economico

Per quanto concerne il contesto socio economico, si rinvia all'analisi proposta nel precedente Piano Triennale⁸, rispetto alla quale occorre sottolineare ulteriormente tre aspetti:

- Le disparità che caratterizzano il territorio regionale, confermando il grave declino industriale di alcune aree e contemporaneamente le scarse chance di sviluppo per le aree tradizionalmente arretrate;
- La conferma della forte espansione di *nuovi settori economici* (new economy), che, soprattutto nella capitale, stanno assumendo dimensioni ancora in larga parte sottovalutate, e che rappresenteranno le aree naturali di gran parte della nuova creazione d'impresa;
- Il peso decisivo dell'area romana, a seguito di "un assetto regionale marcatamente monocentrico (a seconda degli indicatori che si scelgono, Roma rappresenta tra il 70% e l'80% della realtà

³ A riguardo è da segnalare come in alcuni casi tale attività abbia superato il suo carattere tipico di supporto alla presentazione di una domanda di finanziamento pubblico, per divenire un'attività di consulenza finalizzata anche alla richiesta di forme di finanziamento privato.

⁴ Nel primo anno di attività sono state accolte 430 persone.

⁵ In un anno di attività ha avuto 200 utenti.

⁶ Per una spesa complessiva di oltre 16 Mld.

⁷ Ci si riferisce in particolare a quello università-impresa.

⁸ Cfr. Bic Lazio, Programma Triennale 2000-2002, pag. 6.



regionale; il che significa che anche il 70-30% dei problemi relativi al mercato del lavoro vanno affrontati nel contesto dell'"urbe"⁹;

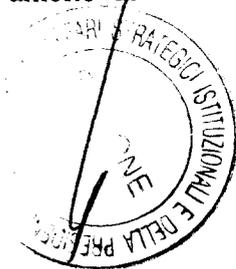
ed alcuni elementi valutativi connessi a:

- La maggiore attenzione ai *risultati delle politiche* di sostegno alla neo imprenditoria ed ai progetti di sviluppo locale, che viene data da parte dei soggetti istituzionali, da importanti attori sociali e dalla stessa opinione pubblica; le esperienze realizzate a livello nazionale sono ormai tali che, mentre risulta necessario approfondire ulteriormente approcci innovativi in merito, interventi tradizionali non sottoposti ad attenta valutazione dei risultati raggiunti rischiano di divenire immediatamente superati;
- L'importanza che assumerà la nuova programmazione comunitaria; ciò per gli aspetti principali che la connotano: durata, significatività dal punto di vista economico e, presumibilmente, ultima occasione per disporre di tali finanziamenti aggiuntivi.

c) Le modifiche negli assetti organizzativi degli strumenti regionali d'intervento

Le modifiche intervenute negli assetti organizzativi degli strumenti regionali d'intervento, in particolare la costituzione dell'Agenzia Sviluppo Lazio, e quanto già avvenuto in termini di riforma delle politiche d'intervento sul mercato del lavoro, la costituzione dell'Agenzia Lazio Lavoro e il nuovo ruolo che assumeranno le provincie, richiedono la definizione di un preciso posizionamento del Bic rispetto alla prima, ed una valutazione delle possibili sinergie attivabili con la seconda e con le strutture territoriali che si verranno a creare.

Il rapporto con l'Agenzia Lazio Sviluppo può divenire centrale per sviluppare l'integrazione dell'insieme degli interventi che la Regione intende promuovere per favorire il superamento delle maggiori criticità regionali e dare nuovo impulso alla crescita dei settori economici più competitivi. Le azioni del Bic Lazio sono circoscritte nell'ambito di tre principali aree d'intervento, neo imprenditoria, sviluppo d'impresa in contesti locali, sostegno allo sviluppo delle pmi (per la realizzazione di politiche innovative). E' evidente che l'insieme di tali interventi possono produrre un maggior valore aggiunto nel momento in cui siano collegati e contestualizzati all'ambito di politiche più generali di finanza regionale, marketing territoriale e sviluppo locale.



⁹ Cfr. Programma operativo Obiettivo 3, 2000-2006 della Regione Lazio, pag.8, Delibera di C.R. n° 665/2000.

I risultati conseguiti da Bic Lazio, le condizioni socio economiche dei territori d'intervento, la ridefinizione degli strumenti d'intervento regionali, pongono le premesse per l'articolazione di una strategia di BIC Lazio orientata verso due direzioni tra loro strettamente integrate: il *consolidamento* dei risultati acquisiti e lo *sviluppo* di nuove linee d'intervento.

1.1 Il consolidamento

Il *consolidamento* dei risultati conseguiti significa rafforzare e standardizzare un pacchetto di servizi di base, ed includere tra questi le attività condotte sperimentalmente e a tempo determinato, in modo tale da definire un sistema di offerta organico e visibile.

Al contrario, la mancata riconferma di tali servizi si trasformerebbe automaticamente in una riduzione dell'offerta regionale, a fronte di una domanda ormai non più solo potenziale.

E' il caso delle seguenti attività:

- *sviluppo d'impresa in contesti locali*, il successo di diverse iniziative realizzate (Gavignano e Bracciano) ha prodotto un importante incremento della domanda di intervento da parte di diversi soggetti istituzionali locali, ai quali occorre dare risposta, riproponendo metodologie consolidate da attuare in contesti territoriali diversi;
- *promozione d'impresa per target specifici- progetti con Università, Centri di Ricerca ed Innovazione*, tali attività stanno superando la fase della sperimentazione; è quindi possibile la predisposizione di un programma organico che garantisca la presenza di un servizio consolidato in diverse sedi universitarie e/o di ricerca;
- *Servizio di accoglienza ed assistenza*; rappresenta ormai un punto di riferimento "obbligato" per molti dei giovani che intendono avviare nuove imprese, in diverse aree questo servizio è stato finanziato con progetti a termine (aree ob.2 e 5b), in altre (Roma in particolare) il successo della formula adottata ha reso, di fatto, insufficienti le risorse ad esso dedicate, e conferma ulteriormente l'urgenza di realizzare una *sede romana* dimensionata ed organizzata funzionalmente rispetto alle dimensioni raggiunte dalle attività; in altre aree (fuori obiettivo) generalmente non si è in grado di fornire risposte adeguate, a fronte di una richiesta ugualmente significativa;
- *Programma di assistenza a nuove imprese*, i risultati positivi raggiunti a Viterbo ci consentono di prevedere la sua ripetizione ed estensione ad altre realtà regionali;



- *Tutoraggio*, l'attività svolta per le imprese finanziate ai sensi di diverse leggi regionali (L.R. 29/96, L.R. 19/99, L.R. 51/96) ha posto l'esigenza di ampliare la *rete dei servizi per l'avvio d'impresa*, allo scopo di garantire una copertura più efficace delle esigenze che le imprese hanno nella fase di avvio.

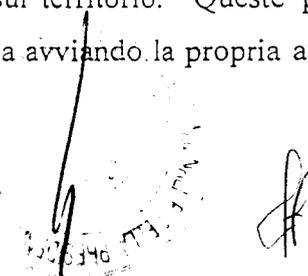
1.2. Lo sviluppo

Lo *sviluppo* di nuove linee di attività trova la sua motivazione nella duplice necessità di ampliare la presenza Bic sul territorio (in alcune aree la sua presenza è recente e caratterizzata da attività sperimentali, in altre ancora non sono stati realizzati interventi significativi), e di innovare la propria capacità d'intervento a seguito delle mutate esigenze espresse dalle società locali e/o dalle opportunità emerse a seguito dei diversi interventi realizzati.

L'ampliamento della presenza sul territorio deve concretizzarsi con l'*ampliamento della rete degli incubatori*, in maniera tale che aree dove sono in atto processi di riconversione o che necessitano di nuovi strumenti per la promozione dello sviluppo locale possano avvalersi di uno strumento importante a tale fine. Significative sono a riguardo le richieste pervenute a Bic da più interlocutori di territori diversi.

Nell'ambito del consolidamento e dell'incremento della rete degli incubatori, si deve portare a compimento il passaggio dalla fase iniziale di attività del Bic, nella quale veniva dato maggiore risalto all'aspetto ospitalità e dei servizi rivolti agli utenti interni, a quella attuale nella quale l'incubatore (il servizio di ospitalità) deve essere solo una delle funzioni di un *Centro di Promozione d'Impresa*. Ciò implica la definizione di una specifica missione per i Centri, l'adozione di una diversa modalità organizzativa, la loro effettiva messa in *rete* e *dotazione di strumenti* d'intervento.

