

PROPOSTA PIANO DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PROGRAMMATE PER L'ESERCIZIO 2018

INTRODUZIONE

In conformità a quanto previsto dall'art. 2, comma 5 della legge 29 dicembre 1993, n. 580, così come modificata dal D.Lgs. 25 novembre 2016, n. 219 che 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*”, la Giunta della Camera di Commercio di Cagliari ha adottato la deliberazione n. 109 del 20 dicembre 2017, con la quale ha impartito all'Azienda speciale Centro Servizi Promozionali per le Imprese l'indirizzo politico affinché predisponga e presenti un piano complessivo di attività e di iniziative strumentali al perseguimento delle finalità istituzionali della Camera di Commercio, coerente con le finalità aziendali descritte nell'art. 2 dello Statuto dell'Azienda e in linea con il programma di attività camerale illustrato nella Relazione previsionale e Programmatica 2018, comprensivo anche delle attività e dei progetti di supporto alle funzioni istituzionali dell'Ente camerale.

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, dall'analisi della R.P.P. 2018, 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:

A. Istituzionale Riforma – integrazione organizzativa tra la Camera di Commercio e l’Azienda Speciale:

1. Supporto (istruttorio e tecnico-operativo) nei procedimenti gestiti dall’Area anagrafico-economica e alla segreteria dell’organismo di mediazione;
2. Supporto agli uffici camerali pianificazione economico finanziaria, controllo di gestione e organizzazione, provveditorato, servizi tecnici e sicurezza, affari istituzionali e trasparenza, comunicazione biblioteca e archivio.

B. Servizi alle Imprese, legalità e sviluppo del territorio:

- I. Progetti finanziati con l’incremento del 20% del diritto annuale (cd. “Progetti Calenda”):
 1. Progetto “Punto impresa digitale” (PID)
 2. Progetto “Orientamento al Lavoro / Alternanza scuola lavoro”
 3. Progetto “Destinazione Sardegna”
- II. Progetti promozionali, anche in partnership con altri soggetti istituzionali per lo sviluppo e la promozione del turismo:
 1. Progetto ItinERA – Itinerari eco turistici in rete per accrescere la competitività delle PMI e la qualità dei servizi
 2. Progetto “promozione della Sardegna turistica”
 3. Progetto “S’Impresa”
 4. ICE Export Lab Sardegna 2° Edizione
 5. Realizzazione di progetti comuni di cui al Protocollo d’intesa stipulato tra la Camera di Commercio di Cagliari e la Regione Autonoma della Sardegna;
 6. Utilizzo di spazi del quartiere fieristico per eventi e iniziative realizzate dalla Camera di Commercio;
 7. Organizzazione diretta di manifestazioni fieristiche e altri eventi di spettacolo;
 8. Gestione del Centro Congressi.

PROGETTI E INIZIATIVE PROGRAMMATE

A. Istituzionale Riforma – integrazione organizzativa tra la Camera di Commercio e l’Azienda speciale.

A.1.a SUPPORTO (ISTRUTTORIO E TECNICO-OPERATIVO) NEI PROCEDIMENTI DELL’AREA ANAGRAFICO-ECONOMICA

CENTRO SERVIZI PROMOZIONALI PER LE IMPRESE

AZIENDA SPECIALE

Camera di Commercio Cagliari

Viale Diaz, 221 – 09126 Cagliari, Italy

Tel +39 070 3496.1 Fax +39 070 3496.310

info@csmiprese.it - www.csmiprese.it

P.I./C.F. 03011440926

L'attività del Registro Imprese riguarda prevalentemente la ricezione, l'istruttoria e l'evasione delle pratiche inviate telematicamente da parte degli utenti, imprenditori e professionisti del settore (Notai, Dottori commercialisti e Agenzie di servizi). Il progetto consiste nel supportare alcune attività prestate dal Servizio, parziali rispetto alla globalità di quelle fornite agli utenti predetti, strumentali al raggiungimento/mantenimento di un adeguato rapporto temporale tra l'acquisizione delle pratiche e la loro evasione. Il progetto riguarda quindi l'espletamento di attività mediante l'ausilio di personale dipendente dell'Azienda Speciale, opportunamente e preliminarmente formato, con lo scopo principale di:

- contribuire ad aumentare la media del numero delle pratiche lavorate del Registro Imprese, diminuendo al contempo i tempi della loro evasione
- consentire il potenziamento delle attività affidate al personale camerale per il miglioramento dei rapporti con l'utenza (p.e: funzioni di sportello assistito, realizzazione di programmi di formazione continua per rispondere efficacemente alle novità legislative di settore; assistenza alle start-up innovative).

Di seguito le principali attività ricomprese nel progetto, da svolgersi sempre secondo le linee operative indicate dalla Camera di Commercio:

1. Istruttoria, gestione delle sospensioni e delle correzioni, data entry ed evasione dei bilanci e degli elenchi soci inviati telematicamente o su supporto informatico
2. Archiviazione ottica degli atti cartacei del Registro delle Imprese
3. Bollatura e vidimazione dei libri sociali
4. Cancellazioni d'ufficio
5. Gestione dello Sportello polifunzionale (Cassa – Visure – Certificati)

Per quanto attiene le risorse di personale che saranno impiegate, queste sono quantificate in n. 6 risorse umane FTE (*full time equivalent*).

A.1.b SUPPORTO (ISTRUTTORIO E TECNICO-OPERATIVO) NEI PROCEDIMENTI DELL'AREA REGOLAZIONE DEL MERCATO E GIUSTIZIA ALTERNATIVA

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, e Arbitrato, attraverso la Camera Arbitrale).

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

Le attività della Camera Arbitrale consistono nella:

- gestione dei procedimenti arbitrali, amministrati, su istanza di parte
- gestione dei procedimenti arbitrali, non amministrati, nella sola fase di supporto alla nomina dell'arbitro/arbitri da parte del Presidente della Camera di Commercio
- caricamento dei dati degli arbitri
- gestione delle fatture elettroniche/prestazioni/ occasionali per il pagamento degli onorari agli arbitri
- attività di segreteria della Camera Arbitrale a supporto del Consiglio Arbitrale,
- emissione delle fatture cartacee a fronte dei pagamenti corrisposti all'Ente da parte degli attori del procedimento arbitrale da riversare agli Arbitri a titolo di onorario

Di seguito le principali attività di segreteria della Mediazione, ricomprese nel progetto, da svolgersi sempre secondo le linee operative indicate dalla Camera di Commercio:

1. Assistenza nelle sale degli incontri di mediazione programmati
2. Attività di gestione della fase finale dell'incontro nei rapporti con la Segreteria dell'organismo (pagamenti, deposito verbali, fotocopiatura atti, informazioni generali sullo stato della pratica delle procedure da espletare, gestione agenda incontri programmati sul sistema "Conciliacamera")
3. Aggiornamento dei *file excel* relativi alle schede nominative riportanti i dati relativi a tutti i 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 e elenchi da pubblicare
7. Protocollazione in entrata (GEDOC) 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 riferiti a 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.

Come già previsto dall’Ordine di servizio n. 11 del 20 ottobre 2017 dell’allora Direttore dell’Azienda Speciale, dott. Camurri, le attività saranno erogate in specifici ed esclusivi spazi individuati, che la Camera di Commercio ha deciso di mettere a disposizione dell’Azienda Speciale in occasione della riunione della Giunta camerale del 23 febbraio 2018 (assegnazione in uso gratuito in conformità a quanto disposto dall’art. 69 del DPR 254/2005)

FABBISOGNO FORMATIVO.

