


Chambers Promoting Intelligent Energy for SMEs

Acronimo Progetto	CHANGE
Estratto del Progetto	<p>Obiettivo generale del Progetto è quello di aiutare le PMI ad ottimizzare l'utilizzo dell'energia grazie alla creazione di una rete europea di esperti di Energia Intelligente presso le CCIAA.</p> <p>I due obiettivi specifici sono:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Creazione delle competenze ed impiego degli esperti presso le Camere 2) Iniziare/potenziare un'effettiva assistenza alle PMI per ottimizzare il loro utilizzo dell'energia
Aree geografiche interessate	Italia, Austria, Belgio, Bulgaria, Croazia, Francia, Ungheria, Germania, Malta, Polonia, Spagna, Svezia
Settori	Energia
Ente Coordinatore Progetto	Eurochambres
Partner Progetto	WKO, FCCIB, BCCI, HGK, DIHK Service Gmbh, Consejo de Camaras, CCIMP, Unioncamere, MCoE, KIG, HKMS
Ente Finanziatore	Commissione Europea
Programma o Convenzione per il finanziamento	Intelligent Energy Europe
Importo del Progetto (Budget CCIAA di Oristano)	€ 35.209,09
Durata del Progetto	2 anni (2008-2009)
Sito web progetto	In costruzione
Attività Previste dalla CCIAA di Oristano	<ul style="list-style-type: none"> - Attività seminariale di sensibilizzazione (è previsto un primo seminario introduttivo seguito da una serie di seminari di comparto) - Attività di sportello - Attività di audit - Diffusione informazioni tramite Newsletter, Conferenze stampa
Logo Progetto	

L'energia è divenuta una questione politica centrale europea, che presenta forti legami con la strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione. L'energia condiziona una parte crescente dell'economia europea. Per raccogliere le sfide del cambiamento climatico, della sicurezza di approvvigionamento e della competitività, a cui deve far fronte la politica energetica, l'UE deve trasformarsi in un'economia altamente efficiente, che utilizza energia a basse emissioni di carbonio. A tal fine bisogna adottare un approccio globale e riflettere, a livello dell'Unione, sulla gestione della domanda energetica europea, sull'aspetto della sicurezza degli approvvigionamenti da fonti diversificate, sull'accesso alle reti, sul fatto di esprimersi con una sola voce. La creazione e l'assorbimento di innovazioni, che renderanno possibile questa trasformazione, richiedono talune condizioni e misure specifiche a livello comunitario, nazionale, regionale e locale.

Sulla scia di tali riflessioni nasce l'azione europea "Energia Intelligente Europa" (Programmazione 2007-2013) a favore dell'efficienza energetica e delle fonti energetiche "pulite".

L'uso razionale dell'energia può essere definito come quella "operazione tecnologica con la quale si intende conseguire l'obiettivo di realizzare gli stessi prodotti o servizi (in quantità e qualità) con un minor consumo di energia primaria ed eventualmente con un maggior impegno di risorse di altro tipo (capitale, lavoro, materiali)".

Sotto il profilo dell'impatto ambientale è inoltre importante sottolineare che il risparmio energetico è uno strumento fondamentale per il contenimento delle emissioni di CO₂ e il conseguente rispetto delle prescrizioni previste, anche per alcune aziende, dal protocollo di Kyoto.

I settori su cui si può operare in campo aziendale sono:

- Il recupero e il risparmio
- La razionalizzazione degli usi finali
- La diversificazione energetica
- Le nuove tecnologie

Una strategia orientata su queste quattro direttrici avrebbe effetti positivi non solo in campo ambientale, ma anche a livello economico e competitivo: riducendo i costi e mantenendo costante il livello di produzione.

