



Centro Servizi
per le Imprese

Camera di Commercio Cagliari

PROPOSTA PIANO DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE PROGRAMMATE

PER L'ESERCIZIO 2020

**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@csimprese.it - www.csimprese.it

INDICE

INTRODUZIONE	2
PROGETTI E INIZIATIVE PROGRAMMATE	5
LINEA DI INTERVENTO "IMPRESE"	5
FUNZIONE C1: SUPPORTO (ISTRUTTORIO E TECNICO-OPERATIVO) NEI PROCEDIMENTI DELL'AREA ANAGRAFE ECONOMICA	5
FUNZIONE D2: SUPPORTO AL DIGITALE, ALL'INNOVAZIONE E ALL'AGENDA DIGITALE (IMPRESA 4.0)	5
LINEA DI INTERVENTO "MERCATO"	6
FUNZIONE C2: SUPPORTO (ISTRUTTORIO E TECNICO-OPERATIVO) AI SERVIZI DI COMPOSIZIONE DELLE CONTROVERSIE (Mediazione)	6
LINEA DI INTERVENTO "CAMERA"	7
INTEGRAZIONE ORGANIZZATIVA DELL'AZIENDA SPECIALE IN FUNZIONI ASSOCIATE A SUPPORTO DEGLI UFFICI CAMERALI.	7
FUNZIONE A2: SUPPORTO AGLI ORGANI ISTITUZIONALI	8
FUNZIONE A3: SUPPORTO ALLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E VERSO L'UTENZA	8
FUNZIONE B2: SUPPORTO PER LE PROCEDURE FINALIZZATE ALL'ACQUISTO DI BENI E SERVIZI, E ALLA GESTIONE DEL PATRIMONIO	8
FUNZIONE D2: (Digitalizzazione): supporto al digitale, all'innovazione e all'Agenda digitale Progetto Punto Impresa Digitale (P.I.D.).	10
FUNZIONE D4: ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI	19
FUNZIONE D3: TURISMO E CULTURA	28
FUNZIONE D1: Internazionalizzazione	30
Altri Progetti promozionali, anche in partnership con altri soggetti istituzionali per lo sviluppo e la promozione del turismo.	41
Progetto M.A.R.E. – (Interreg)	41
2. Progetto ECOCIRCUS - ECONomia CIRColare per le Start up (Interreg)	44
Progetto INT.I.FO.P.O. (in corso di definizione con l'Assessorato dell'Industria)	47
Progetto "promozione della Sardegna turistica".	48
Cities of learning	49
Progetto Promozione e valorizzazione produzioni locali	51
ICE Export Pass	53
Sportello MicroCREDITO.	53
Alternanza scuola-lavoro, orientamento al lavoro e placement – Fondo Perequativo 2015 – 2016 (prosecuzione).	55
Sostegno all'export delle PMI	60
Politiche ambientali: azioni per la promozione dell'economia circolare	64
Utilizzo di spazi del quartiere fieristico per eventi e iniziative realizzate dalla Camera di Commercio.	67
Organizzazione diretta di manifestazione fieristiche e altri eventi / Gestione degli spazi del quartiere fieristico	67
Promozione di eventi culturali e musicali all'interno del compendio fieristico per l'estate 2020	70

INTRODUZIONE

La Giunta camerale, con deliberazione n. 72 del 7 novembre 2019, ha approvato la propria Relazione Previsionale e Programmatica per l'anno 2020 che, al suo interno, contiene le linee di intervento delle Camere di Commercio di Cagliari e Oristano per il prossimo anno. La Relazione stabilisce le linee programmatiche e gli indirizzi cui l'Azienda Speciale è tenuta a uniformarsi per la definizione delle iniziative ed i progetti che la stessa intende realizzare nel corso dell'anno di riferimento.

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

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

Anche la programmazione per il 2020, così come quella degli ultimi esercizi, è fortemente condizionata dal processo di riforma del sistema camerale, non ancora concluso, che prevede la fusione tra le Camere di Cagliari e di Oristano. L'unione tra le due Camere porterà alla costituzione di una grande Camera di commercio, con oltre 100.000 tra imprese e unità locali e una notevole potenzialità nei ruoli di rappresentanza e nelle azioni di supporto alle stesse imprese e ai sistemi economici locali.

In ragione dello stadio avanzato del processo di costituzione della nuova Camera e della già avviata gestione associata di diversi servizi da parte delle due Camere, anche quest'anno, così come già avvenuto nel 2019, la Relazione Previsionale e Programmatica è stata redatta congiuntamente dalle due attuali Camere, utilizzando uno schema condiviso e evidenziando, soprattutto nelle parti relative alla programmazione delle attività, le iniziative e i progetti di pertinenza di ciascuna Camera, distinguendo i rispettivi budget. Diverse attività previste nel presente programma in carico al Centro Servizi saranno rivolte alle imprese di riferimento sia dell'area di Cagliari, sia dell'area di Oristano.

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

Le **4 linee di intervento**, approvate dalla Giunta camerale per il 2020, comprendono le 15 funzioni definite nella nuova mappatura dei processi camerali presentata a fine 2017 da Unioncamere, aggiornate a novembre 2018, in base ai contenuti della riforma del D.Lgs. 219/2016.

Per ciascuna funzione sono individuati gli ambiti e i servizi relativi alle funzioni amministrative, economiche e promozionali che le CCIAA sono tenute a svolgere sul territorio.

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 D1 (Internazionalizzazione):
- Funzione D2 (Digitalizzazione): supporto al digitale, all'innovazione e all'Agenda digitale (Impresa 4.0)
- Funzione D4 (Orientamento al lavoro e alle professioni): supporto dell'alternanza Scuola/Lavoro e formazione per il lavoro
- Funzione D6 Sviluppo e qualificazione aziendale e dei prodotti

B. Linea di intervento: MERCATO

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

(Mediazione)

C. Linea di intervento: TERRITORIO

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

D. Linea di intervento CAMERA

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

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

PROGETTI E INIZIATIVE PROGRAMMATE

LINEA DI INTERVENTO "IMPRESE"

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

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

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

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

Per quanto attiene alle risorse di personale dipendente dell'Azienda, che saranno impiegate nella sopra richiamata attività, queste sono quantificate in n. 4/5 risorse umane FTE (full time equivalent).

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

La necessità di avvicinare le imprese del territorio a una dimensione informatica e digitale, per favorirne la competitività a livello nazionale e internazionale, ha determinato una specifica previsione legislativa in cui è 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. 2/3 risorse umane FTE (full time equivalent).

LINEA DI INTERVENTO "MERCATO"

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

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

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

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

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

1. assistenza nelle sale degli incontri di mediazione programmati
2. gestione della fase finale dell'incontro nei rapporti con la Segreteria dell'Organismo (pagamenti, 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. 3 risorse umane FTE (*full time equivalent*).

ASPETTI LOGISTICI DEGLI SPAZI

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

QUADRO ECONOMICO

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

.....

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

In particolare:

LINEA DI INTERVENTO "CAMERA"

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

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

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

valorizzazione nel processo di cambiamento in atto a seguito della riforma complessiva del sistema camerale.

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

FUNZIONE A2: SUPPORTO AGLI ORGANI ISTITUZIONALI

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

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

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

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

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

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

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

- la collaborazione nella predisposizione degli atti per l'indizione di procedure d'appalto volte all'acquisizione di beni e servizi (supporto alla redazione dei capitolati, disciplinari, modulistica, schemi di contratto, ecc.)

- il supporto e la collaborazione nelle fasi successive all'indizione delle procedure ad evidenza pubblica, volte alla selezione del contraente (supporto ai lavori delle commissioni, assistenza e supporto al RUP, nella verifica dei requisiti degli operatori partecipanti anche attraverso la piattaforma AVCPass – ANAC)

QUADRO ECONOMICO

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

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

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

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

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

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

Ciascuno dei progetti è finanziato a livello locale da una quota complessiva del 20% di incremento del diritto annuale dovuto dalle Imprese. Le entrate aggiuntive di questo 20% sarà così ripartito:

- Punto Impresa Digitale per il 45%

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

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

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

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

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

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

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

FUNZIONE D2: (DIGITALIZZAZIONE): SUPPORTO AL DIGITALE, ALL'INNOVAZIONE E ALL'AGENDA DIGITALE PROGETTO PUNTO IMPRESA DIGITALE (P.I.D.).

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

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

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

- diffusione della conoscenza sui vantaggi derivanti da investimenti in tecnologie in ambito Impresa 4.0;
- affiancamento alle imprese nella comprensione della propria maturità digitale e nell'individuazione delle aree di intervento prioritarie;
- rafforzamento e diffusione delle competenze sulle tecnologie "abilitanti";
- orientamento delle imprese verso le strutture di supporto alla trasformazione digitale e i centri di trasferimento tecnologico;
- stimolo e supporto alle imprese nella realizzazione di progetti di ricerca industriale e sviluppo sperimentale.

Il network è stato costituito seguendo un approccio sinergico e complementare con le strutture che lo compongono, ovvero:

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

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

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

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

RUOLO E MODELLO DI INTERVENTO DEL SISTEMA CAMERALE

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

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

In particolare i principali risultati raggiunti sono stati:

- stanziamento di circa **60 milioni di euro** per l'assegnazione di voucher digitali per l'acquisto di servizi di formazione, consulenza e tecnologie in ambito 4.0;
- realizzazione di **oltre 1.600 eventi info-formativi** che hanno visto il coinvolgimento di **circa 48.000 imprese partecipanti**;
- progettazione e diffusione di nr. 2 strumenti di misurazione del livello di maturità digitale delle imprese, da applicarsi indipendentemente dal settore produttivo e dalle dimensioni dell'impresa: self-assessment (SELF4.0), assessment guidato (ZOOM4.0);
- realizzazione di **oltre 16.000 assessment digitali** – sia in modalità self-assessment (attraverso il tool SELF4.0 accessibile dal portale nazionale) sia in modalità "guidata" (attraverso il tool ZOOM 4.0);
- ingaggio e formazione di **oltre 200 Digital Promoter** che, al fianco del personale camerale deputato (Digital coordinator), forniscono assistenza alle imprese e favoriscono l'orientamento verso strutture maggiormente specializzate.

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

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

LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2020-2022

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

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

I suddetti interventi dovranno essere garantiti localmente attraverso un'**azione comune sull'intero territorio nazionale** che possa aiutare a garantire un livello minimo comune nell'erogazione del servizio di orientamento e assistenza alla digitalizzazione delle imprese, nonché il coordinamento e la governance delle attività tra i diversi punti localizzati sul territorio. Tale approccio, assicurando ad ogni

PID competenze e strumenti operativi comuni e condivisi, favorirà importanti economie di scala e garantirà un maggiore impatto delle azioni messe in campo.

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

1. LINEA DI AZIONE 1 - PROSECUZIONE E CONSOLIDAMENTO

1.1 Potenziamento delle competenze del personale camerale e dei Digital promoter

Finalità e obiettivi operativi

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

Linee di intervento

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

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

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

1.2 Servizi di formazione/informazione per le imprese

Finalità e obiettivi operativi

Una delle sfide più ambiziose della quarta rivoluzione industriale è legata alla capacità delle imprese di percepire i vantaggi derivanti dall'innovazione digitale nonché i rischi connessi al mancato

adeguamento dei modelli di business e dei sistemi produttivi alle innovazioni offerte dal Piano Impresa 4.0. Per tale motivo particolarmente importante è far crescere la consapevolezza “attiva” sulle nuove tecnologie e sui nuovi modelli organizzativi, soprattutto nelle micro e piccole imprese, intraprendendo percorsi *customizzati* finalizzati al raggiungimento dei benefici concreti offerti dalla digitalizzazione.

Linee di intervento

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

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

1.3 Misurazione del livello di maturità digitale

Finalità e obiettivi operativi

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

A tale scopo sono stati progettati due modelli di assessment digitale: uno più “snello” fruibile on-line dal portale nazionale dei PID (SELF4.0) e un secondo più approfondito realizzato direttamente in azienda dai Digital Promoter appositamente formati (ZOOM4.0).

Linee di intervento

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

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

1.4 Sostegno degli investimenti tecnologici attraverso voucher

Finalità e obiettivi operativi

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

Linee di intervento

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

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

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

2. LINEA DI AZIONE 2 - POTENZIAMENTO E SVILUPPO

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



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

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

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

Finalità e obiettivi operativi

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

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

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

Linee di intervento

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

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

In entrambi i casi le attività saranno improntate a valorizzare al massimo le opportunità offerte dalle tecnologie 4.0 e le loro possibili applicazioni anche in contesti produttivi artigianali e/o di piccole dimensioni.

