**Presentazione programmatica nell'ambito della candidatura alla presidenza del Gruppo Giovani Imprenditori dell'Unione degli Industriali della provincia di Napoli**



**Gruppo Giovani**

**Imprenditori**

**Napoli**

Carissimi giovani imprenditrici ed imprenditori,

la nostra Associazione non ha mai inteso assegnare all’aggettivo GIOVANI una interpretazione ermeneutica quale semplice status anagrafico, bensì a noi GIOVANI è affidata la responsabilità di costruire fondamenta solide per la creazione di nuove opportunità per le generazioni future, attraverso la condivisione dei migliori valori etico sociali al fine di migliorare la competitività delle nostre imprese per uno “**sviluppo economico sostenibile**” del nostro Paese. Abbiamo pertanto sulle nostre “giovani” spalle una grande responsabilità, che intendiamo portare avanti con passione ed abnegazione, in quanto crediamo fortemente nel ruolo dell’imprenditore, come soggetto attivo e responsabile della crescita e dello sviluppo economico, sociale e civile del nostro territorio e del Sistema Paese. Il nostro Gruppo Giovani Imprenditori, **nel triennio 2020/2022**, continuerà pertanto a stimolare lo spirito di collaborazione ed interazione tra le imprese aderenti, favorendo la partecipazione alla vita associativa, l’accrescimento e la diffusione dei valori della libera iniziativa e della cultura d'impresa, approfondendo le problematiche economiche, politiche e sociali del territorio al fine di favorire il consolidamento e la crescita delle realtà associate, nonché lo sviluppo di nuove forme di imprenditorialità, nella consapevolezza della funzione non meramente economica, ma etico-sociale dell'impresa e dell'imprenditore. Con tale spirito il nostro **GGI** si impegnerà altresì per ancorare l’azione dell’impresa alla legalità, intesa come un principio/valore da coltivare e diffondere, avviando collaborazioni con le Autorità pubbliche preposte ed attivando campagne divulgative anticorruzione che coinvolgano i giovani studenti delle scuole secondarie e dell’università, programmando l’istituzione di apposite borse di studio. Ci impegneremo inoltre energicamente per favorire l’implementazione nelle nostre imprese della cosiddetta “economia civile”, cioè di un “modello” ed un “metodo” di sviluppo economico, i cui Principi di Corporate Governance siano concentrati sullo sviluppo e sul rispetto dei diritti della persona (intesa come lavoratore e come stakeholder) e, quindi, sulla tutela dell’ambiente in cui la persona opera/lavora, progredendo sempre più verso la cosiddetta “economia circolare”, cioè verso “un’economia pensata per potersi rigenerare da sola” (secondo la definizione di Ellen Mac Arthur, fondatrice della omonima Fondazione) o, meglio, una economia ri-generativa/restaurativa dei materiali, delle risorse naturali, dell’energia, dell’acqua e anche delle risorse culturali e sociali al fine di garantire sinergie e simbiosi tra attività produttive, tra sistema industriale e città, tra città e territorio extraurbano. L’Associazione è pertanto chiamata a dare il suo contributo per un approccio strategico e integrato alla pianificazione territoriale, raccogliendo la sfida di trasformare il valore etico della “tutela e salvaguardia dell’ambiente”, nel “motivo” e nel “motore” dello sviluppo, favorendo la nascita di “start-up” attraverso appositi progetti finalizzati a stimolare la “creatività d’impresa”.

Il Programma delle iniziative da porre in essere nel prossimo triennio, frutto del concreto contributo ricevuto da parte di tutti gli associati che hanno consentito di individuare precise linee programmatiche da seguire con determinazione e spirito collaborativo, è il seguente:

**LAVORO**

Il tema del Lavoro è strettamente connesso al mondo giovanile italiano, dal quale emerge forte la preoccupazione nei confronti di una condizione di difficoltà che non fa intravedere sbocchi lavorativi e che risulta accentuata da una crisi economica che ha colpito tutte le fasce d’età. Ma le nuove generazioni sono anche il “***nuovo che produce nuovo***” che non vengono per essere uguali alle generazioni dei genitori e dei nonni. Sono quindi il modo attraverso cui una società COSTRUISCE e INNOVA il proprio futuro cercando di compiere con successo il percorso di transizione alla vita adulta. Tutto questo in un contesto sempre più legato alla coscienza della necessità di un investimento personale nella formazione grazie alla quale si preparano alla vita oltre che al mondo del lavoro.

Per questo motivo sarà profuso un grosso impegno dal **GGI** su tale tematica attraverso le seguenti iniziative:

* Creazione di gruppi di lavoro ad hoc che abbiano come tema centrale il lavoro e l’organizzazione aziendale, l’alta formazione e la formazione professionale e che coinvolgano nelle modalità opportune anche le scuole, i centri di ricerca e le Università del territorio;
* Organizzazione di eventi e seminari, con finalità informativa e formativa, con esperti del settore sulle novità a livello legislativo e le possibili agevolazioni in termini di assunzione per le imprese;
* Incontri con le istituzioni del territorio per migliorare il dialogo con le imprese attraverso un metodo di lavoro che preveda nel tempo ascolto reciproco delle rispettive esigenze, proposizione di programmi condivisi e messa in comune dei contenuti prima e dei risultati conseguiti poi;
* Ampliamento delle opportunità di confronto sul tema fondamentale del lavoro non solo nel tempo (e quindi con maggiori occasioni di dibattito) e nel livello di approfondimento (e quindi con specifici gruppi di lavoro) ma anche a livello territoriale attraverso maggiori opportunità di incontro e di confronto con esponenti di altre territoriali di Confindustria;
* Aumento, miglioramento e incentivazione delle occasioni e delle opportunità di networking tra gli associati al gruppo con l’obiettivo di creare maggiori sinergie e di cercare, condividere e replicare le best practice che emergono in tema di lavoro e di impresa.

