

# FEDERAZIONE CAMPANA DELLE BANCHE DI CREDITO COOPERATIVO

## BANDO PER SOSTEGNI ALLE IMPRESE INNOVATIVE OPERANTI NEL SETTORE DEL TURISMO CULTURALE.

### PREMESSA

Le più recenti analisi sulla filiera dei beni culturali presenti in provincia di Salerno fanno emergere, anche per quest'ambito, la scarsa propensione delle imprese ad aggregarsi ed a fare rete per sfruttare al meglio le enormi potenzialità diffuse sul nostro territorio.

Tutti gli studi già effettuati in questo ambito di riferimento - ed in modo particolare alcuni elaborati dal sistema camerale provinciale e nazionale - evidenziano che andrebbero messe in campo con urgenza strategie operative per attivare e reperire risorse con l'obiettivo di stimolare dinamiche aggregative e propositive.

Secondo le stime elaborate dall'Istituto Tagliacarne nel 2012 - ma restano quelle più recenti dal punto di vista sistemico/strutturale - la provincia di Salerno si posiziona soltanto a metà classifica tra le province italiane per contributo economico della filiera culturale al Pil (dove per filiera culturale si intende il sistema integrato dei beni culturali, comprensivo dei comparti "core" - Beni e attività culturali e Industrie culturali - e della filiera collegata in modo indiretto alla cultura - Enogastronomia tipica, Architettura ed edilizia di riqualificazione, Produzioni artigiane, Turismo).

Il sistema culturale salernitano rappresenta, comunque, una parte significativa della produzione di ricchezza e occupazione della provincia, equivalente al 16,2% del valore aggiunto e al 19,1% del totale degli occupati (oltre 65 mila addetti), e coinvolge il 28,5% del totale delle imprese attive (oltre 21 mila unità).

Il ruolo di gran lunga principale, però, è da attribuirsi alla filiera indirettamente collegata ai beni culturali, sia in termini di numerosità imprenditoriale che di valore aggiunto creato e personale impiegato, mentre il "core" culturale provinciale ha un peso inferiore alla media nazionale.

In particolare, nel confronto con la filiera culturale italiana, i comparti che specializzano la provincia di Salerno sono il turismo e i servizi collegati e la produzione e commercializzazione di specialità enogastronomiche e prodotti tipici alimentari.

La provincia di Salerno mostra dunque di mettere bene a frutto il proprio capitale culturale in attività economiche tradizionali e diffuse sul territorio, incentrate sulle produzioni tipiche e artistiche e sulle attività di ristorazione e ospitalità ma solo indirettamente collegate ai beni culturali; all'opposto, le attività più innovative e creative, direttamente connesse al patrimonio e all'industria culturale, sembrano avere un peso ancora secondario sul tessuto produttivo locale.

Questa osservazione trova conferma anche nei risultati dell'indagine condotta presso un campione di 200 imprese del sistema culturale salernitano. La maggior parte di queste non sembra, infatti, pienamente consapevole di partecipare alla produzione di beni, contenuti e servizi culturali: in media, esse attribuiscono ad attività di valorizzazione del patrimonio culturale meno della metà del loro fatturato (44,5%) e il 17% del personale, quote che scendono rispettivamente al 33,0% e al 13,4% per il core culturale.

La propensione delle imprese del sistema culturale salernitano a fare rete e a intessere relazioni con altri enti, pubblici o privati, appare ancora contenuta, soprattutto in termini di rapporti aggregativi formalizzati, come le reti di impresa (solo il 6% del campione afferma di far parte di una rete, oltre a un 3% che sarebbe interessato).

Del resto sostenere e valorizzare con politiche adeguate e azioni mirate la filiera culturale significa puntare, per lo sviluppo economico provinciale, su un settore in espansione: dalle stime sul valore aggiunto, emerge che tra 2001 e 2009 il sistema culturale integrato della provincia di Salerno

registra una crescita (+4,1% medio annuo) più sostenuta di quella dell'economia provinciale nel suo complesso (+3,5%) e di quella del settore culturale nazionale (+2,1%).

E' in questo contesto economico di riferimento che vanno calate alcune considerazioni sulla filiera turistica più in generale e sul ruolo che possono svolgere le *start up* innovative.