2.2 Favorire la creazione di “Reti dell'Innovazione”

Finalità e obiettivi operativi

I risultati ottenuti dagli assessment, dagli eventi informativi, dai voucher dei diversi territori rappresentano un importante bacino di informazioni utili a orientare le attività dei PID e a progettare servizi “mirati” di supporto delle imprese. Sulla base di tali risultati sarà fondamentale disporre di una **rete di strutture** (sia pubbliche che private) che offrono **servizi e strumenti a supporto dei**

processi di digitalizzazione delle imprese, sia aderenti al Network Nazionale I4.0 (DIH di tutte le Associazioni di Categoria e Competence Center), sia rappresentati da altre strutture che operano sul tema del digitale e dell'innovazione tecnologica presenti sul territorio nazionale (es. FabLab, start up e PMI innovative, Incubatori, ITS, Università ed Enti di ricerca, CTT, ecc.).

Linee di intervento

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

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

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

2.3 Interventi in materia di competenze digitali

Finalità e obiettivi operativi

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

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

Linee di intervento

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

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

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

Finalità e obiettivi operativi

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

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

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

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

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

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

Linee di intervento

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

FUNZIONE D4: ORIENTAMENTO AL LAVORO E ALLE PROFESSIONI

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

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

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

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

Le Camere di commercio sono sempre più impegnate sui temi dell'orientamento, dell'alternanza e dell'incontro domanda-offerta di lavoro sia per effetto dei provvedimenti normativi che hanno

riconosciuto al Sistema Camerale specifiche competenze e funzioni¹, sia per l'implementazione di azioni progettuali dedicate, a partire dal progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni", realizzato nel triennio 2017-2019, secondo quanto previsto dal D. Lgs 219/2016, art. 18 comma 10.

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

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

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

RUOLO E MODELLO DI INTERVENTO DEL SISTEMA CAMERALE

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

Questo perché, lato domanda, le imprese richiedono maggiori possibilità di trovare le persone giuste, le professionalità e le competenze di cui hanno bisogno, favorendone così la crescita dimensionale ed economica. Dal lato dell'offerta, chi studia e chi cerca un lavoro - ma anche chi è già occupato -

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

richiede maggiori opportunità di sviluppare le conoscenze, le competenze e le esperienze utili per migliorare la propria "occupabilità" e favorire la crescita personale e professionale.

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

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

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

- 85 Camere di commercio (il progetto è iniziato in concomitanza con l'avvio degli accorpamenti delle strutture camerali) hanno avviato un ufficio/funzione per l'orientamento nella struttura organizzativa dell'Ente camerale, realizzando un approfondito programma di formazione e aggiornamento professionale del personale dedicato;
- su un budget complessivo di 53 mln di € per il triennio, **sono stati stanziati 14 mln di € alle imprese sotto forma di voucher (circa 14.000 contributi del valore medio di 1.000 €), 6 mln di € sotto forma di servizi e progetti speciali di orientamento, alternanza, formazione docenti e tutor aziendali².**
- promozione, avvio e animazione di network territoriali che hanno coinvolto le istituzioni scolastiche, le associazioni imprenditoriali, i centri per l'impiego, le agenzie per il lavoro, il settore non profit, gli enti locali e altri soggetti attivi sul territorio nei servizi di orientamento al lavoro e alle professioni. Questa attività di animazione ha portato a coinvolgere **nei network territoriali circa 2.400 tra istituti tecnici, professionali e licei che rappresentano quasi il 64% degli istituti di istruzione presenti nei diversi territori provinciali interessati dal progetto;**

² Dati di rendicontazione al 31 dicembre 2018.

- progettazione, realizzazione e **implementazione del "Tavolo Digitale", la nuova piattaforma telematica ad uso del networking delle Camere di commercio con le organizzazioni di riferimento dei propri territori;**
- animazione del **Registro per l'alternanza scuola-lavoro che ha portato all'iscrizione di 89.862 enti ospitanti, tra imprese ed altre strutture pubbliche e private, e all'inserimento di oltre 50.000 disponibilità di stage e/o apprendistato per l'alternanza e il sistema duale.**

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

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

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

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

Inoltre, sono stati siglati nel corso del **2019** numerosi **accordi/protocolli** di intesa nazionali sempre allo scopo di migliorare la programmazione dell'offerta formativa e diffondere progetti e servizi di supporto all'orientamento formativo, al lavoro e alle professioni, al fine di contribuire a favorire le transizioni scuola-lavoro, il placement e la riduzione del mismatch tra domanda e offerta di lavoro, promuovendo percorsi formativi nell'ambito dell'istruzione e formazione professionale regionale, dell'apprendistato di primo livello e dell'istruzione tecnica superiore che tengano conto dei risultati e delle indicazioni delle imprese derivanti dalle indagini di Unioncamere (ad esempio insieme a Federmeccanica, Enaip, Altagamma).

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

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

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

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

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

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

LE LINEE STRATEGICHE DI AZIONE PER IL TRIENNIO 2020-2022

L'insieme degli interventi previsti dalle linee strategiche sarà programmato e concordato nell'ambito di azioni congiunte con gli altri soggetti delle reti locali dei servizi per l'istruzione, la formazione, l'orientamento, il lavoro e l'apprendimento permanente. Nello specifico, si tratterà di fare rete e gestire, laddove possibile, percorsi operativi integrati con:

- università;
- scuole e reti di scuole;

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@csimprese.it - www.csimprese.it

P.I./C.F. 03011440926

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

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

1. RAFFORZAMENTO DEL SERVIZIO CAMERALE PER L'ORIENTAMENTO E LA FORMAZIONE

Finalità e obiettivi operativi

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

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

Linee di intervento

- Attivazione di formazione specializzata utile a potenziare le aree di attività, le funzioni e i servizi, al fine di avviare azioni di medio periodo di carattere specialistico (orientamento, mismatch domanda e offerta di lavoro, placement, certificazione delle competenze, supporto per progettazioni innovative).
- Realizzazione di analisi, studi e ricerche per il monitoraggio sistematico sul contesto socio-economico e i fabbisogni professionali e formativi delle imprese.
- Costituzione, sviluppo e animazione di network territoriali con il coinvolgimento delle istituzioni scolastiche, del sistema delle imprese, dei professionisti, del non profit e degli enti locali, per favorire l'attivazione e gestione dei contatti con le aziende per realizzare le attività del progetto (a partire dai progetti innovativi, di cui al punto 3.2).

- Gestione e promozione del Registro per l'alternanza, opportunamente arricchito con servizi di natura "gestionale" dei percorsi di alternanza in grado di garantire qualità e semplificazione.
- Promozione di azioni di informazione rivolte ad operatori ed utenti finali dei servizi di orientamento, alternanza/PCTO, formazione e lavoro.

2. SVILUPPO DEI "NETWORK TERRITORIALI PER LA FORMAZIONE E IL LAVORO"

Finalità e obiettivi operativi

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

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

Linee di intervento

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

3. RIDUZIONE DEL MISMATCH D-O DI LAVORO

Finalità e obiettivi operativi

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

Sul fronte degli obiettivi operativi, a partire dall'utilizzo dei dati Excelsior, si intende quindi incrementare la collaborazione con gli attori locali per una crescente sensibilizzazione sui temi e sugli

strumenti utili alla transizione scuola-università e lavoro, sviluppare servizi personalizzati di messa in rete dell'offerta di competenze e di sviluppo di esperienze utili ad accrescere la conoscenza del mondo del lavoro, promuovere la cultura di impresa e lo sviluppo dell'autoimprenditorialità, coinvolgere il sistema imprenditoriale per una messa in rete, anche attraverso eventi e interventi dedicati, della domanda,

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

Linee di intervento

- Promozione, in sinergia con CPI/Regioni/Agenzie regionali/ANPAL, di azioni diffuse di animazione/*informazione* e di orientamento coordinate con il sistema scolastico – fin dalle scuole medie inferiori - e universitario per la scelta dei percorsi formativi, professionali e lavorativi.
- Attivazione a livello di sistema di servizi personalizzati dedicati all'emersione delle competenze, alla crescita della consapevolezza rispetto agli strumenti a disposizione e alla messa in rete dei profili, da sviluppare attraverso azioni diffuse di sensibilizzazione e affiancamento degli studenti, quali ad esempio la somministrazione di test di *self-assessment*, la compilazione dei CV e l'accesso agli strumenti Europass.
- Promozione di esperienze sul campo, quali ad esempio azioni di *job-shadowing*, visite aziendali o tirocini di orientamento, utili ad agevolare la conoscenza da parte dei giovani del mondo imprenditoriale a favore di successivi percorsi di transizione.
- Programmazione di iniziative formative in materia di creazione d'impresa e accompagnamento/supporto specialistico di gruppo e individuale al business planning.
- Sensibilizzazione e coinvolgimento diretto delle imprese per un'emersione puntuale della domanda di lavoro e una contestuale partecipazione alle azioni di matching promosse a scala territoriale.
- Attivazione di interventi/eventi a scala territoriale di orientamento e incontro delle domanda-offerta di lavoro e/o di vero e proprio accompagnamento al placement.
- Realizzazione di una piattaforma digitale finalizzata a ridurre il mismatch D-O di lavoro e potenziare l'efficacia delle misure di politica attiva del lavoro, a partire dall'utilizzo dei dati Excelsior e in sinergia con CPI/Regioni/Agenzie regionali/ANPAL. Tale azione è funzionale all'integrazione:
 - ✓ delle informazioni del Sistema Informativo Excelsior (Unioncamere-ANPAL) sulle previsioni di assunzione e sui fabbisogni formativi e professionali delle imprese italiane;
 - ✓ delle informazioni sugli strumenti per l'orientamento (guide e pubblicazioni rivolte a studenti, famiglie, tutor scolastici, imprese);
 - ✓ del Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro e degli strumenti di promozione dell'iniziativa camerale, quali il Premio "Storie di alternanza" di Unioncamere e delle Camere di commercio che valorizza e dà visibilità ai racconti dei progetti di alternanza ;
 - ✓ degli strumenti Europass e del portale Alma Laurea.

4. DEFINIZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI SISTEMI CAMERALI PER LA CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE ACQUISITE IN CONTESTI NON FORMALI E INFORMALI (D. LGS. 13/2013 E DEL D. LGS. 219/2016)

Finalità e obiettivi operativi

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

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

Linee di intervento

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

5. CONTRIBUTI E CONCORSI A SUPPORTO DELLO SVILUPPO INTEGRATO

Finalità e obiettivi operativi

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

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

Linee di intervento

- Erogazione di contributi a favore sia delle imprese e/o delle scuole per la realizzazione di attività di progettazione e/o di co-progettazione di percorsi di qualità riferiti a: ITS, apprendistato, sistema duale, stage, tirocini (curricolari ed extracurricolari) in Italia e all'estero (anche utilizzando la rete CCIE).

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

6. REALIZZAZIONE DI PROGETTI INNOVATIVI

Finalità e obiettivi operativi

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

Linee di intervento

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

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

FUNZIONE D3: TURISMO E CULTURA

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

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

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

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

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

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

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

OBIETTIVI DI PROGETTO

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

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

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

AZIONI DI PROGETTO

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

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

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

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

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

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

FUNZIONE D1: INTERNAZIONALIZZAZIONE

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

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

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

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

1. **rafforzare la presenza all'estero delle imprese già attive sui mercati globali**, assistendole nell'individuazione di nuove opportunità di business nei mercati già serviti o nello *scouting* di nuovi mercati;
2. **individuare, formare e avviare all'export le PMI attualmente operanti sul solo mercato domestico** (le cosiddette "potenziali esportatrici") e quelle che solo occasionalmente hanno esportato negli ultimi anni.

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

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

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

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

La necessità di rafforzare la strategia camerale di sostegno alle imprese ha portato anche alla creazione di **Promos Italia**, la struttura di sistema specializzata nell'internazionalizzazione messa in piedi attraverso un processo di accorpamento tra un primo gruppo di aziende speciali delle Camere di commercio per attuare il percorso di razionalizzazione previsto dal decreto di riforma. La *mission* di

Promos Italia - nella quale Unioncamere svolge il ruolo di garanzia di sistema - è di offrire un'immagine unitaria del sistema camerale nella realizzazione delle diverse iniziative inerenti al tema dell'internazionalizzazione, operando secondo un'ottica d'impresa.

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

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

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

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

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

OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA

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

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

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

- il sistema camerale svolge funzioni istituzionali, confermate dalla legge di riforma, di supporto allo **sviluppo delle imprese e della competitività** e intende affrontare in modo organico il tema dell'internazionalizzazione dell'economia italiana e della diffusione di una **cultura imprenditoriale orientata al mercato e all'innovazione**, specie nei contesti (dimensionali, territoriali o settoriali) dove si verificano evidenti gap;
- le iniziative del sistema camerale previste nella presente proposta risultano coerenti rispetto a quanto oggi messo in campo dal **sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese**, in quanto finalizzate – pur nei diversi ruoli e specificità – a sostenere la presenza italiana sui mercati esteri. A tal riguardo, come anticipato, viene garantito un costante **raccordo con le azioni messe in campo dall'ICE, dal Gruppo CDP e dalle Regioni**;
- al contempo, le PMI mostrano tuttavia una **consapevolezza ancora limitata delle soluzioni offerte dal sistema nazionale per l'internazionalizzazione** a sostegno dell'export e dei benefici che ne possono derivare;
- operare su uno o più mercati esteri è un processo molteplici e articolato e (proprio per la sua complessità e per l'impatto che ha sull'intera struttura di una PMI) necessita di un'attenta e adeguata **attività pianificazione strategica** per razionalizzare e rendere **sistematico l'approccio ai mercati internazionali**;
- il tessuto imprenditoriale italiano è costituito in larghissima parte da **PMI** e una loro **insufficiente partecipazione ai processi di internazionalizzazione** comporta, quindi, effetti negativi sullo sviluppo economico complessivo del nostro Paese;
- la **capillare presenza sul territorio del sistema camerale** consente di creare una rete di prossimità in grado di diffondere efficacemente iniziative e servizi volti alla proiezione internazionale delle PMI italiane..