CHANGE, nato da un'idea di Eurochambres, si inserisce all'interno dell'azione globale europea "Energia Intelligente Europa" e intende proporsi come progetto capace di programmare interventi tesi al raggiungimento (e in prospettiva al superamento) degli obiettivi UE avvalendosi dell'efficace azione delle Camere di Commercio europee chiamate a indirizzare e supportare

attivamente tutte quelle PMI che, a vari livelli, intendono sviluppare azioni e programmi tesi al risparmio energetico e/o all'impiego di fonti energetiche rinnovabili.

Change è lo strumento attraverso il quale 12 Paesi interverranno concretamente per la promozione e diffusione delle energie rinnovabili, del risparmio e dell'efficienza energetica sui territori interessati. Un progetto integrato e articolato che coinvolgerà, in futuro, un numero crescente di Camere di Commercio, in virtù della loro vicinanza alle PMI e al loro tradizionale ruolo/ponte atto a colmare il GAP esistente tra attori del mercato, PMI e istituzioni pubbliche/semi-pubbliche.

L'uso razionale dell'energia deve diventare uno dei temi più cari al sistema camerale che a tal fine costituirà un Network di CCIAA locali, un vero e proprio punto di contatto che offra uno sguardo approfondito d'insieme delle varie offerte e servizi alle imprese in tema energetico.

Competitività Territoriale e di sistema nel settore agroalimentare

Titolo del Progetto	Competitività Territoriale e di sistema nel settore agroalimentare
Estratto del Progetto	<p>Obiettivo generico del progetto è quello di sostenere il rafforzamento delle competenze degli operatori agricoli ed agroalimentari e l'acquisizione di conoscenze in tema di qualità, sicurezza alimentare e tracciabilità.</p> <p>Obiettivi specifici sono:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Diffusione di un sistema di rintracciabilità che recepisca le direttive comunitarie 2) Conformità alla normativa cogente e volontaria in materia di sicurezza alimentare /messa in dei punti critici 3) Incrementazione dell'export su Paesi extra-UE 4) Creazione di 4 marchi collettivi geografici
Area geografica interessata	Provincia di Oristano
Settori	Agroalimentare
Ente Coordinatore Progetto	Unioncamere Nazionale
Ente Finanziatore	Unioncamere – Fondo Perequativo 2005
Durata del Progetto	1 anno
Soggetti coinvolti	Camera di Commercio di OR – Imprese – Associazioni di Categoria

Le produzioni tipiche del settore agroalimentare della provincia di Oristano, oltre ad essere una risorsa fondamentale per l'identità e lo sviluppo del territorio, costituiscono un patrimonio da valorizzare e proteggere dalla concorrenza sleale.

Il legame che un prodotto detiene con il territorio, inteso come luogo della memoria, rappresenta un fattore di primaria importanza capace di conferire valore aggiunto alle produzioni tipiche locali.

In tale ottica, la Camera di Commercio di Oristano ha avviato una serie di attività volte a promuovere la valorizzazione e la crescita delle imprese del settore agroalimentare della

Provincia offrendo assistenza ai produttori impegnati a sviluppare la propria presenza sul mercato nazionale ed estero. E' stata realizzata una serie di interventi di formazione e informazione per favorire la diffusione di sistemi di rintracciabilità di filiera e di sistemi di gestione della sicurezza alimentare. In particolare, oltre alle tradizionali attività di sensibilizzazione sui temi della sicurezza alimentare sono stati offerti dei check-up aziendali gratuiti ad adesione volontaria volti ad individuare il grado di conformità alla normativa cogente (Reg. 852 e 853/2004) e volontaria (ISO 22000:2005) e a mettere in luce eventuali criticità.

Relativamente alle attività future, è in programma per il prossimo 18 novembre un seminario sul sistema certificativo orientato all'export, che si pone quale anello di congiunzione tra la vocazione nostrana e le opportunità offerte dai mercati esteri. Lo schema certificativo si basa sulla verifica del possesso dei requisiti di esportazione in uso nel Paese estero di interesse, al fine di valutare l'idoneità dell'operatore a commercializzare su tale mercato. L'idea è quella di creare, in un secondo momento, uno strumento di coesione commerciale per promuovere l'offerta aggregata dei prodotti, a beneficio dei produttori che sono risultati essere conformi allo schema.

