

RELAZIONE PREVISIONALE PROGRAMMATICA 2014

SOMMARIO

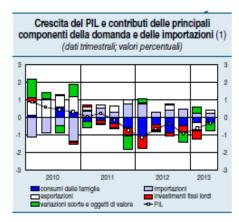
SCENARIO ECONOMICO	3
SCENARIO ECONOMICO LOCALE	6
LA SITUAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA E LE LINEE D'INTERVENTO	11
LE LINEE STRATEGICHE CAMERALI	14
Linea strategica n. 1	
"Aumentare l'attrattività del territorio camerale attraverso un incremento della competitività dell	e imprese" 15
Linea strategica n. 2	
"Rafforzare e promuovere l'imprenditorialità"	16
Linea strategica n. 3	
"Potenziare l'internazionalizzazione del sistema economico"	17
Linea strategica n. 4	
"Valorizzare le produzioni tipiche e le eccellenze del territorio"	18
Linea strategica n. 5	
"Una pubblica amministrazione moderna, trasparente, efficace ed efficiente"	19
Linea strategica n. 6	
"Marketing turistico territoriale"	26
Linea strategica n. 7	
"Innovazione"	28
I'A S D F N	20

SCENARIO ECONOMICO

Anche nell'anno in corso, l'andamento marcatamente negativo del ciclo economico italiano è stato guidato da una serie di fattori recessivi che hanno compromesso l'auspicata ripresa prevista per la parte finale di quest'anno.

Il PIL è diminuito, nel secondo trimestre di quest'anno, dello 0,3 per cento rispetto al periodo precedente, un calo decisamente più contenuto rispetto ai due trimestri precedenti. Se l'attività economica restasse sul livello raggiunto nel secondo trimestre, nel complesso del 2013 il prodotto diminuirebbe dell'1,9 per cento.

La domanda interna ha continuato a contrarsi condizionata non solo dal crollo dei consumi ma anche dalla contrazione degli investimenti, che hanno risentito delle difficili condizioni di finanziamento.



1

L'inflazione al consumo è rimasta sostenuta nonostante il quadro recessivo e la significativa diminuzione del reddito disponibile delle famiglie ha comportato un forte calo della spesa per consumi e in un'ulteriore diminuzione della propensione al risparmio, che raggiunge il suo minimo storico. Quest'ultima, un tempo punto di forza del sistema italiano, pur risultando ancora superiore a quella misurata in Spagna, si è attestata su livelli sensibilmente inferiori rispetto a quella delle famiglie tedesche e francesi, avvicinandosi addirittura a quella del Regno Unito, tradizionalmente la più bassa d'Europa.

La spesa delle famiglie è diminuita, pur se meno intensamente nel confronto con gli anni precedenti. Alle difficoltà economiche, le famiglie hanno risposto riducendo la quantità o qualità dei prodotti acquistati, preferendo centri di distribuzione a più basso costo. Anche gli indicatori di disagio economico hanno segnato un ulteriore peggioramento e la deprivazione materiale delle famiglie ha cominciato a interessare anche nuove fasce della popolazione.

L'elevata disoccupazione rimane il maggiore problema da affrontare, in particolar modo per il peggioramento riscontrato nella parte finale del 2012 e nel corso del 2013. La flessione degli occupati si è concentrata, ancora una volta, tra i più giovani di entrambi i sessi. Il tasso di disoccupazione, al 9,6% a gennaio 2012, ha toccato il 12% per cento a metà di quest'anno, mentre cresce ancora, e in misura significativa (+6%) il tasso di disoccupazione giovanile. Secondo i dati della contabilità nazionale il numero degli occupati è diminuito, al netto dei fattori stagionali. La debolezza della domanda di lavoro si è riflessa anche in un maggiore utilizzo della Cassa integrazione guadagni (CIG) e in una riduzione del tasso di posti vacanti e del numero di assunzioni.

¹ Fonte dati: Istat, Ministero dell'Interno.

L'attività industriale, dopo essere scesa ulteriormente all'inizio del secondo trimestre del 2013, ha fatto segnare un modesto recupero nei mesi più recenti. I giudizi delle imprese sugli andamenti di breve periodo sono migliorati ed emergono indicazioni di una possibile stabilizzazione della spesa per investimenti nel corso della parte finale dell'anno.

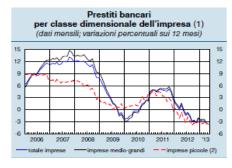
Le condizioni del comparto immobiliare restano deboli. Le compravendite di abitazioni hanno, infatti, subito un nuovo calo e al netto della stagionalità sono emersi segnali di stabilizzazione, ma i prezzi delle case hanno continuato a



diminuire: dall'estate del 2011 hanno cumulato una flessione del 6,9% (-10,2 al netto dell'inflazione al consumo).

La redditività operativa delle imprese (calcolata come rapporto tra margine operativo lordo e valore aggiunto) è rimasta modesta, continuando a risentire della fase ciclica negativa. Gli investimenti (al lordo delle scorte) e l'autofinanziamento si sono contratti in rapporto al valore aggiunto anche e il peso degli oneri finanziari è rimasto invariato. Colpiti in modo particolar modo i settori delle costruzioni, dell'agricoltura e dell'industria. Anche sul settore terziario ha pesato l'intonazione negativa della domanda, seppure con un impatto inferiore a quello osservato per il settore manifatturiero. Il pagamento di parte dei debiti commerciali pregressi delle Amministrazioni pubbliche dovrebbe, una volta liberato totalmente, contribuire a riequilibrare la situazione finanziaria delle imprese nella seconda parte dell'anno.

La contrazione dei prestiti bancari alle imprese è proseguita sia per le aziende medio-grandi sia per quelle di piccole dimensioni. Sono, tuttavia, queste ultime a risentire di una maggiore difficoltà di accesso al credito soprattutto a medio/lungo termine. A metà dell'anno in corso i prestiti si erano ridotti del 3,6% sui dodici mesi e il debito complessivo in rapporto al PIL è rimasto pressoché invariato, all'81%.



Le vendite all'estero di beni e servizi italiani si sono ridotte in volume, dopo oltre un triennio di crescita, riflettendo la contrazione della domanda sui mercati della UE. Per effetto della flessione delle importazioni è tuttavia ulteriormente migliorato il saldo di conto corrente al netto delle componenti stagionali, continuando la dinamica positiva in atto dal 2011. Sono proseguiti gli acquisti netti di titoli di debito italiani da parte degli investitori esteri e, per la prima volta dalla primavera del 2009, sono scese anche le esportazioni (-1,9%), principalmente per effetto della riduzione della domanda dagli altri paesi dell'Unione europea mentre le importazioni si sono ridotte in misura appena inferiore.

Le condizioni dei mercati finanziari italiani sono nel complesso lievemente migliorate. Nuove tensioni sono emerse dalla metà di maggio, legate all'incertezza sulla politica monetaria statunitense, alle tensioni sul mercato interbancario cinese e, in luglio, ai timori di una crisi politica in Portogallo. Le decisioni del Consiglio direttivo della BCE di inizio luglio e poi di novembre con taglio del rifinanziamento portato ai minimi storici (0,25%) hanno sostenuto i mercati. Dalla fine di marzo lo spread tra i titoli di Stato italiani a dieci anni e i corrispondenti titoli tedeschi è diminuito,

portandosi a metà Ottobre sulla soglia dei 230 punti. L'indebitamento netto delle Amministrazioni pubbliche in rapporto al Pil è sceso sotto il 3 per cento, grazie a un consistente avanzo primario ma rischia nell'ultima parte dell'anno di stabilizzarsi nuovamente oltre la soglia consentita dai vincoli europei; stante la debolezza dell'economia, l'incidenza del debito sul Pil è comunque aumentata, arrivando superare il 130%.

L'attività economica mondiale ha beneficiato, nel 2013, del consolidamento della ripresa negli Stati Uniti, dove le temute ripercussioni negative della politica di bilancio sono state inferiori al previsto, e dell'espansione monetaria in Giappone. Nei principali paesi emergenti, pur rimanendo complessivamente sostenuta, la crescita ha perso vigore, in particolare in Cina dove la flessione dei corsi delle materie prime ha favorito un'attenuazione delle spinte inflazionistiche durante il secondo trimestre del 2013.



Fonte: Markit e Thomson Reuters Datastream.
(1) Indici di diffusione desumibili dalle valutazioni dei responsabili degli acquisti (PMI) e relativi all'attività economica nel settore manifatturiero.

- o In **Giappone** la crescita ha registrato una marcata accelerazione (4,1%, da 1,2%), beneficiando, oltre che del forte aumento dei consumi delle famiglie, anche dell'espansione del bilancio pubblico e della ripresa delle esportazioni.
- Nel Regno Unito, dopo la contrazione negli ultimi tre mesi del 2012, l'attività economica è tornata a crescere (1,1%), in particolare per il contributo positivo fornito dalla domanda estera netta.
- Negli Stati Uniti il prodotto si è espanso a un ritmo prossimo al 2% l'anno, pur frenato dalla restrizione della spesa pubblica in atto da marzo (il cosiddetto sequester). Prosegue il miglioramento delle condizioni sul mercato del lavoro e continua la ripresa dell'attività nel mercato immobiliare.
- Nell'Area Euro si attenua la debolezza ciclica. Gli indicatori congiunturali più recenti segnalano una possibile stabilizzazione del ciclo economico, ma in condizioni di attività ancora debole. Le previsioni dell'Eurosistema prefigurano per quest'anno una flessione dell'attività dello 0,6%, 1,5 punti al di sotto di quanto atteso lo scorso settembre. Il Consiglio direttivo della BCE, dopo aver ridotto in novembre il tasso sulle operazioni di rifinanziamento principali portandolo al minimo storico dello 0,25%, ha comunicato che prevede di mantenere i tassi ufficiali su livelli pari a quelli attuali per un periodo di tempo prolungato, in considerazione delle prospettive di bassa inflazione, della debolezza generalizzata dell'economia e della crescita monetaria molto contenuta.
- Nelle principali economie emergenti l'attività economica ha rallentato nei primi tre mesi dell'anno. In Cina la crescita del PIL è scesa al 7,7% sul periodo corrispondente, soprattutto per la decelerazione della domanda per investimenti. La crescita economica si è attenuata in Russia (1,6%) ed è rimasta su livelli relativamente deboli anche in India (4,8%). In Brasile, invece, il modesto rafforzamento della crescita (all'1,9 per cento, dall'1,4) è da attribuire alla ripresa degli investimenti, a sua volta sostenuta dagli incentivi fiscali



onte: FMI e Thomson Reuters Datastream.) Per il prezzo a pronti, dati medi mensili fino a giugno del 2013; l'utilimo dato riferisce al 12 luglio 2013. – (2) Prezzo medio ai barile delle tre principali

Le quotazioni del greggio di qualità Brent² si sono ridotte, riflettendo l'incerta dinamica della domanda mondiale e l'aumento della produzione, e stabilizzate intorno ai 100 dollari al barile. Le rinnovate tensioni in Africa settentrionale hanno contribuito a determinare un rialzo dei corsi, che si sono riportati poco sotto i livelli della fine di marzo (109 dollari). Le indicazioni implicite nei contratti futures continuano a segnalare che il prezzo del Brent scenderebbe nei prossimi dodici mesi. Nel secondo trimestre il deprezzamento dei corsi internazionali è stato più ampio nel caso delle materie prime non energetiche, in particolare dei metalli.

