

PROPOSTA PIANO DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PROGRAMMATE PER L'ESERCIZIO 2019

INTRODUZIONE

La Giunta camerale, con deliberazione n. 91 dell'11 dicembre 2018, ha approvato la propria Relazione Previsionale e Programmatica per l'anno 2019 che, al suo interno, contiene le linee di intervento delle Camere di Commercio di Cagliari e Oristano per il prossimo anno: infatti, a breve sarà concluso formalmente il processo di accorpamento tra i due richiamati Enti camerali.

Si tratta di 4 linee di intervento, comprendenti le 15 funzioni definite nella nuova mappatura dei processi camerali presentata a fine 2017 da Unioncamere nazionale: Imprese, Mercato, Territorio e Camera,

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. 2019, 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. Linea di intervento: IMPRESE

- Funzione C1 (Semplificazione e Trasparenza): supporto (istruttorio e tecnico-operativo) in alcuni procedimenti gestiti dall'Area Anagrafe Economica
- 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

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

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.

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 risorse umane FTE (*full time equivalent*).

FUNZIONE D2: SUPPORTO AL DIGITALE E 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 stato riconosciuto 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 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, deposito 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 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.

Per quanto attiene alle risorse di personale dipendente dell’Azienda, che saranno impiegate nella sopra richiamata attività, queste sono quantificate in n. 1 risorsa umana FTE (*full time equivalent*).

ASPETTI LOGISTICI DEGLI SPAZI DA UTILIZZARE

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 ammonta a € 285.983,48 (7 risorse *full time equivalent* x 12 mesi).

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 la 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 2019 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 capitoli, 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, ammonta a € 53.951,43 (3 risorse umane interne, in quota parte di un terzo dell'orario di lavoro, corrispondenti a n. 1 *full time equivalent* x 12 mesi).

.:.:.:.:.:.

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 2019 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

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 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, nonché “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%
- 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

FUNZIONE D2 (Digitalizzazione): supporto al digitale, all'innovazione e all'Agenda digitale (Impresa 4.0)

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.

Destinatarie 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 al 10% dell'incremento degli introiti del diritto annuale, come 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*).

FUNZIONE D4 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 la 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 sempre maggiori possibilità di reperire persone, professionalità e competenze fondamentali 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 a esse collegate
- incontrare e mantenere rapporti continuativi con tutte le scuole, con gli enti di formazione professionale e con le università del territorio, 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 a quello 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 di 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, il cui acquisto 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 all'utilizzo 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, sia per favorire la co-progettazione di percorsi di alternanza scuola-lavoro e tirocini formativi universitari di qualità, sia 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 al 4% dell'incremento degli introiti del diritto annuale, come 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*).

FUNZIONE D3 TURISMO E CULTURA

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 delle eccellenze isolate e il sistema dell'offerta turistica. Animare in chiave

turistica le diverse filiere del territorio, anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie; promuovere l'eccellenza dei prodotti agroalimentari e dei servizi offerti al turismo e dal turismo; prolungare e dare impulso al turismo anche nei periodi che tendenzialmente sono di bassa stagione, attraverso la proposta di eventi e di 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 *buyer* stranieri e italiani e *seller* sardi, *press tour* indirizzati alla stampa estera e italiana, partecipazioni a manifestazioni promozionali in ambito nazionale.

Le azioni indirizzate alle imprese (ricettività, servizi e agroalimentare) prevedono preliminarmente il monitoraggio sulla qualità dei servizi e delle 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 la 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 la 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 al 6% dell'incremento degli introiti del diritto annuale, come 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 |

Altri 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, capofila del 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 operator* 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 la maggiore sensibilità rispetto al tema dell'impatto ambientale/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 a 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 Camere di Commercio competenti per territorio, permette di analizzare lo stato di salute delle imprese e metterne a fuoco i bisogni formativi.

Lo studio dello stato dell'arte a livello europeo 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 *partner*, 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. *Workshop* 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 2019 le risorse destinate alle attività progettuali ammontano a complessivi € 138.292,36, così ripartiti:

- Costi esterni € 123.797,42 (attività della CCIAA di Cagliari non delegate al CSPI)
- Costi interni € 2.086,57 (personale camerale e costi generali)
- Costi esterni € 14.494,94 (attività delegate al CSPI)

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 principali 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 e 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.