LA LOGICA DEGLI INTERVENTI

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

Tutti gli interventi mireranno, quindi, a massimizzare le opportunità della crescita internazionale delle PMI attraverso **politiche attive a sostegno di quelle con maggiori possibilità di crescita all'estero** (sia quelle già aperte a forme avanzate di internazionalizzazione, sia le cosiddette

“potenziali” od “occasionalì” esportatrici più pronte), favorendo, quindi, la mobilità delle azioni verso le imprese **più produttive, innovative e chiaramente export oriented**.

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

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

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

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

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

Non da ultimo, va sottolineata la **necessaria differenziazione** delle attività previste rispetto alle altre iniziative camerali sul tema dell’internazionalizzazione, sia quelle **ordinarie** (svolte a valere sulle risorse delle Camere di commercio), sia quelle legate a **progetti a valenza nazionale** (come nel caso delle attività previste nell’ambito del **fondo di perequazione** gestito da Unioncamere).

Nello specifico, gli **elementi che contraddistinguono le iniziative previste** all’interno della presente proposta progettuale rispetto a quanto appena riportato riguardano essenzialmente:

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

fra domanda e offerta di servizi all'internazionalizzazione, assistendo le PMI all'individuazione dei servizi e delle iniziative in linea con le esigenze rilevate.

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

L'ORGANIZZAZIONE E LE TIPOLOGIE DI ATTIVITA' E SERVIZI OFFERTI

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

Per quanto sopra illustrato, l'approccio dei Punti SEI prevede una **chiara focalizzazione** del target di azione **sulle PMI**, mentre a livello settoriale il supporto offerto alle imprese riguarderà non solo le diverse **attività manifatturiere** ma sempre più anche le **attività di servizi**. Pertanto, le attività previste non saranno finalizzate in via esclusiva al sostegno del **Made in Italy** "classico" ma anche al maggior inserimento delle nostre imprese nelle **filiere produttive globali**, nonché, ad esempio, alla valorizzazione del rapporto tra export e turismo, tra crescita digitale e capacità di promozione, tra radicamento territoriale ed esportazione di cultura, stile e idee.

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

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

Unioncamere svolgerà, infine, una **funzione di monitoraggio** su alcuni dei filoni di iniziative promosse dai Punti SEI, nonché di verifica dei risultati e di identificazione degli eventuali correttivi. A tal fine, opererà un gruppo di lavoro congiunto che verificherà lo stato di avanzamento e le eventuali criticità delle iniziative programmate. Nel dettaglio, le attività del Punto SEI riguarderanno le seguenti **categorie**:

A. SCOUTING, ASSESSMENT E PRIMA ASSISTENZA

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

- le **PMI già aperte a forme di internazionalizzazione "stabile"** ma orientate comunque ad ampliare la propria presenza all'estero (nuovi mercati, diversificazione del portafoglio prodotti all'estero, individuazione nuovi canali, ecc.);

- i **potenziali e occasionali esportatori** del settore manifatturiero **già oggi pronti** (a seguito di valutazioni già effettuate) a iniziare o rafforzare la propria presenza sui mercati esteri, ampliando poi l'operatività anche al settore dei servizi.

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

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

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

B. SERVIZI DI INFORMAZIONE, FORMAZIONE, ORIENTAMENTO E ACCOMPAGNAMENTO

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

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

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

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

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

Tutti i servizi saranno comunque erogati sulla base dell'**assessment** di cui al punto precedente, che consentirà di delineare un profilo puntuale dell'azienda in termini di competenze e risorse disponibili.

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

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

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

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

Oltre alle iniziative e ai servizi sopra illustrati, i **Punti SEI** potranno prevedere azioni di **informazione, formazione e assistenza** tramite eventuali **accordi specifici con ICE, SACE, SIMEST e CDP** per promuoverne e veicolare i servizi, nonché con le **Regioni**, per realizzare iniziative congiunte a sostegno delle imprese del territorio, anche attraverso **co-finanziamento**.

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

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

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

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

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

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

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

- il potenziamento degli strumenti promozionali e di marketing in lingua straniera;
- la protezione del marchio dell'impresa all'estero;
- l'ottenimento delle certificazioni di prodotto necessarie all'esportazione nei Paesi esteri target individuati a seguito dell'*assessment* di cui sopra;
- l'accrescimento delle capacità manageriali dell'impresa attraverso attività formative a carattere specialistico;

- la realizzazione di vetrine digitali in lingua estera per favorire le attività di e-commerce;
- incontri personalizzati con operatori dei Paesi esteri target individuati a seguito dell'*assessment* di cui sopra, in Italia o all'estero.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A.1: aggregazioni di PMI, ossia **reti contratto** (costituite attraverso la sottoscrizione di un contratto di rete non avente soggettività giuridica, a fronte di una assegnazione delle agevolazioni la cui titolarità è in capo all'impresa capofila), **reti soggetto** (costituite attraverso la sottoscrizione di

un contratto di rete avente soggettività giuridica) e **consorzi**. In tutti i casi, le agevolazioni dovranno riguardare spese relative ai servizi di affiancamento all'internazionalizzazione per gli obiettivi e con i contenuti sopra descritti.

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

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

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

- **animazione del territorio**, promuovendo le Misure presso imprese in grado di sviluppare progetti singoli o aggregati (anche attraverso specifiche attività di formazione e orientamento) e realizzando attività di *scouting* delle aziende o delle reti e dei consorzi potenzialmente interessati;
- supporto alle imprese nella **valutazione delle capacità e potenzialità per affrontare un percorso di internazionalizzazione**, per approcciare nuovi mercati o consolidare quelli esistenti, verificando ad esempio l'adeguatezza della struttura organizzativa, la gamma dei prodotti, il materiale commerciale e l'effettiva fattibilità di un progetto di internazionalizzazione;
- **matching fra domanda e offerta di servizi all'internazionalizzazione**, assistendo le PMI beneficiarie all'individuazione dei servizi specialistici o degli eventi fieristici cui partecipare (sulla base dell'area geografica, del settore, del target di riferimento, ecc.), a partire dalle esigenze rilevate nelle fasi precedenti della presente proposta progettuale.

ALTRI PROGETTI PROMOZIONALI, ANCHE IN *PARTNERSHIP* CON ALTRI SOGGETTI ISTITUZIONALI PER LO SVILUPPO E LA PROMOZIONE DEL TURISMO.

PROGETTO M.A.R.E. – (INTERREG)

La Sintesi

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

Il contesto

La "crescita inclusiva" dell'area è ancora chiaramente minacciata dal perdurare della crisi economica con perdita di posti di lavoro, nelle regioni italiane ed insulari in particolare, ma con un trend in aumento che ha investito anche le NUTS 3 della Regione PACA. A esclusione della Corsica, nella zona di cooperazione, il tasso di disoccupazione totale scende fino al 2007, ma poi aumenta negli anni della crisi, soprattutto in Sardegna dove si attesta al 15% superando la media transfrontaliera, italiana ed europea. Si è registrato in media un tasso di disoccupazione di lunga durata tra il 4% e il 7% e il tasso di disoccupazione giovanile ha raggiunto circa il 40% nelle regioni italiane coinvolte mentre è del 24,1% nel 2017 in Corsica e del 22,9% in PACA (dati EUROSTAT). Gli sforzi che ogni Stato Membro ha posto in essere in questi anni per invertire il trend hanno dato risultati differenti nelle differenti aree infatti nel 2017 la disoccupazione in Italia scende all'11,2%, il valore più basso da quattro anni ma non in Sardegna dove il dato è in aumento, dal 15 al 17%. L'intera area costiera toscana, zone della Liguria e della Sardegna sono state dichiarate zone di crisi. In PACA secondo gli ultimi dati del dicembre 2017 dell'Insee la disoccupazione era all'8,9% ma nel primo trimestre del 2018, il tasso di

disoccupazione ha registrato una crescita al 9,2%. Per la Corsica, la disoccupazione nel 2017 è stata del 9.9%. Il primo trimestre del 2018 (con un tasso del 10%) registra un lieve aumento. A livello nazionale francese, il dato reso noto dall'INSEE risulta peggiore delle aspettative fornite dagli analisti che stimavano una flessione fino all' 8,8%. Dai dati sopra descritti si desume una situazione disomogenea dell'area transfrontaliera che richiede sempre più delle risposte congiunte a sostegno di iniziative d'inserimento con una particolare attenzione alle opportunità offerte anche dall'autoimprenditorialità. In questo scenario, e a partire dalle esperienze già messe in atto sul programma Marittimo, MA.R.E intende contribuire al rafforzamento del mercato del lavoro transfrontaliero attraverso la realizzazione di servizi congiunti di sostegno all'incontro tra offerta e domanda di lavoro e la costruzione di una rete dei soggetti responsabili dei servizi per l'impiego e degli attori interessati all'incontro domanda-offerta (camere di commercio, parti sociali, lavoratori e lavoratrici) nelle 5 regioni del programma. Il partenariato del progetto, con competenze ed esperienze specifiche sia tematiche sia gestionali, è in grado di rispondere alle sfide dell'area transfrontaliera sia in termini di crescita e sviluppo che in termini occupazionali. In dettaglio, le Regioni e le Collettività, attraverso le loro Agenzie regionali e i Servizi per l'impiego garantiscono competenze di programmazione e di erogazione di servizi mentre le Camere apportano la propria competenza nella presa in considerazione della dimensione imprenditoriale

Le attività

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

su tutti gli elementi che potenzialmente influiscono sui percorsi di inserimento lavorativo: formazione, orientamento, individuazione/certificazione delle competenze, domanda offerta di lavoro e coinvolgimento del mondo imprenditoriale .

Il partenariato transfrontaliero

Da venti anni a questa parte il fenomeno della globalizzazione ha colpito in maniera diretta il mercato del lavoro con effetti tanto positivi quanto negativi. Uno di questi è senza dubbio l'estensione del mercato del lavoro. Nella società odierna, senza quasi più dei ben definiti confini, la dimensione spaziale sta perdendo d'importanza. Emerge sempre più forte l'esigenza di confrontare e condividere esperienze realizzate da pubbliche amministrazioni di differenti territori, al fine di facilitare e amplificare l'efficacia degli interventi di sostegno all'occupazione MA.RE offre l'opportunità – non frequente – di maturare esperienze di promozione dell'occupazione individuando delle filiere prioritarie, promuovendo contestualmente forme di ricerca, innovazione e integrazione dei servizi per l'impiego che possano acquisire una loro autonomia e una durabilità sostenibile nel tempo. La crescita della filiera può essere sostenuta da un'offerta specifica di politiche attive per l'occupazione funzionali a questo sviluppo, contribuendo così alla riduzione del disagio sociale e offrendo alle generazioni più giovani una prospettiva di vita e di lavoro. Il progetto (grazie ad un partenariato di eccellenza) si propone di selezionare, integrare e sviluppare le esperienze, le metodologie, le pratiche di intervento di politiche attive per il lavoro realizzate nei territori transfrontalieri nel quadro di un modello, partecipato dagli attori rilevanti, di governo dello sviluppo produttivo ed occupazionale. L'ambito tematico preso in considerazione dal progetto ha una necessità sostanziale quindi, di un approccio metodologico transfrontaliero perché coinvolge problematiche importanti, che non possono essere affrontate al livello regionale, e per le quali un coordinamento di scala territoriale più elevato è imprescindibile. Il valore aggiunto transfrontaliero in questo caso è alto perché siamo in presenza di una sfida la cui risoluzione può ricevere un contributo rilevante dall'utilizzo di un approccio cooperativo di questo tipo.