Al fine di consentire l’acquisizione delle competenze professionali necessarie al personale dell’Azienda dedicato alle attività di progetto, è previsto un adeguato periodo di attività formativa specifica (corsi e seminari di approfondimento sia sulla disciplina normativa del settore e sia sulle procedure dei sistemi informativi InfoCamere), con momenti di confronto con lo stesso personale camerale adibito al servizio, nonché di affiancamento con lo stesso.

QUADRO ECONOMICO.

Costi del personale (8 risorse *full time equivalent* x 12 mesi) € 324.826,54

A.2 INTEGRAZIONE ORGANIZZATIVA DELL’AZIENDA SPECIALE IN FUNZIONI ASSOCIATE A SUPPORTO DEGLI UFFICI CAMERALI.

La Giunta della Camera di Commercio, con deliberazione n. 12 del 4 novembre 2016, ha avviato un percorso di razionalizzazione del sistema camerale locale sia attraverso l’aggiornamento della macro organizzazione camerale sia 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 tale quadro, viene prevista una riconversione di ruoli/attività/competenze dei dipendenti per consentire la gestione diretta interna delle attività fino a quel momento esternalizzate e/o per coprire esigenze e criticità di specifici uffici, valorizzando l’integrazione e il principio di “rotazione”, e consentire quindi nel medio periodo un “ampliamento” delle competenze professionali e la conseguente flessibilità/interscambiabilità. 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 garantire la piena funzionalità e operatività della medesima Azienda (anche attraverso processi di riqualificazione del personale per un suo coinvolgimento e una sua valorizzazione nel processo di cambiamento in atto a seguito della riforma del sistema camerale).

E’ in questo contesto che si inserisce il progetto proposto, nell’ambito delle linee di indirizzo strategiche riferibili all’area di intervento “Istituzionale Riforma”, contenute nella R.P.P. per

CENTRO SERVIZI PROMOZIONALI PER LE IMPRESE

AZIENDA SPECIALE

Camera di Commercio Cagliari

Viale Diaz, 221 – 09126 Cagliari, Italy

Tel +39 070 3496.1 Fax +39 070 3496.310

info@csmiprese.it - www.csmiprese.it

P.I./C.F. 03011440926

l'esercizio 2018, proseguendo nel percorso già tracciato l'anno precedente e attuato in via sperimentale nel corso del 2017, per la gestione di funzioni associate mediante la partecipazione attiva e diretta del personale dell'Azienda speciale a supporto degli Uffici camerali della ragioneria (pianificazione economico finanziaria), controllo di gestione e personale, provveditorato, servizi tecnici, sicurezza, comunicazione, affari istituzionali e trasparenza.

Di seguito le principali attività di supporto ai servizi camerali, ipotizzabili nella gestione delle funzioni associate:

- Collaborazione con gli uffici di pianificazione economico-finanziaria nella predisposizione delle bozze del documento previsionale annuale e del Bilancio d'esercizio
- Supporto nella gestione delle fatture elettroniche
- Collaborazione nella predisposizione e nell'aggiornamento del Piano delle performance, verifica sul raggiungimento degli obiettivi con specifico riferimento alle attività dell'Azienda speciale
- 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.)
- Supporto e 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)
- Supporto nelle fasi successive all'aggiudicazione di appalti pubblici, propedeutiche alla stipula e predisposizione delle bozze dei contratti d'appalto, trasmissione delle comunicazioni obbligatorie sugli affidamenti dei contratti pubblici attraverso il portale ANAC
- Supporto all'ufficio tecnico camerale e collaborazione per gli interventi di efficientamento degli impianti delle sedi camerali
- Supporto e collaborazione nella gestione della sicurezza nei luoghi di lavoro, eventuale svolgimento dell'incarico di Responsabile della sicurezza, prevenzione e protezione (R.S.P.P.) ai sensi del D. Lgs. 81/2008, anche della Camera di Commercio
- Collaborazione nelle azioni comuni e piano di comunicazione nell'ambito della gestione integrata di rete del sistema camerale, Azienda speciale e partecipate (So.G.Aer.)
- Collaborazione alla predisposizione degli atti amministrativi, verbali, deliberazioni e determinazioni degli Organi camerali, nell'ambito della gestione delle attività e funzioni associate;



- Supporto nella pubblicazione dei contenuti del sito web istituzionale, in particolare di atti e aggiornamento delle pubblicazioni obbligatorie, atti e documenti della sezione Amministrazione trasparente, compreso il supporto alla formazione dei file di dati e informazioni a pubblicazione obbligatoria in formato aperto (XML).

Per quanto attiene le risorse di personale che s'intende dedicare alle attività di supporto agli uffici e servizi camerali per le funzioni associate, si prevede di destinare n. 7 risorse umane interne, in quota parte di un terzo dell'orario di lavoro, corrispondenti a n. 2,33 FTE (*full time equivalent*).

FABBISOGNO FORMATIVO

Dall'esame delle competenze professionali del personale interno che, una volta individuato, potrà essere dedicato alle attività di progetto, emerge la necessità di procedere all'adeguamento delle competenze professionali al momento possedute, e all'acquisizione della conoscenza dei processi adottati nei servizi camerali, mediante un adeguato periodo di affiancamento con il personale camerale preposto ai diversi servizi e, parallelamente, mediante specifica attività formativa attraverso aggiornamenti e approfondimenti in materia di contratti pubblici, trasparenza, sicurezza.

QUADRO ECONOMICO.

Costi del personale (2,33 risorse *full time equivalent* x 12 mesi) € 109.344,18

B. Servizi alle Imprese, legalità e sviluppo del territorio.

B.I. Progetti finanziati con l'incremento del 20% del diritto annuale.

La legge 29 dicembre 1993, n. 580, come modificata dal D. Lgs. 25 novembre 2016, n. 219, all'art. 18 comma 10, prevede che il Ministro dello sviluppo economico, su richiesta di Unioncamere, 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 2017 – 2018 – 2019, l'incremento del diritto annuale fino ad un massimo del 20%, per il finanziamento dei progetti "Punto Impresa Digitale" e "I Servizi di orientamento al lavoro e alle professioni", predisposti sulla base di specifiche indicazioni fornite da Unioncamere nazionale, e "Destinazione Sardegna", elaborato dalle Camere di Commercio sarde in accordo con la Regione Autonoma della Sardegna. Ciascuno dei progetti è finanziato a livello locale da una quota complessiva del 20% di incremento del diritto annuale dovuto dalle Imprese, così ripartito: Punto Impresa Digitale per il 10%, Servizi di Orientamento al Lavoro e alle Professioni per il 4% e Destinazione Sardegna il restante 6%. I tre progetti sono stati recepiti dal Consiglio della Camera di Commercio di Cagliari con deliberazione n. 1 del 27 marzo 2017.

