



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

POR SARDEGNA 2000-2006

PROGETTAZIONE INTEGRATA

ALLEGATO 3.4

INDUSTRIA, ARTIGIANATO E SERVIZI

Artigianato Tipico e Tradizionale

Elementi per la Predisposizione dei Progetti Integrati di Sviluppo Regionale

APRILE 2006



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA

1.	PARTE GENERALE	3
2.1.	Quadro di riferimento	3
2.2.	Obiettivo generale ed obiettivi specifici	6
2.3.	Territorio di riferimento	6
2.4.	Strategia	7
2.5.	Risultati Attesi	7
2.6.	Azioni prioritarie.....	8
1.6.1.	Azioni Pubbliche.....	8
1.6.2.	Investimenti Aziendali	8
1.6.3.	Servizi alle Imprese	9
1.6.4.	Ricerca innovazione e trasferimento tecnologico	9
1.6.5.	Formazione Iniziale e Continua	9
2.	AMBITI PRIORITARI.....	11
2.1.	Provincia di Cagliari	11
2.1.1.	Quadro di Riferimento	11
2.1.2.	Azioni prioritarie.....	12
2.2.	Provincia di Carbonia Iglesias	15
2.2.1.	Quadro di riferimento	15
2.2.2.	Azioni prioritarie.....	16
2.3.	Provincia del Medio Campidano.....	17
2.3.1.	Quadro di riferimento	17
2.3.2.	Azioni prioritarie.....	17
2.3.3.	Ricerca, Innovazione e Trasferimento tecnologico.....	18
2.3.4.	Formazione Iniziale e Continua	19
2.4.	Provincia di Nuoro	19
2.4.1.	Quadro di riferimento	19
2.4.2.	Azioni prioritarie.....	20
2.5.	Provincia di Olbia Tempio	21
2.5.1.	Quadro di riferimento	21

2.5.2.	Azioni prioritarie.....	21
2.6.	Provincia dell'Ogliastra.....	24
2.6.1.	Quadro di riferimento	24
2.6.2.	Azioni prioritarie.....	24
2.7.	Provincia di Oristano.....	26
2.7.1.	Quadro di riferimento	26
2.7.2.	Azioni prioritarie.....	27
2.8.	Provincia di Sassari.....	30
2.8.1.	Quadro di riferimento	30
2.8.2.	Azioni prioritarie.....	30

1. PARTE GENERALE

2.1. Quadro di riferimento

L'Artigianato è uno degli assi storici e tradizionali dell'economia dell'Isola. L'Impresa Artigiana (nelle sue varianti civilistiche) è infatti la forma più diffusa di organizzazione del lavoro nei settori produttivi e dei servizi sull'Isola.

La lavorazione artigiana ha inoltre un particolare rilievo in quanto alla produzione diretta di ricchezza economica, riscontrabile in tutti i suoi settori, si associa, specie nel caso dell'Artigianato tipico e tradizionale, un valore culturale che produce indirettamente ricchezza sia economica (associata al turismo ed all'ambiente) che sociale.

E' quindi interesse prioritario della Regione Sardegna preservare e contribuire a rendere economicamente validi i "saperi locali" finalizzati a favorire una crescita dell'Artigianato equilibrata e solida, sia in termini quantitativi che in termini qualitativi, ed una sempre maggiore integrazione con gli altri comparti produttivi.

Da questo punto di vista i Rapporti d'Area evidenziano la necessità di rafforzare il sistema imprenditoriale artigiano facendolo uscire dall'attuale frammentazione, e favorendo fenomeni di aggregazione e miglioramento qualitativo.

I settori trainanti dell'Artigianato si confondono già con il campo d'azione della piccola impresa all'interno del quale rappresentano percentuali mediamente superiori al 90%. Ci si riferisce, in particolare, al settore dell'edilizia, a quello dei trasporti, al settore metalmeccanico ed a quello della trasformazione alimentare.

Ognuno di questi settori, deposito di significative competenze, trova un suo spazio all'interno delle linee progettuali territoriali o regionali come parte di una filiera (es. agroalimentare, trasporti) o a servizio di specifici obiettivi.

I presenti elementi per la predisposizione del progetto integrato concentrano, però, l'attenzione sull'Artigianato tipico e tradizionale (spesso definito anche artistico). Tale segmento delle imprese artigiane tocca trasversalmente diversi settori (individuabili per codice statistico) ed in particolare quelli del tessile, del legno, metalmeccanico, della produzione dei gioielli, della produzione di materiali per l'edilizia o dei complementi di arredamento.