Se si assume la dizione di Centro di Promozione d'Impresa come termine per definire una presenza territoriale qualificata da un'insieme di più servizi (promozione ed assistenza volte alla neo imprenditoria, servizi di consulenza per imprese già attive ed ospitalità) occorre, contestualmente, denominare in maniera diversa tutte le altre forme di presenza sul territorio. Queste possono riguardare, in particolare, tutte quelle realtà nelle quali Bic Lazio sta avviando la propria attività e

A handwritten signature in black ink is written over a circular stamp. The stamp contains some illegible text and numbers, possibly a date or reference number. The signature is written in a cursive style.

presenta solo una parte della gamma dei suoi servizi, generalmente quelli di animazione e promozione imprenditoriali. In tale caso si propone il termine di Punto di Promozione d'Impresa. L'espansione sul territorio, lo sviluppo dei Centri di Promozione d'Impresa, pongono le premesse affinché il Bic possa contribuire allo sviluppo locale anche mediante nuove linee d'intervento, in particolare se ne individuano due.

La prima riguarda un ruolo di supporto agli Enti Locali ed alle imprese nello sviluppo delle loro competenze in materia di accesso ai diversi *programmi transnazionali*, promossi dall'U.E..

La seconda concerne l'attivazione di politiche volte a favorire l'insediamento sul territorio regionale di imprese provenienti da altre regioni (centro nord in particolare), nell'ambito di un progetto che si potrebbe chiamare "*Investire nel Lazio*". Tale intervento si inserisce nell'ambito delle linee di sviluppo economico regionale alle quali la nuova amministrazione attribuisce grande importanza.

Il successo delle attività di promozione d'impresa, le esigenze da queste espresse dalle nuove imprese, rendono inoltre opportuno sperimentare nuove forme di *sostegno finanziario alle neo imprese*.

L'attuazione di tali politiche miranti al *consolidamento* ed allo *sviluppo* rende necessario un intervento sulla *visibilità* stessa della società, con l'obiettivo di consolidare il suo posizionamento nell'ambito dei servizi pubblici offerti dalla Regione. Ancora oggi troppe persone non sanno con chiarezza cosa fa il Bic Lazio o non sono a conoscenza della sua esistenza. Un'attività di *comunicazione istituzionale* favorirebbe, di conseguenza, la capacità di incontro con i potenziali interlocutori, sostenendo in tal modo l'attività dei diversi *Centri di promozione d'impresa*. A tale riguardo un deciso salto di qualità deve essere fatto sul terreno della cooperazione con l'insieme dei soggetti economici ed istituzionali presenti nella regione (considerando in primo luogo le associazioni imprenditoriali ed il sistema del credito). Lo sviluppo di iniziative e programmi congiunti con questi soggetti dovrà essere perseguito con continuità, nella consapevolezza che si tratti di interlocutori che possano contribuire, nel caso delle associazioni imprenditoriali, a qualificare ed alimentare la domanda di servizi BIC e, nel caso del sistema del credito, ad accrescere e qualificare l'offerta degli stessi.

1.3 Differenziazione ed integrazione di strategie e politiche aziendali

Il duplice obiettivo del *consolidamento* e dello *sviluppo* richiede ovviamente strategie e politiche operative differenti, sebbene tra loro strettamente integrate.



A handwritten signature in black ink.

Nel primo caso si tratta di *garantire il livello di servizio attualmente offerto*, il non intervento significherebbe una perdita netta di servizi sul territorio regionale, ed il venire meno dello stesso principio di *sostenibilità* che ispira la politica dell'Unione Europea, e nell'ambito della quale comunque ci si muove.

Nel caso dello *sviluppo* si pongono due diverse soluzioni, quella dell'agire nell'ambito di politiche promosse e/o attuate direttamente dalla Regione e quella della ricerca sul mercato delle risorse necessarie.

Tali scelte di fondo debbono articolarsi in un *piano di sviluppo*, che non può prescindere da due approfondite valutazioni preliminari in merito alla *politica delle alleanze* ed al *ruolo della L.R. 35/90*.



2. IL POSIZIONAMENTO DI BIC LAZIO E LA POLITICA DELLE ALLEANZE

Il Bic Lazio, data la politica di consolidamento e sviluppo che intende perseguire, deve attuare una politica delle alleanze conseguente.

Ciò presuppone un approfondimento del posizionamento strategico della società, che trova i suoi fattori distintivi:

- nel forte radicamento sul territorio;
- nella qualità dei servizi erogati;
- nel ruolo di soggetto istituzionale di riferimento per le politiche di promozione d'impresa.

Una politica di alleanze presuppone l'individuazione di partner che condividano la missione del Bic ed accrescano la sua capacità competitiva sul mercato. Ciò significa allargare la gamma dei partner attuali, con particolare riferimento allo sviluppo della relazioni con la propria base sociale e al mondo della finanza d'impresa.

Il raggiungimento degli obiettivi strategici sopra definiti impone lo sviluppo di un sistema di alleanze, e ciò per diversi motivi:

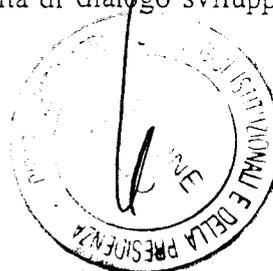
- l'attuazione di politiche di promozione d'impresa e di sviluppo d'impresa in contesti locali non può prescindere da un dialogo concreto con l'insieme degli altri attori che operano in tali ambiti;
- la dimensione territoriale degli interventi presuppone la partecipazione della "società locale", anche perché Bic Lazio non può disporre internamente di tutte le competenze necessarie per l'erogazione dei servizi previsti.

L'attività trascorsa di Bic si è già caratterizzata per tale approccio. Le partnership definite si sono però quasi sempre caratterizzate per la loro natura di accordo politico-strategico o per quello di natura operativa (fornitura di servizi).

Lo sviluppo dell'attività societaria impone ora il passaggio ad un'altra fase, quella dell'organicità di lungo periodo di alcune alleanze e la trasformazione di alcune di queste in strumenti finalizzati all'acquisizione di risorse aggiuntive per lo svolgimento delle politiche previste.

Ciò comporta un approfondimento del *posizionamento* strategico di Bic Lazio. A fronte di un proliferare di società locali, che operano nel campo della promozione d'impresa, oltre ovviamente a quelle nazionali, pubbliche o promosse da enti di rappresentanza, appare necessario individuare i *fattori distintivi* di Bic Lazio. Questi non possono che essere ricondotti a:

- il forte radicamento sul territorio, la conoscenza e capacità di dialogo sviluppati con i sistemi locali di cui si è parte;



- la qualità dei servizi erogati, intesa come sistemi standard di approccio, testati su più territori e soggetti ad aggiornamento costanti;
- l'immagine di soggetto istituzionale di riferimento per le politiche di promozione d'impresa.

Tale posizionamento dovrebbe facilitare anche l'accesso a quelle risorse pubbliche che sempre più verranno affidate attraverso bandi pubblici, a fronte di una possibile riduzione di incarichi diretti, e rafforzare la capacità d'ingresso sul mercato, di larghe proporzioni, derivante delle politiche pubbliche di sostegno alle pmi e per la promozione d'impresa. "Mercato" complesso ed altamente competitivo, generalmente presidiato da società private, con profili anche molto differenti, e altri enti di emanazione sempre istituzionale o delle associazioni di rappresentanza. L'accesso a tale mercato spesso impone una strategia delle alleanze, sia per la natura multidisciplinare degli interventi, sia per le dimensioni dei progetti stessi, o per altri fattori ancora, quali, ad esempio, le caratteristiche territoriali dell'intervento. L'accesso a tali opportunità impone quindi una strategia delle alleanze che sia conforme alla missione di Bic Lazio e ne rafforzi la capacità competitiva. Questo significa lo sviluppo progressivo di accordi con soggetti che garantiscano sia la capacità di copertura delle aree tecniche d'attività non abituali per la società, sia che abbiano un orientamento al mercato sorretto da una più ampia finalità istituzionale volta alla promozione di processi di sviluppo locale e del sistema delle pmi.

La stessa attività trascorsa del Bic Lazio presenta diversi casi di alleanze stipulate a diversi fini, è il caso delle attività svolte con le C.C.I.A.A., e le loro società di scopo, con enti di rappresentanza o loro società. Tali rapporti vanno ulteriormente sviluppati, un'area importante a riguardo è sicuramente quella finanziaria, è il caso in particolare agli istituti di credito e, avviandosi verso nuovi progetti, a quello più specifico della finanza d'impresa.