Obiettivi specifici

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

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

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

Partners di Progetto:

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

Budget

Totale: Euro 6.291.529,98

Quota CSI Cagliari: 179.650,79

2. PROGETTO ECOCIRCUS - ECONOMIA CIRCOLARE PER LE START UP (INTERREG)

Sintesi

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

Attività

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

ECO-CIRCUS intende affrontare la sfida comune posta dalla necessità di qualificare le competenze e le conoscenze delle MPMI, proponendo un modello di supporto alle imprese che favorisca la connessione transfrontaliera per poter cogliere le opportunità di crescita sostenibile e resiliente offerte dalla transizione all’economia circolare. In particolare, il progetto, si propone di favorire la diffusione di nuovi modelli di business basati sull’economia circolare, definiti e attuati secondo le modalità dell’innovazione sociale e aperta per mantenere il giusto equilibrio tra “necessità di innovazione” e “tutela delle identità e delle tradizioni locali”. Coinvolgendo e connettendo attori e fruitori delle eco-innovazioni sociali, il progetto ECO-CIRCUS avvierà processi di co-ideazione, co-progettazione e co-sviluppo per supportare nuovi business “circolari” che sappiano offrire prodotti/processi/servizi realmente rispondenti alle esigenze e i bisogni di un determinato mercato, il quale, nel caso dell’economia circolare per le MPMI, è inteso quello rappresentato dal bacino di cittadini dell’area di cooperazione. I percorsi di innovazione sociale e aperta nascono dal confronto e dallo scambio di idee e competenze tra innovatori, coloro che utilizzano l’innovazione nella propria attività d’impresa e i

beneficiari, quali i consumatori-cittadini. Per accrescere il numero delle MPMI nelle filiere prioritarie del marittimo, il progetto intende rafforzare le capacità imprenditoriali dei più giovani attraverso la qualificazione e valorizzazione del know how secondo l'approccio dell'economia circolare. Quest'ultimo può effettivamente portare ad individuare modalità di business più sostenibili in termini sia economici, sia ambientali, stimolando al contempo la creatività e la capacità di innovazione sociale nell'output introdotto sul mercato e anche nella modalità di concepimento e distribuzione, in modo che il prodotto/servizio sia sempre più condiviso con l'utente finale. I principali aspetti innovativi del progetto sono: attuazione dei processi di innovazione sociale e aperta; definizione di un Piano di business congiunto per lo sviluppo dell'imprenditorialità dell'economia circolare; erogazione a livello transfrontaliero di servizi di tutoring e coaching per l'innovazione e la qualificazione imprenditoriale sull'economia circolare; definizione e prima attuazione di nuovi business collegati all'economia circolare. Il principale cambiamento atteso è l'ampliamento dei beneficiari target, con specifico riferimento alle giovani MPMI, interessate ad accrescere le proprie competenze imprenditoriali, organizzative, gestionali e tecniche per poter sfruttare le opportunità dell'economia circolare ed in particolare quelle più accessibili per le piccole realtà, quali i processi di trasformazione creativa (nuovi processi/prodotti/servizi; miglioramento e innovazione dei processi/prodotti/servizi in uso) per il reimpiego degli scarti e/o la riduzione delle risorse.

L'analisi delle politiche e di programmi di sviluppo che hanno caratterizzato i sistemi territoriali dello spazio di cooperazione transfrontaliera evidenzia che i risultati raggiunti nei sistemi locali in termini di innovazione e competitività per le MPMI sono assai scarsi. È altrettanto evidente che l'utilizzo di modelli di "innovazione tradizionale" non sono del tutto funzionali ad assistere concretamente la competitività delle giovani MPMI, che hanno ridotte capacità di investimento. L'attuazione di processi di piccole eco-innovazioni nell'ambito transfrontaliero può essere supportata efficacemente con lo sviluppo di un modello basato sulla partecipazione aperta, in grado di valorizzare congiuntamente l'approccio multistakeholder (MPMI, professionisti, Istituzioni e cittadini) e quello multiterritoriale. Grazie al suo approccio innovativo, il progetto si propone di pianificare e sviluppare forme di cooperazione fra territori transfrontalieri che vadano oltre la logica tradizionale della prossimità territoriale, ma che si realizzeranno invece tramite reti, obiettivi e azioni "funzionali" alle caratterizzazioni geografiche, economiche e sociali. L'attuazione di un approccio "funzionale" transfrontaliero assisterà altresì il raggiungimento degli obiettivi della politica di coesione dell'Europa, e offrirà ai partner e ai gruppi target la possibilità di condividere un mainstreaming sull'innovazione e la competitività, con specifico riferimento ai processi di formazione, partecipazione e capacity building sulle opportunità di business offerte dall'economia circolare. Infatti, la cooperazione consentirà un'evoluzione dei servizi di accompagnamento alle MPMI reperibili nei singoli territori partner nel senso di migliore adeguamento ai fabbisogni delle giovani imprese e dei loro lavoratori, attraverso la definizione di un Piano transfrontaliero per un'offerta avanzata e multidisciplinare che integri le competenze e le risorse dei vari territori coinvolti. Infatti, data la pluralità di soggetti che intervengono nei processi di circolarità delle filiere "blu" e "verdi", ECO-CIRCUS intende coinvolgere tutti coloro che possono fornire contributi utili e partecipare alla progettazione ed erogazione dei servizi per supportare le MPMI, soprattutto quelle più giovani, nel cogliere le opportunità dell'economia circolare per incrementare la competitività. Pertanto, l'applicazione dell'approccio transfrontaliero può efficacemente massimizzare i vantaggi conseguibili dai modelli di business "circolari" poiché se da un lato consente di ottimizzare al meglio le risorse all'interno delle singole filiere e tra le filiere, attraverso processi simbiotici, dall'altro la cross-contamination territoriale favorisce i processi creativi e la collaborazione con un bacino di stakeholder vasto, ma con opportunità sinergiche

Obiettivi generali

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

Partners

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

Budget complessivo 701.375,00

Budget CSI Cagliari: 148.350,00

PROGETTO INT.I.FO.P.O. (IN CORSO DI DEFINIZIONE CON L'ASSESSORATO DELL'INDUSTRIA)

Il progetto ha l'obiettivo di costruire rapporti con altre istituzioni, aziende e consumatori operanti su territori esteri, allo scopo di supportare le imprese sarde nel vendere, produrre, acquistare materie prime o trovare nuove fonti di finanziamento all'estero.

La Regione Sardegna Persegue l'obiettivo della internazionalizzazione di impresa attraverso l'assessorato dell'industria che ha il compito di avviare e sostenere le imprese sarde nel processo di apertura ai nuovi mercati esteri. L'internazionalizzazione rappresenta per la Sardegna una leva fondamentale per far crescere il sistema produttivo sardo, per rafforzarlo non solo nella penetrazione del mercato ma, soprattutto, nel sostegno alla permanenza nel mercato stesso.

Aprirsi ai mercati esteri è quella condizione che consente oggi alle imprese di allargare i propri orizzonti, diversificare la propria offerta e rispondere a esigenze diverse che garantiscono l'esistenza stessa delle imprese. Le eccellenze sarde sono spesso poco conosciute all'estero e le stesse aziende non sono tecnicamente e finanziariamente strutturate per farlo conoscere all'estero.

Le attività di internazionalizzazione si articoleranno in tre fasi: formativa, partecipativa e operativa.

Ciascuna fase si articolerà in uno o più progetti:

- 2.1.1 Fase formativa. (Azione IND.FOR): prevede la formazione delle imprese alle attività di internazionalizzazione. Il progetto ha l'obiettivo di preparare gli imprenditori locali sia PMI che gransde impresa, alla formazione specialistica realizzata da esperti del settore. Il corso consentirà di fare un'autoanalisi dell'impresa e valutare il suo potenziale "internazionale". Si approfondiranno inoltre gli aspetti legati al marketing e alla fiscalità internazionale.
- 2.1.2 Fase partecipativa Azione (IND.PAR): prevede la partecipazione delle imprese selezionate a seguito del percorso di formazione e la loro partecipazione a fiere ed eventi internazionali selezionati.
- 2.1.3 Fase operativa Azione (IND.OPE): prevede il supporto tecnico dell'assessorato nell'accompagnamento alla chiusura di accordi commerciali sui mercati internazionali.

Budget e Fonte

Il budget è di euro 1,5 milioni di fonte regionale (in corso di definizione)

PROGETTO "PROMOZIONE DELLA SARDEGNA TURISTICA".

Con deliberazione dell'11 dicembre ha deliberato di affidare al Centro Servizi l'incarico di realizzare le attività di cui alla convenzione tra l'Assessorato regionale del Turismo Artigianato e Commercio e l'Unione regionale delle Camere di Commercio IAA per la realizzazione di attività , progetti e programmi di collaborazione a supporto delle azioni di promozione del settore del turismo.

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

L'elenco delle Fiere è il seguente:



	Fiera	Tipologia	DATA
1	CMT STOCCARDA	Turismo all'aria aperta	11-19 GENNAIO
2	FERIENMESSE VIENNA	Generalista	16-19 GENNAIO
3	FITUR - MADRID	Generalista	22-26 GENNAIO
4	SALON DES VACANCES – BRUXELLES	Generalista	06-09 FEBBRAIO
5	BIT - MILANO	Generalista	09-11 FEBBRAIO
6	IMTM TEL AVIV	Generalista	11-12 FEBBRAIO
7	ITB – BERLINO	Generalista	04-08 MARZO
8	FA' LA COSA GIUSTA – MILANO	Cammini religiosi - cicloturismo	06-08 MARZO
9	MITT – MOSCA	Generalista	12-14 MARZO
10	NATIONAL WEDDING SHOW – LONDRA	Wedding	04-05 APRILE
11	ATM DUBAI	Generalista	19-22 APRILE
12	IMEX – FRANCOFORTE	MICE	12-14 MAGGIO
13	TTG RIMINI	Generalista	14-16 OTTOBRE
14	ITB ASIA	Generalista	21-23 OTTOBRE
15	WTM LONDRA*	Generalista	02-04 NOVEMBRE
16	IBTM BARCELLONA*	MICE	01-03 DICEMBRE

La realizzazione delle attività di supporto è governata da un accordo ex art.15 della legge n.241 e tuttavia è previsto un rimborso spese forfettario dell'importo del 15 % di quanto sarà stato speso a rendiconto. La somma messa a disposizione dalla Regione Sardegna è di euro 4.500.000 circa.

CITIES OF LEARNING

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@csimprese.it - www.csimprese.it

P.I./C.F. 03011440926

“Connected Cities of Learning” è un progetto di PARTENARIATO STRATEGICO KA2 nel quadro del programma comunitario Erasmus+ da sottoporre all’approvazione dell’agenzia nazionale croata per il programma Erasmus+ a valere sulla scadenza del 5 febbraio p.v. ai sensi dell’Invito a presentare proposte 2019 — EAC/A03/2018 Programma Erasmus+ (2018/C 384/04).

CONTESTO E OBIETTIVI.

Le città di Lubiana (Slovenia) e Cagliari (città metropolitana - Italy) vogliono realizzare un trasferimento di competenze e buone prassi reciproco che includa anche le altre città e regioni già appartenenti alla rete europea “Cities and Regions of Learning” sull’utilizzo della piattaforma web e la gestione delle opportunità di apprendimento per i giovani offerte dalla rete in questione. Attraverso questa collaborazione le città di Lubiana e Cagliari (città metropolitana) potranno sfruttare al meglio opportunità già offerte dalla rete informatica e dalla piattaforma del progetto “Cities and Regions of Learning” che offre:

Mappe interattive: Un sistema per la ricerca, filtro e navigazione da parte dell’utenza, dell’offerta formativa non formale del territorio.

Learning playlists: Gestione del menu formativo non formale per tematiche e interessi personalizzati

Digital badges: Registrazione, certificazione e visibilità delle competenze acquisite attraverso le occasioni di formazione non formale

Il progetto, coerentemente con “Cities and Regions of Learning” già in fase di realizzazione e di cui la città metropolitana di Cagliari è di recente diventata partner, propone il rafforzamento e lo scambio di prassi innovative utili a massimizzare l’impatto positivo della piattaforma digitale per le città digitali dell’apprendimento che offrirà a:

Giovani, famiglie e educatori:

- Accesso alle opportunità di apprendimento.
- Riconoscimento delle esperienze pratiche, delle competenze e dei risultati di apprendimento in ambito non formale.
- Supporto professionale nella pianificazione dell’apprendimento.

Associazioni giovanili o altri soggetti proponenti forme di apprendimento non formale:

- Maggiore accesso e visibilità per le proprie proposte educative.
- Dati statistici su impatto e risultati.
- Una piattaforma di collegamento ad altre offerte formative.
- Strumenti digitali per supportare lo sviluppo delle competenze per il 21° secolo.

Città coinvolte:

- Dati statistici e visione d’insieme sull’offerta formativa del territorio.
- Gestione centralizzata dell’offerta delle opportunità formative.

- Sviluppo delle politiche giovanili per l'apprendimento sulla base di dati concreti.

Imprese del territorio:

- Accesso a dati sui giovani formati e in possesso delle competenze necessarie per soddisfare le caratteristiche dei profili professionali cercati.

TRASFERIMENTO DI BUONE PRASSI

Le esigenze delle due città coinvolte sono differenti ma complementari: Lubiana si affaccia al contesto delle città digitali per l'apprendimento per la prima volta mentre Cagliari, al momento dell'avvio di questo progetto, avrà già 9 o 10 mesi di esperienza nell'avvio della propria partecipazione al portale "Cities and Regions of Learning". Pertanto lo scopo principale del progetto sarà, pur supportando l'ulteriore sviluppo e ampliamento dell'offerta formativa attraverso la rete esistente, quello di favorire approcci innovativi alla soddisfazione del fabbisogno formativo dei territori e all'utilizzo della piattaforma tramite lo scambio intensivo di prassi e progettualità tra i due partner e fra loro e il resto delle città fin qui coinvolte nel progetto. Il progetto aspira a raggiungere questi risultati attraverso 3 incontri transnazionali fra i partner e tre eventi formativi specifici rivolti agli stakeholder locali da tenersi a Vilnius, Cagliari e Lubiana. Parallelamente ogni territorio implementerà con maggiori risorse la realizzazione e gestione della piattaforma secondo le specificità proprie della propria area e della propria popolazione.

