
RELAZIONE
PREVISIONALE E PROGRAMMATICA

2019

SOMMARIO

SCENARIO ECONOMICO	3
SCENARIO ECONOMICO INTERNAZIONALE 2018	3
SCENARIO ECONOMICO NAZIONALE.....	3
PRODOTTO INTERNO LORDO	3
PRODUZIONE INDUSTRIALE.....	4
SETTORE COSTRUZIONI	5
CONSUMI.....	5
COMMERCIO CON L'ESTERO: ESPORTAZIONI	6
MERCATO DEL LAVORO	7
ACCESSO AL CREDITO	8
ANAGRAFE IMPRESE ITALIANE	9
SCENARIO ECONOMICO REGIONALE 2017 -2018	11
AGRICOLTURA E ZOOTECNIA.....	11
INDUSTRIA	11
GLI SCAMBI CON L'ESTERO: ESPORTAZIONI E IMPORTAZIONI	12
TURISMO	12
MERCATO DEL LAVORO: OCCUPAZIONE E DISOCCUPAZIONE	13
SCENARIO ECONOMICO LOCALE	14
ANDAMENTO IMPRESE.....	14
ANDAMENTO DEMOGRAFICO	15
LA SITUAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA E LE LINEE DI INTERVENTO	16
LA SITUAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA	16
DIRITTO ANNUALE	18
DIRITTI DI SEGRETERIA	18
CONTRIBUTI E TRASFERIMENTI	18
PROVENTI DA GESTIONE DI BENI E SERVIZI.....	19
ONERI CORRENTI	19
LE LINEE STRATEGICHE CAMERALI	20
LINEA STRATEGICA N°1.....	21
“AUMENTARE L'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO CAMERALE ATTRAVERSO UN INCREMENTO DELLA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE”	21
LINEA STRATEGICA N°2.....	23
“RAFFORZARE E PROMUOVERE L'IMPRENDITORIALITÀ”	23
LINEA STRATEGICA N°3.....	26
“POTENZIARE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA ECONOMICO”	26
LINEA STRATEGICA N°4.....	27
“VALORIZZARE LE PRODUZIONI TIPICHE E LE ECCELLENZE DEL TERRITORIO”	27
LINEA STRATEGICA N°5.....	31
“UNA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE MODERNA, TRASPARENTE, EFFICACE ED EFFICIENTE”	31
LINEA STRATEGICA N°6.....	37
“MARKETING TURISTICO TERRITORIALE”	37
LINEA STRATEGICA N°7.....	42
“INNOVAZIONE”	42
L'A.S.P.E.N	45

SCENARIO ECONOMICO¹

SCENARIO ECONOMICO INTERNAZIONALE 2018

Nei maggiori paesi avanzati la crescita economica si è rafforzata nel secondo trimestre del 2018; sulla base degli indicatori anticipatori proseguirebbe anche nel terzo, in particolare negli Stati Uniti, dove continuerebbe a essere trainata dalla domanda interna e accompagnata da un aumento sostenuto dell'occupazione. In Giappone e nel Regno Unito la crescita mostrerebbe un'attenuazione.

Tra i paesi emergenti l'espansione dell'attività si è rafforzata in India ed è rimasta sostenuta in Cina; per quest'ultima i segnali più recenti indicano un moderato indebolimento della crescita. Il quadro congiunturale si è rafforzato in Russia, riflettendo i rialzi delle quotazioni petrolifere; sta peggiorando invece in Brasile, per effetto dell'acuirsi dell'incertezza politica.

Nel secondo trimestre dell'anno il commercio mondiale ha subito un forte rallentamento. Le importazioni si sono contratte in misura marcata in America latina, Russia e Turchia; hanno decelerato sensibilmente in Asia, con l'eccezione della Cina e dell'India; hanno registrato un andamento debole nei mercati avanzati.

Nel complesso diversi fattori contribuiscono a un aumento dei rischi per le prospettive dell'economia mondiale. Le ripercussioni delle tensioni commerciali innescate dalle misure protezionistiche attuate o annunciate dagli Stati Uniti e delle ritorsioni provenienti dai partner potrebbero essere amplificate qualora a un deterioramento della fiducia sugli ordini esteri facesse seguito una revisione delle decisioni di investimento delle imprese.

Resta infine elevata l'incertezza sull'evoluzione dei rapporti economici fra il Regno Unito e l'Unione europea (UE), in seguito ai limitati progressi nei negoziati sull'uscita del Regno Unito dalla UE (Brexit).

SCENARIO ECONOMICO NAZIONALE

PRODOTTO INTERNO LORDO

Nel secondo trimestre l'attività economica ha continuato a crescere a un ritmo moderato, lievemente inferiore al periodo precedente. Una forte espansione degli investimenti ha più che compensato il contributo negativo dell'interscambio con l'estero. Secondo le indicazioni congiunturali più recenti l'attività avrebbe rallentato nel trimestre estivo.

In primavera il PIL è salito dello 0,2 per cento in termini congiunturali, in lieve rallentamento rispetto ai mesi invernali. Il principale contributo all'attività economica è derivato dalla decisa ripresa degli investimenti (2,8 per cento), dopo il calo registrato nei primi mesi dell'anno; quest'ultimo era derivato dalla scelta delle imprese di anticipare alla fine del 2017 parte degli investimenti previsti, in un contesto in cui era ancora incerta l'estensione degli incentivi fiscali anche al 2018. I consumi delle famiglie hanno invece ristagnato, dopo il forte rialzo del primo trimestre. È rimasto negativo l'apporto del commercio con l'estero: le esportazioni si sono stabilizzate a fronte di un sostenuto aumento delle importazioni. Il valore aggiunto è aumentato

¹ Fonte dati: Istat, Ministero dell'Interno, CRENOS, Sardegna Statistiche, Registro Imprese.

nei servizi e nelle costruzioni (0,3 e 0,5 per cento, rispettivamente), mentre è rimasto stabile nell'industria in senso stretto.

PIL e principali componenti (1)
(variazioni percentuali sul periodo precedente)

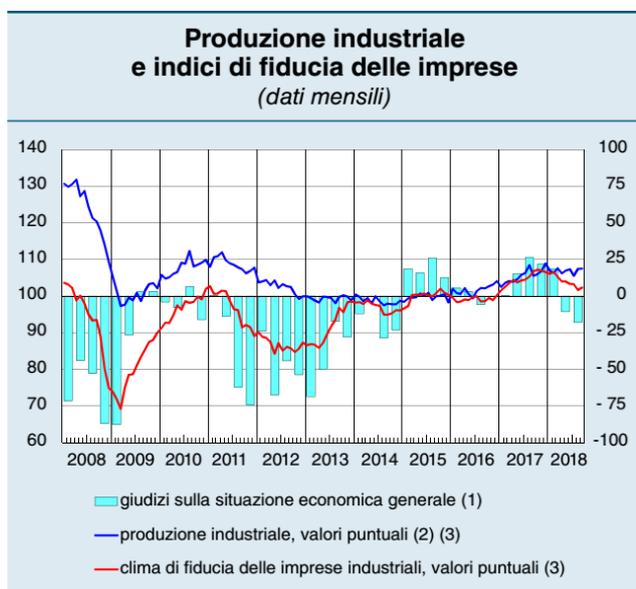
VOCI	2017		2018		2017
	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.	
PIL	0,4	0,3	0,3	0,2	1,6
Importazioni totali	1,4	1,6	-2,6	1,6	5,2
Domanda nazionale (2)	0,3	0,2	0,3	0,7	1,3
Consumi nazionali	0,2	0,0	0,3	0,0	1,1
spesa delle famiglie (3)	0,3	0,1	0,4	0,0	1,5
altre spese (4)	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-0,1
Investimenti fissi lordi	3,0	1,6	-1,1	2,8	4,3
costruzioni	1,0	1,0	0,1	0,6	1,6
impianti, macchinari e armamenti (5)	7,5	2,9	-2,5	7,0	8,8
Variaz. delle scorte (6) (7)	-0,5	-0,1	0,2	0,2	-0,4
Esportazioni totali	1,7	1,8	-2,4	-0,1	5,7

Fonte: Istat.

(1) Quantità a prezzi concatenati; i dati trimestrali sono destagionalizzati e corretti per i giorni lavorativi. – (2) Include la variazione delle scorte e oggetti di valore. – (3) Include anche le istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie. – (4) Spesa delle Amministrazioni pubbliche. – (5) Includono i mezzi di trasporto. – (6) Include gli oggetti di valore. – (7) Contributi alla crescita del PIL sul periodo precedente; punti percentuali.

PRODUZIONE INDUSTRIALE

Nel terzo trimestre la produzione industriale sarebbe rimasta stazionaria. Gli investimenti sono cresciuti in misura marcata in primavera; secondo le indagini condotte dalla Banca d'Italia in



Fonte: elaborazioni su dati Istat, Terna e Banca d'Italia.

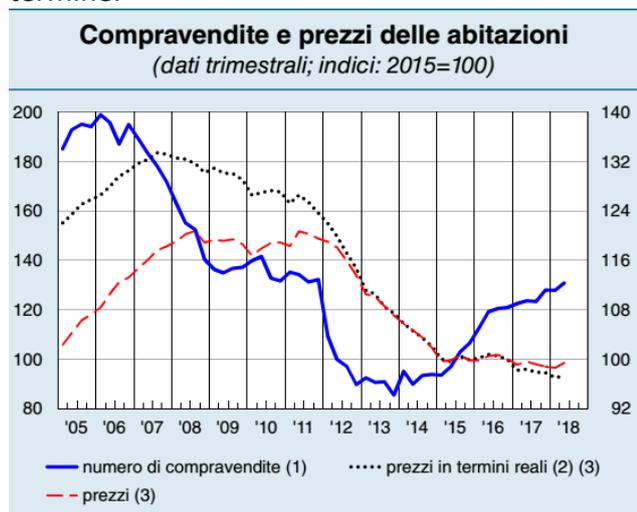
(1) Scala di destra. Saldo in punti percentuali tra le risposte "migliori" e "peggiori" al quesito sulle condizioni economiche generali (cfr. *Indagine sulle aspettative di inflazione e crescita*, Banca d'Italia, Statistiche, 15 ottobre 2018). – (2) Produzione industriale destagionalizzata e corretta per i giorni lavorativi; il dato di settembre è stimato. – (3) Indice 2015=100.

settembre, i piani di accumulazione restano in crescita rispetto al 2017. Le imprese segnalano minore ottimismo circa l'evoluzione della domanda, anche alla luce dell'acuirsi delle tensioni commerciali internazionali.

In agosto, dopo il deciso calo registrato in luglio, la produzione industriale è aumentata dell'1,7 per cento. Pur rimanendo su livelli ancora favorevoli, nel terzo trimestre gli indici di fiducia delle imprese manifatturiere hanno segnalato attese meno ottimistiche sull'andamento generale dell'economia, soprattutto in relazione alla dinamica delle esportazioni.

SETTORE COSTRUZIONI

Nel secondo trimestre le compravendite di abitazioni sono aumentate, recuperando il lieve calo registrato nella prima parte dell'anno; è però proseguita la flessione dei prezzi, scesi dello 0,2 per cento rispetto all'anno precedente. Sulla base del Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia, condotto in luglio, la maggior parte delle agenzie immobiliari valuta stabili le condizioni della domanda. Gli operatori hanno corretto lievemente al ribasso le attese sull'andamento del mercato, che restano comunque favorevoli su un orizzonte di breve e di medio termine.



Fonte: elaborazioni su dati OMI, Banca d'Italia, Istat e *Consulente immobiliare*.

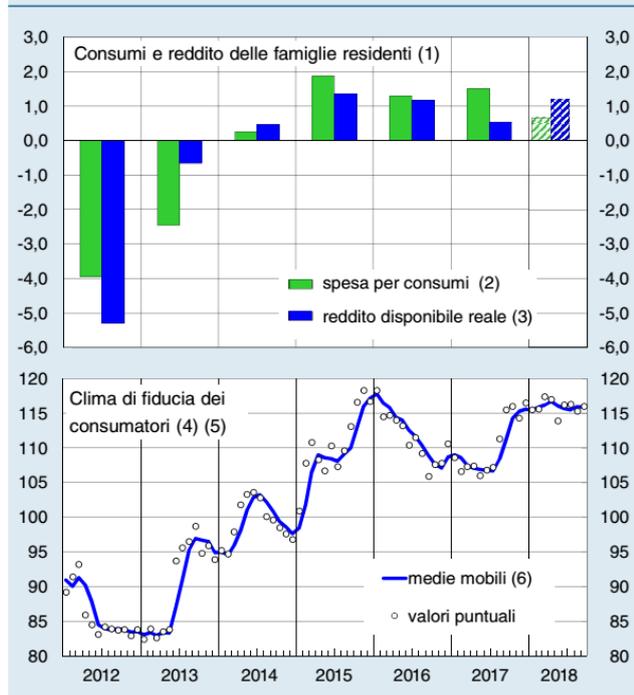
'1) Valori corretti per la stagionalità e per gli effetti di calendario. – (2) Prezzi delle abitazioni deflazionati con l'indice dei prezzi al consumo. – (3) Scala di destra.

CONSUMI

In primavera i consumi delle famiglie sono rimasti stabili, nonostante il recupero del reddito disponibile e il buon andamento del mercato del lavoro. Gli indicatori congiunturali più recenti ne anticipano per il terzo trimestre una lieve espansione. In primavera i consumi delle famiglie hanno ristagnato, dopo essere cresciuti dello 0,4 per cento nei tre mesi precedenti: l'aumento contenuto della spesa per i beni durevoli e per i servizi ha controbilanciato il calo degli acquisti di beni semidurevoli.

I consumi avrebbero registrato una lieve espansione nel corso dell'estate, sostenuti dal deciso aumento del reddito disponibile; le immatricolazioni di autoveicoli sono diminuite per il secondo trimestre consecutivo. Gli indici di fiducia dei consumatori sono rimasti stabili su livelli elevati: si sono confermate le preoccupazioni per l'andamento dell'economia e in particolare del mercato del lavoro, in connessione con l'indebolimento della domanda di lavoro in estate; sono invece migliorati i giudizi sulla situazione personale.

Consumi, reddito e clima di fiducia dei consumatori (variazioni percentuali e numeri indice)



Fonte: elaborazioni su dati Istat.

(1) Variazioni percentuali sull'anno precedente. Fino al 2017 dati annuali; per il 2018 variazioni percentuali dei primi 6 mesi sullo stesso periodo del 2017. – (2) Valori a prezzi concatenati. – (3) Deflazionato con il deflatore della spesa per consumi delle famiglie (valori concatenati con anno di riferimento 2010). – (4) Dati mensili destagionalizzati. Indici: 2010=100. – (5) Nel giugno 2013 sono state introdotte innovazioni metodologiche che rendono i dati diffusi a partire da quella data non direttamente confrontabili con quelli precedenti. – (6) Dati mensili; medie mobili nei 3 mesi terminanti in quello di riferimento.