Relativamente alla tutela delle filiere dell'agroalimentare nei prossimi mesi si intende procedere con una azione specifica di tutela di alcuni prodotti con la proposta di un marchio collettivo geografico avente la funzione di garantire la provenienza e la qualità di quei prodotti tradizionali che rischiano di scomparire perdendo le proprie caratteristiche peculiari. Sono in particolare previste le seguenti attività:

- Scelta di n° 4 prodotti
- Predisposizione del disciplinare di produzione
- Predisposizione del regolamento d'uso per l'ottenimento e il rilascio del marchio, comprensivo del regime sanzionatorio e della modulistica
- Assistenza ai richiedenti fino alla registrazione del marchio collettivo

Tutte queste attività saranno realizzate con il supporto di DINTEC, società del sistema camerale per l'innovazione tecnologica.

Cantieri Aperti

Titolo del Progetto	Cantieri Aperti
Estratto del Progetto	Obiettivo generico è quello di supportare le piccole imprese, individuando un ventaglio di nuovi prodotti / servizi informatici mirati su esigenze di base di categorie di imprese numerose ma scarsamente servite dal mercato
Aree geografiche interessate	Italia
Settori	Servizi Informatici
Ente Coordinatore Progetto	Infocamere
Soggetti coinvolti	<ul style="list-style-type: none">- Camere di Commercio / Associazioni di categoria- Giovani imprenditori di piccole imprese
Ente Finanziatore	Camere di Commercio

“Cantieri Aperti” è l’iniziativa nata per rendere disponibili dei servizi tecnologici offerti dalle Camere di Commercio alle piccole imprese, per gestire meglio il loro “core business”.

La camera di Commercio di Oristano intende proporre l’iniziativa, facendosi carico dei costi, con l’obiettivo di supportare le piccole imprese, individuando un ventaglio di nuovi prodotti/servizi informatici mirati su esigenze di base di categorie di imprese numerose ma scarsamente servite dal mercato.

E’ difficile che esistano servizi di interesse generale, validi per tutte le imprese, e quindi si sono individuate le esigenze specifiche di tipologie sufficientemente numerose di imprese, in modo da rendere disponibili servizi con finalità diverse ma con caratteristiche di erogazione e fruizione comuni.

I servizi sono pensati per il target dei **nuovi giovani imprenditori**; partendo dalle imprese con meno di 10 dipendenti, si ritiene che siano di maggior interesse per quelle che hanno il titolare o almeno un socio sotto i 45 anni e che utilizzano Internet, presumibilmente in banda larga; per dare un ordine di grandezza approssimativo, circa un milione di ditte individuali e 270.000 società di persone.

Questa tipologia di imprese ha indubbiamente bisogno di servizi informatici che ne migliorino competitività e redditività, ma non ha la struttura e non è in grado di investire tempo e denaro per adattare alle proprie esigenze gli strumenti standard disponibili sul mercato, mediamente sovradimensionati rispetto alle proprie esigenze.

Di contro, per i player dell'informatica questo è un mercato marginale, e quindi si limitano ad offrire prodotti e servizi ultra standardizzati, complessi e non finalizzati alle esigenze specifiche. La consulenza e l'assistenza tecnica per le microimprese rimane affidata quasi esclusivamente ai dettaglianti di hardware e software, microimprese a loro volta, o all'assistenza telefonica prestata dai provider per quanto riguarda la connessione alla rete.

La CCIAA ha il compito di far conoscere e distribuire i servizi alle imprese del proprio territorio, anche con l'organizzazione di presentazioni a gruppi mirati di imprese potenzialmente interessate, e con altre iniziative che via via verranno sviluppate.

I servizi sono offerti dalla Camera di Commercio ma nulla esclude, anzi è visto con favore, il coinvolgimento delle associazioni di categoria che potranno esserne promotrici presso i loro iscritti, con l'obiettivo di raggiungere con più efficacia le imprese.

