

Verbale n. 8 del 1 ottobre 2019



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

**DELIBERAZIONE N. 97 : PRESENTAZIONE DEL PROGETTO "FUTURA -
ECONOMIA PER L'AMBIENTE 2020" - DETERMINAZIONI CONSEGUENTI**

Il Presidente richiama la precedente deliberazione n. 92 del 16.9.2019, con la quale si è deciso di incaricare per la presentazione dettagliata del progetto alla Giunta in una prossima seduta l'Azienda Speciale Pro Brixia, autorizzandola ad avvalersi di qualificati operatori nel settore del project management di eventi di alto rilievo.

Invita pertanto la Presidente di Pro Brixia dr.ssa Prandini ad illustrare il progetto, la quale vi provvede avvalendosi di slides, che vengono allegate al presente provvedimento come parte integrante.

Prandini. Illustro il percorso che abbiamo seguito con il consiglio di amministrazione, ricordando che in occasione del consiglio camerale abbiamo presentato questa slide il 17 dicembre nella quale andavamo ad indicare gli eventi importanti dell'anno 2019. Avevamo inserito nel calendario anche l'evento EXA, precisando che si sarebbe tenuto a novembre 2019.

Dal 2016 ad oggi il consiglio di amministrazione di Pro Brixia ha lavorato per riportare a Brescia, nel solco del mandato ricevuto, EXA evento che veniva da tutti considerato come l'evento più importante che era stato perso con la chiusura della fiera e quindi fin dal 2016. Quando abbiamo invece riaperto la fiera, con il Presidente Ambrosi abbiamo stabilito un contatto con Maurizio Zipponi, che ha illustrato anche quali erano le esigenze ed i desiderata che la filiera armiera bresciana voleva portare all'attenzione della Camera di Commercio.

Abbiamo inoltre incontrato i rappresentanti dell'industria e dell'artigianato della filiera armiera ed ho personalmente visitato la fiera del settore a Vicenza nel febbraio del 2017, proprio per vedere dal vivo la realizzazione che i colleghi di Vicenza avevano realizzato.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

Da subito c'è stato chiesto di rinnovare il format e creare un evento attrattivo, che non replicasse il passato; lo spazio per due fiere che mettessero in mostra le armi non c'era sul mercato, perché nel frattempo era cambiata anche l'offerta fieristica.

Per questo abbiamo seguito un percorso che ha visto tre step: il primo che ho già illustrato, l'ascolto della filiera ed il desiderio di una fiera che parli di uomo, natura, ambiente e c'è stato indicato come interlocutore la Fondazione UNA ONLUS, che è la fondazione che ha promosso un vero cambiamento culturale, superando le distanze tra il mondo venatorio ed il mondo ambientalista, grazie anche alla collaborazione con il mondo accademico e in particolare con l'università di Piacenza e quindi il mondo dello slow food.

Il percorso è proseguito illustrando brevemente quello che poteva essere un progetto che avesse quale protagonista il tema indicato da fondazione UNA ad alcune associazioni del territorio, in modo che il progetto non avesse una natura esclusivamente settoriale e nel corso di questo percorso, si è trovata la disponibilità di Coldiretti a siglare insieme la Camera di Commercio un protocollo d'intesa.

Quindi i soggetti promotori dell'iniziativa sono diventati, oltre a Pro Brixia, anche AIB, Coldiretti e Camera di Commercio.

Terzo step: si è ritenuto, proprio per evitare di compromettere il lavoro di risanamento e di rilancio della fiera, che fosse prudente eseguire uno studio di fattibilità del nuovo evento fieristico, per non compromettere il percorso fatto fino ad allora e, in questo caso, i partner e quindi AIB, Coldiretti e fondazione UNA hanno sostenuto il 50% del costo di questo progetto che è stato commissionato a E&Y, nota società di consulenza; l'altro 50% è stato coperto dalla Camera di Commercio con un contributo.