COMMERCIO CON L'ESTERO: ESPORTAZIONI

Nel secondo trimestre del 2018 le esportazioni italiane hanno ristagnato, risentendo della debolezza del commercio mondiale. Le prospettive delineate dagli indicatori congiunturali rimangono incerte. Resta però ampio l'attivo di parte corrente; è proseguita la decisa riduzione della posizione debitoria netta sull'estero, ormai prossima ad azzerarsi.

Dopo la flessione dei primi mesi dell'anno, nel secondo trimestre le esportazioni di beni e servizi hanno ristagnato (-0,1 per cento in volume rispetto al trimestre precedente), riflettendo la debolezza del commercio internazionale. Le vendite di beni sono rimaste stabili in tutti i principali mercati, sia nell'Unione europea (UE) sia in quelli esterni. L'espansione dei settori dei mezzi di trasporto e della moda è stata compensata dalla flessione dei comparti dei prodotti chimici, farmaceutici e soprattutto dei prodotti petroliferi raffinati. Le esportazioni di servizi si sono lievemente ridotte (-0,4 per cento).

Secondo i dati più recenti nella media di luglio e agosto le esportazioni di beni, valutate a prezzi correnti e corrette per la stagionalità, hanno segnato una moderata crescita rispetto al secondo trimestre. I giudizi sugli ordini esteri delle imprese manifatturiere rilevati dall'Istat e l'indicatore PMI sono peggiorati nel terzo trimestre.

L'avanzo di conto corrente è rimasto stabile nei primi otto mesi del 2018 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Bilancia dei pagamenti dell'Italia (1)
(saldi in miliardi di euro)

VOCI	2016	2017	gen.-ago. 2017	gen.-ago. 2018
Conto corrente	42,8	48,3	28,1	28,0
<i>per memoria: in % del PIL</i>	2,5	2,8	–	–
Merci	57,7	55,8	34,4	32,3
prodotti non energetici (2)	83,1	87,5	55,6	56,9
prodotti energetici (2)	-25,5	-31,8	-21,2	-24,6
Servizi	-3,4	-3,5	-0,9	0,2
Redditi primari	5,3	10,8	5,3	5,9
Redditi secondari	-16,8	-14,8	-10,7	-10,4
Conto capitale	-3,1	-1,0	-1,3	-1,6
Conto finanziario	65,5	62,1	38,5	27,1
Investimenti diretti	-4,1	3,2	-5,7	1,3
Investimenti di portafoglio	159,5	98,3	79,2	100,2
Derivati	-3,0	-7,3	-3,2	-1,9
Altri investimenti (3)	-85,8	-34,7	-34,1	-74,2
Variazione riserve ufficiali	-1,2	2,7	2,3	1,8
Errori e omissioni	25,8	14,8	11,7	0,7

(1) Secondo gli standard internazionali pubblicati in FMI, *Balance of Payments and International Investment Position Manual*, 6 ed., 2009 (BPM6). Per i mesi di luglio e agosto 2018, dati provvisori. – (2) Elaborazioni su dati di commercio estero dell'Istat. – (3) Include la variazione del saldo TARGET2.

MERCATO DEL LAVORO

Nel secondo trimestre l'occupazione è aumentata in misura sostenuta; si è ridotta la disoccupazione, in particolare quella giovanile. Si è rafforzata la crescita delle retribuzioni contrattuali e, dopo due anni di stagnazione, di quelle di fatto.

Dopo il modesto incremento registrato nei primi mesi dell'anno, il numero di occupati è tornato ad aumentare marcatamente nel trimestre Primaverile (dello 0,5 per cento sul periodo Precedente). A tale dinamica ha contribuito in particolare la forte espansione registrata nell'industria in senso stretto e nei servizi alle famiglie. Sono tornate a crescere anche le ore lavorate totali (0,8 per cento) e quelle per addetto (0,3 per cento).

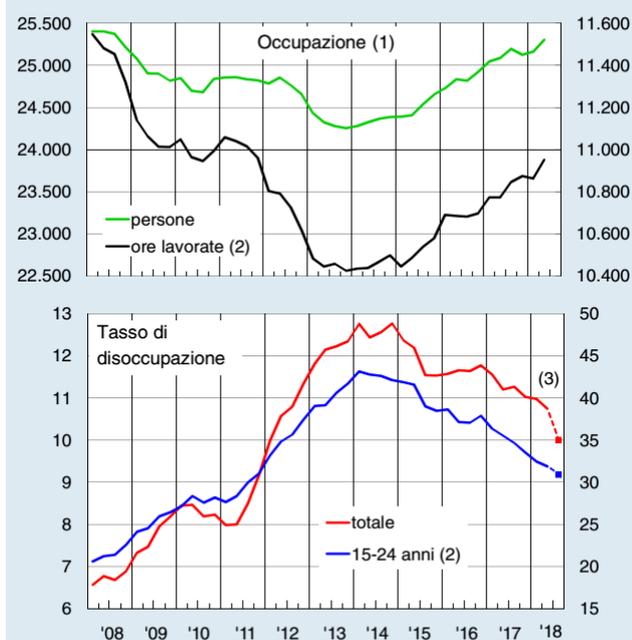
Il lavoro autonomo, in calo dallo scorcio del 2017, ha mostrato segnali di recupero. L'occupazione alle dipendenze è aumentata dello 0,5 per cento rispetto al trimestre precedente; l'espansione ha interessato la componente a termine mentre quella a tempo indeterminato è rimasta stabile, dopo la lieve diminuzione registrata a inizio anno.

In base ai dati preliminari della Rilevazione sulle forze di lavoro, nel periodo luglio-agosto gli occupati complessivi sarebbero rimasti invariati sul bimestre precedente, a seguito del rallentamento della componente a termine e della lieve contrazione di quella a tempo indeterminato e del lavoro autonomo.

Nel secondo trimestre la partecipazione al mercato del lavoro è ulteriormente aumentata (al 65,9 per cento, 0,4 punti in più rispetto al periodo precedente); il tasso di occupazione si è portato sui livelli massimi dall'inizio delle serie storiche (al 58,7 per cento). Il tasso di disoccupazione è diminuito di due decimi di punto, al 10,7 per cento; quello giovanile di sei decimi, al 31,9 per cento.

Secondo i dati preliminari della Rilevazione sulle forze di lavoro, la disoccupazione avrebbe continuato a ridursi anche nei mesi estivi, toccando il 9,7 per cento in agosto, per effetto di una lieve diminuzione del tasso di attività.

Occupazione e disoccupazione (dati trimestrali destagionalizzati)



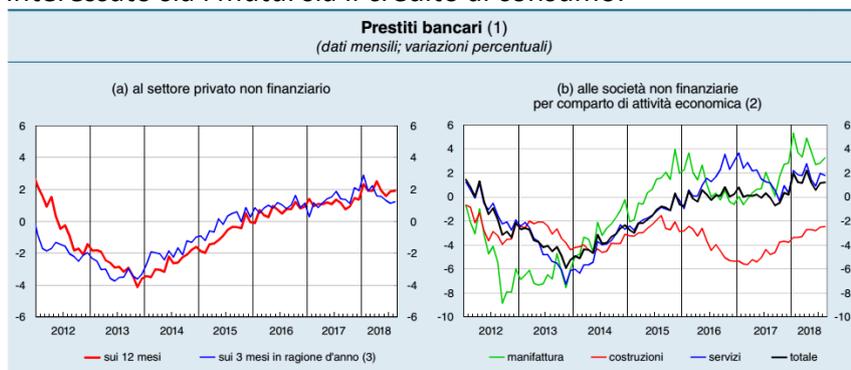
Fonte: Istat, *Conti economici trimestrali per l'occupazione e Rilevazione sulle forze di lavoro* per il tasso di disoccupazione.

(1) Migliaia di persone; milioni di ore. – (2) Scala di destra. – (3) Il punto indica il valore medio del bimestre luglio-agosto.

ACCESSO AL CREDITO

Il credito erogato a imprese e famiglie cresce moderatamente, sostenuto da una contenuta espansione della domanda. La qualità dei prestiti alle imprese ha continuato a migliorare; le condizioni di offerta sono rimaste nel complesso distese, ma hanno registrato un lieve peggioramento nel corso dell'estate. Le tensioni sui mercati finanziari si sono riflesse sui premi per il rischio delle obbligazioni bancarie; il tasso medio sui nuovi prestiti alle imprese, sebbene resti su valori molto bassi nel confronto storico, è lievemente aumentato.

Nei tre mesi terminanti in agosto è proseguita la crescita dei prestiti al settore privato non finanziario (1,2 per cento, correggendo per i fattori stagionali e in ragione d'anno). La dinamica dei finanziamenti alle famiglie è rimasta solida, collocandosi al 2,5 per cento; l'espansione ha interessato sia i mutui sia il credito al consumo.



Fonte: segnalazioni di vigilanza.

(1) I prestiti includono le sofferenze e i pronti contro termine, nonché la componente di quelli non rilevati nei bilanci bancari in quanto cartolarizzati. Le variazioni percentuali sono calcolate al netto di riclassificazioni, variazioni del cambio, aggiustamenti di valore e altre variazioni non derivanti da transazioni. – (2) Variazioni sui 12 mesi; per i comparti i dati non sono corretti per le variazioni del cambio e, fino a dicembre del 2013, per gli aggiustamenti di valore. – (3) I dati sono depurati dalla componente stagionale. Conformemente alle linee guida del sistema statistico europeo, i modelli utilizzati per la destagionalizzazione vengono rivisti ogni anno per garantire la loro capacità di rappresentare correttamente la dinamica delle serie storiche. Ciò comporta che l'andamento della serie riportata nel grafico potrebbe non essere direttamente confrontabile con quelle presentate nei precedenti numeri del *Bollettino economico*.

ANAGRAFE IMPRESE ITALIANE

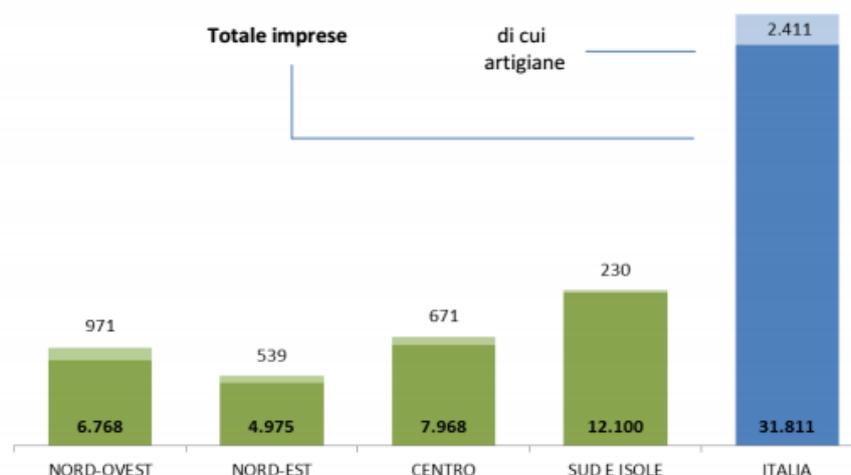
In Italia, tra aprile e giugno, sono nate 1000 imprese al giorno mentre 670 chiudevano i battenti. Alberghi e ristoranti, commercio e agricoltura sono i settori che sono cresciuti di più in valore assoluto nel trimestre. Attività professionali, servizi alle imprese, sanità, il settore del turismo e dell'ospitalità sono quelli che hanno mostrato la dinamica più brillante in termini percentuali. E' quanto emerge, in sintesi, dai dati diffusi da Unioncamere-Infocamere sulla natalità e mortalità delle imprese italiane nel secondo trimestre 2018. Anche se positivo, il dato del secondo trimestre di quest'anno segna un rallentamento rispetto al 2017. Il saldo attivo di 31.118 imprese è inferiore di quasi 5mila unità rispetto a un anno fa, quando la crescita fu pari a 35.803 unità, e riporta le lancette della natimortalità imprenditoriale al livello del 2012 (+31.565). Determinante, in questo trimestre, è stato l'andamento delle chiusure (4mila in più dello stesso periodo 2017), mentre le iscrizioni si sono mantenute in linea con quanto registrato lo scorso anno. Del tutto simile (iscrizioni stabili, cessazioni in ripresa) la dinamica del saldo delle imprese artigiane. Le 2.411 imprese in più alla fine del II trimestre equivalgono ad una contrazione del saldo pari a circa un quarto rispetto allo stesso trimestre del 2017, quando fu di 3.166 unità.

Il saldo trimestrale fa registrare bilanci positivi in tutte le macro-ripartizioni. In particolare, il 38% dell'intero saldo (12.100 imprese su 31.811) è localizzato nel Centro-Sud (un terzo nella sola Campania: +4.071 unità, di cui 230 artigiane), e un altro 25% nelle regioni del Centro (7.968 imprese, 671 delle quali artigiane). In positivo anche i bilanci di tutte le 20 regioni italiane, con l'unica eccezione della componente artigiana in Veneto (dove alla fine del secondo trimestre si contano 48 imprese artigiane in meno), in Molise (-21), in Sicilia (-59) e in Sardegna (-2).

Tutti i settori economici, tra aprile e giugno scorso, hanno chiuso il bilancio anagrafico in campo positivo. In termini assoluti, l'avanzamento più sensibile è stato quello delle attività di alloggio e ristorazione (5.299 imprese in più nel trimestre), seguite dal commercio (+5.064) e dall'agricoltura (+4.394). In termini relativi, invece, la crescita più accentuata si è registrata nelle attività dei servizi alle imprese e in quelle dei servizi professionali, tecnici e scientifici, cresciute dell'1,3% a fronte di una crescita media dello 0,5%. Oltre la soglia dell'1% anche alberghi e ristoranti (+1,2%) e sanità e assistenza sociale (+1,1%). Guardando al mondo artigiano, nel trimestre primaverile hanno fatto meglio le imprese dei servizi alla persona (956 imprese in più), delle costruzioni (+858) e dei servizi alle imprese (+662). In rosso le attività manifatturiere artigiane (270 in meno nel trimestre) e dei trasporti e magazzinaggio (-158).