**EDUCAZIONE E FORMAZIONE**

L'introduzione progressiva, e in rapida evoluzione, delle nuove tecnologie, della digitalizzazione e della robotizzazione non solo nell'attività economica, ma anche nel settore pubblico, sta esercitando un impatto enorme sui sistemi di produzione, sulle condizioni di lavoro e sui modelli organizzativi del mercato del lavoro e della società in generale. La nuova rivoluzione industriale, se debitamente accompagnata da una corretta combinazione di politiche per una crescita inclusiva e sostenibile trainata dall'innovazione, ha le potenzialità per migliorare sia la produttività che la qualità del lavoro e della vita. L'impatto sull'occupazione è già evidente, molti impieghi stanno conoscendo una radicale trasformazione e altri totalmente sostituiti a ritmo sostenuto.

Un'istruzione di base di qualità, nonché una formazione di alto livello ed efficace, l'apprendimento permanente, il perfezionamento e la riqualificazione professionale rappresenteranno gli strumenti necessari per cogliere le opportunità di lavoro del futuro e favorire la competitività delle imprese.

A tal fine il GGI si farà promotore dei seguenti progetti:

**Progetto CHALLENGING EDUCATION**

Ampia sinergia tra il mondo Accademico ed Imprenditoriale, che si incontrano per la risoluzione di casi di studio dall'immediata applicazione aziendale.

**Progetto IMPRESA TRA I BANCHI**

I Giovani Imprenditori comunicano i valori associativi e dell'imprenditoria alle giovani leve degli Istituti Scolastici Superiori. Giovani che tra le diverse opportunità offerte dal sistema Istruzione e Formazione, possono scegliere di mettersi in gioco in prima persona, magari accompagnati da un "*Angel*".

**Progetto WELFARE AZIENDALE**

Quest'anno è stato pubblicato il primo avviso da parte della Presidenza del Consiglio dei Ministri, rivolto alla realizzazione di interventi Welfare curati da imprese private. Nei prossimi anni assisteremo ad un netto incremento del numero di aziende che attivano questi strumenti. Ipotesi di intervento:

* Evento di presentazione della prossima iniziativa con la partecipazione di un rappresentante della Presidenza del Consiglio dei Ministri.
* Esempi virtuosi di imprese che hanno sperimentato in prima battuta l'applicazione degli strumenti.

**Progetto "ENGAGEMENT DELLE RISORSE UMANE"**

Le risorse umane sia per le aziende di produzione che per le aziende di servizi determinano il successo di un'impresa, pertanto il "coinvolgimento" delle stesse diventa un punto focale. In particolar modo nelle PMI, gli imprenditori ricoprono tra i diversi ruoli e funzioni anche, spesso, la gestione diretta degli staff.

Ipotesi di intervento:

* Breve ciclo di eventi formativi, sul tema.

**Progetto "SKILL MISMATCH"**

La discrepanza tra le competenze richieste dal mondo del lavoro e quelle disponi bili sul mercato, nel mondo riguarda 1,4 miliardi di lavoratori nel mondo. Ipotesi tipologie di intervento:

* Tour dei Giovani Imprenditori, presso i Rettorati delle Università campane per un incontro con i presidi di facoltà con l'obiettivo di una curvatura dell'offerta universitaria alla realtà dei mercati.

**Progetto "VISITA ALLA SILICON VALLEY"**

Da organizzare con il regionale/nazionale, la comunità italiana nel mondo rappresenta il nostro Paese, in settori spesso strategici e dall'alto tasso innovativo. Una vista negli USA, nella culla mondiale dell'innovazione è il perfetto compimento di un percorso che vede l' Uomo al centro.

**RICERCA E INNOVAZIONE**

**Restartup**

In un contesto dove globalizzazione e tecnologia hanno stravolto gli scenari, bisogna innovare con convinzione e coraggio. Per innovare bisogna mettere a sistema tutte le energie, contaminando le varie esperienze e favorendo la collaborazione tra tutte le aziende iscritte, l’idea è quella di istituire un gruppo di lavoro per creare processi di *cross-fertilization* tra il mondo della ricerca, gli incubatori, le startup e le aziende attente all’innovazione. Possiamo trasformare il gruppo GGI di Napoli in un grande “acceleratore di imprese”. Per tornare a crescere le nostre aziende devono “imparare” dalle start up, ridefinendo il proprio modello di business facendo leva sull’innovazione. Una sorta di *restartup*.

Il gruppo di lavoro analizzerà anche tutte le opportunità in ambito fiscale legate agli investimenti in ricerca e innovazione (credito d’imposta ricerca e sviluppo, il bonus formazione 4.0, detrazioni per investimenti in start up innovative solo per citarne alcune).

**Industria 4.0 e Fabbrica intelligente**

Particolare attenzione verrà riservata alle tecnologie introdotte nell’ambito del Piano nazionale [Industria 4.0](https://www.agendadigitale.eu/industry-4-0/trasformazione-digitale-nasce-impresa-4-0/) ed alla transizione verso la fabbrica intelligente.

**Premio innovazione**

Istituiremo premio annuale per l’innovazione per dare visibilità a case history di imprese associate che si sono distinte sul mercato credendo fortemente nella ricerca e innovazione.

**INFRASTRUTTURE E APPALTI**

*Codice degli appalti e delle forniture anche in ambito europeo, Situazione degli Enti Locali,**Partenariato Pubblico Privato.*

La modifica al codice degli appalti che il vecchio governo gialloverde ha messo in campo, il cosiddetto “Sblocca Cantieri” ha creato notevole scompiglio nel mondo degli appalti. Introduce infatti: un nuovo regolamento, novità sul minor prezzo, sull’appalto integrato e in altri campi. Una precisazione è però necessaria: la maggior parte dei primi 15 commi dell’articolo 1 della **legge 55/2019** **sono provvedimenti di carattere sospensivo** di alcune norme del d.lgs. 50/2016 per le quali si è voluto determinare un periodo di sperimentazione degli effetti della loro sospensione.