1. Progetto Punto Impresa Digitale (P.I.D.).

Nel mese di settembre 2016, il Ministero dello Sviluppo economico ha annunciato il “*Piano Nazionale Industria 4.0 – Investimenti, produttività ed innovazione*”. Si tratta di un’iniziativa che introduce anche in Italia una strategia nazionale sul tema della quarta rivoluzione industriale dopo quanto avviato negli Stati Uniti, in Germania e in molti altri paesi, europei e non. Il Piano prevede 5 direttrici strategiche di intervento, raggruppate in direttrici “chiave” (investimenti innovativi e competenze), di “accompagnamento” (infrastrutture abilitanti e strumenti pubblici di supporto) e “orizzontali” (*governance ed awareness -consapevolezza*), nella quale si colloca il presente progetto di realizzazione dei Punti Impresa Digitale (PID). Pur essendo orientato verso la manifattura, il Piano adotta tra le sue linee-guida il principio della neutralità tecnologica e quello di interventi di tipo orizzontale, e non settoriale. E’ infatti evidente come industria, servizi, consumatori siano sempre più collegati tra loro, dando origine a modelli di business, processi e prodotti nuovi secondo modalità che segnano il definitivo tramonto del modello lineare di innovazione che, per decenni, ha guidato gran parte delle scelte di *policy* a favore di quello che è definito come “ecosistema dell’innovazione”, di cui anche la Pubblica Amministrazione è parte integrante. Un aspetto, quello della trasversalità del digitale, che non sfugge al Piano Industria 4.0, e che ha indotto il Ministero dello sviluppo economico a richiedere alle Camere di Commercio di realizzare un intervento a favore non soltanto di tutti i settori economici – dall’agricoltura all’industria, dall’artigianato al terziario di mercato e ai servizi – ma anche delle imprese, anche di più piccola dimensione, incluse quelle individuali, e dei professionisti. La risposta delle Camere è costituita dalla realizzazione di un network di punti informativi e di assistenza alle imprese sui processi di digitalizzazione, i Punti Impresa Digitale, le cui caratteristiche salienti sono di seguito descritte.

Il sistema camerale svolge, tra le sue funzioni istituzionali, così come anche confermate dalla recente riforma, di supporto allo sviluppo imprenditoriale e alla sua competitività; per questo, intende affrontare in modo organico il tema della diffusione della cultura e della pratica dell’economia digitale, specie nelle situazioni (dimensionali, territoriali e settoriali), nelle quali si verificano asimmetrie informative o d’offerta.

Il Piano Industria 4.0, l’Agenda Digitale e gli altri programmi nazionali e regionali in materia di innovazione digitale rappresentano il quadro di riferimento nell’ambito del quale si inserisce l’iniziativa dei Punti Impresa Digitale.

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 digitalizzazione delle imprese.

I Punti Impresa Digitale sono dunque strutture localizzate presso le Camere di Commercio, dedicate alla diffusione della cultura e della pratica del digitale nelle imprese di tutti i settori economici, in cui il network di punti “fisici” è affiancato da una rete “virtuale” che opera con un’ampia gamma di strumenti digitali: siti specializzati, forum e community, social media.

Destinatario del progetto sono le imprese di qualsiasi dimensione e settore economico, nonché i professionisti.

Un obiettivo di particolare rilevanza per i PID è costituito dalla crescita della consapevolezza delle imprese sulle soluzioni possibili offerte dal digitale e sui loro benefici.

Ciò implica non solo un processo a carattere informativo, ma anche una forma di partecipazione diretta (passando dal “toccare con mano” le possibili soluzioni a forme di collaborazione “attiva” in *workshop e living labs*) e di assistenza nella fase di implementazione degli interventi (execution).

Le fasi del processo di *awareness* sono quindi collegate al grado di coinvolgimento dell’impresa:

- informazione e sensibilizzazione sui temi (tipicamente attraverso eventi, seminari, servizi di desk)
- consapevolezza del proprio posizionamento sui temi del digitale, attraverso forme di autovalutazione, a partire dal modello sul grado di maturità digitale in corso di predisposizione da parte del MISE, fino a valutazioni di tipo organizzativo e di mercato tarate sulle caratteristiche dell’impresa, in particolare sulla sua dimensione e sul settore di mercato in cui opera
- verifica di esempi concreti e di *best-practice* che assumono il valore di *benchmark* di riferimento e che costituiscono elementi di stimolo all’adozione di innovazioni
- decisione sulla necessità di realizzare interventi e, quindi, di individuare soggetti in grado di assistere l’impresa nella fase di esecuzione
- partecipazione a momenti di sperimentazione condivisi, anche in collaborazione-competizione con le altre imprese, nei quali l’impresa non recepisce solo soluzioni ma è soggetto propositivo
- elaborazione di progetti condivisi con altri partner fino a prefigurare soluzioni comuni (es. reti d’impresa, adozione di standard e protocolli condivisi) e proposte anche alle istituzioni

Il coinvolgimento delle imprese è fortemente dipendente dalla capacità delle Camere di Commercio di effettuare una azione costante e diretta su target di imprese da informare sulle iniziative attivate dal PID. Per questo motivo, vengono messi in campo alcuni specifici strumenti di supporto, tra cui la piattaforma CRM e la figura del *Digital Promoter*.

I PID effettuano quattro servizi principali:

- Servizi informativi di supporto al digitale, all’innovazione, e l’Agenda Digitale
- Assistenza, orientamento e formazione sul digitale
- Interazione con i *Competence Center* e le altre strutture partner nazionali e regionali (associazioni, partner tecnologici, strutture ed iniziative regionali, laboratori, ITS, ecc.)

- Servizi specialistici per la digitalizzazione, in collaborazione con le Aziende speciali e le altre strutture del Sistema camerale.

Per erogare questi servizi, presso ogni Punto Impresa Digitale sono presenti risorse professionali (Digital promoter e personale formato sui temi del digitale), materiali (locali ed attrezzature) e immateriali (materiali video e multimediali, banche dati, *library informative*, *campagne di promozione del network*).

In ciascuna Camera di Commercio, e dunque anche in quella di Cagliari, sarà presente almeno un Punto Impresa Digitale, con le caratteristiche sopra riportate, integrato nell'organizzazione della Camera e con un possibile coordinamento anche a livello regionale.

BUDGET DI PROGETTO

Per quanto concerne nello specifico la Camera di Commercio di Cagliari, le risorse destinate per ciascun anno del periodo 2017 – 2018 – 2019 corrispondono all'importo di € 382.876,22 pari ad un incremento del 10% dell'importo di introiti del diritto annuale attualmente previsti per la Camera, così ripartiti:

- Costi interni € 116.500,00 (per la Camera saranno da considerare anche questi costi esterni poiché riferiti al personale del CSPI)
- Costi esterni € 199.272,18
- Spese generali (7%) € 22.104,05
- Voucher € 45.000,00 (da erogare alle imprese, a carico della Camera)

Le unità di personale di provenienza CSPI che saranno impiegate nella realizzazione di questo progetto sono quantificate in n. 2,5 risorse umane FTE (*full time equivalent*).

2. I Servizi di Orientamento al Lavoro e alle Professioni.

La legge di riforma del sistema camerale, attuata con il Decreto Legislativo 25 novembre 2016, n. 219, ha assegnato alle Camere di Commercio, tra le altre, 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, le Regioni e l'Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro (ANPAL) attraverso:

- la tenuta e gestione del Registro nazionale per l'Alternanza Scuola-Lavoro, sulla base di accordi con MIUR e MLPS
- la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze, in particolare acquisite in contesti non formali e informali, e nell'ambito dei percorsi di alternanza scuola-lavoro



- il supporto all'incontro domanda-offerta di lavoro, attraverso servizi informativi anche a carattere previsionale, volti a favorire l'inserimento occupazionale e a facilitare l'accesso delle imprese ai servizi dei Centri per l'Impiego, in raccordo con l'ANPAL
- il sostegno alla transizione dalla scuola/dall'università al lavoro, attraverso l'orientamento e lo sviluppo di servizi, in particolare telematici, a supporto dei processi di *placement* svolti dalle Università

Alla luce:

- delle funzioni attribuite alle Camere di Commercio per orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione coi soggetti pubblici e privati competenti
- dell'istituzione del Registro nazionale per l'Alternanza Scuola-Lavoro per collegare e integrare istituzioni scolastiche e mondo del lavoro
- del protocollo di collaborazione stabile e continuativa tra il sistema delle Camere di Commercio 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

risulta dunque ancora più necessario rafforzare le competenze del sistema camerale su questi temi.

