

Lo scopo di questa applicazione è quello di fornire assistenza nella sorveglianza delle spedizioni in transito di "merci sensibili" come sigarette e spiriti. Il modulo EWS-S viene analogamente utilizzato nel settore delle accise;

- Marinfo: fornisce assistenza nella sorveglianza del traffico commerciale marittimo, con particolare riferimento ai container;
- MarSur: riguarda la sorveglianza dei natanti di stazza lorda inferiore alle 300 tonnellate. Fornisce informazioni sulle rotte ed i dati dei proprietari e dell'equipaggio;
- CigInfo: raccoglie tutte le segnalazioni relative ai sequestri di sigarette effettuati in ambito comunitario⁸.

Occorre precisare che, pur in presenza dei sistemi sopra accennati, una buona parte della corrispondenza relativa alla mutua assistenza amministrativa doganale, soprattutto con tra gli Stati membri, è ancora oggi prodotta su carta e trasmessa via fax o per posta.

Il Regolamento (CE) 515/97 non prevede infatti alcun obbligo analogo a quello previsto, nel settore dell'IVA, dal menzionato Regolamento (CE) n. 1798/2003, a mente del quale le comunicazioni rilevanti, ai fini della sua applicazione, "sono fornite per quanto possibile con mezzi elettronici".

In virtù di tale disposizione, come accennato in precedenza, lo scambio informativo nella suddetta materia avviene, di norma, attraverso il canale CCN/CSI.

Per completezza, occorre citare, in conclusione, uno strumento di comunicazione che, pur non essendo parte dei sistemi informatici gestiti dalla Commissione europea, sta diffondendosi con sempre maggior vigore nell'ambito della comunità doganale europea. Si fa riferimento al "Customs Enforcement Network" (CEN), gestito dall'Organizzazione Mondiale delle Dogane di Bruxelles.

Il CEN è un sistema informatico per lo scambio dei dati e per la comunicazione, tra i servizi doganali, interamente dedicato ai fini di "enforcement". Disponibile dal luglio del 2000 per le amministrazioni doganali membri dell'OMD, esso rende disponibili, in estrema sintesi, le seguenti funzionalità:

- data base non-nominale di sequestri effettuati in ambito doganale e dei relativi reati;
- analisi dei dati di cui al punto precedente;

⁸

Per completezza, si evidenzia che, attraverso la rete CCN/CSI, la Commissione europea/OLAF consente agli Stati membri di accedere ad una serie di banche dati commerciali quali, per esempio, "Dun's & Bradstreet", dalla quale possono estrapolarsi i dati camerali relativi alle società di tutto il mondo, "Seadata", che fornisce, in collegamento con i "Lloyds" di Londra, informazioni sui natanti da essa assicurati e "TMI", che fornisce dati sulla movimentazione dei container.

- sito web, a disposizione delle amministrazioni collegate, ai fini informativi e di intelligence;
- rete di comunicazione per facilitare i contatti e gli scambi informativi a livello internazionale.

Quest'ultima funzionalità, appositamente studiata per soddisfare le esigenze di comunicazione durante le operazioni doganali tra più Stati, è ormai ordinariamente utilizzata nel corso delle Operazioni Doganali Congiunte periodicamente organizzate dalla Commissione europea/OLAF, in collaborazione con gli Stati membri.

OBIETTIVI	PROPOSTE	MOTIVI
1. PERFEZIONAMENTO DELLA LEGISLAZIONE IN CHIAVE ANTIFRODE		
1.1 Costante valutazione del rischio di frode nel corso dell'iter legislativo di approvazione di nuovi provvedimenti in tema di risorse comunitarie.	Ottimale utilizzo dell'analisi d'impatto della regolamentazione, raccordata con la valutazione <i>ex ante</i> prevista dal Regolamento finanziario n. 1605/2002 e dalle relative norme d'attuazione contemplate nel Reg. (CE) n. 2342/2002.	Individuare in modo sistematico e puntuale le relazioni tra le emanande disposizioni e gli eventuali rischi di frode ed irregolarità, evidenziando od adottando le connesse misure di salvaguardia.
2. RAFFORZAMENTO DELLA COOPERAZIONE AMMINISTRATIVA		
2.1 Estensione delle procedure di mutua assistenza amministrativa in materia di irregolarità a danno dei fondi strutturali e di coesione.	Adozione di un Regolamento in tema di reciproca assistenza amministrativa che consenta la creazione di una idonea base giuridica negli specifici settori.	Fornire agli organi di controllo un efficace strumento di tutela dei finanziamenti comunitari a finalità strutturale e di coesione.
3. REGOLE DI SEMPLIFICAZIONE E ARMONIZZAZIONE		
3.1 Armonizzare le disposizioni utilizzate nell'ambito dei flussi di comunicazione delle irregolarità in materia di fondi strutturali di cui al Regolamento (CE) n. 1681/94, con quelle in materia di FEOGA/Sez. Garanzia.	Modifica del Regolamento (CE) n. 1681/94	Le differenze terminologiche e sostanziali tra i due atti normativi possono indurre a delle disomogeneità nell'applicazione della relativa disciplina.
3.2 Uniformare le disposizioni utilizzate nell'ambito dei flussi di comunicazione delle irregolarità in materia di politiche di coesione di cui al Regolamento (CE) n. 1831/94, con quelle in materia di FEOGA/Sez. Garanzia.	Modifica del regolamento (CE) n. 1831/94	IDEM

