

Contributo della CNA Area Metropolitana di Bari al progetto di innovazione urbana lanciato dall'Assessora allo Sviluppo economico D.ssa Carla Palone.

"d_Bari", il progetto per il DUC della città di Bari

Abbiamo apprezzato il metodo che l'Assessore allo Sviluppo economico Carla Palone ha proposto a tutte le associazioni per condividere e avviare insieme il percorso che porterà l'amministrazione a definire il programma del DUC (distretto urbano del commercio), **"d_Bari"**.

A questo proposito sottolinea o che la realizzazione di programmi complessi trova spesso il suo tallone d'Achille nella governance del processo. Una chiara e trasparente definizione della stessa aiuta e sostiene queste tipologie di interventi.

Riteniamo che la presenza di una rappresentanza di interessi del sistema urbano, in particolare quindi PMI dell'artigianato, commercio, servizi e turismo, sia da considerare come la partecipazione di un partner strategico dell'Amministrazione a cui assegnare un ruolo sostanziale nell'intera gestione del processo.

Abbiamo apprezzato che l'impostazione del DUC sia stata proiettata sulle sfide future della Città e sulla competitività delle imprese che insistono nell'Area Urbana; questo con l'obiettivo di definire un programma per l'intera città che contenga progetti rispondenti alle caratteristiche specifiche dei luoghi, delle attività produttive e commerciali e delle relative potenzialità di sviluppo dei sistemi sub urbani.

Alcune Considerazioni

Oltre ai molti problemi di inclusione e benessere sociale (povertà, criminalità, inquinamento diffuso, esplosione dei rifiuti e criticità nel loro smaltimento, mobilità congestionata e inefficiente, ghettizzazione della terza età, ...) che la città oggi deve affrontare, occorre fare in modo che lo sviluppo economico del territorio benefici di tutte le opportunità che l'assetto socioeconomico innovativo, tipico dell'organizzazione post industriale, oggi ci offre.

La città è non solo da "amministrare" ma sempre di più anche da "gestire" come impresa: città-fabbrica del terziario innovativo, insieme non solo di servizi ma anche di prodotti terziarizzati, ad elevato contenuto innovativo in "servizi reali" ma anche valore culturale e simbolico di una consolidata tradizione artigiana. In questa evoluzione. l'ecosistema produttivo della città tende a strutturarsi in distretti, premiando le economie di prossimità.

I DUC (Distretti Urbani del Commercio), sono la forma più organizzata e di successo di questi "distretti produttivi del terziario innovativo" risultato della convergenza di quattro settori: commercio, artigianato tradizionale, turismo e servizi (alle imprese e "alla città"), tutti concentrati su una offerta innovativa in una analisi di prospettiva futura dei rispettivi mercati. Le innovazioni, *smart* in una accezione ormai comune di impostazione progettuale, si attuano grazie alla possibilità di "condividere un futuro" e "innovare insieme", creando reti stabili di imprese, infrastrutture (banda larga, cloud, valorizzazione dei dati, sensori) cultura e strumenti digitali, per rendere praticabile, efficiente ed efficace il lavorare "in rete" e trovare nuove fonti di sviluppo e

finanziamento.

Gli aggregati di imprese diventano progressivamente una grande occasione per la crescita e modernizzazione di una città; da questo deriva la costituzione di efficaci ed efficienti ecosistemi urban con un tessuto imprenditoriale in grado non solo di assicurare crescita economica e occupazione alla città, ma anche di fornire qualità della vita ai cittadini e contribuire alla formazione del capitale sociale, al contenimento dell'impatto ambientale, alla sicurezza delle strade e al decoro urbano.

Cogliere questa opportunità, significa supportare le imprese dell'ecosistema urbano nel vincere la sfida della digital transformation; questa considerazione porta a condividere l'esigenza di una vision forte e credibile, riassumibile nel claim " Bari capitale dell'area Adriatico Ionica" e nell'individuazione di progetti su cultura e tecnologie abilitanti che devono obbligatoriamente comprendere la trasformazione digitale.

Una vision come questa deve essere univoca e ben chiara; con iniziative e attività di gestione del territorio assolutamente integrati: questo implica un progetto che colleghi tutte le realizzazioni di evoluzione digitale, dalle piattaforme di marketing territoriale, vedi Bari Guest Card, a quelle di supporto al DUC e alla innovazione sociale. In questo modo tutti gli obiettivi diventano funzionali alla trasformazione di Bari verso una Smart City.

A fronte della generalizzata arretratezza delle imprese italiane sul digitale, ed in particolare della scarsa diffusione del commercio elettronico nel nostro Paese, ad esempio, bisognerà individuare misure pensate per favorire la diffusione di soluzioni digitali: al di là delle opportunità legate all'eCommerce ed all'apertura a mercati distanti, la digitalizzazione delle attività commerciali può essere in grado di favorire approcci innovativi e più razionali all'attività d'impresa ed alla gestione quotidiana del negozio, incidendo positivamente sulla qualità del servizio offerto ai clienti e sulla competitività del negozio stesso.

La percezione comune contrappone il commercio tradizionale e commercio elettronico, il digitale rappresenta oggi un elemento chiave per la sopravvivenza delle imprese del commercio. Il digitale non uccide il negozio, ma è vero l'esatto contrario: tecnologie mobili, internet delle cose, intelligenza artificiale, analisi dei dati e deep learning sono solo alcune delle tecnologie che stanno rivoluzionando il retail arricchendo l'esperienza dei clienti, e permettendo ai commercianti di massimizzare visibilità ed occasioni di vendita, di abbassare i costi legati alla logistica ed alla gestione del magazzino, di conoscere meglio le dinamiche interne della propria attività e la propria clientela, attuale e potenziale.

Altrettanto interessante è l'emergere dell'artigianato digitale proprio nei centri urbani.

L'artigianato è sempre cresciuto sulla manipolazione di una materia prima.. Il Bit e i dati sono la nuova materia prima. Se a questo aggiungiamo stampanti 3D, sensori, domotica...il gioco è fatto.

Le Istituzioni e le Associazioni preposte al sostegno, all'assistenza tecnica, alla promozione delle imprese devono, per colmare il ritardo che toglie competitività, promuovere due ordini di azioni: di accelerazione e "orientamento" al mercato e di recupero dei fallimenti dello stesso.

Molta attenzione è stata posta alle componente fisica dell'infrastrutturazione (larga banda) e non alla infrastrutturazione immateriale (competenze, dati), per poter utilizzare in modo intelligente le infrastrutture. Dobbiamo domandarci come mai, dove c'è la larga banda (ad esempio nelle città metropolitane del Nord), moltissime PMI continuano a non usarla.

Le Istituzioni devono, per recuperare i fallimenti di mercato del digitale e per irrobustire il tessuto produttivo italiano: diffondere la *digital awareness* e le competenze “operative” digitali; una cultura del dato diffusa (vantaggio competitivo anche per le PMI); rendere concretamente operativi i processi aggregativi.

Inoltre bisognerà fare evolvere il ruolo delle Istituzioni pubbliche, rendendole più attive nell’irrobustimento e dinamizzazione del mercato: sviluppo di processi aggregativi (i contratti di Rete o i DUC); regia e acquisto “competitivo” di servizi innovativi che migliorino il benessere urbano e rafforzino le aziende fornitrici più innovative.

La città quale fulcro del nuovo sviluppo, non solo culturale e sociale ma anche economico; quindi luoghi di produzione e di consumo da amministrare in modo integrato.

Questo a nostro avviso è il quadro di riferimento in cui collocare il progetto **d_Bari** e in questo quadro siamo pronti e desiderosi di contribuire al processo.