I servizi vengono forniti gratuitamente dalle Camere di Commercio alle imprese, per far crescere una fascia di imprese utenti che non possono aggravarsi di costi ulteriori e per far superare la diffidenza diffusa verso i servizi dei quali "a priori" non si avverte la necessità.

I servizi già disponibili sono:



Il servizio Backup Automatico ha l'obiettivo di proteggere dati, informazioni, elaborati utilizzati dalle imprese nei loro processi produttivi o di servizio, proponendosi come soluzione tecnologica per le microimprese. Offerto attraverso la rete, il servizio serve ad aumentare la sicurezza del business e quindi l'affidabilità delle imprese anche nei confronti dei finanziatori (rispettando gli standard di Basilea 2). Il servizio di Backup Automatico è finalizzato a salvare, in un'area sicura, i file o le cartelle che l'impresa ritiene importanti e che desidera proteggere contro eventi negativi legati alla sicurezza (guasti hardware, virus informatici, furti, incendi, eventi naturali).

Le componenti fondamentali del servizio sono:

- **Automatismo di salvataggio periodico:** il processo di backup viene schedulato automaticamente, in base alla frequenza stabilita dall'utente, senza necessitare di interventi manuali.
- **Trasferimento on-line:** i dati salvati vengono trasferiti via internet, tramite la normale connessione ADSL dell'impresa. E' opportuno, per ragioni di costo derivanti dalla mole di dati trasferita in upload, che la linea ADSL sia di tipo flat (costo a canone e non a consumo).

- **Sito sicuro dove custodire la copia dei dati:** i dati salvati vengono custoditi in un sito sicuro, protetto dagli eventi negativi che possono interessare il personal computer dell'impresa e l'area circostante. Si tratta di uno spazio disco remoto, gestito da InfoCamere.



gestirete

Per gestire i tuoi clienti

La Gestione Personalizzata della Relazione con il Cliente è un servizio per la gestione dei rapporti con la propria clientela che permette di monitorare nel tempo l'andamento del proprio business attraverso i “comportamenti” dei clienti (acquisti, richieste di preventivi, adesione a campagne promozionali, ecc.).

Le funzionalità disponibili vanno dalla gestione delle anagrafiche clienti, all'organizzazione di Campagne promozionali mirate, dal monitoraggio delle opportunità di business, alla possibilità di estrarre report periodici su fatturato, prodotti, clienti, ecc.

Le informazioni inserite possono essere caricate e consultate da più postazioni di lavoro contemporaneamente e salvate sul proprio PC o su un server remoto.

HOME PAGE

La home page rappresenta la “scrivania” dalla quale accedere alle principali funzionalità del servizio. In primo piano sono riportate sia le opportunità di business non ancora concluse che le scadenze da ricordare (compleanni dei clienti, campagne da iniziare o in fase di chiusura, ecc.).

La navigazione all'interno del servizio avviene attraverso due menù principali:

uno grigio per spostarsi da una sezione all'altra: clienti, prodotti, campagne, opportunità, fatture e report

l'altro azzurro caratterizzato da grandi pulsanti che segnala le funzioni disponibili per la sezione nella quale ci si trova.

CLIENTI

La sezione “Clienti” permette di inserire le informazioni sulla propria clientela e di visualizzarne l'elenco.

Cliccando su ogni nominativo si apre la scheda cliente con tutti i dettagli (la scheda può essere stampata per far compilare direttamente ai propri clienti le informazioni. Al fine di garantire la

gestione delle informazioni nel totale rispetto della legge sulla Privacy, il servizio mette a disposizione una “Informativa” da far firmare al momento della raccolta dei dati)

PRODOTTI

La sezione “Prodotti” permette di inserire le informazioni sui prodotti offerti e visualizzarne l’elenco.

Cliccando su ogni prodotto si apre la scheda con tutti i dettagli e con l’elenco dei clienti che lo hanno acquistato.