Anche nel comparto delle varie tipologie di turismi l'innovazione tecnologica e l'attenzione alle *start up* si configurano come due *directory* operative alla base di una visione ampia, "lunga", aperta nel recepire la forte domanda di competitività sia sul mercato interno che su quello estero.

Sul piano più generale l'irrinunciabile competizione nella standardizzazione verso l'alto delle produzioni e dei processi produttivi conferisce alle *start up* innovative un fondamentale valore aggiunto.

Il valore aggiunto risiede principalmente nella qualità sempre più totale del prodotto o del percorso che conduce alla realizzazione del prodotto (o servizio). La componente dell'innovazione – strettamente connessa alla ricerca applicata – è la frontiera sulla quale si gioca il futuro dei sistemi locali di sviluppo.

E' questo il terreno sul quale si noteranno le differenze con i competitor degli altri Paesi in area Ue ed *extra* Ue. L'assoluta urgenza di dare un carattere meno spontaneistico e più strutturale al dinamismo giovanile che si incanala verso l'auto/imprenditorialità, piuttosto che verso l'auto/impiego resta un altro riferimento centrale.

Le *start up* da questo punto di vista sono un prezioso giacimento di energie produttive ad alto tasso di creatività che non può andare disperso o lasciato – nel bene e nel male – a visioni o percorsi entusiastici destinati, prima o poi, a scontrarsi con le dure logiche del mercato.

Le *start up* vanno incanalate – per quanto possibile – in un disegno coerente con gli *asset* vincenti del territorio, privilegiando sempre, sia ben chiaro, il contenuto qualitativo e guidandone il processo di radicamento nel tessuto produttivo nel quale scelgono di operare. E' fondamentale, nello stesso tempo, supportarne l'operatività finanziaria soprattutto nei primi due anni di vita. Non si può continuare ad assistere al consolidarsi di un tasso di nati/mortalità che provoca due effetti negativi: il rapido decadere di progettualità effettivamente innovative ed in grado di contribuire al processo di cambiamento produttivo di tante aziende (non solo del Mezzogiorno); il fallimento di una dinamica espansiva in termini di nuove energie e professionalità altamente qualificate nel tessuto imprenditoriale delle regioni meridionali. Senza considerare la negativa ricaduta, in pochi mesi, dal punto di vista occupazionale principalmente sulla fascia giovanile *under* 35.

E' auspicabile che si riesca a rafforzare la diffusione di una cultura imprenditoriale incentrata sullo spirito di cooperazione e sulla necessità di costruire percorsi di collaborazione "in rete" tra le giovani generazioni, in una logica di *networking* adeguata alla sfida della competizione in atto.

L'economia digitale offre molteplici opportunità di inserimento nel circuito interno ed internazionale del tessuto produttivo ed è in questa direzione che – anche nell'ambito del segmento turistico – vanno intensificati gli sforzi. Il ruolo delle banche di prossimità può senza dubbio stimolare l'offerta dei capitali necessari allargando la visione del ruolo del credito nell'ottica di realizzare *partnership* consulenziali o ragionando sulle varie forme di *equity* sostenibili.

E' in questo senso che l'iniziativa intrapresa dal Credito Cooperativo Campano assume una valenza significativa molto più ampia di quanto possa a prima vista apparire, nel segno della diffusione dei principi della cultura d'impresa ispirati all'innovazione tecnologica ed al concetto di fare impresa accettando il confronto da tutti i punti di vista. A cominciare da quello della creatività giovanile.

## **ART. 1 - FINALITA' GENERALI**

Il Sistema delle Banche di Credito Cooperativo della Campania intende contribuire allo sviluppo delle imprese operanti nell'ambito della valorizzazione del patrimonio culturale finalizzato

al potenziamento della fruizione turistica e allo sviluppo dei territori, non solo in termini di sostegno creditizio, ma pure di “accompagnamento” per lo svolgimento di alcune fasi dell’attività imprenditoriale, mettendo a disposizione, oltre alle usuali forme di finanziamento e servizi bancari a condizione di favore, anche facilitazioni in termini di servizi di tutoraggio e di consulenza.