PROGETTO PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE PRODUZIONI LOCALI

La Regione Sardegna ha deliberato l'assegnazione di contributi alle camere di commercio della Sardegna in attuazione dell'art. 7, comma 6, della L.R. 28.12.2018, n. 48 finalizzati all'animazione e promozione del commercio e dei prodotti locali del territorio.

I contributi sono destinati allo svolgimento di iniziative inerenti:

A. Prodotti locali del territorio

Azioni incentivabili:

Promozione di prodotti locali tramite:

1. azioni di animazione del commercio;
2. campagne promozionali che contemplino il coinvolgimento di differenti attori locali;
3. campagne promozionali rivolte ai turisti;
4. educational tour rivolti alla stampa nazionale ed internazionale.

Tali campagne dovranno essere articolate in modo che illustrino le caratteristiche dei prodotti ma anche i territori dai quali provengono e gli usi locali che ne costituiscono lo scenario.

B. Ristorazione tipica e tradizionale

Azioni incentivabili:

1. campagne rivolte all'animazione delle imprese locali tese al conseguimento del marchio regionale;
2. accompagnamento delle imprese sino al conseguimento del marchio;
3. promozione e pubblicità delle strutture ristorative marchiate anche tramite attività rivolte alla stampa nazionale ed internazionale.

C. Negozi storici

Azioni incentivabili:

1. campagne tese all'animazione delle imprese locali tese al conseguimento del marchio regionale;
2. accompagnamento delle imprese sino al conseguimento del marchio;
3. promozione e pubblicità dei negozi marchiati anche tramite attività rivolte alla stampa nazionale ed internazionale.

D. Supporto alla promozione dei mercati civici dei centri con popolazione non inferiore a 25.000

abitanti

Azioni incentivabili:

1. campagne promozionali periodiche legate anche alla stagionalità e tipicità dei prodotti commercializzati;
2. cura della segnaletica interna;
3. attività rivolte ai social media ed alla stampa;
4. attività volte alla creazione di reti territoriali e partnership locali;
5. attività di animazione interna ai mercati anche a sostegni dei prodotti;

Per la realizzazione di tali attività sono state assegnate alle Camere di Commercio le seguenti risorse:

Camera di Commercio di Cagliari: euro 667.421,92;

Camera di Commercio di Nuoro: euro 418.453,34;

Camera di Commercio di Oristano: euro 343.956,34;

Camera di Commercio di Sassari: euro 570.168,40;

La Camera di Commercio di Cagliari e la Camera di Commercio di Oristano hanno manifestato la volontà di far progettare e gestire le risorse al Centro Servizi.

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

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

SPORTELLO MICROCREDITO.

Il Centro Servizi è stato individuato dalla Camera di Commercio quale soggetto attuatore dello Sportello MicroCredito In accordo con L'Ente Nazionale per il Microcredito.

L'Ente Nazionale per il Microcredito è un ente pubblico non economico che esercita importanti funzioni in materia di microcredito e microfinanza, a livello nazionale ed internazionale. In particolare:

- ✓ promozione, indirizzo, agevolazione, valutazione e monitoraggio degli strumenti microfinanziari promossi dall'Unione Europea e delle attività microfinanziarie realizzate a valere sui fondi comunitari;
- ✓ monitoraggio e valutazione delle iniziative italiane di microcredito e microfinanza;
- ✓ promozione e sostegno dei programmi di microcredito e microfinanza destinati allo sviluppo economico e sociale del Paese, nonché ai Paesi in via di sviluppo e alle economie in transizione.

Lo scopo dello Sportello è quello di promuovere lo sviluppo della microimprenditoria e del lavoro autonomo, nonché l'inclusione sociale e finanziaria delle persone maggiormente svantaggiate.

A tal fine, verranno sviluppate iniziative volte a favorire l'accesso al credito attraverso gli strumenti della microfinanza, la formazione, il tutoraggio, la ricerca, la diffusione di buone pratiche.

Grazie all'esperienza acquisita a livello nazionale ed internazionale, l'Ente Nazionale per il Microcredito rappresenta oggi il principale punto di riferimento per le pubbliche amministrazioni e gli stakeholder interessati allo sviluppo del microcredito in Italia e in Europa, nei Paesi in via di sviluppo e nelle economie in transizione.

L'attività dell'Ente è caratterizzata da una visione etica, che considera la finanza – e quindi l'uso del denaro – come mezzo e non come fine, avendo a riferimento la promozione umana e sociale degli individui.

In base a tale visione, il microcredito non viene proposto come una forma di "assistenzialismo", ma come un vero e proprio prestito finalizzato allo sviluppo di progetti imprenditoriali o alla realizzazione di progetti mirati al miglioramento delle condizioni di vita personali o familiari delle fasce deboli della popolazione.

Per l'Ente, il microcredito deve favorire un uso oculato e razionale delle risorse finanziarie, senza ripudiare i meccanismi di base della finanza, ma riformulandone i valori di riferimento: la persona e non il capitale, l'idea e non il patrimonio, l'equa remunerazione dell'investimento e non la speculazione.

In questa visione il microcredito deve sostenere sia quelle attività imprenditoriali che producono sul territorio un beneficio sociale e economico, sia quelle che si muovono in vista di uno sviluppo umanamente ed ecologicamente sostenibile, ad esempio nel settore non-profit, nella cooperazione sociale ed internazionale, nelle attività culturali e artistiche, nell'agricoltura biologica, nella pesca, ecc.

PROGETTO LATTE NELLE SCUOLE.

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@csimprese.it - www.csimprese.it

P.I./C.F. 03011440926

il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali ha chiesto all'Unioncamere di proseguire la collaborazione al Programma "Latte nelle scuole" anche per l'anno scolastico 2019-2020.

Dalle precedenti collaborazioni, negli anni scolastici 2017-2018 e 2018-2019 concluse con risultati positivi apprezzati dallo stesso Ministero, sono emersi importanti riscontri circa lo stimolo alla ripresa dei consumi dei prodotti della filiera lattiero-casearia da parte delle nuove generazioni e dei loro genitori e grandi soddisfazioni da parte delle scuole per il ruolo di raccordo tra mondo dell'istruzione e mondo produttivo, che hanno svolto le Camere di commercio sul territorio.

Anche in questa nuova edizione il Ministero individuerà - attraverso una specifica gara di appalto - le imprese che effettueranno le attività di distribuzione dei prodotti nelle scuole, mentre il Sistema camerale è chiamato a curare le attività di informazione e promozione a livello centrale e le attività educative di accompagnamento a livello locale, da completare entro il 30 giugno 2020.

Nell'accordo definito con il Ministero, per il quale si è in attesa di registrazione presso la Corte dei conti, si prevede che le Camere di commercio curino direttamente sul territorio:

- ✓ azioni di comunicazione e promozione, compreso l'evento (convegno o conferenza stampa), in raccordo con quelle svolte a livello nazionale direttamente da Unioncamere;
- ✓ l'organizzazione di visite nelle fattorie didattiche o aziende agricole, tra i mesi di marzo e maggio, per far constatare direttamente agli studenti come sono realizzati il latte e i prodotti lattiero caseari dei loro territori;
- ✓ produzione di un gadget da consegnare agli studenti coinvolti nelle visite.

Il budget di spesa che è di circa 20.000 euro oltre l'IVA per le forniture delle visite e 2.500 euro per i gadget, stimando circa 700 alunni coinvolti, al quale si aggiungeranno circa 4.000 euro oltre l'IVA sulle forniture per il convegno e la promozione del Programma sui media locali.

ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO, ORIENTAMENTO AL LAVORO E PLACEMENT – FONDO PEREQUATIVO 2015 – 2016 (PROSECUZIONE).

1. OBIETTIVI PROGRAMMA

Il programma è finalizzato a promuovere il percorso di sviluppo e implementazione delle nuove funzioni assegnate dalla legge di riforma al sistema camerale in materia di orientamento e sostegno alla transizione dalla scuola e dall'università al lavoro, strutturando l'organizzazione presso le CCIAA di servizi per l'"Orientamento al lavoro e alle professioni". In particolare il programma mirerà a

consolidare: le attività di analisi dei fabbisogni di competenze professionali delle imprese; i percorsi "di qualità" in collaborazione tra scuola e mondo del lavoro per l'acquisizione di competenze trasversali ("soft skills") e per l'orientamento formativo e lavorativo dei giovani (in linea con quanto previsto all'art.1, comma 784 e seguenti della legge di stabilità 2019); lo sviluppo degli ITS e delle Lauree professionalizzanti; la certificazione delle competenze; il placement. L'obiettivo finale del programma è, in sintesi, fluidificare le dinamiche d'incontro tra domanda e offerta di formazione e lavoro, puntando a ridurre, in prospettiva, l'attuale "mismatching" e a favorire l'occupabilità dei giovani, con particolare riguardo per l'inserimento occupazionale di laureati, diplomati e apprendisti. Pertanto, si punterà a render più stretto il collegamento tra i vari canali formativi e le esigenze delle imprese, tramite il consolidamento e lo sviluppo di strumenti, iniziative e servizi di rete utili a potenziare la funzione che in tale ambito le CCIAA possono svolgere sul territorio. Il programma è articolato in due distinte macro-azioni, tra loro collegate:

- a. Progettazione e realizzazione di azioni per il raccordo scuola-lavoro
- b. Sviluppo di servizi e strumenti innovativi per l'orientamento al lavoro e alle professioni, le politiche attive per le transizioni al lavoro e il supporto alla certificazione delle competenze

Le fasi attuative dei due specifici filoni di cui sopra saranno precedute e/o accompagnate da una serie di azioni comuni e trasversali riguardanti la Preparazione, pianificazione e governance complessiva.

Per ciascuno dei due specifici filoni di attività e per quello delle azioni comuni e trasversali all'insieme del programma, si prevedono un set di attività e prodotti o servizi erogati a livello centralizzato dalla struttura Unioncamere e un pacchetto di interventi da realizzare direttamente sul territorio. Le singole Camere, attraverso la loro adesione, dovranno quindi impegnarsi sia sulle attività a carattere comune e trasversale, sia su tutte le due macro-azioni progettuali. Nell'ambito della seconda di esse (B), tuttavia, gli organismi camerali potranno optare per un'attuazione in forma non integrale, essendo infatti da considerare come facoltative.

2. ATTIVITÀ

- Attività centralizzata realizzata da Unioncamere
- Preparazione, pianificazione e governance complessiva
- Attività di analisi, networking, coordinamento e assistenza tecnica comuni e trasversali a tutte le azioni per la progettazione esecutiva, la programmazione, la promozione, l'accompagnamento, il monitoraggio, l'animazione e il supporto operativo alla realizzazione degli interventi
- accordi di collaborazione con organismi istituzionali e/o associativi nazionali; kit di base per gli operatori; servizio di helpdesk via web di assistenza tecnica alle Camere e incontri (in presenza o a distanza) con gli operatori; seminari, laboratori e incontri periodici di informazione, formazione, aggiornamento, condivisione e animazione, coordinamento, monitoraggio e supporto realizzativo in presenza presso Unioncamere o a distanza (via webinar) per gli operatori camerali del programma; sviluppo, implementazione, gestione, aggiornamento contenutistico-redazionale dei vari canali informativi Unioncamere su web (Excelsior, Sportello Virtuale di Orientamento, RASL, Piattaforma di Networking Infocamere e nuovo portale integrato per l'orientamento alla formazione e al lavoro di cui all'Azione B, punto 1); piano di comunicazione specifica e diffusione di contenuti editoriali e informativi via web, social network

ecc. ed evento conclusivo; incontri a livello nazionale di indirizzo, programmazione, coordinamento, monitoraggio e supporto realizzativo; sistema di monitoraggio e valutazione delle azioni e relativa rapportistica.