Ma ugualmente importante è lo sviluppo non episodico di programmi di cooperazione con le associazioni imprenditoriali, attraverso i quali favorire una migliore conoscenza di BIC e dei suoi servizi al sistema delle imprese e quindi, in tal modo, contribuire ad allargare e qualificare l'utenza potenziale.

La politica delle alleanze si può concretizzare anche attraverso un rafforzamento ed allargamento della stessa base sociale.



3. IL RUOLO DELLA L.R. 35/90

Nel contesto della L. 35/90 adottare una la strategia di *consolidamento e sviluppo* significa:

- la messa a regime di un sistema di offerta regionale che capitalizzi gli investimenti, le esperienze ed i risultati raggiunti ad oggi;
- introdurre alcuni servizi innovativi, che consentano la piena attuazione di quanto previsto dalla legge e, in particolare, delle modifiche ad essa apportate nel 1999.

L'obiettivo strategico affidato al Bic Lazio dalla L.35/90 è quello di favorire "la nascita di nuove imprese e le iniziative innovative di imprese esistenti", in tale contesto la strategia di *consolidamento e sviluppo* significa:

- la messa a regime di un sistema di offerta regionale che capitalizzi gli investimenti, le esperienze ed i risultati raggiunti ad oggi; parlare di *sistema* significa superare anche la "puntualità" ed "il carattere innovativo" di alcuni dei progetti realizzati, per portarli a regime; il tutto secondo una logica di standardizzazione e replicabilità dei servizi di base;
- introdurre alcuni servizi innovativi, che consentano la piena attuazione di quanto previsto dalla legge e, in particolare, delle modifiche ad essa apportate nel 1999¹⁰.

L'esperienza realizzata da Bic Lazio consente ormai di mettere a punto un sistema di servizi di base così articolato:

Promozione imprenditoriale

- Sviluppo d'impresa in contesti locali;
- Promozione imprenditoriale ed innovazione
 - Progetto università impresa

Creazione e sviluppo d'impresa

- Servizio di accoglienza, orientamento e business plan
- Programmi di assistenza a nuove imprese sorte spontaneamente
- Servizi per l'avvio d'impres
 - Tutoraggio
 - Servizio di ospitalità

¹⁰ Si fa riferimento, in particolare, a quanto previsto dall' Art.22 della L.R. n.7/99, "Bilancio di previsione della Regione Lazio per l'anno finanziario 1999".

Il quale, secondo una logica di sviluppo, può così essere integrato:

Promozione imprenditoriale

- Promozione imprenditoriale ed innovazione
 - Partecipazione a programmi promossi da UE
- Programma "Investire nel Lazio"

Creazione e sviluppo d'impresa

- Servizi per l'avvio d'impreses
 - Consulenza "on-line" e servizi post-tutoraggio
 - Servizi per accesso al credito (intese con istituti di credito)
- Fondo di pre-avviamento per progetti d'impresa innovativi

Le due aree aziendali, a sostegno delle loro attività, necessitano di due interventi di base a servizio delle loro politiche:

- il Centro di promozione d'impresa a Roma
- una campagna di comunicazione istituzionale.

| | Sistema di base | Consolidamento | Sviluppo |
|---|--|----------------|----------|
| Promozione Imprenditoriale | Sviluppo d'impresa in contesti locali | * | * |
| | Promozione imprenditoriale Università e centri d'impresa | * | |
| | Promozione Imprenditoriale - Partecipazione a programmi UE | | * |
| | "Investire nel Lazio" | | * |
| Creazione e Sviluppo d'impresa | Servizio di accoglienza, orientamento, b.p. | * | |
| | Imprese sorte spontaneamente | * | |
| | Tutoraggio | * | |
| | Altri servizi all'avvio d'impresa | | * |
| | Fondo di pre-avviamento | | * |
| | Centri di promozione d'impresa | * | * |
| Strumenti e attività di supporto | Centro di promozione d'impresa a Roma | | * |
| | Campagna di comunicazione | | * |



3.1 Premesse al piano triennale Lr 35/90

Se la funzione della LR 35/90 è quella di mettere a regime un sistema di offerta regionale di servizi per la creazione e lo sviluppo d'impresa, essendo BIC Lazio lo strumento specializzato per le azioni di promozione imprenditoriale nella rete dell'Agenzia Lazio Sviluppo, ne consegue che i contributi della LR 35/90 debbano concentrarsi su quelle linee di attività coerenti con la funzione di "agenzia di promozione imprenditoriale", al servizio delle politiche in questo campo definite dalla Regione, e che siano attività non finanziabili con altri strumenti.

Ulteriori attività potranno essere finanziate nel contesto di specifici programmi regionali, europei o nazionali, ovvero potranno essere realizzate con il finanziamento diretto dei beneficiari (siano essi enti locali ed istituzioni, che privati).

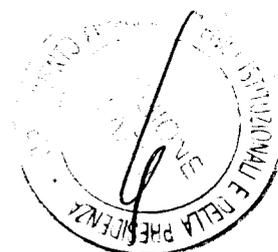
In coerenza con tale criterio, l'insieme delle attività indicato nelle pagine precedenti può essere articolato per fonte di finanziamento secondo le modalità di seguito illustrate¹¹:

| <u>Politiche</u> | <u>Risorse finanziarie</u> | |
|--|----------------------------|---|
| | <u>Consolidamento</u> | <u>Sviluppo</u> |
| <i>Promozione imprenditoriale</i> | | |
| Sviluppo d'impresa in contesti locali | L. 35/90 | Ob.2 Leader plus |
| Promozione imprenditoriale in contesti innovativi – Università impresa, centri di ricerca ed innovazione | L. 35/90 | Ob.3 |
| Promozione imprenditoriale in contesti innovativi – Programmi UE | | L. 35/90 Azioni innovative FESR Integra V° Programma Quadro Altri fondi regionali |
| Programma "Investire nel Lazio" | | L. 35/90 Obiettivo 2 |
| <i>Creazione e sviluppo d'impresa</i> | | |
| Servizio di accoglienza, orientamento e business plan | L.R. 35/90 | Obiettivo 3 |
| Assistenza a imprese sorte spontaneamente | L.R. 35/90 | Obiettivo 3 CCIAA |
| Rete di servizi per l'avvio d'impresa | L.R. 35/90 | Obiettivo 3 |
| Fondo di pre-avviamento | | Obiettivo 3 |
| Rete dei Centri di Promozione d'Impresa | L.R. 35/90 | Obiettivo 2 Obiettivo 3 |

¹¹ Per le fonti di finanziamento diverse dalla LR 35/90 si tratta della semplice indicazione di "possibili" risorse cui si potrà attingere, naturalmente in funzione delle specifiche modalità attuative e della capacità di BIC di proporsi come valido interlocutore sul territorio e di predisporre adeguata progettualità.

Al fine di sostenere tali iniziative si ritiene opportuno attuare nel contesto della L.R. 35/90:

- il Centro di promozione d'impresa a Roma
- una campagna di comunicazione istituzionale.



ff

4. I PROGETTI REALIZZATI ED IN CORSO

Prima di illustrare le linee di attività per il 2001-03, si fornisce un quadro d'insieme delle attività realizzate nel corso del 2000 nell'ambito del piano di attività ex LR 35/90

Un quadro sintetico dell'attività svolta o in corso di svolgimento nel 2000, consente a questo punto di inquadrare meglio le riflessioni appena fatte e di affrontare quindi il tema dell'articolazione operativa per il prossimo triennio e segnatamente per il 2001.

Come di consueto le note seguenti forniscono una informazione di tipo qualitativo sull'attività svolta dalla società nel corso dell'anno appena trascorso, tralasciando il consuntivo economico completo, che sarà possibile solo ad avvenuta conclusione dell'esercizio.

4.1 Area funzionale "animazione economica"

Come previsto dal piano, le azioni sono state articolate lungo due direttrici: il territorio e l'innovazione, con l'obiettivo di specializzare l'intervento BIC in funzione delle esigenze delle diverse tipologie di destinatari.

Intervento che a questo livello è mirato a realizzare attività promozionali che possano sollecitare la produzione di idee d'impresa; quindi azioni "a monte" del processo di orientamento all'imprenditorialità e di assistenza al business planning, ma con l'obiettivo complessivo di "fertilizzazione imprenditoriale" del contesto d'intervento.