Saldo iscrizioni-cessazioni nel II trimestre 2018

Totale imprese e di cui artigiani



Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Tab. 1 – Nati-mortalità per regioni e aree geografiche – Il trimestre 2018

Totale imprese e di cui imprese artigiane

REGIONI E AREE GEOGRAFICHE	VALORI ASSOLUTI							
	Iscrizioni	di cui artigiane	Cessazioni	di cui artigiane	Saldo	di cui artigiane	Imprese registrate al 30.06.2018	di cui artigiane
PIEMONTE	6.305	2.154	4.945	1.959	1.360	195	433.865	118.598
VALLE D'AOSTA	180	76	114	49	66	27	12.414	3.638
LOMBARDIA	13.914	4.245	9.374	3.612	4.540	633	960.049	246.926
TRENTINO - A. A.	1.445	456	817	294	628	162	109.377	25.812
VENETO	6.605	2.005	4.902	2.053	1.703	-48	486.750	127.804
FRIULI - V. G.	1.541	506	938	370	603	136	103.066	28.324
LIGURIA	2.327	739	1.525	623	802	116	163.017	43.929
EMILIA ROMAGNA	6.506	2.335	4.465	2.046	2.041	289	455.850	128.229
TOSCANA	6.202	1.976	4.044	1.651	2.158	325	414.324	104.983
UMBRIA	1.298	343	825	300	473	43	94.358	20.781
MARCHE	2.317	721	1.693	672	624	49	170.521	45.297
LAZIO	10.331	1.722	5.618	1.468	4.713	254	655.309	95.431
ABRUZZO	2.247	464	1.305	425	942	39	148.666	30.427
MOLISE	616	91	383	112	233	-21	35.450	6.554
CAMPANIA	10.694	1.086	6.623	1.067	4.071	19	590.671	69.104
PUGLIA	6.650	1.165	3.913	920	2.737	245	380.292	68.144
BASILICATA	891	123	465	114	426	9	60.233	10.325
CALABRIA	2.912	433	1.699	433	1.213	0	186.667	32.965
SICILIA	7.036	1.121	5.465	1.180	1.571	-59	464.403	73.352
SARDEGNA	2.614	511	1.707	513	907	-2	169.342	35.272
NORD-OVEST	22.726	7.214	15.958	6.243	6.768	971	1.569.345	413.091
NORD-EST	16.097	5.302	11.122	4.763	4.975	539	1.155.043	310.169
CENTRO	20.148	4.762	12.180	4.091	7.968	671	1.334.512	266.492
SUD E ISOLE	33.660	4.994	21.560	4.764	12.100	230	2.035.724	326.143
ITALIA	92.631	22.272	60.820	19.861	31.811	2.411	6.094.624	1.315.895

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

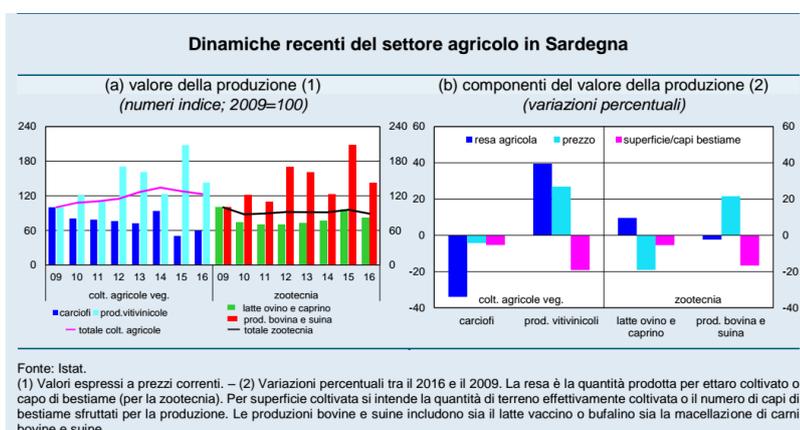
SCENARIO ECONOMICO REGIONALE 2017 -2018

Nel 2017 l'economia della Sardegna è cresciuta moderatamente, dopo la leggera flessione del precedente anno. Secondo le stime di Prometeia il prodotto interno lordo è aumentato dell'1,1 per cento a prezzi costanti. Un contributo è provenuto dall'ulteriore moderato aumento della domanda per consumi, cui si è associata una ripresa degli investimenti e delle esportazioni.

AGRICOLTURA E ZOOTECNIA

Nel 2017 la produzione agricola regionale si è ridotta notevolmente. Dai dati dell'Istat risulta una diminuzione della produzione delle principali coltivazioni di circa il 20 per cento rispetto all'anno precedente. Il calo, determinato anche da un andamento climatico particolarmente siccitoso, ha interessato principalmente la produzione vitivinicola, quella dei cereali e del carciofo, per la quale

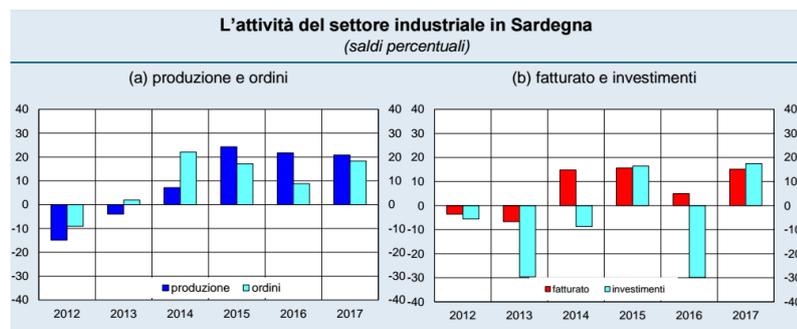
si è confermata la tendenza negativa registrata negli ultimi anni. Nel comparto zootecnico si è registrato nella seconda parte dell'anno un aumento del prezzo del latte ovino, sospinto dalla crescita della domanda dei prodotti trasformati, che ha in parte compensato l'andamento lievemente negativo del comparto vaccino.



INDUSTRIA

Nel corso del 2017 si è rafforzata la congiuntura del settore industriale in regione: alla dinamica positiva della domanda estera si è associato il contributo di quella interna. Le stime di contabilità regionale fornite da Prometeia indicano una crescita del valore aggiunto dell'1,4 per cento a prezzi costanti. Secondo l'indagine della Banca d'Italia sulle imprese industriali con più di 20 addetti il saldo tra la quota di aziende che riportano giudizi di miglioramento della produzione e quelle che ne segnalano un calo si è confermato su valori positivi in linea con quelli osservati l'anno precedente, mentre il dato relativo agli ordinativi è sensibilmente migliorato.

Parallelamente, il saldo tra la quota delle imprese che hanno registrato un'espansione del fatturato e la percentuale di quelle per cui si è osservato un calo è cresciuto nel 2017; il valore delle vendite è risultato complessivamente in aumento dell'1,0 per cento nella media del campione regionale al netto del settore petrolifero, il cui volume di affari è cresciuto sensibilmente in linea con i prezzi di mercato. La stazionarietà nel settore alimentare è stata più che compensata dalle dinamiche positive dei comparti metallurgico e chimico.



GLI SCAMBI CON L'ESTERO: ESPORTAZIONI E IMPORTAZIONI

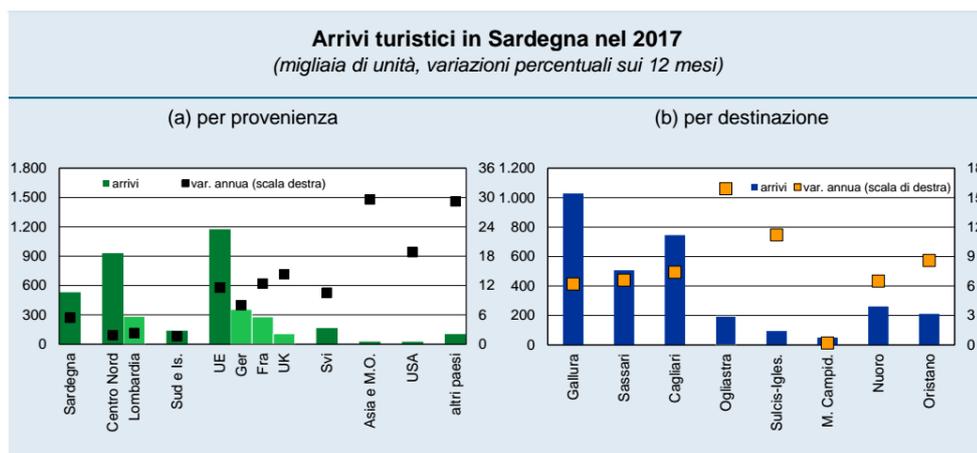
Nel 2017 le esportazioni sarde sono cresciute del 27,8 per cento a prezzi correnti, in misura più intensa rispetto al dato nazionale e della macroarea, dopo che nell'anno precedente si era registrata una variazione negativa. La crescita dell'export è stata determinata in larga misura dall'incremento del valore delle vendite dei prodotti ottenuti dalla raffinazione del petrolio, dovuta in parte all'aumento dei prezzi (la quotazione dei prodotti petroliferi è cresciuta del 17,5 per cento nel corso dell'anno) e in parte all'intensificarsi degli scambi (le quantità vendute sono salite del 10,3 per cento). Le vendite al netto del settore petrolifero sono cresciute di circa un quinto; tra gli altri comparti, sono aumentate le esportazioni del settore chimico e della lavorazione dei metalli, mentre nell'agroalimentare si è registrata una leggera flessione.

Relativamente ai mercati di sbocco, sono aumentate di circa due quinti le vendite all'interno dell'Unione Europea: a fronte di un calo osservato nel mercato spagnolo, si è registrata un'espansione in quello francese e del Regno Unito. Le esportazioni verso i mercati extra-UE sono cresciute in misura maggiore, per le maggiori vendite in particolare negli altri paesi del continente europeo e nel mercato asiatico. Negli ultimi anni si è osservato un limitato cambiamento dei mercati di sbocco e della varietà merceologica dei beni esportati dal settore produttivo della Sardegna. La dinamica evidenzia, complessivamente, come il modello di specializzazione regionale non sia stato in grado di adeguarsi in maniera soddisfacente alle mutate condizioni di domanda.

Le importazioni sono aumentate di oltre il 30 per cento, più intensamente rispetto alla macroarea e alla media nazionale. Il dato riflette la crescita di oltre due quinti degli acquisti di petrolio greggio, destinati all'attività di raffinazione della filiera regionale; sono cresciute anche le importazioni delle imprese del settore chimico.

TURISMO

Il comparto turistico si è confermato tra i più dinamici anche nel 2017: l'attività degli operatori regionali ha beneficiato dell'ulteriore crescita dei flussi di visitatori ospitati nelle strutture ricettive. In base ai dati provvisori forniti dalla Regione Sardegna, gli arrivi hanno superato per la prima volta i tre milioni di persone e l'incremento sul 2016 è stato del 7,3 per cento. L'andamento è stato particolarmente favorevole per il turismo internazionale; alla crescita intensa degli arrivi di turisti stranieri hanno contribuito soprattutto i maggiori flussi provenienti da Francia, Germania e Svizzera, i tre principali mercati esteri per la regione. Gli arrivi nazionali sono risultati in moderato aumento, sia per la domanda turistica dei residenti in regione sia, in modo meno accentuato, per quella proveniente dalle altre aree del Paese.



La crescita dei flussi ha riguardato in misura diffusa pressoché tutta la regione, sebbene con diverse intensità: si è osservato un incremento marcato soprattutto in Ogliastra e nell'area del Sulcis-Iglesiente, mentre nel Medio

Fonte: elaborazioni su dati provvisori della Regione Autonoma della Sardegna.

Campidano il dato è rimasto invariato; in tutte le altre aree si è registrata una crescita molto vicina a quella media regionale.

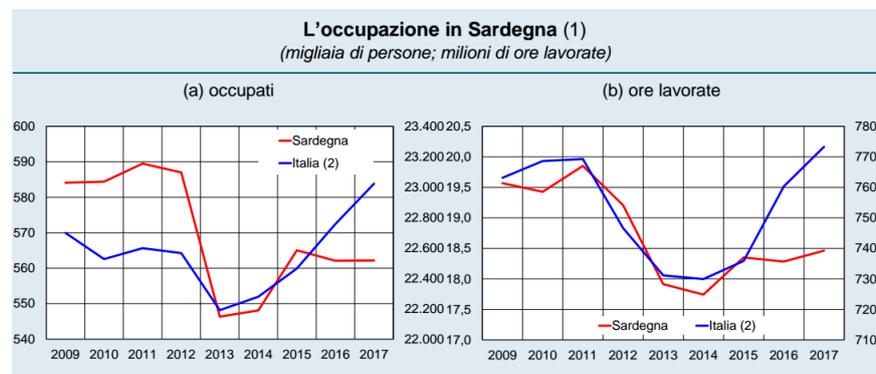
È proseguita la crescita del turismo crocieristico nell'isola: nel 2017 il numero dei passeggeri transitati negli scali sardi è stato pari a oltre 560.000 unità, in aumento di circa un quinto rispetto all'anno precedente. L'espansione si è registrata principalmente a Cagliari, che ha assorbito circa i tre quarti dell'intero traffico regionale; a Olbia, di contro, si è osservata una consistente flessione, in parte compensata da un accresciuto interesse delle compagnie verso l'area di Porto Torres e del nord ovest della regione.

MERCATO DEL LAVORO: OCCUPAZIONE E DISOCCUPAZIONE

Nel 2017 l'occupazione regionale è rimasta invariata rispetto all'anno precedente, contrariamente a quanto osservato nella media italiana, che ha fatto registrare una ulteriore crescita. All'aumento degli addetti nei mesi primaverili ed estivi, per effetto soprattutto della stagione turistica favorevole, si è contrapposto il calo nel primo e nel quarto trimestre dell'anno. Il tasso di occupazione della popolazione in età da lavoro si è mantenuto stabile al 50,3 per cento, inferiore di circa 2 punti percentuali rispetto a quello osservato nel 2007. Gli addetti sono aumentati prevalentemente nei servizi turistici e commerciali, che impiegano quasi un quarto dell'occupazione regionale, e nella manifattura; si sono invece contratti nei servizi alle imprese, nei trasporti e nell'agricoltura.

Ha continuato ad aumentare il tasso di occupazione dei più anziani, con 55 anni o più, per effetto delle recenti riforme pensionistiche e, dopo due anni di calo, sono migliorate anche i livelli occupazionali dei giovani fino a 24 anni e di quelli appartenenti alla classe di età immediatamente successiva (25-34 anni); in entrambi i casi vi ha contribuito in parte la maggiore partecipazione al mercato del lavoro.

Contrariamente a quanto registrato a livello nazionale, il tasso di occupazione degli individui in possesso di un titolo universitario è diminuito, mentre è aumentato quello degli individui con al massimo il diploma. Nel confronto con la media nazionale e ancor di più rispetto alle regioni settentrionali, i laureati in Sardegna mostrano minori probabilità di trovare un'occupazione: a queste differenze territoriali si associa spesso una fuoriuscita di laureati diretti soprattutto al Centro-Nord e all'estero, che contribuisce a comprimere la crescita della dotazione di capitale umano in regione, già bassa nel confronto nazionale.

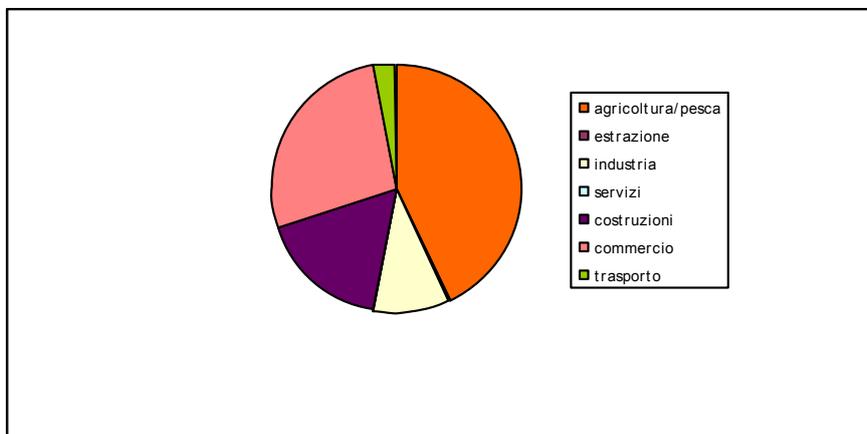


Fonte: Istat, Rilevazione sulle forze di lavoro.
(1) Medie annuali. – (2) Scala di destra.