Il nostro Gruppo Giovani più ancora dei Senior è interessato a capire cosa accadrà in futuro, e che prospettive il nuovo governo ha in mente per tutti i nostri associati che vivono di gare, e che da troppo tempo subiscono un travagliato destino di crediti da esigere, tempi biblici (e quando non lunghi comunque incerti, incapaci di garantire alle aziende l’accesso al credito indispensabile alla crescita sana). Approfondiremo questo tema con eventi in sinergia con i senior, sia della Unione che dell’ACEN, ai quali chiunque vorrà potrà partecipare.

Approfondiremo in special modo il tema delle amministrazioni locali, che continuano ad essere afflitte dal problema della ristrettezza economica, e con le quali oggi è possibile dialogare su più livelli, specialmente per le imprese. Nel solco già tracciato e in sinergia con l’ordine dei dottori commercialisti porteremo avanti una iniziativa ad hoc sugli strumenti di Partenariato Pubblico Privato (Project Financing, Leasing in costruendo ed altri tipi di concessione).

**VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E CRESCITA ECONOMICA**

*Strumenti locali e strategici, zone ASI e PIP: piani per lo sviluppo industriale (zone franche urbane), opportunità nei beni del patrimonio pubblico inutilizzato, diverso concetto di internazionalizzazione*

A chi appartiene il territorio se non ai giovani? Finalmente è stato approvato il preliminare di PUC per il comune di Napoli (la più vasta tra le amministrazioni territoriali della nostra associazione), ci interrogheremo su quale compatibilità lo stesso abbia con il piano strategico regionale e metropolitano in corso di redazione, e che futuro le nostre istituzioni locali hanno immaginato per il nostro territorio. Non possiamo, proprio noi giovani, lasciare che il nostro territorio diventi preda di incompetenti burocrati o peggio ancora dei politicanti di turno. Sapere cosa si può fare, come e dove è il primo passo per farsi una opinione e prendere una posizione… troppo spesso sentiamo parole come “Rigenerazione Urbana” o “Politica per il Territorio” ma nessuno parla mai di Lavoro. Proprio al Sud dove la sua carenza è il più grande dei problemi, e dove tante realtà nella nostra associazione investono di continuo tempo e risorse.

Tanti sono gli enti e tantissimi gli immobili che questi ogni anno dismettono o deliberano in bilancio come “da cedere”. Per molti di questi a destinazione produttiva e direzionale può nascere una opportunità con una o più delle nostre aziende. Organizzeremo degli incontri per valutare le occasioni più interessanti e le possibili proposte.

Conoscere le opportunità del nostro territorio e gli strumenti attraverso i quali è possibile trasformarlo, dialogando con la pubblica amministrazione, è il presupposto basilare per la crescita di quasi tutte le nostre aziende, oltre che del territorio. Ma non è solo questo…. Esso rappresenta un punto di partenza in quanto le vere trasformazioni non sono quelle che avvengono con l’apporto del capitale proprio delle aziende ma quelle che sono in grado di coinvolgere soggetti istituzionali. Vogliamo provare nei prossimi tre anni ad avviare un percorso nel quale delineare un nuovo concetto di “internazionalizzazione” che parta dalla realtà territoriale della Unione Industriali di Napoli … portare cioè qui sui nostri territori i grandi investitori, i fondi di sviluppo, le SGR.

Avvieremo degli incontri sul tema per delineare una strategia di sensibilizzazione e coinvolgimento dei senior e delle istituzioni sul tema, ci interrogheremo per trovare una risposta alla domanda:” cosa possiamo e dobbiamo fare affinché le nostre aziende e le nostre realtà non restino indietro sul cammino della globalizzazione?”.

**FONDI EUROPEI**

*Nuova programmazione e Inutilizzato della vecchia programmazione, Rapporti con l’autorità di gestione regionale, missione a Bruxelles.*

Conoscere i diversi strumenti di finanziamento Comunitario, le possibilità che possono nascere per le imprese sul territorio, la differenza tra i fondi diretti e quelli indiretti, la loro quantificazione in relazione alla programmazione attiva e a quella nuova… a questi e ad altri interrogativi vorremmo provare a rispondere attraverso degli incontri e dei confronti con degli esperti del settore… concentrandoci ovviamente su quelli che possono essere più interessanti/fruibili per le imprese associate. Questo percorso potrebbe portarci nel corso del triennio a familiarizzare con gli strumenti e con i soggetti istituzionali preposti alla loro gestione, e potrebbe essere interessante concludere il percorso con un incontro/missione presso l’autorità di gestione dei nostri fondi a Bruxelles.

*Strumenti di bonus fiscale per ristrutturazione, efficientamento energetico e miglioramento sismico: quando questi possono essere impiegati su immobili ad uso commerciale, terziario e produttivo.*

L’Innovazione tecnologica è un tema trasversale a vari settori, ma è comune a tutti o quasi la necessità (o meglio la opportunità) di fruire degli incentivi fiscali attualmente disponibili anche per le realtà industriali, come il “Bonus Facciate” il “Sisma Bonus” l’”Eco Bonus”

Possiamo immaginare una partecipazione attiva / approfondimento di questi temi con i professionisti del settore (ordine commercialisti e ordine ingegneri) per uno o più incontri, un seminario ad hoc, uno o più convegni e finanche una visita a qualche azienda che ha fruito delle misure.