L'approccio che si intende utilizzare è di tipo induttivo-proattivo, ovvero quello di 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 Pass

OBIETTIVI

La Regione Autonoma della Sardegna e l'ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane organizzano un percorso formativo denominato ICE Export Lab, destinato a 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) e, attraverso la partecipazione a ICE Export Lab Sardegna, 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.

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.

Saranno in tal senso organizzate Organizzazione 6 giornate di formazione e 2 giornate di incontri individuali.

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

TARGET DI RIFERIMENTO

M PMI manifatturiere che soddisfano i requisiti di ammissibilità e quelli di settore indicati nel bando.

5. Alternanza scuola-lavoro, orientamento al lavoro e placement – Fondo Perequativo 2015 – 2016 (prosecuzione).

Il progetto nasce con lo scopo di progettare e sperimentare percorsi di qualità per l'alternanza scuola lavoro e di realizzare attività e iniziative rivolte alle imprese al fine di incrementare le iscrizioni al RASL (Registro Nazionale per l'Alternanza Scuola Lavoro).

Obiettivi:

- progettare e sperimentare percorsi di qualità per l'alternanza scuola lavoro
- realizzare attività e iniziative volte a far crescere il numero delle imprese presenti sul RASL

Risultati attesi:

- Sperimentazione di esperienze e percorsi di alternanza scuola-lavoro
- Costruzione di reti e comunità di pratiche in materia di formazione in alternanza
- Mappatura e analisi delle buone pratiche di alternanza scuola-lavoro
- Valutazione, analisi dei risultati e modellizzazione
- Attività specifiche di comunicazione, promozione e sensibilizzazione presso imprese, no profit, enti e professionisti su accesso e utilizzo strumenti e servizi RASL
- Altri eventi e iniziative a carattere generale nel campo dell'alternanza scuola lavoro: promozione e organizzazione di esperienze di affiancamento e osservazione diretta a fini orientativi.

Risorse disponibili per il progetto, derivanti dal Fondo Perequativo dell'Unioncamere 2015 – 2016, pari a € 17.500,00.

6. Sostegno all'export delle PMI – Fondo Perequativo 2015 – 2016 (prosecuzione)

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

Obiettivi:

- favorire l'avvio sui mercati esteri delle aziende che oggi non esportano
- rafforzare la presenza sui mercati esteri delle aziende che vi operano solo in maniera occasionale o limitata

Risultati attesi:

- Individuazione del target di riferimento
- Definizione della strumentazione di base per assessment, informazione e comunicazione
- Formazione degli Export Promoters camerati

Risorse disponibili per il progetto, a valere dal Fondo Perequativo dell'Unioncamere 2015 – 2016, pari a € 19.000,00.

6. Valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo – Fondo Perequativo 2015 – 2016 (prosecuzione).

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 gli organismi preposti. Le risorse, interamente coperte dal contributo del Fondo di Perequazione, sono gestite dalla Camera di commercio di Cagliari per le 4 Camere della Sardegna.

Obiettivi:

- programmare su base regionale analisi sugli ecosistemi delle destinazioni turistiche per realizzare una “mappa delle opportunità”
- effettuare un’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
- realizzare un evento di livello regionale per la presentazione dei primi risultati delle indagini realizzate

Risultati attesi:

- 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.

Risorse disponibili per il progetto, a valere dal Fondo Perequativo dell'Unioncamere 2015 – 2016, pari a € 42.700,00

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 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.

8. Organizzazione diretta di manifestazione fieristiche e altri eventi / Gestione degli spazi del quartiere fieristico

Nel corso dell'anno 2019

A) sono programmate le seguenti manifestazioni fieristiche:

- 1) 15^a edizione di “Fiori e Spose” 2019: Salone specializzato delle forniture e dei servizi per il matrimonio. “Fiori e Spose” prevede il coinvolgimento di tutti i settori produttivi di beni e servizi legati all'evento “Matrimonio”, in una esposizione classica. Non solo: prevede anche una serie di appuntamenti che, nel corso dell'evento, oltre che rendere più visibili i prodotti esposti, si pongono come allettante invito per i visitatori. Nel quartiere fieristico di Cagliari saranno presenti proposte di “*catering*”, di liste di nozze, di fiori e relative particolari composizioni, di autonoleggio, di arredamento, di “*beauty*”, di servizi fotografici. Ci saranno poi, molto importanti, gli “appuntamenti classici”, con defilé uomo-donna di abiti da cerimonia, e con spazi dedicati ai “Viaggi di Nozze”: un'occasione, quest'ultima, per promuovere la Sardegna quale *location* ideale non soltanto per la giornata del matrimonio ma anche per quella dei viaggi di nozze. In un'unica definizione: una perfetta e completa “Destinazione *Wedding*”.
- 2) 39° Turisport 2019: “Festa dello Sport” di carattere esperienziale, con il coinvolgimento diretto del pubblico, che parteciperà attivamente cimentandosi nelle diverse discipline sportive presentate e promosse dalle Federazioni sportive presenti alla manifestazione. E' previsto il diretto coinvolgimento del CONI Regione Sardegna, il quale coordinerà le Federazioni sportive regionali e nazionali aderenti nell'organizzazione di tornei ed eventi agonistici che verranno programmati durante i tre giorni di manifestazione. Altra valenza dell'evento fieristico, non meno importante, è quella che lo vede teso alla promozione del turismo attivo, prevedendo la creazione di aree di interesse specifico rivolto al turismo e alla



promozione territoriale, tale da intercettare non solo la popolazione locale e i turisti, ma anche gli operatori del settore.

- 3) Gusto in Fiera 2019: il tradizionale appuntamento di maggio legato alla festa di Sant'Efisio vedrà la realizzazione una grande manifestazione enogastronomica, che proporrà le tante specialità dedicate agli amanti del cibo, della tavola, della Sardegna. Sarà un'occasione rivolta ai sardi e ai tanti turisti per immergersi nella millenaria tradizione della nostra Isola: un'autentica festa di profumi e di sapori, con prodotti tipici, *street food*, laboratori, *show cooking* e spettacoli. Ci saranno due novità: la prima, l'allestimento di un salone dedicato alla filiera cerealicola del pane e della birra; la seconda, due giorni (feriali) di eventi e di workshop dedicati agli addetti ai lavori.
- 4) Sardegna Expo Mediterraneo 2019: manifestazione fieristica campionaria generale a carattere internazionale, che intende rappresentare quei settori che interessano l'economia della Sardegna, e che si svolgerà nel mese di ottobre. Per l'edizione 2019 sarà realizzata una rimodulazione degli spazi, con una migliore definizione dei settori merceologici, organizzando, all'interno della rassegna, i cosiddetti "Saloni specializzati". Sarà realizzato il "Salone delle eccellenze produttive del settore agroalimentare", quello dell'"Artigianato artistico di qualità della Sardegna" e il "Salone delle Start-Up". Ciò consentirà di caratterizzare meglio la manifestazione fieristica, attribuendole specificità e valorizzando al contempo i principali settori produttivi e imprenditoriali dell'Isola. Il tutto sarà collegato all'evento del "Prada Cup a Cagliari", durante il quale saranno in gara gli scafi che, nel 2021, andranno a partecipare alla Coppa America. L'evento sportivo si terrà nel prossimo ottobre, e sarà di grande impatto. Per questo motivo, rappresenterà un'importante occasione per la Sardegna di allungare la stagione turistica, oltre che di promuovere l'immagine dell'Isola in tutto il mondo: dunque, un'occasione da non perdere.
- 5) 38a edizione della "Fiera Natale": mostra mercato a carattere regionale dei prodotti agroalimentari, vitivinicoli e artigianali della Sardegna. La Fiera Natale è una manifestazione fieristica che ha il preciso compito di favorire la valorizzazione e la commercializzazione dei prodotti agroalimentari, vitivinicoli e dell'artigianato sardo. Essa è rivolta a tutte le aziende artigiane, agricole, casarie e vitivinicole. Nell'ambito dell'area espositiva e commerciale verranno allestite alcune mostre antologiche, strettamente attinenti al carattere peculiare della manifestazione e dei prodotti esposti. La rassegna è programmata nel periodo immediatamente precedente a quello natalizio, in un momento dunque di propensione ai consumi, nell'intento di avvicinare i visitatori alle produzioni tra le più qualificate dell'isola, in modo che diventino essi stessi consumatori di quei prodotti, e quindi più validi assertori e propagandisti degli stessi anche all'estero. Verrà inoltre data ampia visibilità al mondo dei bambini, dei loro desideri e delle loro curiosità, con spazi e attività a loro dedicati.