SCENARIO ECONOMICO LOCALE

ANDAMENTO IMPRESE

I dati aggiornati al III trimestre del 2018 sottolineano che le imprese operanti nel settore dell'agricoltura, delle costruzioni e del commercio rappresentano una fetta preponderante se rapportate a quelle operanti nel settore dei servizi e dei trasporti.



Fonte: Movimprese – Dati III trimestre 2018

Con riferimento, invece, alla ripartizione del numero degli occupati nei vari comparti produttivi, i dati relativi al terzo trimestre del 2017 mostrano un elevato numero di lavoratori nel settore ricettivo con 15.206 unità, 4.863 nel settore del commercio e 4.210 in quello dell'industria.

Dopo diversi anni di rilevazioni negative, nel 2017 le imprese hanno proseguito a crescere in Sardegna. Alla fine del 2017, i registri delle Camere di Commercio isolate, hanno registrato un saldo positivo tra iscrizioni di nuove imprese e cessazioni (9.996 iscrizioni a fronte di 7.897 cessazioni), registrando un tasso di crescita dell'1,25% superiore al tasso di crescita a livello nazionale, che si è attestato al 0,75%.

Nati – mortalità delle imprese per regioni – Sardegna – Anno 2017

Valori assoluti e percentuali

	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo	Stock al 31.12.2017	Tasso di crescita 2017	Tasso di crescita 2016
Sardegna	9.996	7.897	2.099	169.294	1,25%	1,13%
Italia	356.875	311.165	45.710	6.090.481	0,75%	0,68%

Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Quanto ai settori, a livello complessivo quelli che nel 2017 hanno fatto registrare gli aumenti maggiori nel numero di imprese registrate sono stati il turismo (+10.335), i servizi alle imprese (+7.206) e le attività professionali scientifiche e tecniche (+5.494). Un forte calo si registra, invece, per quanto riguarda le attività manifatturiere (-2.648), le costruzioni (-1.913) e l'agricoltura (-447). Nel Mezzogiorno, il quadro si presenta in parte in controtendenza e mostra soprattutto una forte concentrazione del saldo attivo nel turismo e nell'agricoltura (+2.810). Dati più che positivi al sud anche nel commercio (+1.970) e nelle costruzioni (+1.284).

A livello provinciale, i dati elaborati da Unioncamere-InfoCamere, Movimprese evidenziano che Nuoro è la provincia che, nel 2017, sia tra le province sarde che tra quelle del resto d'Italia, ha registrato il tasso di crescita maggiore (+2,21%). Nella graduatoria provinciale segue, poi, per quanto riguarda la Sardegna, Sassari (+1,13%), Cagliari (+1,00%) mentre fanalino di coda si conferma la provincia di Oristano (+0,98%) come evidenziato nella tabella seguente:

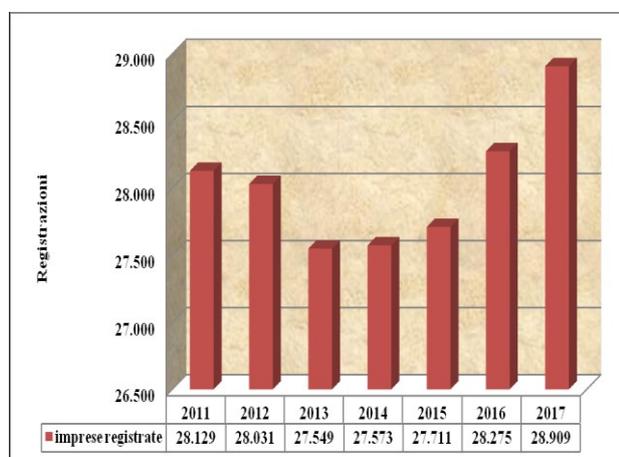
Graduatoria provinciale per saldo tra iscrizioni e cessazioni in valore assoluto

Province	Iscrizioni	Cessazioni	Saldo al 31.12.2017	Tasso di crescita 2017
Nuoro	1.916	1.290	626	2.21%
Sassari	3.401	2.761	640	1.13%
Cagliari	3.929	3.235	694	1,00%
Oristano	750	611	139	0,98%
Italia	356.875	311.165	45.710	0,75%

Fonte: Unioncamere – Infocamere, Movimprese

La base produttiva continua ad essere caratterizzata da un'elevata presenza di aziende che operano nel settore agricolo, seguite dal settore del commercio e delle costruzioni.

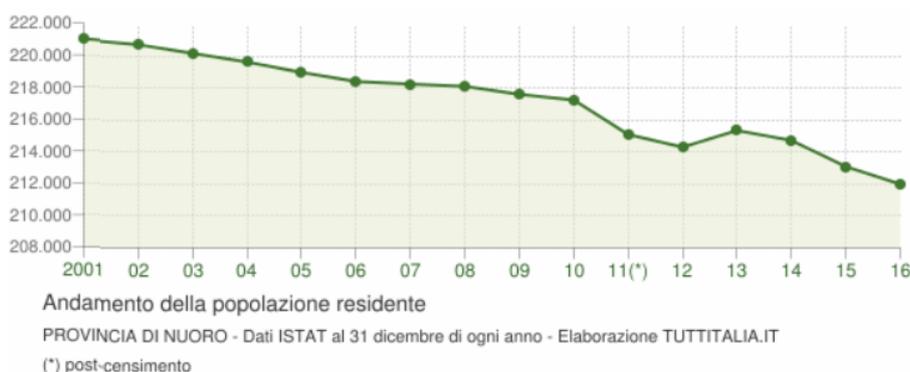
Andamento imprese registrate alla C.C.I.A.A. di Nuoro 2011-2017



Dalla tabella si conferma anche per il 2017, il trend positivo della crescita delle imprese registrate alla Camera di Commercio di Nuoro, iniziato nel 2014, che sembra avere intrapreso un positivo cammino di crescita rispetto agli esercizi precedenti, caratterizzati da una costante e preoccupante decrescita imprenditoriale.

Fonte: dati Movimprese

ANDAMENTO DEMOGRAFICO



Come risulta dalla tabella, l'andamento demografico evidenzia una continua e costante diminuzione della popolazione residente nella provincia di Nuoro. Per il 2016 si riscontra una diminuzione della popolazione residente nella provincia di Nuoro

del 0,51 % e, in termini assoluti, di 1097 unità rispetto all'anno 2015. Per quanto riguarda il numero dei componenti medi facenti costituenti il nucleo familiare, questo si aggira intorno al 2,3 e risulta essere pressoché costante nel corso degli ultimi anni.

LA SITUAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA E LE LINEE DI INTERVENTO

La gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio e delle loro Aziende Speciali è contenuta nel DPR 254/2005, nelle more della sua revisione alla luce di quanto stabilito dal D.Lgs. 91/2011 che disciplina l'armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle amministrazioni pubbliche, al fine di raggiungere il coordinamento della finanza pubblica disciplinando in modo omogeneo i procedimenti di programmazione, gestione, rendicontazione e controllo della P.A.

Le politiche dell'Ente camerale dovranno cercare di raggiungere gli obiettivi attraverso l'irrigidimento delle risorse per rispondere alle misure restrittive imposte dal governo centrale. Queste misure impongono l'utilizzo dell'avanzo patrimonializzato per garantire un adeguato livello delle attività a sostegno del disastrato sistema produttivo locale.

Le linee d'azione da perseguire nel corso del 2019 sono coerenti con quelle previste negli esercizi precedenti e si focalizzano principalmente su questi obiettivi:

- costante ricerca di riduzione dei costi di struttura attraverso un sistema di reclutamento del personale flessibile rendendo efficiente la dotazione organica a disposizione;
- costante monitoraggio dei costi di funzionamento al fine di ottenere un'adeguata efficienza organizzativa;
- ottenere fonti di finanziamento adeguate e in linea con gli obiettivi di una maggiore efficienza possibile. Pertanto verranno privilegiati e presi in considerazione finanziamenti e in generale risorse provenienti da enti ed istituzioni regionali, nazionali e soprattutto comunitarie.

LA SITUAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA

Si illustra di seguito il Bilancio di esercizio della Camera di Commercio di Nuoro al 31/12/2017 per poi descrivere le previsioni per l'esercizio 2019 relativamente alle voci di maggior importanza per l'Ente camerale.

I dati di previsione definitivi saranno resi disponibili con il Bilancio di Previsione 2019.

ATTIVO	31-12-2016	31-12-2017
A) IMMOBILIZZAZIONI		
a) Immateriali		
Totale Immobilizzazioni Immateriali	1.418,54	252,59
b) Materiali		
Totale Immobilizzazioni materiali	6.335.441,21	6.097.992,69
c) Finanziarie		
Totale Immobilizzazioni finanziarie	2.126.729,56	2.099.915,62
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI	8.463.589,31	8.198.160,90
B) ATTIVO CIRCOLANTE		
d) Rimanenze		
Totale rimanenze	0,00	0,00
e) Crediti di Funzionamento		
Totale crediti di funzionamento	2.616.376,46	1.910.906,36
f) Disponibilità Liquide		
Totale disponibilità liquide	10.385.577,22	11.310.839,03
TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	13.001.953,68	13.221.745,39
C) RATEI E RISCONTI ATTIVI		
TOTALE RATEI E RISCONTI ATTIVI	2.683,94	6.562,37
TOTALE ATTIVO	21.468.226,93	21.426.468,66
D) CONTI D'ORDINE	198.016,49	76.246,49
TOTALE GENERALE	21.666.243,42	21.502.715,15

PASSIVO	31.12.2016	31.12.2017
A) PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto esercizi precedenti	-15.736.224,82	-14.967.343,26
AvanzoDisavanzo economico esercizio	768.881,56	43.367,53
Riserve da partecipazioni	0,00	0,00
Totale patrimonio netto	-14.967.343,26	-14.923.975,73
B) DEBITI DI FINANZIAMENTO		
Totale debiti di finanziamento	0,00	0,00
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO		
Tot. f.do tratt. fine rapporto	-862.627,80	-850.620,55
D) DEBITI DI FUNZIONAMENTO		
Totale debiti di funzionamento	-5.552.677,89	-5.352.460,70
E) FONDI PER RISCHI E ONERI		
Tot. f.di per rischi e oneri	-85.577,98	-85.577,98
F) RATEI E RISCONTI PASSIVI		
Totale ratei e risconti passivi	0,00	-213.833,70
Totale passivo	-6.500.883,67	-6.502.492,93
Totale passivo e patrim. netto	-21.468.226,93	-21.426.468,66
G) CONTI D'ORDINE	-198.016,49	-76.246,49
TOTALE GENERALE	-21.666.243,42	-21.502.715,15

CONTO ECONOMICO		
VOCI DI ONERE/PROVENTO	VALORI ANNO 2016	VALORI ANNO 2017
GESTIONE CORRENTE		
A) Proventi correnti		
1 Diritto Annuale	2.641.348,36	2.449.716,57
2 Diritti di Segreteria	510.125,56	593.144,54
3 Contributi trasferimenti e altre entrate	308.014,25	126.133,12
4 Proventi da gestione di beni e servizi	210.916,31	236.278,05
Totale proventi correnti A	3.670.404,48	3.405.272,28
B) Oneri Correnti		
6 Personale	-1.009.355,84	-983.760,66
7 Funzionamento	-1.142.031,20	-1.094.390,14
9 Ammortamenti e accantonamenti	-1.209.071,84	-1.249.659,67
Totale Oneri Correnti B	-4.725.808,64	-4.383.965,95
Risultato della gestione corrente A-B	-1.055.404,16	-978.693,67
C) GESTIONE FINANZIARIA		
10 Proventi finanziari	132.017,84	757.258,48
11 Oneri finanziari	-14.543,86	-9.359,12
Risultato della gestione finanziaria	117.473,98	747.899,36
D) GESTIONE STRAORDINARIA		
12 Proventi straordinari	203.500,20	252.193,80
13 Oneri straordinari	-34.451,58	-65.945,02
Risultato della gestione straordinaria	169.048,62	186.248,78
E) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIA		
14 Rivalutazioni attivo patrimoniale	0,00	1.178,00
15 Svalutazioni attivo patrimoniale	0,00	0,00
Differenza rettifiche attività finanziaria	0,00	1.178,00
DisavanzoAvanzo economico esercizio	-768.881,56	-43.367,53

DIRITTO ANNUALE

È la principale voce di ricavo a disposizione dell'Ente. Rappresenta oltre il 70% del totale delle entrate della gestione corrente della Camera di Commercio. In seguito alle disposizioni normative che hanno portato al taglio del 50% del diritto, con Delibera n. 45 del 20/03/2017 la Giunta Camerale ha proposto al Consiglio l'incremento del 20% del Diritto Annuale per il triennio 2017-2019 e questa ultimo con deliberazione n. 3 del 24/03/2017 ha approvato il suddetto incremento.

E' da ricordare che le risorse aggiuntive ad oggi garantite dalla maggiorazione del tributo costituiscono una vera e propria entrata di scopo da utilizzare esclusivamente per la realizzazione dei tre seguenti progetti:

- ✓ il 10% della maggiorazione da destinare al progetto "PID Punto Impresa Digitale";
- ✓ il 4% al progetto "I servizi di orientamento al lavoro ed alle professioni";
- ✓ il 6% al progetto "Destinazione Sardegna".

Il 20% da destinare al finanziamento dei progetti si riferisce al netto degli accantonamenti al Fondo svalutazione crediti diritto annuale che verranno contabilizzati in sede di redazione di bilancio consuntivo.

Previsione andamento diritto annuale 2019

	PREVENTIVO PRESUNTO ANNO 2019
Diritto Annuale	1.953.942
Diritto Annuale incremento 20% annuo	376.041
Sanzioni da Diritto Annuale	279.324
Interessi da Diritto Annuale	7.887

DIRITTI DI SEGRETERIA

I Diritti di Segreteria rappresentano circa il 17% delle entrate relative alla gestione corrente e si ritiene che il valore di tali proventi si assesterà ad un livello costante, in linea con i dati contabili registrati in sede di bilancio consuntivo 2017 e coerentemente ai dati che si attendono per il consuntivo relativo all'esercizio 2018.

	PREVENTIVO PRESUNTO ANNO 2019
Diritti di Segreteria	85.000
Sanzioni Amministrative	10.000
Registro Imprese	480.000
Altri Albi ruoli elenchi e registri	3.000

CONTRIBUTI E TRASFERIMENTI

I contributi ed i trasferimenti hanno subito una diminuzione già a partire dal bilancio consuntivo 2017; una delle motivazioni risiede nel fatto che dentro la voce confluiscono anche i Rimborsi della Regione Sardegna per la gestione dell'Albo Artigiani, per cui sono cambiate le modalità di conteggio ed è stata stilata una convenzione sulla base della quale i suddetti rimborsi saranno notevolmente inferiori rispetto agli esercizi amministrativi precedenti.

Le altre voci sono gli Affitti attivi, i rimborsi ed i recuperi diversi ed i Proventi derivanti dalle attività che la Camera di commercio svolge a seguito di un accordo di collaborazione ex art. 15 L.241/1990.