Lo studio di fattibilità è stato completato nel marzo del 2019, è stato presentato al consiglio di amministrazione ed il consiglio di amministrazione ha deliberato l'approvazione del progetto, ma ha richiesto che i tre partner si impegnassero contrattualmente ad onorare gli impegni che erano contenuti



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

nel Business Plan. Ragione per cui la delibera di inizio attività organizzativa è avvenuta a maggio del 2019.

In quella fase abbiamo preso atto che il 2019 era ormai in parte trascorso e quindi prudenzialmente abbiamo deciso di spostare la data dell'organizzazione dell'evento fieristico espositivo a novembre 2020.

Qual è il concept che era alla base del percorso e che fondazione UNA ed Università di Pollenzo ci ha indicato come potenzialmente interessante rispetto al panorama fieristico? Quello di andare a mettere in evidenza tutto ciò che può rappresentare in natura una risorsa e quindi prodotti, energie, opportunità che dovevano essere però valorizzate proprio nell'esperienza imprenditoriale e quindi non soltanto l'esaltazione del contesto naturale e ambientale ma quanto questo patrimonio di valori potesse trovare destinazione nell'attività imprenditoriale.

Alla base dell'organizzazione della fiera, oltre al concept, c'è un sistema di valori che devono essere portati avanti da tutti gli ambasciatori di questo progetto e quindi tutti portatori di interesse. Qual è questo sistema valoriale?

È quello che possiamo brevemente riassumere nella valorizzazione di buone prassi, che indichino alle imprese del territorio attività sostenibili, attività che valorizzino l'economia circolare e, a garanzia della validità di questo percorso, si è scelto di avere un comitato scientifico che avesse un ruolo di arbitro, perché la deriva non fosse eccessivamente commerciale poi nella vendita degli spazi.

Quali sono gli interlocutori che abbiamo invitato al tavolo?

Gli atenei bresciani, l'Università degli Studi ma anche l'Università Cattolica, il Politecnico di Milano e naturalmente l'Università di Pollenzo che aveva ideato il format iniziale.

Qual è l'obiettivo? E' quello di rappresentare le esperienze che in settori diversi possono essere coerenti con il sistema valoriale e il concept.

Non è un modello che non cambia nel tempo, anzi la nostra ambizione è quella di fare una fiera che abbia una frequenza annuale e quindi vogliamo che i contenuti e le esperienze



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

evolvano e si arricchiscano nel tempo, possibilmente anche con una contaminazione positiva di chi partecipa all'evento.

Il racconto delle esperienze avviene utilizzando, oltre ai linguaggi che superano la semplice esposizione di prodotto - e quindi anche la filiera delle armi non è chiamata ad esporre la pistola, ma è chiamata a portare le storie degli artigiani, dei protagonisti di quella filiera - a valorizzare tutti gli aspetti di sostenibilità che gli imprenditori testimoniano quotidianamente nella loro esperienza imprenditoriale.

Come fare questo? Attraverso anche un linguaggio nuovo e quindi non il prodotto messo nella teca ma videoproiezioni e altre forme di comunicazione evoluta, che possano raccontare queste storie.

Quali sono i fattori critici del successo dell'iniziativa?

L'alta qualità: sicuramente un padiglione piccolo come il nostro, ma molto bello dal punto di vista architettonico, deve avere l'ambizione di essere un salotto dove si tengono eventi con un format di prestigio e quindi gli spazi, l'organizzazione, la qualità degli espositori, la scelta delle esperienze che indichiamo ad un livello positivo è fondamentale.

La manifestazione deve diventare una vetrina di pratiche virtuose ed è per questo che è intersettoriale, ed è per questo che è aperta a tutti.

Quindi, quello che si vuole fare non è di fingere una sostenibilità già realizzata ma di indicare un percorso positivo in una direzione corretta che è quella rispetta l'ambiente nel quale tutti noi.

L'ambizione anche di far cambiare idea, cioè quella di far parte di quel percorso virtuoso di dialogo, che si è aperto tra il mondo ambientalista e il mondo venatorio rispetto anche ad un pregiudizio per cui la caccia è solo un'aggressione al territorio, non è vero; il cacciatore può essere anche una sentinella e quindi presidiare il territorio, così come l'agricoltore così come l'imprenditore. Senza impresa non ci sarebbe nemmeno salvaguardia del territorio stesso.

