



Centro Servizi
per le imprese

Camera di Commercio Cagliari - Oristano

PROGRAMMA DI ATTIVITA' PER L'ESERCIZIO 2022



CENTRO SERVIZI PROMOZIONALI PER LE IMPRESE

AZIENDA SPECIALE

Camera di Commercio Cagliari Oristano

Viale Diaz, 221 – 09126 Cagliari, Italy

Tel +39 070 3496.1 Fax +39 070 3496.310

info@csimprese.it - www.csimprese.it

P.I./C.F. 03011440926

INTRODUZIONE

Il Consiglio camerale, con deliberazione n. 4 del 8 febbraio 2021, ha approvato la Relazione Previsionale e Programmatica per l'anno 2022 a cui ha fatto seguito l'approvazione del bilancio previsionale 2022 con le diverse linee di intervento della Camera di Commercio di Cagliari e Oristano per il corrente esercizio.

La Relazione stabilisce le linee programmatiche e gli indirizzi cui anche l'Azienda Speciale è tenuta a uniformarsi in ordine alla definizione delle iniziative e dei progetti che la stessa intende realizzare nel corso dell'anno di riferimento.

La Relazione ha lo scopo di illustrare *"i programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento, in rapporto alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale e al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, specificando altresì le finalità che si intendono perseguire e le risorse ad esse destinate"*.

Si tratta dunque di un documento di programmazione annuale nel quale l'Ente evidenzia le principali attività che intende realizzare nel corso dell'anno, seguendo l'impostazione degli interventi che è stata declinata nel programma pluriennale di mandato.

La programmazione per il 2022, a differenza di quella degli ultimi esercizi, tiene conto della avvenuta conclusione del processo di fusione tra la Camera di Cagliari e quella di Oristano. L'unione tra le due Camere ha portato alla costituzione di una grande Camera di commercio, con oltre 100.000 tra imprese e unità locali e un notevole accrescimento delle potenzialità nei ruoli di rappresentanza e nelle azioni di supporto alle stesse imprese e ai sistemi economici locali.

Il Programma prevede, insieme ai servizi e alle attività attinenti alle nuove funzioni e competenze attribuite con la riforma, la prosecuzione delle iniziative e manifestazioni di supporto al sistema economico locale già avviate negli anni precedenti, anche in collaborazione con le altre Camere di commercio della regione e con altri attori locali e regionali, tenendo conto degli elementi di novità derivanti dalla riforma di cui al decreto legislativo 219/2016 e del percorso che ha portato alla costituzione della nuova Camera di commercio di Cagliari-Oristano.

In particolare, la Camera di Commercio di Cagliari-Oristano intende **sostenere le imprese** nello sviluppo della loro attività in Italia e nel mondo, attraverso un costante dialogo con le imprese stesse e con le organizzazioni imprenditoriali, per favorire una crescita equilibrata dell'economia territoriale, regionale e nazionale.

L'agire dell'Ente dovrà essere caratterizzato da un insieme di **valori** che guidano il comportamento delle persone, definendo doveri e responsabilità nei rapporti con i propri interlocutori che riflettano una vera e propria cultura di servizio, e che l'Ente intende promuovere e diffondere attraverso il proprio operato:

- **Trasparenza, imparzialità** e correttezza nei rapporti con l'esterno;
- **Efficienza, efficacia ed economicità** come principio di base nell'utilizzazione di risorse;
- **Centralità delle persone** in quanto risorsa indispensabile per la realizzazione dei programmi dell'Ente;
- **Tipicità, qualità e territorialità** come leve di sviluppo dell'economia;
- Adozione di politiche ispirate ai principi di **collaborazione, indipendenza** e rispetto dei ruoli e delle competenze;
- **Attenzione** alle istanze provenienti dai **portatori di interesse** per offrire un servizio adeguato e conforme alle loro esigenze.

Il profilo economico-statistico del territorio di riferimento della nuova camera di commercio unificata è notevolmente modificato. In sintesi: una popolazione residente di oltre 930.000 abitanti, un valore aggiunto che si avvicina ai 19 mld di euro; un numero di imprese iscritte superiore a 100.000.

Il Piano prevede che le attività di carattere promozionale siano per lo più affidate e svolte dall'Azienda Speciale Centro Servizi Promozionali per le imprese, con un ruolo centrale per l'esercizio delle funzioni attribuite dalla riforma camerale del 2016 e dell'attuazione delle linee di intervento definite dal sistema camerale e che saranno declinate nella realtà locale, tenendo conto delle caratteristiche del territorio.

Il sostegno alla transizione energetica e ambientale è un percorso che la Camera ha già tracciato nel corso del 2021, con il coinvolgimento delle organizzazioni imprenditoriali, e che intende proseguire non con iniziative isolate ma in modo condiviso e sinergico con la Regione Sardegna, il sistema camerale nazionale e locale, le Università, le associazioni di categoria e tutti gli altri attori istituzionali.

Le linee strategiche definite nel piano pluriennale strategico di mandato, approvato dal Consiglio camerale con la deliberazione n.2 del 23 marzo 2021, su cui l'Azienda speciale è chiamata a dare un suo contributo specifico sono:

- Linea strategica 1: Competitività del territorio e sviluppo economico intersettoriale
- Linea strategica 2: Gestione e sviluppo dei principali asset
- Linea strategica 3: Organizzazione e miglioramento dell'efficienza interna
- Linea strategica 4: Efficientamento economico-patrimoniale e valorizzazione risorse
- Linea strategica 5: Comunicazione

Queste linee strategiche vengono declinate in programmi.

A tal riguardo, e per i riflessi sull'attività dell'azienda Centro Servizi Promozionali per le Imprese, va ricordato l'articolo 2, comma 5 della Legge 29 dicembre 1993, n. 580, così come modificata dal Decreto Legislativo 25 novembre 2016, n. 219, dispone "...Le Camere di Commercio possono attribuire alle Aziende speciali il compito di realizzare le iniziative funzionali al perseguimento delle proprie finalità istituzionali e del proprio programma di attività, assegnando alle stesse le risorse finanziarie e strumentali necessarie",

Il richiamato art. 2 del novellato Statuto dell'Azienda speciale, nell'elencare, al comma 2, le attività che l'Azienda può porre in essere per il perseguimento delle proprie finalità prevede, tra le altre, oltre a quelle tese alla promozione del territorio e delle imprese, anche le seguenti:

- a) realizzare iniziative finalizzate a valorizzare il patrimonio culturale nonché a sviluppare e promuovere il turismo in collaborazione con gli enti e gli organismi competenti;
- b) svolgere attività di orientamento al lavoro e alle professioni attraverso interventi di carattere informativo, formativo e di supporto, anche nell'ambito del sistema alternanza scuola-lavoro, al fine di promuovere l'orientamento, sostenere la transizione dalla scuola e dall'università al lavoro, agevolare l'inserimento occupazionale;
- c) fornire supporto alla Camera di commercio nell'attività di informazione e comunicazione istituzionale;
- d) fornire supporto alla Camera di commercio nelle attività di studio, formazione, divulgazione, informazione e gestione delle procedure di risoluzione alternativa delle controversie, di mediazione per la conciliazione;
- z) fornire supporto e svolgere ogni altra attività che possa essere di ausilio alla Camera e al sistema camerale nel perseguimento delle finalità istituzionali e del programma di attività dell'ente.

Al fine di garantire la coerenza del presente programma di attività, oltre che con le previsioni statutarie, anche con il programma di attività camerale come risultante dall'analisi della R.P.P. 2022, l'Azienda Speciale

Centro Servizi Promozionali per le Imprese propone la gestione delle seguenti iniziative e progetti, con riferimento alle linee strategiche di intervento contenute nel documento programmatico nonché alla classificazione delle Funioni proposta da Unioncamere :

A. Linea di intervento: IMPRESE

- Funzione C1 (Semplificazione e Trasparenza): supporto (istruttorio e tecnico-operativo) in alcuni procedimenti gestiti dall'Area Anagrafe Economica
- Funzione D1 (Internazionalizzazione):
- Funzione D2 (Digitalizzazione): supporto al digitale, all'innovazione e all'Agenda digitale (Impresa 4.0)
- Funzione D4 (Orientamento al lavoro e alle professioni): supporto dell'alternanza Scuola/Lavoro e formazione per il lavoro
- Funzione D6 Sviluppo e qualificazione aziendale e dei prodotti

B. Linea di intervento: MERCATO

- Funzione C2 (Tutela e Legalità): supporto ai servizi di composizione delle controversie (Mediazione)

C. Linea di intervento: TERRITORIO

- Funzione D3 (Turismo e cultura): supporto allo sviluppo dell'industria del turismo e dei beni culturali, e alla valorizzazione delle eccellenze produttive, in un'ottica di sviluppo del *marketing* territoriale
- Funzione D5 Ambiente e Sviluppo Sostenibile
- Funzione E1 Altri Servizi ad Imprese e Territorio

D. Linea di intervento CAMERA

- Funzione A2 (Organi camerali, rapporti istituzionali e relazioni con il sistema allargato): supporto agli Organi istituzionali
- Funzione A3 (Comunicazione): supporto alla comunicazione istituzionale e verso l'utenza
- Funzione B2 (Acquisti, patrimonio, e servizi di sede): supporto per le procedure finalizzate all'acquisto di beni e servizi, e alla gestione del patrimonio
 1. Utilizzo di spazi del quartiere fieristico per eventi e iniziative realizzate dalla Camera di Commercio;
 2. Organizzazione diretta di manifestazioni fieristiche e altri eventi di spettacolo;
 3. Gestione del Centro Congressi.



Centro Servizi
per le imprese

Camera di Commercio Cagliari - Oristano

Gli obiettivi delle attività che rientrano all'interno delle linee sopra indicate saranno raggiunti non solo attraverso apposito contratto di servizio con la Camera di Commercio ma anche attraverso specifici accordi con altri enti pubblici, a partire dalla Regione Sardegna, e attraverso l'attuazione di progetti di fonte locale, nazionale o comunitaria.

PROGETTI E INIZIATIVE PROGRAMMATE

LINEA DI INTERVENTO "IMPRESE"

FUNZIONE C1: SUPPORTO (ISTRUTTORIO E TECNICO-OPERATIVO) NEI PROCEDIMENTI DELL'AREA ANAGRAFE ECONOMICA

L'attività del Servizio del Registro delle Imprese è complessa, e ricomprende molteplici funzioni. Il progetto consiste nel supportare alcune attività dallo stesso prestate, parziali rispetto alla globalità di quelle fornite agli utenti, consentendo così al personale camerale di avere maggiore disponibilità per il miglioramento dei rapporti con l'utenza attraverso il mantenimento/l'implementazione di specifiche attività "innovative" (p.e.: svolgere funzioni di sportello assistito, realizzare programmi di formazione continua per rispondere efficacemente alle novità legislative di settore; assistere le start-up innovative)

In particolare, le attività di supporto che si intendono affidare al personale dipendente dell'Azienda Speciale riguardano:

- l'archiviazione ottica degli atti cartacei del Registro delle Imprese
- la bollatura e la vidimazione dei libri sociali
- le cancellazioni d'ufficio
- la gestione dello Sportello Polifunzionale (Cassa – Visure – Certificati)

Per quanto attiene alle risorse di personale dipendente dell'Azienda, che saranno impiegate nella sopra

richiamata attività, queste sono quantificate in n. 4/5 risorse umane FTE (full time equivalent).

FUNZIONE D2: SUPPORTO AL DIGITALE, ALL'INNOVAZIONE E ALL'AGENDA DIGITALE (IMPRESA 4.0)

La necessità di avvicinare le imprese del territorio a una dimensione informatica e digitale, per favorirne la competitività a livello nazionale e internazionale, ha determinato una specifica previsione legislativa in cui è statoriconosciuto al sistema camerale un forte ruolo affinché ciò avvenga.

La Carta Nazionale dei Servizi, il Sistema Pubblico di Identità Digitale, il Fascicolo d'Impresa, il Cassetto Digitale dell'Imprenditore: tutti servizi commerciali che possono essere promossi con il supporto dei dipendenti dell'Azienda.

In tal senso, l'offerta del servizio prevede il contatto con gli utenti sia attraverso il presidio degli sportelli nelle ore antimeridiane normalmente riservate all'apertura al pubblico, ma anche una disponibilità suppletiva nelle ore pomeridiane, su appuntamento.

Per quanto attiene alle risorse di personale dipendente dell'Azienda, che saranno impiegate nella sopra

richiamata attività, queste sono quantificate in n. 2/3 risorse umane FTE (full time equivalent).

LINEA DI INTERVENTO "MERCATO"

FUNZIONE C2: SUPPORTO (ISTRUTTORIO E TECNICO-OPERATIVO) AI SERVIZI DI COMPOSIZIONE DELLE CONTROVERSIE (Mediazione)

Il supporto previsto dal presente piano riguarda le funzioni di Segreteria della Mediazione, una delle due attività dell'Alternative Dispute Resolution (Giustizia Alternativa): Mediazione, attraverso l'Organismo di Mediazione, in cui viene coinvolto il supporto dell'Azienda, e Arbitrato, attraverso la Camera Arbitrale, che resta invece di pertinenza della Camera di Commercio).



Le attività dell'Organismo di Mediazione consistono, essenzialmente, in:

- ricezione delle domande di Mediazione
- gestione informatica delle procedure finalizzate alla comunicazione alle parti e ai mediatori
- gestione degli incontri di mediazione
- caricamento dei dati delle mediazioni, delle posizioni dei mediatori, e dei dati per il credito d'imposta
- gestione delle fatture elettroniche per l'erogazione dei compensi ai mediatori
- attività residuali dello sportello di Conciliazione

All'interno di questo quadro di carattere generale di attività, le principali funzioni di Segreteria, ricomprese nel progetto e quindi di pertinenza del personale dipendente dell'Azienda, da svolgersi sempre secondo le linee operative indicate dalla Camera di Commercio, risultano essere:

1. assistenza nelle sale degli incontri di mediazione programmati
2. gestione della fase finale dell'incontro nei rapporti con la Segreteria dell'Organismo (pagamenti, depositi dei verbali, fotocopiatura degli atti, informazioni generali sullo stato della pratica delle procedure da espletare, gestione dell'agenda degli incontri programmati sul sistema "Conciliacamera")
3. aggiornamento dei *file excel* relativi alle schede nominative riportanti i dati dei compensi per anno di competenza
4. gestione dei tirocinanti nell'accoglimento e nella chiusura del tirocinio
5. caricamento dei dati di aggiornamento dei fascicoli dei mediatori
6. supporto al personale camerale per la predisposizione di tabelle ed elenchi da pubblicare
7. protocollazione in entrata (attraverso il sistema di gestione documentale "GEDOC" in uso presso la Camera) di tutta la documentazione contabile che perviene dai mediatori, quale giustificativo dei compensi dei quali chiedono la liquidazione
8. caricamento periodico sulla base della chiusura delle mediazioni, per anno di competenza, dei dati riferita ciascuna mediazione, con riferimento ai collegi e agli importi del compenso base. La chiusura dei procedimenti sul sistema "Conciliacamera" è poi coordinata dal personale camerale.

Per quanto attiene alle risorse di personale dipendente dell'Azienda, che saranno impiegate nella sopra richiamata attività, queste sono quantificate in n. 3 risorse umane FTE (*full time equivalent*).

ASPETTI LOGISTICI DEGLI SPAZI

Le attività sopra descritte saranno erogate in specifici ed esclusivi spazi riservati di proprietà camerale, individuati nel piano terra dei locali della ex Banca Commerciale, che la Camera di Commercio ha deciso di mettere a disposizione dell'Azienda Speciale. A tal fine, è stato stipulato tra la Camera e il CSPI un apposito contratto di comodato d'uso gratuito, sottoscritto in data 17 dicembre 2018.

QUADRO ECONOMICO

I costi complessivi del personale dipendente dell'Azienda, impegnato nelle attività sopradescritte, sarà definito con apposito accordo attuativo con la Camera di Commercio IAA.

Il piano di attività dell'Azienda si compone anche di altri servizi, offerti alla Camera nel rispetto di quanto indicato in premessa (articolo 2, comma 5 della Legge 29 dicembre 1993, n. 580, così come modificata dal Decreto Legislativo 25 novembre 2016, n. 219).

In particolare:

LINEA DI INTERVENTO "CAMERA"

INTEGRAZIONE ORGANIZZATIVA DELL'AZIENDA SPECIALE IN FUNZIONI ASSOCIATE A SUPPORTO DEGLI UFFICI CAMERALI.

La Giunta della Camera di Commercio, già con deliberazione n. 12 del 4 novembre 2016, ha avviato un percorso di razionalizzazione del sistema camerale locale mediante la previsione di una più stringente collaborazione tra tutti i soggetti che ne fanno parte, per una valorizzazione delle competenze professionali interne alla Camera e all'Azienda Speciale, suo organismo strumentale, volta alla progressiva riduzione dei servizi acquisiti dall'esterno.

In questa logica, va letto il supporto offerto dal CSPI ad alcune delle linee di intervento previste nella Relazione Previsionale e Programmatica approvata recentemente dalla Giunta della Camera di Commercio. Nell'ambito degli indirizzi politici generali dettati dalla Giunta, vi è quindi sia la prosecuzione del percorso finalizzato a garantire una sempre maggiore sinergia organizzativa e operativa tra la Camera e l'Azienda Speciale Centro Servizi Promozionali per le Imprese, sia l'attuazione di interventi diretti a riqualificare il personale di quest'ultima, per un suo coinvolgimento e una sua valorizzazione nel processo di cambiamento in atto a seguito della riforma complessiva del sistema camerale.

Si propone, dunque, la prosecuzione di un percorso già tracciato per la gestione di funzioni associate mediante la partecipazione attiva e diretta di una parte del personale dell'Azienda Speciale, a supporto sia di alcuni Uffici camerali che hanno rivelato una maggiore "fragilità" organizzativa, quali quello del Provveditorato e quello addetto agli Organi Istituzionali, sia di altre attività per le quali la Camera non risulta dotata di proprio specifico personale (la Comunicazione).

FUNZIONE A2: SUPPORTO AGLI ORGANI ISTITUZIONALI

La delicatezza degli eventi del prossimo anno, legata all'accorpamento tra la Camera di Commercio di Cagliari con quella di Oristano, richiede un'attenzione superiore a quella normalmente dedicata.

Il Centro Servizi Promozionali per le Imprese potrà supportare questo transito e questa nuova situazione attraverso una collaborazione che consiste:

- nella predisposizione e nell'aggiornamento del Piano delle Performance, della Relazione Previsionale e Programmatica e della verifica sul raggiungimento degli obiettivi con specifico riferimento alle attività dell'Azienda Speciale
- alla predisposizione degli atti amministrativi, verbali, deliberazioni e determinazioni degli Organi camerali, nell'ambito della gestione delle attività e funzioni associate, con riguardo all'Azienda Speciale

FUNZIONE A3: SUPPORTO ALLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E VERSO L'UTENZA

Il rilascio tempestivo di informazioni operative e di aggiornamenti legislativi riveste un ruolo molto importante nella vita di un Ente pubblico, rispetto sia ai propri *stakeholder* sia rispetto alle altre Istituzioni. Il contributo che l'Azienda può dare anche in questo settore è di grande importanza. Si pensa dunque di fornire il supporto a questa attività attraverso la pubblicazione dei contenuti del sito *web* istituzionale, aggiornandolo con le pubblicazioni obbligatorie previste dalla legge (gli atti e i documenti della Sezione Amministrazione trasparente, per esempio), e con gli aggiornamenti necessari a rendere fruibili le

informazioni sull'attività della Camera.

FUNZIONE B2: SUPPORTO PER LE PROCEDURE FINALIZZATE ALL'ACQUISTO DI BENI E SERVIZI, E ALLA GESTIONE DEL PATRIMONIO

A fronte di quanto sopra evidenziato, e per lo specifico punto, il CSPI può realizzare uno specifico supporto attraverso:

- la collaborazione nella predisposizione degli atti per l'indizione di procedure d'appalto volte all'acquisizione di beni e servizi (supporto alla redazione dei capitolati, disciplinari, modulistica, schemi di contratto, ecc.)
- il supporto e la collaborazione nelle fasi successive all'indizione delle procedure ad evidenza pubblica, volte alla selezione del contraente (supporto ai lavori delle commissioni, assistenza e supporto al RUP, nella verifica dei requisiti degli operatori partecipanti anche attraverso la piattaforma AVCPass – ANAC)

QUADRO ECONOMICO

I costi complessivi del personale dipendente dell'Azienda, che s'intende dedicare alle attività di supporto agli Uffici e ai Servizi camerali per le funzioni associate sopradescritte, sarà definito e quantificato in apposito accordo attuativo tra il CSI e la Camera di Commercio IAA.

~::~::~::~::~~

Un ulteriore capitolo delle attività che l'Azienda si propone di realizzare per la Camera di Commercio riguarda la realizzazione dei Progetti finanziati con l'incremento del 20% del diritto annuale, che trovano riferimento nelle Linee di intervento previste nella Relazione Previsionale e Programmatica della Camera per l'anno 2020 e che troveranno però attuazione in tutto il triennio 2020/2022 con riferimento alle specifiche voci:

- Funzione D2 (Digitalizzazione): supporto al digitale, all'innovazione e all'Agenda digitale (Impresa 4.0)
- Funzione D4 (Orientamento al lavoro e alle professioni): supporto dell'alternanza Scuola/Lavoro e formazione per il lavoro
- Funzione D3 (Turismo e cultura): supporto allo sviluppo dell'industria del turismo e dei beni culturali, e alla valorizzazione delle eccellenze produttive, in un'ottica di sviluppo del *marketing* territoriale
- Funzione D1 (Internazionalizzazione)

La legge 29 dicembre 1993, n. 580, come modificata dal D. Lgs. 25 novembre 2016, n. 219, all'art. 18 comma 10, ha previsto che il Ministro dello Sviluppo Economico, su richiesta di Unioncamere nazionale, possa autorizzare l'aumento, per gli esercizi di riferimento, della misura del diritto annuale fino a un massimo del 20%, da utilizzare per il finanziamento di programmi e di progetti presentati dalle Camere di Commercio, condivisi con le Regioni e aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico del territorio e l'organizzazione di servizi alle imprese.

Il Ministro dello Sviluppo Economico, con D.M. del 22 maggio 2017, ha autorizzato, per gli anni 2020 – 2021 – 2022, l'incremento del diritto annuale fino ad un massimo del 20%, per il finanziamento dei progetti "Punto Impresa Digitale" e "Formazione e Lavoro", "Turismo", "Preparazione delle PMI ad affrontare i mercati internazionali: i punti S.E.I."

Ciascuno dei progetti è finanziato a livello locale da una quota complessiva del 20% di incremento del diritto

annuale dovuto dalle Imprese. Le entrate aggiuntive di questo 20% sarà così ripartito:

- Punto Impresa Digitale per il 45%
- Formazione e Lavoro per il 25%
- Turismo per il 15%
- Preparazione delle PMI ad affrontare i mercati internazionali: i punti S.E.I. per il 10%

I quattro progetti sono stati recepiti dal Consiglio della Camera di Commercio di Cagliari con deliberazione del 25 novembre 2019.

A questi quattro progetti si sommerà anche un'attività di supporto operativo alla Camera nell'ambito del progetto OCRI. Si tratta dell'Organismo di composizione delle crisi d'impresa, recentemente istituito dalla legge di riforma del Codice fallimentare il cui avvio operativo prevede delle attività propedeutiche di formazione e di coordinamento con altri organismi pubblici e associativi. Tra questi vanno ricompresi gli organi giurisdizionali e gli ordini professionali.

BUDGET DEI PROGETTI FINANZIATO CON L'INTEGRAZIONE DEL 20% DEI DIRITTI CAMERALI NEL TRIENNIO 2020-2022

Per quanto concerne nello specifico la Camera di Commercio di Cagliari, le risorse destinate per ciascun progetto del periodo 2017 – 2018 – 2019 nei quali si prevede il coinvolgimento operativo del Centro Servizi corrispondono ai seguenti importi espressi in euro:

	Valore triennale IVA incl	Valore annuale iva incl
Punto Impresa Digitale	1.023.750	341.250
Formazione Lavoro	568.750	189.583
Turismo	341.250	113.750
Internazionalizzazione PMI	227.550	75.833

Le unità di personale di provenienza CSPI che saranno impiegate nella realizzazione di questo progetto sono quantificate in n. 7/8 risorse umane FTE (*full time equivalent*).

Sul quinto Progetto riguardante le crisi d'impresa la Camera di Commercio opererà in proprio senza il coinvolgimento operativo del Centro Servizi

FUNZIONE D2: PUNTO IMPRESA DIGITALE (P.I.D.): supporto al digitale, all'innovazione e all'Agenda digitale

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Negli ultimi anni per rilanciare la competitività delle imprese italiane sono stati previsti numerosi interventi di politica industriale che, oltre a supportare, attraverso misure fiscali, gli investimenti in innovazione, ricerca e sviluppo, hanno avuto l'obiettivo di promuovere una nuova cultura d'impresa focalizzata sulle tecnologie abilitanti, sulle competenze digitali e sui nuovi modelli di business, indispensabili a massimizzare i benefici della quarta rivoluzione industriale.

Per supportare le imprese nel raggiungere le finalità sopra esposte è stato altresì istituito il Network Impresa 4.0 costituito da numerosi punti di accesso distribuiti sul territorio nazionale che perseguono, in varie declinazioni, il comune obiettivo di accompagnare e supportare le imprese nella trasformazione digitale



attraverso le seguenti attività:

- diffusione della conoscenza sui vantaggi derivanti da investimenti in tecnologie in ambito Impresa 4.0;



- affiancamento alle imprese nella comprensione della propria maturità digitale e nell'individuazione delle aree di intervento prioritarie;
- rafforzamento e diffusione delle competenze sulle tecnologie "abilitanti";
- orientamento delle imprese verso le strutture di supporto alla trasformazione digitale e i centri di trasferimento tecnologico;

4.1 stimolo e supporto alle imprese nella realizzazione di progetti di ricerca industriale e sviluppo sperimentale. Il network è stato costituito seguendo un approccio sinergico e complementare con le strutture che lo compongono, ovvero:

- Competence Center (CC), centri di alta specializzazione costituiti, nella forma di partenariato pubblico-privato, dal mondo della ricerca e dell'impresa;
- Digital Innovation Hub (DIH), rappresentati dalle associazioni di categoria, che offrono formazione e supportospecifici per i rispettivi settori di competenza (industria, commercio, artigianato, ecc.);
- Punti d'Impresa Digitale (PID), costituiti dalle Camere di Commercio, con l'obiettivo di favorire la più ampia diffusione della cultura digitale nelle micro, piccole e medie imprese (MPMI).

Alle Camere di commercio viene quindi assegnato un ruolo fondamentale nel favorire la trasformazione digitale delle imprese, soprattutto quelle di più piccole dimensioni che stentano a cogliere le opportunità offerte dalla IV rivoluzione industriale.

In questo contesto si inserisce, inoltre, il Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 07.03.2019 che, nell'ambito della mappa dei servizi che il Sistema Camerale è tenuto a fornire su tutto il territorio nazionale, individua i seguenti temi di intervento per sostenere la digitalizzazione delle imprese:

- servizi informativi di supporto al digitale, all'innovazione, I4.0 e agenda digitale;
- servizi di assistenza e orientamento a domanda collettiva;
- promozione dei servizi del PID;
- servizi di assistenza, orientamento e formazione sul digitale personalizzati;
- interazione con i competence center e le altre strutture partner nazionali e regionali;
- servizi specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con aziende speciali e altre strutture del sistema camerale.

RUOLO E MODELLO DI INTERVENTO DEL SISTEMA CAMERALE

Per garantire il raggiungimento degli obiettivi previsti dal Piano Impresa 4.0 richiamati in premessa, le Camere di commercio d'Italia nel triennio 2017-2019 hanno costituito una vera e propria rete di punti composta da 88 PID capaci di offrire servizi di formazione, informazione e primo orientamento alle MPMI.

Ad oggi, a conclusione del primo triennio di attività, i PID hanno raggiunto importanti risultati avvicinando le imprese ai processi di digitalizzazione in chiave Impresa 4.0 e favorendo la diffusione della cultura e pratica del digitale.

In particolare i principali risultati raggiunti sono stati:

- stanziamento di circa **60 milioni di euro** per l'assegnazione di voucher digitali per l'acquisto di servizi di formazione, consulenza e tecnologie in ambito 4.0;
- realizzazione di **oltre 1.600 eventi info-formativi** che hanno visto il coinvolgimento di **circa 48.000 imprese partecipanti**;
- progettazione e diffusione di nr. 2 strumenti di misurazione del livello di maturità digitale delle imprese, da applicarsi indipendentemente dal settore produttivo e dalle dimensioni dell'impresa: self-assessment (SELF4.0), assessment guidato (ZOOM4.0);



- realizzazione di **oltre 16.000 assessment digitali** – sia in modalità self-assessment (attraverso il tool SELFI 4.0 accessibile dal portale nazionale) sia in modalità “guidata” (attraverso il tool ZOOM 4.0);

- ingaggio e formazione di **oltre 200 Digital Promoter** che, al fianco del personale camerale deputato (Digital coordinator), forniscono assistenza alle imprese e favoriscono l'orientamento verso strutture maggiormente specializzate.

A partire dai positivi risultati raggiunti sopra elencati si propone una nuova progettualità triennale 2020-2022 che, oltre a consolidare e potenziare le azioni già realizzate nelle precedenti annualità, intende affrontare il tema delle **tecnologie emergenti** (intelligenza artificiale, blockchain, ecc.), delle **competenze digitali** e della **e- leadership** (innovation manager) valorizzando i collegamenti con gli ITS e con i centri di competenza.

Il Progetto ha, inoltre, l'obiettivo di sostenere la costruzione di «**reti di competenza trasversali**», capaci di coniugare la digitalizzazione con l'**innovazione** e la **sostenibilità** (es. smartcity, mobilità, economia circolare), anche "incrociando" i progetti Formazione e Lavoro (es. greenjobs) e Turismo (turismo sostenibile).

LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2020-2022

Alla luce di tali premesse, ed in funzione degli obiettivi esplicitati, le azioni previste dalla presente iniziativa triennale sono articolate in due linee:

1. **Linea di azione 1 - prosecuzione e consolidamento:** finalizzata a consolidare gli importanti risultati raggiunti dai PID, potenziando i servizi già offerti nel corso delle precedenti annualità e garantendo, al contempo, iniziative in grado di aumentarne il livello di riconoscibilità e di identità sull'intero territorio nazionale.
2. **Linea di azione 2 - potenziamento e sviluppo,** volta a introdurre nuovi ed ulteriori iniziative su temi a maggior potenziale in grado di migliorare e ampliare i servizi di accompagnamento e orientamento delle micro, piccole e medie imprese - in stretta sinergia con la filiera formativa (es. ITS), con il mondo associativo (DIH nazionali ed europei, EDI), della ricerca e del trasferimento tecnologico (Competence Center, Centri di Trasferimento Tecnologico 4.0, FabLab); il tutto favorendo approcci capaci di coniugare "innovazione e sostenibilità".