A) Progettazione e realizzazione di azioni per il raccordo scuola-lavoro

1. Sperimentazione di percorsi di qualità per le competenze trasversali e l'orientamento

- supporto e assistenza alla co-progettazione e alle fasi di attuazione dei progetti tipo camerali, assicurando in particolare:
- diffusione alle Camere di una "Scheda per la presentazione dei progetti per le competenze trasversali e per l'orientamento", della piattaforma di networking per la condivisione degli stessi a livello di sistema e degli altri materiali kit strumentale specifico a supporto delle attività previste dai progetti tipo; preparazione e realizzazione di cicli di incontri laboratoriali rivolti alle Camere e, in particolare, agli operatori che nel loro ambito si occupano delle funzioni correlate agli obiettivi sottesi al programma, in preparazione della realizzazione dei progetti e dunque con funzione propedeutica e di accompagnamento all'avvio dell'attività; progettazione, sviluppo e messa a punto a livello nazionale, per la diffusione a livello locale, di un percorso formativo in presenza e/o a distanza (webinar) rivolto ai docenti e tutor, accreditato sulla piattaforma SOFIA del MIUR, funzionale alla co-progettazione, alla realizzazione e alla valutazione dei percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento; altre azioni specifiche di affiancamento tecnico-metodologico alle Camere per la costruzione e gestione di reti e comunità di pratiche in tema di didattica per le competenze trasversali e per l'orientamento finalizzate anche ad alimentare lo studio e l'analisi delle competenze attese ad esito dei percorsi e alla definizione di sistemi di individuazione, verifica e certificazione delle medesime (in eventuale collegamento con punto 3 dell'Azione B); valutazione, analisi e reporting finale sulle azioni progettuali realizzate (monitoraggio generale, raccolta di informazioni e analisi valutativa complessiva dei percorsi sviluppati e implementati a livello territoriale con i progetti tipo camerali e collegate azioni centralizzate; stesura di un rapporto nazionale e condivisione dei risultati con il territorio attraverso attività di comunicazione e, in particolare, incontri mirati a livello nazionale, presentazioni pubbliche, pubblicazione su siti camerali e di Unioncamere).

2. Iniziative specifiche in collaborazione con gli istituti scolastici per indirizzare le scelte formative e professionali degli studenti (CameraORIENTA)

- Sviluppo e consolidamento, a livello nazionale e locale, del format per l'orientamento formativo e professionale "CameraORIENTA". La Struttura o "Unità Centrale" di Unioncamere curerà la progettazione, promozione e organizzazione dell'insieme del format e delle iniziative da diffondere e realizzare nei vari territori da parte delle singole strutture camerali, garantendo i necessari servizi di assistenza tecnica e mettendo a disposizione in particolare: format piano di comunicazione e di eventi o iniziative tipo per la promozione delle varie attività; progettazione, calendarizzazione e realizzazione a livello nazionale iniziativa "CameraORIENTA" nel suo complesso; kit servizi e strumenti "CameraORIENTA"; valorizzazione finale risultati prodotti dall'esperienza, attraverso organizzazione di un evento pubblico conclusivo a carattere nazionale con focus sulle competenze e le professioni del futuro.

B) Sviluppo di servizi e strumenti innovativi per l'orientamento al lavoro e alle professioni, le politiche attive per le transizioni al lavoro e il supporto alla certificazione delle competenze



- Progettazione, sviluppo, implementazione, gestione e aggiornamento contenutistico e redazionale di un nuovo portale nazionale per l'orientamento alla formazione e al lavoro dipendente e indipendente, che, puntando soprattutto su una piena valorizzazione dei dati Excelsior e di altri strumenti del sistema camerale (tra cui SVO-Sportello Virtuale per l'Orientamento e prodotti per l'imprenditorialità), integrerà anche i contenuti, opportunamente revisionati e riorganizzati, del portale FILO e la piattaforma di networking già realizzata da Infocamere, con le nuove funzionalità di matching in via di definizione (v. punto 2). 2. Progettazione, sperimentazione e messa a punto a livello nazionale, per la diffusione a livello locale, di un modello di servizi e strumenti per le nuove funzioni camerali specifiche a supporto dell'incontro tra domanda e offerta di lavoro, a partire dal rilascio, da parte di Unioncamere, di una strumentazione di base utile per iniziare ad operare in questo campo, ad uso delle CCIAA che già hanno richiesto e ottenuto (o hanno intenzione di farlo) l'iscrizione all'Albo nazionale informatico delle Agenzie del Lavoro dell'ANPAL in qualità di strutture abilitate allo svolgimento delle attività di intermediazione in "regime particolare di autorizzazione" (ai sensi dell'art. 6 del d.lgs. 276/2003 e successive modifiche) e/o l'accREDITAMENTO ai servizi per il lavoro nelle rispettive regioni. In particolare, anche in stretto raccordo con i processi di rafforzamento e valorizzazione del sistema informativo a carattere previsionale Excelsior in chiave di sostegno alla transizione al lavoro e all'inserimento occupazionale dei giovani, si provvederà allo sviluppo e all'attivazione, nell'ambito della citata piattaforma di networking, di nuove funzionalità di matching a supporto dei processi di orientamento e placement svolti dalle Università, da sperimentare con uno o più atenei, attraverso l'attuazione dell'apposito accordo di collaborazione con AlmaLaurea e del Progetto con ANPAL PCN Europass. 3. Sperimentazione e messa a punto di metodi, strumenti, modelli e funzioni per l'individuazione, validazione e certificazione delle competenze azioni specifiche di promozione, supporto e affiancamento tecnico-metodologico per favorire, sostenere e assistere la sperimentazione di modelli e strumenti per lo sviluppo, la valutazione e il riconoscimento delle competenze, a partire dalla valorizzazione delle esperienze condotte da alcune CCIAA in collaborazione con organismi universitari specializzati, nonché in collegamento con approcci riconducibili al percorso europeo verso gli "open badge", le altre iniziative Unioncamere in materia di identificazione, selezione e certificazione delle competenze professionali richieste dalle imprese (es. progetto pilota, indagine e schema di normazione tecnica per la certificazione sulle competenze 4.0 nel settore della meccatronica) e gli sviluppi specifici del Sistema Informativo Excelsior, anche attraverso l'applicazione, in questo ambito, di tecnologie e logiche "blockchain"; predisposizione di un rapporto nazionale su esperienze realizzate e stato di avanzamento delle attività, utile alla definizione delle caratteristiche e alla messa a punto dello specifico modello dei servizi camerali di base in tema di individuazione, validazione e certificazione delle competenze, con particolare riguardo per quelle acquisite e sviluppate dai singoli studenti durante i percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento, anche con riferimento ai relativi indicatori applicati agli apprendimenti informali e non formali.
- Attività di analisi, networking, coordinamento e assistenza tecnica comuni e trasversali a tutte le azioni per la progettazione esecutiva, la programmazione, la promozione, l'accompagnamento, il monitoraggio, l'animazione e il supporto operativo alla realizzazione degli interventi
- mappatura soggetti del sistema scolastico e formativo territoriale coinvolti; attivazione di uno o più accordi di partnership collaborativa per la sperimentazione dei modelli di percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento, i sistemi e le modalità di individuazione, validazione

e certificazione delle competenze, i nuovi servizi e strumenti di supporto al placement; realizzazione di uno o più incontri di sensibilizzazione, confronto e raccordo con i partner territoriali; prima mappatura delle imprese potenzialmente destinatarie delle attività di promozione e sensibilizzazione; progettazione esecutiva.

Obiettivi minimi di risultato per il complesso delle attività ed azioni progettuali:

L'efficacia del Progetto sarà misurata in base alle seguenti soglie minime, alcune delle quali variabili in funzione della dimensione della CCIAA (piccola, 0-40mila imprese, media, 40.001-75mila imprese, o grande, oltre 75mila):

- a. n. 1 (per le CCIAA di piccola dimensione), 2 (per le medie) e 3 (per le grandi) percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento su base provinciale ed altrettante scuole o altri enti formativi coinvolti (o un numero di scuole o enti formativi pari al 5% del complesso degli istituti secondari superiori e degli enti formativi attivi nella circoscrizione territoriale di riferimento);
- b. n. 20 (per le CCIAA di piccole dimensioni), 40 (per le medie) e 60 (per le grandi) allievi partecipanti a percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento (in media 20 per percorso, a prescindere dal tipo di attività) da indirizzare, al termine degli stessi, agli eventuali nuovi servizi sperimentali per l'individuazione, validazione, valutazione e certificazione delle competenze acquisite;
- c. almeno un evento territoriale "CameraORIENTA" ed un'altra iniziativa aggiuntiva collegata di orientamento informativo e/o "in situazione"/"on the job" in direzione del lavoro dipendente e indipendente;
- d. attivazione presidio redazionale locale dedicato all'aggiornamento contenutistico del nuovo portale per l'orientamento e della piattaforma di networking e matching;
- e. n. 10 contenuti informativi redazionali locali pubblicati sul nuovo portale per l'orientamento e sulla piattaforma di networking e matching.

Spese previste per la realizzazione del programma

Spesa Prevista Complessiva 38.000,00 €

Spese Consulenza (fino al un massimo del 70%). Totale Spese Consulenza 26.500,00 €

Spese Promozione (fino al un massimo del 50%)

Organizzazione seminari, workshop, convegni 2.000,00 €

Comunicazione via web, stampa e altri media 1.500,00 €

Realizzazione e stampa materiali promozionali 1.500,00 €

Totale Spese promozione 5.000,00 €

Altre Spese (fino al un massimo del 30%)

Trasferte personale camerale e/o docenti/tutor scolastici e aziendali/studenti per partecipazione ad eventi Unioncamere 2.000,00 €

Co-progettazione con le istituzioni scolastiche e formative 2.000,00 €

Altro 2.500,00 €

Totale Altre Spese 6.500,00 €

Totale Spese Previste Complessive 38.000,00 €

SOSTEGNO ALL'EXPORT DELLE PMI

OBIETTIVI DEL PROGRAMMA

La nuova edizione del Progetto SEI (Sostegno all'Export dell'Italia) prevede l'ampliamento delle azioni - realizzate dalle CCIAA con il coordinamento centrale di Unioncamere - di accompagnamento all'estero delle PMI, in coerenza rispetto agli obiettivi della Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione e sulla base degli esiti delle iniziative di individuazione, contatto e prima assistenza delle imprese potenziali e occasionali esportatrici già svolte.

In tal modo, si intende investire nel rafforzamento della rete di presidio attivo sui territori rappresentata dal sistema delle Camere di commercio, già oggi impegnata nell'attuazione di un vasto programma di intervento "porta a porta" rivolto alle PMI potenziali ed occasionali esportatrici, in collaborazione con l'ICE quale soggetto di riferimento per la promozione all'estero.

Nello specifico, gli obiettivi di questa nuova edizione del progetto sono di:

- ✓ favorire l'avvio sui mercati esteri delle aziende che non esportano (pur avendone qualità, organizzazione e parte degli strumenti), individuando nuovi target di imprese (per settore produttivo, per dimensione, per caratteristiche organizzative, ecc.) rispetto a quelle precedentemente individuate e profilate;
- ✓ sostenere e rafforzare la presenza delle aziende che, anche a seguito di precedenti iniziative camerali (in primo luogo quelle previste nell'ambito della prima edizione del Progetto SEI), vi operano in maniera occasionale o limitata, contribuendo così all'incremento e al consolidamento delle relative quote di export.

ATTIVITÀ

Attività centralizzata realizzata dall'Unioncamere

1. Scouting, assessment, orientamento e prima assistenza a nuovi target di imprese potenziali e occasionali esportatrici

- ✓ a. Individuazione puntuale (a livello anagrafico e a livello territoriale) dei nuovi target di imprese potenzialmente e occasionalmente esportatrici, sulle quali le CCIAA aderenti avvieranno l'azione di scouting e che risulteranno, quindi, beneficiarie delle previste iniziative di orientamento verso i mercati internazionali.

- ✓ b. Attività di orientamento e formazione per l'internazionalizzazione dedicata alle aziende beneficiarie del progetto.

2. Predisposizione di strumentazione di base per i piani di "export kick-off" mirati alle aziende già coinvolte

- ✓ Predisposizione di format specifici di aiuto al personale camerale per l'individuazione e definizione delle strategie di penetrazione e delle modalità operative di sviluppo della singola impresa nei mercati esteri (analisi dei mercati esteri obiettivo, dei canali distributivi ideali, analisi della concorrenza di riferimento), a seconda della tipologia merceologica aziendale e dei mercati obiettivo (servizio pensato innanzitutto per le aziende beneficiarie della prima edizione del progetto).

3. Organizzazione di servizi di accompagnamento all'estero e assistenza alle imprese per l'utilizzo dei servizi promozionali all'estero

- ✓ Predisposizione di format standardizzati e utilizzabili a livello territoriale di aiuto all'operatività pratica delle azioni di contatto ed interlocuzione con i soggetti esteri (ricerca contatti, agende individuali, individuazione ed incoming buyer, partecipazione ad eventi business...).

SERVIZIO DI MENTORING.

- ✓ Individuazione di organizzazioni e professionisti italiani residenti all'estero disponibili all'assistenza one-to-one alle imprese beneficiarie per supportarle nei loro programmi di sviluppo internazionale sui propri territori di competenza.
- ✓ Individuazione di organizzazioni e professionisti italiani residenti all'estero disponibili all'assistenza one-to-one alle imprese beneficiarie per supportarle nei loro programmi di sviluppo internazionale sui propri territori di competenza.

4. Promozione e comunicazione a livello territoriale

- a) Attività di comunicazione e monitoraggio a livello nazionale sull'avanzamento del progetto e sul raggiungimento degli obiettivi attesi a livello delle singole territorialità.
- b) Azione di coordinamento per l'integrazione fra i servizi offerti dal sistema camerale e le attività del sistema pubblico per la promozione dei rapporti economici e commerciali italiani con l'estero (ICE-Agenzia e Gruppo Cassa Depositi e Prestiti).