Quindi non vogliamo aderire a delle forme estremiste che portano avanti alcuni temi in modo dogmatico, anzi penso che



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

il nostro compito come Camera di Commercio sia proprio quello di favorire un dialogo, anche se questo percorso può essere non semplice.

Il target di visitatori è ampio, sia per geografia sia per tipologia: non è una fiera che ha un'ambizione localistica, vogliamo guardare senz'altro alla regione Lombardia e al territorio nazionale per astrarre i visitatori ma anche espositori.

Sul tema espositori cerchiamo le buone prassi, cerchiamo quelli più bravi nel settore o che abbiano delle caratteristiche di originalità da premiare, con un evento che le metta sistema con altre esperienze positive.

È vero, è una Startup però ci siamo detti che il fallimento dell'iniziativa non è un'opzione, noi vogliamo partire da subito con un evento che stia sulle sue gambe, che da subito non rappresenti per l'azienda speciale un problema ma anzi un'opportunità e questo lo si deve vedere anche nel conto economico.

Ruolo attivo dei partner per il successo dell'iniziativa. Abbiamo appena detto che sistema valoriale rimane astratto se non trova degli ambasciatori: i partner devono essere i primi ambasciatori del progetto, che non è chiuso a pochi ma deve poter parlare a tutte le imprese del territorio che rispondono ai requisiti che il sistema valoriale pone.

Valorizzazione territoriale e leadership: perché?

Perché è vero che noi guardiamo al contesto nazionale ed internazionale, essendo l'azienda della Camera di Commercio che ha sempre per anni fatto internazionalizzazione; ma non possiamo guardare ai mercati internazionali se non partendo da ciò che sul nostro territorio è una eccellenza e, quindi, in questo senso valorizziamo il territorio, perché è qui che c'è un contesto che ha generato delle storie positive non solo per Brescia ma anche per l'Italia.

Qual è il target dell'iniziativa?

La manifestazione ha un format rivolto prevalentemente al grande pubblico e quindi è una fiera B2C, contemplando però anche delle opportunità di B2B temporalmente definite; questo cosa vuol dire? Vuol dire che Pro Brixia, grazie ad



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

un'attività che Camera di Commercio porta avanti già da diversi anni, è soggetto attuatore di alcuni progetti B2B e di incoming buyers, che possono trovare nella fiera un luogo nel quale incontri anche delle imprese espositrici internazionali possono avvenire.

Naturalmente la fiera è anche un incontro tra imprenditori che offrono prodotti, offrono servizi e quindi anche la parte B2B non vogliamo precluderla.

Gli spazi, come abbiamo detto, sono adibiti alla presentazione di prodotti o di servizi con la possibilità per gli espositori di interpretare chiaramente la loro proposta, compatibilmente con i format e le possibilità di acquisto da parte del visitatore, che dovranno però essere declinate in un regolamento, che è in corso di elaborazione.

Oltre alla parte tipicamente fieristica, vogliamo e riteniamo importante organizzare anche un fuori salone; non deve essere un evento chiuso, ma un evento che parli al territorio, in primis alla città di Brescia e quindi che deve trovare anche nel centro cittadino un dialogo e un collegamento molto forte. È una fiera che ha l'ambizione di raccontare, come dicevo, le esperienze ma anche prodotti e quindi non c'è contrapposizione tra queste due tipologie, nel senso che ognuno porterà i propri prodotti ad essere protagonisti ma raccontando la propria storia.

Per questa ragione avremo spazi che chiaramente sono dedicati alla comunicazione, perché chi entra in fiera non può trovare immediatamente una parte espositiva, senza capire che cosa lo aspetti e quindi ci vuole anche una parte preparatoria prima della parte espositiva, oltre che aree progettate per far vivere dei percorsi emotivamente coinvolgenti, e in questo saranno molto importanti gli allestimenti, la scelta delle luci, la scelta della musica di sottofondo: il come si viene accolti in fiera deve essere coerente con l'idea di sostenibilità che noi vogliamo comunque comunicare.