CAMPAGNE

La sezione “Campagne” permette di creare nuove campagne promozionali e visualizzare l’elenco anche di quelle già realizzate.

Cliccando su ogni campagna si apre la scheda con tutti i dettagli.

OPPORTUNITA’

La sezione “Opportunità” permette di inserire nuove opportunità di business (accordi, vendite, pianificazione attività con i clienti) e visualizzarne l’elenco.

Cliccando su ogni voce si apre la scheda con tutti i dettagli.

REPORT

Dalla sezione “Report” è possibile creare dei report personalizzati sull’andamento della propria attività economica in termini di: fatturato, tipologia di prodotti venduti, opportunità di business, clienti acquisiti, ecc.

Le analisi prodotte possono essere visualizzate in diagrammi e grafici o essere esportate direttamente sul proprio computer.

La rappresentazione grafica dei report creati avviene tramite diagrammi a torta , grafici lineari o a barre

Cosa deve fare l’Impresa : E’ richiesta una registrazione, che è la stessa richiesta nel portale www.registroimprese.it. e l’accettazione di un contratto che regola nei termini di legge la responsabilità delle parti (Camera di commercio, InfoCamere, impresa iscritta).

Per utilizzare questi servizi l'impresa dovrà disporre di un collegamento ADSL a tariffa forfettaria e un livello di competenza e familiarità con gli strumenti di base non superiore a quello necessario per accendere un PC, collegarsi a Internet e utilizzare un browser.

Per qualche servizio sarà necessario scaricare dei software da installare sul proprio PC (uno o più), e in questo caso l'aggiornamento del software avverrà automaticamente o nelle semplici modalità di uso comune. Si da per scontato che le piccole imprese di solito non dispongono di collegamenti permanenti, che presuppongono server e reti locali, ma di norma si collegano in ADSL secondo le necessità o quando possibile. Di conseguenza i servizi che non implicano la consultazione di dati remoti potranno funzionare anche in modalità stand alone, salvo poi sincronizzarsi automaticamente non appena il collegamento sia disponibile.

Borsa Merci Telematica Italiana

Sviluppo della B.M.T.I.: nuove competenze camerali a supporto della commercializzazione dei prodotti agroalimentari e della trasparenza dei prezzi e dei mercati

Acronimo Progetto	B.M.T.I.
Estratto del Progetto	Obiettivo generale è quello di assicurare condizioni di trasparenza dei prezzi delle derrate agricole e dei prodotti agroalimentari e garantire efficienza e razionalità ai relativi mercati Obiettivo specifico: abilitazione degli operatori locali e attivazione di mercati su prodotti di interesse regionale, quali il carciofo, l'olio d'oliva e il pecorino
Aree geografiche interessate	Tutta la Sardegna
Settori	Agroalimentare
Ente Coordinatore Progetto	Unioncamere Sardegna
Partner Progetto	CCIAA Oristano, CCIAA Sassari, CCIAA Nuoro, CCIAA Cagliari
Ente Finanziatore	Unioncamere – CCIAA Sardegna
Programma o Convenzione per il finanziamento	Convenzione tra Unioncamere Sardegna e la Società camerale Borsa Merci Telematica Italiana
Durata del Progetto	1 anno
Sito web progetto	www.bmti.it

Borsa Merci telematica Italiana S.c.p.a. è la società del sistema camerale che, in base al D.M. 174 del 6 aprile 2006, gestisce ufficialmente la piattaforma nazionale per la contrattazione telematica e regolamentata dei prodotti agricoli, agroalimentari ed ittici.

Attraverso una piattaforma telematica di negoziazione, BMTI consente lo scambio quotidiano e continuo delle merci e delle derrate agricole da postazioni remote. Le contrattazioni telematiche avvengono sotto il controllo della Deputazione Nazionale, organismo di vigilanza e di indirizzo generale. BMTI collega in modo sicuro gli operatori attraverso un sistema telematico ad asta continua aperto 24 ore su 24. Un altro obiettivo primario è quello di determinare, in tempo reale, i prezzi medi e oggettivi dei prodotti scambiati.