	PREVENTIVO PRESUNTO ANNO 2019
Rimborsi da Regione per attività delegate	68.430
Affitti attivi	3.600
Rimborsi e recuperi diversi	55.000
Proventi da attività convenzione Regione Sardegna	30.000

PROVENTI DA GESTIONE DI BENI E SERVIZI

I proventi da gestione di beni e servizi racchiudono i proventi derivanti dallo svolgimento di attività di tipo commerciale da parte della Camera di Commercio, come l'attività dell'organismo di controllo vini, l'attività svolta dall'Ufficio Metrico, i proventi dell'ufficio mediazione e conciliazione. Rispetto agli esercizi precedenti si preventivano per gli esercizi futuri ulteriori introiti derivanti dai tesseramenti e dalle lavorazioni relative al Fab Lab entrato in pieno regime a seguito del suo completamento messo in opera dall'Ente camerale.

	PREVENTIVO PRESUNTO ANNO 2019
Ricavi gestione Fab Lab	10.000
Ricavi Verifiche Metriche	15.000
Ricavi Arbitrato e Conciliazione	2.000
Ricavi vendita Carnets Tir/Ata	500
Ricavi Attività Controllo Vini	200.000

ONERI CORRENTI

Gli oneri correnti rappresentano i costi che l'Ente ha sostenuto per lo svolgimento della propria gestione ordinaria e sono rappresentati dai costi relativi al Personale, al Funzionamento, agli Interventi Economici ed agli Ammortamenti e Accantonamenti.

Gli oneri relativi al personale sono rappresentativi dell'intera spesa per il personale dipendente ivi compresi il costo delle ferie non godute e gli accantonamenti previsti dalla legge; tali oneri subiranno una diminuzione a seguito del collocamento a riposo per anzianità di servizio di un dipendente dell'Ente.

Gli oneri di funzionamento sono riferiti alle spese correnti che annualmente vengono sostenute per svolgere l'attività istituzionale e garantire il funzionamento dell'Ente. La macrovoce racchiude gli oneri per le Prestazioni di servizi, gli Oneri diversi di gestione, le Quote associative, ed infine gli oneri per gli Organi Istituzionali.

Gli interventi economici sono le attività, i progetti e le iniziative che hanno lo scopo di promuovere il sistema delle imprese, la loro competitività e lo sviluppo dell'economia e del territorio; a differenza degli esercizi precedenti ritroveremo allocati in tale voce gli oneri che la Camera dovrà sostenere, in seguito alla maggiorazione del 20% del Diritto Annuale, per la realizzazione dei seguenti progetti: PID Punto Impresa Digitale, Servizi di Orientamento al Lavoro e alle Professioni e Destinazione Sardegna.

	PREVENTIVO PRESUNTO ANNO 2019
Personale	-1.041.206
Funzionamento	-1.277.830
Interventi Economici	-1.274.226
Ammortamenti ed accantonamenti	-1.342.026

LE LINEE STRATEGICHE CAMERALI

Il compimento della riforma del sistema delle camere di commercio e la conservazione dell'autonomia costituiscono per il nostro Ente il presupposto per rilanciare con rinnovato entusiasmo la funzione programmatica, orientata da un lato a ottimizzare le limitate risorse disponibili e, dall'altro, a fornire le tante risposte che il territorio chiede all'Ente camerale.

Spetta quindi alla Camera di Commercio farsi interprete, direttamente o con il coinvolgimento dell'Azienda Speciale ASPEN, nella realizzazione della propria missione istituzionale, delle istanze che provengono dal sistema produttivo territoriale in tutte le sue articolazioni, attraverso la rappresentanza degli interessi delle imprese, il sostegno e lo stimolo alla crescita del tessuto imprenditoriale locale facendo ricorso agli strumenti che il quadro normativo di riferimento mette a disposizione. Le oculate scelte gestionali perseguite dall'Ente nel corso degli anni, ancorché rese più difficili dalla considerevole contrazione dei flussi di entrata determinati dalla riduzione del diritto annuale, consentono tuttavia di proseguire nel percorso già intrapreso, nel quale si è dato opportunamente spazio alle partnership con il sistema camerale isolano, con le Associazioni di Categoria, gli Ordini e i Collegi Professionali. In particolare, anche per il 2019, si intende rafforzare il rapporto di collaborazione con la Regione Autonoma della Sardegna nel settore dell'internazionalizzazione e della promozione turistica, nel potenziamento del ruolo del distretto culturale, nelle attività di animazione territoriale per il rilancio delle zone interne. Nel valutare il merito delle collaborazioni istituzionali, l'Ente Camerale terrà conto degli aspetti legati alle ricadute territoriali, al coinvolgimento dei soggetti proponenti in un'ottica di aggregazione, sarà riconosciuta una priorità a tutti i progetti presentati da più Ordini e Collegi Professionali e 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 buone opportunità di crescita per le nostre imprese.

Nella tabella che segue vengono illustrate per l'esercizio 2019, le linee strategiche hanno a riferimento il contenuto del programma pluriennale 2018 – 2023 ed evidenziate le aree su cui l'Ente intende intervenire. Come per gli anni precedenti il modello di RPP propone, prima dell'illustrazione delle attività per il 2019, preliminarmente l'introduzione di una sintesi delle iniziative programmate e realizzate nel 2018.

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

Linea strategica n. 4 "Valorizzare le produzioni tipiche e le eccellenze del territorio"	<ul style="list-style-type: none"> a. "Valorizzare le produzioni tipiche nel campo agroalimentare" b. "Valorizzare le produzioni tipiche nel campo artigianale" c. "Promozione e sviluppo di marchi collettivi" d. "Garantire il controllo della qualità dei prodotti vitivinicoli" e. "Creazione di distretti produttivi"
Linea strategica n. 5 "Una pubblica amministrazione moderna, trasparente, efficace ed efficiente"	<ul style="list-style-type: none"> 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" d. "Semplificare le procedure burocratiche e facilitare l'accesso ai servizi camerali" e. "Offrire alle imprese servizi di tipo consulenziale, ad alto valore aggiunto" f. "Aumentare le potenzialità dei siti web camerali" g. "Controllo di gestione" h. "Valorizzare il patrimonio camerale" i. "Il sistema della mediazione in rete regionale" j. "Partnership"
Linea strategica n. 6 "Marketing turistico territoriale"	<ul style="list-style-type: none"> a. "Marketing territoriale e turistico" b. "Autunno in Barbagia" e "Primavera nel Cuore della Sardegna" c. "Cuore della Sardegna" d. "Distretto culturale nuorese" e. "Il turismo come fattore di traino dell'economia locale"
Linea strategica n. 7 "Innovazione"	<ul style="list-style-type: none"> 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, 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"	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA - l'Ente si fa 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.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento e potenziamento delle iniziative nazionali e regionali a favore dello sviluppo infrastrutturale e logistico del territorio.
<p style="text-align: center;">2019</p> <p>1) Energia – Efficienza Energetica Azioni a sostegno dell'efficienza energetica e interventi per migliorare la competitività delle imprese.</p>	<p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Imprese ● Cittadini ● Consumatori ● Enti locali ● Sistema camerale ● Associazioni di categoria

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

2018

PROGRAMMA - I Centri Commerciali naturali rappresentano ambiti di intervento economico camerale, sostenendo in prospettiva la nascita di Distretti Economici territoriali sui quali possono essere concentrate risorse provenienti dai progetti a valere sui fondi strutturali europei della programmazione avviati nel 2014.

ATTIVITÀ - facendo seguito alle esperienze di partnership con diversi Centri Commerciali naturali, è proseguita l'attività di sensibilizzazione e di accompagnamento per l'accesso agli incentivi di cui all'art. 36 L.R. n.5/2006

2019

Oltre alla continuazione delle attività che hanno caratterizzato l'impegno dell'Ente in ordine alla condivisione di strategie di promozione del territorio finalizzate al coinvolgimento del maggiore numero possibile di attori istituzionali, la Camera di Commercio si propone di incentivare azioni e la promozione a sostegno:

- delle imprese del distretto del marmo;
- delle imprese rientranti nel settore della nautica site nella circoscrizione camerale;
- delle imprese del comparto artigiano e in particolare quelle dell'artigianato artistico e tradizionale;

BENEFICI ATTESI:

- ✓ Incremento competitività del sistema economico locale

STAKEHOLDER

- Imprese
- Professionisti
- Associazioni di categoria
- Enti locali
- Centri Commerciali naturali

c. "Diffusione della cultura di integrazione"

2018

PROGRAMMA - Avviare una campagna di sensibilizzazione, informazione e semplificazione dei procedimenti camerali, necessari per l'attivazione di strumenti di aggregazione delle imprese, come già sperimentato con il contratto di rete. Quest'ultimo si pone l'obiettivo di incentivare la competitività del sistema economico locale supportando le aggregazioni tra imprese mediante lo scambio delle loro capacità, conoscenze e risorse finalizzato alla collaborazione produttiva, progettazione, logistica e i relativi servizi connessi.

ATTIVITÀ - Nel corso degli ultimi anni la Camera di Commercio di Nuoro ha stanziato delle risorse economiche destinate al sostegno delle reti d'impresa nell'ambito della Linea Strategica "Supporto alle PMI". Nell'iniziativa sono state coinvolte attivamente le associazioni di categoria e gli operatori economici locali prevedendo che almeno 1/3 delle imprese, che in

BENEFICI ATTESI

- ✓ Incremento della competitività delle imprese
- ✓ Diffusione delle diverse forme di aggregazione di imprese nel territorio

STAKEHOLDER

- Operatori economici locali
- Professionisti
- Associazioni di categoria

<p>qualunque forma partecipano al contratto di rete, devono avere la sede legale e/o operativa nella circoscrizione della suddetta C.C.I.A.A.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>L'Ente proseguirà il suo impegno per il supporto e la promozione dell'aggregazione tra imprese attraverso:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Azioni a sostegno della costituzione di nuove aggregazioni tra imprese nella forma di contratti di rete (per i settori Cultura, Agroalimentare, Turismo e Nautica); 2) Azioni a sostegno di contratti di rete già esistenti; 3) Azioni di sensibilizzazione e informazione sul tema delle aggregazioni di impresa. 	
--	--

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”	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – 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 prescelte. Nella realizzazione di tali iniziative, l'Ente si impegna a coinvolgere attivamente le associazioni di categoria e le amministrazioni pubbliche operanti nel territorio con le quali si dovranno obbligatoriamente confrontare gli imprenditori.</p> <p>ATTIVITÀ – Coerentemente con quanto programmato nel 2017 l'Ente ha proposto il bando De Minimis nel quale sono state stanziare, tra le altre, risorse finanziarie per imprese di nuova costituzione, le cosiddette “start up”.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>Sarà riproposto con forza il supporto alle start up di impresa e start up innovative. Coerentemente con le linee programmatiche elaborate nel piano 2018-2023, anche per il 2019 l'Ente, nell'attuazione di tali interventi, si prefigge di assicurare il massimo coinvolgimento delle associazioni di categoria e degli ordini dei professionisti e di facilitare l'integrazione di tali politiche con quelle delle restanti amministrazioni pubbliche con il fine ultimo di moltiplicare le opportunità offerte dal territorio.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diffusione della cultura d'impresa ✓ Incremento natalità imprese giovanili <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspiranti imprenditori • Imprese di recente costituzione • Start up innovative • Professionisti • Associazioni di categoria • Amministrazioni pubbliche

b. "Formazione"

2018

PROGRAMMA – 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, 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.

ATTIVITÀ – Anche nel corso del 2018 sono stati realizzati numerosi momenti informativi e formativi volti principalmente a compensare il gap conoscitivo in cui operano gli operatori economici. Tra i più importanti si evidenziano:

- in collaborazione con Google e Unioncamere l'Ente ha organizzato diversi *workshop* in occasione del progetto "*Made in Italy eccellenze in digitale*" nei quali sono stati evidenziati le opportunità e i vantaggi derivanti dagli strumenti offerti dal web per PMI cercando di ottenere un importante vantaggio competitivo;

- in collaborazione con la Regione Sardegna, è stato organizzato un workshop "*Enterprise Oriented – strumenti e percorsi per progettare lo sviluppo delle MPMI*" al fine di favorire l'accesso ai finanziamenti rientranti nel programma regionale di sviluppo 2014-2020;

- in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Sardegna, è stato organizzato un incontro sul tema "*Alternanza Scuola – Lavoro*", progetto che mira, attraverso anche la collaborazione delle imprese, a sviluppare le competenze professionali degli studenti fornendo loro l'occasione e l'opportunità di avere un primo contatto con il mercato del lavoro.

Inoltre, in collaborazione con Unioncamere, su richiesta del Ministero dello Sviluppo Economico, per il triennio 2017-2019 è stato elaborato il progetto "Servizi di Orientamento al Lavoro e alle Professioni" che si sostanzia in un complesso di azioni finalizzate a facilitare l'inserimento di giovani studenti in percorsi di alternanza presso le imprese. Presupposto di base è la costituzione, in stretta collaborazione con i Centri per l'Impiego e ANPAL, di un network di tutti i diversi attori della filiera che dalla scuola arriva al lavoro.

BENEFICI ATTESI

- ✓ Aggiornamento del livello formativo
- ✓ Adeguamento delle competenze/conoscenze alle iniziative prospettate.