Ci saranno anche degli spazi dedicati alla formazione dei lavoratori, dei convegni, degli spazi commerciali l'abbiamo già detto e aree dedicate al networking e al business to business.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

Abbiamo fatto una scelta coraggiosa, che è quella di proporre allestimenti all'avanguardia in collaborazione con Università incontrate in occasione di un incontro nazionale dell'associazione nazionale delle fiere.

L'Università propone un master proprio dedicato agli allestimenti sostenibili per le fiere, dove il discorso della sostenibilità viene declinato attraverso il riutilizzo ed il riciclo anche dei materiali fieristici che diversamente sarebbero, rappresenterebbero un rifiuto.

(proiezione video)

E' un embrione di quello che sarà poi il progetto, che rende l'idea del fatto che, se riusciamo ad ingrandirlo, che sarà una cosa nuova anche da questo punto di vista.

La durata della manifestazione. La manifestazione, come ho anticipato, si svolgerà in tre giorni, distribuiti durante il fine settimana e quindi il venerdì, sabato e domenica.

Tenendo in considerazione l'offerta delle manifestazioni fieristiche sul mercato e il portafoglio degli eventi Pro Brixia, la prima edizione della manifestazione si svolgerà a novembre del 2020, con una anteprima di un giorno che abbiamo individuato nel giorno venerdì 29 novembre 2019.

Per quanto riguarda l'evento 2020, la giornata di venerdì sarà aperta nella mattinata al pubblico scolastico, quindi scuole medie inferiori e superiori, nel pomeriggio al pubblico con una parte di B2B, con incontri dedicati, tavole rotonde, visite guidate al percorso esperienziale della manifestazione e una cena di gala.

Le giornate di sabato e domenica saranno dedicati al pubblico B2C, che potrà partecipare anche momenti convegnistici, seminari, laboratoriali su prenotazione.

Alla base del progetto abbiamo detto che vogliamo che ci sia una sostenibilità economica e qui vengono in sintesi illustrati i costi, che fanno parte poi del business plan che abbiamo approvato in consiglio.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

Quindi, per quanto concerne i ricavi, essi sono correlati in gran parte ai metri quadri venduti, al variare del numero degli espositori e anche del mix dimensionale degli stand. In questo caso è stato previsto nel modello di sostenibilità del progetto, che ci sia una metratura di superficie venduta già dal primo anno pari a 7000 metri quadri, per arrivare alla quarta edizione ad 8200 metri.

A titolo esemplificativo, ma vista l'importanza della superficie, i tre partner hanno comprato 2000 metri di area ciascuno e, quindi, ad oggi, ad oltre un anno da quando l'evento si terrà, 6000 metri su 7000 sono già venduti.

Diciamo che i 7000 sono l'obiettivo minimo che ci siamo dati ed è chiaro che l'ambizione potrebbe essere anche quella di migliorare ulteriormente questo dato.

Per quanto riguarda i ricavi nel nostro progetto abbiamo previsto che ci sia l'acquisto di uno spazio pre allestito; questo cosa vuol dire? Che è molto importante che non ci siano stand gli uni diversi dagli altri, ma ci sia una forte coerenza della comunicazione ed è per questo che noi vendiamo già uno spazio preallestito, anche se sarà allestito in modo molto innovativo, come abbiamo già visto.

Anche il fatto che l'impresa compaia nel catalogo non viene addebitato come un ulteriore sovrapprezzo.

Inoltre, ed è sicuramente un aspetto molto importante, il fatto che le imprese bresciane possano beneficiare di un contributo della Camera di Commercio, pari al 50% dell'evento se riceve il patrocinio camerale.

Quali sono i prezzi che abbiamo ipotizzato per quest'evento? Abbiamo stimato che la vendita sul mercato degli spazi dell'area allestita abbia un costo di 150 € a metro quadrato al quale si aggiungono poi degli extra, che sono principalmente legati all'elettricità, le pulizie, al ruolo di tecnologie particolari che non sono comprese nel preallestito base e che ai partner si riserva invece un prezzo di favore avendo sostenuto in parte il costo dello studio di fattibilità e avendo comprato una superficie molto grande e quindi il costo dell'area pre allestita è di 120 € al metro quadrato invece che 150.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

Per quanto riguarda sempre i ricavi, si compongono anche delle entrate della vendita dei biglietti.