Conseguentemente al decreto del Ministro delle Politiche Agricole del 6 aprile 2006 n°174, oltre alla ufficializzazione della Borsa Merci Telematica e all'insediamento della Deputazione Nazionale, è stata sancita la nascita dei Soggetti Abilitati all'Intermediazione (S.A.I.), che avranno

il compito di raccogliere e gestire gli ordini all'interno della Borsa. Questa nuova categoria professionale ha l'accesso esclusivo alle contrattazioni dal 28 maggio 2008.

Attualmente alla Borsa Merci possono accedere gli operatori accreditati appartenenti alle categorie degli agenti d'affari in mediazione e rappresentanti di commercio, società di capitali aventi ad oggetto attività di intermediazione telematica, imprese di investimento, intermediari finanziari e banche autorizzate ai servizi di investimento, operatori della pesca e organizzazioni di produttori agricoli, società cooperative e consorzi, commercianti, trasformatori, utilizzatori, compresa la grande distribuzione, organismi associativi detentori della merce.

Mercati Telematici attivi: Frumento tenero, frumento duro, granoturco secco, cereali minori, sottoprodotti della macinazione, semi di soia, semi di girasole, farine di frumento tenero, sfarinati di frumento duro, farine vegetali di estrazione, risone, suini vivi, tagli di carne suina, carni avicole congelate, carni cunicole, uova, latte spot, parmigiano reggiano, grana padano, uva da vino, vino da tavola, vino IGT, vino DOC e DOCG, olio di oliva, olio di oliva DOP, agrumi, nocciola, patate, carote, pomodoro, concimi minerali, mitili e molluschi bivalvi.

Mercati telematici di prossima attivazione: fragola, fiori e piante, asiago DOP, prosciutti DOP, prosciutti, ciliegia di vignola, carni bovine, salumi. Per la Regione Sardegna il carciofo, l'olio d'oliva e il pecorino.

Universitas Mercatorum

Titolo Progetto	Universitas Mercatorum
Estratto del progetto	L'Università Telematica non Statale creata dal Sistema delle Camere di Commercio ha come obiettivo generale quello di formare, attraverso le tecnologie della comunicazione e dell'informazione, persone già occupate che vogliano conseguire un titolo accademico; Obiettivi specifici di questa fase sono: - Organizzazione di un evento informativo - Attribuzione di n° 40 Borse di Studio
Aree geografiche interessate	Italia, Austria, Belgio, Bulgaria, Croazia, Francia, Ungheria, Germania, Malta, Polonia, Spagna, Svezia
Settori	Energia
Ente Coordinatore Progetto	Universitas Mercatorum – Università Telematica delle Camere di Commercio italiane
Partner Progetto	Unioncamere, Dintec, Ifoa, Istituto Guglielmo Tagliacarte, Unione Regionale delle CCIAA della Calabria e 18 Camere di Commercio
Sito web progetto	www.unimercatorum.it

Universitas Mercatorum è una Università Telematica non Statale creata dal sistema delle Camere di Commercio con l'obiettivo di formare persone già occupate che vogliano conseguire un titolo accademico.

L'Universitas Mercatorum quest'anno ha attivato, a livello nazionale, un'azione di promozione delle iscrizioni all'Ateneo, per le immatricolazioni al nuovo anno accademico 2008/2009. L'Ateneo si rivolge, in particolare, ai lavoratori appartenenti al mondo delle imprese, della P.A. e del Sistema Camerale.

La Camera di Commercio, coadiuvata dalle Associazioni di categoria, potrebbe organizzare una conferenza stampa o un evento di presentazione dell'iniziativa.

Per la frequenza dei corsi sono a disposizione n° **40 borse di studio** di € 1.000, a copertura parziale della quota di iscrizione, messe a disposizione dalla Società Consortile Universitas Mercatorum grazie al sostegno finanziario di Unioncamere:

Destinatari borse di studio: titolari o dipendenti di imprese associate ad una delle Associazioni di categoria convenzionate;

Criteri di Assegnazione: Le borse di studio saranno assegnate sulla base dell'ordine di arrivo delle domande ai primi 40 richiedenti che siano in possesso dei requisiti.