SCENARIO ECONOMICO LOCALE

Nell'ultimo anno si è aggravata la già difficile situazione dell'economia regionale. Le prime stime indicano un calo del prodotto interno lordo pari al 2,8 per cento a prezzi costanti. Dopo il debole recupero che aveva caratterizzato il 2010 e la prima parte dell'anno successivo, i principali indicatori congiunturali hanno segnalato un nuovo marcato peggioramento per il 2012.

Sulla contrazione hanno inciso, oltre che un ulteriore rallentamento della domanda interna, le ripercussioni a livello territoriale delle tensioni sui debiti sovrani, che si sono riflesse in più stringenti condizioni di operatività della finanza pubblica e nel perdurare di tensioni nell'accesso finanziamento privato. Secondo gli ultimi dati ISTAT dei Conti Economici Regionali, nel 2011 il valore aggiunto totale della Sardegna risulta pari a 27.218,34 milioni di euro, in lieve aumento rispetto l'anno precedente (+0,5%), ma rispetto al 2007 la perdita di ricchezza complessiva è di circa il 2,7%.

	2007	2008	2009	2010	2011
Sardegna					
Agricoltura e pesca	3,7	3,7	3,7	3,7	3,6
Industria in senso stretto	13,0	12,6	10,9	11,0	10,5
Costruzioni	6,9	6,8	6,5	5,5	5,2
Servizi	76,4	77,0	78,9	79,8	80,8
Mezzogiorno					
Agricoltura e pesca	3,7	3,8	3,8	3,8	3,7
Industria in senso stretto	13,7	13,4	11,9	12,2	12,2
Costruzioni	6,7	6,6	6,3	5,9	5,6
Servizi	75,8	76,2	78,0	78,3	78,6
Centro-Nord					
Agricoltura e pesca	1,6	1,7	1,8	1,7	1,7
Industria in senso stretto	22,8	22,4	20,2	21,2	21,4
Costruzioni	5,9	5,8	5,7	5,5	5,3
Servizi	69,6	70,1	72,3	71,6	71,7
Italia					
Agricoltura e pesca	2,1	2,2	2,2	2,2	2,2
Industria in senso stretto	20,8	20,4	18,4	19,2	19,4
Costruzioni	6,1	6,0	5,8	5,6	5,4
Servizi	71,0	71,4	73,6	73,1	73,2

L'indebolimento della domanda interna ha inciso sui risultati delle imprese. Nel corso del 2012 la fase recessiva si è acuita L'attività delle imprese industriali, in contrazione dalla metà del 2011, si è ulteriormente indebolita.

La produzione e il fatturato dell'industria sono diminuiti, risentendo del calo degli ordinativi provenienti dal mercato nazionale e anche gli investimenti si sono contratti.

La domanda estera, in complessiva ripresa, ha parzialmente sostenuto i risultati delle imprese. Nella media dell'ultimo anno, i livelli produttivi sono risultati ancora nettamente inferiori a quelli registrati nel 2007, prima della crisi finanziaria. Per l'industria regionale, alle difficoltà

² il Brent è uno dei principali tipi di greggio utilizzati come riferimento nei mercati mondiali, ed è scambiato a Londra.

Fonte dati: Istat, CRENOS, Sardegna Statistiche, Registro Imprese.

congiunturali si sono sommate debolezze più radicate, che limitano la capacità innovativa e la competitività delle produzioni. Le crescenti difficoltà nel rispondere alle esigenze dei mercati hanno innescato un rapido ridimensionamento del settore, in termini di valore aggiunto, numerosità di imprese e addetti; i dati degli archivi sui bilanci segnalano l'aumento significativo della frequenza delle procedure fallimentari dall'inizio della crisi.

La produzione nelle costruzioni è ulteriormente diminuita, soprattutto a causa della progressiva flessione della domanda di immobili residenziali e del calo degli investimenti pubblici. Anche in questo settore si osserva una generalizzata contrazione della base produttiva, con l'uscita dal mercato di significative quote di imprese.

L'accentuata diminuzione dei consumi ha inciso negativamente sui risultati delle attività del commercio e di quelle turistiche; in quest'ultimo comparto, all'ulteriore forte contrazione della domanda turistica nazionale si è associato nel 2012 un netto calo della componente internazionale.

Anche le compravendite immobiliari hanno subito una forte flessione. Come si evince dal grafico questa è coincisa con la crisi della finanza mondiale e mantiene tuttora una certa consistenza non mostrando avvisaglie di ripresa. In coincidenza della riduzione delle compravendite si denota, inoltre, una lieve attenuazione dei prezzi sugli immobili. Questo decremento, tuttavia, è caratterizzato da una maggiore vischiosità tale da non consentire un riequilibrio automatico del mercato immobiliare.

Le condizioni del mercato del lavoro sono peggiorate e il quadro congiunturale ha inciso sulle condizioni occupazionali. Il marcato calo degli addetti nei settori industriale e delle costruzioni non è stato compensato dall'espansione registrata nei servizi anche nel corso della prima parte dell'anno in corso;

Imprese attive e ore lavorate nell'edilizia (1)
(variazioni percentuali; numeri indice: 2001=100)

100

100

200

2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012

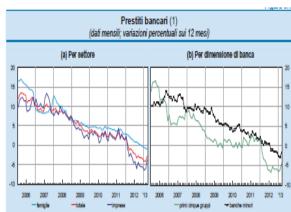
100 ore lavorate nell'edilizia -o-imprese attive (scala di destra)





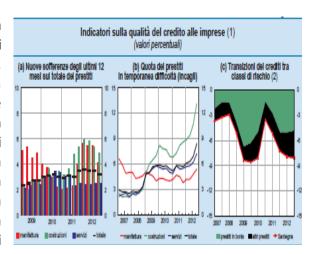
è proseguita la crescita dell'utilizzo della Cassa integrazione. Il tasso di disoccupazione è aumentato in misura sostenuta, in particolare per i giovani con meno di 35 anni. Negli anni della crisi si è intensificato il ricorso alle forme contrattuali più flessibili, che sono state utilizzate in modo crescente soprattutto per l'assunzione dei giovani e delle donne. Negli stessi anni, le retribuzioni orarie dei lavoratori dipendenti in regione sono rimaste su un livello inferiore a quello nazionale.

Il credito all'economia si è ridotto: la fase recessiva attraversata dall'economia regionale ha condizionato sia la domanda di credito, per la limitata attività di investimento di imprese e famiglie, sia l'offerta di finanziamenti, che rimane tesa in un contesto di progressivo deterioramento della qualità del credito; ne è risultata una forte

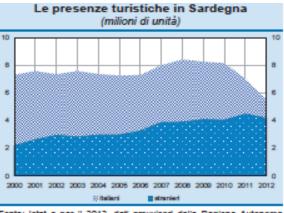


contrazione dei prestiti a dicembre del 2012.I finanziamenti alle imprese sono diminuiti più intensamente della media italiana: la dinamica ha accomunato tutti i comparti produttivi e si è estesa anche alle classi meno rischiose di merito creditizio.

Anche la qualità del credito è peggiorata e la rischiosità aumentata. Il tasso di decadimento dei prestiti, che era leggermente diminuito a dicembre, è tornato ad aumentare nei primi mesi dell'anno in corso; la quota dei crediti deteriorati è cresciuta e anche altri indicatori prospettici evidenziano un peggioramento della capacità di rimborso in tutti i settori, in particolare in quello edile. La raccolta bancaria ha ripreso ad aumentare, trainata dalla crescita dei depositi delle famiglie, per le quali la forte espansione della componente a risparmio ha più che compensato l'ulteriore diminuzione dei conti correnti.



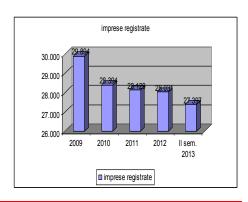
Per quanto riguarda **il turismo**, negli ultimi anni il numero delle presenze in Sardegna si è andato progressivamente contraendo. Stando ai dati, nel 2012 le presenze nelle strutture ricettive si sono ridotte del 16,0% rispetto all'anno precedente mentre gli arrivi sono diminuiti di circa il 15% Il calo dei soggiorni ha interessato le strutture complementari con intensità leggermente maggiore rispetto a quelle alberghiere (rispettivamente -18,1 e -15,7 per cento). La contrazione della domanda è dipesa sia dai flussi turistici nazionali (-21,7%) sia, in misura più contenuta, da quelli provenienti dall'estero, in diminuzione del 7,2% dopo la crescita



Fonte: Istat e per il 2012, dati provvisori della Regione Autonoma

sostenuta registrata nel corso degli ultimi anni. In base all'indagine sul turismo internazionale della Banca d'Italia, nel 2012 la spesa in regione dei visitatori provenienti dall'estero si è ridotta in termini nominali di oltre il 5%. La durata media dei soggiorni è complessivamente diminuita: il calo si è registrato solo per i turisti provenienti dall'Italia (da 5,2 giorni a 4,8 nel 2012); il numero medio dei giorni di vacanza è lievemente aumentato per gli stranieri. La contrazione dell'attività del settore ha riguardato tutte le località della regione. Nelle province di Cagliari e Nuoro la flessione è stata più contenuta ed è risultata meno marcata rispetto al 2011. Tra le altre province, a Oristano e in Ogliastra i soggiorni sono tornati a contrarsi dopo due anni di espansione.

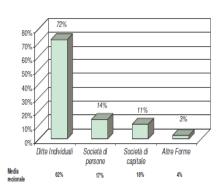
Al 30 Giugno 2013 risultano operare in Sardegna 167.606 imprese. Questo dato, contrariamente alla tendenza rilevata negli anni passati, evidenzia un ritrovato interesse da parte dei sardi nei confronti dell'attività imprenditoriale. Considerato che nel 2012 le attività produttive registrate in Sardegna ammontavano a 161.571 unità, si rileva un incremento pari al 3,75%, per un totale di 6.035 nuove imprese in soli sei mesi. Il



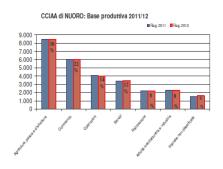
nuorese, di contro, pare risentire maggiormente delle conseguenze causate dalla crisi economica evidenziando una contrazione delle attività produttive presenti nel territorio.

Il quadro della demografia delle imprese mostra che nel corso degli ultimi anni il territorio ha visto un progressivo calo del numero di imprese registrate: nel 2010 si è riscontrata una diminuzione del 5,01% rispetto al 2009, cui è seguito un calo dell'1,00% nel 2011 e un'ulteriore diminuzione dello 0.35% nel 2012. Anche nei primi sei mesi dell'anno la tendenza si è conferma in discesa, evidenziando un saldo negativo di 674 imprese per un totale 27.357 unità produttive attualmente annotate presso i registri camerali. I dati, tuttavia, se depurati, evidenzierebbero un calo meno consistente, in quanto diverse delle cancellazioni sono frutto dell'attuazione del D.P.R. 247/2004, che prevede la cancellazione d'ufficio per le imprese non operative da più di tre anni.