I suddetti interventi dovranno essere garantiti localmente attraverso un'**azione comune sull'intero territorionazionale** che possa aiutare a garantire un livello minimo comune nell'erogazione del servizio di orientamento e assistenza alla digitalizzazione delle imprese, nonché il coordinamento e la governance delle attività tra i diversi punti localizzati sul territorio. Tale approccio, assicurando ad ogni PID competenze e strumenti operativi comuni e condivisi, favorirà importanti economie di scala e garantirà un maggiore impatto delle azioni messe in campo.

Si forniscono di seguito i dettagli operativi dei servizi inclusi in ciascuna delle due linee di azione.

Linea di azione 1 - prosecuzione e consolidamento

1.1 Potenziamento delle competenze del personale camerale e dei Digital promoter

Finalità e obiettivi operativi

Per orientare le imprese verso le opportunità offerte dalla quarta rivoluzione industriale è fondamentale che i PID dispongano di risorse professionali aggiornate, adeguatamente formate e capaci di supportare le scelte delle imprese, soprattutto le MPMI, nella adozione delle tecnologie "abilitanti" e nell'adeguamento dei propri modelli di business. In tale contesto, assume particolare importanza il ruolo dei Digital coordinator e dei Digital promoter, figure "chiave" deputate alla promozione dei servizi digitali, alla comunicazione e all'assistenza alle imprese, con un ruolo di "cerniera" tra le Camere di commercio e le imprese.

Linee di intervento

Per favorire il raggiungimento di tale obiettivo sarà realizzato un **percorso di formazione** dedicato ai Digital coordinator e ai Digital promoter (con particolare riguardo al personale inserito ex-novo nel PID) individuati dalle Camere di commercio, con l'obiettivo di garantire una conoscenza aggiornata delle tecnologie 4.0 e un approccio uniforme a livello nazionale nella gestione delle interazioni con le imprese.

Il percorso di formazione avrà altresì l'obiettivo di fornire casi di applicazione concreta nelle aziende delle tecnologie abilitanti individuate da Impresa 4.0 (con particolare riferimento alle tecnologie emergenti dell'Intelligenza artificiale, del machine learning, della blockchain) per capirne le funzionalità, le caratteristiche, le applicazioni nei diversi settori produttivi (manifattura, agricoltura, servizi, ecc.) oltre che i possibili benefici intermini di sostenibilità aziendale; questo consentirà al personale dei PID di guidare al meglio le imprese nel processo di scelta e di individuazione della tecnologia abilitante più utile al miglioramento dei processi e dei sistemi produttivi che esse governano. Inoltre, potranno essere inserite visite in azienda o testimonianze aziendali di imprenditori e manager che hanno già gestito progetti di Impresa 4.0 e che possono raccontare la loro esperienza e i vantaggi competitivi ottenuti.

Nella progettazione del percorso formativo di questa secondo triennio progettuale si avrà cura di coinvolgere, laddove utile e possibile, il personale camerale già attivo a vario titolo sui temi del digitale (es. DNA digitale, pivot di Ultraneet, digitalizzatori di EID, operatori SPID RAO ecc.), così da favorire la costituzione di una task force digitale all'interno di ogni Camera di commercio.

1.2 Servizi di formazione/informazione per le imprese

Finalità e obiettivi operativi

Una delle sfide più ambiziose della quarta rivoluzione industriale è legata alla capacità delle imprese di percepire i vantaggi derivanti dall'innovazione digitale nonché i rischi connessi al mancato adeguamento dei modelli di business e dei sistemi produttivi alle innovazioni offerte dal Piano Impresa 4.0. Per tale motivo particolarmente importante è far crescere la consapevolezza "attiva" sulle nuove tecnologie e sui nuovi modelli organizzativi, soprattutto nelle micro e piccole imprese, intraprendendo percorsi *customizzati* finalizzati al raggiungimento di benefici concreti offerti dalla digitalizzazione.

Linee di intervento

Per raggiungere tale finalità sarà fondamentale proseguire con le attività di *awareness*, potenziando le azioni di comunicazione e le attività info-formative che i PID hanno realizzato e realizzano verso le micro, piccole e medie imprese sui temi dell'innovazione digitale, con particolare riferimento alle opportunità legate alle **nuove frontiere tecnologiche** (es. Intelligenza Artificiale, blockchain), **organizzative** (nuovi modelli di business) e al miglioramento delle performance in un'ottica sostenibile.

Gli incontri saranno realizzati approfondendo le tecnologie più utili per i settori produttivi di maggiore interesse per il territorio provinciale, oppure presentando aggiornamenti e sviluppi di tecnologie già approfondite in precedenza; agli incontri saranno coinvolti esperti di settore, referenti del network Impresa 4.0 e imprese che, in qualità di testimonial, presenteranno le loro esperienze di cambiamento in digitale.

1.3 Misurazione del livello di maturità digitale

Finalità e obiettivi operativi

Prima di avviare un qualsiasi percorso di innovazione in chiave 4.0 è indispensabile capire il livello di partenza, ovvero il proprio punto di inizio senza la conoscenza del quale ogni percorso di cambiamento potrebbe risultare inefficace perché troppo ambizioso o troppo modesto. Proprio per favorire il raggiungimento di questo obiettivo, è stato progettato un sistema di assessment per valutare la maturità digitale delle imprese e favorire servizi di assistenza "tarati" sulle reali esigenze delle imprese. L'assessment è, infatti, una metodologia di indagine utile ad analizzare, attraverso l'analisi dei processi interni, lo stato di maturità digitale di un'impresa e la sua capacità di implementare le tecnologie abilitanti ed innovazioni organizzative per modificare, efficientandolo, il proprio modello di business.

A tale scopo sono stati progettati due modelli di assessment digitale: uno più "snello" fruibile on-line dal portalenazionale dei PID (SELFI4.0) e un secondo più approfondito realizzato direttamente in azienda dai Digital Promoter appositamente formati (ZOOM4.0).

Linee di intervento

Nel corso del presente progetto, partendo da quanto realizzato e dagli importanti risultati raggiunti (oltre 16.000 assessment della maturità digitale realizzati), si procederà a:

- integrare i modelli di assessment, rendendoli sempre più vicini alle reali esigenze delle imprese;
- potenziare i servizi di assessment della maturità digitale delle imprese, anche al fine di mapparne le evoluzioni due anni dal varo del Piano Impresa 4.0;
- orientare le politiche di sostegno all'innovazione sulla base delle reali esigenze del tessuto produttivo;
- favorire l'integrazione degli strumenti di assessment dei PID ad altri strumenti digitali già presenti in Camera di commercio (es. Cassetto digitale dell'imprenditore).

1.4 Sostegno degli investimenti tecnologici attraverso voucher

Finalità e obiettivi operativi

I PID erogano contributi a fondo perduto - sotto forma di voucher - per sostenere i processi di digitalizzazione in ambito Impresa 4.0 delle micro, piccole o medie imprese finanziando i servizi, formazione e/o consulenza e acquisto di tecnologie in ambito 4.0. I voucher, che possono essere richiesti da imprese singole o gruppi di imprese che condividono un progetto comune, sono state una delle misure maggiormente apprezzate dalle MPMI nel primo triennio del Progetto e che, pertanto, sarà utile replicare anche nel secondo triennio.

Linee di intervento

In prosecuzione di quanto realizzato nelle precedenti annualità, saranno previste le seguenti azioni:

- adozione di un "bando nazionale voucher digitali" finalizzato a finanziare i progetti presentati da imprese singole o da gruppi che condividono un progetto comune;
- integrazione delle attività finanziabili con interventi volti a fornire un ventaglio sempre più ampio di servizi a valore aggiunto per le imprese;
- progettazione e realizzazione di campagne di promozione al fine di assicurare la massima diffusione e visibilità dell'iniziativa favorendo un'ampia partecipazione delle imprese di tutti i settori produttivi.

In questo nuovo triennio del progetto l'obiettivo dei voucher digitali dei PID sarà anche quello di favorire la diffusione di **approcci innovativi sostenibili tra le MPMI**, anche attraverso l'introduzione di specifiche misure o requisiti di accesso che possano orientare i finanziamenti verso tale ambito (cfr anche § 2.1).

2. Linea di azione 2 - potenziamento e sviluppo

Le azioni di potenziamento e sviluppo si concentreranno su quattro "direttrici chiave" rappresentate in Figura 1.



Figura 1. Le "direttrici chiave" per le azioni di potenziamento e sviluppo dei PID

Si riportano di seguito, per ciascuna di queste, una descrizione delle principali attività previste dal progetto.

2.1 Favorire approcci "green oriented" nelle aziende attraverso la digitalizzazione e le tecnologie 4.0

Finalità e obiettivi operativi

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo sostenibile rappresenta, per tutti gli stati membri, un'importante sfida per rispondere alle esigenze globali di uno sviluppo più inclusivo e più green.

Anche per l'Italia il raggiungimento degli impegni assunti con Agenda 2030 rappresenta un obiettivo prioritario dell'azione di Governo, sostenuto dalla necessità di migliorare il benessere dei cittadini, l'equità e la sostenibilità dell'attuale modello di sviluppo, anche attraverso la valorizzazione delle opportunità ad esso collegate (*green new deal*). Due concetti per anni considerati antitetici come "**competitività**" e "**sostenibilità**" ora dovranno avvicinarsi e dialogare tra loro. Si sta progressivamente affermando un **modello di sviluppo produttivo green driven** orientato alla qualità e alla sostenibilità, piuttosto che basato sul solo aumento delle "quantità" e sulla riduzione dei costi di produzione. Le imprese che sapranno realizzare prodotti/servizi con minori impatti ambientali e sociali avranno maggiori vantaggi competitivi nel medio-lungo termine perché sapranno interpretare al meglio il nuovo sentiment del mercato globale. Tutto ciò sottintende un cambiamento coraggioso, e per questo non facile e nemmeno scontato, che comporta un mix di elementi interconnessi tra loro (approccio culturale, formazione, investimenti, capitali e leggi adeguate) dal quale non è possibile esimersi.

In questo contesto le tecnologie digitali rappresentano un volano per lo sviluppo sostenibile non solo delle imprese ma anche della società, in linea agli obiettivi dall'Agenda 2030: esse, infatti, svolgono un ruolo chiave per accelerare l'accesso alla conoscenza, la crescita economica, la creazione di nuove professioni (green jobs) nonché per favorire l'uguaglianza e la partecipazione sociale e per generare nuove opportunità di innovazione in qualsiasi settore.

Linee di intervento

In considerazione di quanto sopra riportato si evidenziano due macro ambiti di possibili benefici per le imprese, sui quali può essere incentrata l'azione dei PID nel prossimo triennio:

1. supporto nello sviluppo di nuovi sistemi organizzativi o nell'efficientamento di quelli esistenti improntandoli verso una maggiore sostenibilità organizzativa (es. lean production) e sociale (es. sharing economy);
2. affiancamento nella progettazione e/o creazione di nuovi prodotti/servizi più sostenibili sotto il profilo dell'impatto ambientale (es. contenimento dei consumi, dei tempi di produzione, ecc.).

In entrambi i casi le attività saranno improntate a valorizzare al massimo le opportunità offerte dalle tecnologie

4.0 e le loro possibili applicazioni anche in contesti produttivi artigianali e/o di piccole dimensioni.

2.2 Favorire la creazione di “Reti dell’Innovazione”

Finalità e obiettivi operativi

I risultati ottenuti dagli assessment, dagli eventi informativi, dai voucher dei diversi territori rappresentano un importante bacino di informazioni utili a orientare le attività dei PID e a progettare servizi “mirati” di supporto delle imprese. Sulla base di tali risultati sarà fondamentale disporre di una **rete di strutture** (sia pubbliche che private) che offrono **servizi e strumenti a supporto dei processi di digitalizzazione delle imprese**, sia aderenti al Network Nazionale I4.0 (DIH di tutte le Associazioni di Categoria e Competence Center), sia rappresentati da altre strutture che operano sul tema del digitale e dell’innovazione tecnologica presenti sul territorio nazionale (es. FabLab, start up e PMI innovative, Incubatori, ITS, Università ed Enti di ricerca, CTT, ecc.).

Linee di intervento

In questo ambito si ritiene opportuno condurre un’attività di scouting delle strutture a supporto dell’innovazione tecnologica; l’out-put di tale attività rappresenterà la fonte informativa prioritaria alla quale i PID avranno accesso per indirizzare al meglio le imprese al termine delle attività di assessment, sostenendo la costruzione di reti di competenza “trasversali”, capaci di coniugare la digitalizzazione con l’innovazione e la sostenibilità (eco-innovazione) e di utilizzare le tecnologie di Impresa 4.0 per favorire approcci green oriented nelle imprese e nelle filiere produttive (economia circolare) e nei contesti urbani (smart city).

In tale quadro, si inserisce inoltre l’attività di certificazione dei Centri di Trasferimento Tecnologico, ovvero gli enti che svolgono attività di formazione e consulenza tecnologica, nonché di erogazione di servizi di trasferimento tecnologico verso le imprese negli ambiti di operatività individuati dal Ministero dello Sviluppo economico (tra i quali la manifattura additiva, la realtà aumentata, l’Internet delle cose, il cloud, la cybersicurezza e l’analisi dei big data).

Oltre ai soggetti qualificati sopra richiamati, capaci di offrire supporto specialistico in materia di innovazione, appare utile favorire una *cross contamination*, dando visibilità alle imprese del territorio che hanno realizzato prodotti o servizi innovativi in chiave 4.0 e/o che hanno innescato con successo strategie di cambiamento: esse rappresentano casi di eccellenza da valorizzare per far percepire a tutte le imprese i potenziali benefici che possono derivare dalla trasformazione in digitale e al contempo supportare l’attuazione di strategie volte al cambiamento. In questo ambito, l’attività dei PID consiste nel rilevare i progetti realizzati localmente dalle imprese sul tema del 4.0, al fine di mettere in luce tecnologie emergenti e progettualità con un elevato impatto di innovazione sociale ed ambientale capaci sia di generare effetti emulazione, sia di innescare possibili collaborazioni a livello territoriale.

2.3 Interventi in materia di competenze digitali

Finalità e obiettivi operativi

La domanda di competenze nel mercato del lavoro sta attraversando una fase di profondo cambiamento, orientandosi sempre più verso le opportunità offerte da sistemi di produzione interconnessi e digitali. Nei prossimi anni saranno richiesti in Italia tra 2,7 e 3 milioni di nuovi occupati: circa il 30% di questi saranno impiegati in lavori legati allo sviluppo o all’utilizzo di tecnologie digitali o all’economia circolare (dati Excelsior Unioncamere).

Per garantire la crescita delle imprese, appare fondamentale affiancarle con interventi capaci di potenziare le **competenze digitali dei lavoratori riducendo il mismatch** oggi esistente **tra gli skill disponibili e quelli necessari alle imprese** per sfruttare al meglio le potenzialità delle tecnologie abilitanti.

Linee di intervento

In questo quadro l'attività dei PID potrà essere fondamentale operando al fianco delle MPMI nel supportarle dapprima nell'individuazione dei gap di competenze digitali dei propri collaboratori e poi nella definizione di percorsi di formazione basati sulle reali esigenze delle imprese. Per realizzare tali finalità saranno:

- introdotti strumenti di **assessment delle competenze digitali** del personale impiegato nelle micro, piccole e medie imprese, al fine di individuare le reali esigenze formative;
- progettati e realizzati percorsi mirati di **re-skilling** e **up-skilling** di lavoratori, manager e degli imprenditori, anche favorendo percorsi di stage e potenziando le competenze digitali «green oriented» nelle professioni (green jobs);
- favoriti i **collegamenti con gli ITS** e i centri di competenza e le Università (con particolare riferimento alle lauree STEM).

2.4 Interventi legati al supporto manageriale delle MPMI: mentoring e manager dell'innovazione

Finalità e obiettivi operativi

Per cogliere appieno i vantaggi della quarta rivoluzione industriale e realizzare un vantaggio competitivo sul mercato, ogni impresa deve necessariamente coltivare uno **sviluppo culturale** e la diffusione di un **pensiero innovativo** che orienti un costante cambiamento dei meccanismi di comunicazione interna, favorisca la sistematica emersione di nuove idee e soluzioni, generi in definitiva un migliore coinvolgimento e una più efficace interazione organizzativa.

Il raggiungimento di questi obiettivi è possibile solo garantendo, in collaborazione con le diverse funzioni aziendali, l'assunzione di una strategia di pianificazione e progettazione che comprenda l'analisi dei trend, il benchmarking, l'anticipazione degli scenari competitivi aziendali, l'analisi macroeconomica, della competizione, degli aspetti legali e tecnologici e dei modelli di business.

In questo percorso, è indispensabile che la contaminazione culturale e organizzativa in termini di **digital transformation**, sul piano strategico e operativo, sia **affidata a manager esperti e appositamente formati** a livello tecnico e professionale.

Proprio con questa finalità, già nel corso della precedente progettualità, sono state attivate attività di **mentoring** attraverso un network di manager e/o ex manager e/o imprenditori con forti competenze nel campo delle tecnologie Impresa 4.0 e del change management che, nel ruolo di mentor, hanno messo la loro esperienza a disposizione delle imprese, rispettando un codice di condotta che prevede, tra le altre cose, la gratuità (20 ore di assistenza) e la riservatezza su dati e informazioni scambiate con le imprese.

Parallelamente, alla luce delle previsioni del DM del 7 maggio 2019, Unioncamere ha avviato un processo di qualificazione dei **Manager dell'innovazione**, basato su un sistema di verifica del possesso di conoscenze ed esperienze manageriali utile a consentire una più agevole e facile individuazione di professionisti specializzati sul tema del digitale e del change management da parte delle imprese.

Questo bacino di professionalità – rappresentato dai mentor e dagli Innovation Manager – dovranno ora esseremessi a disposizione delle imprese che hanno già consapevolezza del proprio livello di maturità digitale (acquisito ad esempio attraverso il servizio di assessment) o che si trovano all'inizio di un percorso di trasformazione digitale dei propri processi produttivi e hanno necessità di un supporto specialistico nella scelta e nella individuazione delle strategie migliori da attuare.

Linee di intervento

In questa attività il PID si pone come "elemento chiave", svolgendo un ruolo cerniera nel favorire l'incontro delle MPMI del proprio territorio con mentor e manager capaci di orientare le imprese verso i centri di competenza, segmentare e trasformare in opportunità di business gli input e le idee dell'impresa, gestendo gli impatti organizzativi relativi al processo di innovazione individuato e generando consapevolezza e coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali interessate. In questo ambito saranno pertanto realizzati strumenti e interventi che, anche attraverso accordi con istituzioni rappresentative delle categorie

interessante (es. associazioni manageriali, MiSE, ecc.), facilitino l'accesso delle MPMI a questa tipologia di professionalità per il tramite, o con il supporto, dei PID delle Camere di commercio.

FUNZIONE D4: ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI

Il contesto di riferimento

La difficoltà di incontro tra domanda e offerta di lavoro rappresenta un problema sempre più urgente per l'intersistema economico italiano. Le segnalazioni di criticità nel reperimento delle figure richieste mostrano un trend crescente a partire dal 2017, superando ormai il 30% del totale delle assunzioni nei primi 10 mesi di 2019. Al di là di "tensioni congiunturali" che possono emergere su alcune figure, legate alla specifica stagionalità delle produzioni cui sono associate, l'incidenza delle entrate di difficile reperimento si concentra all'interno delle professioni tecnico-specialistiche. In questo ambito si arriva, infatti, a oltre 4 posti di lavoro su 10 difficili da reperire. Ci sono poi difficoltà di reperimento per alcuni profili operai specializzati che potrebbero riguardare poco meno di una figura richiesta su due: per gli operai coinvolti nelle attività metalmeccaniche e mecatroniche le criticità riguardano circa il 45% delle richieste, ma anche gli operai specializzati della filiera moda sono introvabili per circa due quinti della domanda delle imprese.

Si tratta di mismatching in parte a carattere quantitativo (carenza di offerta di lavoro) e in parte a carattere qualitativo (carenza di competenze adeguate). È evidente che per affrontare queste problematiche strategiche per il presente e per il futuro delle imprese è necessario intervenire su più versanti:

- serve un capillare e sistematico programma di orientamento formativo e lavorativo destinato ai giovani (fin dalle scuole medie primarie) e alle famiglie;
- è necessario un più forte coinvolgimento delle imprese nella progettazione, nella realizzazione e nella certificazione dei processi formativi a tutti i livelli (dalla formazione professionale a quella universitaria);
- occorrono sistemi informativi tempestivi ed efficaci di placement per favorire le "transizioni" dalla formazione al lavoro;
- sono fondamentali reti di collaborazione sul territorio tra scuole, imprese, università, istituzioni a livello locale, strutturate per analizzare le problematiche di "capitale umano" delle singole filiere produttive e per progettare congiuntamente le azioni necessarie per risolverle.

Le Camere di commercio sono sempre più impegnate sui temi dell'orientamento, dell'alternanza e dell'incontro domanda-offerta di lavoro sia per effetto dei provvedimenti normativi che hanno riconosciuto al Sistema Camerale specifiche competenze e funzioni¹, sia per l'implementazione di azioni progettuali dedicate, a partire dal progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni", realizzato nel triennio 2017-2019, secondo quanto previsto dal D. Lgs 219/2016, art. 18 comma 10.

Di fatto, la legge di riforma del Sistema Camerale, con il *decreto legislativo 219 del 25.11.2016 (art.2 lettera e)*, ha definitivamente formalizzato tale ruolo, assegnando alle Camere di commercio la funzione di **orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti, in coordinamento con il Governo e con le Regioni e l'ANPAL**, attraverso la tenuta e gestione del **registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro**; la **collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze** acquisite in contesti non formali e informali; il **supporto all'incontro domanda-offerta di lavoro**, attraverso servizi informativi anche a carattere previsionale in raccordo con l'ANPAL; il sostegno alla **transizione dalla scuola e dall'università al lavoro**, attraverso l'orientamento e lo sviluppo di servizi a supporto dei processi di placement svolti dalle Università.

Il recente **Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico n. 277 del 07.03.2019** ha definito nella mappa dei servizi che il sistema camerale è tenuto a fornire su tutto il territorio nazionale le seguenti aree di intervento sui temi dell'orientamento, formazione e lavoro:



- **Orientamento:** iniziative collettive dirette o mediante accordi e collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti di informazione e orientamento a supporto della transizione scuola-lavoro e università-lavoro e servizi di orientamento all'autoimpiego;
- **Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento e la formazione per il lavoro:** tenute del Registro nazionale di cui all'art. 1, comma 41, della Legge del 13 luglio 2015; gestione dei rapporti con le scuole per l'assistenza alla progettazione dei percorsi e con le aziende per l'attivazione di stage e tirocini;
- **Supporto incontro D/O di lavoro:** servizi informativi anche a carattere previsionale volti a favorire l'inserimento occupazionale, iniziative collettive dirette o mediante accordi di collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti e servizi di base alla D/O di lavoro attraverso l'assistenza all'utilizzo della piattaforma camerale di matching;
- **Certificazione delle competenze:** iniziative di informazione e orientamento a supporto della certificazione delle competenze tramite iniziative collettive dirette o mediante accordi e collaborazione con soggetti pubblici e privati competenti.

RUOLO E MODELLO DI INTERVENTO DEL SISTEMA CAMERALE

¹ D. Lgs. 23/2010, Legge n.53/2003, D.Lgs. 77/2005, Legge 107/2015, Decreto legge 104/2013, convertito in Legge 128/2013, Legge 92/2012 e relativo D.Lgs. attuativo n.13/2013.

Le Camere di commercio stanno avendo un ruolo sempre più attivo come motore di sviluppo dei sistemi economici locali, attraverso iniziative che rendono sempre più stretto il *collegamento tra formazione>orientamento>lavoro>impresa*, facilitando e promuovendo i processi operativi tra scuola, università e impresa.

Questo perché, lato domanda, le imprese richiedono maggiori possibilità di trovare le persone giuste, le professionalità e le competenze di cui hanno bisogno, favorendone così la crescita dimensionale ed economica. Dal lato dell'offerta, chi studia e chi cerca un lavoro - ma anche chi è già occupato - richiede maggiori opportunità di sviluppare le conoscenze, le competenze e le esperienze utili per migliorare la propria "occupabilità" e favorire la crescita personale e professionale.

Per ricoprire tale ruolo, il sistema camerale mette a disposizione dei sistemi formativi e delle politiche attive del lavoro un patrimonio di informazioni ampio e articolato a supporto delle rispettive sfere di attività, in particolare per l'orientamento, la definizione dei piani dell'offerta formativa, l'alternanza e le azioni di sostegno al placement. Nello specifico, i principali asset oggi fruibili sono:

- il **Sistema Informativo Excelsior**, che ricostruisce su base mensile, annuale e quinquennale il quadro previsionale della domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese, fornendo indicazioni di estrema utilità soprattutto per supportare le scelte di programmazione della formazione, dell'orientamento e delle politiche del lavoro;
- il **Registro dell'Alternanza Scuola Lavoro (RASL)**, la piattaforma ufficiale realizzata e gestita dal sistema camerale d'intesa con MIUR e MLPS per promuovere e sviluppare i percorsi scolastici in alternanza e l'apprendistato, dando ai giovani la possibilità di fare esperienze di apprendimento on the job nelle imprese, negli studi professionali e negli enti pubblici, privati e non profit;
- il **Registro delle Imprese**, che fornisce un quadro completo della situazione giuridica ed economica di ciascuna impresa operante in Italia, consentendo l'accesso a fondamentali informazioni anagrafiche, nonché l'elaborazione di analisi e indicatori di sviluppo economico ed imprenditoriale in ogni settore produttivo ed area territoriale;
- **Movimprese**, che fornisce un'analisi statistica trimestrale della nati-mortalità delle imprese e consente di analizzare le principali dinamiche della struttura economica dei territori, inclusa la dinamica

occupazionale;

- gli altri **osservatori** che il Sistema camerale elabora in relazione alle esigenze ed alle necessità di analisi socio-economica del Paese.

Nel triennio 2017-2019 le Camere di commercio hanno promosso e realizzato il progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni", grazie all'incremento di una quota del diritto annuale, pervenendo, in sintesi, ai seguenti risultati:

- 85 Camere di commercio (il progetto è iniziato in concomitanza con l'avvio degli accorpamenti delle strutture camerale) hanno avviato un ufficio/funzione per l'orientamento nella struttura organizzativa dell'Ente camerale, realizzando un approfondito programma di formazione e aggiornamento professionale del personale dedicato;
- su un budget complessivo di 53 mln di € per il triennio, **sono stati stanziati 14 mln di € alle imprese sotto forma di voucher (circa 14.000 contributi del valore medio di 1.000 €), 6 mln di € sotto forma di servizi e progetti speciali di orientamento, alternanza, formazione docenti e tutor aziendali².**
- promozione, avvio e animazione di network territoriali che hanno coinvolto le istituzioni scolastiche, le associazioni imprenditoriali, i centri per l'impiego, le agenzie per il lavoro, il settore non profit, gli enti locali e altri soggetti attivi sul territorio nei servizi di orientamento al lavoro e alle professioni. Questa attività di animazione ha portato a coinvolgere **nei network territoriali circa 2.400 tra istituti tecnici, professionali e licei che rappresentano quasi il 64% degli istituti di istruzione presenti nei diversi territori provinciali interessati dal progetto;**
- progettazione, realizzazione e **implementazione del "Tavolo Digitale", la nuova piattaforma telematica ad uso del networking delle Camere di commercio con le organizzazioni di riferimento dei propri territori;**
- animazione del **Registro per l'alternanza scuola-lavoro che ha portato all'iscrizione di 89.862 entiospiti, tra imprese ed altre strutture pubbliche e private, e all'inserimento di oltre 50.000 disponibilità di stage e/o apprendistato per l'alternanza e il sistema duale.**

Un altro asset importante a supporto delle attività realizzate dal progetto è costituito dagli Accordi nazionali per la costruzione di una rete di partenariato con Soggetti pubblici e privati competenti.

A fine 2018 Unioncamere ha siglato un **protocollo di collaborazione stabile e continuativa tra il sistema delle CCIAA e l'ANPAL** attraverso la condivisione di strategie e azioni per il rafforzamento dei sistemi informativi a supporto del mercato del lavoro, nonché per il raccordo sui territori tra i sistemi imprenditoriali e la rete nazionale dei servizi per le politiche del lavoro. Nell'ambito di questo protocollo si è intrapresa la nuova progettazione 2018-2020 del Sistema informativo Excelsior, definendone anche il relativo finanziamento.

Il 1 febbraio 2019 è stato inoltre siglato un **protocollo di intesa e la relativa Convenzione operativa tra Unioncamere e il Consorzio Interuniversitario AlmaLaurea** con la finalità di collaborare nell'ambito della transizione dall'università al mondo del lavoro, per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, e nel campo della certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali e informali.

Il 16 maggio 2019 **Unioncamere e Anpal hanno stipulato un Accordo di cooperazione** impegnandosi a realizzare un programma di lavoro nell'ambito del progetto firmato da Anpal e Commissione europea denominato "Italian Cooperation 4 Transparency of Skills & Mobility". Tale progetto intende promuovere, sviluppare e supportare l'integrazione degli strumenti Europass, in particolare del CV Europass, sui differenti sistemi informativi e banche dati, e cioè il Sistema informativo unico per le politiche attive del lavoro (SIU) e le piattaforme di Camere di commercio esistenti o in costruzione.

Inoltre, sono stati siglati nel corso del **2019** numerosi **accordi/protocolli** di intesa nazionali sempre allo scopo di migliorare la programmazione dell'offerta formativa e diffondere progetti e servizi di supporto all'orientamento formativo, al lavoro e alle professioni, al fine di contribuire a favorire le transizioni scuola-lavoro, il placement e la riduzione del mismatch tra domanda e offerta di lavoro, promuovendo percorsi formativi nell'ambito dell'istruzione e formazione professionale regionale, dell'apprendistato di primo livello.

e dell'istruzione tecnica superiore che tengano conto dei risultati e delle indicazioni delle imprese derivanti dalle indagini di Unioncamere (ad esempio insieme a Federmeccanica, Enaip, Altagamma).

A questo insieme articolato di accordi/protocolli d'intesa nazionali si aggiungono le **numerose iniziative sviluppate dalle camere di commercio a livello territoriale**, le quali costituiscono altrettanti esempi di cui si terrà conto nella fase realizzativa del progetto.

A partire dalle risultanze del progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni", considerando l'aggiornamento del quadro normativo e le istanze territoriali in tema di un sostegno all'orientamento e al placement dei giovani, nonché alle richieste di una maggiore qualificazione delle professioni e delle competenze, si propone **una nuovoprogettualità triennale 2020-2022**, denominata "**Formazione e lavoro**", i cui obiettivi sono:

- avviare sui territori **azioni diffuse di orientamento**, al fine di facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, anche attraverso attività di promozione, animazione e supporto alle imprese e al mondo della formazione;
- fornire a Regioni, CPI, Agenzie regionali per il lavoro, ANPAL, scuole, università ed agli altri attori istituzionali del sistema dell'istruzione, della formazione e del lavoro **informazioni puntuali sui fabbisogni professionali delle imprese**, al fine di fare sistema e mettere a disposizione indicazioni utili per le politiche attive del lavoro di cui sono protagonisti;
- **favorire il placement** e sostenere le azioni di università, agenzie per il lavoro e centri per l'impiego, supportando - ove necessario - anche l'autoimpiego e l'autoimprenditorialità come politica attiva del lavoro;
- promuovere una ricognizione continua della **domanda di professionalità e competenze delle imprese**, sia con analisi quali-quantitative (a partire dai dati del Sistema informativo Excelsior), sia con azioni di qualificazione dell'offerta (attività di certificazione delle competenze e disponibilità di curricula ben strutturati grazie al lavoro puntuale con le scuole e le università per "incrociare" efficacemente la domanda di competenze);
- attivare azioni di **sensibilizzazione e promozione delle politiche attive del lavoro** (eventi formativi e informativi) e diffusione delle buone pratiche (mediante la realizzazione di progetti territoriali innovativi).