**TRASPORTI E PARI OPPORTUNITÀ**

Il patrimonio paesaggistico, culturale, archeologico, enogastronomico di un territorio come il nostro ha delle potenzialità enormi, in larga parte inesplorate. Lo sappiamo, ce lo ripetiamo tutti. Ma noi giovani imprenditori siamo lontani, per vocazione e per obbligo, dalla logica di chi se ne lamenta, senza fare nulla per accelerare un processo di sviluppo che potrebbe creare occupazione, assottigliando il gap con il Nord e con i principali competitor turistici di un mercato sempre più globale. Questo non è un paese normale, non è un paese per tutti: è l'unico luogo in cui se hai veramente talento, hai tutti gli ostacoli del mondo per dimostrarlo, ancor di più se donna, in un ambiente ancora prevalentemente maschilista, dove necessita ancora un fortissimo impegno per il definitivo abbattimento delle barriere di genere, dalla definizione dei ruoli al cosiddetto Gender Pay Gap, la differenza di salario tra uomo e donna a parità di ruolo lavorativo. Per i suddetti motivi, la storia delle nostre aziende ci spinge a profondere il massimo dell’impegno, facendo rete, per far crescere il nostro Sud, la nostra regione, la nostra città e il nostro **GGI**, che raggruppa le migliori eccellenze del territorio, deve svolgere un ruolo da protagonista nel percorso comune e condiviso di crescita di quest’area e di chi se ne fa, oggi più che mai, convinto ambasciatore.

**Il programma**

* Organizzare **direttivi itineranti** nelle nostre realtà allo scopo di conoscere da vicino roblematiche locali e avere interlocuzioni dirette con il territorio, da cui vanno recepite istanze e suggerimenti;
* Implementare e razionalizzare i flussi legati alla crocieristica, che spesso non vengono adeguatamente incanalati sul territorio e si limitano a una fruizione parziale, episodica e poco soddisfacente per il turista e per l’imprenditore della città;
* Promuovere una Interlocuzione costante con l’ente Regione sulla tematica dei **trasporti pubblici**, che ad oggi penalizzano fortemente la fruizione del territorio e delle aree più periferiche, frenando lo sviluppo potenzialmente interessante di zone archeologicamente interessanti (come l’area flegrea);
* Promuovere politiche che favoriscano la **smart mobility**, la nuova mobilità altamente tecnologica, a misura di cittadino e a basso impatto ambientale;
* Organizzare di eventi di sensibilizzazione all’adozione di comportamenti, individuali e aziendali, a **basso impatto ambientale**, dal *plastic free* alle energie rinnovabili;
* Organizzare eventi, anche in partnership con associazioni del terzo settore, per favorire le pari opportunità in ambito lavorativo;
* Organizzare percorsi di **coaching**, individuale e collettivo, rivolti in particolare alle donne per favorirne un pieno inserimento in termini di salario, aspettative e prospettive in ambito lavorativo;
* Prevedere protocolli condivisi per annullare il cosiddetto “**Gender Pay Gap**” nel settore privato, dove, secondo il Gender Gap Report 2019, a parità di lavoro con un collega uomo, in Italia è come se una donna cominciasse a guadagnare dalla seconda metà di febbraio;
* Sottolineare, attraverso lo **storytelling**, le storie di donne di successo, che hanno realizzato i propri sogni professionale senza per questo effettuare rinunce nella loro vita personale;
* Promuovere efficaci azioni di contrasto a pregiudizi e stereotipi legati ai ruoli maschili e femminile;
* Sensibilizzare sui temi della funzione dello stereotipo in pubblicità, a cominciare dalle nostre aziende;
* Valorizzare le diversità di genere in tutti i contesti (sociali, culturali ed economici);
* Promuovere azioni di supporto al punto di ascolto contro la violenza, in particolare psicologica, alle donne sul posto di lavoro;

**SANITÀ**

L’art. 32 della Costituzione recita: *“La Repubblica tutela la salute come fondamentale diritto dell'individuo e interesse della collettività, e garantisce cure gratuite agli indigenti. Nessuno può essere obbligato a un determinato trattamento sanitario se non per disposizione di legge. La legge non può in nessun caso violare i limiti imposti dal rispetto della persona umana.”*

Una popolazione che mediamente invecchia, con una forte spinta mondiale all’innovazione tecnologica ed alla precisione medica, in uno Stato che oggi dispone di risorse finanziarie limitate, sono condizioni che mettono a dura prova l’art. 32 della Costituzione.

Se aggiungiamo la spinta politica al federalismo fiscale regionale, la cui ultima espressione è quella dell’autonomia differenziata, ciò che viene messo in grande difficoltà è il Servizio Sanitario Nazionale, quale garante del diritto alla salute del cittadino, qualunque sia la propria residenza sul territorio nazionale o qualunque sia il periodo dell’anno in cui necessita di una cura.

Il tema centrale è il futuro: quali sono le nuove sfide da affrontare in sanità, per poter garantire un servizio al cittadino di qualità su tutto il territorio nazionale, qualunque giorno dell’anno?

La nostra Associazione deve saper individuare e cogliere le opportunità, laddove ci sono le grandi sfide. In un clima di confronto, interrogandosi su ognuno dei temi che seguono, la nostra Associazione ha la grande opportunità di poter dire “Noi ci siamo! Come possiamo contribuire a vincere la grande sfida del futuro?”.

**Programma 2020-2022**

Per poter rispondere al quesito, non possiamo più parlare di realtà isolate, ma dobbiamo pensare ad un ecosistema dinamico, multidisciplinare ed integrato, alla programmazione, all’efficacia ed all’efficienza, senza tralasciare l’umanizzazione delle cure. Si propone un programma di confronto per ogni singolo tema con policy makers, Università o operatori di settore.

**Ecosistema dinamico, multidisciplinare ed integrato**.

Confronto con Confindustria Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna sui seguenti quesiti: “come agiscono le Regioni più virtuose per LEA? Come cooperano in queste regioni i *policy makers* e gli operatori sanitari pubblici o privati?”