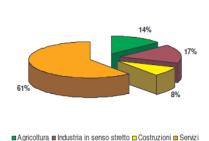
Ш tessuto produttivo del territorio è composto prevalentemente da imprese individuali (72%) mentre la propensione a costituire soggetti giuridici diversi da questi ultimi è residuale: solo il 14% sceglie di costituire società di persone e l'11% società di capitali. Come si evince dalla tabella, queste percentuali sono tendenzialmente inferiori a quelle rilevate dalla media regionale. Questo probabilmente giustificato dall'alta percentuale, territorio di competenza della Camera di Commercio di Nuoro, di piccoli imprenditori nel campo agricolo e artigianale.



Ciò si evince anche dall'analisi sulla composizione della base produttiva territoriale. È abbastanza evidente, infatti, che il settore maggiormente rappresentato sia quello riconducibile all'agricoltura e alle attività ad essa strettamente collegate, vantando una percentuale di imprese (30%) che si avvicina ad un terzo di quelle complessivamente operanti nel territorio. Buona rappresentanza anche per il comparto commerciale che, con il 22% di attività, si piazza subito dopo quello agricolo e appena prima di quello edilizio (14%) e dei servizi (12%).



La rappresentanza settoriale delle imprese non rispecchia, tuttavia, quella degli occupati. Nonostante il settore dei servizi costituisca solo il 12% della base produttiva locale, esso concorre ad occupare ben il 61% dei lavoratori (dato inevitabilmente influenzato dal consistente impiego di forza lavoro alle dipendenze della Pubblica Amministrazione). A seguire si rileva il 17% degli occupati nel settore industriale e solo il 14% nel settore agricolo che, anche in virtù di quanto descritto in precedenza, mostra un basso rapporto tra imprese ed occupati.

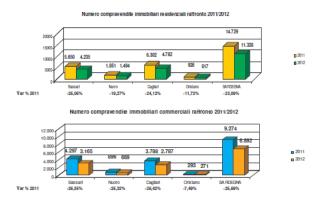


Provincia di NUORO: Occupati per settore

Per quanto riguarda le **imprese artigiane** si evidenzia negli ultimi cinque anni, ed in concomitanza con l'inizio della crisi economica, una notevole contrazione del comparto. Stando ai dati, la

percentuale di imprese artigiane presenti del territorio di competenza della Camera di Commercio di Nuoro ha subito una lenta ma costante flessione. Nel periodo di tempo considerato, si sono perse 824 attività, passando, pertanto, dalle 7.912 presenti nel 2008 alle 7.088 registrate alla fine del primo semestre di quest'anno. Una flessione complessiva pari all'11,6% che va a colpire prevalentemente le attività imprenditoriali più piccole e quelli che vengono definiti "gli antichi mestieri".

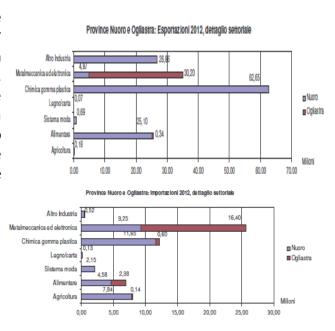
Da un'analisi strettamente settoriale si evince, invece, che uno tra i settori maggiormente colpiti è quello delle **costruzioni**. I ribassi, che hanno interessato questo settore nell'ultimo anno, sono infatti quasi tutti in doppia cifra con picchi talvolta superiori al 20%. Tra questi è particolarmente rappresentativo il crollo degli **investimenti**, che nel 2012 scende del 12,8% a fronte di una perdita monetaria di circa 437 milioni di euro.



Anche le **compravendite immobiliari** accusano il colpo e, con una flessione pari a 16.8 punti percentuali rispetto all'anno passato, influenzano negativamente il settore creditizio. L'ammontare complessivo di mutui accesi per l'acquisto d'immobili, è infatti, sceso del 12,5% nei primi sei mesi dell'anno in corso e il numero delle compravendite è conseguentemente calato in tutto il territorio. Nuoro accusa un decremento meno marcato di quello regionale ma comunque sostanziale sia in relazione agli immobili di tipo residenziale che a quelli di tipo commerciale.

Le esportazioni sono cresciute. Queste ultime sono passate, negli ultimi tre anni, dai 5.227 milioni del 2010 a 6.402 milioni del 2012 con un incremento percentuale pari a più del 20%. Tuttavia queste rappresentano una percentuale poco rilevante del totale delle esportazioni della regione Sardegna e si concentrano prevalentemente nel settore chimico metalmeccanico, influenzate dalla produzione delle grandi fabbriche presenti nella aree industriali del territorio.

Analogo discorso può esser fatto per le **importazioni**_che negli ultimi tre anni sono cresciute da 7.986 milioni nel 2010 a 10.652 nel 2012 evidenziando un incremento pari a più del 30%.



LA SITUAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA E LE LINEE D'INTERVENTO

Come ampiamente descritto nella parte relativa alla presentazione dello scenario economico nazionale e locale, il 2013 è stato caratterizzato da una congiuntura negativa in relazione all'aumento dell'inflazione, ad una netta diminuzione della domanda interna, ma soprattutto ad un grave livello di disoccupazione, che ha registrato persino un peggioramento nel corso dell'anno.

Come diretta conseguenza di questa situazione, l'Ente camerale si ritrova ad avere una forte contrazione delle risorse a disposizione oltre alla necessità di rispondere ad una serie di stringenti misure di spending review.

Alla luce di questo, le linee d'azione della Camera di Nuoro si orientano attraverso tre direttrici fondamentali:

- impegno costante nella **riduzione dei costi di struttura**, grazie alla presenza di una sufficiente dotazione organica e un sistema di reclutamento flessibile;
- la ricerca di **maggior efficienza organizzativa**, tramite il monitoraggio dei costi di funzionamento;
- l'aumento della voce contributi e trasferimenti, attraverso una capillare e mirata ricerca delle fonti in grado di garantire trasferimenti ed entrate provenienti da enti ed istituzioni nazionali, ma soprattutto comunitarie.

Il costante impegno verso la razionalizzazione delle risorse garantirà la possibilità all'Ente di convogliare le stesse verso specifici programmi di promozione del sistema economico; allo stesso modo, gli avanzi patrimonializzati relativi agli anni precedenti saranno utilizzati nelle operazioni di cofinanziamento a progetti europei.

Di seguito, la situazione contabile relativa all'esercizio 2012:

STATO PATRIMONIALE ATTIVO AL 31.12.2012				
	Valori al	Valori al	Differenza	
	31.12.2011	31.12.2012		
A) IMMOBILIZZAZIONI				
a) Immateriali				
Totale Immobilizz. Immateriali	10.890,00	10.387,44	- 502,56	
b) Materiali				
Totale Immobilizzaz. Materiali	7.175.655,93	6.933.909,86	- 241.746,07	
c) Finanziarie				
Totale Immob. Finanziarie	2.196.231,35	2.158.347,05	-37.884,30	
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI	9.382.777,28	9.102.644,35	- 280.132,93	
B) ATTIVO CIRCOLANTE				
d) Rimanenze				
Totale rimanenze	0,00	0,00	0,00	
e) Crediti di Funzionamento				
Totale crediti di funzionamento	2.289.542,14	1.678.369,75	- 611.172,39	
f) Disponibilita' Liquide				

Totale disponibilità liquide	10.803.661,90	11.920.712,65	1.117.050,75
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	13.093.204,04	13.599.082,40	505.878,36
C) RATEI E RISCONTI ATTIVI			
Totale Ratei e risconti attivi	5.653,30	5.600,88	- 52,42
TOTALE ATTIVO	22.481.634,62	22.707.327,63	225.693,01
CONTI D'ORDINE	0,00	0,00	0,00
TOTALE GENERALE	22.481.634,62	22.707.327,63	225.693,01

STATO PATRIMONIALE PASSIVO AL 31.12.2012					
	Valori al 31.12.2011	Valori al 31.12.2012	Differenza		
A) PATRIMONIO NETTO					
Patrimonio netto esercizi precedenti	-17.039.185,58	- 17.041.452,48	2.266,90		
Avanzo/Disavanzo economico esercizio	-2.266,90	- 1.675,00	591,90		
Riserve da partecipazioni	0,00	0,00	0,00		
Totale patrimonio netto	-17.041.452,48	- 17.043.127,48	- 1.675,00		
B) DEBITI DI FINANZIAMENTO					
TOTALE DEBITI DI FINANZIAMENTO	0,00	0,00	0,00		
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO					
Fondo trattamento di fine rapporto	-664.147,28	- 677.200,85	- 13.053,57		
TOT. F.DO TRATT. FINE RAPPORTO	-664.147,28	- 677.200,85	- 13.053,57		
D) DEBITI DI FUNZIONAMENTO					
TOTALE DEBITI DI FUNZIONAMENTO	-4.724.536,52	- 4.935.500,96	- 210.964,44		
E) FONDI PER RISCHI E ONERI					
TOT. F.DI PER RISCHI E ONERI	-51.498,34	- 51.498,34	0,00		
F) RATEI E RISCONTI PASSIVI					
TOTALE RATEI E RISCONTI PASSIVI	0,00	0,00	0,00		
TOTALE PASSIVO	-5.440.182,14	- 5.664.200,15	- 224.018,01		
TOTALE PASSIVO E PATRIM. NETTO	- 22.481.634,62	- 22.707.327,63	- 225.693,01		
CONTI D'ORDINE	0,00	0,00	0,00		
TOTALE GENERALE	- 22.481.634,62	- 22.707.327,63	- 225.693,01		

CONTO ECONOMICO 2012						
Valori al Valori al 31.12.2011 31.12.2012						
GESTIONE CORRENTE						
A)_PROVENTI CORRENTI						
1) Diritto Annuale	4.278.744,87	4.338.285,33	59.540,46			
2) Diritti di Segreteria	577.566,79	593.736,86	16.170,07			
3) Contributi trasferimenti e altre entrate	659.734,20	936.918,99	277.184,79			
4) Proventi da gestione di beni e servizi	0,00	14.240,15	14.240,15			
5) Variazione delle rimanenze	0,00	0,00	0,00			
Totale proventi correnti (A)	5.516.045,86	5.883.181,33	367.135,47			

B) ONERI CORRENTI			
6) Personale	-937.971,37	- 964.347,20	- 26.375,83
7) Funzionamento	-1.289.650,71	- 1.377.548,61	- 87.897,90
8) Interventi economici	-2.292.774,89	- 2.155.562,95	137.211,94
9) Ammortamenti e accantonamenti	-1.278.974,97	- 1.813.452,65	- 534.477,68
Totale Oneri Correnti (B)	-5.799.371,94	- 6.310.911,41	-511.539,47
Risultato della gestione corrente (A-B)	-283.326,08	- 427.730,08	- 144.404,00
C) GESTIONE FINANZIARIA			
10) Proventi finanziari	279.880,97	158.490,15	- 121.390,82
11) Oneri finanziari	0,00	0,00	0,00
Risultato gestione finanziaria	279.880,97	158.490,15	- 121.390,82
D) GESTIONE STRAORDINARIA			
12) Proventi straordinari	50.649,20	1.119.046,97	1.068.397,77
13) Oneri straordinari	-44.937,19	- 808.371,54	-763.434,35
Risultato gestione straordinaria	5.712,01	310.675,43	304.963,42
E) RETTIFICHE DI VALORE ATTIVITÀ FINANZIARIA			
14) Rivalutazioni attivo patrimoniale	0,00	0,00	0,00
15) Svalutazioni attivo patrimoniale			
Disavanzo/Avanzo economico esercizio (A-B +/-C +/-D +/-E)	2.266,90	1.675,00	- 591,90

Dai valori sopra riportati si registra, in linea con i risultati degli ultimi anni, una tendenza verso il pareggio di bilancio, agevolato tra gli altri fattori da un forte dinamismo nell'utilizzo delle risorse a disposizione dell'Ente, che può inoltre beneficiare di un'autonomia finanziaria pressoché integrale e costante nel tempo.