STAKEHOLDER

- Imprese
- Professionisti
- Associazioni di categoria

2019	
<p>In sinergia con le altre realtà istituzionali, l'attività di formazione/informazione sarà rivolta a soddisfare le variegate esigenze degli operatori economici. Nello specifico:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Bando formazione per le imprese; b) Promozione di iniziative e programmi di diffusione e sensibilizzazione sul tema della salute nei luoghi di lavoro e delle malattie professionali; c) Azioni per la diffusione della cultura di impresa per conoscere il sistema impresa e i benefici che genera; d) Attività di sensibilizzazione nei territori per far conoscere il ruolo delle imprese e favorire l'alternanza scuola – lavoro; e) Prosecuzione progetto “Servizi di Orientamento al Lavoro e alle Professioni” con il raddoppio delle risorse previste dagli incrementi dei diritti camerali; f) Attività informativa/formativa per fare conoscere il piano impresa 4.0 (strumenti, incentivi, azioni e benefici per le imprese); g) Attività di formazione rivolta agli imprenditori sui temi dell'internazionalizzazione. 	

c. “Facilitare l'accesso al credito delle imprese”	
2018	
<p>PROGRAMMA – La Camera offre, 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.</p> <p>ATTIVITÀ – Nell'ambito del progetto del Fondo Perequativo MISE 212 “Servizi integrati a supporto della nuova imprenditorialità” è stato programmato un percorso dell'auto impiego durante il quale particolare attenzione è stata dedicata alle nozioni di controllo di gestione aziendale e alla modalità di accesso al credito e al credito agevolato, con l'intervento di autorevoli consulenti nazionali e di responsabili di noti organismi locali.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Agevolare l'accesso al credito delle imprese ✓ Incrementare la consapevolezza degli imprenditori in merito ai propri diritti e doveri ✓ Migliorare le capacità gestionali delle imprese ✓ Prevenire il diffondersi di fenomeni di usura nel territorio
2019	
<p>Le attività dell'Ente saranno principalmente rivolte a supportare gli operatori economici del territorio all'accesso a forme alternative di finanziamento, in primis, all'accesso al credito e al credito agevolato.</p>	<p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Imprese ● Associazioni di categoria ● Sistema dei Confidi

d. “Accompagnare le imprese alle opportunità di finanziamento”

<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – L’Ente prosegue l’impegno di 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 sono di natura informativa, formativa e di assistenza tecnica.</p> <p>ATTIVITÀ – L’Ente ha cercato di favorire la circolazione delle informazioni sui finanziamenti e opportunità attraverso il supporto del sito istituzionale camerale, l’utilizzo delle newsletter e la partecipazione delle associazioni di categoria. In collaborazione con la Regione Sardegna, l’Ente ha organizzato un workshop “<i>Enterprise Oriented – strumenti e percorsi per progettare lo sviluppo delle MPMI</i>” al fine di favorire l’accesso ai finanziamenti rientranti nel programma regionale di sviluppo 2014-2020.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>In sinergia con le restanti realtà istituzionali, si intende sollecitare una maggiore partecipazione delle PMI ai fondi europei e ai progetti di ricerca. Ci sarà da parte dell’Ente un maggiore impegno per facilitare la ricerca dei bandi di finanziamento e dei partner progettuali attraverso dei servizi di affiancamento e di formazione.</p> <p>Inoltre la sede camerale di via Papandrea continuerà ad ospitare workshop, laboratori, seminari in merito alle opportunità di finanziamento realizzati da partner, enti locali e nazionali con lo scopo di rendere maggiormente conoscibili le opportunità all’imprenditoria locale.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Favorire l’accesso degli operatori locali ai finanziamenti pubblici✓ Acquisizione di risorse provenienti dai bandi regionali ed europei <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none">● Imprenditori e aspiranti imprenditori● Associazioni no profit● Professionisti● Associazioni di categoria● Sistema camerale● Enti locali
--	---

LINEA STRATEGICA N°3

“POTENZIARE L’INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA ECONOMICO”

Coerentemente con la programmazione di tutte le Camere di Commercio isolate, una serie di iniziative volte a supportare l’internazionalizzazione del sistema economico, in particolare del comparto turistico, su scala regionale sono state delegate, anche per il 2019, dalla RAS all’Unione regionale al fine di promuovere in maniera coordinata e sinergica il territorio, ottimizzare le risorse a disposizione e creare sinergie con i variegati progetti in forma congiunta già avviati negli anni precedenti, avendo la consapevolezza che l’internazionalizzazione delle imprese locali non può prescindere da un orizzonte temporale e geografico ampio che valorizzi il prodotto Sardegna a favore di tutte le province e tutti i settori produttivi.

Al tempo stesso appare fondamentale continuare a coinvolgere in tali iniziative la Regione Sardegna, anch’essa impegnata, su vari fronti, a promuovere le eccellenze locali nei mercati internazionali attraverso numerosi servizi e iniziative. Un altro importante punto di riferimento saranno le Camere di Commercio Italiane all’estero e le varie associazioni del sistema camerale.

A livello locale invece l’Ente camerale sarà impegnato a rafforzare il coinvolgimento delle Associazioni di Categoria, degli Ordini e Collegi Professionali e, con l’affiancamento di un

consulente export, a realizzare un processo di animazione del territorio volto a soddisfare le complesse esigenze dei diversi comparti produttivi e dei singoli operatori economici e favorire l'adozione di soluzioni giuridiche/economiche/logistiche coerenti con le peculiarità dimensionali e finanziarie del tessuto economico di competenza.

Le principali attività si concentreranno nel favorire i processi di internazionalizzazione attraverso:

1. Azioni per favorire la **partecipazione a fiere e mostre** in Italia e all'estero;
2. Azioni per favorire l'**innovazione di prodotto e di processo**;
3. Finanziamenti per la **realizzazione** dei Piani aziendali per l'internazionalizzazione – Piani Export;
4. Azioni per la **promozione di reti e filiere** tra imprese;
5. **Sviluppo e valorizzazione** della presenza di imprese provinciali sul mercato nazionale e internazionale;
6. L'attivazione di uno **sportello Europa** per le imprese presso la Camera di Commercio che supporti le imprese nei processi di internazionalizzazione,
7. Azione di sensibilizzazione, formazione e supporto alle piccole e medie imprese per l'accesso ai mercati esteri.

LINEA STRATEGICA N°4

“VALORIZZARE LE PRODUZIONI TIPICHE E LE ECCELLENZE DEL TERRITORIO”

Ogni prodotto tipico è il portato di una storia, di un patrimonio socio-culturale e ambientale. Nel 2019 si prevede di intervenire a favore delle produzioni tipiche di qualità in vista delle sue importanti economie e della sua capacità di maggiormente veicolare il territorio nell'immaginario collettivo. Attraverso l'attivazione di concorsi di idee, si intende acquisire proposte per la organizzazione di eventi a sostegno della promozione dei derivati del grano (pane, pasta) nella prospettiva di pervenire alla creazione di marchi di tutela in particolare per il pane carasau, dell'impresa culturale, dell'olio d'oliva, della rivitalizzazione delle aree commerciali dei centri urbani.

a. “Valorizzare le produzioni tipiche nel campo agroalimentare e le risorse locali”	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – l'Ente continua il suo impegno alla diffusione delle principali certificazioni esistenti per l'intero comparto con una campagna integrata di sensibilizzazione dei produttori e dei consumatori.</p> <p>ATTIVITÀ – La Sardegna vanta importanti eccellenze produttive nel comparto agroalimentare grazie alle quali può creare una rete di attrazione avente come volano la risorsa enogastronomica, la quale rappresenta il principale driver nelle motivazioni di viaggio. Anche per il 2018 sono state confermate le ormai consolidate iniziative della C.C.I.A.A. di Nuoro volte a promuovere e supportare l'intero comparto, quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Binu 2018</i>, in collaborazione con le altre Camere di Commercio della Sardegna. Il concorso si propone di: valorizzare, per ogni singola zona di produzione, i vini qualitativamente migliori favorendone la conoscenza e l'apprezzamento; stimolare le categorie interessate al 	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Innovazione del comparto artigianale e agroalimentare ✓ Maggiore visibilità delle produzioni artigiane locali <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Comparto artigiano e agroalimentare ● Aspen ● Sistema camerale ● Associazioni di categoria ● Professionisti

miglioramento del prodotto e di orientare il consumatore nella scelta dei vini predetti. Per l'anno 2018 il concorso si terrà a Nuoro,

- *avviso esplorativo per l'attivazione di rapporti di collaborazione con enti e/o associazioni per la realizzazione di programmi culturali e di animazione territoriale a sostegno delle produzioni vinicole del territorio camerale.*

In collaborazione con Unioncamere regionale, è stato definito il progetto "Destinazione Sardegna" per il triennio 2017-2019 con la finalità di qualificare, integrare e coordinare tutte le componenti che caratterizzano l'offerta turistica della Sardegna: enogastronomia, ricettività, artigianato, prodotti locali e ambiente.

2019

ATTIVITÀ

a) **Valorizzare le imprese e le produzioni tipiche delle zone interne** - Attivare azioni e progetti orientati alla valorizzazione delle produzioni tipiche del territorio con l'obiettivo di generare benefici economici e sociali a favore delle imprese e del territorio.

- Promuovere i prodotti tipici del territorio;
- Attivare strategie di valorizzazione dei prodotti tipici;
- Attivare sinergie tra produzioni tipiche e turismo;
- Promuovere percorsi formativi finalizzati ad incrementare il livello delle professionalità e aggiornare le competenze tecnico professionali degli operatori di settore;
- Realizzare un'iniziativa di promozione e valorizzazione dei prodotti del comparto lattiero-caseario (con particolare riferimento al formaggio ovino), in collaborazione con gli Enti strumentali della Regione e possibilmente con il coinvolgimento dell'intero sistema camerale della Sardegna;
- Promuovere la cultura dei marchi tipici e di qualità (IGP e DOP).

b) **Valorizzazione dei settori di eccellenza della Sardegna Centrale** - Attivare azioni di promozione per i **settori di eccellenza** della Sardegna centrale. **C'è ampio spazio per possibili sinergie per aumentare la capacità innovativa e competitiva sia delle imprese che del territorio.** Tali sinergie rivestono un ruolo chiave nell'incentivare processi di innovazione, stimolare la creazione di valore aggiunto e valorizzare le risorse e le eccellenze produttive locali.

c) **Prosecuzione progetto "Destinazione Sardegna"**

b. “Valorizzare le produzioni tipiche nel campo artigianale”

2018

PROGRAMMA – la capacità degli artigiani locali di coniugare tradizioni economiche, innovazione e qualità percepita rappresenta un reale valore che la Camera intende preservare e valorizzare per il futuro.

ATTIVITÀ – la Camera di Commercio e l’Aspen, nell’ambito di numerosi progetti, hanno promosso le produzioni locali sia a livello nazionale che nei mercati esteri attraverso la partecipazione a fiere e mostre. Nel corso del 2018 il laboratorio Make in Nuoro è ufficialmente operativo. Esso offre le seguenti tipologie di servizi:

- a) Consulenza e progettazione ah hoc;
- b) Formazione: workshop divulgativi (scuole, imprese e filiere) gratuiti; workshop a pagamento; formazione sulle macchine a pagamento anche in partnership con i produttori; progetti finanziati per formare progettisti e tecnici specializzati.
- c) Service lavorazioni;

2019

Si continuerà a favorire la partecipazione dei produttori locali alle principali fiere nazionali e internazionali e saranno studiati percorsi formativi al fine di tutelare e preservare l’ingente patrimonio artistico/ produttivo detenuto dagli artigiani locali.

BENEFICI ATTESI

- ✓ Innovazione del comparto artigianale
- ✓ Maggiore visibilità delle produzioni artigiane locali

STAKEHOLDER

- Comparto artigiano
- Aspen
- Sistema camerale
- Associazioni di categoria
- Professionisti

c. “Promozione e sviluppo di marchi collettivi”

2018

PROGRAMMA – Nel 2018 la Camera ha avviato la programmazione di iniziative per la promozione e lo sviluppo di marchi collettivi per specifiche categorie di prodotto e aree geografiche.

2019

Azioni per la creazione di marchi d’area a sostegno delle imprese.

Azioni per la progettazione di percorsi di sviluppo locale finalizzati alla valorizzazione e alla promozione delle tipicità produttive, ambientali e culturali di un territorio. Il marchio d’area rappresenta un efficace strumento di marketing territoriale che consente la gestione strutturata di una serie di attrattori caratteristici e tipici di una determinata area (risorse ambientali e produzioni tipiche agroalimentari).

BENEFICI ATTESI

- ✓ Tutela del produttore e del consumatore

STAKEHOLDER

- Operatori economici locali
- Associazioni di categoria

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

<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – La Camera rafforza la campagna integrata di contrasto alle prassi distorsive di alterazione e di frode in un’ottica di tutela dell’immagine del sistema produttivo locale/territorio, del consumatore finale e del clima di mutua fiducia.</p> <p>ATTIVITÀ – Il settore vitivinicolo sta conoscendo un periodo di forte ascesa economica e di visibilità anche grazie ad importanti iniziative di promozione e di sostegno. Anche per il 2018 l’Ente ha continuato a svolgere una serie di attività sia di verifica documentale (su tutte le aziende coinvolte nella filiera) sia di controlli ispettivi (a campione) con le frequenze previste dal Piano di Controllo e dalla normativa nazionale e comunitaria vigente in materia. Tale servizio ha permesso il rispetto dei disciplinari e la salvaguardia di uno standard qualitativo elevato. Inoltre l’Ente si è candidato quale Autorità Pubblica di Controllo del liquore di mirto.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>I prodotti di eccellenza sardi veicolano l’immagine della Sardegna e delle imprese locali presso il consumatore finale a prescindere dalla specifica provenienza del prodotto. Pertanto in questa prospettiva appare fondamentale porre in essere un’unica strategia di controllo che venga condivisa a livello regionale sempre nel rispetto dei dettami della normativa europea e delle reciproche competenze e autonomie.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Tutela dell’immagine del sistema produttivo locale✓ Incremento competitività del settore vitivinicolo <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none">● Operatori economici locali● Enti locali● Pubbliche amministrazioni● Associazioni di categoria
--	---

e. "Creazione di distretti produttivi"

<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – Al pari degli anni precedenti, l’Ente, in collaborazione con le associazioni di categoria, si fa carico di promuovere presso gli Enti locali preposti la creazione di nuovi distretti produttivi facendo leva sugli stessi punti di forza che in altre regioni hanno agevolato esperienze più significative di aggregazione distrettuale delle imprese.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>In collaborazione con le Associazioni di categoria, l’Ente camerale proseguirà il dialogo con i principali referenti del mondo imprenditoriale e istituzionale al fine di promuovere la creazione di nuovi distretti produttivi e la valorizzazione di quelli già esistenti al fine di favorire quelle condizioni che in altre regioni più evolute della nostra hanno consentito esperienze più significative di aggregazione distrettuale delle imprese e inciso positivamente sullo sviluppo economico e sociale del territorio.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Incremento competitività del sistema economico locale <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none">● Operatori economici locali● Enti locali● Pubbliche amministrazioni● Associazioni di categoria
---	--

LINEA STRATEGICA N°5

“UNA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE MODERNA, TRASPARENTE, EFFICACE ED EFFICIENTE”

Negli ultimi anni la Camera di Commercio di Nuoro è stata coinvolta in un processo di rinnovamento organizzativo volto a migliorare la qualità e l'accesso ai servizi offerti. Il percorso di riforma delle Camere di Commercio ha introdotto un blocco al turn over fino al 31.12.2019 anche in presenza dei collocamenti a riposo di personale intervenuti medio tempore. Tuttavia l'amministrazione intende proseguire con le risorse disponibili 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 a 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”

2018

PROGRAMMA – Ancorché gravata dai tagli ai proventi istituzionali e dalle norme in materia di razionalizzazione della spesa, la Camera di Commercio ha continuato con costanza nel perseguimento del miglioramento continuo della performance e del 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. 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 coinvolgono trasversalmente tutto il personale. Ulteriori interventi sono stati studiati e personalizzati alle esigenze specifiche dell'amministrazione in relazione allo sviluppo delle diverse aree programmatiche.

ATTIVITÀ – La gestione delle risorse economiche e umane delle pubbliche amministrazioni sono stati negli ultimi anni il principale oggetto di intervento del legislatore. A fronte di un ridimensionamento costante delle assunzioni programmate e dei margini di discrezionalità per l'attivazione di nuove forme contrattuali, si è assistito alla proliferazione di adempimenti e aggiornamenti. Ciò nonostante, la Camera di Commercio di Nuoro, attraverso una struttura organizzativa snella e flessibile, è riuscita a coniugare in buon livello di salute/benessere organizzativo con un'elevata performance organizzativa il cui valore può essere ulteriormente apprezzato se confrontato con altre realtà camerali.