**Programmazione**.

Confronto con il Ministero sui seguenti quesiti: “cosa sta facendo il Ministero della Salute? Come stanno agendo i governi regionali? Quale ruolo può ricoprire l’azienda privata?”

**Efficacia ed efficienza**.

Confronto con l’Università Bocconi, con il DIH Regione Campania e con Soresa sui seguenti quesiti: “Cosa dicono le Università esperte di economia sanitaria? Cosa stanno facendo gli attuatori regionali? Come può la tecnologia contribuire? Quali sono le nuove frontiere su cui investire?”

**Umanizzazione delle cure**.

Confronto con medici *opinion leaders* sul seguente quesito: “come far coesistere l’avanzamento tecnologico con l’umanizzazione delle cure?”

Al termine dei confronti organizzare un convegno finale con i vertici della Regione Campania, dove far convergere gli studi, le osservazioni, le criticità e le proposte per comprendere come essi intendono affrontare le grandi sfide sanitarie e cosa si aspettano dalle aziende private.

**TURISMO**

La nostra città che vive un momento di rinnovato splendore per ciò che riguarda il turismo è oramai qualcosa di concreto ed assodato. Flussi di turisti, italiani e stranieri provenienti da ogni parte del mondo, affollano le nostre strade, i nostri vicoli, le nostre bellezze architettoniche ed i nostri luoghi di culto e di storia. Napoli come Capitale culturale d'Italia, non per altro è tra le città più visitate nel 2019.

Il grande sforzo che viene fatto da tutti i partecipanti alla grande filiera del turismo e sotto gli occhi di tutti. La nostra città infatti, permette di vivere il turismo sotto diverse sfaccettature: turismo culturale, turismo sostenibile, turismo religioso, turismo congressuale e così via. Tutte queste tipologie di turismo andrebbero messe a sistema ed identificate con esattezza, così come andrebbero identificati i target di turisti per poter implementare strategie di indirizzo comune. Basti pensare che ormai, come avviene per il comparto del turismo congressuale (settore MICE ovvero Meetings Incentive Convention events) si gareggia a livello internazionale per poter portare i grandi eventi nelle proprie città; ad essere messe in competizione, quindi, non sono soltanto singole location, singole strutture ricettive, singoli fornitori di servizi, ma gareggia l'intera destinazione.

Napoli viene messa in competizione con Lisbona, con Londra, con Parigi, ecc. E' chiaro che questo tipo di confronto fa capire da subito che se si fa fronte comune allora si può pensare di competere con queste grandi realtà. Ma abbiamo il vantaggio di vivere in una città unica al mondo e pertanto il **GGI**, con il suo gruppo di lavoro, dovrà fare la sua parte su questo tema fondamentale per la crescita della nostra città ed essere in prima linea nel trovare delle sinergie comuni. Per questo uno degli obiettivi sarà quello di mettere intorno ad un tavolo di confronto tutti i soggetti che fanno parte della filiera turistica per convogliare idee, verificare le difficoltà, analizzare i dati in possesso e poter creare, insieme, delle strategie di intervento comuni, attraverso la creazione di un osservatorio privilegiato rispetto all'andamento del turismo a Napoli con la partecipazione dei principali player: aeroporto, terminal crociere, strutture congressuali, strutture ricettive, convention bureau, fornitori di servizi della filiera congressuale, università e centri di ricerca, istituzioni. L'osservatorio sarà il luogo di confronto, di formazione, di analisi e proposte per creare un manifesto comune che possa essere una guida nel migliorare l'intera filiera turistica e migliorare la percezione degli stessi turisti.

**INTERNAZIONALIZZAZIONE**

In Italia l’attività economica sta sostanzialmente ristagnando dai primi mesi del 2018, anche a seguito del rallentamento registrato a livello europeo e globale. Le dispute commerciali internazionali si sono attenuate, ma sono cresciute le tensioni geopolitiche.  Restano ancora da definire i termini dei futuri rapporti economici tra l’Unione europea e il Regno Unito, uscito formalmente dall’Unione lo scorso 31 gennaio. Ai fattori di rischio si sono ora aggiunte le possibili ricadute della diffusione del nuovo coronavirus, specie sull’economia cinese che negli ultimi anni è stata uno dei principali motori della crescita mondiale. In questo scenario di grande incertezza, non dobbiamo dimenticare il ruolo dell’Italia quale super potenza culturale.

Pertanto incentiveremo i rapporti della territoriale di Napoli con il gruppo giovani nazionale, per arricchirci mutualmente attraverso la conoscenza delle reciproche esperienze, con le ambasciate italiane all’estero,  vero braccio operativo della promozione dell’Italia all’estero e con il MAE,  che rappresenta la regia di tutto questo meccanismo,  per intercettare in tempo le linee strategiche governative ed aiutare in modo fattivo ed integrato gli associati nelle loro strategie di internazionalizzazione, fino alla realizzazione di una missione all’estero, con una meta che verrà scelta a maggioranza al termine del triennio .

**MARKETING E COMUNICAZIONE ASSOCIATIVO E D’IMPRESA**

**TUTOR NUOVI ISCRITTI**

*Obiettivo*: inclusione nuovi associati aiutandoli a inserirsi al meglio nelle diverse attività proposte all’interno del gruppo giovani

*Scopo*: Il mondo dei Giovani Imprenditori è una realtà estremamente vasta e dinamica, un nuovo iscritto ha spesso difficoltà su come inserirsi, muoversi e cosa seguire all’interno dei numerosi eventi che vengono proposti e portati avanti, il tutor ha la finalità di aiutare a sentirsi da subito parte attiva dell’associazione e a non disperdere tempo ed energie che spesso sono causa di allontanamento dalla stessa.

*Modalità*: portando aventi quanto già è stato costruito ed istituito nello scorso triennio, creare un gruppo di lavoro che sviluppi un tutoraggio dedicato per i nuovi iscritti, il Tutor una volta assegnatogli il Giovane nuovo iscritto dovrà consigliare e affiancare su quali eventi, gruppi di lavoro e panel seguire che possano essere più in linea con la sua azienda e i suoi interessi.