Nonostante si debba registrare l'esclusione dei trasferimenti provenienti dal Fondo Perequativo per la rigidità di bilancio, come ribadito anche nel Piano Pluriennale, la destinazione delle risorse avverrà tramite l'oculata selezione di specifici programmi di promozione del sistema economico.

Sarà possibile individuare i settori di investimento che saranno oggetto di maggior attenzione, tenendo in considerazione quelli che fino ad oggi sono stati i progetti con un più elevato tasso di efficacia ed efficienza, così come quei settori che necessitano un consolidamento, con un particolare riguardo alle due macro aree della **formazione** e della **promozione**.

Per ciò che concerne il piano degli investimenti, è da notare, tra le immobilizzazioni materiali, una previsione di € 2.041.102,00 di cui € 41.102,00 destinati all'acquisto di attrezzatura varia e arredi, e € 2.000.000,00 che consentono di completare le opere di ristrutturazione e manutenzione straordinaria della sede camerale, così come deliberato dall'Ente e di ottenere in attesa della definizione del contenzioso in atto, la piena disponibilità dello stabile di viale Del Lavoro per successivamente riqualificarlo individuando le destinazioni d'uso che consentano da un lato al sistema delle imprese un valido supporto logistico e, dall'altro, all'Ente di acquisire ulteriori fonti reddituali da liberare a favore del tessuto imprenditoriale locale.

LE LINEE STRATEGICHE CAMERALI

Il tessuto imprenditoriale della Sardegna ed in particolare dell'area di competenza della Camera di Commercio di Nuoro, caratterizzato da estrema parcellizzazione, mediamente di piccole dimensioni, principalmente rappresentato da imprese individuali, ha portato alla condivisione in seno agli organi di governo dell'Ente, della assoluta e preliminare necessità di uno sviluppo organico e coordinato delle attività di raggruppamento, di filiera, di relazione, di sinergia fra le imprese sia di quelle operanti nei medesimi comparti che fra quelle impegnate in differenti settori. Pertanto tutti i progetti per i quali sarà richiesto il sostegno della Camera di Commercio di Nuoro saranno valutati sia in relazione all'oggetto dell'iniziativa ed alla modalità di esecuzione del progetto stesso ma anche in funzione alla dimensione delle aggregazioni aziendali che si verranno a creare con tali iniziative ed all'ampiezza della loro intersettorialità: in sintesi maggiore sarà il numero di imprese e di comparti economici coinvolti nei progetti maggiore sarà la premialità che i medesimi progetti riceveranno in fase di valutazione. Appare evidente quindi, riferendosi alle imprese, che se il criterio di sostenere la crescita economica facendo perno su meccanismi di aggregazione ha un senso determinante, questo criterio varrà ancora di più quando riferito alle Associazioni di Categoria la cui intrinseca caratteristica premiante si fonda proprio sulla capacità di aggregare gli operatori economici. Per questo motivo, nella valutazione delle collaborazioni che l'Ente Camerale attiverà con le Associazioni di Categoria sarà riconosciuta una priorità a tutti i progetti presentati da più Associazioni di Categoria aderenti a più comparti economici differenti stimolando in tal modo processi di integrazione, collaborazione e sinergia fondamentali per affrontare le complessità dei mercati in particolar modo di quelli più lontani geograficamente dal nostro territorio ma che sono spesso in grado di offrire incredibili occasioni di crescita per le nostre imprese.

Nella tabella che segue vengono sinteticamente rappresentate le linee strategiche tracciate per il prossimo quinquennio ed evidenziate le linee/aree strategiche su cui l'Ente intende intervenire nel 2014 come meglio precisato nelle pagine successive. Un ultimo paragrafo sarà dedicato all'A.S.P.E.N.

Linea strategica n.1 "Aumentare l'attrattività del territorio camerale attraverso un incremento della competitività delle imprese"	a. b. c.	"Promuovere lo sviluppo infrastrutturale e logistico del territorio" "Valorizzare i luoghi della produzione, del commercio e dei servizi" "Diffusione della cultura di integrazione"
Linea strategica n. 2 "Rafforzare e promuovere l'imprenditorialità"	a. b. c. d.	"Favorire le imprese nella fase di start-up" "Formazione" "Facilitare l'accesso al credito delle imprese" "Accompagnare le imprese alle opportunità di finanziamento"
Linea strategica n. 3 "Potenziare l'internazionalizzazione del sistema economico"	a. b.	"Supportare l'internazionalizzazione delle imprese" "Promuovere progetti di filiera sull'internazionalizzazione"

	a.	"Valorizzare le produzioni tipiche nel campo agroalimentare"
Linea strategica n. 4	b.	•
Linea strategica n. 4 "Valorizzare le produzioni tipiche		"Valorizzare le produzioni tipiche nel campo artigianale" "Promozione e sviluppo di marchi collettivi"
e le eccellenze del territorio"	c. d.	• •
e le eccellenze del territorio	a.	"Garantire il controllo della qualità dei prodotti vitivinicoli"
	e.	"Creazione di distretti produttivi"
	a.	"Valorizzare le risorse umane dell'ente camerale, anche attraverso percorsi di formazione"
	b.	"Comunicare l'azione della Camera di Commercio in maniera efficace"
	c.	"Ascolto attivo del territorio"
Linea strategica n. 5	d.	"Semplificare le procedure burocratiche e facilitare
"Una pubblica amministrazione		l'accesso ai servizi camerali"
moderna, trasparente, efficace ed efficiente"	e.	"Offrire alle imprese servizi di tipo consulenziale, ad alto valore aggiunto"
	f.	"Aumentare le potenzialità del sito web camerale"
	g.	"Controllo di gestione"
	h.	"Valorizzare il patrimonio camerale"
	i.	"Il sistema della mediazione in rete regionale"
	j.	"Partnership"
	a.	"Marketing territoriale e turistico"
lines stuatesias u. C	b.	"Autunno in Barbagia"
Linea strategica n. 6	c.	"Cuore di Sardegna"
"Marketing turistico territoriale"	d.	"Distretto culturale nuorese"
	e.	"Il turismo come fattore di traino dell'economia locale"
Linea strategica n. 7 "Innovazione"	a.	"Promuovere la cultura dell'innovazione: imprenditorialità, fabbricazione digitale e contaminazione territoriale"

LINEA STRATEGICA N. 1 "AUMENTARE L'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO CAMERALE ATTRAVERSO UN INCREMENTO DELLA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE"

Lo sviluppo economico dei territori è determinato dalla capacità di competere sui mercati internazionali, una capacità che presuppone una razionale gestione dei sistemi produttivi, dei sistemi distributivi e di una loro integrazione.

a. "Promuovere lo sviluppo infrastrutturale e logistico del territorio" I recenti fatti di cronaca sarda evidenziano ancora una volta le carenze infrastrutturali dell'isola che si ripercuotono negativamente sull'intero sistema economico sociale, sull'attrattività del territorio e sulla sua immagine. Nel 2014 l'Ente si farà carico di veicolare e mediare con forza le istanze del mondo civile e imprenditoriale con tutte le istituzioni locali e nazionali competenti, di sensibilizzarle alle peculiari problematiche del

centro Sardegna e condividerne soluzioni.

b. "Valorizzare i luoghi della produzione, del commercio e dei servizi"

La prima interconnessione tra impresa e territorio si manifesta proprio negli spazi fisici in cui si realizza la stessa attività d'impresa. L'opinione pubblica è sempre più sensibile a tematiche come l'inquinamento, il degrado, lo stato di abbandono e le crisi aziendali e sui luoghi dell'impresa ripone conseguentemente particolari attenzioni. La gradevolezza e l'accessibilità dei luoghi della produzione, del commercio e dei servizi rappresentano importanti fattori competitivi su cui la Camera di Commercio desidera intervenire anche attraverso l'avvio di nuove forme di collaborazione tra pubblico e privato. In questa prospettiva, per il 2014, i Centri Commerciali Naturali e le aree mercatali rappresentano ambiti di intervento camerale, sostenendo in prospettiva la nascita dei Distretti Economici territoriali sui quali possono essere concentrare risorse provenienti dai progetti sostenuti dai fondi strutturali europei della programmazione in avvio nel 2014.

c. "Diffusione della cultura di integrazione"

Per la diffusione della cultura dell'integrazione e dell'aggregazione la Camera insisterà nella diffusione dei variegati istituti giuridici a disposizione (Cooperazione, Consorzi, ATI, GEIE fino ai più attuali Contratti di rete) attraverso una continua campagna di sensibilizzazione e di informazione e la semplificazione dei procedimenti camerali necessari per l'attivazione di tali strumenti come già sperimentato con il contratto di rete. Saranno previste inoltre forme di incentivazione diretta e indiretta attraverso:

- **Finanziamenti a fondo perduto** per sostenere la costituzione di nuove reti e le fasi di start-up di quelle esistenti;
- Il riconoscimento di premialità nei variegati bandi camerali.