E' necessario infatti garantire alle imprese maggiori possibilità di reperire persone, professionalità e competenze necessarie per la loro attività, favorendone così la crescita. A chi studia, a chi cerca un lavoro ma anche a chi è già occupato, occorre invece offrire maggiori opportunità di sviluppare quelle conoscenze, competenze ed esperienze utili per migliorare la propria "occupabilità".

Per le Camere di Commercio si tratta, nel concreto, di utilizzare il proprio patrimonio informativo per costruire e alimentare una piattaforma integrata nazionale che serva da riferimento per imprese, lavoratori e operatori, quale strumento propedeutico per favorire efficaci interventi di politica attiva del lavoro. Le Camere di commercio possono in tal modo costituire un importante punto di riferimento per la raccolta di informazioni, la predisposizione di chiavi di lettura dei fenomeni osservati, l'indicazione delle principali sofferenze e dei punti di forza del mercato del lavoro locale, per essere interlocutrici degli interlocutori e degli operatori, pubblici e privati, con i quali condividere i giacimenti informativi disponibili.

Strumenti come il sistema informativo Excelsior, come il portale Filo, e come lo stesso registro delle Imprese costituiscono dunque mezzi imprescindibili per il raggiungimento di questo obiettivo: una rete diffusa in grado di collegare tutti i diversi attori (persone, scuole, imprese, agenzie per il lavoro, enti locali, ecc..) e capace di promuovere e sviluppare, con azioni concrete ed efficaci, la filiera che dalla scuola arriva al lavoro, generando benefici attesi per i principali destinatari:

- per i giovani: maggiori opportunità per migliorare la propria occupabilità in un contesto sempre più dinamico e competitivo
- per le imprese: maggiore facilità di accesso a risorse, professionalità e competenze per operare, competere, innovare e svilupparsi.



Alla base del network da sviluppare ci dovrà, pertanto, essere la ricognizione continua della domanda di competenze, della disponibilità a ospitare tirocini formativi, della domanda di assunzioni espressa dalle imprese profit e non profit del territorio; e, dall'altra parte, la disponibilità di curricula ben strutturati grazie al lavoro puntuale con le scuole e le università per "incrociare" efficacemente la domanda di competenze.

Per animare questo network sarà necessario strutturare un apposito ufficio/servizio con personale adeguatamente qualificato e quotidianamente impegnato per:

- contattare/incontrare le imprese del territorio, al fine di 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 approfondire la domanda di competenze delle imprese e aiutare l'incontro con imprese ed enti per lo svolgimento di tirocini in alternanza (e simili), per supportare la realizzazione di progetti di comune interesse, per favorire il *placement*

Asse portante dell'operazione è l'evoluzione e l'integrazione delle piattaforme camerali già esistenti (RASL ed Excelsior) nella direzione di un'unica piattaforma nazionale di *matching* - da realizzare con il supporto di Infocamere e organizzata per partizioni territoriali - aperta al mondo delle imprese e al mondo dell'alternanza, fruibile per chi studia e/o cerca lavoro, per le imprese, le scuole, per gli operatori dei sistemi di formazione ed istruzione.

Lo schema di servizio poggia sui seguenti fattori:

- definizione di un set di servizi minimi, a erogazione obbligatoria e coperti dal diritto annuale di base, risultato di un bilanciamento tra i fabbisogni dell'utenza camerale, la *mission* del sistema camerale e le caratteristiche dimensionali delle singole camere;
- declinazione di una serie di servizi e strumenti aggiuntivi, non compresi nel set minimo e coperti dall'incremento del diritto annuale ("Calenda") che, ancorché di indubbia utilità per le politiche attive del lavoro, sono da considerarsi erogabili solo in funzione di risorse aggiuntive.

I SERVIZI AGGIUNTIVI (quelli che interessano in questo contesto) andranno personalizzati da ciascuna Camera in funzione delle specifiche esigenze dei territori e delle caratteristiche socio-economiche degli stessi, al fine di rispondere al meglio alle caratteristiche proprie dei bacini di utenza.

Tali servizi sono sinteticamente così riassumibili:

- erogazione di voucher rivolti alle micro, piccole e medie imprese che partecipano a percorsi di alternanza scuola lavoro, volti a favorire la progettazione di percorsi "di qualità". Tale attività comprende la gestione dei bandi di selezione, la relativa attività di coordinamento delle



imprese, la gestione amministrativa e finanziaria dei voucher stessi. L'acquisto dei voucher è previsto in capo alla Camera di Commercio

- integrazione di tutte le basi informative attualmente disponibili nel sistema camerale, allo scopo di rendere fruibile a tutti gli operatori istituzionali un patrimonio pressoché unico di conoscenze e competenze da destinare alle politiche attive del lavoro in una piattaforma di *matching*
- gestione delle attività e dei servizi connessi alla gestione della piattaforma, con riferimento ai processi di informazione, orientamento, formazione, alternanza, *placement*, da profilare a livello locale in funzione delle specificità territoriali
- sviluppo dei “*network* territoriali” con imprese, università, scuole, ITS, poli tecnico professionali, altri enti di formazione, uffici scolastici provinciali, CPI e agenzie del lavoro, enti locali, associazioni imprenditoriali, associazioni sindacali, per favorire la co-progettazione di percorsi di alternanza scuola-lavoro e tirocini formativi universitari di qualità e per sostenere processi efficaci di transizione scuola-università-lavoro;

DIMENSIONAMENTO ECONOMICO DEI SERVIZI AGGIUNTIVI

Per quanto concerne nello specifico la Camera di Commercio di Cagliari, le risorse destinate ai servizi aggiuntivi per ciascun anno del periodo 2017 – 2018 – 2019 corrispondono all'importo di € 153.274,60 pari ad un incremento del 4% dell'importo di introiti del diritto annuale attualmente previsti per la Camera, così ripartiti:

- | | |
|-----------------------|---|
| • Costi interni | € 75.000,00 (per la Camera saranno da considerare anche questi costi esterni poiché riferiti al personale del CSPI) |
| • Costi esterni | € 17.780,00 |
| • Spese generali (7%) | € 6.494,60 |
| • Voucher | € 54.000,00 (da erogare alle imprese partecipanti ai percorsi di alternanza scuola lavoro – a carico della Camera) |

Le unità di personale di provenienza CSPI che saranno impiegate nella realizzazione di questo progetto sono quantificate in n. 2 risorse umane FTE (*full time equivalent*).

3. Progetto “Destinazione Sardegna”.

In considerazione del ruolo strategico riconosciuto al comparto turistico per lo sviluppo dell'economia della Sardegna, le quattro Camere di Commercio sarde hanno elaborato e condiviso il progetto denominato “Destinazione Sardegna”. Si tratta di un'idea progettuale finalizzata a qualificare, integrare e coordinare tutte le componenti che caratterizzano l'offerta di un territorio: enogastronomia, ricettività, artigianato, prodotti locali e ambiente, al fine di creare un sistema di offerta integrata credibile e concorrenziale, favorendo al contempo la nascita di forti legami tra i produttori di qualità del comparto agroalimentare locale e il sistema dell'offerta turistica. Animare in

chiave turistica le filiere del territorio, anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie, promuovere l'eccellenza dei prodotti agroalimentari e dei servizi offerti dal turismo ed infine prolungare e dare impulso al turismo anche nei periodi che tendenzialmente sono di bassa stagione, attraverso la proposta di eventi e manifestazioni nei siti di interesse enogastronomico, oltre che archeologico, architettonico e naturalistico.