Il *plafond* di risorse messe a disposizione complessivamente dalle Banche di Credito Cooperativo di cui al successivo art. 3 per i finanziamenti è pari a € 500.000 (euro cinquecentomila), elevabile a € 1.000.000 (euro un milione) ove il numero dei partecipanti al Bando fosse particolarmente elevato.

Con l’iniziativa in parola si intende:

1. valorizzare le risorse umane attraverso interventi di aiuto all’avvio di imprese;
2. diffondere una cultura d’impresa a sostegno della crescita occupazionale nel comparto turistico-culturale;
3. sostenere e sviluppare la nuova imprenditorialità anche successivamente all’erogazione del finanziamento, al fine di agevolare una soddisfacente realizzabilità dei progetti imprenditoriali.

## **ART. 2 - DESTINATARI**

I settori operativi di riferimento dei destinatari del presente Bando sono i seguenti:

- servizi per il potenziamento di un turismo rivolto alla fruizione del patrimonio culturale materiale (archeologico, storico-artistico e monumentale) e immateriale (p. es.: enogastronomia; multimedialità: investimenti *green* ecc.);
- tecnologie applicate ai beni culturali;
- organizzazione di eventi compatibili con siti a vocazione culturale;
- editoria per la divulgazione.

## **ART. 3 - TIPOLOGIE DI DESTINARI**

Destinatari del presente Bando sono:

1. micro e piccole imprese costituite in forma societaria (società di persone, cooperative e società a responsabilità limitata semplificate o a capitale ridotto *ex art.* 2463, c. 4, c.c.) da non oltre un quinquennio precedente alla data del 1° dicembre 2015 e che siano in regola con gli obblighi previsti dai regolamenti comunitari e dalle leggi nazionali e regionali;
2. promotori (persone fisiche) di nuove micro e piccole imprese da costituire nella forma societaria di cui al punto precedente entro sei mesi dalla data di scadenza del presente Bando indicata al successivo art. 11.

Le imprese devono avere sede legale od operativa (ossia sedi secondarie o unità locali risultanti dal registro delle imprese) nell’ambito della zona di competenza territoriale di una delle Banche di Credito Cooperativo (BCC) aderenti all’iniziativa, e cioè:

- BCC di Battipaglia e Montecorvino Rovella (SA);
- BCC di Capaccio Paestum (SA);
- BCC del Cilento e Lucania Sud (SA);
- BCC dei Comuni Cilentani (SA);
- BCC di Fisciano (SA);
- BCC di Salerno (SA);
- BCC di San Marco dei Cavoti e del Sannio-Calvi (BN).

Per l'individuazione della zona di competenza di ciascuna delle suddette Banche si rinvia alle indicazioni risultanti dai rispettivi siti "internet"; ove la sede dell'impresa rientri nella zona di competenza di più di una delle Banche suindicate, nella domanda di partecipazione deve essere indicata la Banca prescelta.

#### **ART. 4 - PROCEDURE E MODALITA' DI PARTECIPAZIONE**

La richiesta di partecipazione al Bando sottoscritta dal richiedente dovrà essere corredata da:

- progetto di massima in grado di esprimere l'idea imprenditoriale e la fattibilità strategica e finanziaria di massima secondo lo schema allegato al presente Bando (Allegato A);
- preventivi degli oneri da sostenere – o documentazione di quelli già sostenuti - con l'indicazione degli importi degli investimenti e delle spese di gestione per l'avvio di impresa;
- *curriculum* in formato europeo dei richiedenti.

Le richieste devono essere inviate, entro la data di scadenza del presente Bando prevista dal successivo art. 11, in alternativa:

- a) per raccomandata alla sede della Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo, in Salerno (84133), via G. S. De Crescenzo, s.n.c.;
- b) mediante posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo [segreteria.federcampana.bcc@legalmail.it](mailto:segreteria.federcampana.bcc@legalmail.it).

Sul plico – ovvero nell'oggetto della PEC - dovrà essere riportata la dicitura BANDO IMPRESE INNOVATIVE TURISMO CULTURALE.