BENEFICI ATTESI

- ✓ Miglioramento della performance organizzativa e individuale
- ✓ Adeguamento delle competenze camerali ai nuovi ambiti di intervento prospettati
- ✓ Aggiornamento professionale alle recenti normative e procedure burocratiche
- ✓ Snellimento delle procedure camerali
- ✓ Incremento della competitività dell’Ente a favore della competitività del territorio

STAKEHOLDER

- Risorse umane
- Utenti camerali

2019	
L'adeguata competenza del capitale umano in dotazione e in tutti i processi camerali e l'importante know-how nel acquisito nel corso tempo è garanzia del buon funzionamento della struttura organizzativa. Per questo, l'Ente, al fine di garantire performance qualitative e quantitative coerenti con le esigenze del territorio e con i trend del passato, intende investire ulteriormente sul proprio capitale umano e sulle singole carriere professionali attraverso percorsi mirati di formazione, tutoraggio e accompagnamento.	

b. "Comunicare l'azione della Camera di Commercio in maniera efficace"	
2018	
<p>PROGRAMMA – La Camera di Commercio di Nuoro prosegue nell'impegno per potenziare ulteriormente, con il coinvolgimento di tutti gli uffici, i flussi comunicativi, interni e esterni, 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 sono adattati alle esigenze conoscitive dei diversi utenti in risposta ai dettati normativi sempre più stringenti e al sentimento sempre più diffuso di trasparenza e controllo sociale.</p> <p>ATTIVITÀ – Nel corso del 2018 è stata ulteriormente incrementata la presenza sui media della Camera di Commercio. I siti web camerali, i social network, le newsletter e i comunicati stampa hanno costantemente dato valore aggiunto alle iniziative camerali ponendo le basi per un costruttivo dialogo con i principali stakeholder di riferimento.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Consolidamento dell'immagine positiva dell'Ente ✓ Migliorare l'accessibilità ai servizi camerali ✓ Maggiore trasparenza <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane • Utenti camerali • Imprese • Professionisti • Associazioni di categoria • Ordini professionali • Sindacati • Consumatori
2019	
Con la strategia di comunicazione unitaria, avviata nel 2014, si cercherà di capitalizzare le sinergie tra i diversi canali di comunicazione attivati con il fine di potenziare la circolazione delle informazioni, di migliorare la visibilità dell'Ente e di evidenziare maggiormente gli interventi e le iniziative camerali.	

c. "Ascolto attivo del territorio"	
2018	
<p>PROGRAMMA – L'Ente ha una particolare attenzione per le diverse forme di ascolto dei propri interlocutori, attraverso l'Ufficio Relazioni con il pubblico e con particolare riguardo alla presenza camerale nelle aree decentrate, con un maggiore coinvolgimento delle associazioni di categoria e con il pieno utilizzo della sede di Tortoli, anche nell'ottica di individuare quelle esigenze</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Migliorare la capacità di risposta dell'Ente alle varieguate esigenze dei propri stakeholder ✓ Consolidare la presenza dell'Ente camerale su tutto il territorio di competenza

<p>inespresse o non facilmente riconoscibili e supportare i processi decisionali delle imprese, degli enti pubblici locali e dello stesso Ente camerale.</p> <p>ATTIVITÀ – L'amministrazione camerale ha da sempre cercato di intrattenere un rapporto privilegiato con tutto il territorio attivando numerosi canali di comunicazione. Istituzioni locali, provinciali e regionali, sindacati e associazioni di categoria e dei professionisti sono stati attivamente coinvolti al fine di condividere finalità e strategie. Con il metodo della procedura aperta alla partecipazione sono state programmate le principali iniziative promozionali, predisposti i documenti di prevenzione della corruzione ed è stato avviato un importante momento di riflessione in merito alla più recente riforma della P.A. e al suo impatto sul sistema socio-economico locale.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>L'Ente proseguirà a sviluppare ulteriormente il modus operandi intrapreso con l'ausilio dei nuovi presidi virtuali (social network, sito Cuore della Sardegna ecc.) e delle più moderne tecnologie a disposizione. L'ascolto attivo e il dialogo continuo con il territorio riducono le distanze tra l'Ente camerale e l'utente, incidono positivamente sull'efficacia delle azioni poste in essere e pongono le basi per una fruttuosa concertazione anche al fine di conseguire una migliore allocazione delle limitate risorse a disposizione del territorio.</p>	<p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspen • Risorse umane e utenti camerali • Imprese • Professionisti • Associazioni di categoria • Ordini professionali • Sindacati • Consumatori
---	--

d. "Semplificare le procedure burocratiche e facilitare l'accesso ai servizi camerali"	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – L'Ente continua 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 agli utenti e di limitare i passaggi di carte tra gli uffici camerali, i consulenti e gli imprenditori. Tale impegno troverà 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 sono costantemente monitorati affinché sia garantito uno standard qualitativo e quantitativo coerente con le aspettative generate e condivise con il territorio.</p> <p>ATTIVITÀ – L'arricchimento contenutistico del sito web istituzionale ha consentito una maggiore circolazione delle informazioni relative ai procedimenti amministrativi e ai referenti camerali, molte procedure sono state automatizzate e numerose istanze sono compilabili on-</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Migliorare la qualità dei servizi erogati ✓ Favorire l'accesso ai servizi camerali ✓ Elevata soddisfazione degli utenti camerali <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane • Utenti • Imprese • Professionisti • Associazioni di categoria • Ordini e Collegi Professionali • Sindacati

<p>line o comunque trasmissibili via PEC. Tutto ciò ha permesso una apprezzabile riduzione delle attività di fron-office, e nel contempo una conseguente compressione dei tempi di istruttoria a vantaggio della soddisfazione dell'utente finale. Con la realizzazione del sito Cuore della Sardegna, l'utente ha la possibilità di poter usufruire di due distinti, seppur integrati, canali di accesso ai servizi strettamente amministrativi (www.nu.camcom.it) e a quelli di carattere squisitamente promozionale (www.cuoredellasardegna.it).</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>L'Ente proseguirà a sperimentare soluzioni organizzative, informative e digitali volte a favorire ulteriormente la fruibilità dei servizi camerali e la riduzione dei tempi di istruttoria avendo sempre a cuore la soddisfazione dell'utente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consumatori
---	---

e. "Offrire alle imprese servizi di tipo consulenziale, ad alto valore aggiunto"	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – In linea con tutti gli interventi camerali e le variegata esigenze consulenziali espresse dalle Associazioni di categoria, dagli operatori economici, dagli aspiranti imprenditori e dalle organizzazioni no profit, l'Ente eroga nuovi servizi e li arricchisce con funzioni consulenziali.</p> <p>ATTIVITÀ – Nell'ambito dei progetti a valere sul Fondo Perequativo istituito dall'Unione Nazionale e con l'utilizzo di risorse proprie, l'Ente ha sperimentato l'integrazione di percorsi formativi – informativi con l'erogazione di servizi di consulenza – affiancamento alternando momenti di approfondimento teorico a scambi di informazioni – soluzioni e presentazioni di casi concreti. Anche per il 2018 è stato confermato, per i giovani del territorio, il servizio gratuito dedicato esclusivamente a quanti vogliono aprire una nuova impresa. Il servizio offerto prevede attività di orientamento, formazione, assistenza, accompagnamento e supporto indirizzati a rispondere ai diversi bisogni delle start up e post start up. Con tale servizio si cerca da un lato di rispondere al negativo andamento dell'occupazione, soprattutto giovanile, e dall'altro lato di valorizzare e promuovere le opportunità occupazionali derivanti dal lavoro indipendente.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>Coerentemente con quanto previsto per il 2018 e con le restanti aree strategiche, si continuerà ad alimentare il processo di miglioramento e diversificazione dei servizi camerali a fronte delle esigenze sempre più variegata degli utenti e del continuo dinamismo del sistema</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Migliorare la qualità dei servizi erogati ✓ Favorire l'accesso ai servizi camerali ✓ Elevata soddisfazione degli utenti camerali <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane • Utenti • Imprese • Professionisti • Associazioni di categoria • Ordini e Collegi Professionali • Sindacati • Consumatori

<p>economico sociale. Con l’apporto di nuove competenze, con l’ausilio offerto dalle nuove tecnologie e con la partnership con le Associazioni di Categoria e degli Ordini e Collegi Professionali l’Ente valorizzerà i propri servizi cercando di renderli più tempestivi e capillari e ne erogherà di nuovi inerenti attività di consulenza per le imprese. Anche per il 2019 proseguirà l’impegno per l’orientamento al lavoro e all’impresa a beneficio soprattutto delle fasce più giovani dell’utenza.</p>	
--	--

f. “Aumentare le potenzialità del sito web camerale”	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – Nella strategia camerale il sito istituzionale e la newsletter assumono un ruolo fondamentale con l’introduzione di una nuova veste grafica e opzioni che ne rendono la fruibilità più agevolata. I loro contenuti sono ulteriormente arricchiti dal Programma Triennale per la Trasparenza e l’Integrità e sulla base delle istanze conoscitive manifestate dagli stakeholder. Parallelamente, al fine di non appesantire il sito istituzionale e comunque accrescere il numero di utenti raggiunti, sono stati 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.</p> <p>ATTIVITÀ – Con il supporto informatico di Infocamere e la predisposizione di alcuni automatismi, i contenuti del sito web istituzionale e della sezione “Amministrazione Trasparente” sono stati gradualmente arricchiti e adeguati alle disposizioni normative. Infatti un allegato del Piano Triennale della Trasparenza e l’Integrità per il triennio 2018-2020 è costituito dal prospetto “Stato di attuazione – Amministrazione Trasparente” nel quale sono state riportate tutta le voci della suddetta sezione e i relativi stati di aggiornamento in modo tale che l’Ente risponda efficacemente alle disposizioni normative in termini di pubblicazione di documenti, dati e informazioni. Congiuntamente nel sito Cuore della Sardegna sono evidenziate le principali iniziative promozionali dell’Ente che attraverso applicazioni più evolute permettono una partecipazione più attiva, dinamica e creativa da parte degli utenti.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>I margini di miglioramento dei siti camerali sono ancora notevoli sia in termini qualitativi che contenutistici e si rinnoverà l’impegno dell’Ente per migliorarne la fruibilità in un’ottica di maggiore trasparenza e partecipazione degli utenti.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Maggiore Trasparenza <p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane • Utenti camerali • Imprese • Professionisti • Associazioni di categoria • Ordini e Collegi Professionali • Sindacati • Consumatori

g. "Controllo di gestione"

<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – Protagonista di una politica di contenimento delle spese di funzionamento, spesso anticipando e "superando" i diversi orientamenti normativi, la Camera riconferma questa filosofia di razionale pianificazione della struttura organizzativa e del funzionamento dell'Ente con il coinvolgimento dell'Aspen.</p> <p>ATTIVITÀ – Prosegue il processo di omogeneizzazione dei rapporti tra l'azienda speciale Aspen e la Camera attraverso l'integrazione delle attività tra i due soggetti. Nello specifico sono state trasferite alla struttura camerale le attività di supporto che consentono il funzionamento dell'azienda speciale, permettendo a quest'ultima di focalizzarsi sulle attività promozione, internazionalizzazione e rapporti con le imprese. Dal 2014 sono entrati a regime il modello integrato del Sistema di Valutazione della Performance – Trasparenza – Anticorruzione con la conseguente intensificazione delle attività di controllo di gestione.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>Proseguirà anche per il 2019 la filosofia di una gestione più oculata, razionale e integrata tra l'Aspen e la Camera di Commercio con il fine di ottimizzare le limitate risorse a disposizione che subiranno un ulteriore calo rispetto all'anno precedente. Tale processo di gestione vedrà una partecipazione attiva e un pieno coinvolgimento di tutto il personale camerale.</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Miglioramento performance organizzativa✓ Incremento efficacia e efficienza✓ Innalzamento degli standard qualitativi dei servizi offerti <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none">• Imprese• Risorse umane• Aspen• Utenti camerali• Organizzazioni no profit• Amministrazioni pubbliche locali• Ordini e Collegi Professionali• Professionisti
---	---

h. "Valorizzare il patrimonio camerale"

<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – L'Ente, sinergicamente con le iniziative del Distretto Culturale e nell'ambito del progetto Cuore della Sardegna, valorizza la biblioteca e la pinacoteca camerale il cui patrimonio è disponibile al pubblico e al privato e può essere integrato con altre manifestazioni organizzate da altri soggetti pubblici e privati (circuiti, manifestazioni ecc.).</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>Con la collaborazione del Distretto culturale si valuteranno le ipotesi di valorizzazione del patrimonio camerale in sinergia con i restanti attrattori culturali presenti nel territorio al fine di ottimizzare le risorse locali. L'assegnazione delle risorse al Distretto culturale da parte della RAS nell'ambito del Piano di rilancio del</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Valorizzazione del patrimonio culturale e sua integrazione con il patrimonio culturale locale <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none">• Imprese• Utenti camerali• Organizzazioni no profit• Amministrazioni pubbliche locali
---	---

Nuorese, ove si concretizzi nel 2019, consentirà tra l'altro di finanziare interventi di recupero dello stabile camerale ubicato in Viale del Lavoro a Nuoro, del quale è previsto l'uso per la realizzazione delle attività di piano.	
--	--

i. "Il sistema della mediazione in rete regionale"	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – L'Ente insiste sulla diffusione della mediazione e della mediazione on line, non tralasciando di lavorare affinché con il coordinamento Unioncamere regionale realizzi una partnership con i restanti Enti camerali e Organismi di mediazione presenti in Sardegna con la partecipazione attiva delle Associazioni di categoria e degli Ordini professionali, in particolare modo quello degli Avvocati al fine di creare un'unica rete regionale di mediatori professionali..</p> <p>ATTIVITÀ – Nel corso del 2018 le mediazioni/conciliazioni avviate sono state in linea con quanto avvenuto negli anni precedenti.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>L'obiettivo dell'Ente è quello di estendere, con il coordinamento dell'Unioncamere regionale, la partnership già avviata con la Camera di Commercio di Oristano ai restanti enti camerali e Organismi di mediazione presenti in Sardegna prevedendo la partecipazione attiva delle associazioni di categoria e degli ordini professionali, in particolare modo quello degli Avvocati</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento della tutela e della trasparenza del mercato ✓ Incremento della competitività del territorio <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risorse umane • Sistema camerale • Professionisti/imprese • Associazioni di Categoria • Associazione dei Consumatori • Professionisti

LINEA STRATEGICA N°6

"MARKETING TURISTICO TERRITORIALE"

Una delle caratteristiche peculiari della Sardegna e ancor di più della circoscrizione territoriale della Camera di Commercio di Nuoro è la **varietà delle risorse naturali, culturali e produttive** mai pienamente valorizzate e integrate. Con le iniziative di marketing turistico e territoriale avviate nel 2014 e che troveranno prosecuzione negli anni avvenire, si intende favorire la creazione dell'immaginario collettivo di un unico tratto distintivo del territorio in termini di qualità e genuinità e rendere più attraente l'offerta locale in termini turistici ed economici.