Gli obiettivi principali del progetto sono:

- Promuovere la Sardegna sotto gli aspetti legati al patrimonio culturale ed etnografico
- Effettuare la promozione verso Paesi i cui flussi turistici verso la Sardegna sono in aumento anche in linea con i collegamenti aerei
- Consolidare mercati esistenti
- Rafforzare i flussi verso la Sardegna anche da parte di altre Regioni Italiane
- Contribuire a destagionalizzare i flussi turistici anche mediante offerte fruibili nel corso di tutto l'anno
- Affiancare le Imprese nel compito di realizzare prodotti turistici richiesti dal mercato ma ancora non perfettamente rispondenti all'offerta sarda
- Implementare sistemi di promozione turistica in linea con gli obiettivi dell'economia 4.0 anche in collaborazione con Enti di ricerca

Le azioni che saranno avviate verso l'esterno, attraverso un progetto di marketing e comunicazione, prevedono educational tour indirizzati al trade, workshop fra buyers stranieri e italiani e sellers sardi, press tour indirizzati alla stampa estera e italiana, partecipazione a manifestazioni promozionali in ambito nazionale.

Le azioni indirizzate alle imprese (ricettività, servizi e agroalimentare), prevedono preliminarmente il monitoraggio sulla qualità dei servizi e produzioni resi al turista e l'attuazione di un sistema incentivante per l'adeguamento/incremento della qualità complessiva (riconoscimento migliori imprese/prodotti), la realizzazione dello storytelling, l'individuazione dei canali ottimali di promozione, il coinvolgimento degli operatori nelle azioni promozionali anche attraverso le reti tra operatori di servizi turistici e produttori di qualità.

Il piano di comunicazione sarà attuato attraverso la predisposizione e divulgazione di comunicati stampa sulle principali testate giornalistiche locali, la diffusione di immagini, filmati e registrazioni audio di promozione del patrimonio enogastronomico, culturale, ambientale e paesaggistico, l'implementazione e diffusione di strumenti digitali per promuovere le diverse iniziative progettuali anche mediante social network.

I partner istituzionali:



- Associazioni imprenditoriali e di rappresentanza
- Istituti di Ricerca
- Enti Regionali (Isre, Laore)
- Film Commission
- Associazioni culturali
- Musei e altri poli culturali

I risultati attesi:

- Implementazione dei flussi turistici provenienti dai nuovi mercati
- Consolidamento dei mercati tradizionali
- Profilazione di nuovi prodotti turistici
- Allargamento del gruppo di imprese coinvolte nell'offerta turistica
- Creazione di nuovi strumenti per la promozione turistica

Agire in partnership con la Regione Sardegna garantisce l'identificazione comune degli elementi da promuovere, l'ottimizzazione delle azioni da svolgere, la razionalizzazione dei mezzi, il miglioramento della rete degli stakeholders e favorisce la continuità delle azioni.

BUDGET DI PROGETTO

Per quanto concerne nello specifico la Camera di Commercio di Cagliari, le risorse destinate per ciascun anno del periodo 2017 – 2018 – 2019 corrispondono all'importo di € 229.716,22 pari ad un incremento del 6% dell'importo di introiti del diritto annuale attualmente previsti per la Camera, così ripartiti:

- | | |
|-----------------------|--|
| • Costi interni | € 100.000,00 (per la Camera saranno da considerare anche questi costi esterni poiché riferiti al personale del CSPI) |
| • Costi esterni | € 114.688,06 |
| • Spese generali (7%) | € 15.028,16 |

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

1. Progetto ItinERA – Itinerari eco turistici in rete per accrescere la competitività delle PMI e la qualità dei servizi.

Il Progetto è finanziato dal Programma INTERREG P.O. Marittimo e realizzato in partenariato dalle Camere di Commercio di Cagliari, della Maremma e del Tirreno, di Genova, di Bastia, del VAR, dalla Regione Autonoma della Sardegna – Assessorato del Turismo, Centralabs soc. consortile a.r.l., Gip Fipan. Il Centro Servizi Promozionali per le Imprese agisce in qualità di organismo strumentale della Camera di Commercio di Cagliari, partner di progetto, mediante un contratto di fornitura di servizi.

La sfida comune di ItinERA riguarda il potenziamento delle realtà imprenditoriali presenti nelle 5 regioni partner grazie alle aumentate possibilità di crescita derivanti dalla valorizzazione turistica dell'area in chiave sostenibile. Obiettivo generale è quello di contribuire ad aumentare la competitività internazionale delle PMI operanti nelle 5 regioni nell'ambito dell'eco-turismo.

Al fine di affrontare la sfida individuata, ItinERA:

- sviluppa Linee Guida (LG) per una certificazione di qualità eco-turistica comune alle 5 regioni dell'area, propedeutica alla nascita di un marchio eco-turistico unico dello spazio del Marittimo;
- sviluppa e promuove una nuova rete di itinerari eco-turistici tematici a carattere sovranazionale, conformi ai requisiti di qualità previsti nelle LG;
- offre programmi di formazione e crescita alle PMI del settore turistico per il raggiungimento degli standard di qualità previsti;
- promuove eventi d'incontro tra operatori pubblici e privati volti alla nascita di processi di governance pubblico-privata dell'offerta eco-turistica.

Primi beneficiari sono le PMI, i tour operators e le compagnie di crociera operanti nell'area di cooperazione, nonché potenzialmente l'intera area stessa, grazie a: creazione di valore, nascita di nuovi attrattori turistici, sviluppo del tessuto imprenditoriale e crescita occupazionale.

L'aumentata consapevolezza e sensibilità rispetto al tema dell'impatto ambientale e sociale che il Turismo ha sui territori ha prodotto un crescente interesse da parte di operatori (PMI), amministrazioni (PA) e turisti verso forme di turismo di qualità più sostenibili e responsabili.

Mediante la stesura di Linee Guida (LG) comuni per un marchio eco-turistico condiviso, e con la cooperazione dei soggetti pubblici e privati aderenti, ItinERA sviluppa e promuove nuovi itinerari tematici eco-turistici a carattere sovranazionale, su tematiche comuni alle 5 regioni dell'area di cooperazione. Ne risulta una rete sovranazionale di eco-itinerari tematici integrati conformi a stabiliti requisiti di qualità e sostenibilità e quindi riconoscibili dal turista che si sposta tra le regioni.

LG e itinerari divengono un efficace strumento di promozione turistica consentendo di valorizzare l'offerta e il potenziale turistico dell'intera area insieme ad una sua crescita sostenibile.

Le analisi dei territori e il censimento delle attrattive ambientali e culturali consentono di acquisire una conoscenza profonda delle aree in termini di potenziale turistico, accessibilità trasportistica ed esigenze di sviluppo. L'analisi delle specificità produttive/imprenditoriali, attuata per mezzo di indagini dirette alle PMI con il supporto delle CCI competenti, permette di analizzare lo stato di salute delle imprese e metterne a fuoco i bisogni formativi.