LINEA STRATEGICA N. 2 "RAFFORZARE E PROMUOVERE L'IMPRENDITORIALITÀ"

Il protrarsi della difficile congiuntura economica e le storiche debolezze del tessuto imprenditoriale rendono prioritari **interventi intersettoriali e trasversali che incidano sulla competitività delle imprese.** A tal fine la Camera prevede di differenziare le proprie iniziative di sostegno all'imprenditorialità in termini di contenuto e di complessità.

a. "Favorire le imprese nella fase di start-up"

Preso atto del persistente calo occupazionale che si sta concentrando prevalentemente tra i lavoratori alle dipendenze e tra i giovani, la Camera intende sostenere con forza l'imprenditorialità ed in particolare l'imprenditorialità giovanile. L'idea è quella di rafforzare il sostegno offerto alle start up con la rivisitazione dell'ultimo bando De Minimis e di integrare lo stesso con un servizio di tutoraggio che supporti i neo imprenditori prima nell'acquisizione delle conoscenze e competenze necessarie per la predisposizione del proprio business plan e successivamente per la realizzazione delle attività finanziate: adempimenti burocratici, politiche di marketing, digitalizzazione dei servizi, internazionalizzazione e innovazione ecc. Nella realizzazione di queste iniziative, l'Ente si impegnerà a coinvolgere attivamente le associazioni di categoria e le amministrazioni pubbliche operanti nel territorio con le quali si dovranno obbligatoriamente confrontare i neo nati imprenditori (Comuni, Inps, Inail, Agenzia delle entrate ecc). Un canale preferenziale sarà offerto alle scelte imprenditoriali ad elevato contenuto innovativo/tecnologico e impatto occupazionale/reddituale e coerentemente con i restanti interventi, i progetti che non potranno essere direttamente finanziati dalla Camera, a causa per esempio dell'esaurimento delle risorse a disposizione o di esclusione per motivi formali, saranno comunque supportati affinché possano

reperire risorse alternative o aggiuntive anche attraverso la partecipazione a bandi di finanziamento europeo e o regionale.

b. "Formazione"

Partendo dalla premessa che qualsiasi intervento camerale non può prescindere da una campagna informativa e formativa volta principalmente a sensibilizzare gli operatori locali e a orientarli nel continuo dinamismo del mercato, i servizi di formazione promossi dall'Ente saranno costantemente integrati a tutte le restanti iniziative camerali e proposti nella variegata forma di convegni, seminari, workshop al fine di riqualificare le competenze manageriali degli imprenditori e delle figure professionali locali in collaborazione con il mondo universitario, le associazioni dei professionisti e di categoria.

c. "Facilitare l'accesso al credito delle imprese"

L'accesso al credito e l'accesso alle agevolazioni esistenti in materia rappresentano tematiche particolarmente sentite dal mondo imprenditoriale. La Camera offrirà alle imprese, con il contributo delle associazioni di categoria e del sistema dei Confidi, un servizio di assistenza economica - legale preliminare sui temi del credito con campagne informative e formative e un servizio di consulenza per la prevenzione delle situazioni di crisi e dei fenomeni di usura. Sarà infine confermato l'impegno a garantire, con un proprio fondo, le controgaranzie aggiuntive a quelle rilasciate dai confidi alla piccole imprese della circoscrizione.

d. "Accompagnare le imprese alle opportunità di finanziamento"

In linea con tutti gli interventi camerali e con le variegate esigenze consulenziali espresse dalle associazioni di categoria, dagli operatori economici, dagli aspiranti imprenditori e dalle organizzazioni non profit, l'Ente attiverà uno sportello dedicato alla progettazione europea volto a favorire la partecipazione degli operatori locali di tutti i settori produttivi e della stessa amministrazione camerale ai diversi programmi di finanziamento regionali ed europei. I servizi erogati saranno di natura informativa, formativa e di assistenza tecnica. Lo sportello si proporrà inoltre di conoscitive degli imprenditori/professionisti esigenze interfacciandosi direttamente con le amministrazioni erogatrici e di favorire la circolazione delle informazioni con il supporto del sito istituzionale camerale, l'utilizzo delle newsletter e dei siti internet e la partecipazione delle associazioni di categoria. sede camerale via Papandrea continuerà workshop/laboratori/seminari in merito alle opportunità di finanziamento realizzati da partner, enti locali e nazionali con lo scopo di realizzare importanti eventi altrimenti preclusi all'imprenditoria locale.

LINEA STRATEGICA N. 3 "POTENZIARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA ECONOMICO"

L'apertura ai contesti internazionali non si può improvvisare. Nel 2014 l'Ente insisterà sull'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese e sulla diffusione di soluzione di internazionalizzazione condivise tra comparti economici. Gli interventi camerali saranno variegati, articolati e supportati da attività di studio e di approfondimento dei trend economici nazionali ed internazionali, delle soluzioni giuridiche e gestionali più accreditate dalle best practise nazionali ed estere e della loro fattibilità nel contesto locale con il coinvolgimento dell'A.S.P.E.N.

a. "Supportare l'internazionalizzazione delle imprese"

L'Ente continuerà a favorire ed organizzare la partecipazione delle piccole e medie imprese alle principali vetrine, manifestazioni fieristiche nazionali ed internazionali, ai fini di una maggiore visibilità e competitività delle aziende e del territorio. Congiuntamente, in sinergia con il sistema camerale regionale, si propone di continuare a svolgere un ruolo di business integrator favorendo l'incontro tra domanda di potenziali investimenti esteri e offerta territoriale e realizzando incoming di importatori/investitori esteri nel territorio.

b. "Promuovere progetti di filiera sull'internazionalizzazione"

Nel 2014, sarà avviata la realizzazione in via sperimentale di uno sportello export itinerante che, facendo leva sulla capillare presenza delle associazioni di categoria su tutto il territorio della ex provincia di Nuoro, possa raggiungere il variegato tessuto imprenditoriale locale e meglio soddisfare le esigenze di differenziazione dei servizi camerali erogati sul tema dell'internazionalizzazione. Le associazioni di categoria, con il supporto di un consulente export e sotto la regia e il coordinamento dell'Ente camerale, animeranno il territorio al fine di rilevare e soddisfare le esigenze informative, formative dei diversi comparti produttivi su normative fiscali, doganali, ambientali e amministrative a livello di singolo Paese estero e possibilità di finanziamento e solleciteranno la condivisione di soluzioni e strategie di internazionalizzazione in un'ottica intersettoriale e di filiera. Sulla base dei risultati raggiunti e delle istanze manifestate, la Camera si farà carico, successivamente, di incentivare tali soluzioni e di integrare tali iniziative con quelle precedentemente descritte.

LINEA STRATEGICA N. 4 "VALORIZZARE LE PRODUZIONI TIPICHE E LE ECCELLENZE DEL TERRITORIO"

Dietro ogni prodotto tipico esiste una storia, un patrimonio culturale e ambientale. Nel 2014 si prevede di intervenire nel comparto agroalimentare in vista delle sue importanti economie e della sua capacità di maggiormente veicolare il territorio nell'immaginario collettivo.

a. "Valorizzare le produzioni tipiche nel campo agroalimentare"

Formaggi, oli, salumi e vini sono i principali prodotti di rilievo del comparto agroalimentare della Sardegna centrale. Solo nella circoscrizione della CCIAA di Nuoro hanno sede quattro Consorzi di tutela. Le politiche di miglioramento della qualità sono elementi che negli anni hanno premiato: l'olio extravergine di oliva oggi, nel nuorese, rappresenta una vera eccellenza nazionale ed internazionale. L'Ente insisterà sulla diffusione delle principali certificazioni esistenti per l'intero comparto con una campagna integrata di sensibilizzazione dei produttori e dei consumatori.

b. "Valorizzare le produzioni tipiche nel campo artigianale"

Le produzioni tipiche artigianali contribuiscono anch'esse a veicolare l'immagine del territorio. La capacità degli artigiani locali di coniugare tradizioni economiche, innovazione e qualità percepita dai consumatori rappresenta un reale valore aggiunto che la Camera, a partire dal 2014, intende preservare per il futuro e valorizzare.

c. "Promozione e sviluppo di marchi collettivi"

Il marchio collettivo è un segno distintivo di determinati prodotti o servizi avente la funzione di identificarne l'origine, la natura o la qualità. Esso ha la duplice valenza di tutelare il consumatore e valorizzare il produttore. In coerenza con quanto previsto nel Programma Pluriennale, nel 2014 la Camera avvierà la promozione e lo sviluppo di marchi collettivi per specifiche categorie di prodotto e aree geografiche. Le iniziative si articoleranno in azioni di informazione e di formazione degli operatori economici.

d. "Garantire il controllo della qualità dei prodotti vitivinicoli"

La Camera, coerentemente con le funzioni recentemente attribuitegli e in sinergia con la CCIAA di Oristano, per la filiera del vino, rafforzerà la campagna integrata di contrasto alle prassi distorsive di alterazione e frode in un'ottica di tutela dell'immagine del sistema produttivo locale/territorio, del consumatore finale e del clima di mutua fiducia.

e. "Creazione di distretti produttivi"

Il Distretto Produttivo è un organismo costituito da imprese indipendenti integrate da un sistema di relazioni produttive, tecnologiche e di servizio e supportate da attori istituzionali impegnati nell'attività di sostegno all'economia locale. Nel 2014 l'Ente, in collaborazione con le associazioni di categoria, si farà carico di promuovere presso gli Enti locali preposti la creazione di nuovi distrutti produttivi facendo leva sugli stessi punti di forza che hanno agevolato nelle regioni più evolute del paese esperienze più significative di aggregazione distrettuale delle imprese.

LINEA STRATEGICA N. 5 "UNA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE MODERNA, TRASPARENTE, EFFICACE ED EFFICIENTE"

Nonostante i numerosi interventi normativi in materia di semplificazione, digitalizzazione e riduzione dei tempi della pubblica amministrazione nazionale, la Commissione europea, come evidenziato nel Position Paper, individua tra i principali fattori di debolezza strutturale dell'Italia i bassi livelli di capacità istituzionale – amministrativa che incidono sul sistema produttivo e civile.

Negli ultimi anni la Camera di Commercio di Nuoro è stato coinvolta in un processo di rinnovamento organizzativo volto a migliorare la qualità e l'accesso dei servizi offerti. Preso atto degli ulteriori margini di miglioramento a disposizione, l'amministrazione intende proseguire questo percorso con un maggior coinvolgimento degli operatori locali al fine di garantire un servizio più vicino ai cittadini, con l'incremento quantitativo e qualitativo dei servizi erogati e con interventi sistemici volti ad incidere sulla semplificazione delle procedure camerali e sulla valorizzazione del capitale umano.

a. "Valorizzare le risorse umane dell'ente camerale, anche attraverso percorsi di formazione"

Nel costante perseguimento dei dettami del D.Lgs. n. 150/2009, che ormai accompagna la programmazione dell'Ente con la conseguente redazione e pubblicazione dei relativi atti, appare evidente che i sistemi di gestione e valutazione della Camera sono finalizzati alla valorizzazione del merito, delle competenze professionali (conoscenze, capacità e atteggiamenti) attese e presenti e all'efficacia organizzativa.

I principali strumenti finalizzati al perseguimento di tali finalità sono i sistemi dinamici di costante analisi e sviluppo organizzativo, come la mappatura dei processi, nonché gli stessi sistemi di selezione esterna e interna dei dipendenti che, pur garantendo il pieno rispetto degli specifici dettati normativi di riferimento, sono stati modificati per ottimizzare gli investimenti sulle risorse umane e garantire all'Ente l'inserimento di professionalità quanto più possibile rispondenti all'esigenza di un ottimale funzionamento.

Il ciclo di gestione della performance, esplicitato attraverso i tre principali documenti, il Piano della performance, l'annuale Relazione sulla Performance, il Piano triennale della trasparenza viene rafforzato già a partire dal 2013 con una crescente attenzione nei confronti dell'accountability, necessaria a fornire la massima trasparenza attraverso l'esplicitazione di informazioni che consentano agli stakeholders camerali di avere un quadro esaustivo su organizzazione e funzione gestionale dell'Ente.

A corollario di quanto detto, per il 2014 è previsto il costante aggiornamento del Piano Triennale di prevenzione della corruzione (art. 1 L. 6 novembre 2012 n. 190) redatto nel corso del 2013, con finalità di prevenzione e rilevazione di forme di illecito e/o di conflitto di interessi.