Per raggiungere questi obiettivi sarà necessario potenziare con una specifica azione formativa il personale dell'ufficio/servizio camerale che è incaricato di occuparsi di orientamento e politiche attive del lavoro (della Camera di commercio ed eventualmente dell'azienda speciale o di altra propria articolazione specializzata) al fine di renderlo adeguatamente qualificato e quotidianamente impegnato per:

- gestire le relazioni e i contatti con le imprese del territorio per rilevare la domanda di assunzioni e le competenze ad esse collegate;
- incontrare e mantenere rapporti continuativi con tutte le scuole, gli enti di formazione professionale e le università del territorio di competenza, per far conoscere in modo articolato la domanda di competenze delle imprese e aiutare il matching, per supportare la realizzazione di progetti di comune interesse, per favorire il placement;
- animare e promuovere le attività del network territoriale.

Strumento portante dell'operazione di questo progetto, e del suo impatto positivo sui singoli territori, sarà una **piattaforma per l'orientamento e l'incontro tra domanda e offerta di competenze, organizzata per partizioni territoriali** e aperta al mondo delle imprese e al mondo della formazione, fruibile per chi studia e cerca lavoro, per le imprese, le scuole, per gli operatori dei sistemi di formazione ed istruzione.

LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2020-2022

L'insieme degli interventi previsti dalle linee strategiche sarà programmato e concordato nell'ambito di azioni congiunte con gli altri soggetti delle reti locali dei servizi per l'istruzione, la formazione, l'orientamento, il

lavoro e l'apprendimento permanente. Nello specifico, si tratterà di fare rete e gestire, laddove possibile, percorsi operativi integrati con:

- università;
- scuole e reti di scuole;
- uffici scolastici regionali e provinciali;
- ITS, IeFP, IFTS e poli tecnico professionali;
- altri enti di formazione;
- CPI e agenzie del lavoro;
- enti locali;
- associazioni sindacali;
- associazioni imprenditoriali.

Il modello di intervento è concepito per essere facilmente adattabile ai diversi contesti di operatività e territoriali. Nello specifico, il progetto "Formazione e lavoro" si configura come un sistema integrato di attività all'interno del quale ogni Camera di commercio - nel rispetto del set di servizi e attività di seguito individuate - è chiamata a definire un proprio mix, idoneo a rispondere ai fabbisogni del territorio e a valorizzare le esperienze sviluppate localmente in ambiti specifici, esercitando una costante attività di ri-focalizzazione in linea con la domanda locale.

1. Rafforzamento del servizio camerale per l'Orientamento e la formazione

Finalità e obiettivi operativi

Aumentare la specializzazione del sistema camerale per potenziarsi sempre più come osservatorio privilegiato in grado di fornire risposte alle trasformazioni socio-economiche in atto in ciascun territorio e alle crescenti esigenze di un sempre più stabile ed efficace dialogo tra tutti i soggetti delle politiche attive del lavoro.

A partire dal modello operativo di servizio già delineato con la precedente progettualità 2017-2019 (sopra richiamato), si provvederà ad una valutazione del percorso organizzativo intrapreso e delle linee di attività realizzate in modo da individuare le aree di ulteriore sviluppo e le funzioni da implementare. Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi rafforzare le competenze interne e i processi che richiedono un insieme di azioni di medio periodo di carattere specialistico e che si fondano sulla disponibilità di piattaforme per il rafforzamento della produzione e diffusione di dati/informazioni qualificati, in ottica di continuo sviluppo dei network territoriali.

Linee di intervento

- Attivazione di formazione specializzata utile a potenziare le aree di attività, le funzioni e i servizi, al fine di avviare azioni di medio periodo di carattere specialistico (orientamento, mismatch domanda e offerta di lavoro, placement, certificazione delle competenze, supporto per progettazioni innovative).
- Realizzazione di analisi, studi e ricerche per il monitoraggio sistematico sul contesto socio-economico e i fabbisogni professionali e formativi delle imprese.
- Costituzione, sviluppo e animazione di network territoriali con il coinvolgimento delle istituzioni scolastiche, del sistema delle imprese, dei professionisti, del non profit e degli enti locali, per favorire l'attivazione e gestione dei contatti con le aziende per realizzare le attività del progetto (a partire dai progetti innovativi, dicui al punto 3.2).
- Gestione e promozione del Registro per l'alternanza, opportunamente arricchito con servizi di natura "gestionale" dei percorsi di alternanza in grado di garantire qualità e semplificazione.
- Promozione di azioni di informazione rivolte ad operatori ed utenti finali dei servizi di orientamento, alternanza/PCTO, formazione e lavoro.

2. Sviluppo dei “Network territoriali per la formazione e il lavoro”

Finalità e obiettivi operativi

Favorire lo sviluppo di una rete territoriale che promuova e sostenga, attraverso accordi e collaborazioni formali e informali, i processi più efficaci che aiutino a superare il mismatch tra domanda e offerta di lavori, per agevolare e semplificare la transizione scuola-lavoro e università-lavoro.

Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi coinvolgere tutti gli stakeholder (Regioni, Agenzie regionali per il lavoro, CPI e ANPAL, Scuole, ITS, Università, Enti di formazione professionale, Enti bilaterali ed altri organismi pubblici e privati) territoriali sul tema della formazione e del lavoro, indirizzare le rispettive linee d'azione e agevolare la promozione sul territorio di tutti gli strumenti di politica attiva del lavoro.

Linee di intervento

- Promozione di un miglior utilizzo del know-how sui fabbisogni di competenze professionali delle imprese del territorio per avviare azioni congiunte di orientamento verso i giovani impegnati nella transizione scuola- università-lavoro.
- Promozione di accordi/collaborazioni/protocolli tra gli stakeholder territoriali per facilitare l'incontro tra domanda/offerta di lavoro, con particolare riguardo ai giovani, neolaureati e neodiplomati.
- Attivazione di azioni informative sulle principali politiche attive del lavoro e sugli strumenti per agevolare e velocizzare l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro.
- Diffusione, da utilizzare come strumento di lavoro condiviso, della piattaforma digitale di networking del sistema camerale (<https://tavolodigitale.camcom.it/>) per sostenere l'interazione tra i membri del network e favorire il raggiungimento degli obiettivi comuni in tema di lavoro e formazione.

3. Riduzione del mismatch D-O di lavoro

Finalità e obiettivi operativi

Incrementare l'efficacia delle politiche attive del lavoro con particolare riferimento all'orientamento finalizzato alla riduzione del mismatch domanda/offerta di lavoro e ai processi di transizione scuola/università e lavoro.

Sul fronte degli obiettivi operativi, a partire dall'utilizzo dei dati Excelsior, si intende quindi incrementare la collaborazione con gli attori locali per una crescente sensibilizzazione sui temi e sugli strumenti utili alla transizione scuola-università e lavoro, sviluppare servizi personalizzati di messa in rete dell'offerta di competenze e di sviluppo di esperienze utili ad accrescere la conoscenza del mondo del lavoro, promuovere la cultura di impresa e lo sviluppo dell'autoimprenditorialità, coinvolgere il sistema imprenditoriale per una messa in rete, anche attraverso eventi e interventi dedicati, della domanda,

Particolarmente importante è infine l'intenzione di attivare una piattaforma integrata, finalizzata a ridurre il mismatch D-O di lavoro e a potenziare l'efficacia delle misure di politica attiva del lavoro.

Linee di intervento

- Promozione, in sinergia con CPI/Regioni/Agenzie regionali/ANPAL, di azioni diffuse di animazione/informazione e di orientamento coordinate con il sistema scolastico – fin dalle scuole medie inferiori - e universitario per la scelta dei percorsi formativi, professionali e lavorativi.
- Attivazione a livello di sistema di servizi personalizzati dedicati all'emersione delle competenze, alla crescita della consapevolezza rispetto agli strumenti a disposizione e alla messa in rete dei profili, da sviluppare attraverso azioni diffuse di sensibilizzazione e affiancamento degli studenti, quali ad



esempiola somministrazione di test di self-assessment, la compilazione dei CV e l'accesso agli strumenti Europass.

- Promozione di esperienze sul campo, quali ad esempio azioni di job-shadowing, visite aziendali o tirocini di orientamento, utili ad agevolare la conoscenza da parte dei giovani del mondo imprenditoriale a favore di successivi percorsi di transizione.
- Programmazione di iniziative formative in materia di creazione d'impresa e accompagnamento/supporto specialistico di gruppo e individuale al business planning.
- Sensibilizzazione e coinvolgimento diretto delle imprese per un'emersione puntuale della domanda di lavoro e una contestuale partecipazione alle azioni di matching promosse a scala territoriale.
- Attivazione di interventi/eventi a scala territoriale di orientamento e incontro delle domanda-offerta di lavoro e/o di vero e proprio accompagnamento al placement.
- Realizzazione di una piattaforma digitale finalizzata a ridurre il mismatch D-O di lavoro e potenziare l'efficacia delle misure di politica attiva del lavoro, a partire dall'utilizzo dei dati Excelsior e in sinergia con CPI/Regioni/Agenzie regionali/ANPAL. Tale azione è funzionale all'integrazione:
 - o delle informazioni del Sistema Informativo Excelsior (Unioncamere-ANPAL) sulle previsioni di assunzione e sui fabbisogni formativi e professionali delle imprese italiane;
 - o delle informazioni sugli strumenti per l'orientamento (guide e pubblicazioni rivolte a studenti, famiglie, tutor scolastici, imprese);
 - o del Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro e degli strumenti di promozione dell'iniziativa camerale, quali il Premio "Storie di alternanza" di Unioncamere e delle Camere di commercio che valorizza e dà visibilità ai racconti dei progetti di alternanza ;
 - o degli strumenti Europass e del portale Alma Laurea.

4. Definizione e implementazione di sistemi camerali per la certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali e informali (D. Lgs. 13/2013 e del D. Lgs. 219/2016)

Finalità e obiettivi operativi

Contribuire alla riduzione del mismatch tra domanda e offerta di lavoro, attraverso una maggiore qualificazione dell'offerta, da raggiungere mediante lo sviluppo di un modello innovativo per la certificazione di competenze maturate in contesti non formali e informali, legati ad attività didattiche (stage, tirocini, PCTO, apprendistato, ect.) o ad attività *on the job*.

Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi individuare le competenze "critiche" all'interno di settori economici primari per lo sviluppo del Made in Italy, definire per ciascuna di essa una norma tecnica funzionale alla certificazione e, grazie alla sperimentazione, predisporre un modello di certificazione basato su sistemi di valutazione digitali.

Linee di intervento

- Individuazione dei settori economici di interesse che, a partire dai dati del Sistema informativo Excelsior, evidenziano particolare criticità rispetto ai livelli di mismatch tra domanda e offerta di lavoro. L'analisi si concentrerà, prioritariamente, sui settori oggetto di intervento delle altre iniziative di sistema (PID, Turismo, Internazionalizzazione).
- Individuazione delle figure professionali che, all'interno dei settori prescelti, presentano una maggiore difficoltà di reperimento da parte delle imprese, specialmente in riferimento all'adeguata preparazione.
- Descrizione dei profili professionali in termini di competenze, indicazione delle competenze critiche e relativa codifica in termini di conoscenze/abilità/responsabilità-autonomia.
- Definizione e sviluppo di un modello innovativo per la certificazione delle competenze maturate in contesti non formali e informali attraverso sistemi di valutazione basati su piattaforme digitali in grado di verificare la capacità del singolo di risolvere situazioni problematiche complesse, mostrando un progressivo sviluppo di autonomia e responsabilità nello svolgimento del compito.

5. Contributi e concorsi a supporto dello sviluppo integrato

Finalità e obiettivi operativi

Promuovere, premiare e sostenere le attività di orientamento e placement con il fine di rafforzare da un lato le competenze maturate in contesti informali e non formali, anche all'estero, dall'altro la transizione scuola-lavoro e università-lavoro, riducendo così il mismatch lavorativo e favorendo un efficace *upskilling*.

Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi attivare e gestire contributi e premi volti a favorire la co-progettazione di percorsi "di qualità" tra scuole e imprese e a sostenere percorsi efficaci di transizione scuola lavoro.

Linee di intervento

- Erogazione di contributi a favore sia delle imprese e/o delle scuole per la realizzazione di attività di progettazione e/o di co-progettazione di percorsi di qualità riferiti a: ITS, apprendistato, sistema duale, stage, tirocini (curricolari ed extracurricolari) in Italia e all'estero (anche utilizzando la rete CCIE).
- Promozione di concorsi rivolti a scuole secondarie di secondo grado, IeFP, ITS, ed altri soggetti a favore dello sviluppo dell'apprendistato, del sistema duale realizzato in impresa, di imprese simulate, project work, etc, in Italia e all'estero (anche utilizzando la rete CCIE) per favorire la transizione scuola-lavoro.
- Gestione dei bandi di selezione e dei concorsi comprese le relative attività di coordinamento con le imprese e le scuole, la gestione amministrativa e finanziaria dei contributi/premi, nonché tutti i necessari servizi di supporto ai percorsi operativi connessi.

6. Realizzazione di progetti innovativi

Finalità e obiettivi operative

Promuovere, attivare e mettere in rete progetti e attività per il rafforzamento nel sistema scolastico e universitario delle competenze imprenditoriali, digitali, green (anche in raccordo con i progetti PID, Turismo, Internazionalizzazione). Sul fronte degli obiettivi operativi si intende quindi favorire l'individuazione, segnalazione e promozione di buone pratiche e/o progetti innovativi per la realizzazione e personalizzazione a livello territoriale di iniziative e/o attività volte a rafforzare la collaborazione tra scuole, imprese, enti sui seguenti temi: digitale, green, turismo, internazionalizzazione. Nella fase di individuazione dei progetti potranno essere utilizzate anche forme quali i concorsi di idee, gli appalti pre-commerciali (PCP) e/o i partenariati per l'innovazione.

Linee di intervento

- Promozione delle buone pratiche e delle progettualità più efficaci, a partire da quelle realizzate nel precedente progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni".
- Sostegno, in termini finanziari e progettuali, ad attività di orientamento e supporto al placement, a valle delle indicazioni che emergeranno dalle periodiche riunioni dei Network territoriali.
- Programmazione e attivazione di progetti specifici di formazione per docenti e tutor d'impresa volti a far emergere, identificare e qualificare le competenze degli studenti impegnati in attività informali e non formali.
- Promozione e realizzazione di percorsi di formazione per studenti con la finalità di far conoscere quali sono le competenze legate al digitale, green, turismo, internazionalizzazione, anche in ottica di contribuire a favorirne l'attestazione/ certificazione.

Per ciascuna annualità di progetto, è previsto il **monitoraggio** delle attività svolte e dei risultati conseguiti da ciascuna Camera di commercio.

FUNZIONE D3: TURISMO E CULTURA

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il turismo rappresenta una risorsa naturale e strategica del Paese, soprattutto per il Meridione, la più grande "promessa" italiana, che potrebbe raddoppiare facilmente il suo contributo al PIL italiano, oggi attestato al 6%.

L'Italia è la meta più ambita dai turisti stranieri, ma non per questo la più visitata. Siamo solo al quinto posto al mondo per numero di arrivi internazionali. Prima di noi ci sono Francia, Spagna, Stati Uniti e Cina. Occorre, dunque, tramutare questo potenziale turistico in una concreta opportunità di sviluppo, migliorando la nostra capacità di attrazione indipendentemente dalle classifiche ufficiali sugli arrivi internazionali.

Ad attrarre i vacanzieri, oltre ai siti naturalistici ed enogastronomici, è il patrimonio artistico e culturale: l'Italia detiene la più elevata concentrazione di siti dichiarati patrimonio dell'umanità dall'Unesco. Sono in tutto 54 che ospitano quasi la metà dei turisti stranieri. Non c'è nessun altro Paese a poterne vantare tanti. Persino una nazione grande e ricca di storia come la Cina ne conta meno di noi, attestandosi al secondo posto con 53 siti. È dunque un patrimonio che dobbiamo sapere adeguatamente valorizzare.

Nell'ultimo decennio il numero delle imprese di alloggio e ristorazione è cresciuto quasi del 21%, a fronte di valori vicini allo zero dell'intero tessuto imprenditoriale. Ma, se da una parte abbiamo il numero più elevato di strutture ricettive in Europa, sfruttiamo appena il 46% del potenziale di ospitalità.

C'è quindi una fragilità di sistema che va affrontata. Il turismo potrebbe diventare un formidabile volano per la crescita dell'intero Paese ma occorre una strategia di settore.

Per dare il proprio contributo alla crescita del turismo, nello scorso triennio, 62 Camere di commercio si sono impegnate su 220 azioni progettuali, che hanno riguardato molteplici e diversificati aspetti della valorizzazione dei territori e delle imprese. Iniziative e attività che hanno attivato 47 milioni di euro, raccordate intorno a 19 filoni strategici, che hanno spaziato dalla creazione di itinerari turistici alle attività di promozione territoriale, dalla qualificazione della filiera alle progettualità per i siti Unesco meno noti, dalle attività formative all'incomingturistico. Il tutto, in linea con gli obiettivi del Piano strategico. Questi progetti sono stati un investimento importante per le Camere di commercio che certamente risponde alle nuove competenze di legge, ma ancor di più vuole rispondere alle necessità delle imprese.

OBIETTIVI DI PROGETTO

Per realizzare una programmazione di sistema, capace di affrontare la fragilità del settore turistico, sono state definite 4 priorità strategiche, da condividere anche con le Regioni, che puntano a far conoscere meglio i territori, a sostenere la competitività delle imprese rafforzando la qualità dell'offerta turistica, a valorizzare territori che offrono itinerari sostenibili da scoprire in modalità "slow", a sviluppare forme di aggregazione tra le imprese per collegare in "rete" i siti Unesco meno noti contribuendo a ridurre il sovraffollamento di alcune località turistiche famose e a promuovere la destagionalizzazione dei flussi.

Concentrare gli interventi prioritariamente su 4 linee progettuali consente di dare maggiore uniformità e riconoscibilità alle azioni svolte dalle Camere di commercio:

1. **Dare continuità** alle progettualità e alle iniziative di **promozione dei territori**;
2. **Potenziare la qualità della filiera turistica**;
3. **Incentivare il turismo lento**;

4. Valorizzare le economie dei siti Unesco.

AZIONI DI PROGETTO

Il progetto esecutivo e le relative azioni si sviluppano lungo le 4 linee progettuali delineate, con una logica di intervento di tipo modulare che definisce nel dettaglio la linea/e progettuale/i su cui concentrare - anche con il contributo tecnico/scientifico di Isnart, società in house del Sistema camerale - le relative azioni, obiettivi e output progettuali. Di seguito il dettaglio delle linee proposte dalla Camera di commercio di Cagliari

1. Dare continuità alle progettualità e alle iniziative di **promozione dei territori**, realizzate anche in raccordo con le regioni, i comuni e altri enti pubblici e privati locali, così da rendere più efficaci le politiche di sviluppo turistico dei territori. In questa linea sono ricomprese anche le iniziative per la promozione e valorizzazione dei grandi eventi di livello nazionale e internazionale nonché le azioni da sviluppare a seguito del coordinamento con la programmazione turistica regionale.

2. Potenziare la qualità della filiera turistica, fornendo assistenza alle imprese - anche utilizzando lo strumento dei voucher - sui temi della sostenibilità ambientale, del turismo accessibile, del turismo digitale, della qualità dei servizi turistici, valorizzando anche il quality di ospitalità italiana. Sul versante della promozione rientrano anche le iniziative per valorizzare le eccellenze produttive dei territori attraverso la rete dei ristoranti italiani nel mondo.

3. Incentivare il turismo lento, attraverso la promozione e/o l'animazione di cammini, itinerari, ciclovie, etc. dedicati ai tematismi religiosi, storici, culturali, produttivi, enogastronomici, etc., incentivando il coinvolgimento dei sistemi economici locali anche prevedendo iniziative di incoming turistico.

4. Valorizzare le economie dei siti Unesco, per implementare reti di connessione tra i siti Unesco, in particolare quelli meno noti, e tra le imprese e le economie di questi territori, incentivando eventi BtoB, iniziative di formazione per gli operatori e di qualificazione dei territori, per aumentarne la promozione e la riconoscibilità presso il grande pubblico.

FUNZIONE D1: INTERNAZIONALIZZAZIONE

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il decreto legislativo n. 219 del 2016, recante la **riforma delle Camere di commercio**, ha modificato l'**ambito di competenza camerale** in tema di promozione all'estero delle imprese. Nello specifico, ai fini dell'ulteriore rafforzamento del sistema di sostegno all'internazionalizzazione, tale ambito è stato identificato in via prioritaria nella **preparazione ai mercati internazionali**, attraverso attività di informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle PMI, da realizzare sul versante nazionale.

La riforma ha, dunque, dato rilevanza al ruolo delle Camere quale **rete capillare di contatto con le imprese sul territorio** - in particolare quelle di minori dimensioni, le start up e le aziende organizzate in filiere e reti - per **mettere gli esportatori in condizione di essere assistiti nel loro sforzo per raggiungere i mercati esteri** di interesse, garantendo un costante **raccordo con le azioni messe in campo dall'ICE e dal Gruppo CDP**, da un lato, e **dal sistema delle Regioni**, dall'altro.

In questo scenario, l'**obiettivo principale** del sistema camerale è **duplice**:

- rafforzare la presenza all'estero delle imprese già attive sui mercati globali**, assistendole nell'individuazione di nuove opportunità di business nei mercati già serviti o nello *scouting* di nuovi mercati;
- individuare, formare e avviare all'export le PMI attualmente operanti sul solo mercato**

domestico (le cosiddette "potenziali esportatrici") e quelle che solo occasionalmente hanno esportato negli ultimi anni.

Quest'ultimo obiettivo deriva dalla constatazione che il numero degli esportatori abituali italiani (pari a 125.920 nel 2017), pur essendo ancora oggi il più elevato in Europa dopo la Germania, appare in flessione negli ultimi anni. Al tal riguardo, Unioncamere ha stimato in quasi 50.000 unità le imprese potenziali od occasionali esportatrici, presenti soprattutto nei settori della meccanica, dei mezzi di trasporto e della gomma-plastica, comparativamente più concentrate fra le aziende di piccola dimensione (il 47% ha fra 10 e 49 addetti) e nelle regioni dell'Italia nord-orientale. Si tratta di società manifatturiere orientate soprattutto ai mercati più "stabili" dell'Unione europea (25%) e del Nord America (17%), con un fatturato medio intorno ai 3 milioni e con tutte le carte in regola per operare sui mercati internazionali: una potenzialità che, se colta, secondo le stime può valere circa 30 miliardi in più di export.

Al contempo, per quanto riguarda il primo obiettivo va invece considerato un altro aspetto: la distribuzione dell'export italiano è decisamente più polverizzata rispetto ai nostri competitors. Basti pensare che le nostre prime 100 imprese esportatrici concentrano il 24% dell'export, contro il 44% della Francia, il 37% della Spagna e il 35% della Germania. E questo porta a riflettere sulla necessità di interventi che inducano le imprese già operanti all'estero a considerare meno episodica e più strutturale la loro proiezione internazionale, aumentando il fatturato medio all'export e inserendosi in maniera più stabile all'interno delle catene globali del valore.

Sulla base di tali informazioni, risulta dunque chiaro che un contributo importante alla crescita dell'export italiano può venire sia dall'ampliamento del numero delle PMI esportatrici, sia dall'aumento dell'intensità del loro export. Per far questo, le Camere di commercio hanno realizzato negli ultimi anni una serie di azioni puntuali e capillari nei territori, finalizzate a intercettare e assistere quelle aziende che hanno i numeri per esportare stabilmente ma che ancora non lo fanno, soprattutto perché non trovano soggetti "di prossimità" che possano assisterle a muovere i passi giusti.

Nello specifico, nel 2018 è stato avviato il **Progetto SEI (Sostegno all'Export dell'Italia)**, un vasto programma di contatto "porta a porta" delle aziende a più elevato potenziale sull'estero, per renderle consapevoli delle opportunità offerte dai mercati internazionali e attrezzarle a sfruttare le occasioni di business all'estero. Il Progetto SEI prevede un'offerta di servizi - omogenei su tutto il territorio nazionale - rivolti alle imprese "potenziali" e "occasionalmente" esportatrici, quali: autovalutazione e *tool* di analisi delle opportunità di mercato; attività di informazione, sensibilizzazione e orientamento all'estero; primo accompagnamento alle PMI attraverso progetti individuali e di filiera, anche utilizzando la leva del digitale e del commercio elettronico. Per circa 1.700 di tali PMI è stato, inoltre, avviato negli ultimi mesi un percorso di "export kick-off" personalizzato, che le porterà a muovere i primi passi sui mercati internazionali: nel 43% dei casi si tratta di imprese dell'agro-food, cui seguono a distanza la meccanica (12%), l'arredo (8%) e il sistema moda (7%).

La necessità di rafforzare la strategia camerale di sostegno alle imprese ha portato anche alla creazione di **Promos Italia**, la struttura di sistema specializzata nell'internazionalizzazione messa in piedi attraverso un processo di accorpamento tra un primo gruppo di aziende speciali delle Camere di commercio per attuare il percorso di razionalizzazione previsto dal decreto di riforma. La *mission* di Promos Italia - nella quale Unioncamere svolge il ruolo di garanzia di sistema - è di offrire un'immagine unitaria del sistema camerale nella realizzazione delle diverse iniziative inerenti al tema dell'internazionalizzazione, operando secondo un'ottica d'impresa.

Alla rinnovata *mission* delle Camere di commercio si collega, inoltre, il **Protocollo di Intesa che Unioncamere e il Ministero dello Sviluppo Economico hanno sottoscritto nell'autunno del 2017** proprio per dare piena attuazione alla riforma delle competenze camerali in tema di internazionalizzazione. Attraverso tale Protocollo, Unioncamere si impegna a coordinare le azioni che il sistema camerale sviluppa sui territori di riferimento, anche nel caso di attività promozionali, co-finanziate e affidate da parte di soggetti terzi - tra cui le Regioni - e/o nel quadro di programmi comunitari. A valle di questo accordo, Unioncamere ha poi raggiunto un'intesa operativa con l'ICE-Agenzia per la definizione di un percorso strutturato di collaborazione che vede l'Agenzia come soggetto di riferimento per le iniziative camerali di promozione all'estero. Tale intesa prevede, tra l'altro, che l'ICE stipuli con le singole Camere di commercio un Accordo biennale attuato, a cadenza annuale, attraverso uno specifico Piano operativo, ovvero un programma di

iniziative da svolgere in collaborazione, che vanno dai programmi mirati di promozione all'estero delle aziende o di settori specifici fino alla partecipazione a fiere o eventi collettivi all'estero.

Alla collaborazione con la rete degli Uffici dell'ICE va poi affiancata quella con le **Camere di commercio italiane all'estero** (CCIE), presenti in 55 Paesi del Mondo con 130 sedi operative e 490 dipendenti. Una rete in collegamento sempre più stretto con quella delle Camere italiane, in primo luogo per l'assistenza alle imprese di più piccole dimensioni già consapevoli delle proprie potenzialità sui mercati globali: delle circa 70.000 che in media ogni anno utilizzano i servizi delle CCIE, oltre il 95% risulta, infatti, avere dai 3 ai 49 addetti. Anche all'interno di tale segmento, si tratterebbe comunque di aziende in media meglio strutturate e organizzate, che si muovono sui mercati internazionali secondo una logica di multilateralità: il 77% di tali imprese considera il mercato estero come una scelta strategica precisa e non in modo occasionale, e circa la metà lavora contemporaneamente su 3-5 paesi.

Anche nel nuovo scenario derivante dalla riforma, l'attività finalizzata a favorire l'**internazionalizzazione** continua, dunque, a rivestire un ruolo di rilievo nell'ambito delle azioni delle CCIAA a sostegno delle imprese, nella sua consueta declinazione nei **due grandi filoni complementari: quello promozionale e quello amministrativo-certificativo**.

Nel complesso, sul primo versante le Camere italiane hanno coinvolto durante l'ultimo anno 15.000 imprese in attività di formazione sui diversi temi legati all'internazionalizzazione e a circa 13.000 sono stati offerti servizi mirati a sviluppare il business all'estero, come ricerca e valutazione clienti, incontri B2B e *incoming buyer*, supporto alla digitalizzazione in stretto raccordo con l'attività dei PID, nonché la partecipazione a fiere e missioni imprenditoriali, in collaborazione con l'ICE-Agenzia.

Parallelamente al filone promozionale, le Camere di commercio hanno continuato a svolgere l'attività certificativa per l'estero, rilevante non solo per la quantità delle certificazioni prodotte su richiesta delle imprese italiane, ma anche per la funzione di garanzia della loro affidabilità nei confronti di vari interlocutori esteri, come autorità doganali, banche, partner commerciali. In questo contesto va detto che è in corso una profonda trasformazione delle procedure, nella direzione di semplificare le formalità richieste alle imprese, soprattutto grazie all'introduzione di processi di digitalizzazione sempre più avanzati e all'applicazione di standard internazionali qualificati. I dati sul rilascio di tali documenti, che in linea generale rappresentano un indicatore indiretto dell'andamento dell'economia e dell'export, continuano a registrare numeri importanti e per alcune tipologie di documenti anche una sostanziale crescita nell'ultimo biennio.

OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA

Sulla base di tali premesse, la presente proposta progettuale ha l'**obiettivo prioritario** di assicurare un **accompagnamento permanente alle PMI verso i mercati esteri** attraverso un'**offerta integrata di servizi** su una serie di ambiti che vanno dal posizionamento e dalla promozione commerciale (sia "fisica" che "virtuale") ad azioni mirate di assistenza, per contribuire ad ampliare/diversificare i mercati di sbocco e a rafforzare la competitività dei sistemi produttivi territoriali.

Dal punto di vista organizzativo, la proposta si fonda sul rafforzamento e sulla specializzazione di un **network di punti territoriali presso le Camere di commercio (i Punti SEI)**, così da sviluppare le competenze finanziarie, organizzative e manageriali delle PMI orientate all'estero.