Lo studio dello stato dell'arte EU su norme e marchi di qualità eco-turistici consente di mettere in luce punti di forza e di debolezza delle pratiche esistenti e definire esigenze e criteri per lo sviluppo di un marchio unico. Sulla base degli elementi acquisiti, le LG, redatte attraverso un processo partecipato con il supporto di tutti i partners, definiscono gli standard di qualità applicabili, i requisiti di accessibilità da soddisfare e le modalità da rispettare per la vendita di servizi/prodotti eco-turistici di qualità nell'area d'azione.

La formazione e-learning forma le PMI partecipanti su procedure e requisiti da soddisfare per raggiungere gli standard qualitativi in ambito eco-turistico. Workshops per PMI e PA, con scambi transfrontalieri di operatori pubblici sulle buone pratiche, incentivano nuovi processi di governance pubblico-privata dell'offerta eco-turistica e promuovono i nuovi itinerari eco-turistici a carattere sovra-nazionale.

Il portale web funge da vetrina per gli eco-itinerari e le LG. L'approccio adottato per la sua visione sistemica va oltre le pratiche attualmente in uso nell'area di intervento: il partenariato si propone di affrontare le varie attività in modo cooperativo su temi nei quali generalmente prevale un approccio locale. Living Lab e workshop incentivano l'interazione tra soggetti per la creazione di nuove opportunità di crescita comuni e garantiscono gli scambi transfrontalieri di buone pratiche. Formazione e-learning e piattaforma web garantiscono ulteriori aspetti d'innovazione.

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PROGETTO.

- A) Migliorare il livello qualitativo dei servizi offerti dalle PMI operanti nell'ambito eco-turistico: ItinERA punta sulla qualità dei servizi/prodotti eco-turistici offerti dalle imprese nei territori dello spazio di cooperazione attraverso la definizione di standard di qualità eco-turistica comuni alle 5 regioni. Obiettivo è avere entro fine progetto almeno 50 imprese (10 per regione) informate sui vantaggi di aderire al disciplinare di qualità definito nelle LG;
- B) Migliorare le competenze delle PMI su standard di qualità eco turistici: ItinERA incide sulla formazione delle imprese turistiche operanti nell'area al fine di fornire alle stesse gli strumenti necessari al raggiungimento degli standard di qualità previsti. Obiettivo è avere entro la fine del progetto almeno 25 imprese (5 per regione) che prendono parte al programma di formazione superando positivamente la prova di verifica finale.
- C) Aumentare il potenziale attrattivo dei territori dell'area di cooperazione: ItinERA valorizza e promuove i territori dello spazio di cooperazione mediante lo sviluppo di nuovi prodotti eco-

turistici di qualità a carattere transfrontaliero. Obiettivo è avere entro fine progetto almeno 2 itinerari eco-turistici in rete, rispondenti ai requisiti definiti dalle LG e che coinvolgono tutte e 5 le regioni, adeguatamente promossi all'utenza turistica.

QUADRO ECONOMICO

Come indicato nella precedente illustrazione, il progetto è interamente finanziato da fondi comunitari, nello specifico dal Programma INTERREG P.O. Marittimo. Per l'anno 2018 le risorse destinate alle attività progettuali ammontano a complessivi € 216.911,98, così ripartiti:

a) Attività rinviate al 2018 (inizialmente programmate nel 2017)

- Costi esterni € 47.400,00 (attività della CCIAA di Cagliari non delegate al CSPI)

b) Attività programmate nell'esercizio 2018

- Costi interni € 4.213,14 (personale camerale e costi generali)
- Costi esterni € 165.298,84 (di cui per attività delegate al CSPI € 53.698,84)

2. Progetto "promozione della Sardegna turistica".

A seguito di un accordo fra Unioncamere Sardegna e Assessorato regionale del turismo, le CCIAA di Nuoro ed il Centro Servizi di Cagliari, sono stati incaricati di svolgere un'attività di promozione della Sardegna turistica presso i principale mercati esteri. L'attività comprende: l'individuazione dei mercati più promettenti, l'organizzazione di eventi di presentazione, la cura dei rapporti con la stampa, la raccolta dei follow up e attività di coordinamento fra le sollecitazioni raccolte e l'Assessorato Regionale del Turismo.

Le spese delle attività ed i rimborsi spese delle persone che collaborano al Progetto sono totalmente coperte dal finanziamento della Regione Autonoma della Sardegna.

Inoltre è prevista anche una percentuale per il Centro Servizi a titolo di compenso per il lavoro svolto dal funzionario addetto al Progetto.

3. Progetto "S'Impresa"

L'obiettivo generale del progetto "S'impresa" è così sintetizzabile: "Stimolare le capacità latenti e favorire la creazione di imprese nel settore Agrifood, attraverso la messa in campo di idee innovative e in grado di rilanciare il territorio e coinvolgere la collettività"

Se il progetto riuscirà a diffondere tra i giovani sardi la cultura d'impresa, stimolando la progettualità locale per rilanciare il territorio e con positive ricadute sulle diverse Province, il progetto avrà sicuramente raggiunto il suo scopo. I partecipanti, alla fine del progetto, saranno in grado di utilizzare i Business Plan formulati e gli altri strumenti di progettazione per ideare e mettere in pratica un'attività imprenditoriale nel settore Agrifood.

CENTRO SERVIZI PROMOZIONALI PER LE IMPRESE

AZIENDA SPECIALE

Camera di Commercio Cagliari

Viale Diaz, 221 – 09126 Cagliari, Italy
Tel +39 070 3496.1 Fax +39 070 3496.310
info@csmiprese.it - www.csmiprese.it
P.I./C.F. 03011440926

L'approccio che si intende utilizzare è di tipo induttivo-proattivo ovvero, stimolare la riflessione dei partecipanti sul loro ruolo nella società e sull'importanza del coinvolgimento e della valorizzazione del territorio del Campidano nella costruzione di nuove opportunità di sviluppo. Favorire lo spirito di iniziativa, fornendo gli strumenti idonei all'analisi di settore per la creazione di imprese nel settore Agrifood consapevole ed adeguata al contesto naturalistico e produttivo.

L'impatto del progetto è dunque non solo un aumento di startup nel settore Agrifood, ma soprattutto l'incremento qualitativo legato ad una maggiore consapevolezza del ruolo dell'imprenditore dell'economia agricola e della conoscenza di tutti gli strumenti necessari per la creazione di imprese destinate a generare valore.

4. ICE Export Lab Sardegna 2^a Edizione

OBIETTIVI

La Regione Autonoma della Sardegna ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane organizzano un percorso formativo denominato ICE Export Lab, destinato ad un massimo di 50 micro, piccole e medie imprese, Consorzi, Reti di impresa e ATI formalmente costituite; le imprese saranno divise in 2 gruppi facenti riferimento alle due sedi del corso (Cagliari e Sassari).

Con la partecipazione ad ICE Export Lab Sardegna, le imprese avranno l'opportunità di sviluppare le loro conoscenze e competenze tecnico-manageriali, con l'obiettivo di accrescere il loro business e la competitività sui mercati esteri.

TARGET DI RIFERIMENTO

MPMI manifatturiere che soddisfano i seguenti requisiti di ammissibilità e settoriali indicati nel bando.

ATTIVITA'

Il corso, della durata di circa 9 mesi, si articolerà in tre fasi:

1^a fase - Formazione in aula.