**CREAZIONE E SVILUPPO DELLA COMUNICAZIONE DEL GRUPPO GIOVANI**

*Scopo*: Partendo da un problema, ovvero che esiste una scarsa informazione sul mondo dei Giovani Imprenditori risulta necessario creare un’immagine strutturata di tutta l’associazione in modo coerente.

*Obiettivo*: darà agli associati la giusta visibilità e conoscenza delle attività, eventi e interventi sul territorio che si portano avanti, e creare un’interazione con l’utente esterno che sarà più stimolato a conoscere questa realtà e magari ad iscriversi.

*Modalità*: Creazione di uno dei canali di comunicazione più in uso in termini di sviluppo contenutistico la pagina Facebook, con il gruppo di lavoro che intenderà aiutare a svilupparla, si lavorerà in sinergia con la direzione dell’Unione e si andrà pian piano a sviluppare un’identità solo dei giovani con un tono di voce che sarà formale e smart, al passo con l’utente che intendiamo intercettare, tale lavoro porterà l’associato stesso a poter essere sempre informato su quanto accade, sulle attività che si portano avanti e renderà più semplice la conoscenza delle aziende che ne fanno parte creando maggiore interazione tra loro.

**TI PRESENTO LA MIA AZIENDA**

*Obiettivo*: nell’era del dgt l’idea è di permettere a tutti gli associati, anche quelli che riescono a seguire meno le diverse attività, di conoscersi e potersi avvalere della professionalità di tutti gli iscritti, abbattendo il problema del tempo da dover dedicare e delle distanze da dover colmare.

*Scopo*: l’idea è di sviluppare sempre di più una rete che sia utile a tutti gli associati conoscendosi tra di loro sia personalmente che aziendalmente per ampliare il proprio business.

*Modalità*: Inserire all’interno della pagina social delle presentazioni delle aziende dell’associazioni che partono dalla persona fisica che ne fa parte in dgt.

**COMUNICAZIONE E MARKETING CHIAVI IN MANO ALL’IMPRENDITORE**

*Obiettivo*: tutte le aziende hanno il bisogno di innovare in termini di comunicazione e mktg, anche i settori che meno sono “comunicativi” necessitano di trovare la strada. Se è vero che esistono dei professionisti ai quali ci si deve affidare, perché è l’unico modo per far funzionare l’azienda, è pur vero che l’imprenditore deve avere chiaro il percorso da affrontare per una strategia di successo.

*Scopo*: fornire degli strumenti chiave che portino l’imprenditore a capire effettivamente la migliore strategia da attuare alla propria azienda, capire la strada più efficace e non rischiare di incorrere nel falso “professionista” a cui affidarsi.

*Modalità*: creare un corso che parta da i problemi pratici che ci sottoporranno gli imprenditori dell’associazione attraverso un quiz dgt guidato, per poi svilupparne le risposte attraverso una risoluzione pratica degli stessi. Sarà stesso l’imprenditore, guidato dai docenti che lo affiancheranno, ad attuare la giusta strategia che gli permetterà di avere l’ indicazione su che strada intraprendere all’interno della propria realtà.

**E-DIRECT**

**S**i ritiene giusto continuare a consentire agli associati di prendere parte alle riunioni sia del consiglio direttivo che dei gruppi di lavoro, tramite conference-call digitale al fine di abbattere le distanze fisiche ed ottimizzare l’impegno temporale dei partecipanti.

**PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CREAZIONE DI IMPRESA**

In un contesto sempre più competitivo, caratterizzato dalla globalizzazione e dal continuo sviluppo tecnologico, è necessario riuscire a sviluppare al meglio le capacità di analisi e valutazione dell’azienda, in modo da rafforzarne la competitività, attraverso la definizione delle giuste strategie aziendali. Per cogliere e riuscire a trasformare l’opportunità in business si propone l’approfondimento di tre settori di interesse: la pianificazione strategica in vista della creazione di impresa, il network e la comunicazione di impresa.

* ***PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CREAZIONE DI IMPRESA***

Sulla base di tali premesse si può affermare che la pianificazione strategica può aiutare l’imprenditore ad identificare le giuste opportunità di business, e a trasformarle in concrete attività di impresa. Attraverso la condivisione di esperienze, l’organizzazione di incontri, giornate studio ed eventi mirati si propone la definizione e l’implementazione di un vero e proprio «kit» per lo sviluppo di un nuovo progetto imprenditoriale, un percorso in grado di identificare e validare i diversi step: dall’idea di impresa, alla valutazione della fattibilità del progetto dal punto di vista economico-finanziario, fino alla fase realizzativa e di gestione imprenditoriale.

* ***NETWORKING DI IMPRESA***

ll networking, la creazione di una rete di relazioni, svolge un ruolo fondamentale nello sviluppo delle opportunità di business. Grazie ad esso, infatti, possono essere individuate e create nuove opportunità, così come possono essere valorizzate quelle esistenti.

Consolidare i rapporti con altre aziende, con altri imprenditori, costituisce un punto di forza attraverso il quale trasferire competenze, animare nuovi progetti di business, confrontarsi per far crescere le rispettive attività.

Fare network vuol dire, quindi, aggregarsi per innovare ed incrementare il business mettendo tutte le proprie risorse a disposizione di un progetto di crescita globale, condividendo competenze, conoscenze e know how.

Attraverso il canale associativo ci si propone di supportare lo sviluppo di nuove relazioni organizzando round table e momenti/eventi di Aggregazione informali. Questi vengono strutturati come incontri dinamici e interattivi, il cui obiettivo principale è quello di costruire, consolidare e gestire i processi di aggregazione per sentirsi parte di un’organizzazione comune, guardare nella stessa direzione e tendere verso il raggiungimento dei medesimi obiettivi di business.