4.1.1 Percorsi di sviluppo d'impresa in contesti locali

a) creazione di micro imprese e nuovi lavori nei nuovi bacini d'impiego

Come previsto, è in corso di completamento l'intervento di promozione imprenditoriale nei quattro parchi regionali Simbruini, Lucretili, dei Castelli e dell'Appia Antica. L'intervento BIC nell'ambito del piano di lavoro LR 35/90 è un completamento dei progetti "Cantiere scuola-lavoro" attuati dai Parchi nell'ambito di quanto previsto dall'art.15 della LR 29/96.

L'azione di BIC consiste nella realizzazione di una sistemica lettura del territorio al fine di individuare di individuare per ogni area: le caratteristiche fisiche; l'infrastrutturazione e la rete di servizi; le caratteristiche socio-culturali; la tipologia e le potenzialità dei sistemi produttivi locali; la rete degli attori locali. Tale attività deve consentire di individuare - soprattutto per i settori del

turismo, dell'agro-alimentare e dell'artigianato - punti di forza e di criticità dei singoli sistemi territoriali, e dunque le migliori opportunità per promuovere nuova impresa (*Mappa delle opportunità*). Inoltre BIC offrirà - a conclusione del percorso di formazione e lavoro nel quale i "cantieristi" sono impegnati e sulla base delle indicazioni emerse dalla *Mappa delle opportunità* - orientamento all'imprenditorialità ed assistenza alla definizione dei *business plan* a coloro che si proporranno con idee di nuove attività imprenditoriali.

L'intero intervento verrà completato nei primi mesi del 2001, al momento lo stato dell'arte è il seguente:

Parco Naturale Regionale dei Monti Lucretili: è in fase di stesura la versione definitiva della Mappa delle Opportunità; una prima bozza è già stata illustrata e discussa con i partecipanti al Cantiere Scuola Lavoro; è iniziata l'attività di accoglienza, di orientamento e di assistenza alla definizione dei piani di impresa.

Parco Naturale Regionale dei Monti Simbruini: è in fase di stesura la versione definitiva della Mappa delle Opportunità; una prima bozza è già stata illustrata e discussa con i partecipanti al Cantiere Scuola Lavoro.

Parco Regionale dell'Appia Antica: in questo caso l'intervento prevede un percorso diverso rispetto a quello degli altri parchi; infatti, Bic Lazio deve progettare e implementare il business plan della società mista che si occuperà della gestione dei servizi del parco. Le ricerche e le analisi economiche per adempiere all'incarico sono iniziate;

Parco Regionale dei Castelli Romani: le attività si sono limitate, su richiesta del Parco (il Cantiere è stato sospeso), alla prima fase, introduttiva, del lavoro da svolgere.

b) borse di studio

Emanato un apposito bando di concorso, sono assegnate 5 borse di studio per attività di ricerca sui seguenti temi:

- New economy, studio sulle opportunità d'impresa nel Lazio;
- La programmazione d'area nelle aree rurali del Lazio, l'esperienza di Leader II;
- Promozione d'impresa ed Università, possibili iniziative e modelli operativi;
- Lo spin-off da grande impresa, studio di casi nel Lazio;
- I BIC in Europa, analisi comparativa delle attività svolte e degli ambiti di specializzazione consolidatisi.

Il lavoro di ricerca dovrà essere svolto entro il 31.3.2001.



c) quaderni su "Creazione e sviluppo d'impresa"

Sono in corso di pubblicazione i seguenti tre quaderni:

- esperienze di promozione d'impresa nelle aree rurali, il caso del comprensorio dei Monti Lepini;
- una rete di incubatori per lo sviluppo d'impresa nel Lazio, primo bilancio e proposte;
- un sistema informativo sulla disponibilità di siti nelle aree destinate ad insediamenti produttivi.

4.1.2 Azioni di promozione dell'imprenditorialità e dell'innovazione

a) progetto "Università-Impresa"

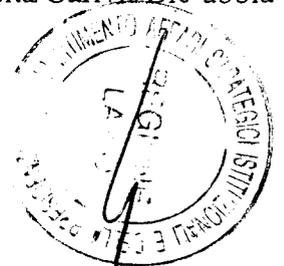
Sono in corso di completamento i tre seguenti interventi:

- all'Università di Tor Vergata c/o l'ADISU;
- all'Università di Roma III, c/o i corsi di laurea di fisica, ingegneria elettronica e matematica, a seguito della convenzione con l'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare;
- all'Università della Tuscia, c/o la facoltà di Conservazione dei Beni Culturali, a seguito della convenzione con la stessa Università e la Fondazione Carivit.

In tutti e tre i contesti viene attuato un programma di promozione ed orientamento all'imprenditorialità a favore degli studenti ed ex studenti delle rispettive università. Tale programma, pur a fronte di differenti articolazioni in funzione delle specifiche esigenze, ha il seguente percorso comune:

- attività di informazione, attraverso seminari ed incontri con docenti e studenti, su cosa significa "fase impresa" e su strumenti ed opportunità per le nuove imprese;
- rassegna delle specifiche "attività imprenditoriali possibili" per soggetti in possesso delle competenze dai corsi di laurea e/o dalle specializzazioni oggetto dell'intervento;
- sportello di informazione ed orientamento per quanti abbiano idee d'impresa;
- formazione imprenditoriale ed accompagnamento al business planning, per quelle idee d'impresa che presentino potenzialità di sviluppo.

Nel caso dell'intervento c/o l'Università della Tuscia è da segnalare il fatto che, grazie alla collaborazione con la Fondazione Carivit, è possibile riconoscere dei contributi per le spese di costituzione dell'impresa a quei progetti che una commissione mista Università/Carivit/Bic abbia valutato meritevoli.



b) commercio elettronico e multimedialità

E' stato avviato un concorso denominato "e-commerce; Premio per i migliori progetti di commercio elettronico" indirizzato a tutti gli aspiranti imprenditori che intendano realizzare soluzioni integrate di commercio elettronico o erogare servizi per l'implementazione delle soluzioni stesse.

I progetti pervenuti entro il 15 dicembre 2000 verranno esaminati per assegnare ai primi 5 classificati i seguenti premi:

- assistenza per la stesura definitiva del progetto d'impresa;
- un premio di lire 5 milioni, quale contributo alle spese di costituzione della nuova impresa;
- tutoraggio nella fase di avvio dell'attività.

c) altre azioni promozionali

All'interno di questa linea di attività sono stati realizzati una serie di interventi di promozione imprenditoriale, sia all'interno della "diretrice" territorio che di quella innovazione.

Relativamente alle "altre azioni di promozione imprenditoriale in contesti locali", il principale intervento in corso di realizzazione, per conto del GAL Tiburtino in collaborazione con il Parco regionale dei Monti Lucretili, consiste in una azione di promozione delle opportunità di sviluppo d'impresa, in particolare nelle aree del turismo e della valorizzazione delle produzioni tipiche locali.

Il progetto prevede l'erogazione di un servizio sul territorio, continuo, di consulenza e tutoraggio alle imprese ed agli operatori economici del settore turistico rurale, storico, culturale, naturalistico e termale, al fine di promuovere lo sviluppo delle attività economiche esistenti e la creazione di nuove attività imprenditoriali. Sono in corso di realizzazione le seguenti azioni:

- analisi delle principali potenzialità di sviluppo d'impresa espresse dal territorio nei settori del turismo e della valorizzazione dei prodotti tipici;
- attivazione di uno sportello di informazione ed orientamento ai potenziali imprenditori;
- servizio di tutoraggio per l'accompagnamento dei progetti d'impresa individuati;
- azioni di comunicazione per la valorizzazione delle produzioni tipiche e delle opportunità dell'area.

Relativamente alle "altre azioni di promozione imprenditoriale nelle filiere dell'innovazione" è stata realizzata una significativa attività di "networking" per promuovere la elaborazione di progetti transnazionali da attuare all'interno di specifici programmi promossi dall'Unione Europea. In tutti questi progetti BIC ha svolto un ruolo di promozione, assistenza tecnica nella elaborazione del

progetto, sviluppo del partenariato, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo d'impresa innovativa nei diversi settori. I progetti promossi sono stati i seguenti:

- Ottimizzazione dei sistemi informativi per le PMI europee del trasporto merci e nuove opportunità d'impresa (5° Programma Quadro sulla ricerca);
- Sviluppo della partecipazione delle p.m.i. al 5° Programma Quadro sulla Ricerca attraverso la rete europea dei BIC (5° Programma Quadro sulla ricerca);
- Donne on-line, metodologie sperimentali per la formazione alla creazione d'impresa ed all'autoimpiego (Leonardo);
- Standard per la gestione di processi ed impianti di trattamento di acque potabili e reflue e possibilità di sviluppo di nuova impresa (Leonardo);
- Sistema di orientamento integrato rivolto ai giovani per le professioni del settore edile (Leonardo);
- Modello di formazione e supporto telematico sperimentale per la diagnosi sullo stato dei fabbricati (Leonardo);
- Sistema formativo per nuove qualifiche nel recupero dei siti e nella gestione di materie prime seconde (Leonardo).