Discorso a parte merita, come accennato sopra, l'agroalimentare che, pur avendo forti caratteristiche di tipicità, deve necessariamente essere legato alle filiera lunghe dei prodotti agricoli e trova quindi attuazione con i relativi progetti integrati regionali e territoriali.

L'individuazione e la classificazione delle lavorazioni tipiche, seppur non codificata in maniera definitiva, può essere rilevata specificamente perché essa prevede processi di lavorazione, canoni, forme e colori appartenenti alla tradizione, macchinari anch'essi frutto della tradizione e, soprattutto, in essi si può riscontrare l'assoluta prevalenza del lavoro manuale sul processo organizzativo aziendale, e "dell'intuitus

personae” come elemento distintivo; elemento che avvicina in molti casi la lavorazione a forme di arte minore (da qui l'utilizzo del termine artistico).

E' evidente che questi ultimi caratteri costituiscono la forza e, allo stesso tempo la debolezza dell'artigianato tipico nella sua funzione più prettamente economica.

La distribuzione territoriale evidenzia l'ambito circoscritto in termini numerici dell'artigianato tipico.

Da alcune elaborazioni di fonte associativa (CNA Sarda) risulta infatti che le imprese del settore siano pari a circa 800 unità (1,9% delle unità dell'artigianato nel suo complesso), con una distribuzione che ne colloca la prevalenza nelle Province di Cagliari, Sassari e Nuoro. I settori più diffusi sono quello dell'oreficeria, il tessile e la ceramica.

Le produzioni dell'artigianato tipico, seppure con caratteri e motivi fortemente differenziati, comportano problematiche omogenee, ricorrenti a tal punto che si può giustificare un progetto integrato specifico destinato a questo settore.

Vista inoltre l'uniforme distribuzione in termini di priorità emerse dai rapporti d'area per ogni provincia si affida al progetto regionale il compito di favorire un partenariato che si concentri soprattutto su investimenti e servizi privati collettivi nonché sui servizi pubblici di supporto .

L'Artigianato Tipico in un quadro d'insieme

L'Artigianato in Sardegna, non è nato sulla spinta di esigenze di un mercato ampio , bensì in funzione delle esigenze quotidiane del mondo agropastorale, con produzione di utensili e oggetti per la casa, per l'abbigliamento o per il lavoro in campagna.

Queste necessità sono alla base dell'arte dell'intreccio, della ceramica, della tessitura, della lavorazione dei metalli e del legno, che, proprio in virtù di questa loro caratteristica, diventano oggetti non influenzati da mode e tendenze, ma rimangono sempre attraenti e unici, grazie alle tecniche tramandatesi per secoli. Tappeti, scialli, coperte e tende realizzati a mano su antichi telai di quercia rappresentano tutt'oggi manufatti bellissimi per un mercato, quello delle diversità culturali ed etniche, in grande espansione per la Sardegna. Anche la ceramica con l'arte della terracotta, le raffinate combinazioni cromatiche, le forme ispirate alla civiltà nuragica è una componente ricorrente della vita e della cultura della nostra regione, fino a giungere a livelli di eccellenza nelle produzioni artistiche rinomate in tutta Italia.

Finalità decorativa ha, invece, la lavorazione di oro e del corallo per la produzione di monili e gioielli, carichi di significati, conservati dalle donne e tramandati di generazione in generazione per la loro sacralità e preziosità. L'oreficeria, la lavorazione del corallo, i gioielli in filigrana d'oro e d'argento sono infatti tradizioni mantenute vive dalle numerose botteghe della Sardegna.

Non meno significativa è la produzione di coltelli artistici, fra cui i più rinomati provengono da Pattada, Guspini, Arbus e Santulussurgiu, sono manufatti ricercatissimi per la tecnica di forgiatura delle lame e bellissimi per il vasto lavoro che compone i manici dalle fogge adatte anche ai collezionisti sempre più esigenti.

Altre lavorazioni sono legate a specifiche emergenze territoriali connesse a beni presenti naturalmente sul territorio, o a competenze maturate nel tempo. Si porti ad esempio la lavorazione artistica del sughero in Gallura, la produzione di strumenti musicali a Pattada, la lavorazione della radica in Ogliastra, quella delle maschere in Barbagia o quella dell'ossidiana nella zona del monte Arci. Spesse volte queste emergenze produttive partono da un'hobbistica tradizionale che si trasforma in scommessa imprenditoriale.