#### **ART. 5 SPESE AMMISSIBILI**

Sono ammesse e finanziabili le seguenti tipologie di spesa:

Spese per investimenti materiali e immateriali:

- oneri di costituzione (per le imprese che si devono costituire);
- spese per adeguamenti strutturali, macchinari, attrezzature (compreso *hardware*), arredi e beni strumentali;
- oneri per la fornitura di servizi qualificati, come, ad esempio: l'iscrizione a portali *web*, servizi di assistenza commerciale, tecnologica, legale, finanziaria ecc. (incubatori, acceleratori, *franchisor* ecc.);
- spese per infrastrutture di rete (compresi *software*, *hardware* e sito *web*);
- fidejussioni assicurative.

Spese di funzionamento:

- spese per materiali di prova, realizzazione di prototipi e collaudi finali;
- registrazione di brevetti e marchi nazionali e internazionali;
- spese di funzionamento, esclusi i compensi di soci e amministratori, stipendi, tasse, imposte e acquisti di merci o servizi rivendibili, salvo lo stretto necessario per l'avvio del magazzino;
- costi di promozione e pubblicità.

Sono escluse le spese sostenute per l'acquisto di terreni e fabbricati.

## **ART. 6 - COMITATO TECNICO-SCIENTIFICO**

Le imprese saranno selezionate da un Comitato Tecnico-Scientifico formato da sette componenti, dei quali quattro espressi dalla Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo e tre nominati dall'Università degli Studi di Salerno. Il Comitato deciderà a maggioranza dei suoi componenti.

## **ART. 7 - AMMISSIBILITA'**

Le richieste di partecipazione al Bando saranno ritenute non ammissibili e pertanto non valutabili né approvabili se:

- non corredate delle dichiarazioni, sottoscrizioni e di tutti documenti richiesti di cui all'art.4 precedente;
- non in regola con i requisiti richiesti dal presente Bando.

## **ART. 8 - VALUTAZIONE DELLE DOMANDE**

Il Comitato Tecnico-Scientifico di cui all'art. 6 esaminerà le richieste pervenute e ammesse alla valutazione redigendo apposita graduatoria sulla base dei seguenti criteri per l'attribuzione dei punteggi:

1. qualità e completezza del progetto di massima 0-30;
2. competenze e risorse umane 0-20;
3. innovatività con riferimento al segmento turistico-culturale 0-50.

La Commissione ha a disposizione un ulteriore plafond di punti pari a 20 attribuibili ai progetti in possesso delle seguenti caratteristiche:

- imprese che per complementarità di offerta sono potenzialmente in grado di operare in modalità network anche successivamente all'avvio delle attività;
- imprese *green*, ovvero aziende che hanno investito o che intendono investire in tecnologie a basso impatto ambientale.

Al termine dei lavori, il Comitato redigerà una graduatoria finale per ciascun gruppo di partecipanti con sede nella zona di competenza di ognuna delle BCC di cui al precedente art. 3.

## **ART. 9 - FINANZIAMENTI E INCENTIVI**

Alle prime tre imprese di ciascuna graduatoria di cui al precedente articolo verrà concesso un finanziamento, a condizioni di favore (tasso di interesse annuo non superiore allo 0,75%), per un importo massimo di € 25.000 e per una durata non eccedente 84 mesi.

L'erogazione del finanziamento è subordinata:

- a) all'esito favorevole dell'analisi istruttoria della Banca concedente ai fini della verifica della sussistenza del merito creditizio;
- b) all'assenza presso il sistema bancario di posizioni debitorie in capo all'impresa classificate come "sofferenze" o "inadempienze probabili" ovvero di esposizioni dell'impresa medesima sconfinanti da oltre 90 giorni;

- c) al possesso dei requisiti per ottenere la garanzia del Fondo di Garanzia delle PMI, a meno che la Banca non la ritenga necessaria.

Il primo classificato di ciascuna graduatoria potrà altresì usufruire, per l'intera durata del suddetto finanziamento, di un conto corrente e servizi connessi a "costo zero".

Le imprese collocate in graduatoria in una posizione successiva alle prime tre potranno invece ottenere – sino ad esaurimento del *plafond* messo a disposizione da ciascuna BCC e ferme le altre previsioni di cui ai precedenti commi 1 e 2 - finanziamenti e servizi bancari regolati a condizioni più vantaggiose di quelle ordinariamente praticate.