5. Formazione specialistica del network camerale degli Export Promoters

Percorso formativo su temi specialistici (prevalentemente via webinar) dedicato agli addetti camerale con competenze all'internazionalizzazione (almeno 200 figure camerale), finalizzato a rafforzare ed approfondire in modo specialistico e pragmatico competenze funzionali all'attività di scouting, coinvolgimento ed assistenza verso l'estero delle imprese target.

Prodotti/servizi realizzati per le CCIAA/UR:

- a. Affiancamento attraverso figure specialistiche su tutte le linee di attività elencate;
- b. Predisposizione di strumenti e format di analisi e/o intervento a sostegno delle attività elencate.

Attività a livello locale realizzata dalla Camera di commercio

1. Scouting territoriale

Individuazione e profilazione, attraverso una vera e propria azione di scouting, delle nuove imprese da aggregare alla seconda edizione del progetto SEI, in modo da avviare o rafforzare la loro presenza sui mercati esteri. Anche in questo caso si proporranno strumenti e specifici percorsi di internazionalizzazione. Sulla base dell'esperienza della prima annualità, tale attività verrà portata avanti dalle singole Camere di commercio con gli strumenti a loro disposizione (Registro imprese, CRM e altre banche dati) ed incrociando i dati attualmente disponibili delle imprese attive sui mercati esteri.

2. Analisi dei fabbisogni e valutazione delle opportunità di mercato

Le Camere proporranno azioni mirate volte alla individuazione dei mercati potenzialmente più adatti ai profili delle proprie imprese target.

Tra queste:

- a. confronto operativo con le imprese (attraverso attività "porta a porta" o per gruppi ristretti) per una prima valutazione dei vincoli, dei fabbisogni, degli orientamenti e delle potenzialità di proiezione all'estero;
- b. analisi dell'interscambio relativo ai principali target delle imprese individuate, per tipologia di prodotto (attraverso la strumentazione messa a disposizione da Unioncamere) e con evidenziazione dei potenziali Paesi di interesse;
- c. scambio di best practice - anche di altri territori - che abbiano già sviluppato competenze ed esperienze specifiche (con riferimento ad un settore merceologico o a un paese di destinazione).

3. Iniziative di assessment e orientamento alle imprese

Sulla base delle competenze e delle strumentazioni fornite nella prima edizione del progetto SEI, gli Export Promoter camerali svilupperanno attività di orientamento/sensibilizzazione delle imprese, valutazione dell'interesse e delle effettive capacità/potenzialità di presenza all'estero (assessment), così da impostare programmi di intervento specifici tenuto conto anche delle strategie di promozione internazionale e assistenza alle aziende già definite da parte delle CCIAA. Ulteriori attività potranno essere previste a sostegno delle imprese intenzionate ad ampliare gli sbocchi di mercato, con attenzione alle funzioni dei diversi attori del sistema pubblico per la promozione all'estero (ICE, SIMEST, SACE) oltre che CCIE.

4. Assistenza alle imprese per l'utilizzo dei servizi finalizzati ad avviare o rafforzare la presenza all'estero

- ✓ Predisposizione di percorsi ed iniziative dedicate per le imprese che hanno trapiantato con successo le operazioni di company check-up e corretta predisposizione del company profile (azioni "su misura" per le aziende).

Per tutte le imprese coinvolte (e, in particolare, per quelle già oggetto di assessment e orientamento in occasione della prima edizione del Progetto SEI), è prevista la predisposizione di piani di "export kick-off" contenenti:

- ✓ un'analisi per la selezione dei mercati con maggiore potenziale per il prodotto di riferimento;
- ✓ un'analisi per l'individuazione dei canali di distribuzione ideali per i mercati prescelti;
- ✓ un'analisi di dettaglio sulla concorrenza nazionale ed estera di riferimento;
- ✓ una prima analisi di posizionamento dell'azienda rispetto ai concorrenti di riferimento; l'elaborazione di una strategia;
- ✓ un piano d'azione.

La CCIAA individuerà, inoltre, nuovi servizi e/o valorizzando ed ottimizzando quanto già programmato a livello locale, regionale e nazionale (anche con riferimento a un servizio di mentoring, per valorizzare e ampliare il network di professionisti italiani all'estero da mettere a disposizione - a titolo completamente gratuito - delle imprese grazie alle CCIE), tenuto conto delle modalità organizzative di collaborazione con i diversi attori del sistema pubblico per la promozione all'estero (ICE, SIMEST, SACE), oltre che CCIE.

5. Promozione e comunicazione

Attività di comunicazione sugli obiettivi attesi a livello territoriale rivolte alla realtà imprenditoriale e al mondo economico ed istituzionale locale. Si intende, inoltre, sostenere la realizzazione di seminari a livello territoriale al fine di promuovere l'integrazione fra i servizi offerti dal sistema camerale e le attività del sistema pubblico per la promozione dei rapporti economici e commerciali italiani con l'estero. A conclusione del progetto, potrà essere inoltre previsto un evento di presentazione dei risultati.

Obiettivi minimi di risultato per ciascuna CCIAA:

- a. Accompagnare all'estero almeno il 30% delle PMI già coinvolte in precedenza, predisponendo piani di "export kick-off" personalizzati e curandone l'attuazione (si stima di raggiungere con questo servizio un numero complessivo di 1.000 PMI);
- b. Ampliare la platea dei beneficiari del Progetto di almeno un ulteriore 5% di imprese potenziali e occasionali esportatrici, individuando settori o aree di specializzazione non comprese nella precedente edizione e offrendo alle PMI servizi mirati di informazione, formazione e preparazione all'export (si stima di incrementare la platea di imprese raggiunte di almeno 2.000 PMI);
- c. Individuare e coinvolgere almeno 10 imprese all'interno della rete di mentorship internazionale coordinata dalle CCIE.

5. Spese previste per la realizzazione del programma

Spesa prevista Complessiva 28.000,00 € (di cui Spese Consulenza (fino al un massimo del 80%, Prestazione di servizi altre strutture sistema camerale 12.000,00 €, Professionisti 3.000,00 €,

Prestazione di servizi Aziende speciali 3.000,00 €, Spese Promozione (fino al un massimo del 40%), Organizzazione seminari, workshop, convegni 6.000,00 €, Altre Spese (fino al un massimo del 20%)

POLITICHE AMBIENTALI: AZIONI PER LA PROMOZIONE DELL'ECONOMIA CIRCOLARE

Ente che aderisce al progetto CCIAA Cagliari

CCIAA partecipanti CCIAA Cagliari N.Delibera: 48 Data Delibera: 18/06/2019

CCIAA Nuoro N.Delibera: 15 Data Delibera: 20/06/2019

CCIAA Oristano N.Delibera: 3 Data Delibera: 19/06/2019

CCIAA Sassari N.Delibera: 9 Data Delibera: 19/06/2019

1. OBIETTIVI DEL PROGRAMMA

Il programma intende accrescere le competenze e i servizi delle Camere di commercio sui temi dell'economia circolare con la realizzazione di iniziative di formazione, informazione e sensibilizzazione rivolte alle imprese a partire dai temi introdotti dal pacchetto di Direttive UE sull'economia circolare che dovranno essere recepite in Italia e influenzeranno il sistema produttivo. Le imprese che già devono interfacciarsi con le Camere di commercio in relazione ai temi ambientali hanno, per il 78% , meno di 10 addetti e sono, per il 62%, ditte individuali o società di persone. Il progetto, di dimensione regionale (promosso dalle UR che ne assicurano il coordinamento, oppure da una Camera regionale, oppure nel caso di assenza dell'UR da una Camera di commercio capofila anche al di sopra di 100mila imprese), si propone di animare il territorio con l'individuazione delle best practice realizzate dalle imprese nonché, attraverso il portale Ecocamere che la società Ecocerved mette a disposizione, di creare un sistema a rete di condivisioni di materiali, documenti, esperienze e di servizi alle imprese. Le azioni integrano quanto già il sistema camerale realizza per i propri compiti istituzionali nella logica di restituire servizi aggiuntivi delle imprese agli Enti che già si interfacciano con le CCIAA per gli adempimenti di legge. L'attività è, in particolare, destinata alle CCIAA che, ad integrazione delle proprie funzioni istituzionali, già operano attivamente nell'ambito ambientale e che potranno fungere da poli di sviluppo di conoscenze ed esperienze da condividere poi con le altre CCIAA del territorio regionale. Il progetto va costruito con un approccio condiviso con i principali stakeholder (associazioni di categoria, università, amministrazioni).

2. DESTINATARI

**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@csimprese.it - www.csimprese.it

P.I./C.F. 03011440926

Il progetto, di dimensione regionale è promosso dalle UR che ne assicurano il coordinamento, oppure da una Camera regionale, oppure nel caso di assenza dell'UR da una Camera di commercio capofila anche al di sopra di 100mila imprese. Qualora il progetto è presentato da una Unione regionale può partecipare anche una Camera di commercio al di sopra di 100mila imprese; si auspica che aderiscano all'iniziativa dell'Unione regionale il maggior numero di Camere della regione.

3. ATTIVITÀ

1. Analisi territoriale: focus group con associazioni e amministrazioni, panel di imprese per la definizione del piano di attività)

- ✓ Focus group con associazioni e amministrazioni, al fine di rilevare il fabbisogno informativo, gli argomenti di maggiore interesse, i possibili progetti pilota.
- ✓ Attivazione di un panel con imprese di piccole medie dimensioni al fine di individuare casi concreti nei quali le imprese hanno già o stanno affrontando l'impatto delle dinamiche dell'economia circolare per raccogliere e generalizzare le loro esperienze.
- ✓ Sulla base dei punti precedenti, definizione di un piano di attività, nel quale evidenziare le fasi di attenzione e stabilire gli interventi

2. Formazione personale CCIAA

Organizzazione di seminari formativi sugli argomenti oggetto dell'intervento rivolti al personale della Camera/Unione regionale proponente e delle altre Camere di commercio coinvolte.

3. Formazione alle imprese e attività specialistiche

Attività base

Seminari miranti a fornire una "alfabetizzazione di base" in materia di rifiuti alle microimprese. Seminari operativi su adempimenti da rispettare e procedure da applicare nell'ambito della gestione dei rifiuti (per fare qualche esempio in materia di autorizzazioni ambientali, gestione delle materie prime seconde e dei sottoprodotti). Eventi pubblici informativi su temi quali, a titolo esemplificativo: nuove direttive su economia circolare, certificazione ambientale, acquisti verdi e criteri ambientali minimi, reporting ambientale, ecoprogettazione, riuso e riciclo.

Attività facoltative specialistiche (selezionare tale attività. Lo svolgimento di esse potrà far acquisire delle premialità aggiuntive al progetto)

Sessioni formative ristrette (anche mirate a specifiche tipologie di partecipanti scelte in funzione della rilevanza sul territorio, p.es. imprese edili, imprese del settore agroalimentare, commercio turismo e ospitalità, amministrazioni pubbliche). Percorsi di affiancamento e tutoring verso le piccole medie imprese miranti al raggiungimento di specifici obiettivi (p.es. corretta gestione dei rifiuti e/o dei sottoprodotti, certificazione), organizzati per gruppi ristretti di imprese. Assistenza specialistica one to one con imprese e enti interessati. Help desk telematico per quesiti non rientranti negli ambiti

istituzionali. Attivazione di percorsi miranti a qualificare e aggiornare figure professionali che già operano sul mercato nell'ambito della consulenza in materia ambientale.

4. Attivazione di partenariati con Università, centri di Ricerca per promozione dell'innovazione e PID, altri organismi

Il progetto deve prevedere una dimensione regionale o comunque sovra provinciale dell'intervento con una adeguata distribuzione delle iniziative e disseminazione delle iniziative e dei risultati con il coinvolgimento e l'attiva collaborazione delle Camere di commercio del territorio e delle Sezioni regionali dell'Albo gestori ambientali (Tale caratteristica è indispensabile ai fini di una valutazione positiva del progetto) E' importante promuovere sinergie con centri di competenza che si interfacciano con le imprese del territorio, come ad esempio i "punti impresa digitale" o i punti di contatto dell'European Enterprise Network oltre che con Aziende speciali che si occupano di consulenza tecnico-scientifica, di formazione o di servizi innovativi per supportare, promuovere e rafforzare il sistema imprenditoriale locale.

Regioni: per una condivisione degli obiettivi dell'attività e del contesto, ma anche per favorire un confronto tra il mondo delle imprese e l'amministrazione.

5. Partner di progetto

Università e centri di ricerca, Ecocerved (società in house del sistema camerale sui temi ambientali), altre strutture informative o specializzate presenti sul territorio appartenenti al sistema camerale (Aziende speciali operanti nel campo della formazione, della certificazione), Sezioni regionali dell'Albo gestori ambientali.