La testimonianza di questa cultura artigiana e rurale è diffusamente presente nel territorio attraverso una rete di strumenti espositivi, a volte dei veri e propri musei di storia agropastorale, che costituiscono punto di riferimento e conoscenza anche di ciò che non esiste più in termini di lavorazione quotidiana. Tali realtà (ridefinite Musei dell'Artigianato) sono diffuse nel territorio (pervengono a 27 unità così come censite dalla Confartigianato e dal Touring Club Italiano) e sono generalmente sostenute dagli enti locali (Comuni o Comunità Montane), dai privati (artigiani associati o singoli) o da Istituzioni sociali quali le pro-loco, le confraternite religiose o la stessa Chiesa Cattolica.

Una prima individuazione delle criticità è stata realizzata considerando la commerciabilità del prodotto. Esiste, infatti, anche all'interno dell'artigianato tipico una chiara demarcazione tra le produzioni che possono aspirare ad una collocazione di mercato (più o meno ampia) e quelle che, per le caratteristiche intrinseche della lavorazione (particolarmente gravosa in termini di tempo e costo) o per l'utilizzo poco diffuso del manufatto (si pensi ai cestini o alla lavorazione del bisso), proseguono la loro attività in un contesto assolutamente anti economico.

Per entrambe le tipologie la salvaguardia delle tecniche tradizionali artigianali è il primo tema che deve essere sottoposta ad analisi. Tale salvaguardia costituisce un valore economico e sociale in sé e deve essere garantito ancor più attraverso l'intervento pubblico ove la convenienza economica non ne può sostenere uno sviluppo diretto. Il sostegno deve evidentemente avvenire tramite il supporto alle attività lavorative, al mantenimento di strutture per le produzioni in via d'estinzione, alla formazione di chi già opera, al passaggio delle conoscenze tra generazioni.

Altra criticità è legata alle capacità gestionali di tipo aziendale ed alle funzioni di tipo commerciale. L'elevato costo del lavoro nella formazione del prezzo di ogni prodotto impone, infatti, una particolare attenzione nel determinare una collocazione sul mercato che garantisca un adeguato riconoscimento di valore aggiunto. Le dimensioni eccessivamente ridotte delle imprese viceversa non consentono alle stesse di avere la forza sufficiente nella creazione di una efficace politica commerciale nella definizione dei rapporti con il sistema creditizio e, soprattutto, nella realizzazione degli investimenti in macchinari.

La tipicità dei prodotti offre tuttavia un'opportunità per la valorizzazione attraverso un'adeguata politica di marchio singolo e collettivo al fine di attestare la tipicità delle forme e dei colori, l'origine produttiva ed il rispetto dei processi produttivi locali, per un equivalente riconoscimento economico in valore aggiunto.

Per la soluzione di questo problema, già dal 1984 la Regione Sarda istituì con Legge (L.R. 27 aprile 1984, n. 14) un marchio di qualità gestito all'interno dell'ISOLA da un apposito Comitato. Il marchio (rappresentato dal Cavallino di Eugenio Tavolata) ha fallito nella sua funzione commerciale in quanto orientato più all'affermazione dei canoni estetici che all'accompagnamento al mercato di prodotti territoriali. Partendo da

questa realtà dovranno trovarsi nuove formule di certificazione che garantiscano un risultato adeguato per le imprese.

2.2. Obiettivo generale ed obiettivi specifici

L'obiettivo generale è quello di garantire la conservazione dell'artigianato tipico e tradizionale consentendo lo sviluppo e la diffusione dei suoi prodotti in campo regionale ed extraregionale. Tale diffusione dovrà garantire un aumento significativo della produzione complessiva.