Il Comitato di valutazione invierà alle BCC competenti la documentazione di partecipazione al Bando trasmessa da ciascuna impresa, al fine di abbreviare i tempi di istruttoria delle pratiche di finanziamento.

#### **ART. 10 - ACCOMPAGNAMENTO – TUTORAGGIO/CONSULENZA**

Le prime tre imprese di ciascuna graduatoria di cui ai precedenti articoli potranno altresì beneficiare dell'attività di accompagnamento – curata dall'Università degli Studi di Salerno sulla base di una convenzione stipulata tra quest'ultima e la Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo - espletata attraverso incontri, da tenersi in un arco temporale non superiore a 4 mesi, volti alla definizione e alla stesura, da parte dell'impresa, del *business plan* del progetto.

Alle stesse imprese di cui al comma che precede ciascuna Banca di Credito Cooperativo competente per territorio fornirà gratuitamente – in fase istruttoria e durante il periodo di rimborso, se del caso con il supporto della Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo – almeno due dei seguenti servizi ausiliari:

- 1) supporto alla definizione della strategia di sviluppo del progetto finanziato e all'analisi di soluzioni per il miglioramento dello svolgimento dell'attività;
- 2) formazione sulle tecniche di amministrazione dell'impresa, con particolare riferimento alla gestione contabile, finanziaria e del personale;
- 3) formazione sull'uso delle tecnologie più avanzate per innalzare la produttività;
- 4) supporto alla definizione dei prezzi e delle strategie di vendita, con l'effettuazione di studi di mercato;
- 5) supporto per la soluzione di problematiche legali, fiscali e amministrative, anche al fine di individuare i servizi disponibili sul mercato;
- 6) supporto per la tempestiva individuazione di eventuali criticità nella realizzazione del progetto finanziato.

#### **ART. 11 - DURATA COMPLESSIVA DEL BANDO**

Le domande di partecipazione al presente Bando possono essere presentate fino alla scadenza prevista del 15 aprile 2016.

## **ART. 12 - TUTELA DELLA PRIVACY**

I dati dei quali la Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo, i componenti del Comitato di cui al precedente art. 6. e le BCC vengono a conoscenza a seguito del presente Bando verranno trattati nel rispetto del D. lgs. n. 196/2003 e successive modifiche.

## **ART. 13 - INFORMAZIONI SUL BANDO**

Il presente Bando con il relativo allegato è disponibile sui siti "internet" della Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo, delle BCC aderenti all'iniziativa e sul portale "Campania competitiva.it" della Regione Campania.

Salerno, 18 novembre 2015

## ALLEGATO A

### Parte Descrittiva

#### a. Descrizione dell'impresa

1. Denominazione \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. Forma Giuridica e Capitale sociale \_\_\_\_\_
3. Sede della società \_\_\_\_\_
4. Gruppo \_\_\_\_\_ proponente  
\_\_\_\_\_
5. Profilo professionale e ruolo dei soggetti (delinare le esperienze, le competenze ed il ruolo di ciascuno in relazione all'avvio e/o sviluppo del progetto)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Estratto sintetico dei curricula dei soci  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

#### b. Descrizione dell'idea imprenditoriale

- Descrizione dell'idea imprenditoriale  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- Descrizione dell'attività d'impresa che si intende svolgere e dei motivi per cui si ritiene che l'attività potrà avere successo  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- Struttura organizzativa prescelta (rappresentare e commentare l'organigramma della società) \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

**Parte Tecnica**

**a. Descrizione dei prodotti e servizi offerti**

---

---

---

---

---

**b. Modalità di offerta e tempi di realizzazione**

---

---

---

---

---

**c. Descrizione del mercato di sbocco con riferimento ai potenziali clienti**

---

---

---

---

---

**d. Analisi dei punti di forza e di debolezza dell'impresa**

---

---

---

---

---

**e. Caratteristiche delle aziende concorrenti e individuazione dei vantaggi competitivi acquisibili rispetto alla concorrenza**

---

---

---

---

---

**f. Impatto dell'iniziativa sul territorio e sull'ambiente**

---

---

---