Si svolgerà a partire dal mese di gennaio 2018 nelle due sedi di Cagliari e Sassari e si svilupperà in moduli formativi della durata di 1 o 2 giorni ciascuno, con cadenza settimanale (orientativamente il giovedì intera giornata e il venerdì mezza giornata) per un impegno complessivo di circa 3 mesi. Verranno affrontate le principali tematiche relative ai processi di internazionalizzazione d'impresa (pratica dell'export, marketing internazionale, web marketing & e-commerce, business plan, tecniche di commercio estero, contrattualistica, pagamenti internazionali ecc.). Le imprese partecipanti dovranno assicurare la presenza ad almeno il 70% delle ore di lezione frontale. I beneficiari dovranno

inoltre partecipare ad almeno tre dei moduli ritenuti fondamentali. Sono previste esercitazioni pratiche e test di verifica.

2^a fase - Affiancamento.

Per le imprese che hanno frequentato con profitto la formazione in aula, seguirà un affiancamento personalizzato da parte di esperti di internazionalizzazione di comprovata esperienza, registrati nella banca dati docenti di ICE-Agenzia. L'affiancamento ha l'obiettivo di pervenire a un check-up per verificare l'efficacia dei processi aziendali e successivamente prevede l'elaborazione di un progetto strategico di penetrazione in un mercato prescelto (export business plan).

3^a fase - Incubazione all'estero.

Le imprese che hanno portato a termine le prime due fasi del percorso formativo potranno rendere operativo il progetto di penetrazione del mercato prescelto. Il supporto fornito dagli analisti di mercato della Rete Estera di ICE-Agenzia consentirà infatti alle imprese di sondare le opportunità di business e di collaborazione tecnologica (con indagini di mercato, sondaggio prodotto, ecc.) ed eventualmente di avviare azioni commerciali (incontri B2B, partecipazioni ad eventi, ecc).

LUOGO E DATA DI SVOLGIMENTO

Cagliari e Sassari, dal mese di gennaio 2018 per nove mesi circa

COLLABORAZIONE CON IL CENTRO SERVIZI PROMOZIONALI PER LE IMPRESE

Per la sede di Cagliari l'ICE-Agenzia ha conferito al Centro Servizi Promozionali per le Imprese l'incarico per il supporto e la gestione dei servizi tecnico-organizzativi.

Le lezioni saranno suddivise in n. 8 Moduli, per un totale di 16 giornate dal 25 gennaio 2018 al 16 marzo 2018 nei giorni di giovedì (9.00-13.00/14.00-17.00) e venerdì (14.00-18.00).

L'ICE Agenzia corrisponderà al Centro Servizi Promozionali per le Imprese un compenso pari a € 16.000,00 + IVA.

5. Progetto "Latte nelle scuole A.S. 2017 – 2018".

Il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali ha chiesto all'Unioncamere, con l'intento di coinvolgere maggiormente il mondo produttivo, di avviare una collaborazione istituzionale finalizzata a realizzare il Programma "Latte nelle scuole".

Si tratta, in particolare, di una iniziativa che si inserisce nella più ampia "Strategia nazionale del Programma destinato alle scuole in Italia per il periodo 1 agosto 2017 - 31 luglio 2023", che il Ministero ha condiviso in Conferenza Stato-Regioni il 6 luglio 2017 e che prevede di coinvolgere un elevato numero di scuole primarie dei capoluoghi delle Regioni e delle Province autonome di

Bolzano e Trento, con la distribuzione di alcuni prodotti lattiero-caseari agli studenti, unitamente ad attività di informazione sui prodotti stessi e di sensibilizzazione su una corretta alimentazione.

Una iniziativa che si svolge contemporaneamente in tutta Europa e che riveste un ruolo di rilevante importanza economica e sociale, perché ha l'obiettivo di fronteggiare il notevole calo della domanda (circa il 20%), che sta colpendo la filiera lattiero-casearia, una delle più importanti filiere del nostro paese, con conseguenze fortemente negative per le imprese e per i lavoratori dell'agricoltura, dell'industria e del commercio.

Il Ministero coordinerà le attività di distribuzione dei prodotti nelle scuole che aderiranno al Programma, mentre il Sistema camerale è chiamato a curare le attività di informazione e promozione a livello centrale e di animazione a livello locale. Le azioni di comunicazione e promozione saranno svolte a livello nazionale – curate direttamente da Unioncamere anche attraverso Si.Camera – e le azioni di animazione saranno realizzate a livello territoriale, nelle città capoluogo delle Regioni e delle Province Autonome di Bolzano e di Trento.

L'accordo con il Ministero prevede che le attività locali siano svolte dalle Camere di Commercio, preferibilmente nelle loro sedi, così da dare la giusta visibilità al sistema camerale. Dovranno essere realizzati eventi in ogni città capoluogo, tra i mesi di febbraio e maggio 2018, in stretto raccordo con le Regioni e le Province Autonome, anche per creare le opportune sinergie con altre iniziative istituzionali in corso.

In particolare, dovrà essere avviato un piano di animazione locale prevedendo:

- 1) un convegno a livello regionale, incentrato sul rilievo economico-sociale della filiera lattiero-casearia, sulle produzioni del territorio ed il consumo dei prodotti (con richiami anche agli aspetti nutrizionali e salutistici), da tenersi 20/30 giorni prima dell'evento finale "latte days";
- 2) l'evento "latte days", della durata di 2/3 giorni (venerdì, sabato ed eventualmente domenica mattina), da realizzare tra i mesi di marzo e maggio 2018, nel corso del quale i visitatori - soprattutto insegnanti, bambini e loro genitori - possono migliorare la conoscenza dei processi produttivi degli alimenti, comprendere il valore della filiera lattiero-casearia, attraverso attività ludiche e di constatazione diretta, degustazione e assaggio di più prodotti, testimonianze di produttori ecc. L'idea è di realizzare una piccola fiera sul latte e sul suo utilizzo come prodotto e come materia prima, dando rilevanza all'intera filiera produttiva.

In questa occasione andranno coinvolti i media locali per dare ampia visibilità all'iniziativa e, nella organizzazione, le rappresentanze di filiera di livello regionale, i produttori locali, alcuni esperti nutrizionisti e i dirigenti scolastici.

Il budget di spesa a disposizione della Camera sarà di circa 15.000,00 Euro, proporzionato in base al numero di studenti della città capoluogo, che potenzialmente saranno coinvolti dal Programma,

secondo le stime effettuate dal Ministero e tenendo conto che parte delle spese per i materiali da utilizzare a livello locale saranno sostenute a livello centrale.

Tale importo sarà a copertura dei soli costi esterni per fornitori di beni e servizi (comprese le Aziende Speciali), da spendere e rendicontare entro il 30 giugno 2018. Sono esclusi e non rendicontabili i costi del personale e le spese generali della Camera, trattandosi di collaborazione istituzionale che sia l'Unioncamere, sia le Camere di Commercio assicurano al Ministero.

Il progetto verrà realizzato dai referenti dell'Azienda Speciale Centro Servizi Promozionali per le Imprese.

6. Realizzazione di progetti comuni di cui al Protocollo d'intesa stipulato tra la Camera di Commercio di Cagliari e la Regione Autonoma della Sardegna.