α. "Marketing territoriale e turistico"	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – La Camera in collaborazione con l'Aspen cura e aggiorna costantemente una campagna promozionale del territorio integrando i vari canali comunicativi e strumenti promozionali: stampa, internet, fiere, vetrine etc. Si creano sinergie con altri partner locali e regionali con l'attuazione di iniziative comuni in un orizzonte prevalentemente nazionale ed estero. Si adottano le più innovative tecniche di marketing territoriale, si rinforza la presenza virtuale della Camera</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento del flusso turistico stagionalizzato <p>STAKEHOLDER</p>

<p>su internet e si ripropongono, rivisitate, le esperienze positive maturate negli ultimi anni e si sperimentano delle nuove dedicando particolare attenzione al comparto agroalimentare (Binu, B'week etc.). Il risultato 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 nuovi investitori.</p> <p>ATTIVITÀ – Gli interventi di marketing territoriale programmati della Camera di Commercio e della propria azienda speciale si sono articolati in variegate iniziative che hanno saputo coniugare la visibilità del territorio, del sistema turistico e delle produzioni tipiche, tramite strumenti di comunicazione di ultima generazione e una continua promozione in ambito locale, nazionale ed estero. Durante l'anno è stata sostenuta la partecipazione a numerose fiere, mostre e azioni di incoming. Nella realizzazione di tali eventi gli operatori economici locali coinvolti sono stati supportati logisticamente con servizi sempre più evoluti tesi a massimizzare i risultati perseguiti e il livello complessivo di soddisfazione.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>Con la collaborazione dell'Aspen e del tessuto economico locale, anche per il 2019 si riproporranno iniziative promozionali tese a favorire la partecipazione delle imprese locali alle più importanti manifestazioni fieristiche.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aspen • Operatori economici e sociali • Amministrazioni locali • Associazioni di categoria
---	---

b. "Autunno in Barbagia" e "Primavera nel Cuore della Sardegna"	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – La C.C.I.A.A. e l'Aspen realizzano "Autunno in Barbagia" e "Primavera nel Cuore della Sardegna" e itinerari paralleli con il coinvolgimento di nuovi comuni. Conservando l'idea di fondo, la formula viene 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 e 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 etc. Si propone nello specifico di mettere al centro dell'evento una singola produzione d'eccellenza caratteristica del territorio puntando sulle sinergie della filiera e focalizzando anche gli aspetti che ne caratterizzano le fasi produttive. La promozione di tali eventi si estrinseca in una diffusione non soltanto locale e</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento del flusso turistico destagionalizzato <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspen • Operatori economici e sociali • Amministrazioni locali • Associazioni di categoria

<p>regionale, ma anche nazionale ed estera attraverso il sito web www.cuoredellasardegna.it e pubblicazioni si riviste specializzate e su quelle di bordo.</p> <p>ATTIVITÀ – Le manifestazioni “Autunno in Barbagia” e “Primavere nel Cuore della Sardegna” sono diventati indiscussi protagonisti dell’offerta turistica locale. L’adesione degli operatori economici, la partecipazione attiva delle Istituzioni locali e la notorietà riscossa dal brand garantiscono ogni anno presenze importanti contribuendo alla destagionalizzazione turistica e alla sponsorizzazione di territori altrimenti esclusi dalle mete dei vacanzieri.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>Le attività promozionali dell’Ente non possono prescindere dalle iniziative prima menzionate che si intende ulteriormente ampliare e sviluppare. Grazie al conforto dei positivi risultati ottenuti sulle presenze dei visitatori stranieri nell’Isola, sarà intensificata la divulgazione degli itinerari dei circuiti di marketing territoriale su scala nazionale e internazionale, facendo leva sulle partnership con i vettori aerei capaci di intercettare maggiormente tali target.</p>	
---	--

c. “Cuore della Sardegna”	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – 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, sono avviate le seguenti attività:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. 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 attori culturali; b. Analisi strutturata dell’offerta in un’ottica di segmentazione di prodotto/servizio turistico; c. Strutturazione del DMS – Destination Management System – territoriale che, in linea con il DMS previsto dalla Regione Sardegna, andrà a strutturare i prodotti “Cuore della Sardegna” on line integrato con l’utilizzo dei social media e del sito internet ad esso dedicato www.cuoredellasardegna.it d. Formazione degli operatori coinvolti in un’ottica di promozione e vendita e l’utilizzo del web 2.0. <p>ATTIVITÀ – Il progetto “Cuore della Sardegna” ha conosciuto un notevole sviluppo a partire dal 2014. Il sito</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento della competitività del sistema economico e sociale locale ✓ Incremento della visibilità dell’offerta economica e culturale del territorio ✓ Creazione e sviluppo dell’indotto del sistema cultura <p>STEKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Associazioni Distretto Culturale del nuorese; ● Operatori economici e sociali locali ● Amministrazioni locali ● Aspen

<p>web dedicato, frutto di un'intensa analisi di mercato, ha veicolato con continuità le principali iniziative promozionali della Camera di Commercio. Con un linguaggio semplice e diretto, un'interfaccia grafica accattivante, applicazioni web integrate e l'adozione di originali espedienti (foto, contest, giochi a premi, etc.) è stata stimolata la partecipazione creativa di un pubblico variegato resosi esso stesso protagonista della promozione del territorio.</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>Le applicazioni saranno ulteriormente sviluppate al fine di rendere ancora più accessibile e visibile il territorio attraverso servizi innovativi e integrati.</p>	
---	--

d. "Distretto culturale nuorese"	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – La Camera continua ad offrire pieno sostegno all'Associazione Distretto Culturale del Nuorese", della quale fa parte come socio fondatore. Nel corso del 2018, e in sintonia con quanto disposto dallo studio di fattibilità presentato nel 2015, si è data attuazione al progetto triennale denominato "Implementazione del Distretto Culturale del Nuorese" co-finanziato dalla Fondazione di Sardegna, che prevede tre fasi:</p> <p>a. Elaborazione condivisa di offerta integrata e piano dei servizi;</p> <p>b. Formazione per la Cultura del Distretto;</p> <p>c. Azioni di sistema nelle filiere culturali: "Fare museo", "Fare cinema", "Fare letteratura".</p> <p>ATTIVITÀ – Piano di comunicazione del Distretto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - brochure, segnalibri e adesivi promozionali; - workshop di progettazione partecipata rivolto agli organi dell'Associazione Distretto culturale del nuorese. <p>Richiesta alla Fondazione di Sardegna di un contributo straordinario rispetto all'annualità ordinariamente a disposizione del Distretto per la realizzazione del Progetto in oggetto.</p> <p>L'importo complessivo del Progetto, articolato su due linee di intervento (Percorso del Distretto Culturale del Nuorese e Applicazioni per la fruizione degli attrattori del Distretto), ammonta complessivamente ad € 458.400,00. La richiesta diretta alla Fondazione di Sardegna è volta all'ottenimento del contributo straordinario della Fondazione di Sardegna e/o dei fondi del Piano di Rilancio del Nuorese in misura pari almeno al 50% della spesa complessiva preventivata, in modo tale che la</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Valorizzazione del patrimonio culturale locale ✓ Incremento flusso turistico culturale ✓ Sostegno alle imprese culturali ✓ Consolidamento di un'identità culturale condivisa <p>STEKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Associazioni no profit ● Amministrazioni pubbliche ● Operatori economici ● Associazioni di Categoria

<p>misura massima del cofinanziamento camerale non sia superiore alla somma di € 229.200,00 (pari al 50% del budget cofinanziato).</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>In linea con i soddisfacenti risultati ottenuti nel 2018, i programmi per il 2019 prevedono la realizzazione del progetto “Percorsi del Distretto Culturale del Nuorese” da finanziarsi al 50% con risorse assegnate dalla Fondazione di Sardegna e per il 50% con risorse proprie di bilancio. Questo intervento punta ad rafforzare l’elemento di unitarietà anche attraverso la proposizione fisica dei collegamenti all’interno della città di Nuoro e nei territori circostanti, con l’obiettivo di dare una struttura fisica precisa al Distretto Culturale del Nuorese, sfruttando modelli già diffusi in giro per il mondo, come quello degli <i>urban walks</i> (sentieri urbani) o delle reti di mobilità lenta nei territori marginali.</p> <p>E’ prevista anche la creazione di un’App del Distretto Culturale del Nuorese che realizzi la possibilità di visitare i luoghi del Distretto muovendosi con una tecnologia che faciliti la navigazione outdoor e indoor.</p> <p>Si porterà inoltre a compimento la terza annualità del contributo assegnato dalla Fondazione di Sardegna sulle seguenti azioni:</p> <p>d. Elaborazione condivisa di offerta integrata e piano dei servizi;</p> <p>e. Formazione per la Cultura del Distretto;</p> <p>f. Azioni di sistema nelle filiere culturali: “Fare museo”, “Fare cinema”, “Fare letteratura”.</p>	
--	--

e. “Il turismo come fattore di traino dell’economia locale”	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA – In coordinamento con le altre Camere di Commercio I.A.A. della Sardegna, la C.C.I.A.A. di Nuoro si impegna nel sostegno alla promozione del sistema turistico regionale sottoscrivendo un protocollo di intesa con la Regione Sardegna, Assessorato al Turismo, Artigianato e Commercio, in qualità di capofila al fine di realizzare un significativo numero di fiere ed eventi nei paesi europei, finalizzati sia ad attivare l’incontro della offerta turistica sarda con gli operatori europei, sia ad alimentare un rinnovato interesse verso la destinazione Sardegna.</p> <p>ATTIVITÀ – Anche per l’anno 2018 la Camera di Commercio di Nuoro ha stanziato importanti risorse per:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>l’organizzazione di iniziative promozionali</i> che promuovano il territorio, la cultura e le imprese della circoscrizione della C.C.I.A.A. di Nuoro; 	<p>BENEFICI ATTESI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento flusso turistico nel territorio ✓ Incremento visibilità del territorio ✓ Miglioramento dei trasporti <p>STEKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Amministrazioni pubbliche locali ● Sistema camerale ● Operatori economici ● Associazioni di categoria ● Associazioni no profit

<p>- la partecipazione a fiere e mostre in Italia e all'estero che abbiano una particolare rilevanza o la cui partecipazioni comporti prioritariamente la promozione delle realtà imprenditoriali (es. incontri finalizzati ad acquisire rapporti commerciali).</p> <p style="text-align: center;">2019</p> <p>Creare sinergie tra il settore agroalimentare, turismo, cultura e ambiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Promuovere azioni di integrazione tra gli operatori dei settori agroalimentare e delle produzioni tipiche con gli operatori del settore turistico; 2) Incentivare azioni di condivisione tra le imprese di produzione locale e quelle del settore turistico; 	
--	--

**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 Camera di Commercio di Nuoro 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.

<p>a. "Promuovere la cultura dell'innovazione: imprenditorialità, fabbricazione digitale e contaminazione territoriale"</p>	
<p style="text-align: center;">2018</p> <p>PROGRAMMA - 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 vengono 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), identificati e selezionati i migliori talenti imprenditoriali, sostenuti nel percorso di trasformazione dall'idea all'impresa e 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</p>	<p>BENEFICI ATTESI</p> <p>✓ Innovazione del sistema economico locale.</p> <p>STAKEHOLDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imprenditori e aspiranti tali, • Scuole secondarie locali, • Studenti, • Associazioni di categoria; • Professionisti.

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 consente innesti reciproci di queste culture e competenze generando nuova occupazione e crescita sostenibile. Il programma ruota su due azioni: da una parte l'attivazione di uno spazio fisico per favorire i processi di innovazione, 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 il consolidamento 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 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, includendo in essa anche la pesca, artigianato, turismo, manifattura, cultura, ambiente, cooperazione, servizi. Per questo la C.C.I.A.A. 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 devono poi essere aggiornate in modo dinamico in base alle evoluzioni dei mercati, della tecnologia e soprattutto alla luce della risposta e reazione del territorio e dei suoi protagonisti.

ATTIVITA' – Nel corso del 2016 è stato inaugurato il FabLab per la Sardegna centrale rientrante nel progetto "Make in Nuoro" il quale era stato avviato nel corso del 2014. Nel corso del 2018 il laboratorio ha continuato la sua attività di servizio offrendo all'utenza di riferimento:

- consulenza e progettazione ad hoc;
- formazione: workshop divulgativi (scuole, imprese e filiere) gratuiti; workshop a pagamento; formazione sulle macchine anche in partnership con i produttori; progetti finanziati per formare progettisti e tecnici specializzati;
- service lavorazioni;
- affitto macchine;
- progetti finanziati (Regione, GAL e Commissione Europea).

Inoltre il progetto “Punto Impresa Digitale” per il triennio 2017-2019 ha avuto l’avvio della sua fase operativa con la costituzione del gruppo di lavoro che ha come obiettivo principale quello di supportare costantemente e adeguatamente le aziende sui temi del digitale per aiutarle nel salto tecnologico oggi indispensabile per competere sui mercati.

2019

La Camera di Commercio proseguirà con il sostegno alla gestione di Make in Nuoro, con lo scopo di garantire all’intero tessuto economico locale un qualificato programma di alta formazione, servizi innovativi volti principalmente ad incidere positivamente sulla competitività e sull’innovazione tecnologica delle imprese locali.

Si proseguirà la realizzazione del progetto “Punto Impresa Digitale” attraverso servizi di formazione, informazione e assistenza tecnica in collaborazione con altri soggetti attivi rientranti nel Piano impresa 4.0.

Inoltre saranno sviluppati le seguenti linee di azione:

- attivazione di un incubatore certificato avente i requisiti previsti nell’art. 5 del Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 21 febbraio 2013 (c.d. “Decreto Incubatori);
- prestazione servizi di coworking presso il Fab Lab “Make in Nuoro”;
- RIPROPOSIZIONE di un bando per il rilascio di voucher a favore delle imprese per l’accesso alle attività operative e di formazione presso il Fab Lab “Make in Nuoro”.

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

La Camera di Commercio di Nuoro ha affidato alla propria azienda speciale A.S.P.E.N. il compito di promuovere le condizioni e il sostegno dei processi di promozione, penetrazione e di integrazione nei mercati. L'Azienda avrà cura di favorire tutte le forme possibili di interscambio e cooperazione, commerciale e di servizi. Nello specifico si proseguirà nel valorizzare il know how acquisito e il capitale umano generato dall'azienda. Tale scelta trae origine nella constatazione che tra le funzioni delle Camere di Commercio, oltre a quelle strettamente più 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 aziende in forma singola o associata, 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 precedenti paragrafi, anche per il 2019, le linee d'azione dell'Aspen, da dettagliare adeguatamente negli indirizzi generali, nelle linee d'azione e negli obiettivi stabili dal Consiglio e dalla Giunta ai sensi dell'art. 32 dello statuto camerale in vigore, saranno:

- ✓ Informazione economica a supporto del processo decisionale degli operatori locali, ivi compreso lo stesso Ente camerale;
- ✓ Promozione territoriale (Autunno in Barbagia, Primavera nel Cuore della Sardegna);
- ✓ Progetti speciali (partecipazione ai vari bandi compatibili col proprio operato);
- ✓ Interventi a sostegno della commercializzazione e internazionalizzazione delle PMI prevalentemente con l'adesione alle principali manifestazioni espositive nazionali ed internazionali e alla promozione di filiere di internazionalizzazione.