* ***IDENTITÀ DI IMPRESA***

Divulgare l’identità d’impresa è opportunità, è business, è profitto.

In un contesto caratterizzato da una sempre più fitta rete di relazioni e interconnessioni, comunicare l’identità aziendale assume un ruolo strategico per l’impresa, che deve essere in grado di sfruttare tutti gli strumenti di marketing e di comunicazione di cui dispone per intraprendere azioni mirate volte ad influenzare la percezione dei propri stakeholder.

Una buona comunicazione aziendale deve quindi riuscire ad esprimere in modo chiaro l’identità dell’impresa, in modo che questa sia compresa dai dipendenti, ai quali vengono forniti gli strumenti finalizzati al raggiungimento di un obiettivo comune, e dai clienti, ai quali viene offerta la possibilità di riconoscerne i caratteri distintivi.

È quindi necessario che la comunicazione tra tutte le parti in gioco sia chiara, comprensibile, efficace, ben organizzata, poiché comunicare l’impresa non vuol dire solo informare ma anche coinvolgere i diversi portatori di interesse in un sistema di partecipazione attiva, nel quale ognuno è libero di esprimersi.

Si propone di approfondire il tema attraverso la realizzazione di focus, giornate di approfondimento con l’aiuto e la mediazione di coach e professionisti del settore.

**AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO**

**Finanza**

Bisogna tornare a crescere, ad essere competitivi allargando di molto gli orizzonti anche attraverso l’apertura del capitale a nuovi soci investitori o accedendo al mercato dei capitali tramite la quotazione in Borsa che con il nuovo segmento AIM rappresenta una grande opportunità per lo sviluppo e l’espansione del proprio business.

**Collaborazione tra imprese**

La ridotta dimensione aziendale di molte imprese iscritte all’Unione Industriali di Napoli incide significativamente sulla competitività delle stesse. La collaborazione tra imprese rafforza molti fattori competitivi e può rappresentare la scelta giusta per affrontare al meglio il proprio mercato di riferimento.

Bisogna implementare ogni azione che stimoli forme di cooperazione e network tra le aziende iscritte e non, in particolare analizzando anche tutte le varie forme giuridiche che regolano la collaborazione tra imprese (Consorzi e Società Consortili, Reti d’impresa, Consorzi, ATI).

**Assetti societari e modelli di governance**

Come è noto, da un punto di vista scientifico, il passaggio generazionale è un momento aziendale a forte caratterizzazione di “crisi”; molti studi, infatti, suggeriscono che solo il 30% delle imprese familiari è in grado di sopravvivere al passaggio alla seconda generazione, laddove il 15% supera la seconda generazione e una quota tra il 5% ed il 15% la terza.

Riserveremo particolare attenzione, attraverso vari momenti di approfondimento, al tema dei riassetti societari e dell’individuazione dei migliori modelli di governance funzionali alla gestione del passaggio generazionale.

**Controllo di gestione**

L’analisi della performance di un’azienda attraverso il controllo di gestione fornisce ad ogni imprenditore uno strumento di supporto per le decisioni e per la definizione degli obiettivi.La sensibilizzazione all’implementazione di sistemi di pianificazione e controllo sarà un tema centrale del mandato.

**CULTURA D’IMPRESA E CAPITALE UMANO**

In un contesto fortemente globalizzato come quello odierno, la cultura d’impresa e la valorizzazione del capitale umano sono le strategie più efficaci da attivare per favorire il rilancio economico del nostro Paese. In realtà non esiste una definizione precisa ed univoca di cultura d’impresa valida per tutte le realtà economiche ed organizzative; ogni azienda elabora il proprio modello di cultura d’impresa, un modello che sia unico ed irripetibile e che vada ad identificare in modo chiaro ed efficace la propria storia, i propri valori, la propria vocazione, i propri obiettivi, la propria immagine, in un’unica parola, la propria identità.

Nello scorso triennio l’iniziativa denominata “**dinner speech**”, momenti di incontro e approfondimento sulla Cultura d’Impresa Italiana, è stata molto apprezzata ed ha riscosso notevole successo con i contributi di Maurizio Marinella intervistato presso il Circolo Savoia, Paolo Scudieri di Adler Group e il presidente della Regione Campania Vincenzo De Luca presso la sede di Eccellenze Campane.

Pertanto si propone di continuare in tale iniziativa, con interviste da tenere in location chiave di Napoli ad imprenditori di alto livello e personaggi illustri che hanno raggiunto il successo in tutto il mondo e sono rimasti comunque ancorati alla cultura e tradizione napoletana, divenendone un simbolo.

L’imprenditore illustrerà la sua storia aziendale, a seguire una sessione di ***Question & Answer*** con un mediatore ed infine le domande del pubblico, rappresentato dai giovani imprenditori di Napoli, per terminare con una cena conviviale di networking.

**RESPONSABILITA’ SOCIALE D’IMPRESA**

L’Impresa deve creare con il proprio esempio valori tangibili e intangibili in grado di avere un impatto significativo su tutto ciò che le sta intorno, influenzando comportamenti e modi di agire di tutti quelli che possono essere iscritti come stakeholders della stessa. Valori che devono essere convincenti e visti come vincenti per le persone, il territorio e l’ambiente in cui l’azienda opera. Ognuno di noi, attraverso il proprio fare impresa, deve porsi tra gli obiettivi primari quello di diventare un positivo strumento di emulazione e di condizionamento sociale. Tutto questo non può non passare attraverso l’attività dei gruppi associativi come il nostro affinchè si possa definitivamente affermare il concetto di ruolo sociale dell’impresa come opportunità per noi tutti e per il territorio di cui facciamo parte.