ALLEGATO 6
pag. 1 di 2

3.3 Coordinare le disposizioni utilizzate nell'ambito dei flussi di comunicazione delle irregolarità in materia di aiuti all'agricoltura di cui al Regolamento (CE) n. 595/91, con quelle in materia di fondi strutturali.	Modifica del regolamento (CE) n. 595/91	IDEM
3.4 Miglioramento delle procedure di assistenza amministrativa previste dal Reg. CE 515/97 in materia doganale e agricola.	Introduzione di un termine entro il quale ottemperare ad una richiesta di assistenza amministrativa, in analogia a quanto stabilisce il Reg. 1798/03 in materia di I.V.A..	L'assenza di una precisa scadenza entro la quale fornire gli elementi di risposta alla competente Autorità può ritardare l'azione di contrasto alle eventuali irregolarità.

ALLEGATO 6

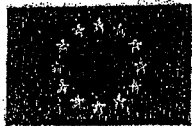
pag. 2 di 2

(IMPORTI IN 1.000 €)

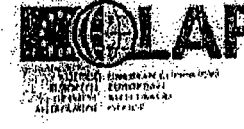
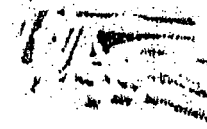
STATI MEMBRI		FEOGA-GARANZIA*		FONDI STRUTTURALI*		FONDO DI COESIONE*		RISORSE PROPRIE*		TOTALE*	
		Casi	Importi finanziari	Casi	Importi finanziari	Casi	Importi finanziari	Casi	Importi finanziari	Casi	Importi finanziari
AT	AUSTRIA	133	1.270	38	3.424	0	0	73	8.256	244	12.950
BE	BELGIO	34	572	45	14.942	0	0	756	24.205	835	39.719
CY	CIPRO	0	0	0	0	0	0	2	53	2	53
CZ	REPUBBLICA CECA	0	0	0	0	0	0	4	475	4	475
DE	GERMANIA	813	18.659	985	127.472	0	0	262	17.108	2.060	163.239
DK	DANIMARCA	62	711	47	2.475	0	0	79	7.642	188	10.828
EE	ESTONIA	0	0	7	105	0	0	3	199	10	304
EL	GRECIA	29	980	150	112.340	271	139.370	38	1.772	488	254.462
ES	SPAGNA	651	34.920	263	25.875	1	384	111	7.909	1.026	69.094
FI	FINLANDIA	24	153	37	1.491	0	0	28	1.604	89	3.248
FR	FRANCIA	524	7.816	110	3.104	0	0	252	24.470	886	35.390
HU	UNGHERIA	0	0	1	6	0	0	4	1.339	5	1.345
IE	IRLANDA	105	912	43	3.451	0	0	10	401	158	4.764
IT	ITALIA	98	3.120	638	194.917	0	0	193	35.465	927	233.602
LT	LITUANIA	0	0	0	0	0	0	5	133	5	133
LU	LUSSEMBURGO	3	17	3	110	0	0	0	0	6	127
	LETTONIA	0	0	2	361	1	1	7	324	10	686
MT	MALTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NL	OLANDA	308	3.725	58	6.853	0	0	514	44.170	880	54.748
PL	POLONIA	5	79	3	12	5	802	17	628	30	1.521
PT	PORTOGALLO	232	3.751	256	11.088	12	22.234	14	982	514	38.055
SE	SVEZIA	75	827	119	2.740	0	0	64	6.043	258	9.610
SK	SLOVACCHIA	0	0	0	0	0	0	2	300	2	300
SL	SLOVENIA	0	0	0	0	0	0	7	464	7	464
UK	REGNO UNITO	307	4.547	244	22.053	0	0	290	21.749	841	48.349
TOTALE		3401	62.064	3.048	532.819	290	162.791	2.735	205.692	9.475	983.366