Gli **assunti di base** della proposta di intervento sono i seguenti:

- il sistema camerale svolge funzioni istituzionali, confermate dalla legge di riforma, di supporto allo **sviluppo delle imprese e della competitività** e intende affrontare in modo organico il tema dell'internazionalizzazione dell'economia italiana e della diffusione di una **cultura imprenditoriale orientata al mercato e all'innovazione**, specie nei contesti (dimensionali, territoriali o settoriali) dove si verificano evidenti gap;
- le iniziative del sistema camerale previste nella presente proposta risultano coerenti rispetto a quanto oggi messo in campo dal **sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese**, in quanto finalizzate – pur nei diversi ruoli e specificità – a sostenere la presenza italiana sui mercati esteri. A tal riguardo, come anticipato, viene garantito un costante **raccordo con le azioni messe in campo dall'ICE, dal Gruppo CDP e dalle Regioni**;



- al contempo, le PMI mostrano tuttavia una **consapevolezza ancora limitata delle soluzioni offerte dal sistema nazionale per l'internazionalizzazione** a sostegno dell'export e dei benefici che ne possono derivare;
- operare su uno o più mercati esteri è un processo molteplice e articolato e (proprio per la sua complessità e per l'impatto che ha sull'intera struttura di una PMI) necessita di un'attenta e adeguata **attività pianificazione strategica** per razionalizzare e rendere **sistematico l'approccio ai mercati internazionali**;
- il tessuto imprenditoriale italiano è costituito in larghissima parte da **PMI** e una loro **insufficiente partecipazione ai processi di internazionalizzazione** comporta, quindi, effetti negativi sullo sviluppo economico complessivo del nostro Paese;
- la **capillare presenza sul territorio del sistema camerale** consente di creare una rete di prossimità in grado di diffondere efficacemente iniziative e servizi volti alla proiezione internazionale delle PMI italiane..

LA LOGICA DEGLI INTERVENTI

L'**obiettivo strategico** al quale vogliono rispondere i Punti SEI è di far crescere la **consapevolezza delle PMI sulle molteplici soluzioni offerte dal sistema nazionale per l'internazionalizzazione a sostegno dell'export** e sui suoi benefici.

Tutti gli interventi mireranno, quindi, a massimizzare le opportunità della crescita internazionale delle PMI attraverso **politiche attive a sostegno di quelle con maggiori possibilità di crescita all'estero** (sia quelle già aperte a forme avanzate di internazionalizzazione, sia le cosiddette "potenziali" od "occasionalmente esportatrici più pronte), favorendo, quindi, la mobilità delle azioni verso le imprese **più produttive, innovative e chiaramente export oriented**.

Nello specifico, le **iniziative previste** riguardano:

- a) il **rafforzamento** dei servizi "di base" offerti dalle Camere di commercio nell'ambito delle proprie **funzioni istituzionali** ma non adeguatamente assicurati dall'attuale diritto annuale, soprattutto nella logica di una assistenza diretta e (il più possibile) personalizzata;
- b) quelle finalizzate a **promuovere l'integrazione fra i servizi offerti dal sistema camerale e le attività di tutto il sistema** per la promozione dei rapporti economici e commerciali italiani con l'estero (MISE, MAECI, ICE-Agenzia, Gruppo Cassa Depositi e Prestiti, Regioni), tenendo in considerazione anche le numerose ediversificate opportunità offerte dai programmi della UE.

Si prevede, altresì, la realizzazione di interventi finalizzati all'**innalzamento di una domanda consapevole specialistica di servizi all'export** (soprattutto di tipo integrato, a monte e a valle del servizio "core", in primis nel caso della partecipazione a una fiera), prevedendo l'erogazione di **voucher individuali o a sostegno dell'elaborazione di progetti condivisi con altri partner**, fino a prefigurare soluzioni comuni (es. progetti di filiera, ecc.) di proiezione all'estero.

In tutti i casi, il coinvolgimento delle imprese è fortemente dipendente dalla capacità delle Camere di commercio di sposare una **logica di tipo push**, ossia di effettuare un'azione costante e diretta su **specifici target di PMI** (individuati puntualmente attraverso iniziative di *scouting*, come di seguito illustrato), da informare sui servizi sulle iniziative promosse dai Punti SEI. Anche a tal fine, verranno sviluppate **azioni coordinate con il progetto PID - Punto Impresa Digitale**, in particolare per quanto attiene alle azioni di tipo *push* e per gli *assessment* a carattere tecnologico con chiara finalità di espansione sui mercati esteri. Verrà inoltre rafforzato l'**investimento formativo** sulle figure presenti in ciascun Ente e responsabili dei servizi di promozione all'estero.

Un altro aspetto di particolare rilevanza è riconducibile alle **collaborazioni** e agli **accordi** (anche ai fini di un possibile **cofinanziamento** delle attività previste) che le Camere di commercio coinvolte potranno promuovere al livello territoriale, in particolare con le **associazioni** imprenditoriali e con le **Regioni**, al fine di ricercare il massimo delle sinergie ed evitare inutili e dispersive duplicazioni.

Non da ultimo, va sottolineata la **necessaria differenziazione** delle attività previste rispetto alle altre

iniziative camerale sul tema dell'internazionalizzazione, sia quelle **ordinarie** (svolte a valere sulle risorse delle Camere di commercio), sia quelle legate a **progetti a valenza nazionale** (come nel caso delle attività previste nell'ambito del **fondo di perequazione** gestito da Unioncamere).

Nello specifico, gli **elementi che contraddistinguono le iniziative previste** all'interno della presente

proposta progettuale rispetto a quanto appena riportato riguardano essenzialmente:

- il **target di riferimento**: mentre le attività finanziate, ad esempio, attraverso il Fondo di Perequazione riguardano esclusivamente lo *scouting* e la prima assistenza alle "potenziali" od "occasional" esportatrici ancor non adeguatamente pronte ad affrontare i mercati esteri, in questo caso le attività sono invece indirizzate principalmente alle imprese che abbiano già maturato o che siano immediatamente pronte a maturare una presenza diretta all'estero;
- la **tipologia dei servizi offerti**: essendo diverso il target, ne discende ovviamente un'offerta di servizi promozionali e amministrativo-certificativi all'estero più avanzata e integrata (soprattutto fra quelli erogati sul territorio nazionale e quelli utilizzati direttamente all'estero);
- la **modalità di erogazione**: in tutti i casi di seguito descritti, le Camere di commercio agiranno secondo logiche di tipo "push", attraverso specifiche attività di animazione del territorio e di *matching* fra domanda e offerta di servizi all'internazionalizzazione, assistendo le PMI all'individuazione dei servizi e delle iniziative in linea con le esigenze rilevate.

Nel tenere in conto di questi elementi, la presente proposta traccia un ruolo dei Punti SEI basato su elementi comuni ma, al contempo, con ampie possibilità di adattamento alle singole realtà regionali e locali.

L'ORGANIZZAZIONE E LE TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ E SERVIZI OFFERTI

I **Punti SEI** sono **localizzati presso le Camere di commercio**, secondo una logica di **presenza e vicinanza al territorio** di natura **strutturale**. La capillarità del network camerale e la facilità di interlocuzione diretta con le imprese del territorio rappresenta, infatti, un valore aggiunto per intercettare esigenze ed offrire servizi mirati (siano essi di matrice camerale o di altri soggetti istituzionali), che si intende incrementare e promuovere attraverso vere e proprie azioni di marketing "di prossimità".

Per quanto sopra illustrato, l'approccio dei Punti SEI prevede una **chiara focalizzazione** del target di azione **sulle PMI**, mentre a livello settoriale il supporto offerto alle imprese riguarderà non solo le diverse **attività**

manifatturiere ma sempre più anche le **attività di servizi**. Pertanto, le attività previste non saranno finalizzate in via esclusiva al sostegno del **Made in Italy** "classico" ma anche al maggior inserimento delle nostre imprese nelle **filieri produttive globali**, nonché, ad esempio, alla valorizzazione del rapporto tra export e turismo, tra crescita digitale e capacità di promozione, tra radicamento territoriale ed esportazione di cultura, stile e idee.

I **Punti SEI** potranno raccordarsi con le **iniziative programmate a livello regionale** sul tema dell'internazionalizzazione, seguendo alcune esperienze maturate dal sistema camerale nel recente passato (come nel caso dell'Emilia Romagna). Al network di punti «fisici» si aggiunge la loro **presenza in rete** attraverso il ricorso a un'ampia gamma di strumenti digitali quali siti specializzati, forum e community, social media.

Presso ciascun Punto SEI opereranno **risorse professionali** necessarie alla realizzazione delle attività, per le quali saranno previste **specifiche sessioni di formazione e aggiornamento** nell'arco della durata del progetto. L'**assetto organizzativo** definito da ciascuna Camera di commercio per l'offerta dei servizi previsti potrà, a seconda dei casi, anche essere integrato attraverso il ricorso a **professionalità** ad elevata specializzazione, operanti presso l'azienda speciale o presso **Promos Italia**, la struttura consortile per l'internazionalizzazione del sistema camerale di cui si è detto.

Unioncamere svolgerà, infine, una **funzione di monitoraggio** su alcuni dei filoni di iniziative promosse dai Punti SEI, nonché di verifica dei risultati e di identificazione degli eventuali correttivi. A tal fine, opererà



un gruppo di lavoro congiunto che verificherà lo stato di avanzamento e le eventuali criticità delle iniziative programmate. Nel dettaglio, le attività del Punto SEI riguarderanno le seguenti **categorie**:

A. SCOUTING, ASSESSMENT E PRIMA ASSISTENZA

Come indicato, l'obiettivo che il sistema camerale intende perseguire con la presente iniziativa progettuale è di individuare e coinvolgere, attraverso una vera e propria **azione di scouting**, - basata essenzialmente su **contatti one-to-one** - i seguenti **target**:

- le **PMI già aperte a forme di internazionalizzazione "stabile"** ma orientate comunque ad ampliare la propria presenza all'estero (nuovi mercati, diversificazione del portafoglio prodotti all'estero, individuazione nuovi canali, ecc.);
- i **potenziali e occasionali esportatori** del settore manifatturiero **già oggi pronti** (a seguito di valutazioni già effettuate) a iniziare o rafforzare la propria presenza sui mercati esteri, ampliando poi l'operatività anche al settore dei servizi.

L'obiettivo è quello di **incontrarle** e valutare - attraverso strumenti di **assessment on-line e off-line** - il loro effettivo grado di "prontezza" (*readiness*) **all'export**, attraverso forme di **autovalutazione** (ivi incluso i bisognitecnologici per meglio competere sui mercati internazionali) e **tool di analisi delle opportunità di mercato** (*export report* di settore/prodotto). Una volta individuati singolarmente i soggetti target e aver valutato l'interesse e le effettive capacità e potenzialità di presenza all'estero, si procederà alla realizzazione di una specifica **assistenza alle imprese** per proporre loro **percorsi di internazionalizzazione "personalizzati" basati sull'utilizzo dei servizi** di cui ai punti successivi.

Nel dettaglio, per ciascuna PMI che traguarda con successo le operazioni di *company check-up* (per verificare vincoli, fabbisogni, orientamenti e potenzialità di proiezione all'estero) e del successivo *company profile* (ossia del report riportante un quadro generale dell'azienda e dei suoi obiettivi di sviluppo di mercato) verrà predisposto un set di percorsi ed iniziative dedicate (azioni "su misura"), ossia un **piano di "export kick-off"**. Tale piano, partendo da una prima analisi di posizionamento dell'azienda nei mercati prescelti rispetto ai concorrenti di riferimento, conterrà l'elaborazione di una prima strategia di approccio al mercato. Nel dettaglio, tratterà una situazione aziendale utile a valutare, pianificare e scegliere percorsi organizzativi, formativi e consulenziali idonei all'eventuale sviluppo futuro dell'impresa sui mercati esteri, così anche da accedere in maniera più consapevole ai contributi messi a disposizione tramite i voucher di seguito descritti.

Si tratta, dunque, di uno **strumento efficace per pianificare un graduale processo di crescita internazionale** per le imprese target, diventando in tal modo una guida utile all'imprenditore per valutare e monitorare nel tempo la sostenibilità finanziaria e la fattibilità economica del proprio progetto di internazionalizzazione.

B. SERVIZI DI INFORMAZIONE, FORMAZIONE, ORIENTAMENTO E ACCOMPAGNAMENTO

Partendo dalla fondamentale azione di **scouting territoriale** - al fine di individuare i soggetti ai quali proporre gli specifici servizi e percorsi di internazionalizzazione - e da quanto previsto dal **piano personalizzato di "export kick-off"**, si passerà alla fase di *execution* ovvero alla definizione di un **"calendario di attività"** che prevede per ciascuna azienda una serie di attività volte ad accrescere le competenze aziendali in tema di internazionalizzazione e a sviluppare e/o rafforzare il proprio business all'estero.

Tale percorso potrà riguardare, tra l'altro, servizi on line e off line di **informazione e orientamento ai mercati** (compresa la reportistica a carattere quali-quantitativa in grado di approfondire l'andamento delle esportazioni dei principali cluster e filiere produttive cui appartengono le imprese servite), **corsi e seminari** (business focus su tematiche specifiche, *country presentation*, ecc.), incontri con potenziali partner (**incoming buyer** e **B2B**, anche promossi da iniziative europee) anche in un'ottica di **filiera**, supporto alla **digitalizzazione** (partecipazione alle piattaforme di commercio elettronico B2BC e ai marketplace B2B, ecc.), diffusione degli strumenti per la **tradedefacilitation** (es. AEO, strumenti finanziari internazionali, FTA).

Oltre a tali attività, realizzate principalmente sul territorio nazionale, i Punti SEI cureranno il successivo **accompagnamento all'estero** delle PMI coinvolte, attraverso la partecipazione a fiere e missioni imprenditoriali (in collaborazione con l'ICE-Agenzia) o altri percorsi di rafforzamento della presenza internazionale (sostenendole in operazioni quali la protezione del marchio, le certificazioni rispetto alle filiere

di appartenenza, la realizzazione di vetrine digitali, ecc.).

L'insieme di tali servizi sarà realizzato direttamente dalle CCIAA e/o in collaborazione con le loro **aziende speciali**, con altri soggetti del sistema camerale (in primo luogo, **Promos Italia** e le **Camere di commercio italiane all'estero**) e, non da ultimo, in collegamento con gli altri soggetti del sistema pubblico per l'internazionalizzazione (a partire, per quanto sopra detto, da **ICE-Agenzia**).

Nello specifico, **Promos Italia** potrà curare, tra l'altro, l'offerta di servizi di **formazione e assistenza specialistica** su mercati e tematiche specifiche (inclusi finanza, marketing, contrattualistica, web marketing, e-commerce, accordi di libero scambio, ecc.). Al contempo, il rafforzamento del collegamento con le **Camere di commercio italiane all'estero** potrà assicurare un più efficace **scouting delle opportunità di affari** (ricerca partner, valutazione del posizionamento nel paese, ecc.), l'affiancamento in loco necessario a un **primosediamento all'estero** (dagli aspetti di tipo giuridico alla ricerca degli spazi e del personale) e, soprattutto, l'assistenza "personalizzata" alle imprese più piccole, anche per **incontri personalizzati** con operatori dei Paesi esteri target individuati e il **follow-up** delle iniziative all'estero.

Tutti i servizi saranno comunque erogati sulla base dell'**assessment** di cui al punto precedente, che consentirà

di delineare un profilo puntuale dell'azienda in termini di competenze e risorse disponibili.

Di carattere più generalizzato sono invece i **servizi di orientamento, informazione e assistenza sui temi legati al commercio internazionale**. La presente proposta prevede la realizzazione di **attività di supporto personalizzata** e aderente alle esigenze delle imprese esportatrici, avviando iniziative che prevedono il coinvolgimento di esperti e organismi specializzati del settore, nonché la collaborazione con le Camere di commercio italiane all'estero o estere in Italia o, ancora, con gli uffici dell'ICE-Agenzia all'estero, secondo quanto di seguito descritto. Nello specifico, si tratterà di:

- **servizi dedicati di assistenza** online, telefonica o in presenza, per risposte a quesiti circostanziati su problematiche legate ai mercati internazionali (specificità dei mercati di sbocco, temi doganali, etichettatura prodotti, formalità per la spedizione all'estero dei prodotti, ecc.) o per quanto riguarda la certificazione dei contratti per l'estero (in collaborazione con la Camera di commercio internazionale o altri esperti specializzati);
- **servizi integrati di certificazione**, tra i quali:
 - un servizio di rilascio dei documenti sempre più orientato alla digitalizzazione e a una futura completa dematerializzazione, secondo standard uniformi riconosciuti a livello internazionale;
 - formazione e assistenza sugli applicativi di sistema per la domanda online dei certificati – anche con interventi da realizzare in azienda o per gruppi di aziende – per stimolare l'utilizzo degli strumenti messi a disposizione dalle Camere e verificarne l'efficacia. In questo quadro si potrebbe collocare anche la sperimentazione della stampa in azienda dei certificati di origine, con l'obiettivo – a tendere – dell'estensione a tutti gli operatori interessati;
 - diffusione di standard di certificazione dell'origine condivisi a livello internazionale (ICC Network e marchi di qualità internazionale), con conseguente vantaggio degli operatori economici per l'accesso dei propri prodotti sui mercati di destinazione. A tal riguardo, il presente progetto potrebbe prevedere anche il riconoscimento dei costi relativi alla conferma dell'accreditamento per le Camere già accreditate e per l'adesione da parte di quelle che non hanno ancora affrontato il tema.

La CCIAA individuerà, inoltre, nuovi servizi e/o valorizzando e ottimizzando quanto già programmato a livello locale, regionale e nazionale, tenuto conto delle modalità organizzative di collaborazione (anche sulla base di **accordi** in essere o da definire) di cui al punto successivo **con i diversi attori del sistema pubblico per la promozione all'estero** (ICE, SIMEST, SACE), oltre che CCIE.

C. INTERAZIONE CON I SOGGETTI DEL SISTEMA PUBBLICO PER LA PROMOZIONE DEI RAPPORTI ECONOMICI E COMMERCIALI CON L'ESTERO E CON GLI ALTRI SOGGETTI NAZIONALI E REGIONALI

Oltre alle iniziative e ai servizi sopra illustrati, i **Punti SEI** potranno prevedere azioni di **informazione**,

formazione e assistenza tramite eventuali **accordi specifici con ICE, SACE, SIMEST e CDP** per promuoverne e veicolare i servizi, nonché con le **Regioni**, per realizzare iniziative congiunte a sostegno delle imprese del territorio, anche attraverso **co-finanziamento**.

A **titolo esemplificativo**, i **Punti SEI** potranno quindi (in collaborazione con i soggetti sopra richiamati o su loro diretto mandato) fornire informazione e assistenza in materia di **gare/appalti e finanziamenti comunitari e internazionali**, nonché **curare la diffusione dei servizi e (laddove richiesto) il follow-up** per quello che riguarda sia le **attività promozionali curate da ICE**, sia l'offerta integrata di **servizi assicurativi e finanziari da parte di SACE e SIMEST**. Uno specifico coinvolgimento dei Punti camerali è stato, ad esempio, previsto fin da quest'anno nel caso del **progetto Start Export**, promosso da ICE con riferimento proprio al target dei potenziali e occasionali esportatori.

Sull'aspetto delle strutture per l'*execution*, i Punti SEI si potranno in ogni caso avvalere - oltre agli altri soggetti del sistema camerale (aziende speciali delle CCIAA, Promos Italia, CCIE, ecc.) - cui, come visto, indirizzeranno le imprese per particolari servizi e interventi (a carattere formativo, consulenziale, ecc.) - anche di una più ampia rete di **partner a livello locale** (in primis le Regioni ma eventualmente pure associazioni di categoria, professionisti, consorzi, ecc.), **a seguito di accordi** che potrà sviluppare per alcune attività o servizi specializzati.

D. VOUCHER ALLE IMPRESE PER L'UTILIZZO DI SERVIZI INTEGRATI ALL'EXPORT

La **consapevolezza delle PMI** sulle soluzioni disponibili attraverso il **sistema pubblico nazionale per l'internazionalizzazione** (a partire, ovviamente, dal sistema delle Camere di commercio) e sulle opportunità legate all'**offerta privata** qualificata a sostegno dell'export rappresenta, come visto, una delle leve sulle quali è indispensabile agire per **portare più imprese all'estero**, per **ampliare il mercato** di chi già vi opera, per **entrare in nuovi mercati** e, di conseguenza, far crescere in maniera stabile i volumi dell'export.

Al fine di stimolare una **domanda di servizi più consapevole** e, quindi, di tipo integrato (che va dall'analisi del corretto posizionamento commerciale alle azioni di assistenza diretta all'estero), si prevede l'erogazione di **voucher** attraverso **specifici avvisi a livello territoriale** indirizzati a **singole imprese** o a **gruppi di imprese**, per lo più in una logica di **filiera**.

Nello specifico, si tratta di prevedere l'**erogazione di contributi a fondo perduto** (di norma potranno coprire dal 30% al 70% delle spese ammissibili, con diversi massimali) in favore delle PMI che intendano avviare o rendere più stabile e continuativa la propria presenza sui mercati internazionali, attraverso:

1) percorsi di rafforzamento della presenza all'estero, quali ad esempio:

- il potenziamento degli strumenti promozionali e di marketing in lingua straniera;
- la protezione del marchio dell'impresa all'estero;
- l'ottenimento delle certificazioni di prodotto necessarie all'esportazione nei Paesi esteri target individuata seguito dell'*assessment* di cui sopra;
- l'accrescimento delle capacità manageriali dell'impresa attraverso attività formative a carattere specialistico;
- la realizzazione di vetrine digitali in lingua estera per favorire le attività di e-commerce;
- incontri personalizzati con operatori dei Paesi esteri target individuati a seguito dell'*assessment* di cui sopra, in Italia o all'estero.

2) la partecipazione a fiere o eventi con finalità commerciale all'estero (sia in Paesi UE, sia extra Ue) o anche a **fiere internazionali in Italia** (come da elenco approvato dalla Conferenza Stato-Regioni/Mise o anche da calendario definito dalla stessa CCIAA), prevedendo altresì che a questa si accompagnino anche servizi di:

- analisi e **ricerche di mercato**, per la predisposizione di studi di fattibilità inerenti a specifici mercati disbocco;



- ricerca **clienti/partner**, per stipulare contratti commerciali o accordi di collaborazione;
- organizzazione di **incontri d'affari in loco** (B2B, "matching", workshop, ecc.);
- **assistenza** legale/organizzativa/contrattuale/fiscale legata all'estero;
- servizi di **follow-up** successivi alla partecipazione, per la finalizzazione dei contatti di affari.

I **beneficiari** possono essere individuati nelle **micro, piccole e medie imprese**, così come definite dall'Allegato I al Regolamento UE nr. 651/2014, in **qualsiasi forma giuridica** e di **qualsunque settore** (masi può prevedere una premialità del caso di **settori prioritari** per l'attività di internazionalizzazione, concordati in sede di **Cabina di Regia**). Sarà, altresì, possibile riconoscere, in fase di graduatoria, un maggiore punteggio per quelle aziende che **abbiano già usufruito dei servizi specialistici di cui sopra** (*assessment*, reportistica personalizzata, formazione, piano di presenza all'estero, ecc.).

Oltre ai fondi previsti attraverso l'incremento del 20% del diritto annuale, i voucher potranno riguardare anche fondi derivanti da **accordi con la Regione**.

Il **contributo a fondo perduto sotto forma di voucher** per percorsi di rafforzamento della presenza all'estero e per la partecipazione a fiere e l'utilizzo di servizi correlati prevede **due distinte Misure**:

- **MISURA A:** rafforzare la **capacità di collaborazione tra PMI** nello sviluppo di **progetti finalizzati alla crescita della proiezione internazionale**, anche con il supporto di soggetti qualificati in tale campo;
- **MISURA B:** sostenere le **PMI che, a livello individuale, intendono avviare o rafforzare la loro presenza all'estero** attraverso l'analisi, la progettazione, la gestione e la realizzazione di iniziative sui mercati internazionali.

In entrambi i casi, il **Soggetto Attuatore** sarà la **Camera di commercio** (che, tra l'altro, curerà gli adempimenti tecnici e amministrativi connessi alla gestione delle agevolazioni, anche grazie a una specifica attività di **animazione e valutazione a livello territoriale** di cui si parlerà più avanti). Tutte le agevolazioni previste saranno, inoltre, erogate ai sensi del **Regolamento de minimis** (regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013). Di seguito vengono descritte alcune specifiche per ciascuna misura.

MISURA A. La misura prevede il contributo alla realizzazione di un **progetto di internazionalizzazione che accomuna un network di PMI**, la cui sede legale e/o unità locali produttive possono anche non necessariamente essere localizzate nella stessa provincia.

La misura può avere **due diverse tipologie** di destinatari:

A.1: aggregazioni di PMI, ossia **reti contratto** (costituite attraverso la sottoscrizione di un contratto di rete non avente soggettività giuridica, a fronte di una assegnazione delle agevolazioni la cui titolarità è in capo all'impresa capofila), **reti soggetto** (costituite attraverso la sottoscrizione di un contratto di rete avente soggettività giuridica) e **consorzi**. In tutti i casi, le agevolazioni dovranno riguardare spese relative ai servizi di affiancamento all'internazionalizzazione per gli obiettivi e con i contenuti sopra descritti.

A.2: PMI (minimo 4 – massimo 20) riunite in un macro progetto ("**progetto aggregato**") di **rete, filiera o distretto** predisposto e presentato da un unico soggetto proponente ("**soggetto aggregatore**"), rappresentato da un'**impresa** o anche da un **altro soggetto purché dotato di personalità giuridica**.

MISURA B. La Misura B prevede, invece, come **beneficiari** esclusivamente **micro, piccole e medie imprese in qualunque forma giuridica e di qualunque settore**.

Per entrambe le Misure, oltre all'erogazione del voucher le **Camere di commercio** – attraverso i **Punti SEI** – realizzeranno importanti **attività di**:

- **animazione del territorio**, promuovendo le Misure presso imprese in grado di sviluppare progetti singoli o aggregati (anche attraverso specifiche attività di formazione e orientamento) e realizzando attività di *scouting* delle aziende o delle reti e dei consorzi potenzialmente interessati;

- supporto alle imprese nella **valutazione delle capacità e potenzialità per affrontare un percorso di internazionalizzazione**, per approcciare nuovi mercati o consolidare quelli esistenti, verificando ad esempio l'adeguatezza della struttura organizzativa, la gamma dei prodotti, il materiale commerciale e l'effettiva fattibilità di un progetto di internazionalizzazione;
- **matching fra domanda e offerta di servizi all'internazionalizzazione**, assistendo le PMI beneficiarie all'individuazione dei servizi specialistici o degli eventi fieristici cui partecipare (sulla base dell'area geografica, del settore, del target di riferimento, ecc.), a partire dalle esigenze rilevate nelle fasi precedenti della presente proposta progettuale.

Schede dei Programmi di attività inseriti all'interno della RPP della Camera suddivisi per Linee strategiche

I programmi

Linea strategica 1 - Competitività del territorio e sviluppo economico intersettoriale

1 Internazionalizzazione

- 1.1 Preparazione della PMI ad affrontare i mercati internazionali: i punti S.E.I. (progetti 20% Diritto annuo.)
- 1.2 Internazionalizzazione (F.P. 2019-2020)

2 Digitalizzazione

- 2.1 Punto Impresa Digitale (progetti 20% Diritto annuo)
- 2.3 Agricoltura & co 4.0

3. Infrastrutture (progetto regionale - F.P. 2019-2020)

4 Orientamento al lavoro e alle professioni

- 4.1 Orientamento al lavoro e alle professioni (progetti 20% D.a.)
- 4.2. Giovani e Mondo del Lavoro (F.P. 2019-2020)
- 4.3. Progetto M.A.R.E.

5 Promozione e valorizzazione delle imprese e dei prodotti locali

- 5.1 Latte nelle Scuole
- 5.2 Progetto di assistenza tecnico-specialistica per la piccola pesca artigianale
- 5.3 Isole del Gusto
- 5.4 Premio Montiferru
- 5.5 BINU
- 5.6 Promozione della bottarga
- 5.7 Mercati civici
- 5.8 Evento in favore dei territori del Montiferru
- 5.9 Promozione delle produzioni risicole
- 5.10 Promozione e valorizzazione prodotti locali

9 Turismo

- 9.1 Valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo (programma regionale) - Fondo Perequativo 2019-2020
- 9.2 Turismo - (progetti 20% D.a)
- 9.3 Promozione Fiere Turistiche – Accordo Ass.to Turismo Regione Sardegna
- 9.4 Archeologica

9.5 Ri - Itinera
9.6 Destinazioni

- 10 Misure di sostegno alle imprese durante l'emergenza pandemica
10.1 Programma Unioncamere regionale-Regione Sardegna. Concessione voucher a imprenditori e categorie professionali
10.2 Enterprise Oriented 2018-2020

Linea strategica 2 - Gestione e sviluppo dei principali asset della Camera

- 1 Riqualificazione del quartiere fieristico di Cagliari

Linea strategica 4 Efficientamento economico-patrimoniale e valorizzazione delle risorse

3. Razionalizzazione del patrimonio immobiliare, valorizzazione e ottimizzazione delle sedi
5. Dismissione attrezzature informatiche obsolete

Linea strategica 5 Comunicazione

1. Piano di comunicazione

LINEA STRATEGICA 1 DEL PROGRAMMA PLURIENNALE DI MANDATO

COMPETITIVITÀ' DEL TERRITORIO E SVILUPPO ECONOMICO INTERSETTORIALE

1. INTERNAZIONALIZZAZIONE

E' opportuno premettere che la riforma camerale introdotta dal D.Lgs. 219/2016 ha modificato l'ambito di competenza camerale in tema di promozione all'estero delle imprese, focalizzando l'attenzione sugli aspetti di preparazione ai mercati internazionali, attraverso attività di informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle imprese.

<p>1.1 Preparazione delle PMI ad affrontare i mercati internazionali: i punti S.E.I. (Progetti 20% diritto annuo) La Camera ha aderito al network nazionale dei Punti SEI con l'obiettivo di assicurare un adeguato, qualificato e continuo supporto alle piccole e medie imprese nell'approccio ai mercati esteri.</p>
<p>Obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assicurare un accompagnamento permanente alle PMI verso i mercati esteri attraverso un'offerta integrata di servizi ed azioni mirate di assistenza; • Rafforzare la presenza all'estero delle imprese già attive sui mercati globali, assistendole nell'individuazione di nuove opportunità di business nei mercati già serviti o nello scouting di nuovi mercati; • Individuare, formare e avviare all'export le PMI attualmente operanti solo nel mercato domestico (le cosiddette "potenziali esportatrici") e quelle che negli ultimi anni hanno esportato occasionalmente.
<p>Risultati attesi</p>

- Avvio dell'attività di scouting, assessment e prima assistenza, volta a valutare il livello di preparazione e le capacità delle aziende ad affrontare i mercati esteri e predisporre dei percorsi di internazionalizzazione personalizzati, ossia il "piano export" per pianificare un graduale processo di crescita internazionale dell'azienda.
- Organizzazione di eventi di carattere formativo, informativo, di orientamento e accompagnamento, anche tematici e personalizzati con, eventuale, conseguente accompagnamento all'estero.
- Interazione con i soggetti del sistema pubblico per la promozione dei rapporti economici e commerciali con l'estero

Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
N. imprese coinvolte e valutate attraverso strumenti di assessment comuni e innovativi		n	10
N. imprese che hanno realizzato attività di promozione verso l'estero, anche attraverso l'utilizzo di servizi digitali	.	n.	3
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
		83.030,83 €	83.030,83 €
Destinatari			
Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

1.2 Internazionalizzazione (Fondo perequazione 2019-2020)

Il progetto, realizzato nell'ambito del fondo di perequazione, mira a sostenere l'impegno del sistema camerale nella realizzazione di iniziative orientate alla crescita (in termini numerici e di volume d'affari) delle imprese esportatrici tramite un percorso di analisi di mercato, informazione, comunicazione e formazione.