Abbiamo ipotizzato diverse tipologie di costi, il biglietto intero, che è pari a 10 € a persona, il biglietto ridotto, che costerà cinque euro a persona ed il biglietto gratuito perché ci saranno degli omaggi per gli espositori e per tutti coloro che promuoveranno l'iniziativa, soprattutto il primo anno.

In base al numero dei visitatori i ricavi varieranno; abbiamo stimato 15.000 presenze per il primo anno e 30.000 presenze alla quarta edizione della manifestazione.

Per quanto concerne i ricavi è stato quindi stimato un ricavo medio da ingresso visitatore che cresce dai 4 euro il primo anno a 11,30 euro il quarto.

Perché è più basso all'inizio? Perché essendo una manifestazione nuova dovranno essere maggiori i biglietti omaggio rispetto all'ultima in cui si stima che la manifestazione sia maggiormente conosciuta.

I ricavi provengono anche dei parcheggi: è stata fatta una stima in collaborazione con Brescia Mobilità spa in base agli accordi in corso rispetto sia agli incassi derivanti dai parcheggi, sia alla ricaduta al netto appunto della trattenuta per il servizio che Brescia Mobilità svolge e anche in questo caso partecipano alla creazione dei ricavi.

Non mancherà l'attività di ristorazione, come vedete abbiamo messo un budget molto contenuto proprio perché l'obiettivo era quello di non lanciare numeri a caso, ma essere molto prudenti, quindi da 4.000 € per il primo anno a 9.000 € per l'ultimo anno.

È chiaro che nel momento in cui ci sarà un maggior numero di visitatori o le stime dovessero essere interessanti anche dal punto di vista del fatturato, Pro Brixia parteciperà non solo al canone di locazione ma anche ai maggiori ricavi prodotti dagli scontrini fatti dal ristorante.

Complessivamente, se noi guardiamo a tutti i ricavi che abbiamo stimato nel Business Plan, partiamo da 284.000 euro il primo anno chiudere ad 1.536.000 euro alla quarta edizione della fiera.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

Quindi, in sintesi, il nostro auspicio è di raggiungere 1 milione e mezzo di fatturato, quello che è oggi il fatturato dell'azienda speciale, e che andrà a crescere negli anni, ma che comunque rappresenta un obiettivo, come diceva il presidente prima, stimolante, perché va ad incidere sui ricavi e sul fatturato dell'azienda speciale.

Per quanto riguarda i costi, anch'essi dipendono dalla dinamica delle aree espositive e anche dai costi di allestimento.

Dal nostro business Plan, che è sviluppato dal 2020 al 2023, abbiamo previsto per il primo anno un'area di 10.667 metri quadrati, l'ultimo anno, la quarta edizione, 12.267 metri quadri.

Sappiamo che lo spazio disponibile è di 15.000 m² e quindi possibilmente ci sono possibilità di aumento.

Abbiamo distinto i costi degli allestimenti e ne abbiamo identificato diversi per l'area occupata dalle imprese di carattere commerciale espositivo, le aree comuni esperienziali e le aree comuni di passaggio, che sono quelle meno onerose dal punto di vista dell'allestimento, stimando dunque un costo medio al metro quadro lordo di 50 €.

Per quanto ancora riguarda i costi, anche la parte di convegnistica e di laboratori naturalmente ha dei costi, in base al numero degli eventi che vogliamo fare ci sono costi diversi e abbiamo esposto quelle che sono le ipotesi del progetto e quindi che il numero di workshop laboratori sia di 7 eventi il primo anno ma che arrivi a 15 il quarto anno, tenendo conto che un relatore sia protagonista di ciascun appuntamento.

Sono previsti da quattro ad 8 eventi convegnistici, ciascuno di essi tenuto da cinque relatori o formatori ed a ciascuno dei relatori abbiamo riconosciuto un rimborso vitto e alloggio di 300 €.