Gli obiettivi specifici, strumentali alla realizzazione dell'obiettivo generale, sono :

- Realizzare momenti di animazione e sensibilizzazione del territorio verso l'innovazione di prodotto e processo e verso nuove strategie commerciali (associate).
- Introdurre innovazione sia nello stile che nel design dei prodotti dell'artigianato.
- Valorizzare i prodotti tipici dell'artigianato sardo attraverso adeguati piani di comunicazione e promozione.
- Codificare e descrivere in un disciplinare il processo di lavorazione dei prodotti tradizionali, al fine di conservare e garantire adeguatamente il passaggio di conoscenze tra generazioni.
- Progettare un' immagine più accattivante e un packaging che sottolinei la funzione regalo degli articoli, promuovendo l'occasione di acquisto da parte del turista.
- Organizzare una rete vendita e distribuzione che consenta la copertura sul mercato regionale e poi nazionale.
- Creazione di marchi d'area che promuovano il territorio sotto tutti gli aspetti e quindi anche dal punto di vista dell'artigianato.
- Sostenere l'emersione dell'artigianato "hobbistico" attraverso azioni di sensibilizzazione e interventi diretti a tal fine.
- Creare sistemi di monitoraggio delle produzioni e sistemi di logistica comune.
- Certificare la qualità delle produzioni.
- Migliorare la qualità e rendere più accessibili le vetrine espositive dell'artigianato tipico e della cultura rurale (Musei dell'artigianato) collegandole ai pacchetti di promozione turistica.

2.3. Territorio di riferimento

L'intero territorio regionale. La Provincia di Cagliari ha ritenuto opportuna la richiesta di un apposito partenariato di progetto territoriale. La provincia di Nuoro ha ritenuto di mantenere una linea di intervento specifica dedicata all'Artigianato nell'ambito dello Sviluppo delle Aree rurali e montane.

2.4. Strategia

Come descritto nel Quadro di riferimento, la mancanza di una efficace politica commerciale aumenta la difficoltà dei prodotti artigianali artistici nel trovare sbocchi fuori dal territorio regionale. Al fine di aumentare la propria capacità di penetrazione dei mercati, più volte, l'artigianato tipico sardo ha provato ad adeguarsi ai nuovi gusti espressi dai consumatori extraisolani, i quali richiedono non solo prodotti etnici ma prodotti che si adattino alle nuove tendenze sia di moda che di confort espresse dal mercato. Questa strada può essere percorsa ancora oggi attraverso esperienze collettive che valorizzino i prodotti sardi quali i gioielli, gli abiti ed i complementi di arredamento con l'accompagnamento di designer, tuttavia appare poco probabile che possano risultare vincenti se snaturano la tipica essenza del prodotto.

La strada idonea sembra più quella di collocare e far apprezzare il prodotto all'interno del suo contesto naturale. Presentazione, utilizzo e vendita del manufatto nel luogo dal quale proviene come pezzo di un'esperienza unica.

Sulla base di queste indicazioni gli elementi chiave intorno a cui focalizzare una politica di intervento settoriale sono le aree della produzione, quella della certificazione, quella commerciale e del marketing.

Appare utile infine ricordare che per lungo tempo l'accompagnamento pubblico su queste funzioni è stato gestito dall'ISOLA, Ente di tutela dell'Artigianato istituito con Legge Regionale n.6/57. L'ISOLA ha svolto un ruolo organizzativo (promuovendo cooperative di produzione), commerciale (con l'apertura di negozi e la vendita per conto terzi), di tutela (gestendo il marchio 4 e sostenendo altre iniziative particolarmente nel campo dello studio e della formazione).

L'esaurimento del ruolo dell'ISOLA e la futura prospettiva dell'Ente Sardegna Promozione non possono prescindere tuttavia da un nuovo impegno collettivo diretto degli artigiani per la promozione ed il miglioramento del proprio prodotto. L'impegno diretto dell'Ente pubblico dovrà invece essere indirizzato alle azioni di contorno, (azioni territoriali), di accompagnamento (supporto al marketing nel contesto turistico e dell'export), e di mantenimento della tradizione (sostegno mestieri in via d'estinzione, formazione e passaggio generazionale).