Si mira, inoltre, a fornire alle imprese supporto e sostegno per affrontare la crisi pandemica.

Obiettivi

- Incrementare il numero di imprese esportatrici, soprattutto nel comparto dei servizi
- rafforzare la presenza sui mercati esteri delle aziende che vi operano solo in maniera occasionale o limitata
- supportare le imprese nell'utilizzo dei nuovi sistemi digitali dedicati all'export

Risultati attesi

- Individuazione del target di riferimento - scouting territoriale
- Definizione della strumentazione di base per assessment, informazione e comunicazione
- Assistenza alle imprese per l'utilizzo dei servizi volti ad avviare/rafforzare la presenza all'estero
- Diffusione degli strumenti digitali per l'export

Indicatori		
Descrizione	Formula	target
Realizzazione di attività di promozione all'esterno per le PMI già coinvolte nelle precedenti annualità di progetto	n. imprese coinvolte/n. imprese aderenti precedente edizione	30 %

coinvolgimento diretto (attraverso contatto "porta a porta", partecipazione a seminari e attività formative, ecc.) di almeno il 5% delle imprese potenziali esportatrici, da definire;	n.imprese coinvolte/n.imprese potenziali esportatrici	5%
coinvolgimento diretto (attraverso contatto "porta a porta", partecipazione a seminari e attività formative, ecc.) di almeno il 5% delle imprese occasionalmente esportatrici.	n.imprese coinvolte/n.imprese occasionalmente esportatrici	5%
Individuare nuove imprese da inserire nella rete di Mentorship internazionale coordinata dalle CCIE	n.	11
Organizzazione eventi di presentazione del progetto e divulgazione dei risultati	n.	2
Risorse destinate		
		Oneri
		26.000,00 €
		Proventi*
		26.000,00 €
Destinatari		
Imprese della circoscrizione camerale		

* Per "Proventi" si intendono le risorse esterne rimborsate alla Camera per il progetto, interamente finanziato dal Fondo Perequativo

2. DIGITALIZZAZIONE

<p>2.1 PID – Punto Impresa Digitale (Progetti 20% diritto annuo) Il progetto, finanziato con almeno il 45% del provento netto dell'incremento del 20% del diritto annuale, è finalizzato alla prosecuzione della promozione e della diffusione della cultura e della pratica digitale nelle micro, piccole e medie imprese. Le linee di azione sono 2: prosecuzione e consolidamento; potenziamento e sviluppo, attraverso la creazione di reti di innovazione con un approccio green oriented.</p>
<p>Obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prosecuzione della diffusione della "cultura digitale" tra le micro, piccole e medie imprese della circoscrizione territoriale camerale; • Innalzamento della consapevolezza delle imprese sulle soluzioni possibili offerte dal digitale e sui loro benefici; • Sostegno economico alle iniziative di digitalizzazione in ottica Impresa 4.0 implementate dalle aziende del territorio in parallelo con i servizi offerti dai PID; • Introduzione approcci innovativi sostenibili
<p>Risultati attesi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servizi informativi di supporto al digitale, all'innovazione, I4.0 ed Agenda Digitale • Assistenza, orientamento e formazione sul digitale

- Interazione e approccio sinergico con i Competence Center, gli Innovationhub e le altre strutture partner nazionali e regionali (es. associazioni, partner tecnologici, strutture ed iniziative regionali, laboratori, ITS, ecc.)
- Servizi specialistici per la digitalizzazione in collaborazione con Aziende speciali e le altre strutture del sistema camerale
- Misurazione del livello di maturità digitale del tessuto economico locale

Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
N. eventi di informazione e sensibilizzazione (seminari, webinar, incontri di formazione in streaming, ecc.) sul digitale e su Transizione 4.0	Soggetti beneficiari dei servizi	n.	5
N. assessment della maturità digitale condotti utilizzando gli strumenti a disposizione dei PID (SELF4.0, ZOOM4.0, Digital SKILL Voyager)	Risorse preventivate / Risorse assegnate	n.	80
Concessione voucher digitali	Selfie compilati	Si/no	si
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari - Oristano		€ 423.898,60	€ 423.898,60
Destinatari			
Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

2.3 Agricoltura & co. 4.0			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> • Valorizzazione del settore agricolo e agroalimentare; • Informazione e diffusione dell'agricoltura di precisione 			
Risultati attesi			
<ul style="list-style-type: none"> • Collaborazione con Enti e associazioni del territorio • Realizzazione evento di promozione dell'agricoltura 4.0 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Collaborazione per la realizzazione del concorso e degli eventi promozionali	Collaborazione	SI/NO	SI
Evento di promozione	Realizzazione evento	SI/NO	SI
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 40.000	€ 40.000

Destinatari			
Imprese del settore agricolo			

3. INFRASTRUTTURE

3. Infrastrutture (programma regionale) – Fondo di Perequazione (2019-2020)
 Il progetto mira a posizionare la rete camerale nazionale (e le singole reti regionali) nelle condizioni di partecipare attivamente alla ripresa post Covid del Paese attraverso interventi e contributi operativi allo sviluppo delle reti materiali e immateriali necessarie alle imprese, dai collegamenti viari alle reti di connessione a banda larga. Il programma prevede un coinvolgimento attivo di imprese e associazioni nell'individuazione delle priorità infrastrutturali per il tessuto economico locale, anche, e soprattutto, attraverso un approccio "green".

Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> • Analisi e mappatura delle infrastrutture strategiche per la ripresa economica • Confronto e concertazione per l'individuazione delle priorità e la definizione di nuove strategie di intervento e investimento • Utilizzo di big data per migliorare l'accessibilità e l'attrattività dei territori • Sensibilizzazione delle PMI sui temi della BUL, del 5G e del digitale 			
Risultati attesi			
<ul style="list-style-type: none"> • Confronto e concertazione per l'individuazione delle priorità territoriali • Sviluppo di un progetto territoriale strategico 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Tavoli di confronto organizzati per CCIAA aderente	n.	n.	3
Imprese aderenti	n.	n.	60
Progetto territoriale strategico	n.	n.	1 per CCIAA
Libri bianchi realizzati	n.	n.	1 regionale
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari - Oristano		/	/
		Non sono previsti costi a carico della singola Camera	
Destinatari			
Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

4. ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI

4.1_Orientamento al lavoro e alle professioni (Progetti 20% diritto annuo)
 Il progetto, finanziato con l'incremento del 20% del diritto annuale, è finalizzato a favorire l'orientamento al lavoro e all'inserimento occupazionale dei giovani in un sistema economico nazionale e locale nel quale le difficoltà di incontro tra domanda e offerta di lavoro rappresentano una criticità sempre più urgente. Si tratta di costituire sistemi integrati di attività con le istituzioni competenti e operative sul tema.

A seguito dell'emergenza COVID 19 le attività si concentreranno sulle reali esigenze delle imprese fornendo quanti più strumenti possibile per affrontare in modo efficace la persistenza della crisi.

- Obiettivi**
- Erogare voucher per facilitare l'inserimento in azienda delle professionalità necessarie ad affrontare la crisi
 - Erogare voucher alle PMI che ospitano gli studenti in Percorsi e Competenza Trasversali all'Orientamento (PCTO)
 - Orientamento mirato al lavoro e alle professioni
 - Facilitazione dell'incontro domanda-offerta di formazione e lavoro
 - Incentivare l'inserimento di giovani studenti in percorsi di alternanza scuola lavoro
 - Favorire il placement e fare incontrare domanda e offerta di lavoro
 - Costituzione reti, network e percorsi operativi integrati

- Risultati attesi**
- Accordi di collaborazione con enti pubblici e soggetti privati
 - Diffusione dell'informazione relativa ai fabbisogni professionali e formativi
 - Incontro tra domanda e offerta di tirocini e alternanza
 - Placement e incontro tra domanda e offerta di lavoro
 - Costituzione di reti territoriali che promuovano e sostengano, attraverso accordi e collaborazioni formali e informali, i processi più efficaci per superare il mismatch tra domanda e offerta

Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
N. di azioni di supporto alla ricerca di risorse umane con competenze strategiche, azioni di formazione e certificazione delle competenze per il rilancio produttivo		n.	5
N. bandi per contributi, voucher, servizi reali erogati alle imprese nell'ambito delle azioni progettuali		%	1
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari - Oristano		€ 229.117,00	€ 229.117,00
Destinatari			
Studenti e giovani in uscita dai percorsi di istruzione e formazione, Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

4.2 Giovani e Mondo del Lavoro - Fondo Perequativo (2019-2020)
 Il progetto si pone come obiettivo quello di rafforzare e migliorare il ruolo della Camera di Commercio nella rete "orientamento – formazione – lavoro – imprese", al fine di sviluppare nuovi servizi in favore dell'occupazione dei giovani e del loro orientamento formativo, promuovendo la diffusione della certificazione delle competenze acquisite nei contesti lavorativi e supportando il matching tra domanda e offerta di lavoro.

Obiettivi

- Valorizzazione della conoscenza dei fabbisogni formativi e professionali delle imprese;
- Individuazione del target primario di riferimento;
- Adozione di azioni condivise nell'ambito camerale (PCTo, placement, certificazione);
- Utilizzo di piattaforme digitali (tavoli digitali territoriali e nazionali)

Risultati attesi

- Sperimentazione di esperienze e percorsi di alternanza scuola-lavoro (orientamento e PCTO)
- Valorizzazione del sistema informativo Excelsior
- Supporto all'incontro tra domanda e offerta di lavoro (placement)
- Progettazione e offerta di percorsi formativi per la nuova imprenditorialità
- Certificazione delle competenze

Indicatori (parte di questi è già stata raggiunta nelle attività svolte nel 2021)

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Valorizzazione del sistema Excelsior per l'orientamento - attività	n.	n.	3
Valorizzazione del sistema Excelsior per l'orientamento - scuole coinvolte	n.	n.	3
Valorizzazione del sistema Excelsior per l'orientamento - partecipanti (studenti + altri)	n.	n.	60+40
PCTO - attività di valorizzazione delle competenze digitali e green	n.	n.	3
PCTO – studenti partecipanti	n.	n	60
Orientamento e cultura d'impresa – attività di sensibilizzazione	n.	n.	1
Orientamento e cultura d'impresa – studenti partecipanti	n.	n.	60
Valorizzazione del sistema Excelsior a supporto della transizione verso il lavoro - attività	n.	n.	3
Valorizzazione del sistema Excelsior a supporto della transizione verso il lavoro - scuole coinvolte	n.	n.	3
Valorizzazione del sistema Excelsior a supporto della transizione verso il lavoro - altri partecipanti	n.	n.	60+40
Azioni propedeutiche al matching domanda/offerta di lavoro - attività	n.	n.	3
Azioni propedeutiche al matching d/o di lavoro - studenti	n.	n.	60
Progettazione e offerta di percorsi formativi per il fare impresa - attività	n.	n.	3
Progettazione e offerta di percorsi formativi per il fare impresa – studenti partecipanti	n.	n.	60
Certificazione delle competenze - eventi	n.	n.	3
Certificazione delle competenze – docenti partecipanti	n.	n.	60
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi*
Camera di Commercio di Cagliari - Oristano		25.593,00 €	25.593,00 €
		il progetto si svolge tra due annualità. Obiettivi	

		e budget vanno quindi suddivisi tra i due anni	
Destinatari			
Istituti scolastici, aziende e istituzioni, soggetti (pubblici e privati), appartenenti alla circoscrizione camerale			

* Per "Proventi" si intendono le risorse esterne rimborsate alla Camera per il progetto, interamente finanziato dal Fondo Perequativo

<p>4.3 Progetto MA.R.E. MArché transfrontalier du travail et Reseau des services pour l'Emploi (prosecuzione)</p> <p>Il progetto vuole contribuire al rafforzamento del mercato del lavoro transfrontaliero attraverso la realizzazione di servizi congiunti di sostegno all'incontro tra offerta e domanda di lavoro e la costruzione di una rete dei soggetti responsabili dei servizi per l'impiego e degli attori interessati all'incontro domanda-offerta (CCIAA, parti sociali, lavoratori e lavoratrici). Sono coinvolti 14 partner in totale, tra cui la Regione Liguria è il capofila, nelle 5 regioni coinvolte nel Programma operativo PO Marittimo ITALIA FRANCIA.</p>			
<p>Obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rafforzare la mobilità transfrontaliera attraverso la creazione di una rete transfrontaliera dei servizi per l'impiego • Realizzare servizi integrati e congiunti di sostegno all'incontro tra offerta e domanda nelle filiere prioritarie transfrontaliere e attivarne una sperimentazione attraverso le azioni pilota • Formulare profili professionali congiunti legati ai bisogni delle filiere prioritarie • Definire percorsi di validazione delle competenze condivise 			
<p>Risultati attesi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementazione di 5 Progetti pilota • Report di analisi e identificazione degli standard di certificazione in vigore nelle filiere prioritarie e nei territori del programma • Piattaforma comune 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Progetto pilota per formazione e validazione competenze in collaborazione con ASPAL e Assessorato Lavoro Regione Sardegna		n	1
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 38.890,06	€ 38.890,06
Destinatari			
Studenti, lavoratori, disoccupati e inoccupati dell'area marittimo che potranno vedere ampliate le possibilità di ricerca di impiego			

– PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI LOCALI

5.1 Latte nelle Scuole

Anche nel 2022 la Camera di Commercio di Cagliari-Oristano aderisce al programma "Latte nelle scuole", finanziato dall'Unione Europea e realizzato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari Forestali in cooperazione istituzionale con Unioncamere, che si propone di accompagnare i bambini della scuola primaria in un percorso di educazione alimentare sul consumo di latte e prodotti lattiero caseari.

Obiettivi

- Educare i bambini al rispetto di un corretto, sano e consapevole regime alimentare;
- Incentivare il consumo dei prodotti lattiero-caseari tra i bambini compresi tra i sei e gli undici anni di età;
- Favorire la conoscenza e la sostenibilità dei prodotti tipici locali e dell'ambiente dove vengono prodotti, i metodi produttivi e le modalità di consumo;
- Promuovere il consumo di qualità certificata: es. prodotti a denominazione di origine (DOP, IGP), di produzione biologica e di altri sistemi equivalenti.

Risultati attesi

- Azioni di comunicazione e promozione a livello locale del programma "Latte nelle scuole";
- Attività educative e di accompagnamento: degustazione rivolte ai bambini della scuola primaria presso le scuole aderenti, di un prodotto caseario;
- Produzione di un gadget da consegnare agli studenti coinvolti nelle degustazioni.

Indicatori

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Scuole aderenti alle attività del programma "Latte nelle scuole"	N. classi della scuola primaria coinvolte	n.	da definire
Gadget per gli studenti della scuola primaria partecipanti alle attività	N. gadget prodotti	n.	da definire
Attività di promozione e pubblicizzazione a livello locale	N. misure di comunicazione realizzate	n.	da definire

Risorse destinate

	Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano	15.000 €*	15.000 € *

* Il progetto è in via di definizione da parte di Unioncamere nazionale

Destinatari			
Alunni della Scuola Primaria, Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

5.2 Servizi di consulenza e assistenza tecnico-specialistica alle imprese della piccola pesca artigianale

L'Unioncamere ha in corso una cooperazione istituzionale con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Direzione Generale della pesca marittima e dell'acquacoltura, per l'erogazione di servizi di consulenza e assistenza tecnico-specialistica alle imprese della piccola pesca artigianale che verranno implementati, attraverso l'organizzazione sul territorio nazionale di una rete di "acceleratori d'impresa", localizzati presso n.5 Camere di commercio. La Camera di Commercio di Cagliari-Oristano, anche in ragione delle pregresse esperienze ed iniziative riferite a questo importante comparto produttivo, è stata individuata da Unioncamere come sede di uno dei cinque "acceleratori d'impresa". Il progetto ha durata biennale.

Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> Sperimentazione di un modello di riferimento per l'implementazione di nuove strategie di sviluppo competitivo nell'ambito della filiera ittica, replicabile anche in altri settori produttivi e ambiti territoriali. 			
Risultati attesi			
<ul style="list-style-type: none"> Definizione delle procedure comuni di funzionamento degli "acceleratori d'impresa"; Formazione del personale camerale; Erogazione dei servizi "base", di primo orientamento ed assistenza alle imprese della piccola pesca artigianale; Organizzazione di n.1 focus group e n.3 workshop, per ciascuna delle due annualità, da dedicare a gruppi omogenei di almeno n.10 imprese per l'erogazione dei servizi "avanzati", finalizzati a promuovere l'adozione di modelli aggregativi e lo sviluppo di attività complementari di integrazione al reddito (ittiturismo e pescaturismo). 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Servizi avanzati finalizzati a promuovere modelli aggregativi e attività complementari di integrazione al reddito	Focus group	n.	2
	Workshop	n.	6
	Imprese coinvolte	n.	15
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 20.000	€ 20.000
Destinatari			
Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

5.3 Isole del Gusto			
La Rassegna enogastronomica "Isole del Gusto", proposta per 12 anni in ambito provinciale dalla Camera di Commercio di Oristano, ha l'obiettivo di valorizzare il territorio e le produzioni enogastronomiche del territorio di competenza della Camera.			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> Promozione stagionalità e menù a Km zero; Favorire la collaborazione e i rapporti commerciali tra ristoratori e piccoli produttori locali; Promozione della qualità nei comparti agroalimentare, enogastronomico e della ristorazione; Valorizzazione dell'immagine del territorio; Promozione turismo eno-gastronomico. 			
Risultati attesi			
<ul style="list-style-type: none"> Utilizzo delle produzioni agroalimentari locali nei servizi di ristorazione Collaborazione con le associazioni di categoria del settore 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target

Utilizzo delle produzioni agroalimentari locali nei menù della rassegna	n. prodotti locali	n.	15
Imprese locali coinvolte	n. fornitori locali	n.	20
Interesse degli operatori	n. imprese partecipanti	n.	40
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 70.000	70.000 €
Destinatari			
Imprese del settore agroalimentare e della ristorazione appartenenti alla circoscrizione camerale			

<p>5.4 Premio Montiferru Anche nel 2022 verrà organizzato il Concorso Internazionale per l'olio extravergine di oliva, giunto alla sua 28° edizione, al fine di promuovere e valorizzare l'intera filiera olivicola. L'organizzazione del premio sarà corredata da un evento di promozione dell'olio EVO, con coinvolgimento delle produzioni nazionali. L'evento promozionale si pone l'obiettivo di promuovere le produzioni locali, realizzare iniziative e incontri formativi rivolti ai produttori locali e, al contempo, realizzare delle iniziative di formazione/informazione sul prodotto "olio EVO", anche in raffronto alle altre realtà nazionali.</p>			
<p>Obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzare gli olivicoltori e i titolari degli impianti di trasformazione a razionalizzare le tecniche di produzione per il miglioramento della qualità, il mantenimento della stessa e la conservabilità nel tempo (Shelf life) • Stimolare i produttori a curare il packaging per la presentazione del prodotto nei mercati qualificati • Valorizzare i migliori oli extravergini di oliva prodotti in Italia, o all'Estero per la sezione Internazionale, per favorirne la conoscenza e l'apprezzamento da parte dei consumatori; • Promuovere i marchi e le tipicità: "produzioni biologiche", "DOP/IGP" e "monocultivar" 			
<p>Risultati attesi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione del concorso e relativo evento di premiazione • Realizzare di almeno un evento promozionale e di carattere formativo/informativo rivolto agli operatori e ai consumatori 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Interesse degli operatori	n. campioni in concorso	n.	100
Eventi promozionali	n	n.	1
Incontri formativi ai consumatori	n	n	1
Consumatori coinvolti	n	n.	200
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari - Oristano		46.000 €	46.000 €
Destinatari			

Imprese del settore Olivicolo Oleario, consumatori, imprese del settore ristorativo

5.5 BINU Concorso Enologico Nazionale – promozione del settore vitivinicolo			
Obiettivi <ul style="list-style-type: none"> • Valorizzazione della produzione vitivinicola; • Stimolare le categorie interessate al miglioramento del prodotto; • Orientare il consumatore nella scelta dei vini dando suggerimenti circa il loro migliore accostamento alla gastronomia nazionale; • Promozione della produzione locale presso gli operatori turistici del territorio; • Promozione del turismo enogastronomico. 			
Risultati attesi <ul style="list-style-type: none"> • Collaborazione con le Camere di Commercio della regione • Realizzazione evento di degustazione vini della circoscrizione camerale • Narrazione Testimonial canali web 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Collaborazione per la realizzazione del concorso e degli eventi promozionali	Collaborazione	SI/NO	SI
Evento di degustazione	Realizzazione evento	SI/NO	SI
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
		€ 40.000	€ 40.000
Da definire in sede Unioncamere Regionale N.B. produzioni locali			
Destinatari			
Imprese del settore vitivinicolo			

5.6 Promozione della bottarga			
Obiettivi <ul style="list-style-type: none"> • Valorizzazione della produzione ittica di qualità; • Stimolare le categorie interessate al miglioramento del prodotto; • Orientare il consumatore nella scelta dei prodotti in base ad una effettiva analisi qualitativa del prodotto • Promozione della produzione locale presso gli operatori turistici del territorio; • Promozione del turismo enogastronomico. 			
Risultati attesi <ul style="list-style-type: none"> • Collaborazione con il Comune di Cabras • Realizzazione evento di degustazione e promozione 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Collaborazione per la realizzazione degli eventi promozionali	Collaborazione	SI/NO	SI
Evento di degustazione	Realizzazione evento	SI/NO	SI

Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari - Oristano		€ 60.000	€ 60.000
Destinatari			
Imprese del settore ittico, turistico e della ristorazione			

<p>5.7 Mercati Civici Il Progetto si incentra sui mercati civici della città di Cagliari ed è proiettato a migliorarne la qualità dei servizi, la connessione con la città, la sostenibilità ambientale. Il progetto si pone inoltre l'obiettivo di rendere i mercati civici degli attrattori turistici.</p>			
<p>Obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promuovere i mercati civici come attrattori turistici • Aumentare la connessione sociale ed economica dei mercati con la città • Favorire l'implementazione di sistemi di economia circolare all'interno dei mercati • Aumentare la sostenibilità ambientale dei mercati • Favorire il consumo di prodotti stagionali e locali 			
<p>Risultati attesi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento del numero dei clienti nei mercati civici • Miglioramento della "fama" dei mercati come attrattori turistici • Aumento del consumo di prodotti locali e stagionali • Alleggerimento dell'impatto ambientale all'interno dei mercati 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Coinvolgimento mercati	n. mercati	n.	2
Interesse degli operatori	n. imprese partecipanti	n.	50
Comunicazione	n. campagne		2
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 300.000	€ 300.000
Destinatari			
Imprese del settore commercio operanti all'interno dei mercati civici			

<p>5.8 Evento in favore dei territori del Montiferru Facendo seguito ai tragici eventi incendiari che hanno colpito il Montiferru nel luglio 2021, l'Ente intende organizzare un evento di promozione del territorio che supporti le iniziative di sostegno al territorio già avviate da altri enti territoriali.</p>			
<p>Obiettivi Promuovere il territorio sfruttando le tipicità e le peculiarità</p>			
<p>Risultati attesi: svolgimento di un evento promozionale rivolto ai visitatori e ai consumatori che rilanci l'immagine del territorio specifico</p>			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target

Eventi promozionali	N.	n.	1
Soggetti coinvolti	n	n.	1000
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 17.116,34	€ 17.116,34
Destinatari			
Imprese locali, consumatori			

5.9 Promozione delle produzioni risicole
Al fine di sostenere la promozione delle tipicità territoriali, l'ente intende organizzare un evento di promozione delle produzioni risicole tipiche del territorio che promuova la riscoperta e la coltivazione di cultivar spesso poco diffuse, ma di grande potenziale interesse per i mercati

Obiettivi

- Sensibilizzare gli operatori locali
- Promozione delle produzioni risicole
- Promozione del territorio sfruttando il riso come prodotto di punta
- Sensibilizzare i consumatori verso nuove qualità produttive

Risultati attesi: Realizzare almeno un evento promozionale e di carattere formativo/informativo rivolto ai consumatori e/o agli operatori

Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Eventi promozionali	N.	n.	1
Soggetti coinvolti	n	n.	1000
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 40.000	€ 40.000
Destinatari			
Imprese del settore, consumatori			

5.10 Promozione e valorizzazione prodotti locali
Il progetto viene realizzato con risorse rese disponibili dall'amministrazione regionale previste dall'art. 7 comma 6 della L.R. 28.12.2018, N. 48. Si propone di sostenere un programma articolato di azioni da realizzarsi attraverso l'attuazione di campagne promozionali dei prodotti tipici locali, nelle quali siano coinvolti i diversi attori locali. A queste si affiancano campagne promozionali rivolte ai turisti, oltre che alla stampa nazionale ed internazionale. Particolare attenzione verrà riservata alle peculiarità e caratteristiche dei prodotti, dei territori e degli usi locali da cui provengono, ma anche di azioni di animazione del commercio nei centri storici e nelle zone a più alta densità di insediamenti commerciali al dettaglio. Le campagne saranno articolate in modo da illustrare le caratteristiche dei prodotti ma anche i territori dai quali provengono e gli usi locali che ne costituiscono lo scenario.

Obiettivi			
Prodotti locali del territorio, ristorazione tipica e tradizionale, negozi storici: <ul style="list-style-type: none"> • Animazione del commercio nei centri storici e nelle zone a più alta densità di insediamenti commerciali al dettaglio • Campagne promozionali che contemplino il coinvolgimento di differenti attori locali e turisti • Educational tour rivolti alla stampa nazionale ed internazionale • Promozione e pubblicità delle strutture ristorative/imprese marchiate anche tramite attività rivolte alla stampa nazionale ed internazionale oltre che promozione social. 			
Risultati attesi <ul style="list-style-type: none"> • Educational tours rivolti a operatori della stampa nazionale ed internazionale, opinion leaders • Fiere Saloni espositivi, mostre mercato in presenza e/o online; • Percorsi di promozione dei prodotti del territorio, ristorazione tipica, negozi storici in aree a forte densità turistica e commerciale e/o attraverso piattaforme online esistenti o realizzate ad hoc 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Educational tours rivolti a operatori della stampa nazionale ed internazionale, opinion leaders, in presenza e/o online	N. educational tour realizzati	n.	1
Fiere, Saloni espositivi, mostre mercato in presenza e/o online	N. Fiere, Saloni espositivi, mostre mercato	n.	1
Percorsi di promozione dei prodotti del territorio/ristoranti tipici/negozi storici in aree a forte densità turistica e commerciale e/o attraverso piattaforme online esistenti o realizzate ad hoc.	N. Percorsi di promozione	n.	1
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
		€ 330.000,00	€ 330.000,00
Destinatari			
Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

9 TURISMO

<p>9.1 Valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo (programma regionale) - Fondo Perequativo 2019-2020</p> <p>Obiettivo del programma è dotare le Camere di commercio degli strumenti fondamentali per presidiare la competenza in materia di valorizzazione del patrimonio culturale e promozione del turismo, anche tenendo conto del necessario raccordo con gli enti e organismi preposti. Le risorse, interamente coperte dal contributo del Fondo di Perequazione, sono gestite dalla</p>
--

Camera di commercio di Nuoro per le 3 Camere regionali.			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> - programmazione su base regionale delle analisi sugli ecosistemi delle destinazioni turistiche per realizzare una "mappa delle opportunità" - osservazione economica, tale da individuare le linee di sviluppo del settore, delle destinazioni turistiche, dei prodotti turistici locali e delle migliori pratiche di gestione d'impresa, fornendo in tal modo alle imprese strumenti operativi per migliorare il loro posizionamento competitivo; - realizzazione di un evento di livello regionale per la presentazione dei primi risultati delle indagini realizzate 			
Risultati attesi			
<ul style="list-style-type: none"> - predisposizione della metodologia da seguire per realizzare l'analisi qualitativa delle caratteristiche dei singoli attori; - realizzazione dell'impianto metodologico da seguire per implementare l'osservazione economica del settore e delle singole destinazioni turistiche e per la identificazione delle "avanguardie" imprenditoriali; - predisposizione dei materiali da presentare agli eventi locali e all'evento nazionale 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Coinvolgimento delle imprese nell'evento di presentazione	n. imprese coinvolte	n	>100
Caricamento sulla mappa delle opportunità degli attrattori identificati	n. attrattori per Camera	n	5
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari - Oristano			
Destinatari			
Portatori di interessi nello specifico settore, imprese, associazioni di categoria			

<p>9.2 Turismo (iniziativa finanziata con incremento 20% diritto annuo)</p> <p>Obiettivo del programma è realizzare una programmazione di sistema, capace di affrontare la fragilità del settore turistico, sono state definite 4 priorità strategiche, da condividere anche con le Regioni, che puntano a far conoscere meglio i territori, a sostenere la competitività delle imprese rafforzando la qualità dell'offerta turistica, a valorizzare territori che offrono itinerari sostenibili da scoprire in modalità "slow", a sviluppare forme di aggregazione tra le imprese per collegare in "rete" i siti Unesco meno noti contribuendo a ridurre il sovraffollamento di alcune località turistiche famose e a promuovere la destagionalizzazione dei flussi.</p>
Obiettivi
<ul style="list-style-type: none"> - Dare continuità alle progettualità e alle iniziative di promozione dei territori; - Potenziare la qualità della filiera turistica; - Incentivare il turismo lento; - Valorizzare le economie dei siti Unesco.
Risultati attesi
<ul style="list-style-type: none"> • Accordi di collaborazione con enti pubblici e soggetti privati • Creazione di percorsi di promozione e valorizzazione del territorio • Valorizzazione principali attrattori turistici

<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione, se possibile, di educational tour e incontri promozionali con t.o. dedicati; Eventi divulgativi e di promozione sulla stampa 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Accordi di collaborazione	n. soggetti firmatari	n.	1
Realizzazione percorsi di promozione e valorizzazione del territorio		n.	1
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari - Oristano		€ 120.956,20	€ 120.956,20
Destinatari			
imprese della circoscrizione camerale			

9.3 Fiere ed eventi sul turismo			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> Promozione del comparto turistico isolano attraverso l'organizzazione di fiere ed eventi in Italia ed all'estero realizzati in service alla Ras 			
Risultati attesi			
<ul style="list-style-type: none"> Incremento della brand reputation della Sardegna maggiori presenze turisti sul territorio 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Realizzazione manifestazioni	N. manifestazioni	n.	4
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		4.603.391,00	4.603.391,00
Progetto biennale 20-21/20-22 – eventi 20-22			
Destinatari			
Pubblico ed operatori del comparto turistico			

9.4 Archeologica			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> Promozione del turismo culturale attraverso il patrimonio archeologico sardo Implementazione della conoscenza del patrimonio culturale isolano Creazione di un network fra i soggetti che in Sardegna si occupano di gestione e promozione di beni culturali Produzione di strumenti volti ad una migliore promozione del segmento Facilitazione dell'incontro fra domanda e offerta turistica relativamente al segmento indicato 			
Risultati attesi			
<ul style="list-style-type: none"> Aumento della conoscenza dell'offerta turistica culturale in Sardegna 			

<ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione di strumenti promozionali (sito web, app, filmati) • Implementazione del flusso turistico legato all'offerta culturale 			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Coinvolgimento operatori	N. operatori contattati	n.	30
Interesse operatori	N. operatori aderenti	n.	20
Organizzazione eventi	N. eventi	n.	8
Produzione strumenti divulgativi	N. Strumenti	n.	3
Organizzazione educational tour	N. educational tour	n.	1
Organizzazione eventi divulgativi	N. eventi	n.	1
Risorse destinate		Oneri	Proventi
		€ 132.200	€ 132.200
Destinatari			
Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale ed istituzioni operanti nel campo della cultura			

9.5 Ri-Itinera			
Obiettivi: Capitalizzazione azioni svolte sul precedente progetto InterregItinera			
Risultati attesi: Promozione degli itinerari delineati sul Progetto Itinera anche presso altri target quali il turismo della terza età ed il turismo scolastico			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Divulgazione itinerari	Educational tour	n.	1
Promozione itinerari	Implementazione piattaforma web	n.pagine	10
Risorse destinate		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 368.000	€ 368.000
Destinatari			
Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

9.6 Destinazioni			
Obiettivi			
<ul style="list-style-type: none"> - Promozione del turismo culturale attraverso il patrimonio archeologico sardo - Implementazione della conoscenza del patrimonio culturale isolano 			
Risultati attesi:			
Incremento della conoscenza dell'offerta turistica culturale in Sardegna			
Indicatori			

Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Percorsi di promozione di beni e siti archeologici		n.	da definire
Operatori coinvolti		n.	da definire
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 8.000	€ 8.000
Destinatari			
Micro, piccole e medie imprese della circoscrizione camerale			

10 MISURE DI SOSTEGNO ALLE IMPRESE DURANTE L'EMERGENZA PANDEMICA

<p>10.1 Programma Unioncamere regionale e Regione Sardegna. Concessione voucher a imprenditori e categorie professionali</p> <p>A causa dell'evento pandemico che ha colpito il contesto mondiale a partire dal 2020, si rende sempre più necessario sostenere le imprese in questa fase di ripresa. A tale scopo è destinata l'azione di concessione dei ristori promossa e finanziata dalla Regione Sardegna con l'ausilio del sistema camerale regionale (legge regionale 22 novembre 2021 n.17)</p>			
<p>Obiettivi</p> <p>Sostenere le imprese di specifici settori economici colpiti particolarmente dalla pandemia (trasporti, spettacolo, congressi, discoteche e agenti di commercio)</p>			
<p>Risultati attesi:</p> <p>Erogazione tempestiva dei voucher</p>			
<p>Indicatori</p>			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Erogazione voucher	numero	n	2500
Tempi di erogazione	giorni	gg	<60
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 5.500.000	€ 5.500.000*
*Si tratta di fondi messi a disposizione dalla Regione Sardegna			
Destinatari			
Imprese dei settori: trasporti, spettacolo, congressi, discoteche e agenti di commercio			

<p>10.2 Enterprise Oriented 2018-2020</p> <p>Con riferimento all'art. 14 c. 1, 2 e 5 L. R del 22.11.2020, n. 17, "Indennizzi una tantum e compensazione del mancato reddito. Indirizzi per l'attuazione. L.R. n. 17 del 22.11.2021, art. 14, commi 1, 2 e 5.", le Camere di Commercio della Sardegna, sono identificate (nell'ambito della convenzione Prot. 5715/CONV/17 del 06/08/2018 "Enterprise Oriented, firmata con la</p>

Regione Autonoma della Sardegna - Assessorato della Programmazione, Bilancio, Credito e Assetto del Territorio – Centro Regionale di Programmazione) quale soggetto attuatore, per la gestione della misura prevista dall'art. 14 comma 1, 2 e 5 della L.R.17/2021 per l'erogazione degli indennizzi una tantum e compensazione del mancato reddito, agli agenti di commercio, agli operatori economici organizzatori di eventi e congressi, agli operatori economici di intermediazione per lo spettacolo e agli operatori economici delle discoteche			
Obiettivi Gestione corretta delle richieste dei voucher			
Risultati attesi: Evasione tempestiva delle richieste dei voucher			
Indicatori			
Descrizione	Formula	Unità di misura	Target
Gestione domande voucher	numero	n	2500
Risorse destinate			
		Oneri	Proventi
Camera di Commercio di Cagliari-Oristano		€ 250.000	€ 250.000
Destinatari			
Imprese dei settori interessati			

LINEA STRATEGICA 2 DEL PROGRAMMA PLURIENNALE DI MANDATO

GESTIONE E SVILUPPO DEI PRINCIPALI ASSET DELLA CAMERA DI COMMERCIO

<p>1 Riqualficazione del quartiere fieristico di Cagliari Si tratta di un progetto complesso, di carattere pluriennale, e che prevede la condivisione e il coinvolgimento di diversi attori istituzionali, alcuni dei quali in qualità di finanziatori</p> <p>Il progetto prende le mosse dalla sottoscrizione di un programma di indirizzo promosso nel 2019 dalla Regione Autonoma della Sardegna, dal Comune di Cagliari, dalla Città Metropolitana di Cagliari, dall'Autorità di Sistema Portuale del Mare di Sardegna avente ad oggetto il Progetto di recupero e rigenerazione dell'area della Fiera di Cagliari.</p> <p>Tale programma di indirizzo ha fatto seguito alla sottoscrizione di un precedente Protocollo di Intesa siglato nel 2017 tra Regione Autonoma della Sardegna, Città Metropolitana di Cagliari, Comune di Cagliari, Autorità di Sistema Portuale del Mare di Sardegna e Camera di Commercio di Cagliari, con analogo oggetto.</p> <p>Il documento programmatico evidenzia la volontà dei soggetti sottoscrittori a sviluppare varie funzioni.</p> <p>Obiettivi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) riqualficazione e rifunionalizzazione degli spazi dedicati all'attività espositiva e congressuale; 2) insediamento di un polo dell'innovazione dedicato alle attività di trasferimento tecnologico e start-up entrepreneurship e la realizzazione di spazi a vocazione direzionale;



- 3) insediamento di funzioni accessorie allo sviluppo del comparto (i.e. realizzazione di una struttura ricettiva, riorganizzazione delle aree di sosta, etc.);
- 4) la realizzazione di sinergie tra i comparti economici.

Obiettivi Specifici

In relazione ai profili di interesse della Camera di Commercio gli obiettivi specifici del programma possono essere così sintetizzati:

- 1) Adeguamento degli attuali spazi espositivi e congressuali che appaiono inadeguati sia come layout sia per consistenza architettonica alle esigenze dei sistemi produttivi locali e regionali. In particolare si prevede la realizzazione di una struttura a elevato grado di flessibilità che consenta una distribuzione ottimale degli spazi in funzione della tipologia di evento ospitato, l'attivazione di formule di offerta innovative tarate su specifici bisogni di sotto segmenti di clientela e una gestione economicamente sostenibile in caso di aperture parziali. Con riferimento alla funzione congressuale, si prevede un potenziamento rispetto all'attuale offerta di spazi congressuali (Palazzo dei Congressi).
- 2) E' prevista la realizzazione di un Hub dell'innovazione, dedicato alle attività di Trasferimento Tecnologico (TT) e start-up entrepreneurship, per rispondere alla necessità di colmare lo svantaggio in termini di innovazione scientifica e tecnologica che rappresenta uno degli obiettivi prioritari della strategia regionale. Il processo di concertazione che ha portato alla definizione della strategia regionale ha infatti evidenziato che la Sardegna è caratterizzata da un sistema economico e produttivo dotato di modesta competitività, con scarsa propensione all'innovazione. Nonostante la tendenza all'investimento pubblico in ricerca e promozione tecnologica, la limitata capacità di dialogo tra mondo della ricerca ed imprese, il basso livello di trasferimento tecnologico nelle imprese e il tasso modesto di brevettazione dell'isola rappresentano ad oggi elementi di potenziale miglioramento. Nell'ottica di coerente multifunzionalità che favorisca il raggiungimento della sostenibilità economica e che incrementi l'attrattività del compendio nei confronti del mondo imprenditoriale e della ricerca scientifica e tecnologica, si è previsto l'insediamento di un Innovation Hub in cui concentrare le attività TT e start-up entrepreneurship, per cui in via preliminare, si prevede una consistenza complessiva pari a 6.200mq (con potenziale scalabilità a 7.700 mq - date le necessità preliminari degli enti consultati interessati ad insediarsi).
- 3) Per quanto riguarda invece le ipotesi di sinergie attivabili con possibili profili di interesse diretto per i sistemi e le filiere produttive, esse riguardano in particolare le aree dell'Autorità di Sistema Portuale del Mare di Sardegna. L'area antistante l'attuale quartiere fieristico (Su Siccu) è di proprietà del demanio marittimo e oggetto di programmazione nel Piano Regolatore Portuale vigente, che prevede l'insediamento di un porto turistico per la nautica da diporto. Attualmente nell'area sono presenti edificati per circa 68mila mq destinati ad attività cantieristiche e legate a sport nautici in virtù di concessioni demaniali marittime, la maggior parte delle quali sono in scadenza a fine 2020. Gli investimenti programmati nell'area, oltre alla realizzazione del porto turistico, riguardano la realizzazione della passeggiata pedonale e l'affidamento del Padiglione Nervi secondo una logica di PPP. La sinergia fisica con il waterfront di Su Siccu mediante la realizzazione di una infrastruttura di collegamento pedonale potrà rendere necessario il potenziamento di un'interconnessione fisica pedonale tra il compendio fieristico e l'area di Su Siccu, il che costituirà un vero elemento di percorribilità e di scambio tra le due aree funzionalmente connesse. Il realizzando polo per la nautica da diporto costituirà un forte attrattore e un potenziale utente dei servizi offerti dal compendio fieristico ad esso contiguo e allo stesso tempo, fornitore di servizi complementari, particolarmente in occasione di eventi espositivi e promozionali nel settore del diporto.

<p>Risultati attesi Realizzazione di spazi del quartiere funzionali e adeguati rispetto alle esigenze del territorio, del sistema produttivo e dei cittadini. Il progetto è stato sottoposto a valutazione istruttoria e politica nell'ambito dei seguenti contesti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bando per Contratto istituzionale di Sviluppo (Invitalia) - Scheda progetto per Recovery Plan secondo le indicazioni della proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio COM(2020) 408 final, del 28 maggio 2020. (Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per le politiche europee, Comitato Interministeriale per gli affari europei) 		
Indicatori		
Descrizione	Formula	Unità di misura
<p>L'avanzamento dei lavori procederà secondo i seguenti step</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ristrutturazioni dell'esistente - Demolizioni dell'esistente - Centro Direzionale e Innovation hub - Expo e Convention - Aree esterne - Parcheggio <p>Le tempistiche di realizzazione, in via preliminare sono state identificate in 48 mesi</p>		
Risorse destinate		
		Oneri
<p>L'investimento tecnico stimato è pari a circa 72 mln€, relativi a demolizioni di parte dei fabbricati esistenti, ristrutturazione di alcuni fabbricati ritenuti di pregio, realizzazione dell'edificio direzionale/Innovation Hub, del nuovo polo Expo & Convention e risistemazioni delle aree esterne. Sulla base di ipotesi preliminari, che tengono conto di imprevisti, progettazione, costi di sviluppo e spese tecniche in fase iniziale, si stima un investimento complessivo pari a circa 82-84 milioni €. La quantificazione dell'investimento sarà tuttavia approfondita da livelli di progettazione più approfonditi e successivi, anche tenuto conto degli oneri connessi (oneri urbanizzazione e contributo sul costo di costruzione), attualmente non inclusi.</p>		da definire
Destinatari finali		
Cittadini, imprese, istituzioni pubbliche e private		

LINEA STRATEGICA 4 DEL PROGRAMMA PLURIENNALE DI MANDATO

EFFICIENTAMENTO ECONOMICO-PATRIMONIALE E VALORIZZAZIONE RISORSE

LINEA STRATEGICA 5 DEL PROGRAMMA PLURIENNALE DI MANDATO

COMUNICAZIONE

1. Piano comunicazione
Il progetto, col quale la Camera dà attuazione alle disposizioni della legge 7 giugno 2000, n. 150,

intende pianificare una gestione della comunicazione integrata che, per quest'anno, terrà conto essenzialmente di due fattori: la recente costituzione della stessa Camera di Commercio di Cagliari-Oristano e l'emergenza scaturita dall'epidemia da coronavirus, che ha portato a una ridefinizione di programmi e obiettivi, determinata dalle numerose limitazioni imposte da esigenze sanitarie, in seguito alle quali si è reso necessario adottare anche nuove modalità di lavoro in seno agli uffici camerati e nuove modalità di relazione con l'utenza. In relazione all'evolversi della situazione pandemica, saranno valutate le modalità più idonee per comunicare agli utenti lo svolgimento di attività ed eventi e l'erogazione dei servizi. Entrambi gli eventi impongono una riconfigurazione dell'attività di comunicazione interna ed esterna, che valorizzi al meglio le risorse acquisite e le esperienze maturate e che sia funzionale a un risultato di chiarezza, trasparenza ed efficacia.

- Obiettivi**
- ricognizione strumenti di comunicazione utilizzati finora dai due Enti accorpati (sito Internet, proprio e delle società partecipate, newsletter, comunicati stampa e conferenze stampa, presenza sui social, campagne pubblicitarie)
 - elaborazione di un Piano che detti le Linee guida per l'attività di comunicazione dell'Ente
 - coordinamento sito Internet della Camera di Commercio con siti Internet società partecipate
 - maggiore presenza sui social
 - realizzazione campagne promozionali mirate per obiettivi ed eventi specifici

- Risultati attesi**
- avere una comunicazione e un'informazione interna ed esterna più chiara, trasparente ed efficace
 - rendere la comunicazione e l'informazione dell'Ente in linea e adeguata alle disposizioni della legge n.150/2000 e alle successive modifiche
 - favorire il pieno accesso ai servizi dell'Ente da parte dell'utenza

Indicatori		
Descrizione	Unità di misura	target
Elaborazione Piano della Comunicazione		entro 30/11
Inoltro comunicati stampa	n. /mese (a decorrere dal 01.10.22)	n.3
Risorse destinate		
		Oneri
		/
Destinatari		
Utenti, imprese, professionisti, istituzioni pubbliche e privati, dipendenti dell'Ente		

Attività progettuali da realizzarsi nell'ambito del programma di valorizzazione delle produzioni Locali di cui al punto 5.10 della RPP

Animazione e promozione del commercio e dei prodotti locali. Birritaly

Il progetto si inserisce all'interno della Linea A delle risorse messe a disposizione dall'art. 7, comma 6, della L.R. 28.12.2018, n. 48 - Deliberazione della Giunta Regionale n. 44/90 del 12.11.2019. Esso pone l'obiettivo della valorizzazione dei prodotti locali del territorio in linea con il piano esecutivo presentato alla Regione Sardegna Assessorato regionale del Turismo. La citata DGR prevedeva tra le azioni incentivabili le seguenti: azioni di animazione del commercio; campagne promozionali che contemplino il coinvolgimento di differenti azioni locali; campagne promozionali rivolte ai turisti; educational tour rivolti alla stampa nazionale e internazionale. Questa azione intende realizzare azioni integrate di valorizzazione di alcune tipologie di produzioni locali tipiche del Sud Sardegna selezionate in accordo con attori locali rappresentativi del mondo della produzione e commercializzazione operanti e radicate nel territorio. La realizzazione del programma che qui si presenta sarà frutto di un processo condiviso, nonché di confronto non solo con il sistema economico locale (anche attraverso le associazioni di categoria). Il sistema della produzione di birre sta vivendo un momento di particolare sviluppo e intensità con risultati apprezzabili sui mercati locali e nazionali. In Sardegna è localizzata una grande e consolidata impresa di produzione ma si sta verificando anche il proliferare della nascita di numerose imprese con produzioni limitate ma di grande qualità.

Obiettivi

- Incrementare l'efficacia delle politiche della Camera di Commercio a sostegno dello sviluppo economico;
- moltiplicare i benefici sul territorio attraverso l'attuazione di progetti ideati e realizzati in maniera sinergica con l'Azienda Speciale, con le associazioni di categoria e con gli enti territoriali;
- favorire la fidelizzazione delle imprese nei confronti delle progettualità camerali;
- proporre agli operatori economici del territorio soluzioni coordinate e percorsi integrati di valorizzazione delle produzioni locali in linea con i protocolli di sicurezza Anti-covid.

Risultati attesi

- Realizzazione di una mostra mercato di produzioni tipiche di birre artigianali all'interno del quartiere fieristico di Cagliari;
- Realizzare momenti di animazione in Fiera con lo scopo di attrarre turisti e visitatori;
- Creazione di un borsino e di occasioni di incontro tra la domanda e l'offerta estesa a operatori nazionali;
- Stipula protocolli d'intesa con Enti Pubblici e con associazioni di categoria.

Indicatori (elementi che consentono di misurare il raggiungimento del risultato atteso)

Descrizione	Formula	target
Organizzazione eventi	Numero degli eventi dedicati organizzati	1
Coinvolgimento di imprese di produzione	Numero imprese partecipanti	20
Campagne promozionali e pubblicitarie	N. campagne	1
Protocolli d'intesa	Numero degli accordi avviati/sottoscritti nell'anno	1
Risorse destinate	Oneri	Proventi
	€ 60.000	
Destinatari	Imprese	
Pubbliche amministrazioni, Enti deputati al controllo, soggetti istituzionali coinvolti		

nella filiera dei rifiuti	
---------------------------	--

Animazione e promozione del commercio e dei prodotti locali. Fiera Natale 2022

Il progetto si inserisce all'interno della Linea A delle risorse messe a disposizione dall'art. 7, comma 6, della L.R. 28.12.2018, n. 48 - Deliberazione della Giunta Regionale n. 44/90 del 12.11.2019. Esso di pone l'obiettivo della valorizzazione dei prodotti locali del territorio in linea con il piano esecutivo presentato alla Regione Sardegna Assessorato regionale del Turismo.

La citata DGR prevede tra le azioni incentivabili le seguenti: azioni di animazione del commercio; campagne promozionali che contemplino il coinvolgimento di differenti azioni locali; campagne promozionali rivolte ai turisti; educational tour rivolti alla stampa nazionale e internazionale.

Questa azione intende realizzare azioni integrate di valorizzazione di alcune tipologie di produzioni locali tipiche del Sud Sardegna selezionate in accordo con attori locali rappresentativi del mondo della produzione e commercializzazione operanti e radicate nel territorio. L'evento si terrà presso il quartiere fieristico di Cagliari nel periodo precedente il Natale 2022

La realizzazione del programma che qui si presenta sarà frutto di un processo condiviso non solo con il sistema economico locale (attraverso le associazioni di categoria), ma anche con il Comune di Cagliari con il quale è stato realizzato uno specifico accordo anche nel corso dell'esercizio 2021.

- Obiettivi**
- Incrementare l'efficacia delle politiche della Camera di Commercio a sostegno dello sviluppo economico;
 - moltiplicare i benefici sul territorio attraverso l'attuazione di progetti ideati e realizzati in maniera sinergica con l'Azienda Speciale, con le associazioni di categoria e con gli enti territoriali;
 - favorire la fidelizzazione delle imprese nei confronti delle progettualità camerali;
 - proporre agli operatori economici del territorio soluzioni coordinate e percorsi integrati di valorizzazione delle produzioni locali in linea con i protocolli di sicurezza Anti-covid.

- Risultati attesi**
- Realizzazione di una mostra mercato di produzioni tipiche del territorio nel quartiere fieristico di Cagliari durante il periodo prenatalizio 2022;
 - Realizzazione eventi di animazione rivolte a turisti e consumatori;
 - Stipula protocolli d'intesa per la fruibilità dei dati ambientali da parte degli enti di controllo operanti sul territorio regionale

Indicatori (elementi che consentono di misurare il raggiungimento del risultato atteso)		
Descrizione	Formola	target
Organizzazione eventi	Numero degli eventi dedicati organizzati	1
Numero imprese di produzione	Numero nuovi accessi ai servizi avanzati rilasciati	40
Protocolli d'intesa	Numero degli accordi avviati/sottoscritti nell'anno	1
Risorse destinate	Oneri	Proventi

	€ 30.000	
Destinatari	Imprese	
Pubbliche amministrazioni, Enti deputati al controllo, soggetti istituzionali coinvolti nella filiera dei rifiuti		

Animazione e promozione del commercio e dei prodotti locali. Evento di promozione dei formaggi Ovicaprini della Sardegna

Il progetto si inserisce all'interno della Linea A delle risorse messe a disposizione dall'art. 7, comma 6, della L.R. 28.12.2018, n. 48 - Deliberazione della Giunta Regionale n. 44/90 del 12.11.2019.

Esso di pone l'obiettivo della valorizzazione dei prodotti locali del territorio in linea con il piano esecutivo presentato alla Regione Sardegna Assessorato regionale del Turismo.

La citata DGR prevedeva tra le azioni incentivabili le seguenti: azioni di animazione del commercio; campagne promozionali che contemplino il coinvolgimento di differenti azioni locali; campagne promozionali rivolte ai turisti; educational tour rivolti alla stampa nazionale e internazionale.

Questa azione intende realizzare azioni integrate di valorizzazione di alcune tipologie di produzioni locali tipiche del Sud Sardegna selezionate in accordo con attori locali rappresentativi del mondo della produzione e commercializzazione dei formaggi ovicaprini operanti e radicate nel territorio.

La realizzazione del programma sarà frutto di un processo condiviso, e di un confronto non solo con il sistema economico locale (attraverso le associazioni di categoria).

Obiettivi

- Incrementare l'efficacia delle politiche della Camera di Commercio a sostegno dello sviluppo economico;
- moltiplicare i benefici sul territorio attraverso l'attuazione di progetti ideati e realizzati in maniera sinergica con l'Azienda Speciale, con le associazioni di categoria e con gli enti territoriali;
- favorire la fidelizzazione delle imprese nei confronti delle progettualità camerali;
- proporre agli operatori economici del territorio soluzioni coordinate e percorsi integrati di valorizzazione delle produzioni locali in linea con i protocolli di sicurezza Anti-covid.

Risultati attesi

- Realizzazione di una mostra mercato di produzioni tipiche del settore lattiero caseario ovicaprino del territorio nel quartiere fieristico di Cagliari;
- Creazione di un Borsino e di incontro tra la domanda e l'offerta;
- Stipula protocolli d'intesa con Enti Pubblici e con associazioni di categoria.

Indicatori (elementi che consentono di misurare il raggiungimento del risultato atteso)

Descrizione	Formula	target
Organizzazione eventi	Numero degli eventi dedicati organizzati	1
Realizzazione di visite presso aziende di produzione	Realizzazione educ tour	2
Numero imprese di produzione	Numero imprese coinvolte	30
Protocolli d'intesa	Numero degli accordi avviati/sottoscritti	1

	nell'anno	
Risorse destinate	Oneri	Proventi
	€ 60.000	
Destinatari	Imprese	
Pubbliche amministrazioni, Enti deputati al controllo, soggetti istituzionali coinvolti nella filiera dei rifiuti		

Animazione e promozione del commercio e dei prodotti locali. Mercati civici

Il progetto si inserisce all'interno della Linea D delle risorse messe a disposizione dall'art. 7, comma 6, della L.R. 28.12.2018, n. 48 - Deliberazione della Giunta Regionale n. 44/90 del 12.11.2019.

Esso pone l'obiettivo della valorizzazione dei prodotti locali del territorio in linea con il piano esecutivo presentato alla Regione Sardegna Assessorato regionale del Turismo.

La citata DGR prevede tra le azioni incentivabili le seguenti: campagne promozionali periodiche legate anche alla stagionalità e tipicità dei prodotti commercializzati; cura della segnaletica interna; attività rivolte ai social media ed alla stampa; attività volte alla creazione di reti territoriali e partnership locali; attività di animazione interna ai mercati anche a sostegno dei prodotti;

I mercati civici, oltre ad essere una realtà commerciale presente in molte città da diversi anni, sono parte integrante dei costumi e delle tradizioni locali.

Tuttavia, nonostante la nobile storia e le ottime premesse, i mercati faticano un po' a sostenere la dura competizione con la grande distribuzione, più accessibile in termini logistici e talvolta anche in termini economici.

Effettuare una serie di interventi promozionali mirati sui mercati civici, non significa di certo alterarne l'essenza o modificarne le note caratterizzanti, ma esaltarne le peculiarità mettendole a sistema nell'offerta che si innesterebbe su una comunicazione al passo coi tempi.

Obiettivi

- incrementare le vendite nei mercati
- sostenere le vendite in periodi/ giorni di basso afflusso
- migliorarne l'immagine presso i consumatori
- allargare la fascia di acquirenti
- stringere un rapporto più stretto col comparto della ristorazione
- presentare i mercati come luoghi dove vengono valorizzate le produzioni alimentari locali
- introdurre elementi di sostenibilità ambientale
- immettere in maniera compiuta i mercati civici nei circuiti turistici cittadini
- implementare il legame mercato/ città'

Risultati attesi

- Aumento dei clienti
- Miglioramento dell'immagine dei mercati presso i cittadini residenti
- Aumento della conoscenza dei mercati presso i non residenti
- Aumento della conoscenza dei mercati presso i turisti
- Creazione di partnership con i produttori
- Creazione di partnership col comparto della ristorazione
- Identificazione di buone pratiche che diventino patrimonio dei mercati

Indicatori (elementi che consentono di misurare il raggiungimento del risultato atteso)

Descrizione	Formula	target
-------------	---------	--------

Realizzazione di azioni di PR e di informazione	Numero di supporti promozionali (Flyers, mappe e depliant)	3
Realizzazione campagne pubblicitarie e di vendita	Numero di campagne	4
Protocolli d'intesa	Numero degli accordi avviati/sottoscritti nell'anno	1
Risorse destinate	Oneri	Proventi
	€ 300.000	
Destinatari	Imprese	
Pubbliche amministrazioni, imprese		

<p>Animazione e promozione del commercio e dei prodotti locali. Promozione prodotti presso località turistiche</p> <p>Il progetto si inserisce all'interno della Linea A delle risorse messe a disposizione dall'art. 7, comma 6, della L.R. 28.12.2018, n. 48 - Deliberazione della Giunta Regionale n. 44/90 del 12.11.2019. Esso pone l'obiettivo della valorizzazione dei prodotti locali del territorio in linea con il piano esecutivo presentato alla Regione Sardegna Assessorato regionale del Turismo.</p> <p>La citata DGR prevedeva tra le azioni incentivabili le seguenti: azioni di animazione del commercio; campagne promozionali che contemplino il coinvolgimento di differenti azioni locali; campagne promozionali rivolte ai turisti; educational tour rivolti alla stampa nazionale e internazionale. Questa azione intende realizzare azioni integrate di valorizzazione di alcune tipologie di produzioni locali tipiche del Sud Sardegna selezionate in accordo con attori locali rappresentativi del mondo della produzione e commercializzazione operanti e radicate nel territorio.</p> <p>La realizzazione del programma sarà frutto di un processo condiviso e di un confronto non solo con il sistema economico locale (attraverso le associazioni di categoria), ma anche con gli enti pubblici territoriali con i quali verranno sottoscritti specifici accordi di.</p>		
<p>Obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incrementare l'efficacia delle politiche della Camera di Commercio a sostegno dello sviluppo economico; • moltiplicare i benefici sui territori a vocazione turistica anche attraverso l'attuazione di progetti ideati e realizzati in maniera sinergica con l'Azienda Speciale, con le associazioni di categoria, e con gli enti territoriali e con i GAL; • favorire la fidelizzazione delle imprese nei confronti delle progettualità camerali; • proporre agli operatori economici del territorio soluzioni coordinate e percorsi integrati di valorizzazione delle produzioni locali in linea con i protocolli di sicurezza Anti-covid. 		
<p>Risultati attesi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione di mercati temporanei di valorizzazione e vendita di produzioni tipiche in aree a forte vocazione turistica anche allo scopo di far conoscere i prodotti ai turisti; • Stipula protocolli d'intesa con associazioni di categoria e/o comuni 		
<p>Indicatori (elementi che consentono di misurare il raggiungimento del risultato atteso)</p>		
Descrizione	Formula	target

Organizzazione eventi	Numero degli eventi organizzati	4
Selezione e coinvolgimento di aziende di produzione	Numero imprese	40
Protocolli d'intesa	Numero degli accordi avviati/sottoscritti nell'anno	1
Risorse destinate	Oneri	Proventi
	€ 60.000	
Destinatari	Imprese	
Imprese, Associazioni di categoria, Enti pubblici territoriali, GAL		

Animazione e promozione del commercio e dei prodotti locali. Sardegna in Fiera

Il progetto si inserisce all'interno della Linea A delle risorse messe a disposizione dall'art. 7, comma 6, della L.R. 28.12.2018, n. 48 - Deliberazione della Giunta Regionale n. 44/90 del 12.11.2019.

Esso pone l'obiettivo della valorizzazione dei prodotti locali del territorio in linea con il piano esecutivo presentato alla Regione Sardegna Assessorato regionale del Turismo.

La citata DGR prevedeva tra le azioni incentivabili le seguenti: azioni di animazione del commercio; campagne promozionali che contemplino il coinvolgimento di differenti azioni locali; campagne promozionali rivolte ai turisti; educational tour rivolti alla stampa nazionale e internazionale.

Questa azione intende realizzare azioni integrate di valorizzazione di alcune tipologie di produzioni locali tipiche del Sud Sardegna selezionate in accordo con attori locali rappresentativi del mondo della produzione e commercializzazione operanti e radicate nel territorio.

La realizzazione del programma che qui si presenta sarà il frutto di un processo condiviso, e di un confronto non solo con il sistema economico locale (attraverso le associazioni di categoria), ma anche con il Comune di Cagliari.

In particolare si prevede di realizzare l'evento a avallo tra i mesi di aprile e di maggio. Si tratta di un periodo tradizionalmente destinato alla realizzazione della sagra di Sant'Eufisio a Cagliari e, nel passato, di organizzazione della Fiera campionaria che continua a mantenere una grande attenzione e disponibilità da parte di imprese e cittadini.

Obiettivi

- Incrementare l'efficacia delle politiche della Camera di Commercio a sostegno dello sviluppo economico;
- moltiplicare i benefici sul territorio attraverso l'attuazione di progetti ideati e realizzati in maniera sinergica con l'Azienda Speciale, con le associazioni di categoria e con gli enti territoriali;
- favorire la fidelizzazione delle imprese nei confronti delle progettualità camerali;
- proporre agli operatori economici del territorio soluzioni coordinate e percorsi integrati di valorizzazione delle produzioni locali in linea con i protocolli di sicurezza Anti-covid.

Risultati attesi

- Realizzazione di una mostra mercato di produzioni tipiche del territorio nel quartiere fieristico di Cagliari nel periodo a cavallo tra aprile e maggio;
- Creazione di sinergie operative con altre eventi di promozione turistica culturale e di eventi sportivi;
- Stipula protocolli d'intesa con enti pubblici e privati per reciproci scambi di collaborazioni.