Su questa cosa tornerò più tardi parlando di BresciaTourism. Razionali sempre sulla base del calcolo dei costi, la promozione di questo evento vogliamo che coinvolga anche la città, come già detto, con il fuori salone. Abbiamo stimato uno stanziamento forfettario di 60.000 euro per il primo anno



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

fino a 110.000 euro a partire dal terzo anno, terzo e quarto anno.

Gli investimenti in comunicazione e marketing devono essere importanti; abbiamo previsto anche qui un'evoluzione dei costi, che tenga conto che in alcuni casi c'è un investimento iniziale per creare un'identità ed una immagine coordinata della manifestazione; c'è poi il sito internet da realizzare, ci sono anche attività di comunicazione e marketing non solo rivolte al mercato nazionale ma anche al mercato estero.

Dalla somma dei costi che sono stati prodotti nel business plan i costi incrementano da 275.000 euro a 1.310.000 euro nella quarta edizione.

I costi di allestimento hanno un'incidenza importante rispetto al totale dei costi, che può essere graduato anche rispetto alle entrate che nel frattempo maturano.

Quindi la sintesi rispetto a questo percorso è che sin dal primo anno noi vogliamo avere un margine positivo e la marginalità arriva ad un valore di oltre 220.000 euro nel quarto anno di fiera.

Un aspetto importante che ho trattato in premessa è che il desiderio è stato quello di riportare un dialogo con la filiera armiera. Nel corso dell'evoluzione del progetto però questo è risultato parte di un percorso che poteva coinvolgere anche altre imprese sul territorio: ragione per cui dopo un confronto abbastanza dialettico sul tema siamo arrivati a decidere che sarebbe stato preferibile dare un nuovo nome alla manifestazione, proprio per non ricadere in uno schema che poteva rendere la stessa meno appetibile da parte delle altre imprese.

Quindi la denominazione che abbiamo registrato è Futura - Economia per l'Ambiente, che tiene conto in parte di un percorso fatto; la denominazione che verrà lanciata in termini di comunicazione cioè una manifestazione l'economia guarda al futuro.

Quali sono gli step che abbiamo mosso? Con il Presidente Ambrosi abbiamo presentato ai partner e al Main sponsor Azimut il progetto, raccogliendo tra l'altro un ottimo riscontro da parte degli interlocutori, che hanno potuto essere presenti,



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

mentre chi non è stato presente ha chiesto informazioni suppletive rispetto alla presentazione sintetica che era stata mandata dagli uffici.

Abbiamo programmato per il 28 ottobre la conferenza stampa, il 29 novembre, l'anteprima dell'evento fieristico e il 27/28 e 29 novembre 2020 ci sarà la fiera.

Facendo un passo indietro a quello che abbiamo ugualmente presentato al Consiglio camerale, qui sono indicati i valori del nostro Bilancio preventivo 2019.

Le iniziative che noi vogliamo andare a svolgere di presentazione, di lancio dell'evento fieristico non andranno a determinare una richiesta di aumento del contributo camerale, ma il contributo camerale già stanziato dovrebbe essere sufficiente per poter coprire anche l'attività di promozione e comunicazione 2019.

Per quanto riguarda il 2020, abbiamo visto che l'evento sarà un evento in pareggio, anzi con un margine positivo e di conseguenza ugualmente non andrà ad inficiare il percorso virtuoso intrapreso fino ad oggi.

Una cosa molto importante alla quale tengo è il fatto che questo progetto vogliamo che sia un progetto da condurre insieme ad altri partner, come abbiamo visto, ma anche a BresciaTourism, perché l'ambizione che noi abbiamo come Consiglio di amministrazione è che ci sia una ricaduta positiva per il territorio, anche per le imprese che non parteciperanno come espositori.

Questo cosa vuol dire? Che dobbiamo riuscire a confezionare una proposta per i nostri espositori, per i nostri visitatori dove andiamo ad ottimizzare al massimo l'accoglienza e questo vuol dire intercettare hotel e strutture ricettive che possano accogliere - tra l'altro siamo nel mese di novembre, un mese non particolarmente battuto dal punto di vista turistico - i nostri ospiti, ai commercianti del centro storico di Brescia, mettendo anche in rete il progetto, che già è stato fatto sul territorio ma anche integrando la proposta culturale ai bresciani rispetto alla possibilità di offrire un carnet di opportunità molto interessanti. Ed il soggetto che si presta



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

per integrare tutte queste informazioni è la rete Fare, che abbiamo costituito sia nel febbraio 2017 con Brescia Tourism.