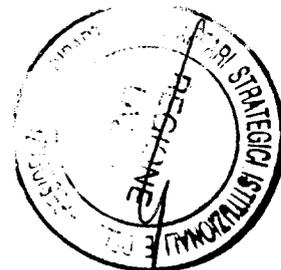
4.2 Area funzionale "promozione d'impresa"

4.2.1. Promozione di nuova imprenditorialità

a) servizio di orientamento ed accoglienza

Il servizio di orientamento ed accoglienza al business planning è stato completamente ristrutturato e potenziato nel corso del 1999, articolandolo come processo di "autovalutazione" che si compone di tre fasi consecutive:

- accoglienza – uno o più incontri con il potenziale imprenditore per valutare il livello di definizione dell'idea d'impresa, i punti di forza e debolezza dell'idea stessa e del proponente, le potenzialità di sviluppo;
- orientamento – accompagnamento del processo, curato dal potenziale imprenditore, di ricerca di dati ed informazioni utili a sviluppare l'idea d'impresa, con particolare riferimento agli aspetti attinenti le potenzialità di mercato e la definizione del prodotto o servizio;
- assistenza alla redazione del business plan – accompagnamento dell'ultima fase di lavoro consistente nella elaborazione delle previsioni economiche e finanziarie; anche in questo caso



gli operatori BIC forniscono modelli, strumenti di elaborazione e linee d'indirizzo per l'elaborazione del B.P. da parte dell'imprenditore.

Articolata in questo modo l'attività risulta molto più impegnativa ma maggiormente efficace, in quanto consente di offrire un effettivo servizio di "orientamento e consulenza".

Già nel documento "Piano di attività 2000 - stato di avanzamento e rimodulazione", trasmesso il 20.7.00 (prot.LC/aa3085) erano stati forniti dei primi dati sull'attività svolta. Oggi è possibile fornire i dati relativi ai primi tre trimestri dell'anno: relativamente alla sola attività finanziata con la LR 35/90 (escludendo quindi quanto realizzato, sulla base di specifici incarichi nei territori Obiettivo 2 e 5b), le accoglienze sono state 378, le idee d'impresa che hanno superato il primo filtro (che, si ricorda, è essenzialmente un filtro di "autovalutazione") e sono state avviate al percorso dell'orientamento sono state 71 e quelle che sono arrivate fino al completamento del business plan sono state 30.

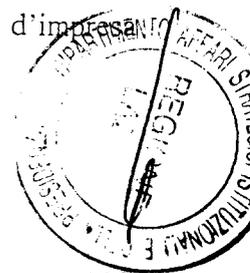
b) informazione sugli strumenti di incentivazione per nuove imprese

All'interno di questa linea di attività sono da comprendere differenti tipologie di interventi:

- costante manutenzione del sito internet "biclazio.it", di cui è stata recentemente messa in rete una nuova versione al fine di consentire la messa in rete di una maggiore quantità di informazioni sulle attività, i servizi e gli strumenti per la creazione d'impresa;
- partecipazione ad eventi con preparazione di relativi materiali promozionali (Campus ed Enzimi), partecipazione ad incontri di promozione della cultura d'impresa presso le classi terminali di istituti tecnici (tre interventi, rispettivamente all'ITC Galileo Galilei e Francesco d'Assisi di Roma ed all'ITC di Velletri) e presso l'Università (facoltà di Economia "la Sapienza") in aggiunta agli interventi realizzati nell'ambito del progetto "Università-impresa";
- produzione di materiali di informazione sugli strumenti regionali per la creazione d'impresa (manifesti, cartelloni, pieghevoli).

c) Seminari di formazione imprenditoriale di base

Nei primi dieci mesi dell'anno sono stati realizzati complessivamente 18 seminari con 330 partecipanti complessivi. L'azione a fine anno risulterà comunque complessivamente ridimensionata rispetto alle previsioni: potranno essere realizzati interventi pari a circa la metà di quelli pianificati. Ciò è dovuto essenzialmente a due ragioni:

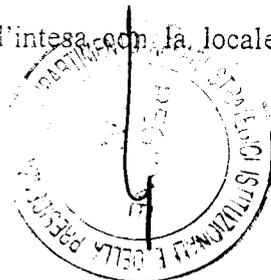


- la riduzione della spinta iniziale della LR 29/96 dopo i primi due anni di attuazione ed anche a fronte del completamento del set degli strumenti regionali di sostegno alla nuova impresa, in particolare con l'introduzione della LR 19/99 (prestito d'onore) che prevede un diverso percorso di assistenza (ammissione alla formazione per quanti presentino una idea valida ma non siano in grado di articolare compiutamente il progetto);
- l'accresciuta presenza sul territorio di BIC Lazio con il proprio servizio di accoglienza più strutturato, sia nelle aree in cui ciò è avvenuto con il finanziamento della LR 35/90 che nei territori Obiettivo 2 e 5b dove hanno operato gli sportelli, gli incubatori o i centri di promozione imprenditoriale finanziati con altri programmi; a questo proposito si consideri che a fronte dei numeri dell'accoglienza attuata con la LR 35/90 di cui si è detto nelle pagine precedenti, nel resto della regione, con il finanziamento di altri programmi, sono stati censiti nei primi tre trimestri dell'anno circa 800 interventi di accoglienza, 158 idee ammesse al percorso di orientamento e 103 assistenza completate fino alla conclusione del business plan.

Le risorse finanziarie che a chiusura d'anno risulteranno non utilizzate rispetto a quanto preventivato andranno ad incrementare le disponibilità per il "Centro di Promozione d'impresa a Roma", dal momento che la legge di bilancio per il 2000, nell'approvare il piano d'attività ex LR 35/90 stabiliva che "almeno" 1.500 dovessero essere destinati a tale finalità.

d) Interventi pilota di spin-off

La selezione dei contesti territoriali ed aziendali nei quali realizzare l'azione pilota è risultata estremamente laboriosa, dal momento che era necessario individuare delle realtà in cui ci fosse la piena disponibilità alla cooperazione da parte delle imprese. La scelta è ricaduta sul comprensorio della Valle del Sacco (da Colleferro a Frosinone) in quanto territorio che presenta ancora una presenza di industria manifatturiera medio-grande, per quanto fortemente ridottasi negli ultimi decenni. Nell'area di Colleferro le imprese direttamente coinvolte sono due (Sistema compositi e Simmel difesa) dopo una ricognizione iniziale che ha interessato tutto il sistema di grande impresa presente. A queste si è poi aggiunto il Consorzio GAIA (Gestione Associata Interventi Ambientali), che è esso stesso il risultato di un processo di spin-off degli enti locali nel settore dei rifiuti solidi urbani; Gaia, con i suoi oltre 300 addetti, rappresenta perciò una realtà di estremo interesse per individuare le opportunità di sviluppo d'impresa ed i processi di spin-off che si possano generare all'interno della filiera delle attività legate al ciclo dello smaltimento dei rifiuti. Nell'area di Frosinone, infine, a seguito di una ricognizione effettuata d'intesa con la locale Unione degli



A handwritten signature in black ink, located to the right of the official stamp.

Industriali si prevede di coinvolgere ulteriori una o due imprese, da selezionare tra quattro imprese che hanno espresso una disponibilità iniziale.

L'intervento, la cui conclusione è prevista per il primo trimestre del 2001, si articolerà, per ciascuna delle imprese partecipanti, nelle macrofasi di seguito illustrate. Naturalmente in ciascun contesto aziendale l'analisi potrà essere più o meno approfondita in funzione delle effettive potenzialità di terziarizzazione riscontrate e della possibilità che intorno a tali opportunità si possa coagulare una compagine di imprenditori o potenziali tali (i tecnici o comunque i dipendenti, secondo il classico modello dello spin-off) interessati a sviluppare una nuova attività.

▪ Analisi conoscitiva.