L'attenzione alla digitalizzazione, che si consoliderà con un ruolo di primo piano per il 2014, vede nel processo di dematerializzazione il veicolo per la diffusione dei documenti elettronici nei rapporti interni ed esterni, rafforzando a sua volta l'accountability dei processi camerali; allo stesso modo, l'integrale recepimento della legislazione nazionale in materia, con l'istituzione da parte delle società e delle imprese individuali di una casella di posta elettronica certificata (PEC), permette di assolvere ad una comunicazione con le imprese sempre più rapida, pena l'irrogazione di sanzioni per i soggetti inadempienti.

La digitalizzazione delle procedure, il continuo diffondersi dell'impiego della posta elettronica e della posta elettronica certificata, l'acquisizione e l'adozione di nuovi software volti a ridurre il carico delle prestazioni meramente esecutive e l'adesione a percorsi formativi, rappresentano i principali interventi che coinvolgeranno trasversalmente tutto il personale. Ulteriori interventi saranno studiati e personalizzati alle esigenze specifiche dell'amministrazione in relazione allo sviluppo delle diverse aree programmatiche.

Coerentemente con gli sforzi posti in essere negli ultimi anni, in piena armonia con gli impulsi normativi di taglio della spesa pubblica e di miglioramento continuo della performance individuale e organizzativa, la Camera intende perseguire il processo di virtuoso rinnovamento dell'Ente insistendo sulla valorizzazione del capitale umano esistente in una struttura flessibile e dinamica, sul buon andamento economico e gestionale e sull'erogazione di servizi efficienti e di qualità in risposta alle necessità del territorio.

Nella gestione del personale sarà riconfermato lo spirito di cooperazione e fungibilità tra dipendenti: le limitate risorse umane a disposizione e i numerosi e variegati servizi erogati rendono necessario il superamento della logica della competenza esclusiva e della parcellizzazione del lavoro. La valorizzazione del capitale umano comporterà pertanto l'arricchimento delle funzioni, delle conoscenze e competenze di ogni singolo dipendente anche al fine di rispondere in maniera coerente con le proprie risorse al principio di rotazione del personale nelle aree ad elevato rischio di corruzione; in questo modo si auspica di accrescere il grado di benessere organizzativo percepito, compatibilmente con le esigenze correlate a una corretta gestione delle risorse umane finalizzate alla migliore efficienza della struttura burocratica dell'Ente.

La struttura organizzativa della Camera di Commercio di Nuoro, articolata come descritto in tabella, presenta un assetto funzionale meglio definito a seguito delle

citate nuove assunzioni e soggetto ad un continuo monitoraggio e a manovre di adattamento, con l'obiettivo di conseguire la maggiore flessibilità gestionale, anche mediante la ricerca ed applicazione della fungibilità di figure professionali e mansioni, in ottica di efficacia ed efficienza dei servizi.

PROSPETTO DOTAZIONE ORGANICA CCIAA DI NUORO						
	Organico teorico al 31/12/2012	Posti coperti al 31/12/2012	Organico di fatto al 31/10/2013			
Segr. Generale	1	1	1			
Dirigenza	0	0	0			
D3	0	0	0			
D1	11	8	8			
D1 assegnazione temporanea distacco sindacale 75%	1	1	1			
C full time	12	8	9			
C part time	2	1	0			
B3 full time	1	0	0			
B3 part time	0	0	0			
B1 full time	2	1	1			
B1 part time	1	1	1			
A1	1	0	0			
TOTALI	31	21	21			

Anche per il 2014, l'Ente camerale ricorrerà alla somministrazione di lavoro a termine o ad altre forme di lavoro atipico, fondamentali per il raggiungimento di obiettivi di crescita o miglioramento anche minimi; in questo modo sarà possibile confermare e possibilmente migliorare il dato riguardante la riduzione del gap di risorse umane passato in quattro anni dal 53% al 47%, per attestarsi sulla soglia del 32% dal 2012.

La Camera di commercio, inoltre, sempre nella consapevolezza del preoccupante numero di disoccupati in possesso della laurea in grado di offrire un notevole potenziale di specializzazione e di conoscenza, ha confermato anche per il 2014 i 6 neo laureati assegnatari di una borsa di studio, erogata dalla stessa, già operanti all'interno della struttura organizzativa relativamente alle materie del marketing, della progettazione europea, della mediazione, dell'economia e anagrafe delle imprese, del riordino e valorizzazione del patrimonio librario.

La Camera si rende inoltre disponibile per l'attivazione di eventuali altre forme contrattuali similari come già realizzato negli esercizi precedenti, ad esempio attraverso tirocini formativi e avvalendosi della creazione di proficue sinergie con Rete Camere, anche attraverso collaborazioni a progetto. Tali operazioni permettono non solo di creare occasioni di occupazione, seppur temporanee, per i giovani del territorio, ma consentiranno all'Ente contribuire ad incrementare le specifiche competenze dagli stessi possedute, con una puntuale e diretta verifica.

Pur nella consapevolezza che per la misurazione del benessere organizzativo è necessario effettuare un monitoraggio sistemico dei fattori di rischio e non sia

sufficiente una singola rilevazione puntuale, appare interessante rilevare il tasso di presenza al lavoro del personale, attestato su livelli abbastanza elevati: alla data del 31.10.2013 il numero di assenze totali comprensive delle ferie, sul totale delle giornate lavorative, si attesta per un valore globale inferiore a circa il 20%, dato che la Camera conta di confermare anche per il 2014, prevedendone una tendenziale diminuzione.

b. "Comunicare l'azione della Camera di Commercio in maniera efficace"

Le semplificazione dei procedimenti, l'accessibilità dei servizi, le ricadute degli interventi camerali e la trasparenza nell'amministrazione del bene pubblico presuppongono strategie e attività di comunicazione integrate che contribuiscano a consolidare l'immagine positiva dell'Ente e a costruire un clima di reciproca fiducia e di cooperazione. La Camera di Commercio di Nuoro riconosce nella comunicazione una funzione essenziale e per il 2014 prevede di potenziare ulteriormente il suo impegno con il coinvolgimento di tutti gli uffici camerali. I flussi comunicativi, interni ed esterni, saranno intensificati attraverso l'impiego congiunto e sinergico dei diversi canali comunicativi e delle diverse tecnologie a disposizione anche in un'ottica di integrazione multimediale. I contenuti saranno adattati alle esigenze conoscitive dei diversi utenti privilegiando la semplicità, la sintesi, la chiarezza, la coerenza e la completezza in risposta ai dettati normativi sempre più stringenti e al sentimento sempre più diffuso di trasparenza e controllo sociale. A conclusione del primo esercizio dell'amministrazione, il bilancio consuntivo e i suoi allegati saranno integrati dal bilancio sociale, al fine di meglio rendicontare l'impegno camerale.

c. "Ascolto attivo del territorio"

In linea con lo spirito delle recenti normative in tema di anticorruzione, trasparenza e performance il coinvolgimento degli stakeholder non sarà esclusivamente indirizzato al rilevamento dell'indice di gradimento delle operazioni poste in essere ma anche in una prospettiva propositiva e di miglioramento delle stesse. A tal fine l'Ente curerà in maniera integrata diverse forme di ascolto dei propri interlocutori, valorizzerà l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, prima interfaccia con gli utenti e le imprese e consoliderà la presenza camerale nelle aree decentrate con un maggior coinvolgimento delle associazioni di categoria e la conferma della sede di Tortolì. Nello specifico sarà avviato, seppur in via sperimentale, uno sportello export itinerante in cui gli sforzi dell'Ente camerale e delle associazioni di categoria saranno indirizzati a garantire un'estensione ancora più capillare dei servizi camerali in tutto il territorio della ex provincia di Nuoro anche in risposta della maggiore instabilità istituzionale prospettata con l'abolizione delle Province. Tale espediente, se troverà come si auspica un positivo riscontro, negli anni successivi, potrà essere ampliato ed esteso ad ulteriori tematiche come la green economy e la progettazione europea e rivisitato con l'introduzione di eventuali interventi correttivi in un percorso di apprendimento e miglioramento continuo e condiviso.

Infine, per individuare quelle esigenze inespresse o non facilmente riconoscibili e supportare i processi decisionali delle imprese, degli enti pubblici locali e dell'Ente camerale stesso saranno rafforzate le attività di analisi e studio svolte dall'Osservatorio Economico dell'ASPEN con la sistematizzazione dell'ingente patrimonio informativo a disposizione e la sua divulgazione.

d. "Semplificare le procedure burocratiche e facilitare l'accesso ai servizi camerali" L'Ente continuerà a sperimentare nuove soluzioni procedurali e organizzative al fine di ridurre i tempi di conclusione dei procedimenti, di far acquisire maggiore consapevolezza sui diritti e doveri in capo agli utenti e di limitare i passaggi di carte tra gli uffici camerali, i consulenti e gli imprenditori. Tale impegno sarà formalizzato/contrattualizzato nella

carta dei servizi con il coinvolgimento dei principali interlocutori e troverà diretto collegamento con il sistema di valutazione della performance individuale e organizzativa e i restanti piani e programmi relativi alla trasparenza e alla prevenzione della corruzione. Tutti i servizi camerali erogati saranno costantemente monitorati affinché sia garantito uno standard qualitativo e quantitativo coerente con le aspettative generate e condivise con il territorio.

e. "Offrire alle imprese servizi di tipo consulenziale, ad alto valore aggiunto"

In linea con tutti gli interventi camerali descritti e le variegate esigenze consulenziali espresse dalle associazioni di categoria, dagli operatori economici, dagli aspiranti imprenditori e dalle organizzazioni non profit, l'Ente erogherà nuovi servizi e li arricchirà con funzioni consulenziali. Nello specifico, nel 2014, in via del tutto sperimentale tali iniziative coinvolgeranno: il supporto all'accesso al credito e ai finanziamenti regionali/europei, il tutoraggio a favore delle start up e lo sportello export itinerante.

f. "Aumentare le potenzialità del sito web camerale"

Nella strategia camerale il sito istituzionale e la newsletter assumono un ruolo fondamentale. I loro contenuti saranno ulteriormente arricchiti secondo le previsioni contenute dal Programma triennale per la trasparenza e l'integrità di prossima adozione e le istanze conoscitive manifestate dagli stakeholders. In tale prospettiva l'attivazione dell'istituto dell'accesso civico rappresenterà un'importante banco di prova nonché un ulteriore occasione di miglioramento per l'Ente e di riflesso per la collettività.

Parallelamente, al fine di non appesantire il sito istituzionale e comunque accrescere il numero di utenti raggiunti, saranno creati siti internet dedicati a particolari iniziative in linea con i relativi piani di comunicazione e le eventuali esigenze gestionali condivise con i partner di progetto.

g. "Controllo di gestione"

Protagonista di una politica di contenimento della spesa di funzionamento, spesso anticipando e "superando" i diversi orientamenti normativi, la Camera nel prossimo quinquennio riconfermerà questa filosofia di razionale pianificazione della struttura organizzativa e del funzionamento dell'Ente con il coinvolgimento dell'ASPEN, come meglio specificato nel paragrafo dedicato. Si avvierà un percorso di omogeneizzazione dei rapporti tra l'azienda speciale e l'Ente Camerale avendo riguardo alla progressiva integrazione delle attività tra i due soggetti, trasferendo alla struttura camerale le attività di supporto che consentono il funzionamento dell'Azienda speciale; in tal modo si consentirà l'utilizzo delle professionalità ivi presenti secondo le competenze per le quali sono vocate: promozione, internazionalizzazione, rapporti con le imprese.