Indicatori (elementi che consentono di misurare il raggiungimento del risultato atteso)

Descrizione	Formula	target
-------------	---------	--------



Organizzazione eventi fieristici	Numero degli eventi dedicati organizzati	1
Coinvolgimento di operatori economici	Numero imprese di produzione partecipanti	60
Protocolli d'intesa	Numero degli accordi avviati/sottoscritti nell'anno	2
Risorse destinate	Oneri	Proventi
	€ 120.000	
Destinatari		
Imprese, Pubbliche amministrazioni,		

Altri Progetti promozionali, anche in partnership con altri soggetti istituzionali per lo sviluppo e la promozione del turismo.

Progetto M.A.R.E. – (Interreg)

La Sintesi

L'occupazione è uno degli aspetti dell'economia di un Paese che più riguardano la vita degli individui e che si può toccare con mano. Se infatti l'andamento del Pil, è interpretato come un'entità difficilmente percepibile, la perdita o l'incertezza del posto di lavoro sono immediatamente sentiti. La crescita inclusiva dell'area, appare minacciata dal perdurare della crisi economica che si manifesta attraverso la perdita di posti di lavoro, nelle regioni italiane ed insulari in particolare, ma con un trend in aumento che investe anche le NUTS 3 della Regione PACA. In questo scenario, e a partire dalle esperienze di cooperazione già messe in atto sul programma Marittimo, MA.R.E: intende raggiungere l'obiettivo di contribuire al rafforzamento del mercato del lavoro transfrontaliero attraverso la realizzazione di servizi congiunti di sostegno all'incontro tra offerta e domanda di lavoro e la costruzione di una rete dei soggetti responsabili dei servizi per l'impiego e degli attori interessati all'incontro domanda-offerta (CCIAA, parti sociali, lavoratori e lavoratrici). La rete transfrontaliera dei servizi per l'impiego, lo sviluppo di servizi congiunti per facilitare l'incontro domanda-offerta e la mobilità transfrontaliera, la definizione di profili professionali congiunti e percorsi di validazione delle competenze condivise sono gli outputs principali. I beneficiari sono studenti, lavoratori, disoccupati e inoccupati dell'area marittimo che potranno vedere ampliate le possibilità di ricerca di impiego. Per facilitare la sostenibilità dei risultati e la loro capitalizzazione, si prevede la realizzazione di un'azione di pianificazione strategica con l'obiettivo di produrre output in grado di incidere positivamente sia sui quadri strategici dei PO regionali che sulla nuova programmazione in tema di cooperazione transfrontaliera. Si vuole coinvolgere la rete EURES per la mobilità transfrontaliera.

Il contesto

La "crescita inclusiva" dell'area è ancora chiaramente minacciata dal perdurare della crisi economica con perdite di posti di lavoro, nelle regioni italiane ed insulari in particolare, ma con un trend in aumento che ha investito anche le NUTS 3 della Regione PACA. A esclusione della Corsica, nella zona di cooperazione, il tasso di disoccupazione totale scende fino al 2007, ma poi aumenta negli anni della crisi, soprattutto in Sardegna dove si attesta al 15% superando la media transfrontaliera, italiana ed europea. Si è registrato in media un tasso di disoccupazione di lunga durata tra il 4% e il 7% e il tasso di disoccupazione giovanile ha raggiunto circa il 40% nelle regioni italiane coinvolte mentre è del 24,1% nel 2017 in Corsica e del 22,9% in PACA (dati EUROSTAT). Gli sforzi che ogni Stato Membro ha posto in essere in questi anni per invertire il trend hanno dato risultati differenti nelle differenti aree infatti nel 2017 la disoccupazione in Italia scende all'11,2%, il valore più basso da quattro anni ma non in Sardegna dove il dato è in aumento, dal 15 al 17%. L'intera area costiera toscana, zona della Liguria e della Sardegna sono state dichiarate zone di crisi. In PACA secondo gli ultimi dati del dicembre 2017 dell'Insee la disoccupazione era all'8,9% ma nel primo trimestre del 2018, il tasso di disoccupazione ha registrato una crescita al 9,2%. Per la Corsica, la disoccupazione nel 2017 è stata del 9,9%. Il primo trimestre del 2018 (con un tasso del 10%) registra un lieve aumento. A livello nazionale francese, il dato reso noto dall'INSEE risulta peggiore delle aspettative fornite dagli analisti che stimavano una flessione fino all'8,8%. Dai dati sopra descritti si desume una situazione disomogenea dell'area transfrontaliera che richiede sempre più delle risposte congiunte a sostegno di iniziative d'inserimento con una particolare attenzione alle opportunità offerte anche dall'autoimprenditorialità. In questo scenario, e a partire dalle esperienze già messe in atto sul programma Marittimo, MA.R.E intende



Centro Servizi
per le imprese

Camera di Commercio Cagliari - Oristano

contribuire al rafforzamento del mercato del lavoro transfrontaliero

attraverso la realizzazione di servizi congiunti di sostegno all'incontro tra offerta e domanda di lavoro e la costruzione di una rete dei soggetti responsabili dei servizi per l'impiego e degli attori interessati all'incontro domanda-offerta (camere di commercio, parti sociali, lavoratori e lavoratrici) nelle 5 regioni del programma. Il partenariato del progetto, con competenze ed esperienze specifiche sia tematiche sia gestionali, è in grado di rispondere alle sfide dell'area transfrontaliera sia in termini di crescita e sviluppo che in termini occupazionali. In dettaglio, le Regioni e le Collettività, attraverso le loro Agenzie regionali e i Servizi per l'impiego garantiscono competenze di programmazione e di erogazione di servizi mentre le Camere apportano la propria competenza nella presa in considerazione della dimensione imprenditoriale

Le attività

Tra le sfide principali che il programma si pone come sviluppo della programmazione precedente si trovano il rafforzamento del capitale umano dello spazio e lo sviluppo di un mercato del lavoro transfrontaliero per favorire un'occupazione sostenibile e di qualità. Da ciò che si è descritto in C.1.1 queste sono anche le sfide territoriali che la partnership si trova a dover affrontare. Le componenti di attuazione del progetto MA.RE sono la risposta a queste sfide; si lavora infatti per creare una rete dei servizi per l'impiego reale che partendo dalla conoscenza reciproca dei differenti approcci e strumenti di lavoro sia finalizzata a creare metodologie comuni applicabili nell'area transfrontaliera. Il progetto intende facilitare il processo di sviluppo del capitale umano, incentivando la mobilità, l'autonomia (con percorsi di sostegno alla creazione d'impresa specie nei settori dell'economia verde e blu), i livelli formativi e anche la predisposizione delle persone all'innovazione, contribuendo in questa maniera ad elevare l'occupabilità dei cittadini dell'area transfrontaliera e la capacità competitiva del territorio all'interno di un mondo sempre più globalizzato, coerentemente con la strategia Europa 2020. La rete darà anche vita ad un forum permanente degli operatori per facilitare contatti e condivisioni. Il gruppo di lavoro transfrontaliero dedicato all'individuazione di servizi congiunti per il sostegno all'incontro tra offerta e domanda di lavoro nelle filiere garantisce che le sperimentazioni sui territori (azioni pilota) rispondano all'esigenza ultima di creare un servizio congiunto a livello transfrontaliero. In particolare, il progetto intende promuovere e sperimentare un approccio condiviso, partecipato ed integrato alla gestione dei servizi per l'impiego transfrontalieri, per individuare - attraverso la ricerca e lo studio - i fabbisogni più aggiornati della filiera blu e verde, al fine di rispondere alla domanda di lavoro in modo tempestivo ed innovativo e per dare, attraverso la sperimentazione, una risposta concreta alle persone escluse dal mondo del lavoro e potenziare il servizio di incrocio domanda/offerta. L'innovatività del progetto non risiede nell'individuare nuovi strumenti o servizi (una delle componenti di attuazione è infatti dedicata a repertoriare tutto ciò che nell'area già esiste) ma nell'approccio metodologico applicato, la partnership infatti è composta dai soggetti che a livello territoriale possono costituire e sperimentare servizi operativi ma hanno anche le capacità politiche di decidere cambiamenti e/o riportare i risultati ottenuti direttamente sui tavoli decisori. Inoltre possono operare congiuntamente su tutti gli elementi che potenzialmente influiscono sui percorsi di inserimento lavorativo: formazione, orientamento, individuazione/certificazione delle competenze, domanda offerta di lavoro e coinvolgimento del mondo imprenditoriale .

Il partenariato transfrontaliero

Da venti anni a questa parte il fenomeno della globalizzazione ha colpito in maniera diretta il mercato del lavoro con effetti tanto positivi quanto negativi. Uno di questi è senza dubbio l'estensione del mercato del lavoro. Nella società odierna, senza quasi più dei ben definiti confini, la dimensione spaziale sta perdendo d'importanza. Emerge sempre più forte l'esigenza di confrontare e condividere esperienze realizzate da pubbliche amministrazioni di differenti territori, al fine di facilitare e amplificare l'efficacia degli interventi di sostegno all'occupazione. MA.RE offre l'opportunità - non frequente - di maturare esperienze di promozione dell'occupazione individuando delle filiere prioritarie, promuovendo contestualmente forme di ricerca, innovazione e integrazione dei servizi per l'impiego che possano acquisire una loro autonomia e una durabilità sostenibile nel tempo. La crescita della filiera può essere sostenuta da un'offerta specifica di politiche attive per

l'occupazione funzionali a questo sviluppo, contribuendo così alla riduzione del disagio sociale e offrendo alle generazioni più giovani una prospettiva di vita e di lavoro. Il progetto (grazie ad un partenariato di eccellenza) si propone di selezionare, integrare e sviluppare le esperienze, le metodologie, le pratiche di intervento di politiche attive per il lavoro realizzate nei territori transfrontalieri nel quadro di un modello, partecipato dagli attori rilevanti, di governo dello sviluppo produttivo ed occupazionale. L'ambito tematico preso in considerazione dal progetto ha una necessità sostanziale quindi, di un approccio metodologico transfrontaliero perché coinvolge problematiche importanti, che non possono essere affrontate al livello regionale, e per le quali un coordinamento di scala territoriale più elevato è imprescindibile. Il valore aggiunto transfrontaliero in questo caso è alto perché siamo in presenza di una sfida la cui risoluzione può ricevere un contributo rilevante dall'utilizzo di un approccio cooperativo di questo tipo.

Obiettivi specifici

Realizzare servizi integrati e congiunti di sostegno all'incontro tra offerta e domanda nelle filiere prioritarie transfrontaliere e attivarne una sperimentazione attraverso le azioni pilota: Servizi integrati sono la base per la sperimentazione di procedure di matching offerta e domanda di lavoro per creare approcci simili nella zona transfrontaliera. L'attività sarà testata nei 5 progetti pilota. Muoversi in un contesto condiviso dove le informazioni circolano in modo omogeneo facilita i percorsi di ricerca egli imprenditori e dei singoli e contribuisce al rafforzamento del mercato

Rafforzare la mobilità transfrontaliera: L'incremento della mobilità dei lavoratori è una delle sfide che il programma pone per la crescita inclusiva ed è uno degli elementi fondamentali per il rafforzamento del mercato del lavoro dello spazio di Marittimo. Il progetto MERS supporta il raggiungimento di questo obiettivo specifico con la definizione del Forum permanente della mobilità transfrontaliera

Formulare profili formativi congiunti legati ai bisogni delle filiere prioritarie: La definizione di profili formativi/professionali congiunti nell'ambito delle filiere prioritarie in sinergia con la definizione di percorsi di validazione delle competenze e degli apprendimenti informali e non formali costituisce un elemento fondamentale del percorso finalizzato ad aumentare le possibilità di occupazione delle risorse umane e più in generale del rafforzamento del mercato

Partners di Progetto:

Regione Liguria, Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Genova, Agenzia Regionale per il Lavoro la Formazione e l'Accreditamento, Provincia di Livorno, Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura della Maremma e del Tirreno, Agenzia Sarda per le Politiche attive del Lavoro, Camera di Commercio Industria e Artigianato di Cagliari, Iniziative Sardegna S.p.A., Agence de Développement Economique de la Corse, Chambre de Commerce et d'Industrie d'Ajaccio et de la Corse du Sud, Chambre de Commerce et d'Industrie de la Haute-Corse, Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat de Corse, Pôle emploi Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Budget

Totale: Euro 6.291.529,98

Quota CSI Cagliari:

179.650,79

Progetto ECOCIRCUS - ECONOMIA CIRCOLARE per le Start up (Interreg)

Sintesi

La sfida comune di ECO-CIRCuS è accrescere quantitativamente e qualitativamente le nuove MPMI delle filiere blue e verde attraverso il modello "Contest" per l'erogazione di servizi avanzati volti a supportare la transizione verso l'economia circolare. I principali cambiamenti attesi riguardano l'incremento delle giovani MPMI (max 2 anni di attività o 3 se innovative) interessate a qualificare le proprie competenze imprenditoriali per poter sfruttare le opportunità dell'EC. Gli output sono: Piano di business congiunto "ECO-CIRCuS" (comprensivo del Catalogo dei servizi qualificati); Circular Expert Task Force (pool transfrontaliero di esperti sull'imprenditorialità "circolare"); Call for ideas&needs "CONTEST ECO-CIRCuS" per la selezione delle imprese beneficiarie dei servizi qualificati; Servizi qualificati sull'imprenditorialità "circolare". I beneficiari diretti sono le nuove MPMI transfrontaliere già attive nelle filiere blue e verde interessate ad accrescere la competitività attraverso la capacità di introdurre o realizzare micro-eco-innovazioni "circolari". ECO-CIRCuS favorisce la diffusione di nuovi business basati sull'economia circolare, definiti e attuati secondo le modalità dell'innovazione sociale e aperta per garantire equilibrio tra "necessità di innovazione" e "tutela delle identità locali". L'approccio transfrontaliero massimizza i vantaggi conseguibili dai modelli di business "circolari" perché 1) consente di ottimizzare le risorse all'interno delle singole filiere e tra le filiere; 2) favorisce i processi creativi e la collaborazione attraverso la cross-contamination territoriale. Aspetti innovativi: attuazione processi di innovazione sociale e aperta; Piano di business congiunto per lo sviluppo dell'imprenditorialità "circolare"; erogazione a livello transfrontaliero di servizi per l'innovazione e la qualificazione imprenditoriale sull'e.c; definizione e prima attuazione di nuovi business collegati all'e.c

Attività

Coerentemente con gli obiettivi "crescita verde" e "crescita intelligente" di EU2020 e con le priorità specifiche del "Piano di Azione per l'Economia Circolare" (COM(2015) 614/2), la sfida comune affrontata dal progetto ECO-CIRCuS è incrementare il tessuto delle MPMI transfrontaliere dei settori connessi alla crescita blue e verde capitalizzando i risultati e le esperienze di alcuni progetti finanziati nell'ambito dei precedenti avvisi del P.O Italia-Francia Marittimo 2014-2020 (BlueConnect, FRI_START, FrINET, IS@M, RETIC, MarittimoTech), migliorando il know how e le competenze imprenditoriali e professionali attraverso la connessione e la qualificazione con le potenzialità dell'economia circolare. La declinazione del business delle giovani MPMI delle filiere prioritarie rappresenta una sfida e una grande opportunità attraverso la quale le imprese possono affermarsi migliorando la competitività: integrare l'imprenditorialità "circolare" consente di acquisire nuove conoscenze e capacità in materia di gestione ottimale delle risorse per ridurre gli sprechi (a fronte di una crescente scarsità) e la volatilità dei prezzi, stimola e favorisce la creatività e l'innovazione aperta e sociale, contribuendo alla creazione sia di nuove opportunità commerciali, sia di modalità di produzione e consumo più efficienti, sostenibili e resilienti. Le imprese "circolari" possono incrementare il valore dei loro output, generando risorse economiche aggiuntive per nuovi posti di lavoro. Infatti, nel periodo 2012-2016 l'UE 28 ha visto crescere l'occupazione nei settori dell'economia circolare del 2%. Rispetto ai 5 principali Paesi, il numero maggiore di occupati è presente in Germania, l'Italia è seconda, quarta la Francia. Analizzando il dato in percentuale rispetto al totale degli occupati dei singoli Stati, l'Italia ha un tasso di occupazione in alcuni settori dell'economia circolare superiore a tutti gli altri Paesi e pari a 2,05%. La Francia è quarta con 1,52%. Tuttavia, il successo delle strategie di economia circolare dipende dalla capacità eco-innovazione dell'impresa, un set di competenze qualificate e multidisciplinari che integrano le professionalità più tecniche, quali ad esempio l'eco-design e il disassembling, con il saper cogliere le opportunità delle policy ai diversi livelli, l'essere connessi con il mondo della ricerca e dell'innovazione, la partecipazione a partenariati intersettoriali e transnazionali. A tal fine, i partner di ECO-CIRCuS, oltre a garantire la connessione tra territori, sono in grado di integrare e coinvolgere nel progetto professionisti, imprese, centri di ricerca e di competenza, istituzioni, i quali, mettendo in relazione le proprie conoscenze ed esperienze in termini di analisi, innovazione, trasferimento tecnologico, formazione e accompagnamento, potranno

efficacemente supportare lo sviluppo delle capacità di eco-innovazione delle giovani MPMI blu e verdi, per velocizzarne la transizione verso l'e.c.

ECO-CIRCuS intende affrontare la sfida comune posta dalla necessità di qualificare le competenze e le conoscenze delle MPMI, proponendo un modello di supporto alle imprese che favorisca la connessione transfrontaliera per poter cogliere le opportunità di crescita sostenibile e resiliente offerte dalla transizione all'economia circolare. In particolare, il progetto, si propone di favorire la diffusione di nuovi modelli di business basati sull'economia circolare, definiti e attuati secondo le modalità dell'innovazione sociale e aperta per mantenere il giusto equilibrio tra "necessità di innovazione" e "tutela delle identità e delle tradizioni locali". Coinvolgendo e connettendo attori e fruitori delle eco-innovazioni sociali, il progetto ECO-CIRCuS avvierà processi di co-ideazione, co-progettazione e co-sviluppo per supportare nuovi business "circolari" che sappiano offrire prodotti/processi/servizi realmente rispondenti alle esigenze e i bisogni di un determinato mercato, il quale, nel caso dell'economia circolare per le MPMI, è inteso quello rappresentato dal bacino di cittadini dell'areadi cooperazione. I percorsi di innovazione sociale e aperta nascono dal confronto e dallo scambio di idee e competenze tra innovatori, coloro che utilizzano l'innovazione nella propria attività d'impresa e i beneficiari, quali consumatori-cittadini. Per accrescere il numero delle MPMI nelle filiere prioritarie del marittimo, il progetto intende rafforzare le capacità imprenditoriali dei più giovani attraverso la qualificazione e valorizzazione del knowhow secondo l'approccio dell'economia circolare. Quest'ultimo può effettivamente portare ad individuare modalità di business più sostenibili in termini sia economici, sia ambientali, stimolando al contempo la creatività e la capacità di innovazione sociale nell'output introdotto sul mercato e anche nella modalità di concepimento edistribuzione, in modo che il prodotto/servizio sia sempre più condiviso con l'utente finale. I principali aspetti innovativi del progetto sono: attuazione dei processi di innovazione sociale e aperta; definizione di un Piano di business congiunto per lo sviluppo dell'imprenditorialità dell'economia circolare; erogazione a livello transfrontaliero di servizi di tutoring e coaching per l'innovazione e la qualificazione imprenditoriale sull'economia circolare; definizione e prima attuazione di nuovi business collegati all'economia circolare. Il principale cambiamento atteso è l'ampliamento dei beneficiari target, con specifico riferimento alle giovani MPMI, interessate ad accrescere le proprie competenze imprenditoriali, organizzative, gestionali e tecniche per poter sfruttare le opportunità dell'economia circolare ed in particolare quelle più accessibili per le piccole realtà, quali processi di trasformazione creativa (nuovi processi/prodotti/servizi; miglioramento e innovazione dei processi/prodotti/servizi in uso) per il reimpiego degli scarti e/o la riduzione delle risorse.

L'analisi delle politiche e di programmi di sviluppo che hanno caratterizzato i sistemi territoriali dello spazio di cooperazione transfrontaliera evidenzia che i risultati raggiunti nei sistemi locali in termini di innovazione e competitività per le MPMI sono assai scarsi. È altrettanto evidente che l'utilizzo di modelli di "innovazione tradizionale" non sono del tutto funzionali ad assistere concretamente la competitività delle giovani MPMI, che hanno ridotte capacità di investimento. L'attuazione di processi di piccole eco-innovazioni nell'ambito transfrontaliero può essere supportata efficacemente con lo sviluppo di un modello basato sulla partecipazione aperta, in grado di valorizzare congiuntamente l'approccio multistakeholder (MPMI, professionisti, Istituzioni e cittadini) e quello multiterritoriale. Grazie al suo approccio innovativo, il progetto si propone di pianificare e sviluppare forme di cooperazione fra territori transfrontalieri che vadano oltre la logica tradizionale della prossimità territoriale, ma che si realizzeranno invece tramite reti, obiettivi e azioni "funzionali" alle caratterizzazioni geografiche, economiche e sociali. L'attuazione di un approccio "funzionale" transfrontaliero assisterà altresì il raggiungimento degli obiettivi della politica di coesione dell'Europa, e offrirà ai partner e ai gruppi target la possibilità di condividere un mainstreaming sull'innovazione e la competitività, con specifico riferimento ai processi di formazione, partecipazione e capacity building sulle opportunità di business offerte dall'economia circolare. Infatti, la cooperazione consentirà un'evoluzione dei servizi di accompagnamento alle MPMI reperibili nei singoli territori partner nel senso di migliore adeguamento ai fabbisogni delle giovani imprese e dei loro lavoratori, attraverso la definizione di un Piano transfrontaliero per un'offerta avanzata e multidisciplinare che integri le competenze e le risorse dei vari territori coinvolti. Infatti, data la pluralità di

soggetti che intervengono nei processi di circolarità delle filiere "blu" e "verdi", ECO-CIRCuS intende coinvolgeretutti coloro che possono fornire contributi utili e partecipare alla progettazione ed erogazione dei servizi per supportare le MPMI, soprattutto quelle più giovani, nel cogliere le opportunità dell'economia circolare per incrementare la competitività. Pertanto, l'applicazione dell'approccio transfrontaliero può efficacemente massimizzare i vantaggi conseguibili dai modelli di business "circolari" poiché se da un lato consente di ottimizzare al meglio le risorse all'interno delle singole filiere e tra le filiere, attraverso processi simbiotici, dall'altro la cross-contamination territoriale favorisce i processi creativi e la collaborazione con un bacino di stakeholder vasto, ma con opportunità sinergiche

Obiettivi generali

L'obiettivo generale del progetto è incrementare le MPMI delle filiere prioritarie transfrontaliere attraverso un sistema di pre/post-incubazione innovativo che, avanzando i modelli proposti dai BlueConnect, FRI_START, FrINET2; IS@M, MarittimoTech e RETIC, andrà a rafforzare le conoscenze imprenditoriali dei settori connessi alla crescita blu e verde sulle opportunità dell'economia circolare, per definire nuovi modelli di business maggiormente sostenibili, resilienti e competitivi.

Partners

Centro Servizi Promozionali per le Imprese (Capofila), Centro di Sperimentazione e Assistenza Agricola (Liguria),
SCUOLA SUPERIORE DI STUDI UNIVERSITARI E DI PERFEZIONAMENTO SANT'ANNA Istituto di Biorobotica,
Chambre de Commerce et d'Industrie de la Haute-Corse, Chambre de Commerce et d'Industrie du Var,
Innolabs
srl.

Budget complessivo

701.375,00 Budget CSI

Cagliari: 148.350,00

Progetto ARCHEOLOGIKA 2022

Con accordo di collaborazione perfezionato in data 29.09.2020, l'Assessorato Regionale del Turismo, Artigianato e Commercio e la Camera di Commercio, Industria, Agricoltura ed Artigianato di Cagliari hanno convenuto di attivare apposita collaborazione ai sensi dell'art. 15 della L. 241/90 per la realizzazione di azioni, attività e programmi volti alla promozione del turismo culturale e archeologico.

Nel medesimo accordo viene stabilito che "Al fine di coordinare le attività verranno concordati specifici piani di attività che consentano di perseguire le comuni finalità istituzionali dei due enti".

In tale contesto si inserisce il presente progetto denominato "ARCHEOLOGIKA 2020 – 1^a Rassegna internazionale del turismo archeologico e culturale della Sardegna".

Per la realizzazione delle attività di cui al presente progetto si individuano i seguenti referenti:

- per gli aspetti amministrativi del progetto: un rappresentante dell'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio nella persona del Direttore del Servizio Marketing e Comunicazione o un suo delegato e un rappresentante della Camera di Commercio di Cagliari, nella persona del



Centro Servizi
per le imprese

Camera di Commercio Cagliari - Oristano

Segretario Generale, con il ruolo di Coordinatore e responsabile Amministrativo, che si avvarrà del supporto operativo dell'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Cagliari "Centro Servizi per le Imprese";



- per gli aspetti operativi del progetto: un rappresentante dell'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio nella persona del Direttore del Servizio Marketing e Comunicazione o un suo delegato e un rappresentante dell'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Cagliari "Centro Servizi per le Imprese", individuata dalla Camera di Commercio di Cagliari quale soggetto preposto alla gestione operativa delle attività di progetto, nella persona del Direttore Generale dell'Azienda o da altri funzionari dell'Azienda da lui indicati.

ATTIVITA' PROGETTUALI

Il progetto riguarda la realizzazione di un ciclo di eventi di promozione del turismo archeologico e culturale della Sardegna, sinergici e coordinati tra loro, nonché coerenti con le limitazioni determinate dalla pandemia COVID-19 e dalle conseguenti prescrizioni emanate per la realizzazione di eventi fieristici ed espositivi.

Le attività da realizzare nell'ambito del presente progetto si sostanziano in:

1. EXPO

- Inaugurazione rassegna in remoto;
- Realizzazione nel quartiere fieristico di Cagliari di un'esposizione tesa alla promozione dell'offerta archeologica e culturale della Sardegna che comprenda una ricostruzione scenografica di ambienti a caratterizzazione storico-archeologica della Sardegna;
- Utilizzo di strumenti di ricostruzione virtuale e di nuove tecnologie applicate al settore dei beni culturali;
- Progettazione ed allestimento di una parte espositiva dedicata alla presentazione di prodotti ed attività inerenti il tema dell'expo, a disposizione della Regione Sardegna;
- Coinvolgimento del mondo della scuola e accesso al pubblico;
- Progettazione ed allestimento stand per la partecipazione delle strutture museali della Sardegna, con particolare ma non esclusivo riferimento a parchi archeologici e musei locali;
- Possibilità di proporre ulteriori momenti collettivi dilazionati nello stesso periodo di tempo (aperitivi culturali, presentazione di libri, circuiti interattivi guidati, etc.);
- Presenza di percorsi esperienziali e dimostrativi di archeologia sperimentale, presenza di figuranti, organizzazione di eventi di promozione e valorizzazione di produzioni enogastronomiche locali e tipiche connesse all'offerta territoriale di servizi culturali;
- Studio e realizzazione visual identity per l'intera rassegna;
- Ufficio stampa e

pr Supporto promo-

pubblicitario.

2. SEMINARI E CONVEGNI

In parallelo alla parte "Expo", organizzazione di un cartellone di eventi culturali, seminari e convegni a caratterescientifico che consentano di mettere in risalto sia le più recenti ricerche in campo archeologico sia le narrazioni di carattere divulgativo sulla storia e la preistoria della Sardegna che possano servire a far conoscere al grande pubblico l'Isola e le sue grandi potenzialità nel settore del turismo di matrice culturale;

- Richiesta di patrocinio al MIBACT e supporto scientifico di esperti di chiara fama;
- Raccordo con le strategie di promozione turistica della RAS e con gli obiettivi di promozione della cultura della stessa;
- Diffusione via streaming degli eventi.

3. EDUCATIONAL /PRESS TOURS, INCONTRI BtoB

- Organizzazione di una serie di educational tour e press tours (n.5/6), per circa 50/60



operatori complessivi, con lo scopo di coinvolgere una qualificata rappresentanza degli operatori specializzati che organizzano la domanda turistica di questo particolare settore nei diversi mercati della domanda di riferimento (ispanico, francofono, germanofono, anglofono) nonché nei mercati di interesse della RAS rispetto ai quali la Regione ha attuato progetti di natura promozionale;

- Organizzazione di una serie di press tour (n.5/6), rivolti ai rappresentanti dei media e della comunicazione in generale, selezionati nei diversi mercati della domanda di riferimento (ispanico, francofono, germanofono, anglofono) nonché nei mercati di interesse della RAS rispetto ai quali la Regione ha attuato progetti di natura promozionale;
- Organizzazione di B2b per favorire l'incontro tra buyers nazionali ed esteri e sellers locali;
- Organizzazione di eventi in parallelo alla realizzazione degli educational e press tours in n.5/6 territori della Sardegna.
- Progettazione ed allestimento stand a disposizione delle aziende dei servizi culturali e turistici interessati a proporre e ad organizzare l'offerta di pacchetti turistici e di percorsi guidati;
- Progettazione ed allestimento stand per le imprese della ricettività e dei servizi turistici.

4. AZIONI PROMO-PUBBLICITARIE E TESTIMONIAL

- Redazione del piano media, acquisto spazi pubblicitari, declinazione dei contenuti del piano nei diversi canali di comunicazione individuati;
- Coinvolgimento di testimonial per la diffusione di messaggi mirati in funzione dei diversi
- Coinvolgimento di produzioni televisive per la promozione nazionale o internazionale del tema sotteso al progetto.
- Target di mercato individuati;

RISORSE FINANZIARIE ED ORGANIZZATIVE

L'importo necessario per la realizzazione del presente progetto ammonta ad euro 980.000,00. L'Assessorato concorrerà alla realizzazione del progetto con un budget di euro 270.000,00 a valere sul bilancio 2020, e di euro 630.000,00 a valere sul bilancio 2021. La CCIAA concorrerà alla realizzazione del progetto con un budget di euro 30.000,00 a valere sul bilancio 2020, e di euro 50.000,00 a valere sul bilancio 2021.

Tali risorse dovranno essere utilizzate in modo tale da garantire l'operatività di tutte le tipologie di azioni presentate nel progetto. La somma di euro 900.000,00 a carico della RAS dovrà essere suddivisa come segue:

- euro 300.000,00 per le attività di cui al punto 1) del progetto "EXPO";
- euro 200.000,00 per le attività di cui al punto 2 del progetto "SEMINARI E CONVEGNI";
- euro 100.000,00 per le attività di cui al punto 3 del progetto "EDUCATIONAL, PRESS TOURS E BtoB";
- euro 300.000,00 per le attività di cui al punto 4 del progetto "AZIONI PROMO-PUBBLICITARIE E TESTIMONIAL".

NEL CORSO DELL'ESERCIZIO 2022 SI PRECEDE LA CONCLUSIONE DELLE ATTIVITA' di ARCHEOLOGIKA CON UNA DOTAZIONE FINANZIARIA RESIDUA DI CRICA 150.000 EURO

Progetto "Promozione della Sardegna turistica".