* Fonte: Relazione annuale sulla tutela degli interessi finanziari della Comunità - anno 2004

ALLEGATO 7

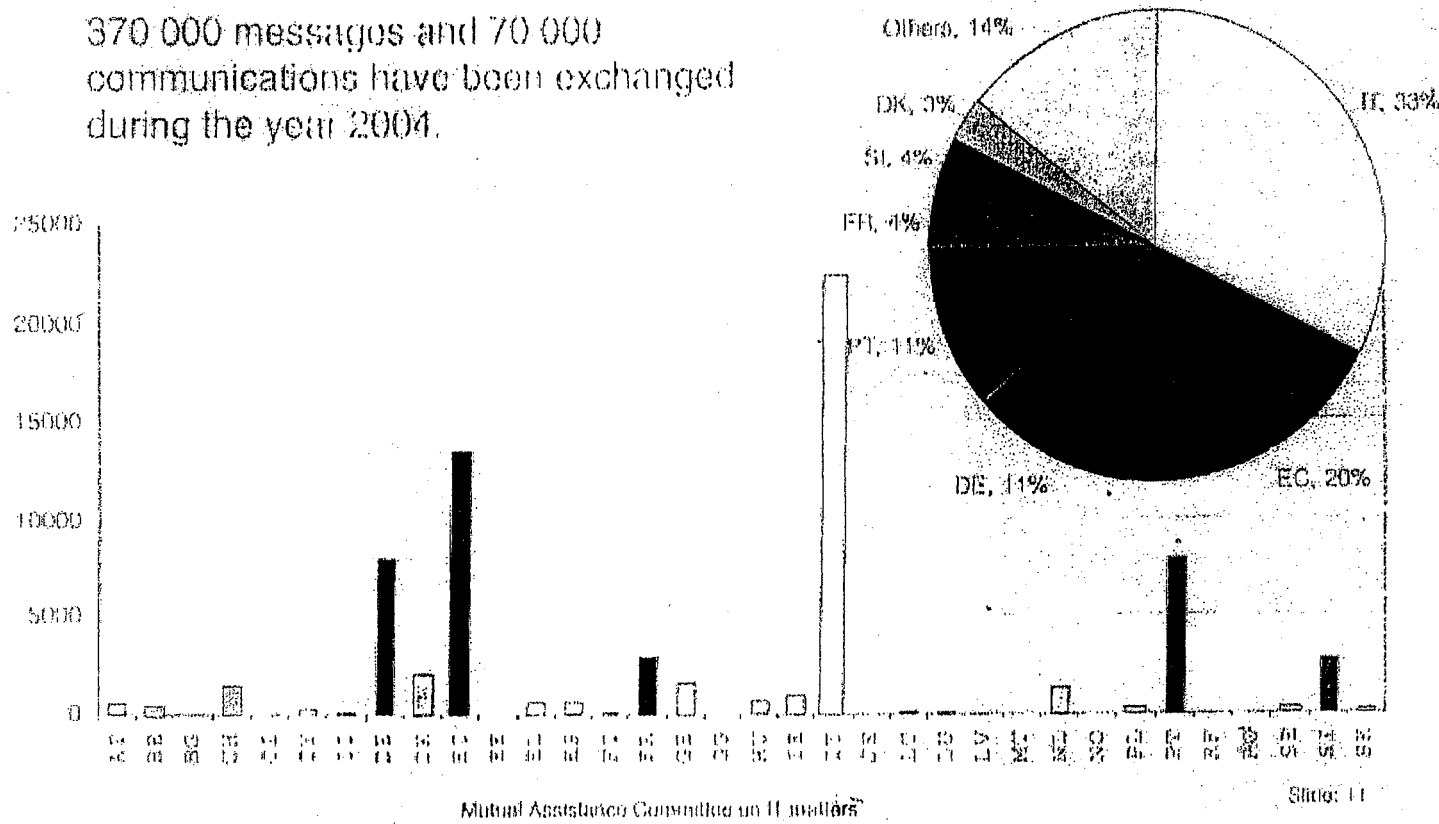


European Commission
 European Anti-Fraud Office (OLAF)
 Directorate "INTELLIGENCE, OPERATIONAL STRATEGY & INFORMATION SERVICES"
 Unit C.2 "Information Services" - IT Development & Studies Sector



Number of AFIS communications (2/2)

370 000 messages and 70 000 communications have been exchanged during the year 2004.