A supporto di tale processo di contenimento delle spese e in risposta ai molteplici e continui adempimenti richiesti dall'avvio a regime del modello integrato del Sistema di Valutazione della Performance - Trasparenza - Anticorruzione saranno intensificate le attività di controllo di gestione, formalizzato l'operato del gruppo multidisciplinare preposto e acquistato un software di ultima generazione che integri e coordini diversi flussi informativi relativi alle attività camerali (presenze, costi, riscossioni etc).

Dalle economie gestionali derivanti si libereranno preziose risorse aggiuntive eventualmente destinabili sia al reclutamento flessibile di figure altamente specializzate e all'attivazione di nuove borse di studio, sia alla realizzazione di ulteriori interventi a favore del territorio. Si seguiranno i trend già sperimentati dall'Ente negli ultimi anni che hanno visto una progressiva riduzione delle spese di funzionamento e

dell'incidenza delle spese per il personale, accompagnata da uno spiccato incremento degli interventi promozionali e per le imprese.

h. "Valorizzare il patrimonio camerale"

L'Ente, sinergicamente con le iniziative intraprese dal Distretto culturale e nell'ambito del Progetto Cuore di Sardegna, interverrà per la valorizzazione della biblioteca e pinacoteca camerali, il cui patrimonio e le cui attività saranno rese disponibili al pubblico e al privato per essere integrate proficuamente con le iniziative messe in campo da altri soggetti dell'industria culturale (circuiti, manifestazioni, laboratori ecc) e in relazione alle esigenze ivi manifestate.

i. "Il sistema della mediazione in rete regionale"

La storia della mediazione civile e commerciale in Italia ha avuto un trascorso travagliato. Nel 2010, sotto l'impulso della normativa europea, sono stati adottati il D.lgs. n. 28/2010 ed il D.M. n. 180/2010, la prima grande disciplina organica in materia. Nel 2011 sono state introdotte importanti novità quali l'obbligatorietà del procedimento su alcune materie e ulteriori previsioni successivamente vanificate dall'intervento della Corte Costituzionale4. Nel 2013 il cosiddetto Decreto del Fare5 è intervenuto per rilanciare la mediazione attraverso la sperimentazione dell'obbligatorietà dell'istituto per un periodo di efficacia di quattro anni in variegate materie (condominio, diritti reali, divisione, successioni ereditarie, patti di famiglia, locazione, comodato, affitto di aziende, risarcimento del danno in caso di responsabilità medico-sanitaria e di diffamazione a mezzo stampa, contratti assicurativi, bancari e finanziari) e l'introduzione di alcune semplificazioni dei procedimenti.

Nonostante questa incertezza normativa non abbia sicuramente favorito il diffondersi di tale prassi, le Camere di Commercio di tutto il Paese, impegnate sul fronte della conciliazione sin dal 1993, con costanza sono riuscite nel tempo a valorizzare l'istituto e ad amplificarne progressivamente le valenze positive sul mercato intervenendo in maniera complementare sulle inefficienze storiche del sistema giudiziario italiano e conseguentemente sull'appetibilità degli investimenti nel nostro territorio. "Secondo una stima elaborata da Unioncamere, la quantificazione del risparmio effettivo per le parti che, dalla fine di marzo del 2011 alla metà di dicembre del 2012, invece di ricorrere al giudice ordinario hanno raggiunto un accordo grazie alla mediazione, è pari a circa 420 milioni di euro. Di questi, 100 sono stati frutto dell'attività di mediazione svolta dai 101 Organismi istituiti presso le Camere di Commercio ⁶ e tra queste anche quella di Nuoro. Di fatto il sistema camerale ha contribuito all'abbattimento dei tempi necessari per la risoluzione di controversie di natura civile e commerciale e limitato le spese a carico degli imprenditori e degli utenti in generale, garantendo affidabilità e convenienza e una performance migliore rispetto alle restanti tipologie di organismi.⁷

A Nello specifico la Corte Costituzionale, con la sentenza 06.12.2012 n° 272, ha dichiarato la illegittimità costituzionale, per eccesso di delega legislativa, del d.lgs. 4 marzo 2010, n. 28 nella parte in cui ha previsto il carattere obbligatorio della mediazione.

⁵Legge n. 98/2013 "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 21 giugno 2013, n. 69, recante disposizioni urgenti per il rilancio dell'economia."

⁶http://www.conciliazionecamerecommercio.eu/

⁷ Nel periodo 2002 - 2012 le parti che si sono rivolte ai servizi camerali, hanno visto in media concludere il proprio contenzioso in 54 giorni sostenendo un costo di entità contenuta e che, nel 2012, si è attestato su 3,9% del valore della controversia, dati in netto contrasto con i risultati raggiunti dai giudici ordinari italiani: 1200 giorni medi e un costo medio del 29,9% sul valore della controversia. Per maggiori informazioni si consulti l'Audizione dell'Unioncamere "Indagine conoscitiva sull'efficacia del sistema giudiziario": http://www.unioncamere.gov.it/P42A1819C444S150/04-

La Camera di Commercio di Nuoro intende perseguire la strada intrapresa dalle precedenti amministrazioni e continuare a insistere nella diffusione della mediazione e della mediazione on line attraverso numerosi e integrati interventi.

Questi saranno in primis volti a recepire i nuovi dettati normativi e ad aggiornare la campagna formativa e informativa e gli strumenti in uso. La Camera, inoltre, interverrà costantemente sul territorio con una campagna di sensibilizzazione e di incentivazione volta a diffondere, soprattutto tra gli operatori economici, la cultura della mediazione e a incentivare direttamente e indirettamente il ricorso di clausole contrattuali e statutarie che prevedano strumenti alternativi di risoluzione delle eventuali controversie con soci, fornitori, partner, clienti e restanti stakeholder e sperimentare le opportunità offerte dalla mediazione, in termini di riduzione dei costi di gestione dei conflitti. Su imitazione della logica sottesa alla GPP – Green Public Procurement, l'Ente coinvolgerà nelle proprie iniziative i suoi fornitori, i suoi utenti, l'ASPEN e i restanti partner fino a sensibilizzare le restanti amministrazioni e organizzazioni operanti nel territorio.

In vista dei futuri carichi di lavoro e dell'incremento atteso delle procedure, l'Ente reputa necessario intervenire sull'adeguamento dell'organizzazione e sulla qualità dei servizi offerti. Nello specifico l'ambizione dell'Ente è quella di estendere, sotto la regia di Unioncamere regionale, la partnership già avviata con la Camera di Commercio di Oristano ai restanti enti camerali e Organismi di mediazione presenti in Sardegna con la partecipazione attiva delle associazioni di categoria e degli ordini professionali, in particolar modo quello degli avvocati, al fine di creare un'unica rete regionale di mediatori professionali. Tale rete potrebbe infatti garantire una maggiore capillarità e celerità dei servizi, sviluppare il confronto sulle problematiche che emergono nella gestione delle procedure, condividere prassi operative e avviare progetti comuni ("Mese della mediazione", seminari informativi, corsi di aggiornamento, ecc) con la conseguente ottimizzazione dell'impiego delle risorse a disposizione.

Sempre al fine di rafforzare la tutela e la trasparenza del mercato, all'impegno della Camera per la mediazione civile e commerciale si aggiungerà sinergicamente l'attività di elaborazione di contratti tipo e di revisione della raccolta degli usi, l'osservazione e verifica della correttezza dei comportamenti delle imprese nelle transazioni commerciali e il consolidamento del servizio di metrologia. L'attività informativa/formativa della Camera proseguirà, inoltre, sulle tematiche della tutela territoriale in ottemperanza al codice ambientale, sulla corretta applicazione delle norme di sicurezza vigenti in alcuni settori merceologici regolamentati e su eventuali ulteriori argomenti in parallelo con la continua evoluzione normativa e le proposte delle associazioni di categoria e dei consumatori.

j. "Partnership"

In sintonia con la ratio della Legge n. 580/1993 (introdotta con il D.lgs. nr. 23/2010) e le linee d'azione proposte dall'Unione Nazionale delle CCIAA, la Camera a partire dal 2014 intende accrescere il suo capitale relazionale individuando in tutto il sistema camerale regionale il suo principale interlocutore di riferimento. L'Ente consoliderà le fruttuose collaborazioni intrattenute con la Camera di Commercio di Oristano, ed estenderà questo modello alle restanti Camere di Commercio attraverso il supporto dell'Unione Regionale e

<u>07-2013---Audizione-dell-Unioncamere---Indagine-conoscitiva-sull-efficacia-del-sistema-giudiziario--Conversione-in-legge-del-decreto-legge-21-giugno-2013--n--69--recante-disposizioni-urgenti-per-il-rilancio-dell-economia--.htm</u>

il coinvolgimento di Infocamere nelle sue principali iniziative: mediazione, internazionalizzazione, ecc come meglio evidenziato nei paragrafi dedicati.

La Camera promuoverà inoltre nuove collaborazioni con organizzazioni pubbliche e private qualificate al fine di condividere interventi, obiettivi e partecipare in veste di soggetto capofila alle numerose opportunità di finanziamento prospettate. Con lo stesso spirito l'Ente si propone di rispondere positivamente ad eventuali ulteriori proposte presentate da altri enti che operino in sintonia con la filosofia e le finalità della Camera di Commercio e comportino una concreta e positiva ricaduta sull'intero contesto economico e sociale di riferimento.

LINEA STRATEGICA N. 6 "MARKETING TURISTICO TERRITORIALE"

Una delle caratteristiche peculiari della Sardegna e ancor più della vecchia Provincia di Nuoro è la varietà delle risorse naturali e culturali e produttive mai pienamente valorizzate e integrate. Nel 2014 si auspica di incidere sulla competitività delle singole imprese agendo sulle interazioni sinergiche esistenti tra i settori produttivi e le molteplici risorse culturali e sociali. A tal fine saranno studiate e implementate iniziative di marketing turistico e territoriale volte a creare nell'immaginario collettivo un unico tratto distintivo del territorio in termini di qualità e genuinità e rendere più attraente l'offerta locale in termini turistici ed economici.

a. "Marketing territoriale e turistico"

La Camera in collaborazione con l'ASPEN curerà e aggiornerà costantemente una campagna promozionale del territorio integrando i vari canali comunicativi e strumenti promozionali: stampa, internet, fiere, vetrine etc. Si creeranno sinergie con altri partner locali e regionali con l'attuazione di iniziative comuni in un orizzonte prevalentemente nazionale ed estero. Si adotteranno le più innovative tecniche di marketing territoriale, si rinforzerà la presenza virtuale della Camera su internet e si riproporranno rivisitate le esperienze positive maturate negli ultimi anni e sperimenteranno delle nuove dedicando particolare attenzione al comparto agroalimentare, al settore ovicaprino e vitivinicolo e artigianale (settimana del formaggio, fiera delle razze ovicaprine, Binu, sagra del carasau, mercatini di Natale ecc).