Con recente accordo la Regione Sardegna, Assessorato regionale del Turismo Artigianato e Commercio e l'Unione regionale delle Camere di Commercio IAA hanno concordato di realizzare congiuntamente attività, progetti e programmi di collaborazione a supporto delle azioni di promozione del settore del turismo.

Tra queste attività rientrano l'organizzazione di attività di incoming nonché l'organizzazione della presenza istituzionale, e delle imprese che saranno selezionate a partecipare, in fiere internazionali del settore del turismo.

Come per il 2020, anche per il corrente esercizio, a quanto è dato supporre, si prevede un affidamento al CentroServizi delle attività di coordinamento operativo e di gestione di una parte rilevante del programma fieristico.

Al momento l'elenco delle Fiere è in fase di definizione.

La realizzazione delle attività di supporto è governata da un accordo ex art.15 della legge n.241 e tuttavia è previsto un rimborso spese forfettario dell'importo del 15 % di quanto sarà stato speso a rendiconto. La sommamessa a disposizione dalla Regione Sardegna è di euro 4.000.000 circa.

Progetto "Sportello informativo e formativo sulle tematiche delle costruzioni eco sostenibili e degli incentivi ECO BONUS diretti al rilancio del comparto dell'edilizia con particolare riferimento alla Green Economy"

Premessa

La Camera di Commercio di Cagliari e il Comune di Cagliari intendono realizzare uno sportello diretto alla erogazione di servizi informativi e formativi sulle tematiche delle costruzioni eco sostenibili e degli incentivi ECOBONUS. L'iniziativa è aperta al contributo delle Associazioni di categoria maggiormente interessate nonché all'arete delle professioni e agli enti creditizi.

Lo scopo principale è di proporre agli utenti un set di servizi informativi e consulenziali in modo aperto e gratuito con l'obiettivo di un efficace e corretto utilizzo delle agevolazioni offerte dalla normativa vigente in materia di bonus edilizi.

Si intende far soprattutto riferimento, in modo non esclusivo, al cosiddetto Superbonus previsto dal Decreto Rilancio che eleva al 110% l'aliquota di detrazione delle spese sostenute dal 1° luglio 2020 al 31 dicembre 2021, per specifici interventi di efficienza energetica, di installazione di impianti fotovoltaici o delle infrastrutture per

la ricarica di veicoli elettrici negli edifici. Tra le novità introdotte, com'è noto, è prevista la possibilità, al posto della fruizione diretta della detrazione, di optare per un contributo anticipato sotto forma di sconto dai fornitori dei beni o servizi o, in alternativa, per la cessione del credito corrispondente alla detrazione spettante.

Tali nuove misure, si aggiungono alle previgenti agevolazioni previste per gli interventi di recupero del patrimonio edilizio, compresi quelli per la riduzione del rischio sismico (c.d. Sismabonus) e di riqualificazione energetica degli edifici e delle loro facciate (cd. Ecobonus). Anche queste nuove misure rappresentano ambiti operativi di intervento informativo i quali includono, pertanto, problematiche di varia natura: edilizia, fiscale, legale, amministrativa.

Di fianco agli obiettivi informativi si vogliono raggiungere anche obiettivi di qualificazione delle competenze del personale e delle imprese del settore delle costruzioni, uno dei più colpiti dall'emergenza sanitaria ed economica. Questo secondo obiettivo è volto a rafforzare il rilancio del settore, con particolare attenzione al comparto della GREEN ECONOMY.

Per tale motivo le attività di Sportello si concentreranno sui seguenti tre obiettivi:



- 1) Erogazione di informazioni sulle tematiche delle costruzioni eco sostenibili e degli incentivi previsti dal governo
- 2) Svolgimento di azioni di monitoraggio delle competenze professionali maggiormente richieste da partedelle imprese del settore delle costruzioni al fine di avviare eventuali azioni di qualificazione e orientamento al lavoro ed alle professioni rivolte al mercato del lavoro.
- 3) Realizzazione di azioni di supporto all'incontro tra domanda e offerta di lavoro nell'ambito del settore delle costruzioni e dei professionisti qualificati nel comparto delle costruzioni eco sostenibili.

La durata

Il progetto ha carattere di sperimentality e prevede una durata temporale di attuazione di poco più di un anno. La scadenza è prevista al 31 dicembre 2021. E' fatta però salva un'eventuale interruzione anticipata qualora nel corso dell'attuazione si ritenga non sussistano più le condizioni tecnico operative per poter procedere nell'erogazione del servizio oppure si ritenga utile un suo prolungamento in presenza di eventuale modificazioni dei termini di durata delle agevolazioni.

L'ambito territoriale

Il progetto è destinato all'utenza (quali ad esempio imprese, famiglie, cittadini, condomini, cittadini, ecc.) operante nei territori di competenza degli enti sottoscrittori ed è tuttavia aperto all'adesione di ulteriori enti e dialtri territori.

I contenuti e le modalità operative

La logica di intervento è quella dell' *One Stop Shop/Sportello Unico*, in modo da offrire al territorio uno strumento in grado di offrire risposte certe e affidabili orientando l'utenza all'utilizzo ottimale degli strumenti a disposizione.

La sottoscrizione dell'accordo tra Comune e CCIAA, sarà affiancata da un ulteriore protocollo d'intesa esteso alle rappresentanze del mondo dell'impresa, delle professioni e del consumerismo, variamente coinvolte e interessate agli obiettivi e al conseguimento dei risultati generali del progetto.

Capofila sarà la Camera di Commercio che individua nell'Azienda Speciale Centro Servizi Promozionali per le Imprese il braccio operativo promotore e animatore delle attività in raccordo con le organizzazioni pubbliche e private partners, che verranno coinvolte con le modalità previste negli specifici accordi.

Le risorse tecniche e umane del Centro Servizi saranno impegnate a titolo gratuito.

I contenuti del servizio riguardano l'intero ciclo di gestione della pratica amministrativa: dalla fase iniziale del sopralluogo a quella di consulenza, finanziamento, progettazione lavori, esecuzione, rendicontazione, richiesta all'Agenzia delle Entrate.

Il progetto si iscrive nell'ambito del servizio "Formazione Lavoro" finanziato con l'aumento del 20% del diritto annuale della Camera di Commercio Industria agricoltura e artigianato di Cagliari, gestito dalla CCIAA di Cagliari in collaborazione con la sua Azienda Speciale Centro Servizi Promozionali per le imprese.

Nella erogazione delle informazioni che possano avere impatti sul mercato, verranno assicurate adeguate condizioni di trasparenza e di pari opportunità per gli operatori economici.

Le fasi, i tempi, le attività e i costi

Fase 1 – Pianificazione e avvio attività

In questa fase verranno predisposti gli strumenti necessari per l'avvio delle attività.

Tra questi:

- Individuazione degli strumenti e canali di comunicazione e di accesso alle informazioni. Dato il merito eminentemente tecnico della materia si prevede di privilegiare modalità asincrone di erogazione delle informazioni. Ciò comporta la necessità di dotare lo sportello di strumenti e canali telematici in cui situare documenti ufficiali, schede di sintesi, formulari, linee guida, ecc. I banner di accesso alle informazioni saranno resi disponibili a tutti i partners di progetto e ad altri eventuali soggetti pubblici interessati.
- Predisposizione di avviso pubblico per la contrattualizzazione di una risorsa professionale senior al quale affidare il compito del coordinamento operativo dei vari flussi procedurali di raccolta e sistematizzazione dei quesiti e di organizzazione delle risposte anche attraverso la predisposizione di clusters omogenei (cd. FAQ).
- Predisposizione di procedura per la individuazione e la selezione degli esperti a cui affidare il compito delle risposte ai quesiti tecnici e amministrativi e loro contrattualizzazione

Fase 2 – Funzionamento dello Sportello

In questa fase verrà strutturato ed erogato il servizio informativo.

- Attivazione dello sportello virtuale, con servizi di animazione e di promozione dello stesso. E' ipotizzabile anche l'attivazione di uno o più sportelli fisici nelle condizioni in cui ciò sarà reso possibile dall'evoluzione delle limitazioni dalle dall'emergenza Covid-19.
- Azioni periodiche di coordinamento tra i partners.
- Messa a sistema e divulgazione degli strumenti di informazione e di formazione predisposti e proposti gratuitamente da agenzie, organizzazioni, associazioni, enti, sia pubblici che privati con particolare riferimento all'utilizzo di strumenti web e social media.
- Organizzazione di webinar formativi dedicati ai tecnici delle associazioni di categoria e al mondo delle professioni.
- Attivazione dei canali informativi riguardanti i quesiti rivolti alle pubbliche amministrazioni con particolare riferimento agli uffici tecnici dei Comuni.
- Realizzazione di azioni di supporto all'incontro tra domanda e offerta di lavoro nell'ambito del settore delle costruzioni e dei professionisti qualificati nel comparto delle costruzioni eco sostenibili.

Fase 3 – Monitoraggio e valutazione

In questa fase verranno predisposti e utilizzati strumenti di valutazione sia in itinere che a conclusione del progetto.



- Predisposizione del set di indicatori utili a valutare impatto ed efficacia delle attività di sportello.
- Somministrazione di questionari o altri strumenti di controllo e valutazione.
- Predisposizione di relazioni quadrimestrali di sintesi.
- Relazione conclusiva di valutazione complessiva e conclusiva.
- Svolgimento di azioni di monitoraggio delle competenze professionali maggiormente richieste da parte delle imprese del settore delle costruzioni al fine di avviare eventuali azioni di qualificazione e orientamento al lavoro ed alle professioni rivolte al mercato del lavoro.

Progetto R-

Itinera SINTESI

DEL PROGETTO

R-ITINERA rappresenta la capitalizzazione di ITINERA.

Il partenariato coinvolgerà 5 degli 8 partner di ITINERA in quanto le attività previste non richiedono le specifiche competenze istituzionali e tecniche dei 3 partner non coinvolti. La sfida comune riguarda il potenziamento dell' realtà imprenditoriale delle 5 regioni partner attraverso la valorizzazione di prodotti turistici, anche in considerazione degli effetti della crisi COVID-19. L'obiettivo generale è capitalizzare i risultati raggiunti in ITINERA, valorizzando gli itinerari "ecoturistici", e le "reti d'impresa" ad esse collegate, secondo un approccio duale: in grado di supportare nel breve periodo le imprese nel processo di ripresa e rilancio post-COVID, e di assistere il loro sviluppo nel medio-lungo termine nell'ottica degli obiettivi di competitività, sostenibilità e coesione previsti dall'Agenda 2030 e dalla Politica di Coesione. Il raggiungimento dell'obiettivo determinerà dei cambiamenti positivi in termini quantitativi, relativamente all'aumento del bacino turistico, e qualitativi, in riguardo alla tipologia dei "nuovi" target groups ed ai processi di sostenibilità e coesione. Gli outputs previsti sono il piano di azione congiunto per la capitalizzazione e valorizzazione degli itinerari, la messa a valore economico del patrimonio territoriale e le azioni per sostenere la fruizione degli itinerari.

I beneficiari diretti sono le PMI, mentre quelli indiretti sono identificati nelle persone che usufruiranno degli itinerari. Il progetto è innovativo in quanto prevede l'adozione di un approccio basato sulla logica multilivello dell'innovazione sociale attraverso il quale i partner di Stati e regioni differenti concorreranno al raggiungimento di risultati comuni. Altro aspetto innovativo è l'individuazione di specifici targets di fruitori caratterizzati da flussi sistemici e costanti funzionali alla definizione di piani di gestione pluriennali economicamente sostenibili

La crisi COVID-19 nel settore turistico transfrontaliero si è rapidamente trasformata in "deprivazione" con un impatto tremendo sia a livello economico (calo di fatturato previsto tra il 70-80%), sia sociale (riduzione dell'occupazione di circa il 50%). Differentemente dai progetti finanziati nei precedenti avvisi dell'IFM, le sfide territoriali comuni affrontate da R-ITINERA, oltre a tenere conto degli obiettivi della crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva, hanno la priorità di sostenere la ripresa ed il rilancio socio-economico dei territori e, laddove possibile, contribuire ad aumentare la loro resilienza alle crisi che affliggono sempre più frequentemente i nostri sistemi socio-economici. Coerentemente al processo di capitalizzazione sostenuto attraverso il V° avviso, il progetto migliorerà l'efficacia delle iniziative per la valorizzazione degli itinerari turistici transfrontalieri, aumentando l'accessibilità ai "capitali" naturali e culturali che li caratterizzano a favore



di specifici targets groups: studenti, giovani, famiglie, over 65 e crocieristi "lusso". La scelta è determinata dal fatto che questi targets sono caratterizzati da flussi sistemici e costanti che consentono di definire piani e strumenti in grado di sostenere una programmazione pluriennale, sostenibile e garantita anche in situazioni di emergenza e/o crisi. In considerazione delle esperienze maturate, dei risultati prodotti in altri progetti transfrontalieri e dei bisogni post-COVID-19 è evidente la necessità di un nuovo approccio finalizzato ad aumentare la capacità dei territori di intercettare flussituristiche locali e di prossimità.

È necessario sostenere iniziative finalizzate alla valorizzazione economica degli attrattori culturali e naturali promossi dagli itinerari turistici, trasformandoli da "risorse fredde" che impegnano risorse pubbliche, in driver di sviluppo che utilizzano i finanziamenti pubblici per creare competitività economica e benessere sociale a vantaggio delle PMI e delle comunità locali, autoproducendo le risorse necessarie per la propria gestione e valorizzazione. La pertinenza del progetto con gli obiettivi del programma è riscontrabile nel fatto che R-ITINERA il progetto sostiene lo sviluppo economico e la coesione sociale dei territori coinvolti, coerentemente con gli obiettivi dell'Agenda 2030 e della Politica di Coesione supportando la creazione di nuove realtà imprenditoriali e il consolidamento di quelle esistenti grazie alle aumentate possibilità di crescita derivanti dalla valorizzazione turistica sostenibile dell'area. Il coinvolgimento di 5 CCIAA garantisce totale coerenza con gli obiettivi "quantitativi e qualitativi". Il partenariato di progetto è pertinente con gli obiettivi del programma e del progetto, sia per le esperienze maturate nella gestione e sviluppo di progetti europei, sia per le specifiche competenze istituzionali.

Il progetto assisterà i territori coinvolti ad affrontare le sfide ed a cogliere le opportunità comuni che caratterizzano il settore turistico favorendo l'attivazione di un nuovo approccio finalizzato a sostenere, da un lato, la gestione integrata degli itinerari turistici attivati in ITINERA, e dall'altro, il rafforzamento della fruizione degli stessi da parte dei giovani in età scolare ed universitaria, delle famiglie, degli over 65 e dei crocieristi "lusso".

Tale finalità sarà perseguita attraverso il trasferimento dei modelli "innovativi" di co-progettazione e co-sviluppo implementati dai partner nell'ambito di altre iniziative europee; l'attuazione di tale approccio assisterà i partner ad affrontare efficacemente le criticità che caratterizzano i processi di gestione e di sviluppo di progetti "complessi", anche in considerazione delle difficoltà causate dalla crisi COVID-19. Il progetto si basa sull'integrazione di metodi e soluzioni orientate all'innovazione sociale, un approccio che promuove la realizzazione di interventi non orientati esclusivamente all'aspetto economico, ma anche al benessere sociale delle comunità locali. Il piano delle attività del progetto è strutturato in componenti e azioni fortemente correlate.

L'analisi e la valorizzazione degli itinerari nell'ottica dei nuovi targets, la condivisione delle informazioni e delle esperienze, il coinvolgimento degli attori territoriali, la partecipazione, la valutazione e l'automonitoraggio come forma di apprendimento sono elementi fondamentali che garantiscono efficacia e legittimità al progetto, in un'ottica di ottimizzazione delle attività.

Tali azioni saranno realizzate nell'ambito delle 4 COMP di cui due di attuazione: COMP "Capitalizzazione, valorizzazione e sostenibilità degli itinerari" prevede la definizione e attuazione di una strategia di marketing per assistere i sistemi turistici coinvolti a valorizzare i propri itinerari nel momento della riattivazione del settore crocieristico ed a caratterizzarli in funzione di una particolare nicchia identificata nel "crocierismo di lusso"; la caratterizzazione degli itinerari culturali, enogastronomici ed en plein air finalizzata a promuovere la loro fruizione da parte di nuovi targets (analisi finalizzata a identificare le peculiarità e le criticità delle escursioni territoriali in relazione ai targets turistici; azione di scouting & coaching per l'identificazione e l'attuazione di soluzioni finalizzate a rendere le escursioni attrattive ed accessibili; definizione di linee d'indirizzo per lo sviluppo di azioni di marketing turistico degli itinerari in relazione a targets turistici identificati; predisposizione di un piano finalizzato a sostenere la fruizione degli itinerari anche attraverso il fundraising; COMP "Azioni pilota ed educational tour" prevede la realizzazione attività con lo scopo di

sperimentare e valorizzare la fruizione degli itinerari da parte di studenti, giovani, famiglie, Over 65 e crocieristi "lusso".

Per il raggiungimento degli obiettivi e dei risultati previsti dal progetto è necessaria l'attivazione di una forma di cooperazione che, a partire dai singoli sistemi locali, si svilupperà oltre i confini territoriali, strutturandosi su un'adimensione transfrontaliera. In tale ottica, l'approccio transfrontaliero costituisce l'aspetto chiave, e di qualità, per la realizzazione di outputs di progetto coerenti con quelli definiti dal programma. Il progetto risponde alle problematiche e alle opportunità di sviluppo individuate congiuntamente dai sistemi territoriali transfrontalieri coinvolti nel programma IFM. Infatti, le priorità individuate dal progetto trattano tematiche di interesse comune tutta l'area di cooperazione, per le quali l'approccio transfrontaliero è senza dubbio il più adeguato e innovativo. Tutti i partner parteciperanno attivamente allo sviluppo del progetto coerentemente alle proprie funzioni e competenze secondo una logica di intervento orientata al raggiungimento di risultati collettivi.

Nonostante che parte delle azioni previste dal progetto si realizzeranno nei singoli sistemi territoriali, attraverso la definizione di un processo di pianificazione, validazione e capitalizzazione condiviso e partecipato da tutti i partner, si riuscirà a qualificare gli interventi con una reale ed efficace dimensione transfrontaliera. Nello specifico, gli obiettivi che saranno perseguiti e i risultati che saranno raggiunti attraverso la cooperazione transfrontaliera, e dei quali potranno beneficiare le PMI ed i gruppi target identificati, riguarderanno: il consolidamento dei collegamenti materiali e immateriali tra gli attrattori culturali e gli itinerari turistici dello spazio transfrontaliero; il rafforzamento delle collaborazioni tra stakeholder istituzionali, economici e sociali per qualificare gli itinerari turistici quali strumenti di benessere economico e sociale a vantaggio delle comunità locali; il coinvolgimento degli studenti, dei giovani, delle famiglie, degli over 65 e dei crocieristi "lusso" quali principali fruitori degli itinerari; la valorizzazione economica degli itinerari per sostenere la ripresa ed il rilancio delle PMI coerentemente ai principi di sostenibilità ambientale e coesione sociale; La valorizzazione di flussi turistici locali e di prossimità coerentemente con il principio europeo di "Turismo sostenibile e sociale".

I risultati attesi produrranno un beneficio per l'intera area di cooperazione con un impatto evidente sia in riferimento agli operatori turistici ed alle PMI delle filiere complementari al turismo (beneficiari diretti), sia a "nuovi" target group turistici (beneficiari indiretti). Oltre ai risultati raggiunti tramite ITINERA, il progetto valorizza e capitalizza i risultati dei progetti INTENSE, RETRALAGS, GRITACCES, GIREPAM, ISOS, ITINERA, MARE DI AGRUMI, ITACA, CIEVP, VIVIMED, PROMETEA, SMARTIC, STRATUS, RACINE, ITINERA ROMANICA+, NEPTUNE, CAMBIO VIA

PARTNERS DI PROGETTO

- Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Cagliari
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Genova
- Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale et Métropolitain e du Var
- Chambre de Commerce et d'Industrie de la Haute-

CorseBUDGET

TOTALE COMPLESSIVO	Euro 499,499
BUDGET CONCESSO AL CAPOFILA CCIAA CAOR	Euro 124,845

Progetto "Azioni comuni di consulenza e assistenza per la crescita competitiva delle imprese della piccola pesca artigianale"

PREMESSA

Il Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca (FEAMP) annovera tra i suoi obiettivi la promozione di una pesca e di una acquacoltura competitive, redditizie e sostenibili sotto il profilo ambientale, oltreché socialmenteresponsabili e finalizzate ad uno sviluppo territoriale equilibrato ed inclusivo delle zone di pesca e acquacolturasostenibile, nonché l'attuazione della Politica Marittima Integrata (PMI) dell'Unione in modo complementare rispetto alla politica di coesione e alla Politica Comune della Pesca (PCP).

Il progetto affidato dalla camera di commercio alla realizzazione del Centro Servizi si trova a valle di un accordosottoscritto tra l'Unioncamere e la Direzione Generale della pesca marittima e dell'acquacoltura del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari Forestali e del Turismo (d'ora in avanti Direzione), per la realizzazione di "Azioni comuni di consulenza e assistenza per la crescita competitiva delle imprese della piccola pesca artigianale" funzionali alla misura 1.27 – "Servizi di consulenza" della priorità I (Promuovere una pesca sostenibile sotto il profilo ambientale, efficiente in termini di risorse, innovativa, competitiva e basata sulle conoscenze), di cui all'art. 6 del Reg. UE n. 508/2014, da attuare nell'ambito del Programma Operativo NazionaleFEAMP 2014-2020 (di seguito PO FEAMP), in conformità al Piano d'Azione per lo Sviluppo, la Competitività e laSostenibilità della Pesca Costiera Artigianale.

Nel progetto sono compresi gli obiettivi, le attività e i risultati attesi dalle azioni frutto della collaborazione tra il sistema camerale e la Direzione, ovvero dalla messa a fattor comune delle competenze, delle esperienze, del know-how e delle relazioni con gli attori delle filiere interessate, a beneficio dei territori e delle imprese. Entrambe le pubbliche amministrazioni hanno obiettivi comuni di tutela e valorizzazione delle imprese e dei prodotti agroalimentari e svolgono, per questi settori, attività istituzionali che possono trovare sinergie nella realizzazione di comuni servizi di interesse pubblico.

Attraverso la collaborazione con il sistema camerale, la Direzione ha a disposizione la rete del Sistema Camerale dislocata nei territori. Nello specifico, il territorio coinvolto è l'intera Sardegna. La CCIAA di Cagliari e Oristano opera per la promozione delle economie locali, come importante punto di riferimento per le imprese di tutti i settori produttivi e per i consumatori, in grado di veicolare sul territorio di riferimento le politiche nazionali e di essere strumentalmente funzionali ad aumentare l'efficacia e gli effetti attesi dalle iniziative dell'Amministrazione. Inoltre, il Sistema camerale mette a disposizione le informazioni sulle imprese, presenti nel Registro Imprese

detenuto dalle Camere di commercio, nonché le funzioni di tutela del consumatore e della fede pubblica, vigilanza e controllo sulla sicurezza e conformità dei prodotti e sugli strumenti soggetti alla disciplina della metrologia legale, rilevazione dei prezzi e delle tariffe, rilascio dei certificati di origine delle merci e documenti per l'esportazione, in quanto specificamente previste dalla legge, e le funzioni di sostegno e promozione della competitività delle imprese e dei territori.

Dal canto suo la Direzione mette a disposizione attività/strumenti che a titolo esemplificativo e non esaustivo si riferiscono a:

- dati statistici di esclusiva proprietà del Ministero in materia di pesca e piccola pesca artigianale;
- supporto alla ricognizione tecnica e normativa di settore;
- studi di settore di esclusiva proprietà del Ministero relativi alla materia della pesca e dell'acquacoltura;
- supporto tecnico-scientifico attraverso l'organizzazione di gruppi di lavoro tesi ad approfondire

questioni
specifiche o di natura prettamente operativa.

OBIETTIVI DI PROGETTO

Obiettivo del progetto è quello di promuovere la pesca sostenibile e la crescita competitiva degli operatori dell'piccola pesca artigianale attraverso l'attivazione di una rete di "acceleratori d'impresa" per l'erogazione di servizi di consulenza e assistenza tecnica volti a favorire in chiave competitiva e sostenibile la razionalizzazione dei processi produttivi, organizzativi e di commercializzazione dei prodotti ittici. L'obiettivo è rispondente e coerente all'art.27 del Reg. UE n. 508/2014, che mira al soddisfacimento della priorità 1 del FEAMP 2014-2020 (priorità 1 - Promuovere una pesca sostenibile sotto il profilo ambientale, efficiente in termini di risorse, innovativa, competitiva e basata sulle conoscenze).

Obiettivi specifici sono:

1. assicurare agli operatori della piccola pesca artigianale, attraverso una rete nazionale di "acceleratori d'impresa", l'erogazione di servizi di consulenza e assistenza tecnico-specialistica per la formazione professionale, l'acquisizione di nuove competenze e l'apprendimento permanente;
2. assicurare a gruppi d'impresa omogenei, attraverso la rete degli "acceleratori d'impresa", l'erogazione di servizi di consulenza e assistenza tecnico-specialistica per la sperimentazione e l'adozione di modelli aggregativi che consentano alle imprese di convergere su obiettivi di crescita comuni e di generare attività complementari di integrazione al reddito;
3. assicurare l'erogazione di servizi di assistenza e supporto nella valutazione di fattibilità di progetti inerenti i percorsi di crescita promossi dagli "acceleratori d'impresa" e potenzialmente ammissibili al sostegno nell'ambito del Capo I del Regolamento FEAMP.

PIANO DELLE ATTIVITA'

Il piano da realizzare è articolato in quattro linee di attività collegate tra loro sinergicamente:

1. organizzazione di un "acceleratore d'impresa" per l'erogazione di servizi di consulenza e assistenza tecnico-specialistica;
2. progettazione di servizi di consulenza e assistenza tecnico-specialistica dedicati ad un miglior posizionamento competitivo degli operatori della piccola pesca artigianale, alla promozione coordinata di modelli aggregativi e allo sviluppo di attività complementari d'integrazione al reddito;
3. attivazione della rete nazionale di "acceleratori d'impresa" e dei connessi servizi di consulenza e assistenza tecnico-specialistica;
4. attività di monitoraggio e rendicontazione.

Per lo svolgimento delle attività, ci si avvarrà di fornitori di beni e servizi, compresi quelli delle Aziende speciali e delle Società in house (in particolare: Dintec Srl, Isnart Scpa e Sicamera Srl), seguendo le modalità previste dalla normativa vigente in materia di Codice degli Appalti (Dlgs 50/2016 e successive modifiche).

Progetto "Voucher per Taxi e NCC"

Alla realizzazione del Progetto è stato chiamato a collaborare il Centro Servizi promozionali per le imprese dalla Camera di Commercio di Cagliari e Oristano.

Si tratta di un progetto affidato dalla Regione Sardegna, Centro regionale di programmazione, al sistema camerale sardo (capofila la CCIAA di Sassari). Consiste nella erogazione di contributi di ristoro, nella misura di euro 4.000 per ogni impresa di taxi ed NCC, connesse alle perdite di esercizio dovute all'emergenza Covid.

La dotazione complessiva assegnata alle tre Camere è di euro 4.000.000 milioni. Ciascuna Camera di Commercio gestirà la fase istruttoria sino all'assegnazione del voucher di ristoro.

A fronte del servizio reso è prevista la corresponsione di un corrispettivo che sarà fatturato dall'Azienda Speciale.

Progetto "Voucher per Agenti di Commercio, Operatori dello Spettacolo, Gestori di discoteche"

Il Progetto è stato affidato alla gestione operativa del Centro Servizi promozionali per le imprese dalla Camera di Commercio di Cagliari e Oristano.

Si tratta di un progetto affidato dalla Regione Sardegna, Centro regionale di programmazione, al sistema camerale sardo (capofila la CCIAA di Sassari). Consiste nella erogazione di contributi di ristoro, nella misura di euro 4.000 per ogni impresa di taxi ed NCC, connesse alle perdite di esercizio dovute all'emergenza Covid.

La dotazione complessiva assegnata alle tre Camere è di euro 4.000.000 milioni. Ciascuna Camera di Commercio gestirà la fase istruttoria sino all'assegnazione del voucher di ristoro.

A fronte del servizio reso è prevista la corresponsione di un corrispettivo che sarà fatturato dall'Azienda Speciale.

Utilizzo di spazi del quartiere fieristico per eventi e iniziative realizzate dalla Camera di Commercio.

La Giunta camerale, con deliberazione n. 44 del 19 giugno 2020, ha adottato l'indirizzo politico per l'utilizzo di spazi presso l'Azienda Speciale Centro servizi Promozionali per le Imprese per inserendo nel contributo annuale

un importo aggiuntivo forfettario pari a € 7.500,00 corrispondente al costo medio a tale scopo sostenuto dall'ente camerale negli ultimi tre anni, con possibilità di adeguamento, qualora si rendesse necessario.

Organizzazione diretta di manifestazione fieristiche e altri eventie di gestione degli spazi del quartiere fieristico

Nel corso dell'anno 2022



- A) E' parzialmente ripartita la programmazione delle manifestazioni espositive e fieristiche sino a una chiara individuazione delle modalità di tipo organizzativo di gestione delle emergenze COVID.

Tuttavia, sono in corso alcune trattative per la realizzazione di eventi in cogestione con soggetti privati, tra cui:

- 1) Festival dell'Ambiente. Evento annuale sul tema dello sviluppo sostenibile. Un'occasione di incontro tra tutte le parti sociali tesa a sensibilizzare l'intera comunità sul grave momento che vive l'ambiente. L'iniziativa potrebbe essere organizzata nell'autunno.
- 2) Job Meeting. Tradizionale evento di incontro tra domanda e offerta di lavoro organizzato in Fiera dalla Regione Sardegna Autonoma della Sardegna.

- B) Per quanto attiene poi la gestione del Centro Congressi, degli spazi e dei padiglioni del quartiere fieristico, mentre risultano sospesi gli eventi e congressi, anch'essi fortemente condizionati dalla presenza di vincoli e limitazioni dovute all'emergenza da COVID, si è ritenuto di procedere ad accordi con la Regione Sardegna per l'utilizzo di alcune infrastrutture fieristiche.

In particolare: sono stati sottoscritti contratti di servizio per la concessione di spazi funzionali destinati alle seguenti finalità:

- 3) Protezione civile regionale per stoccaggio DPI e materiali vari connessi alla gestione dell'emergenza epidemiologica (Pad B e Pad E);
- 4) ATS Sardegna per gestione servizi di distribuzione di farmaci, sia per logistica che per servizi connessi (uffici, guardiania, pulizia) Pad L.
- 5) ATS per hub vaccinali e servizi connessi (Pad D, e Pad G).

- C) A seguito dello sblocco dei concorsi pubblici sono, inoltre, programmate numerose concessioni di spazi fieristici (Palazzo dei Congressi) a beneficio di Comuni, Aziende ospedaliere, Regione Sardegna, ATS.

Promozione di eventi culturali e musicali all'interno del compendio fieristico per l'estate 2022

Sono in corso di definizione specifici accordi di collaborazione istituzionale con Regione Sardegna e con il Comune di Cagliari per la organizzazione in Fiera di eventi di spettacolo promossi e finanziati dalla Regione stessa.