I punti cardine attraverso i quali si svolgerà il progetto sono:

***1. Trasparenza: ascolto e dialogo con tutti i portatori di interessi dell’impresa***

* Organizzazione di tavole rotonde con rappresentanze di lavoratori, imprese, organizzazioni sindacali e pubbliche amministrazioni;
* Workshop di approfondimento sulla conoscenza del Bilancio sociale, come strumento trasparente di rendicontazione, Codice etico e Carta dei valori.

***2. Qualità: efficienza in termini di prodotti e processi produttivi al fine di creare forti know-how sul territorio e di focalizzare l’attività delle imprese sul proprio core business attuando politiche di contenimento dei costi attraverso un’outsourcing e un’esternalizzazione imprese anche nei rapporti con i propri fornitori (codici di condotta del fornitore).***

* Organizzazione di incontri orientati sulle tematiche di lean production, outsourcing e sull’importanza delle certificazioni di settore, con importanti contributi accademici e di tecnici del settore.

***3. Sostenibilità: capacità di incrementare lo sviluppo economico dell’impresa nel tempo al fine***

***di creare valori e sicurezza sociali***

* Organizzazione di visite presso sedi di aziende che hanno fatto della longevità ed esperienza, nonché della fidelizzazione dei propri dipendenti un punto di forza da cui partire per sostenere le sfide dei mercati attuali.
* Sviluppo di un progetto evento sul nostro territorio “Volontari per un giorno”.
* Seguendo un percorso tracciato tutte le aziende del Gruppo, suddivise in squadre, potranno aderire all’attività di plogging e cleaning (*uno sport nato in Svezia, che vede i runner impegnati a correre e contemporaneamente a raccogliere microrifiuti abbandonati*). La realizzazione di questo progetto potrà contribuire alla diffusione della conoscenza di ecologia applicata, stimolare la condivisone delle mission aziendali e creare gruppi di lavoro vincenti (team building).

***4. Volontarietà: intesa come azioni svolte oltre i meri obblighi di legge.***

* Promozione di strumenti di welfare del dipendente come i premi di risultato e lo smart working.
* Per cogliere e riuscire a trasformare l’opportunità in business propongo l’approfondimento di tre settori di interesse: la pianificazione strategica in vista della creazione di impresa, il network e la comunicazione di impresa.

**UNITI NEL CUORE**

Il progetto Uniti nel Cuore nasce sette anni fa, per dare un Brand al conclamato evento di Natale dei GGI Napoli. Grazie ad un ampio raggio di inclusione dell'evento sono state coinvolte le 9 associazioni professionali e datoriali di Napoli che si sono riunite un unico cappello per dar vita ad uno degli eventi più glamour e riconosciuti in città con le finalità di fare beneficenza ed unione tra i professionisti partenopei. Oramai è automatica la formazione del tavolo di lavoro annuale per lavorare alla creazione degli eventi che in alcuni casi sono stati realizzati anche in estate sotto la dicitura "*Summer Party*" con un taglio meno formale, ma sempre con grandi risultati di beneficenza e coesione. Vista la conclamata bontà del progetto, si propone di integrare nel nuovo triennio un delegato ufficiale GGI per creare e guidare più tavoli di lavoro durante l'anno, non solo per l'organizzazione degli eventi, ma anche per dare supporto e visibilità alle tante realtà problematiche che si vivono nella nostra città, attraverso il supporto dei professionisti delle varie associazioni partenopee. Le altre associazioni potranno così individuare, per ognuna di loro, uno o più delegati che potranno seguire e proporre nuovi progetti con il Leitmotiv della coesione e della beneficenza. Questo farà sì che il brand **Uniti nel Cuore** si strutturi per durare nel tempo ed essere sempre più efficiente e presente durante l'arco di tutto l'anno.

**UN "AFFARE" DI FAMIGLIA**

Nato dal lavoro del Gruppo Giovani Imprenditori dell’Unione Industriali di Napoli, con il coordinamento di Salvatore Formisano, Vicepresidente del gruppo, “*Un affare di famiglia”* è una raccolta di storie romantiche di giovani imprenditori (Guida Editori 2019). Un progetto editoriale innovativo che narra nascita, difficoltà, sacrifici e successi di ventisei aziende napoletane attraverso le voci di giovani imprenditori, i quali raccontano la passione che nutrono verso il proprio lavoro, le responsabilità e talvolta il complesso rapporto padre-figlio. Dalle storie, inoltre, si evince che l’azienda è molto di più di un business! La sua anima, insieme a quella della famiglia vengono messe completamente a nudo! Ed è proprio in famiglia che maturano le idee e dove si collabora affinché i progetti futuri vengano realizzati! Le storie raccolte evidenziano chiaramente il potenziale innovativo e l’alchimia generazionale espressa in un produttivo e spesso conflittuale confronto ai fini del successo aziendale. Insomma… un piede resta saldo nei valori, l’altro guarda al futuro!

Il direttivo GGI, che ha tra i suoi obiettivi la valorizzazione dei Giovani Imprenditori che desiderano migliorare l’attività imprenditoriale familiare, nel prossimo triennio si propone di proseguire il progetto di cui sopra, possibilmente con una seconda edizione, coinvolgendo “young e senior” in ambito sociale ma anche culturale e facendolo culminare con un premio all’impegno associativo e aziendale, dando l’opportunità, a chi non ha avuto l’occasione, di raccontare la propria storia!

Nel 1860 Napoli fu così descritta in parlamento dal deputato e filosofo milanese Giuseppe Ferrari:

*“Ho visto una città colossale, ricca, potente […]. Ho visto strade meglio selciate che a Parigi, monumenti splendidi che nelle prime capitali dell’Europa, abitanti fratellevoli, intelligenti, rapidi nel concepire, nel rispondere, nel sociare, nel agire.*

Abbiamo un grande passato alle nostre spalle, abbiamo un grande futuro da costruire.

*Alessandro Di Ruocco*