La partecipazione a tali iniziative per gli operatori economici di riferimento sarà *a costo zero o comunque limitato*. Il risultato atteso è quello di ampliare la visibilità del territorio e conseguentemente delle iniziative camerali e dei suoi partner *con il fine ultimo di attrarre* nuovi flussi di reddito e investitori.

b. "Autunno in Barbagia"

La CCIAA e l'ASPEN realizzeranno e promuoveranno i progetti "Autunno in Barbagia", "Primavera nel Marghine e in Ogliastra" e **itinerari paralleli** con il coinvolgimento di **nuovi comuni** (es con il rilancio della Primavera in Baronia). Conservando l'idea di fondo, risultata vincente, la formula sarà rivista nell'ottica di una più marcata differenziazione delle varie tappe in relazione alle specifiche vocazioni territoriali e di un maggior controllo sulla qualità offerta anche per mezzo del disciplinare già adottato che sarà idoneamente integrato. L'obiettivo è quello di elevare tali iniziative in qualcosa di più di una sagra e trasformarle in eventi più articolati, attraverso convegni, pubblicazioni di studi, ecc e più specificatamente dedicati alle produzioni locali. Si propone, nello specifico, di mettere al centro dell'evento una singola produzione d'eccellenza caratteristica del territorio (es.

castagne ad Aritzo, marmo a Orosei) puntando sulle sinergie della filiera e focalizzando anche gli aspetti che ne caratterizzano le fasi produttive.

La promozione di tali eventi si estrinsecherà in una diffusione non soltanto locale e regionale, ma anche nazionale ed estera attraverso il sito web www.autunnoinbarbagia.it, all'interno del quale è sin da ora possibile trovare una panoramica temporale degli eventi e delle singole articolazioni e attraverso pubblicazioni sulle riviste specializzate e su quelle di bordo nei vettori aerei di maggiore affluenza (Ryanair, Meridiana e EasyJet).

c. "Cuore di Sardegna"

Nell'ambito del progetto Cuore di Sardegna e in sinergia con le restanti iniziative di marketing territoriale e di valorizzazione delle produzioni tipiche agroalimentari e artigianali in genere, saranno avviate le seguenti attività:

- ✓ Ricognizione dell'offerta turistica del territorio attraverso azioni di monitoraggio che coinvolgano, oltre al sistema ricettivo le produzioni tipiche locali, le produzioni artigianali e in sinergia con il Distretto, gli attrattori culturali.
- ✓ Analisi strutturata dell'offerta in un ottica di segmentazione di prodotto/servizio turistico;
- ✓ Strutturazione del DMS Destination Management System territoriale che, in linea con il DMS previsto dalla Regione Sardegna, andrà a strutturare i prodotti "Cuore di Sardegna" on line integrato con l'utilizzo dei social media e del sito internet ad esso dedicato www.cuoredellasardegna.it .
- ✓ Formazione degli operatori coinvolti in un'ottica di promozione e vendita e l'utilizzo del web 2.0.

La digitalizzazione dei servizi, la presenza più diffusa e integrata dei prodotti locali e quindi del territorio in generale nel web possono rilanciare lo sviluppo del territorio non solo in chiave turistica ma coinvolgere virtuosamente tutti i settori produttivi.

d. "Distretto culturale nuorese"

Con 1.541 imprese attive, 2.700 occupati e 106 milioni di valore aggiunto, il sistema produttivo culturale della provincia di Nuoro vale il 10% della ricchezza prodotta in Sardegna dalle industrie della cultura. Essa però rappresenta – come risulta dai dati del rapporto Unioncamere-Fondazione Symbola 2013⁸ – soltanto lo 0,4% del valore aggiunto provinciale e lo 0,3% di quello regionale. Il settore cultura, al di là del suo valore intrinseco, è in grado di generare un vero e proprio sistema imprenditoriale, dove accanto alle attività più creative si sviluppano altre attività di tipo manifatturiero o legate all'economia dei servizi. Preso atto di questi dati che fanno emergere tutta la valenza di un settore dalle enormi potenzialità, la Camera continuerà ad offrire pieno sostegno all'Associazione Distretto Culturale del nuorese e alle sue iniziative che, nel 2014, saranno prevalentemente le seguenti:

- ✓ Rilevazione delle emergenze culturali del nuorese con attività censuaria di dettaglio;
- ✓ Tavolo territoriale per il distretto culturale del nuorese e costituzione del comitato di pilotaggio per il Distretto culturale del Nuorese;
- ✓ Progettazione di dettaglio del Distretto culturale;
- ✓ Piano di riqualificazione urbana per il Distretto culturale;
- ✓ Piano dei servizi per il Distretto culturale;
- ✓ Piano di promozione e marketing del Distretto culturale;

,

⁸ www.unioncamere.gov.it/download/2401.html

- ✓ Programma degli eventi del Distretto culturale;
- ✓ Programma di formazione per il Distretto culturale.
- e. "Il turismo come fattore di traino dell'economia locale"

LINEA STRATEGICA N. 7 "INNOVAZIONE"

Nell'ambito degli interventi necessari al rilancio dell'economia territoriale, con particolare attenzione alla disoccupazione giovanile ed allo stato di salute delle imprese, la CCIAA vuole porsi come attore del cambiamento, lavorando in modo specifico sul tema della creazione di nuove imprese innovative, anche alla luce del ruolo attribuito alle Camere stesse dal recente Decreto Sviluppo 2.0 convertito in legge.

a. "Promuovere la cultura dell'innovazione: imprenditorialità, fabbricazione digitale e contaminazione territoriale"

L'obiettivo è attuare un programma di sviluppo territoriale volto a favorire la cultura d'impresa tra i giovani a partire della scuola secondaria attraverso incontri, laboratori pratici, seminari e attività formative sulla creazione d'impresa. Il progetto si propone di selezionare, supportare e agevolare nuove imprese ad alto potenziale di crescita. È orientato ad aprire nuove prospettive commerciali e produttive per il tessuto esistente delle PMI (artigianato, agricoltura, commercio ed industria) attraverso la diffusione della tecnologie e metodologie della fabbricazione digitale e delle stampanti tridimensionali.

Per favorire la cultura d'impresa verranno coinvolti anche gli studenti delle scuole del territorio in un percorso di conoscenza e intraprendenza che ribalti il paradigma nel rapporto con il mercato del lavoro (crearsi il lavoro, anziché cercare lavoro), verranno identificati e selezionati i migliori talenti imprenditoriali, saranno sostenuti nel percorso di trasformazione dall'idea all'impresa, saranno connessi con il mondo degli investitori professionali.

Per il mondo delle PMI (artigianato, agricoltura, commercio ed industria), il progetto si propone di sviluppare nuove prospettive, aprendo il sistema camerale alle nuove forme di economia digitale basate sulle nuove tecnologie e sui mercati accessibili grazie alla rete Internet. La contaminazione del tessuto produttivo, imprenditoriale e tecnico locale con i giovani innovatori e le nuove imprese ad alto potenziale consentirà innesti reciproci di queste culture e competenze generando nuova occupazione e crescita sostenibile (dal punto di vista sociale, ambientale ed economico).

Il programma ruota su due azioni: da una parte l'attivazione di uno spazio fisico per favorire i processi di innovazione (incubatore/acceleratore/fabbrica digitale), dall'altra la creazione ed il lancio di un fondo d'investimento a capitale pubblico/privato per favorire l'attrattività del territorio consentendo la costituzione e permanenza delle nuove imprese. L'incubatore diventerà il punto di riferimento e di incontro tra domanda e offerta di innovazione, luogo di cultura imprenditoriale ed innovazione, sperimentazione e divulgazione delle migliori pratiche. I progetti d'innovazione che la Camera di Commercio intende attivare vogliono incidere concretamente intercettando le necessità dei territori e del loro capitale sociale.

E' necessario, quindi, che questo processo avvenga sotto la regia della Camera ma in forte collaborazione coi portatori di interessi di riferimento del territorio. Non c'è futuro senza nuova impresa: il mercato del lavoro, del commercio, della distribuzione non saranno più come prima, pertanto occorre identificare le idee ed energie nuove, talenti imprenditoriali, nuove soluzioni, nuovi mercati e nuovi prodotti, innestando l'innovazione sui settori già

presenti sul territorio per rafforzarli e rinnovarli nella propria offerta: agricoltura, artigianato, turismo, manifattura, cultura, ambiente, cooperazione, servizi.

Per questo la CCIAA di Nuoro intende mettere in campo un programma frutto di una politica innovativa per porsi come attore attivo al centro del cambiamento in grado di orchestrare le forze e le energie esistenti. Una politica centrata sul trasferimento reattivo di competenze, politiche attive del lavoro, riqualificazione del personale, nuova occupazione, inclusione sociale, innovazione sociale, di processi e prodotti attrattività dei territori. Sulla base di queste linee guida il programma e le attività specifiche dovranno poi essere aggiornate in modo dinamico in base alle evoluzione dei mercati, della tecnologia e soprattutto alla luce della risposta e reazione del territorio e dei suoi protagonisti.

L'A.S.P.E.N.

La Camera di Commercio di Nuoro ha assegnato alla propria Azienda Speciale A.S.P.E.N. il compito di promuovere le condizioni ed il sostegno dei processi di promozione, penetrazione e di integrazione nei mercati delle aziende operanti in tutti i settori economici (Agricoltura, Industria, Artigianato, Commercio, Turismo e Servizi), avendo riguardo a tutte le forme possibili di interscambio e cooperazione tecnologica, commerciale, finanziaria e di servizi. Nello specifico, nel corso del 2014, si punterà alla valorizzazione del know how e del capitale sociale generato dall'Azienda e all'ulteriore specializzazione della stessa in tali ambiti. Tale scelta trae origine nella constatazione che tra le funzioni delle Camere di commercio, oltre quelle più strettamente burocratiche, vi è quella di valorizzare gli interessi economici del sistema delle imprese del territorio e, in ossequio agli indirizzi più generali del sistema camerale nazionale, l'apertura verso i mercati internazionali. In questa prospettiva, il servizio dell'Azienda sarà rivolto alle singole aziende ed organismi associativi, nonché agli enti locali e ad altre amministrazioni pubbliche secondo le linee d'azione prospettate nel presente documento e comunque nel pieno rispetto dell'autonomia amministrativa, contabile e finanziaria riconosciuta all'Ente dal Regolamento n. 254/2005.

Come meglio specificato nei paragrafi precedenti, le aree d'azione dell'A.S.P.E.N. per il 2014 saranno

- ✓ Promozione territoriale (Autunno in Barbagia, fiere e vetrine nazionali e internazionali ecc):
- ✓ Informazione economica a supporto del processo decisionale degli operatori locali, ivi compreso lo stesso Ente camerale;
- ✓ Azioni e interventi volti a potenziare la commercializzazione e l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese locali prevalentemente con l'adesione alle principali manifestazioni espositive nazionali ed internazionali e alla promozione di filiere di internazionalizzazione;
- ✓ Progetti Speciali.