Altre manifestazioni fieristiche specializzate sono in corso di studio di fattibilità e di programmazione.



B) Per quanto attiene poi la gestione del Centro Congressi, degli spazi e dei padiglioni del quartiere fieristico, saranno realizzati eventi e congressi, in funzione delle richieste che potranno giungere da parte di terzi organizzatori.

Al momento, sono già stati programmati i seguenti eventi:

- 1) Sardinian Job Day 2019: evento organizzato in collaborazione con l'Agencia Sarda per le Politiche Attive del Lavoro, che si svolgerà nei giorni 24 e 25 gennaio 2019, per realizzare l'appuntamento dell'anno (e non solo a livello sardo) di orientamento alle professioni, nuove e tradizionali, dedicato all'incontro tra domanda e offerta di lavoro, volto a raccogliere i fabbisogni professionali e le opportunità offerte dal mercato del lavoro locale e nazionale. E' prevista la partecipazione di più di 25.000 persone
- 2) Extra 2019: salone nazionale del turismo extra alberghiero. EXTRA, che si svolgerà al Centro Congressi del quartiere fieristico dal 15 al 17 novembre 2019, vuole fornire un'occasione di incontro tra l'offerta della filiera produttiva dell'extra-alberghiero con la domanda dei proprietari o gestori di Appartamenti, Case vacanza, Ville, B&B, Affittacamere. In parallelo, durante le due giornate, saranno organizzati workshop formativi/informativi su temi importanti per il settore e un evento istituzionale in cui discutere sull'organizzazione e sulla governance di questo importante settore del turismo regionale
- 3) Scirarindi 2019: grande manifestazione dedicata alla scoperta e alla celebrazione della Sardegna naturale, che sarà realizzata nei primi 15 giorni di dicembre. E' un evento di grande partecipazione, dedicato ad argomenti di attuale interesse: l'economia etica e il consumo critico, la sostenibilità e i nuovi stili di vita, le produzioni alimentari, a Km. 0 e di qualità, la bioedilizia e la tutela dell'ambiente, il turismo consapevole, l'eco-cultura, la medicina olistica, le discipline bio-naturali, la ricerca interiore. E' un festival che, attraverso laboratori pratici, lezioni dimostrative, degustazioni, *atelier* creativi e consulenze individuali, vuole contribuire a diffondere in sardegna stili di vita naturali, sostenibili ed eco-compatibili.

9. Promozione di eventi culturali e musicali all'interno del compendio fieristico per l'estate 2019.

1. Contesto del progetto

Il progetto si colloca nell'ambito del processo di riqualificazione del compendio fieristico finalizzato a un utilizzo esteso all'intero arco dell'anno degli spazi e delle strutture mediante la rimodulazione degli spazi espositivi al coperto e nel piazzale, avviato con la sottoscrizione del protocollo d'intesa preliminare alla redazione dell'Accordo di programma per la riqualificazione della Fiera Internazionale della Sardegna, siglato in data 3 novembre 2017 tra la Regione Autonoma della Sardegna, la Città Metropolitana di Cagliari, il Comune di Cagliari, l'Autorità di Sistema Portuale del Mare di Sardegna e la Camera di Commercio di Cagliari. Nelle more del più ampio progetto di