In data 1° dicembre 2016 tra la Camera di Commercio di Cagliari e la Regione Autonoma della Sardegna – Direzione generale per la Comunicazione della Presidenza è stato siglato un protocollo d'intesa finalizzato alla realizzazione di attività comuni negli spazi e locali del quartiere fieristico volte ad accrescere il livello di competitività del territorio e delle imprese della Sardegna con le azioni di comunicazione e presenza istituzionale della RAS agli eventi organizzati di volta in volta nel quartiere fieristico, potenzialmente in grado di coinvolgere allo stesso tempo numerosi partecipanti e raggiungere un pubblico diversificato. La Camera di Commercio, nella sua macro organizzazione di nuova formulazione, resa necessaria in particolare a seguito della riorganizzazione dei servizi camerali per effetto della riforma delle Camere di Commercio, demanda all'Azienda Speciale Centro Servizi Promozionali per le Imprese, suo organismo strumentale, ogni attività inerente le fasi attuative, dei progetti e attività promozionali camerali facenti capo al protocollo d'intesa.

Attraverso il conseguente contratto, stipulato in data 22 dicembre 2016 con la Camera di Commercio, la Regione Autonoma della Sardegna ha stanziato la somma complessiva di € 226.000,00 IVA inclusa per il triennio 2016 – 2018, per la realizzazione delle attività e iniziative comuni. Per l'anno 2018 è stato già realizzato a gennaio il progetto di partecipazione della Regione Sardegna al Sardinian Job Day.

7. 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 2017, 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 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.

8. Organizzazione diretta di manifestazione fieristiche e altri eventi / Gestione del Centro Congressi.

Nel corso dell'anno 2018, sono programmati i seguenti convegni / manifestazioni fieristiche ed altri eventi:

ATTIVITA'/EVENTO DESCRIZIONE	Data Evento
JOB DAY	24-25 GENNAIO 2018
ANTEPRIMA FIORI E SPOSE FIERA WEDDING	27-28 GENNAIO 2018
LIONS Mascherina d'Oro Carnevale di beneficenza	11 FEBBRAIO 2018
MOVIMENTO 5 STELLE Convention politica	19 FEBBRAIO 2018
S&M Spettacolo Musicale Concerto Caparezza	20 FEBBRAIO 2018
EXPO' CINOFILA CITTA' DI CAGLIARI	24-25 FEBBRAIO 2018
PARANORMAL CIRCUS Spettacolo circense	3 MARZO 2018
OFFICINA ISCOLA Mostra convegno obiettivo di favorire il dibattito sul mondo dell'istruzione tra gli enti, le associazioni e gli imprenditori, per creare un luogo di incontro tra le scuole e le aziende del settore Ras	21-22 MARZO 2018
TUTTONORMEL INCONTRO TECNICO DEDICATO AD OPERATORI SETTORE IMPIANTISTICA	5-APRILE-2018
EM COMUNIKART MOSTRA CONVEGNO Alla sua 1a edizione, ha lo scopo di riunire e rappresentare l'ampia gamma di servizi e prodotti di cui tutte le imprese si avvalgono per le proprie attività, col fine di portare a conoscenza degli addetti ai lavori le novità del settore della comunicazione, marketing, cartoleria, ed orientare le potenzialità produttive delle aziende espositrici.	7-8 APRILE 2018



ATTIVITA'/EVENTO DESCRIZIONE	Data Evento
CENTRO MISSIONARIO DIOCESANO MANIFESTAZIONE RELIGIOSA	8 APRILE 2018
ASS.ASTER ORIENTA SARDEGNA SALONE DELL'ORIENTAMENTO UNIVERSITARIO E PROFESSIONALE DEDICATA AGLI STUDENTI DELL'ULTIMO ANNO DELLA SCUOLA SUPERIORE	10-12 APRILE 2018
TESTIMONI DI GEOVA Evento religioso	14/15 aprile 2018
CONVEGNO NAZIONALE UIL	18-21 APRILE 2018
SARDEGNA EXPO MEDITERRANEO Una fiera pensata per festeggiare insieme l'arrivo della primavera e per proporre le svariate categorie merceologiche che storicamente la Fiera della Sardegna ha ospitato. Una Fiera che vuole essere una festa che unisce alle celebrazioni di Sant'Efisio la visita allo storico quartiere fieristico di Cagliari. Un binomio inscindibile, una tradizione che va rinnovata e continuata a cui tutti i Sardi, e non solo, sono affezionati	24 Aprile /1 maggio
Media Group Convention aziendale	2-3 maggio 2018
OIC CONVEGNO NAZIONALE SICV&GIS	10-13 Maggio 2018
Agenzia Teatrale Olbia Spettacolo teatrale	19 maggio 2018
EVENTISSIMO	23-27 MAGGIO 2018
UNIONE CULTURALE ISLAMICA EVENTO RELIGIOSO	1 giugno 2018
MMVV CONVENTION	2 giugno 2018
TESTIMONI DI GEOVA	15-17 GIUGNO 2018
TESTIMONI DI GEOVA	22-24 GIUGNO 2018



ATTIVITA'/EVENTO DESCRIZIONE	Data Evento
TESTIMONI DI GEOVA	29-30 GIUGNO E 1° LUGLIO 2018
KASSIOPEA GROUP	SETT/OTT
TURISPORT Una grande "Festa dello Sport" di carattere esperienziale con il coinvolgimento diretto del pubblico che potrà partecipare attivamente cimentandosi con le diverse discipline presentate e promosse dalle federazioni sportive presenti alla manifestazione. Federazioni che, grazie al coordinamento del Coni Regione Sardegna verranno coinvolte nell'organizzazione di tornei ed eventi agonistici in programma durante i tre giorni di manifestazione.	5-7 OTTOBRE 2018
TESTIMONI DI GEOVA	13-14 OTTOBRE 2018
OSPITANDO SARDEGNA Un importante appuntamento per gli operatori del settore HO.RE.CA per confrontarsi con i fornitori e avere approfondimenti sui prodotti, tendenze e sulle nuove tecnologie.	Ottobre 2018
MOVE-MENTE Salone sulla Mobilità Sostenibile	Ottobre 2018
EXPO PET SALONE DEGLI ANIMALI DOMESTICI DEI PRODOTTI E DELLE ATTREZZATURE	Ottobre 2018
CON LE MANI E CON L'INGEGNO Fiera dedicata al mondo creativo e dei creatori del proprio ingegno Fiera dedicata al mondo creativo e dei creatori del proprio ingegno	OTTOBRE 2018



ATTIVITA'/EVENTO DESCRIZIONE	Data Evento
FIORI E SPOSE FIERA WEDDING	9-11 NOVEMBRE 2018
HAMUEY CONVENTION AZIENDALE	25-26 NOVEMBRE 2018
AMBIENTE CASA soluzioni abitative, nuove tecnologie per l'edilizia, domotica e risparmio energetico-energie alternative, servizi per la casa. Salone del mobile, del complemento d'arredo e del Design. Arredamento per esterni, da giardino, mostra florovivaistica. antiquariato, modernariato e restauro. Mercatino dell'usato. Consulenze tecniche, immobiliari e bancarie.	NOVEMBRE 2018
EXTRA SALONE TURISMO EXTRALBERGHIERO	17-18 NOVEMBRE 2018
SiCuReXpo Salone specializzato sulla sicurezza	NOVEMBRE 2018
ASS CULTURALE SCIRARINDI 8° edizione Festival dedicato alla scoperta della Sardegna naturale	25-25 NOVEMBRE 2018
38' FIERA NATALE un piccolo villaggio di Natale di qualità, che accoglie all'interno del quartiere fieristico una vasta scelta di prodotti artigianali, agroalimentari e idee regalo per tutti i gusti.	8-17 DIC 2018
CORTE APPELLO CAGLIARI Concorso esami per Avvocati 2016	11-13 dicembre 2018