ALLEGATO 8

Allegato

Proposta del Forum per l'Innovazione ICT in Italia

POLO PER LA RICERCA, SVILUPPO E IL KNOWLEDGE TRANSFER NELLA FILIERA DEI CONTENUTI DIGITALI PER IL TURISMO ED I BENI CULTURALI

Premessa

Le principali aziende ICT presenti in Italia, riunite da IDC, insieme alle Agenzie governative Italia Lavoro e Innovazione Italia, in un gruppo di lavoro presieduto dal professor Giacomo Vaciago dell'Università Cattolica di Milano, intendono impegnarsi per dare un contributo diretto allo sviluppo della crescita e dell'occupazione nel sistema Paese attraverso il rilancio dell'innovazione e del settore ICT. Le aziende coinvolte sono: Accenture Technology Solutions, CallCenterNet, Cedacri, CSC, EDS, Getronics, HP, IBM, I.Net, Microsoft, NetSystems, Oracle, SAP, SIA Siemens Informatica, Telecom Italia, T-Systems.

A questo fine, i promotori del Forum dell'Innovazione hanno individuato alcune aree critiche dove l'innovazione basata sull'ICT può avere un impatto sensibile sulla crescita economica, ma non riesce a realizzare il suo potenziale positivo a causa di diversi ostacoli. I promotori del Forum hanno quindi identificato gli obiettivi strategici da raggiungere in queste aree e definito un Piano d'Azione per contribuire alla loro realizzazione. Il progetto qui presentato rappresenta la prima delle iniziative promosse dal gruppo di lavoro.

Sintesi

I promotori del Forum propongono la realizzazione di un centro multidisciplinare per la ricerca, lo sviluppo e il knowledge transfer nella filiera dei contenuti digitali, capace di fungere da "motore" dell'innovazione digitale, in primo luogo nel settore del turismo e dei beni culturali.

Le principali attività del centro riguarderanno la ricerca applicativa, la formazione specialistica e la fornitura di servizi di consulenza e design di soluzioni innovative per gli operatori dell'offerta e gli enti locali.

contenuti digitali nel turismo-beni culturali, attualmente depressa, porterà ad una crescita complessiva del mercato con ricadute positive sull'occupazione.

L'impatto sull'occupazione è stato stimato dal gruppo di lavoro nella misura di circa 125 posti ad alta qualificazione nel centro stesso al termine della fase di start-up (dopo 5 anni) e circa 4000 posti di lavoro (di cui il 20% indiretti) in Italia per il decollo delle attività di digitalizzazione di massa del patrimonio artistico e culturale, attraverso una rete di agenzie sul territorio, con un giro d'affari di circa 300 milioni di euro (dopo cinque anni).

Il progetto prevede come ipotesi iniziale la creazione di una società consortile non profit, da parte di un'alleanza di soci pubblici e privati: le imprese ICT del Forum e le agenzie promotrici, Italia Lavoro e Innovazione Italia. Il progetto prevede un investimento complessivo di 100 Milioni di Euro in 5 anni, finanziati al 50% da un finanziamento pubblico ed al 50% dai soci. L'ipotesi iniziale prevede un numero di dieci soci per un investimento complessivo di 50 milioni di euro. Dopo una fase iniziale di start-up nel primo triennio, il progetto prevede un graduale aumento dei ricavi fino ad arrivare nel sesto anno a ricavi per 17 milioni di euro, in grado di coprire i costi ed un investimento per il business development e di autosostenersi indefinitamente.

Il centro si configura come un investimento strategico a livello europeo per le multinazionali ICT presenti nel gruppo di lavoro, capace di generare un mercato internazionale attraverso lo stimolo della domanda di contenuti ed innovazione digitale nella filiera turismo-beni digitali. Il suo collocamento in Italia è giustificabile sulla base del vantaggio competitivo potenziale del sistema-paese, per la qualità e il livello del suo patrimonio artistico-culturale.

Motivazioni Del Progetto

La filiera della ricerca, sviluppo e produzione di contenuti e servizi digitali è strategica per l'Italia

- E' un'area emergente dove l'Europa ha un vantaggio competitivo potenziale (sviluppo di tecnologie, interfacce e applicazioni ICT per contesti multilinguistici e multiculturali)
- Necessita di ricerca applicativa e sviluppo per adattare contenuti digitali alla molteplicità di canali e piattaforme (mobile, fissa e TV digitale terrestre) che caratterizzano la crescente convergenza digitale fra informazione e media

Per il sistema paese presenta diversi potenziali benefici

- esistenza di un potenziale circuito virtuoso fra sviluppo di know-how, prodotti innovativi e domanda nel paese, con la possibilità di attrarre capitali
- filiera strettamente legata alla diffusione dell'innovazione digitale, e quindi alla modernizzazione in settori strategici per il sistema-paese, quali il turismo, i beni culturali e la scuola
- potenziale impatto positivo sull'occupazione se si innesca la digitalizzazione "di massa" del patrimonio culturale e artistico del paese e si stimola il processo di domanda-offerta di contenuti digitali