6. Valorizzazione sistemi telematici informativi in materia ambientale a supporto del sistema camerale e delle imprese

Pubblicazione di materiali, documenti, interventi formativi e, più in generale, gli output del progetto, sul portale informativo ambientale Ecocamere (www.ecocamere.it) che la società Ecocerved mette a disposizione delle Camere di commercio; il portale funge sia da sito aggregatore di documenti e materiali da condividere all'interno del sistema sia da strumento di valorizzazione e di servizio alle imprese per le esperienze più avanzate sviluppate dalle Camere.

7. Azioni promozionali di divulgazione e comunicazione:

Realizzazione di una newsletter mirata per gli utenti del territorio. Organizzazione di eventi e incontri. Altre attività di tipo promozionale (conferenze stampa, siti web, etc.)

Obiettivi minimi di risultato:

A. Formazione alle imprese e attività specialistiche

a1) attività base

- n. 1 eventi informativi - n. 1 focus group

a2) Attività facoltative specialistiche

- n. 2 eventi informativi - n. 2 focus group

B. Aumento competenze imprese e del sistema camerale:

da 10 a 50 imprese formate/informate per iniziativa realizzata da 1 a 3 percorsi di affiancamento a pmi da 2 a 4 giornate formazione erogate per il personale camerale

C. Network cciaa economia circolare

da 1 a 3 materiali pubblicati su Ecocamere da 1 a 3 output di progetto pubblicati su Ecocamere

D. Partenariati con Enti, istituzioni, Associazioni di categoria sui temi della sostenibilità

n. 1 accordo/protocollo/intesa stipulato

Spese previste per la realizzazione del programma

Spesa Prevista Complessiva 55.000,00 €

Spesa Prevista CCIAA Cagliari 30.550,00 €

Spesa Prevista CCIAA Nuoro 7.300,00 €

Spesa Prevista CCIAA Oristano 7.300,00 €

Spesa Prevista CCIAA Sassari 9.850,00 €

Spese Personale (fino ad un massimo del 35%)

UTILIZZO DI SPAZI DEL QUARTIERE FIERISTICO PER EVENTI E INIZIATIVE REALIZZATE DALLA CAMERA DI COMMERCIO.

La Giunta camerale, con deliberazione n. 44 del 19 giugno 2020, ha adottato l'indirizzo politico per l'utilizzo di spazi presso l'Azienda Speciale Centro servizi Promozionali per le Imprese per inserendo nel contributo annuale un importo aggiuntivo forfettario pari a € 7.500,00 corrispondente al costo medio a tale scopo sostenuto dall'ente camerale negli ultimi tre anni, con possibilità di adeguamento, qualora si rendesse necessario.

ORGANIZZAZIONE DIRETTA DI MANIFESTAZIONE FIERISTICHE E ALTRI EVENTI / GESTIONE DEGLI SPAZI DEL QUARTIERE FIERISTICO

Nel corso dell'anno 2020

A) Sono programmate le seguenti manifestazioni espositive e fieristiche:

- 1) 15ª edizione di "Fiori e Spose" 2020: 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) 39º Turisport 2020: "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.

Si Precisa che la Manifestazione è attualmente sottoposta a conferma da parte della nuova dirigenza del CONI Sardegna

- 3) Gusto in Fiera 2020: 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) 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, casearie e vitivinicole. Nell'ambito dell'area espositiva e commerciale verranno allestite alcune mostre antologiche, strettamente attinenti il 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.

- 5) Fiera della Nautica (Primavera 2020)
 - 6) Salone del Turismo culturale e archeologico)Primavera 2020)
 - 7) Birritaly (Giugno 2020)
 - 8) Borsino del formaggio ovicaprino (settembre o ottobre 2020)
- 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 2020: evento organizzato in collaborazione con l'Agenzia 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-compattibili.
- 4) Invitas. Rassegna di street food e produzioni enogastronomiche nazionali ed estere (novembre)

5) Nauragica. Mostra didattica su cultura nuragica (da febbraio a giugno)

PROMOZIONE DI EVENTI CULTURALI E MUSICALI ALL'INTERNO DEL COMPENDIO FIERISTICO PER L'ESTATE 2020

1. PREMESSA

Il Centro Servizi Promozionali per le imprese, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Cagliari, intende promuovere l'attivazione di un partenariato istituzionale con l'obiettivo di realizzare a Cagliari un festival musicale e di spettacolo denominato "Cagliari SUMMER Festival 2020" da tenersi nella Città di Cagliari durante la Stagione estiva del 2020.

La Fiera già in passato ha svolto una funzione di vera e propria Arena pubblica per concerti e spettacoli di medio e grande impatto, proprio in ragione della modularità dei propri spazi sia aperti che coperti, in grado di soddisfare le molteplici esigenze dei diversi artisti e di primarie organizzazioni di spettacolo. Solo nel 2019 gli artisti Vasco Rossi e Laura Pausini hanno deciso realizzare i propri concerti in Fiera. Ugualmente hanno fatto altri artisti internazionali.

2. IL PARTENARIATO ISTITUZIONALE

Il partenariato coinvolge in primo luogo la Regione Autonoma della Sardegna, Assessorato al Turismo, Artigianato e Commercio con il quale vengono condivise e decise le strategie e gli obiettivi generali e specifici del progetto.

Di altrettanto importante rilievo strategico ma con un ulteriore significato operativo è l'accordo con il Comune di Cagliari. Ciò in ragione dell'importanza e utilità di dotare la Città di un'Arena Grandi Eventi di cui altrimenti sarebbe sprovvista.

L'Accordo con il Comune di Cagliari ed il suo Sindaco consente di integrare sue altre importanti istituzioni: la Città Metropolitana di Cagliari, guidata dallo stesso Sindaco e la più importante tra le Istituzioni culturali della Città e della Sardegna, rappresentata dalla Fondazione del Teatro Lirico, a sua volta interessata ad aprirsi al territorio e all'organizzazione di spettacoli open air in grado di attrarre un più vasto pubblico.

Naturalmente, il rapporto con la Camera di Commercio di Cagliari, di cui il Centro Servizi è articolazione operativa, consente di presidiare i rapporti con la comunità economica locale. Ci si riferisce in particolare ai rapporti con l'articolato mondo dei servizi di ospitalità turistica e ristorativa, ai servizi logistici e di trasporto, al commercio in genere. Ma ancora più importante, ai fini della qualificazione internazionale del progetto è il rapporto con Sogaer, importante società partecipata dalla Camera di commercio, che gestisce l'aeroporto di Cagliari e per il cui tramite si possono declinare strategie

commerciali di marketing e di co-marketing coinvolgenti le compagnie aeree nazionali e soprattutto internazionali operanti a Cagliari.

4. L'ACCORDO STRATEGICO OPERATIVO CON SOGAER

L'aeroporto di Cagliari, nel 2020 ha un ricco programma di voli. Tante compagnie aeree, nuovi collegamenti in aggiunta a quelli precedentemente operati e sempre più frequenze.

Sogaer opera sempre in stretto collegamento con agenti di viaggio, albergatori e operatori del settore. L'aeroporto di Cagliari ha dimostrato di saper proporre un'ampia offerta di voli anche durante i cosiddetti mesi di spalla. Nel 2019 la compagna Volotea ha deciso di attivare a Cagliari una base operativa. Ma l'aeroporto è la base di anche altri tre vettori. Cagliari e il Sud Sardegna, dunque, sono diventati una destinazione importante nei network dei principali network vettori europei, siano essi low cost o legacy, e da questo si parte per continuare a rafforzare la presenza sui principali mercati. Su alcune rotte operano in concorrenza diversi vettori, con conseguenze positive e vantaggi per l'utenza.

Nel dettaglio l'Aeroporto è collegato con 22 Paesi, 88 destinazioni totali, di cui 68 internazionali e 21 nazionali. Si tratta della più importante aerostazione della Sardegna. Nel 2018 il volume del traffico passeggeri è stato di 4.355.357 unità, mentre quello aeromobili ha raggiunto quota 31.371 movimenti.

L'accordo con Sogaer potrà consentire di conseguire obiettivi di marketing su alcuni specifici e mirati mercati europei attraverso il coinvolgimento di compagnie aeree o altri hub aeroportuali con i quali sottoscrivere specifiche intese a rafforzamento dell'offerta locale di servizi di spettacolo e grandi eventi.

5. LE SPONSORSHIP E GLI ACCORDI COMMERCIALI

Il principale accordo commerciale su base locale coinvolge il Gruppo Editoriale "L'Unione Sarda". Si tratta del principale player di comunicazione locale. Proprietario del giornale quotidiano più letto e diffuso in Sardegna, dell'emittente televisiva più vista (Videolina), dell'emittente radiofonica più ascoltata (radiolina), supportate da un'offerta web ricca di contatti e autorevolezza (unioneonline.it).

Sono in corso di formalizzazione accordi di sponsorship con Istituzioni bancarie, oltrechè con primarie società presenti e attive nel territorio quali, a titolo di esempio, Saras spa e Tiscali Spa.

6. RUOLI E OPERATIONS

Si prevede la selezione di una primaria società operante nelle produzioni live e TV capace di coinvolgere un cast di Artisti di primaria importanza.

In particolare sono state avviate interlocuzioni con la Friends e Partners Spa di Milano che produce e organizza spettacoli nel settore della musica live, eventi speciali e produzioni televisive.

F&P nel corso degli anni si è contraddistinta per l'alta qualità delle produzioni e degli artisti (tra gli altri Alessandra Amoroso, Biagio Antonacci, Claudio Baglioni, Il Volo, Luciano Ligabue, Emma Marrone, Panariello-Conti- Pieraccioni, Laura Pausini, Zucchero) e per aver promosso ed organizzato spettacoli musicali durante Expo 2015 presso l'Open air Theatre, il veglione di San Silvestro per il Comune di

Milano 2016/2017, i Wind Summer Festival su Canale 5, 12 edizioni dei premi Wind Music Awards, Avrai – Claudio Baglioni in Vaticano, Pavarotti 10° Anniversario dall’Arena di Verona, Pino E’ allo Stadio San Paolo di Napoli, Laura & Paola e Panariello Sotto l’Albero, trasmesso in prima serata su Rai 1.

F&P, con VIVO Concerti, Vertigo, D’Alessandro e Galli, è parte integrante di EVENTIM MONDO, società tedesca di biglietteria e di intrattenimento live leader in Europa e n. 2 al mondo con un portafoglio di 700.000 eventi gestiti all’anno e oltre 250.000 milioni di biglietti venduti.

Attraverso Eventim sarà coinvolta come partner operativa TICKETONE, marketing leader nel ticketing con 20 anni di esperienza sul mercato italiano, oltre 12 milioni di biglietti venduti in prevendita all’anno, oltre 45 milioni di pagine viste al mese, 5,5 milioni di visitatori mensili. TicketOne è ticketing – Partner per tutti i grandi eventi internazionali quali Olympic Games 2016-2014-2016, Fifa World Cup 2006, ma soprattutto è ticketing – Partner di tutti i più importanti eventi Live che si svolgono in Italia. L’accordo con F&P e EVENTIM MONDO potrà consentire di conseguire obiettivi di marketing sulle città direttamente collegate con l’aeroporto di Cagliari e alcuni specifici e mirati mercati europei attraverso il coinvolgimento di compagnie aeree o altri hub aeroportuali con i quali sottoscrivere specifiche intese a rafforzamento dell’offerta locale di servizi di spettacolo e grandi eventi.

E’ evidente, quindi che, tale configurazione consentirà al progetto un respiro organizzativo di livello internazionale e offrirà a Cagliari e all’intera Sardegna un’importante opportunità di visibilità e di potenziamento dell’offerta turistica in alta stagione.

7. BUDGET E IMPATTO PREVISTO SULL’ECONOMIA LOCALE

A fronte di un investimento pubblico corrispondente ai costi necessari per l’allestimento degli spazi, per le spese organizzative dei partners locali e per i servizi accessori di natura promozionale e pubblicitaria si stimano consistenti ricadute economiche dirette e indirette.

L’investimento pubblico non si sovrappone al rischio d’impresa in capo a F&P e non configura alcun aiuto ai provati organizzatori ai quali compete l’organizzazione delle attività di spettacolo e l’attività di ticketing.

I risultati economici estremamente positivi e le presenze di pubblico relative alla stagione eventi 2019 sono un chiaro segnale sulle ricadute economiche dirette su territorio che coinvolgono primariamente i servizi logistico-ricettivi ma anche, più in generale, gli esercizi commerciali della città di Cagliari e sono stimati in alcuni milioni di Euro. L’obiettivo che la CCIAA di Cagliari con la sua Azienda speciale C.S.P.I. si pone per il 2019 e 2020 è quello di creare e generare un nuovo corridoi di flussi turistici nazionali ed internazionali legati all’intrattenimento e allo spettacolo

Le ricadute economiche indirette producono benefici d’immagine turistica alla città di Cagliari, rafforzandone il ruolo e l’immagine di capitale turistica dell’Isola e del Mediterraneo.

PROPOSTA CALENDARIO SPETTACOLI 2020

Claudio Baglioni

Coez

**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

Francesco De Gregori

Fedez

Il Volo

Måneskin

Mannarino

Modà

Gianna Nannini

Pio e Amedeo

Ultimo

Antonello Venditti