riqualificazione attualmente in corso, è opportuno garantire la piena fruibilità degli spazi attualmente esistenti, rafforzando il legame tra complesso fieristico e cittadinanza, garantendone al contempo il pieno utilizzo. Nelle passate stagioni estive il Comune di Cagliari, al fine di garantire ai cittadini una adeguata offerta culturale, ha proceduto all'allestimento, in area di sua proprietà, di un'arena per l'effettuazione di spettacoli musicali, denominata Arena Grandi eventi S. Elia. In passato, e per diversi anni, anche l'Azienda Speciale Fiera, analogamente alle iniziative attuate dal Comune di Cagliari, nel corso degli anni ha utilizzato i propri spazi, ricompresi all'interno del complesso fieristico, per lo svolgimento di eventi musicali attraverso l'allestimento e la gestione di un'Arena all'aperto per gli eventi di spettacolo attiva durante i mesi estivi. Nell'anno 2018, è stato sottoscritto tra l'Azienda e il Comune di Cagliari – Assessorato alla Cultura, l'accordo di collaborazione per la promozione di eventi culturali e musicali all'interno del quartiere fieristico, tramite la realizzazione di un'arena eventi di cui l'Azienda Speciale ha curato l'allestimento, la gestione e l'assistenza. Il Comune di Cagliari, in conformità all'accordo stipulato, ha quindi trasferito all'Azienda Centro Servizi e negli spazi all'uopo allestiti all'interno del quartiere fieristico, tutti gli spettacoli musicali che fino alla data di stipula, erano stati già opzionati da parte degli organizzatori – promoter richiedenti. In conseguenza di tale accordo si sono svolti 7 eventi di spettacolo organizzati dai diversi promoter e con la partecipazione di artisti nazionali e internazionali.

2. Obiettivi.

In linea con gli accordi sottoscritti dalle diverse Amministrazioni volti alla riqualificazione della Fiera Internazionale della Sardegna, stante la necessità di razionalizzare le risorse pubbliche e, al contempo, continuando a garantire una adeguata offerta culturale, analogamente a quanto già avvenuto in passato, è stata valutata la possibilità di definire forme di collaborazione tra il Comune e l'Azienda speciale, al fine di realizzare gli eventi musicali estivi all'interno di un'unica area del compendio fieristico, ritenuta quella più idonea tra le possibili. Nelle more della definizione del più ampio progetto di riqualificazione sopra richiamato, è opportuno garantire la piena fruibilità degli spazi attualmente esistenti, rafforzando il legame tra complesso fieristico e cittadinanza, garantendone al contempo il pieno utilizzo. Agli eventi è riconosciuto un ruolo determinante nello sviluppo economico e sociale di un'area: sono infatti catalizzatori di sviluppo urbano, producono nuova visibilità ai territori, e generano all'interno delle città un clima di fiducia, di orgoglio di appartenenza e di riappropriazione simbolica.

Un grande evento è un potente comunicatore delle caratteristiche e delle potenzialità di un luogo. Grazie al forte impatto emozionale e visivo, diffonde la propria immagine sul luogo che lo ospita e trasmette a tutti i potenziali utenti coinvolti, direttamente o per via mediata, informazioni sugli elementi distintivi dell'area e della sua offerta territoriale.

Un grande evento, anche se si concentra in un periodo relativamente breve, aumenta la domanda di una serie di servizi accessori come alberghi, ristoranti, sistemi di trasporto, spettacoli, intrattenimenti, contribuendo allo sviluppo economico e relazionale delle figure commerciali e produttive del territorio.

L'esperienza positiva della passata stagione 2018, sarà ripetuta anche nell'anno 2019 e già sono giunte le prime opzioni per l'utilizzo dell'Arena concerti del quartiere fieristico da parte di promoter nazionali con artisti di fama internazionale:

- 1) Vasco Rossi: il concerto dell'artista si terrà nei giorni 18 e 19 giugno 2018 nell'Arena grandi eventi, allestita nel piazzale del quartiere fieristico. E' prevista una capienza massima di 30.000 spettatori.
- 2) Laura Pausini e Biagio Antonacci: il concerto dei due artisti si terrà il 1° agosto 2019 nell'Arena grandi eventi del quartiere fieristico. Anche per questo spettacolo è prevista la capienza di 30.000 spettatori.

Oltre ai due concerti degli artisti più famosi sopra richiamati, nell'Arena Teatro grandi eventi del quartiere fieristico, durante il periodo estivo (aprile – settembre) del prossimo anno, sono già stati programmati altri spettacoli, con capienza massima di circa 5.000 spettatori, con la partecipazione degli artisti: Alessandra Amoroso (17 aprile), Elisa (18 – 19 maggio). Altri, ancora in corso di acquisizione, saranno ospitati nell'arco della programmazione degli spettacoli dell'Estate 2019.

Sono inoltre nelle fasi finali di stesura alcuni progetti con la Regione Sardegna (Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio) e con il Comune, per la diffusione del *brand* della Sardegna e di Cagliari durante le manifestazioni/gli eventi sopra ricordati, finalizzata all'ampliamento della promozione turistica del territorio.