In particolare nel settore del turismo si evidenzia una crisi che richiede uno sforzo particolare di modernizzazione dell'offerta - e promozione dell'innovazione digitale, che può contribuire a risolvere molti dei problemi critici del settore, quali (secondo l'analisi del Centro studi Confindustria):

- Necessita' di definire un posizionamento innovativo della destinazione Italia nella percezione dei diversi bacini di domanda, attraverso l'uso combinato di tutte le leve del marketing
- Necessita' di comunicare questo posizionamento con una strategia di comunicazione molto piu' aggressiva e mirata alle diverse categorie di stakeholders
- Necessita' di promuovere una politica di comunicazione e promozione del prodotto turistico Italia bilanciata fra il livello centrale e regionale
- Necessita' di valorizzare gli attrattori minori – creare le condizioni per l'investimento in prodotti e comunicazione per il turismo da parte dell'altissimo numero di soggetti minori sparsi sul territorio

Tuttavia anche il rapporto Confindustria sottovaluta il fatto che il concetto di offerta nel turismo e' evoluto sostanzialmente. L'offerta digitale di contenuti e servizi costituisce un componente critico per il rilancio dell'offerta, non semplicemente uno strumento di promozione e vendita. La concretizzazione del concetto dello stile di vita "made in Italy", oggi punto di forza di ogni possibile riposizionamento dell'offerta del paese, passa attraverso un uso sofisticato ed evoluto dell'innovazione digitale e dei contenuti digitali.

Esistono molteplici iniziative per promuovere o rafforzare la presenza dell'offerta turistica su Internet, quali:

- progetto "Scegli Italia" per il portale nazionale del turismo
- progetti per il portale interregionale del turismo
- progetto Internet.culturale del Ministero Beni Culturali comprendente la descrizione di itinerari turistico-culturali
- progetto per i distretti digitali del turismo per aggregare gli operatori minori dell'offerta sul territorio e facilitarne la presenza online

Tutte queste iniziative risentono di mancanza di coordinamento e della carenza di una politica nazionale coerente e proattiva. A livello istituzionale il progetto di riforma dell' ENIT e di creazione della nuova Agenzia Nazionale del Turismo sara' sicuramente un progresso ma rischia di rappresentare un processo lungo e complesso.

Per quanto riguarda il settore dei beni culturali, esistono molteplici iniziative, nazionali e locali, per la digitalizzazione che risentono di diversi limiti significativi:

- orientamento alla creazione di oggetti digitali (per esempio cataloghi virtuali delle collezioni artistiche) con utilizzo limitato e scarsita' di valore aggiunto
- scarso coordinamento e rischio di rapida obsolescenza
- mancanza delle competenze appropriate da parte del personale (culturali, tecniche e specialistiche)
- carenza di strumenti per riconoscere e valutare le opportunita' della cultura digitale (fra cui spicca il problema della gestione dei diritti)
- carenza di investimenti

Questi fattori hanno rallentato notevolmente la diffusione dell'innovazione digitale fra gli enti culturali. Soprattutto il grande numero degli enti minori manca sia di investimenti, sia di competenze e strumenti per avviare un circuito positivo in cui lo sfruttamento dei diritti dei contenuti digitali possa compensare l'investimento necessario.

Di conseguenza si evidenziano i seguenti problemi:

- i progetti innovativi esistenti per il settore del turismo e dei beni culturali non affrontano in modo integrato e coerente il tema dello sviluppo dei contenuti digitali
- in particolare, la necessita' di investire in ricerca e sviluppo di know-how innovativo per i contenuti digitali appare molto sottovalutata
- il tema della multicanalita' per la comunicazione e marketing nel turismo e beni culturali (oltre ad Internet, i call centre, telefonia mobile, televisione digitale terrestre) appare marginale
- l'offerta di formazione di competenze e' totalmente inadeguata (il CILEA, istituto di ricerca lombardo, ha ricevuto oltre 200 domande per un corso con 20 posti sulla digitalizzazione offerto agli addetti dei beni culturali)
- non esiste una sede dove sia possibile sviluppare oltre agli standard tecnici, gli standard di interoperabilita' e coerenza tecnica, funzionale, di comunicazione e di interazione,
- non esiste una sede dove esperti di ICT, esperti di marketing, esperti di beni culturali, esperti di turismo, esperti legali, possano collaborare con un approccio precompetitivo e multidisciplinare per sviluppare le soluzioni ai problemi del settore

Obiettivi

Le principali attivita' del centro riguarderanno la ricerca applicativa, la formazione specialistica e la fornitura di servizi di consulenza e design di soluzioni innovative per gli operatori dell'offerta e gli enti locali.