Modalità di partecipazione: Per accedere all'assegnazione della borsa il candidato dovrà immatricolarsi a uno dei corsi di Laurea erogati dall'Università Telematica "Universitas Mercatorum" pagando contestualmente la 1° rata di iscrizione, inviare congiuntamente ai documenti relativi all'immatricolazione, la domanda per partecipare all'assegnazione delle borse di studio, vistata dall'Associazione di Categoria o documento comprovante l'affiliazione all'Associazione stessa. La documentazione suddetta dovrà essere inoltrata entro il 1° dicembre 2008, a mezzo a/r, in plico chiuso a Università Telematica "Universitas Mercatorum" - Sede Operativa centrale, Via appia Pignatelli, 62 – 00178 Roma.

Offerta formativa:

- Corso di Laurea in management delle risorse umane
- Corso di Laurea in gestione d'impresa

Marchio Collettivo di Qualità dei Prodotti Artigianali Tradizionali della Sardegna

Titolo Progetto	Marchio Collettivo di qualità dei prodotti artigianali tradizionali della Sardegna
Estratto del Progetto	Obiettivo specifico è quello di realizzare un marchio collettivo per il riconoscimento, la valorizzazione e la certificazione dei prodotti artigianali tradizionali della Regione Sardegna
Aree geografiche interessate	Tutta la Sardegna
Settori	Prodotti artigianali tradizionali
Ente Coordinatore Progetto	Centro Servizi per le Imprese di Cagliari, azienda Speciale della CCIAA di Cagliari
Ente Finanziatore	RAS
Durata del Progetto	1 anno
Partners Progetto	CCIAA di Oristano, Cagliari, Nuoro, Sassari

Il Centro Servizi Promozionali per le Imprese, azienda speciale della Camera di Commercio di Cagliari è stato incaricato da parte dell'Assessorato Turismo, Commercio e Artigianato della Regione Autonoma della Sardegna della realizzazione di un sistema per la valorizzazione dei prodotti tradizionali dell'artigianato sardo.

L'incarico prevede la realizzazione di una serie di azioni, avviate nel settembre 2007, di cui alcune già concluse e molte ancora in fase di attuazione, che si dovrebbero concludere entro dicembre 2009.

OBIETTIVI

1. Realizzare uno schema per il riconoscimento, la valorizzazione e la certificazione dei seguenti prodotti artigianali tradizionali della Regione Sardegna:

- la filigrana sarda
- i tessuti tradizionali
- la ceramica
- il legno
- il ferro battuto
- i prodotti lapidei
- i coltelli
- la cestineria.

Il progetto si propone di creare un disciplinare di produzione per ciascun prodotto, valorizzandone le caratteristiche e la tipicità e determinandone i parametri produttivi, in particolar modo con riferimento alle TECNICHE DI PRODUZIONE TRADIZIONALI, al fine di creare un sistema di certificazione condiviso.

Tale attività è effettuata in stretta collaborazione con gli operatori del settore che sono attivamente coinvolti nelle varie fasi del progetto.

L'analisi di esperienze simili a livello nazionale ed europeo e della legislazione in materia, sarà di riferimento per la creazione dell'intero sistema e del marchio finale.

2. Creare un sistema di verifiche e controlli al fine di concedere in uso il marchio di qualità esclusivamente ai produttori che siano conformi ai requisiti definiti della documentazione relativa (disciplinari di produzione e regolamento d'uso del marchio).

3. Gestire il sistema di controlli nel primo anno di operatività del marchio di qualità.

Lo schema proposto è stato già reso operativo in altre realtà regionali che hanno creato schemi di valorizzazione di prodotti tradizionali, con caratteristiche simili, quali ad esempio la Regione Abruzzo.