- Individuazione di quelle attività svolte attualmente all'interno, ma che non fanno parte del core-business aziendale e che potrebbero essere proficuamente terziarizzate; ciò con l'obiettivo di creare vantaggi sia alle imprese sia la attuerebbero (che si verrebbero così a sgravare di attività per loro non strategiche e che appesantiscono le loro organizzazioni), sia a soggetti, provenienti o meno dall'impresa stessa, che potrebbero iniziare una nuova attività imprenditoriale e/o a imprese già esistenti che potrebbero ampliare o diversificare la loro attività.
- In parallelo, si tratta di evidenziare quelle forniture di beni o di servizi già acquisite dall'esterno, ma in aree geografiche diverse, che potrebbero essere eseguite da piccole e medie imprese del territorio, che possano assicurare risultati certamente non inferiori in termini di efficienza, anzi con risvolti positivi per la riduzione dei costi e dei tempi di trasporto e di prontezza di risposta.
- Infine, vengono selezionati i processi/business per i quali condurre lo studio di dettaglio sulla loro fattibilità.

▪ Individuazione degli imprenditori

- Individuazione dei soggetti interessati a rilevare le attività da terziarizzare; essi potranno essere dipendenti o collaboratori dell'impresa che opera la terziarizzazione e che si sentono in grado di intraprendere l'attività imprenditoriale, ovvero esterni che ritengono di avere le capacità e le possibilità di eseguirle.
- Valutazione dell'interesse, disponibilità e potenzialità dei soggetti interessati, congiuntamente ai soggetti stessi.

▪ Analisi di fattibilità delle possibilità di creazione o sviluppo d'impresa attraverso l'esternalizzazione delle funzioni individuate.



[Handwritten signature]

- Analisi gestionale finalizzata ad individuare i processi produttivi/operativi e la loro disponibilità; le strutture e gli impianti necessari; le risorse umane necessarie in termini quantitativi e qualitativi; i costi di investimento e di esercizio; il fabbisogno finanziario.
- Valutazione del mercato attuale e delle sue potenzialità in termini di area geografica e di diversificazione della clientela e delle attività. È ovviamente auspicabile che la tipologia di attività terziarizzate possa trovare un bacino di utenza allargato, in modo che l'impresa che la eserciterà possa contare su più clienti.
- Confronto con i possibili concorrenti, attuali e potenziali, ed esame dei propri punti di forza e di debolezza.
- Quantificazione delle risorse finanziarie per gli investimenti e per la gestione.
- Analisi delle possibili fonti di finanziamento agevolato.

4.3 Area funzionale "assistenza all'impresa"

4.3.1. Progetti pilota di assistenza a neo-imprese sorte per iniziativa spontanea dell'imprenditore

Come già esposto nell'ipotesi di rimodulazione del piano attività 2000, nel corso dell'anno è stato realizzato un solo intervento, invece dei due preventivati. Si tratta dell'intervento a Viterbo, in collaborazione con la locale Camera di Commercio per il quale erano state attuate le azioni preliminari di promozione nel corso del 1999. Complessivamente, dopo una azione preliminare di promozione e selezione, è stato attuato un programma di assistenza tecnica per circa 30 nuove imprese sorte da non più di 18 mesi per iniziativa spontanea dell'imprenditore. Ciascuna impresa ha potuto beneficiare di un programma personalizzato di assistenza tecnica elaborato a seguito di una diagnosi preliminare svolta da BIC d'intesa con lo stesso imprenditore. L'intervento, come è noto, è finalizzato ad accompagnare lo start-up e ridurre i rischi di mortalità, un monitoraggio ad un anno dalla conclusione del programma consentirà di acquisire i primi risultati sull'efficacia dell'azione svolta.

4.3.2 Tutoraggio alle imprese sorte con la LR 29/96

Nel periodo dal 1° gennaio al 31 ottobre u.s. sono state avviate al tutoraggio 31 nuove imprese, che portano a 118 le imprese finanziate con la LR 29, attualmente tutorate. Come è noto l'intervento in ciascuna impresa si articola su un periodo di 24 mesi, pertanto solo una parte dei tutoraggi assegnati

vengono realizzati (e quindi contabilizzati) nell'anno, così come si tratta di considerare nell'anno in corso parte degli interventi avviati, ma non conclusi, nell'anno precedente.

Il criterio è in ogni caso univoco: posto che ad ogni impresa vengono assegnate complessivamente 20 giornate di assistenza, comprensive tanto dell'intervento del tutor in senso stretto che dell'attività di assistenza svolta internamente da BIC (gestione amministrativa del tutoraggio, monitoraggio dell'intervento, assistenza "su richiesta", formazione ed aggiornamento dei tutor, ecc.), l'intervento su ciascuna azienda viene ripartito amministrativamente per ciascun esercizio sulla base delle giornate di tutoraggio che risultano effettivamente erogate sulla base delle relazioni del tutor controfirmate dall'imprenditore.

Il dato relativo all'anno in corso, aggiornato al 31.10.2000, è il seguente:

- n° di giornate di tutoraggio per proseguimento interventi avviati nel 1999 = 562
- n° di giornate di tutoraggio per interventi avviati nel 2000 = 70
- totale giornate di tutoraggio dal 1.1.2000 al 31.10.2000 = 632

Entro l'anno si prevede di avviare l'intervento per altre 10/15 imprese e di realizzare complessivamente altre 100 giornate di tutoraggio.

Complessivamente si prevede di chiudere l'anno realizzando un numero di giornate di tutoraggio inferiori alle 850 preventivate in sede di presentazione del piano di attività, ciò in conseguenza del fatto che il piano includeva anche gli interventi per le aziende finanziate con la LR 51/96 che invece potranno essere attuati con specifiche risorse.

Conseguentemente, anche in questo caso, le risorse finanziarie che a chiusura d'anno potranno eventualmente risultare non utilizzate rispetto a quanto preventivato andranno ad incrementare le disponibilità per il "Centro di Promozione d'impresa a Roma", per le motivazioni già precedentemente fornite.

4.3 Gestione del sistema di servizi allo start-up

Come previsto dal piano 2000 e dalla sua successiva rimodulazione, all'interno di questa linea di attività sono state realizzate le seguenti azioni:

- stipula della convenzione con la Banca della Ciociaria per l'accesso al credito da parte delle imprese assistite ed avvio del rapporto con altri istituti bancari (per Banca Monte Paschi e Banca di Credito Cooperativo di Roma sono in corso di completamento i rispettivi iter amministrativi) ovvero altri organismi operanti nel settore (con Unionfidi è stata stipulata una

intesa per garanzie su crediti a medio termine e sono stati avviati contatti con i consorzi di Garanzia Fidi operanti nella regione);

- messa a punto del progetto “Business Angels”, nell’ottica di costituire nel Lazio un network di investitori informali ai quali presentare progetti di impresa innovativi per costituire possibili partenariati;
- completamento della banca dati sulle imprese assistite;
- attivazione, presso gli incubatori (Ferentino e Roma Elis, in quanto gli altri sono finanziati con altri programmi) di servizi di informazione ed assistenza alle imprese ospiti, basato su periodici incontri tematici;
- produzione della seconda edizione del “catalogo delle nuove imprese” di cui è stata promossa la costituzione ovvero che sono tutorate o ospiti negli incubatori.

4.4. Incubatori

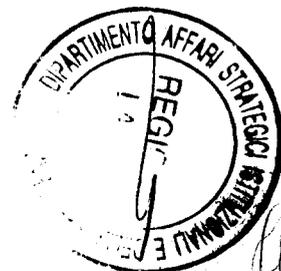
4.4.1 Valutazione di fattibilità di nuovi incubatori

Come previsto sono state completate tre valutazioni di fattibilità: Civitavecchia, Monterotondo e Civitacastellana.

In due dei tre casi citati, all’analisi economica d’area ha fatto seguito lo sviluppo del rapporto con gli interlocutori locali che ha condotto ai seguenti risultati:

- a Monterotondo è stata sottoscritta una convenzione con la locale amministrazione comunale che si impegna ad affidare a Bic la gestione di un incubatore che verrà realizzato all’interno del costruendo “Centro servizi intercomunali”; si prevede l’avvio della gestione a conclusione del 2001;
- a Civitavecchia l’Amministrazione comunale ha approvato uno schema di convenzione che anche in questo caso prevede l’affidamento a BIC di un incubatore da localizzare all’interno di una ex caserma militare (ex caserma Stegher).

Solo a Civitacastellana alla conclusione dell’analisi d’area non ha ancora fatto seguito la formalizzazione di una intesa. Lo studio è stato però funzionale all’avvio di un tavolo di concertazione con le amministrazioni del comprensorio, le parti sociali ed alcune scuole secondarie superiori, che ha condotto alla sigla di una intesa preliminare.