L'ipotesi iniziale e' la creazione di una societa' consortile non profit, creata da un'alleanza di soci pubblici e privati: le imprese ICT del Forum e le agenzie promotrici, Italia Lavoro e Innovazione Italia. Il modello di riferimento e' il CEFRIEL, centro d'eccellenza per la ricerca, la formazione e la promozione dell'innovazione nei settori ICT, che ha sede presso il Politecnico di Milano, conta un centinaio di ricercatori, e realizza progetti di ricerca e di knowledge transfer nel mercato ICT.

Le fonti di ricavi previste sono:

- contratti di ricerca pubblici e privati, certificazioni, prototipazioni, royalties
- servizi di formazione post-laurea e professionale
- servizi di consulenza e progettazione

Il centro non si impegnera' nella produzione diretta di contenuti digitali o di prodotti basati sui contenuti digitali.

Il centro intende rivolgersi in primo luogo ai settori del turismo e dei beni culturali, per contribuire al loro rilancio ed alla creazione di nuove modalita' di interazione fra di essi.

Il centro proposto rappresenta "l'anello mancante" nella strategia per il rilancio dell'industria turistica attraverso l'innovazione digitale. Il centro potra' fornire competenza, know-how e supporto di formazione agli altri attori della filiera quali:

- i portali di aggregazione dell'offerta turistica (quali il portale nazionale previsto dal progetto "Scegli Italia") e i portali degli enti culturali
- gli eventuali distretti digitali del turismo, che prevedono l'aggregazione degli operatori sul territorio per promuovere la creazione di un'offerta integrata digitale
- le "fabbriche dei contenuti" da realizzare a livello locale per la digitalizzazione dei beni artistici, culturali e turistici

Attività del Centro

Più in dettaglio, le principali attività del centro potranno essere articolate come segue.

RICERCA TECNOLOGICA

In ambito tecnologico è prevista un'attività di tipo precompetitivo di ricerca applicativa e sviluppo orientata ai seguenti temi:

- tecnologie avanzate di elaborazione dei contenuti audiovisivi (ontologie, convergenza..)
- tecnologie di accesso locale e integrazione ambientale
- modalità di adattamento dei contenuti a molteplici canali e piattaforme di distribuzione, anche per utenze con necessità particolari (disabili);
- modalità di creazione di servizi innovativi basati sui contenuti digitali,
- modelli di interazione (usabilità, interattività)
- sviluppo standard e protocolli, di codifica e di conservazione
- analisi e sviluppo dei processi di interoperabilità fra sistemi e devices
- Valutazione di impatto ambientale (VIA)

In questo ambito il centro si pone l'obiettivo di diventare centro di eccellenza riconosciuto a livello europeo, collaborando con l'università e con il sistema nazionale e internazionale della ricerca.

Revenue Model: i ricavi in questo campo verranno raccolti tramite:

- certificazione di piattaforma per terze parti
- prototipazione
- eventuali royalties da brevetto

RICERCA E ANALISI DI MARKETING

Un ambito particolarmente interessante sarà la ricerca multidisciplinare sulla creazione di servizi innovativi basati sui contenuti digitali, ai fini della creazione di soluzioni innovative di marketing applicato ai settori del turismo e dei beni culturali. I seguenti temi potranno essere analizzati:

Utente finale

- Promozione/estensione dell'esperienza turistica (prima/dopo/durante/virtuale)
- Ergonomia e semplicità d'uso – esperienza arricchita
- Profilazione multidimensionale degli utenti per lo sviluppo di contenuti adattativi

Marketing territoriale e gestione della Value chain

- Centro di competenza sulle tematiche di gestione dei diritti di fruizione del bene digitale e dei diritti d'autore, dei sistemi anti-frode e le modalità di sfruttamento commerciale (licenze, royalties)
- Ricerca sui modelli di business e modalità innovative di marketing per l'aggregazione di attori, partnership, nuove catene del valore, co-branding per turismo-beni culturali
- Business development e sviluppo della domanda

Revenue Model: i ricavi in questo campo verranno raccolti tramite

- Accesso a finanziamenti per progetti finalizzati
- Consulenza ad hoc
- Eventuali ricavi derivati da partecipazione a progetti con terze parti
- Sponsor

KNOWLEDGE TRANSFER E FORMAZIONE

Le attività di knowledge transfer si articoleranno in due principali filoni, la consulenza e la formazione.