(proiezione video)

Al termine della presentazione il Presidente ringrazia ed invita i presenti ad intervenire.

Guzzardi apprezza la presentazione del progetto ritenendolo una nuova opportunità per Brixia Forum.

Massoletti rileva la necessità di un approfondimento in merito al target di riferimento dell'iniziativa ed alla presenza di spazi commerciali interni.

Il Presidente sottolinea come il progetto è rivolto sostanzialmente a tre filoni, quello dell'agricoltura, della produzione armiera e quello dell'industria.

Prandini sottolinea anche la presenza dei percorsi didattici e divulgativi, con la necessità di comunicare le azioni, le attenzioni e le sensibilità delle imprese dei diversi settori sul tema della sostenibilità.

Saccone sottolinea che i soggetti economici destinatari del progetto sono quelli che intendono comunicare la loro storia e la loro esperienza sul tema dell'ecologia e dell'ambiente, per trasmettere un'immagine di sensibilità attraverso la propria storia. Il progetto è anche un evento culturale per la capacità di favorire e generare sviluppi economici in funzione sostenibile. C'è quindi la necessità di avere un elevato livello di contatti, conferenzieri e speaker, in ragione del contenuto degli eventi. Di qui la necessità di avere un supporto per l'elaborazione dei contenuti necessari e la necessità di prevedere anche un evento a fine 2019 per dare una concretezza al progetto.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

Il Presidente sottolinea la componente reputazionale fondamentale dei soggetti che parteciperanno all'evento, pur residuando una declinazione fieristica dell'evento nel senso dell'interesse che le imprese sensibili possono avere nell'espone non tanto i propri prodotti ma le loro storie di attenzione e di sensibilità nonché nel comunicare i propri investimenti nei meccanismi della compatibilità ambientale e della sostenibilità.

Saccone ritiene che il tema dell'ecosostenibilità ambientale non sia più una mera appartenenza ideologica, ma diventi un driver di un fattore di competitività per le imprese stesse nella ricerca di soluzioni tecnologiche. Vi è la necessità di realizzare un evento del tutto diverso dagli altri ed anche di qualità elevata.

Massoletti si dichiara convinto della bontà del progetto, che necessita tuttavia di una più precisa messa a punto. Rilevano anche i costi preventivati, non indifferenti.

Il Presidente evidenzia la capacità del progetto di connettere le tre componenti dell'agricoltura, dell'artigianato e dell'industria che presentano elementi comuni in termini di necessità di comunicare. Il territorio stesso necessita di un recupero in tema di reputazione, non solo a vantaggio delle imprese, ma anche per i cittadini e per la loro vita quotidiana. Le imprese hanno interesse a rappresentare quello che - da tempo - si sta realmente facendo, poiché molto viene sì fatto ma non viene raccontato e non si sa come e dove raccontarlo.

Agliardi rileva l'importanza dell'investimento per la Camera e, nel contempo, la necessità di uno stretto coordinamento delle professionalità e delle Associazioni di Categoria.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

LA GIUNTA

sentito quanto riferito in premessa dal Presidente;

udita la relazione illustrativa della Presidente di Pro
Brixia;

uditi gli interventi dei consiglieri;

con voti favorevoli unanimi espressi nelle forme di
legge,

d e l i b e r a

di approvare il progetto di massima dell'evento Futura -
Economia per l'Ambiente 2020, come illustrato nelle slides
allegate al presente atto, incaricando l'Azienda Speciale a
darne attuazione.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr Massimo Ziletti)

IL PRESIDENTE
(Dr Giuseppe Ambrosi)

Firma digitale ai sensi dell'art. 24 del d.lgs. 7 marzo 2005, n. 82
"Codice dell'amministrazione digitale"