4.4.2 Progettazione e realizzazione di un centro cittadino di promozione d'impresa a Roma

E' stata realizzata una approfondita ricognizione di mercato al fine di individuare un immobile idoneo, ricordando (come già esposto in altri documenti) che dovrà possedere le seguenti caratteristiche:

- una dimensione complessiva di circa 1.000 mq, suddivisi in 300 mq da destinare ad uffici ed in 700 mq da destinare a spazi per servizi comuni (riunioni, formazione, ecc.) ed ad uffici attrezzati con work station, per l'ospitalità di nuove imprese di servizi e potenziali imprenditori nella fase di messa a punto del progetto d'impresa;
- naturalmente tale ripartizione va assunta come una indicazione di massima; ideale sarebbe la possibilità di disporre di spazi che possano essere ridistribuiti tra le differenti funzioni in maniera flessibile in base alle esigenze; in un centro di promozione d'impresa gli spazi possono, infatti, essere riorganizzati periodicamente sulla base dell'attività che viene svolta e le stesse aree destinate all'assistenza ai potenziali imprenditori debbono potersi adeguare al mutare delle esigenze delle imprese che di volta in volta vengono assistite;
- il Centro dovrà essere localizzato all'interno della cintura urbana, in area di semi-periferia, ma con buoni collegamenti pubblici (preferita la vicinanza ad una linea metropolitana); la disponibilità (e/o vicinanza) di parcheggi sarà un elemento di preferenza.

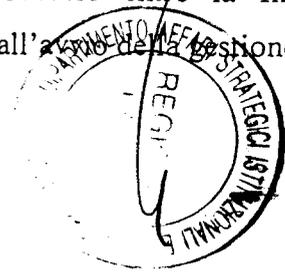
I riscontri fino ad oggi acquisiti potrebbero alla conclusione che i valori di mercato non consentono interventi di tali caratteristiche con le risorse disponibili: l'intervento potrebbe essere realizzato nel corso del 2001 ampliando la dotazione finanziaria.

4.4.3 Progettazione di un incubatore a Latina

A fronte dell'interesse della locale Camera di Commercio, che ha messo a disposizione locali di propria proprietà ubicati nel centro della città, ristrutturandoli opportunamente, si è concretizzata l'opportunità di realizzare un centro di promozione d'impresa a Latina che, per dimensioni demografica e per tessuto produttivo, rappresenta una significativa realtà nella regione.

Viste le caratteristiche dei locali disponibili (un appartamento di circa 300 mq a centro città) si prevede di realizzare un incubatore dedicato all'ospitalità di imprese di servizi, prevalentemente della new economy, sul modello dell'incubatore realizzato a Roma presso il Centro Elis.

La ristrutturazione dei locali è stata completata, l'iter amministrativo dell'intesa con la Camera di Commercio è in corso di completamento, il piano degli investimenti (arredi ed attrezzature informatiche) è stato elaborato. Si prevede pertanto di procedere entro la fine dell'anno all'acquisizione delle attrezzature ed entro i primi mesi del 2001 all'avvio della gestione.



5. IL PIANO TRIENNALE L.35/90 PER IL PERIODO 2001-03

Il piano delle attività che di seguito si presenta rimane in linea con i contenuti espressi nel piano triennale 2000-2002, la sua articolazione è stata sviluppata tenendo conto dell'esperienza conseguita nell'anno 2000 e quanto definito, nelle pagine precedenti, in termine di politiche di sviluppo che si intendono perseguire.

Le diverse linee di attività vengono articolate secondo le due aree funzionali secondo le quali è organizzata la società, a seguito delle decisioni assunte dal C.d.A. dell'11 settembre 2000.

5.1 Quadro d'insieme delle azioni

- *Promozione imprenditoriale*
 - Sviluppo d'impresa in contesti locali
 - Promozione imprenditoriale ed innovazione – Progetti con università, centri di ricerca ed innovazione
 - Promozione imprenditoriale ed innovazione – Promozione di programmi U.E. per EE.LL. e imprese
 - Programma “Investire nel Lazio”
 - Campagna di comunicazione istituzionale

- Creazione e sviluppo d'impresa
 - Servizio di accoglienza, orientamento e business plan
 - Programmi di assistenza a nuove imprese sorte spontaneamente
 - Servizi per l'avvio d'impresa - Tutoraggio
 - Servizi per l'avvio d'impresa – altri servizi
 - Rete dei Centri di Promozione d'Impresa



5.2 Promozione Imprenditoriale

➤ Sviluppo d'impresa in contesti locali

Obiettivo: *consolidare l'attività, già realizzata in altri territori, di promozione d'impresa in aree di crisi o contraddistinte da bassi livelli di sviluppo, al fine di realizzare nuovi Punti di promozione d'impresa.*

Descrizione: azioni integrate d'area, con attività di animazione e promozione imprenditoriale. Si prevede di operare, nel primo anno, in 2 o 3 territori nei quali il Bic è assente, o presente con limitate iniziative, ma che presentano le precondizioni per l'intervento.

Risultati attesi: realizzare, nel primo anno, 3 o 4 piani integrati d'area e promuovere la nascita di nuovi Punti di Promozione d'Impresa; consolidare l'intervento nel biennio successivo sviluppando l'attività ed i servizi offerti dai Punti di Promozione d'Impresa avviati.

Costi: 900 Milioni di lire.

➤ Promozione imprenditoriale ed innovazione – Progetti con università, centri di ricerca ed innovazione

Obiettivo: *Consolidare l'attività di promozione d'impresa, già in essere, in ambiti caratterizzati dalla presenza di competenze tecniche di rilievo, in modo tale da disporre di un modello d'intervento standard da riproporre in diversi contesti.*

Descrizione: attività di animazione e di orientamento a sostegno della creazione d'impresa, in realtà presso le quali Bic Lazio è già presente o in altre da individuare.

Risultati attesi: si prevede di attuare per ciascun anno interventi integrati in 3 diversi contesti (Università e/o Centri di ricerca e diffusione dell'innovazione), svolgendo attività di orientamento all'imprenditorialità a favore di studenti universitari, ex-studenti, ricercatori o tecnici, nonché attività di assistenza al business planning e costituzione di nuove imprese.

Costi: 450 Milioni di lire

- Promozione imprenditoriale ed innovazione – Promozione di programmi U.E. per E.E.L.L. e imprese

Obiettivo: *Sviluppare l'attività societaria in ambito promozionale e di costruzione di partnership e di reti*, con l'intento di favorire la capacità di accesso alle risorse dell'U.E. da parte delle imprese e degli enti locali presenti sui territori nei quali si interviene.

Descrizione: attività di ricerca e selezione delle fonti, organizzazione di una task force regionale che approfondisca le specifiche opportunità esistenti con interlocutori privilegiati (operatori di settore, imprenditori ed amministratori pubblici), divulgazione, mediante seminari e convegni, ed assistenza tecnica.

Risultati attesi: realizzazione di seminari tematici per operatori, incontri ed eventi promozionali, anche con rappresentanti di altri paesi per l'avvio di partenariati.

Costi: 1.500 milioni di lire.

- Programma "Investire nel Lazio"

Obiettivo: *Sviluppare le capacità d'intervento volte a favorire processi di sviluppo locali*, promuovendo la capacità d'attrazione di alcune aree regionali che dispongono di insediamenti (aree artigiani e/o industriali) destinati ad ospitare imprese.

Descrizione: realizzazione di un "progetto pilota" che riguardi alcuni territori regionali (area pontina, ciociaria, aree costiere). Il progetto prevede la realizzazione di un data base contenente l'insieme dei fattori d'attrattività d'area, l'attuazione di un piano di comunicazione e promozione del progetto, con una campagna di eventi nelle regioni del nord Italia ove individuare i potenziali imprenditori, l'avvio e la gestione dei rapporti con i possibili interlocutori (gestione di punti di accoglienza e servizio).

Risultati attesi: avvio dei processi di insediamento di nuove imprese nelle aree individuate:

Costi: 700 milioni di lire per la realizzazione dell'intervento pilota nel 2001; solo a conclusione di questa prima azione potrà essere correttamente dimensionato l'intervento per gli anni successivi,



pertanto si fornisce la stima di 2.000 milioni di lire complessive per il triennio quale indicazione di larga massima

➤ Campagna di comunicazione istituzionale

Obiettivo: *consolidare e sviluppare la visibilità di Bic Lazio* e dei suoi servizi presso le differenti categorie di utenza potenziale, divulgando un'immagine istituzionale coerente con la missione aziendale e le sue linee di attività.