La formazione potrà comprendere i seguenti temi:

- tecnologie e strumenti dei contenuti digitali
- marketing del turismo digitale
- marketing territoriale
- produzione dei contenuti digitali
- comunicazione e divulgazione (attività editoriale)

La formazione potrà essere diretta a diversi soggetti secondo diverse modalità:

- master post-universitari e percorsi di specializzazione (master in gestione delle tecnologie per i beni culturali)
- formazione professionale per gli addetti del settore
- apprendistati di terzo livello con alternanza scuola-lavoro
- formazione per aspiranti imprenditori del settore

La consulenza potrà consistere nelle seguenti attività:

- consulenza alle autonomie locali per il varo e gestione dei programmi di digitalizzazione
- consulenza e design di soluzioni innovative per gli operatori pubblici e privati dell'offerta

RISULTATI ATTESI

Impatto sull'industria turistica:

- Contributo allo sviluppo di un'offerta integrata su Internet che porti ad attirare un numero aggiuntivo di turisti pari a un milione all'anno entro tre anni;
- Contributo alla crescita di competitività dell'industria turistica attraverso l'interazione con i distretti turistici digitali e il supporto alle aggregazioni degli enti minori dell'offerta sul territorio
- lo sviluppo di soluzioni innovative di marketing del sistema Paese basate sull'offerta di servizi e contenuti digitali, tali da raggiungere livelli di eccellenza mondiale entro tre anni, attivando anche l'interazione con la filiera dei beni culturali
- la concreta realizzazione di meccanismi di formazione delle competenze e di technology transfer dalla ricerca alle imprese nella filiera del turismo e dei beni culturali, per realizzare la sostenibilità a lungo termine del ciclo positivo di innovazione e sviluppo

Impatto sulla filiera dei contenuti digitali:

- capacità di generare economie di scala e di scopo per la digitalizzazione di massa del patrimonio artistico e culturale attraverso lo sviluppo di soluzioni e strumenti innovativi, caratterizzati da maggiore efficienza/efficacia
- ruolo di supporto e interazione per la rete di agenzie di digitalizzazione sul territorio, previste dai progetti in corso sulla digitalizzazione
- creazione di posti di lavoro ad alta qualificazione da parte del polo di ricerca (stimati in circa 125 a regime)
- effetto indotto per la creazione di posti di lavoro diretti e indiretti nella rete delle agenzie di digitalizzazione sul territorio, stimati dal gruppo di lavoro a circa 4000 nuovi posti di lavoro a regime (20% indiretti e il resto diretti), nell'ipotesi di dieci agenzie sul territorio con un fatturato di circa 30 milioni di euro ciascuna, a regime

Attrazione di investimenti esteri e creazione di nuove imprese

Il polo di ricerca si configura come un investimento strategico a livello europeo per le multinazionali ICT presenti nel gruppo di lavoro, capace di generare un mercato internazionale attraverso lo stimolo della domanda di contenuti ed innovazione digitale nella filiera turismo-beni digitali. Il suo collocamento in Italia è giustificabile sulla base del vantaggio competitivo potenziale del sistema-paese, per la qualità e il livello del suo patrimonio artistico-culturale.

Il centro di ricerca potrà facilitare la creazione di spin-off tecnologici e potenzialmente creare un distretto ad alta tecnologia sul territorio dove verrà collocato, anche se dovrà avere forti legami in rete con i centri di eccellenza e di conoscenza sul tema in Italia e in Europa.

TEMPI E COSTI

Il progetto prevede un investimento complessivo di 100 Milioni di Euro in 5 anni, finanziati al 50% da un finanziamento pubblico del Fondo per Lisbona ed al 50% dai soci. L'ipotesi iniziale prevede un numero di dieci soci per un investimento complessivo di 50 milioni di euro. Il business plan proposto prevede una auto-sostenibilita' delle attivita' del consorzio dopo il quinto anno.

Business Plan Preliminare (euro 000)