Descrizione: si prevede un insieme diversificato di azioni quali:

- accordi con associazioni imprenditoriali per attuare programmi congiunti nei diversi contesti territoriali e/o di settore e favorire la diffusione dell'informazione sui servizi BIC presso le imprese associate;
- attuazione di una campagna di comunicazione istituzionale e mirata ad i singoli segmenti di utenza potenziale;
- produzione di materiali di informazione sulle attività svolte e di confronto sulle tematiche della creazione d'impresa e dello sviluppo locale (news letter, quaderni, ecc.).

Risultati attesi: realizzazione di campagne informative e di strumenti di base.

Costi: 600 milioni di lire nel triennio, con la concentrazione del 50 % delle risorse nel primo anno.



5.3 Creazione e sviluppo d'impresa

➤ Servizio di accoglienza, orientamento e business plan

Obiettivo: *Consolidare la capacità di offerta diretta ai potenziali neo imprenditori* ed assisterli nel processo di definizione dell'idea imprenditoriale e nella redazione del business plan, mediante la messa a punto di un sistema d'offerta standard, proposto dalla rete di Centri di Promozione d'impresa e Punti di Promozione d'Impresa attivi, e non condizionato dal carattere temporale di alcune fonti di finanziamento.

Descrizione: Attività di accoglienza, orientamento ed assistenza alla redazione del business plan. Attività formativa. L'azione verrà svolta c/o le sedi di Roma, Colferro, Ferentino, Civitavecchia e Latina. Tutte le sedi disporranno di un adeguato laboratorio d'idee (locali attrezzati con postazioni di lavoro informatizzate e complete di collegamenti telematici ed accesso a banche dati specializzate dove elaborare – assistiti da tutor – il proprio business plan, svolgendo tutte le ricerche preliminari).

Risultati attesi: realizzare, per ciascun anno, 1200 accoglienze ed assistere la redazione di circa 50 business plan.

Costi: 1.500 Milioni di lire.

➤ Programmi di assistenza a nuove imprese sorte spontaneamente

Obiettivo: *Consolidare l'intervento a favore delle imprese sorte spontaneamente*, già realizzato con successo in via sperimentale in alcune provincie del Lazio (Latina, Rieti e Roma in aree Ob.2 e Viterbo), volto a ridurre i rischi insiti nella fase di start up.

Descrizione: attività di consulenza personalizzata prestata ad imprese, sorte da non oltre 18 mesi, selezionate con le Camere di Commercio provinciali. Particolare rilievo potrà essere dato alle imprese sorte nei settori più innovativi.

Risultati attesi: miglioramento delle performance aziendali per circa 150 imprese.

Costi: 900 Milioni di lire.

Servizi per l'avvio d'impresa - Tutoraggio

Obiettivo: *Consolidare l'intervento a favore delle imprese sorte beneficiando di finanziamenti della legge 29/96*, ormai in essere da 3 anni e che rappresenta l'esperienza societaria più significativa in termini di assistenza alle imprese, che ha l'obiettivo di ridurre i rischi insiti nella fase di start up delle imprese che hanno beneficiato di finanziamenti pubblici.

Descrizione: attività di consulenza personalizzata ed introduzione di un servizio di consulenza "on line", da erogare previo accordo con una società specializzata in materia.

Risultati attesi: miglioramento delle performance di 100 neo imprese, per il 2001; per gli anni successivi i numeri dipenderanno naturalmente da quante nuove imprese potranno essere finanziate dalla LR 29/96.

Costi: 2.000 Milioni di lire per il 2001 e, proseguendo l'attuale trend di finanziamento della LR 29/96, complessivamente 6.000 milioni di lire per il triennio.

➤ Servizi per l'avvio d'impresa - altri servizi

Obiettivo: *Sviluppare l'attività a favore delle neo imprese, in modo tale da qualificare maggiormente tale attività*, contribuendo alla riduzione dei costi di start up ed offrire assistenza soprattutto quanto riguarda i servizi a maggior valore aggiunto.

Descrizione: verrà erogato un servizio di consulenza gratuito alle imprese che verranno ospitate presso gli incubatori e che non beneficiano di quelli previsti dalle diverse leggi di agevolazione. Introduzione di un servizio di consulenza "on line", per le imprese sopra definite, da erogare previo accordo con una società specializzata in materia. Verranno definiti degli accordi con istituti bancari per favorire l'accesso al credito.

Verrà messo a punto un servizio di monitoraggio dell'attività di tutoraggio allo scopo di disporre del know how necessario per migliorare la gestione dell'attività.

Risultati attesi: miglioramento delle performance, attraverso l'intervento di tutoraggio, di 20 imprese per ciascuno dei tre anni, realizzazione di un sistema di "monitoraggio intelligente" e fornitura di un servizio di consulenza on line per "50" imprese, sempre per ciascun anno.

Costi: 750 Milioni di lire.

➤ Retè dei Centri di Promozione d'Impresa

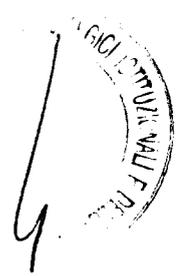
Obiettivo: *Sviluppare in maniera significativa la visibilità e la capacità operativa della società, che non dispone di una sede adeguata alle sue attuali capacità operative e soprattutto alle sue potenzialità, con particolare riferimento all'attuazione degli interventi rivolti all'area romana.*

Descrizione: realizzazione del centro di promozione d'impresè a Roma, dotato di un insieme di strutture e servizi qualificati (laboratorio delle idee, incubatore, aule per formazione/seminari, ecc.).

Risultati attesi: acquisto di una sede di circa 800/1000 mq.

Costi: 2,5 Mld.

L'intervento si integra con quanto già previsto dal piano 2000 (che assegnava a tale scopo risorse per 1,5 Mld.), e quindi le risorse totali disponibili ammontano a 4.000 milioni di lire, che si prevede di impiegare tutte nel 2001.



5.4 Riepilogo azioni e quadro economico per il triennio

| Linee di attività | 2001 | | 2002 | | 2003 | | Triennio 2001-03 | |
|--|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| | In Milioni di lire | In EURO |
| Promozione imprenditoriale | | | | | | | | |
| Sviluppo d'impresa in contesti locali | 300,0 | 154.937,07 | 300,0 | 154.937,07 | 300,0 | 154.937,07 | 900,0 | 464.811,21 |
| Promozione imprenditoriale ed innovazione - Università impresa, centri di ricerca ed innovazione | 150,0 | 77.468,53 | 150,0 | 77.468,53 | 150,0 | 77.468,53 | 450,0 | 232.405,60 |
| Promozione imprenditoriale ed innovazione - Programmi UE | 500,0 | 258.228,45 | 500,0 | 258.228,45 | 500,0 | 258.228,45 | 1.500,0 | 774.685,35 |
| Programma "Investire nel Lazio" | 700,0 | 361.519,83 | 650,0 | 335.696,98 | 650,0 | 335.696,98 | 2.000,0 | 1.032.913,80 |
| Campagna di comunicazione istituzionale | 300,0 | 154.937,07 | 150,0 | 77.468,53 | 150,0 | 77.468,53 | 600,0 | 309.874,14 |
| Creazione e sviluppo d'impresa | | | | | | | | |
| Servizio di accoglienza, orientamento e business plan | 500,0 | 258.228,45 | 500,0 | 258.228,45 | 500,0 | 258.228,45 | 1.500,0 | 774.685,35 |
| Programmi di assistenza a nuove imprese sorte spontaneamente | 300,0 | 154.937,07 | 300,0 | 154.937,07 | 300,0 | 154.937,07 | 900,0 | 464.811,21 |
| Servizi per l'avvio d'impresa - Tutoraggio | 2.000,0 | 1.032.913,80 | 2.000,0 | 1.032.913,80 | 2.000,0 | 1.032.913,80 | 6.000,0 | 3.098.741,39 |
| Servizi per l'avvio d'impresa - altri servizi | 250,0 | 129.114,22 | 250,0 | 129.114,22 | 250,0 | 129.114,22 | 750,0 | 387.342,67 |
| Incubatori | | | | | | | | |
| Centro di Promozione d'Impresa a Roma | 2.500,0 | 1.291.142,25 | 0,0 | 0,00 | 0,0 | 0,00 | 2.500,0 | 1.291.142,25 |
| Totale | 7.500,0 | 3.873.426,74 | 4.800,0 | 2.478.993,12 | 4.800,0 | 2.478.993,12 | 17.100,0 | 8.631.412,97 |