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Finanziamento						
Finanziamento pubblico	17.500,0	15.000,0	10.000,0	5.000,0	2.500,0	
Finanziamento privato dei soci	17.500,0	15.000,0	10.000,0	5.000,0	2.500,0	
Totale	35.000,0	30.000,0	20.000,0	10.000,0	5.000,0	
Ricavi						
Ricerca tecnologica			1.000,0	1.500,0	3.000,0	5.000,0
Ricerca e servizi di marketing		500,0	1.000,0	1.500,0	3.000,0	5.000,0
Knowledge transfer e formazione		1.000,0	1.500,0	3.000,0	5.000,0	7.000,0
Totale ricavi	-	1.500,0	3.500,0	6.000,0	11.000,0	17.000,0
Finanziamento + Ricavi	35.000,0	31.500,0	23.500,0	16.000,0	16.000,0	17.000,0
Costi di avviamento						
Capital expenditures	15.000,0	15.000,0	5.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0
Costi di avviamento	7.000,0	5.000,0	3.000,0			
Totale	22.000,0	20.000,0	8.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0
Personale						
Ricerca tecnologica	1.050,0	1.050,0	1.750,0	1.750,0	2.450,0	3.150,0
Ricerca e servizi di marketing	700,0	1.050,0	1.400,0	1.400,0	1.400,0	1.400,0
Knowledge transfer e formazione	250,0	300,0	500,0	1.000,0	1.250,0	1.250,0
Costi indiretti	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	1.250,0
Management	300,0	400,0	400,0	500,0	500,0	500,0
Totale	2.550,0	3.050,0	4.300,0	4.900,0	5.850,0	7.550,0
N. di addetti	42,5	50,8	71,7	81,7	97,5	125,8
Servizi esterni						
Ricerca tecnologica	2.100,0	2.100,0	1.750,0	1.750,0	1.225,0	1.575,0
Ricerca e servizi di marketing	1.400,0	2.100,0	1.400,0	1.400,0	700,0	700,0
Knowledge transfer e formazione	500,0	600,0	500,0	1.000,0	625,0	625,0
Costi indiretti	500,0	500,0	250,0	250,0	125,0	625,0
Management	600,0	800,0	400,0	500,0	250,0	250,0
Totale	5.100,0	6.100,0	4.300,0	4.900,0	2.925,0	3.775,0
Business Development						
Comunicazione e media	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0	1.500,0
redazione di newsletter	150,0	150,0	150,0	200,0	200,0	200,0
Totale	1.650,0	1.650,0	1.650,0	1.700,0	1.700,0	1.700,0
Costi diretti	9.300,0	10.800,0	10.250,0	11.500,0	10.475,0	13.025,0

Costi indiretti	930,0	1.080,0	1.025,0	1.150,0	1.047,5	1.302,5
Totale	10.230,0	11.880,0	11.275,0	12.650,0	11.522,5	14.327,5
Totale (incl setup) costi	32.230,0	31.880,0	19.275,0	14.650,0	13.522,5	16.327,5

**FONDAZIONE "G.B. BIETTI" PER LO STUDIO E LA RICERCA IN OPTALMOLOGIA
ONLUS**

Ente giuridicamente riconosciuto con decreto del Presidente della Repubblica, 9 giugno 1989
(g.u. n. 154 del 4 luglio 1989)

**Progetto di Ricerca per lo Sviluppo del Nerve Growth Factor (NGF)
come Farmaco per il Trattamento di Patologie Oculari****Obiettivo dello studio:**

Produrre un lotto di NGF umano ricombinante, eseguire gli studi preclinici di stabilità, tossicità ed attività biologica, e gli studi clinici di fase 1 e 2 al fine di ottenere un prodotto utilizzabile in clinica per le malattie oculari.

Introduzione

L' NGF è stato scoperto dalla Prof. Rita Levi Montalcini negli anni '50, ed è stato caratterizzato per la sua attività nel promuovere la differenziazione, il trofismo e la rigenerazione dei neuroni del sistema nervoso centrale e periferico. Numerosi studi sperimentali hanno dimostrato che il NGF previene il danno neuronale indotto da lesioni di tipo chirurgico, chimico, meccanico od ischemico, suggerendo il suo impiego per il trattamento di varie patologie del sistema nervoso centrale e periferico. In particolare, il NGF è stato somministrato intracerebralmente in pazienti affetti dal morbo di Parkinson o di Alzheimer confermandone l' efficacia clinica ed evidenziando l' assenza di effetti collaterali.

Tutti gli studi biochimici, molecolari, preclinici e clinici, sono stati condotti impiegando il NGF murino purificato dalle ghiandole sottomandibolari del ratto. Più recentemente, nel tentativo di introdurre il NGF nella pratica farmacologia, è stato sviluppato il NGF umano ricombinante con tecniche di ingegneria genetica e testato in soggetti sani e in pazienti affetti da neuropatia diabetica, evidenziando come unico effetto collaterale lo sviluppo di una transiente iperalgesia nel sito di inoculazione del farmaco. Per alcuni anni lo sviluppo del NGF come farmaco ha subito una battuta di arresto principalmente perché la somministrazione sistemica non consente al NGF di passare la barriera ematoencefalica in concentrazioni terapeuticamente efficaci. Recentemente il nostro ed altri gruppi di ricerca hanno dimostrato l'efficacia terapeutica della somministrazione locale di NGF per il trattamento di patologie