2.5. Risultati Attesi

- Incremento del fatturato delle imprese artigianali.
- Piani di comunicazione e promozione dei prodotti tipici dell'artigianato sardo.
- Programmi di animazione e sensibilizzazione verso l'innovazione di prodotto e processo e verso nuove strategie commerciali (associate).
- Programmi di animazione imprenditoriale e sensibilizzazione rivolti ai cultori e agli hobbisti.
- Nuova gamma di prodotti dell'artigianato, con forti contenuti di innovazione sia nello stile che nel design;

- Produzioni artigianali codificate e governate da disciplinari di produzione, rispettosi delle lavorazioni tradizionali.
- Codici produttivi e disciplinari diffusi tra le imprese dei giovani artigiani.
- Nuovi packaging dei prodotti artigianali.
- Rete vendita e distribuzione dei prodotti artigianali nel mercato regionale e nazionale.
- Marchi d'area di promozione del territorio e dei prodotti artigianali.
- Nuove imprese artigiane create da cultori e hobbisti.
- Sistemi di logistica a servizio di reti di imprese artigianali.
- Produzioni artigianali certificate.
- Reti delle strutture espositive dell'artigianato tipico e dei cd. e Musei dell'artigianato, delle strutture dedicate alla cultura rurale e loro collegamento con pacchetti di promozione turistica e itinerari tematici.

2.6. Azioni prioritarie

Rispetto a questi obiettivi i fabbisogni oggettivi già individuati ed immediatamente declinabili in azioni specifiche sono i seguenti

1.6.1. Azioni Pubbliche

Informazione , Sensibilizzazione e Animazione

- Realizzazione di attività di animazione per la tutela e salvaguardia delle produzioni e dei mestieri tipici.
- Realizzazione di attività di promozione delle produzioni tipiche e tradizionali nel comparto turistico.
- Realizzazione di attività di promozione delle attività organizzative connesse alla commercializzazione e promozione dei prodotti tipici, sensibilizzando i consorzi di imprese.

Normative, Piani e Programmi

- Realizzazione di marchi regionali di origine e qualità dei prodotti dell'artigianato tipico e in particolare marchi collettivi geografici finalizzati alla tutela e alla commercializzazione.

1.6.2. Investimenti Aziendali

Singole Imprese

- Incentivi per investimenti aziendali finalizzati all'adeguamento di locali e laboratori, in particolare per la localizzazione nei centri storici
- Incentivi per lo start-up di nuove imprese, anche da parte di hobbisti.

Reti e Sistemi di Impresa

- Incentivi per investimenti aziendali finalizzati alla creazione di uno o più sistemi di commercio elettronico del prodotto o di veicolazione e promozione dello stesso tramite internet.

1.6.3. Servizi alle Imprese

Reti e Sistemi di Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla nascita, strutturazione e sviluppo di consorzi per la commercializzazione dei prodotti tipici.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla creazione di un "sistema" artistico sardo attraverso reti di collegamento tra scuole delle belle arti, accademie, conservatori e artisti sardi.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla realizzazione di un sistema unitario di promozione e marketing, attraverso vetrine comuni del prodotto tipico e tradizionale isolano.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla realizzazione di un sistema di monitoraggio delle produzioni, affinché risultino in linea con le esigenze della domanda e quindi dei diversi mercati
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali e assistenza tecnica per la tutela e salvaguardia delle produzioni e dei mestieri tipici.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla realizzazione di un sistema di rilevazione, registrazione e catalogazione per l'identificazione degli artigiani del settore e delle loro attività produttive.

1.6.4. Ricerca innovazione e trasferimento tecnologico

Interventi di interesse generale

- Incentivi per la realizzazioni di progetti di ricerca e trasferimento tecnologico dei risultati della ricerca applicata (materiali, tecniche di lavorazione, confezionamento, etc.) e le produzioni tipiche.
- Incentivi per la prototipazione e la successiva standardizzazione dei processi produttivi (spillover tecnologici e informativi).

1.6.5. Formazione Iniziale e Continua

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale, in azienda e di lunga durata (3-5 anni).
- Incentivi per la realizzazione di percorsi formativi realizzati nei laboratori esistenti quali scuole per l'insegnamento dei mestieri tradizionali in via di estinzione (es: lavorazione del rame, cestineria, tessile, coltelleria).
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale per personale qualificato da inserire all'interno del processo produttivo.

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale per la gestione in forma associata di tutte le fasi non strettamente connesse alla produzione di beni (es. commercializzazione gestione controllo).
- Realizzazione di interventi formativi per favorire il ricambio generazionale all'interno delle imprese.

2. AMBITI PRIORITARI

2.1. Provincia di Cagliari

2.1.1. Quadro di Riferimento

Le produzioni legate a settori tradizionali rivestono nella provincia di Cagliari un'importanza particolare, sia per le tipologie di prodotto offerto, sia per importanti centri di eccellenza legati a questo tipo di produzioni. I principali poli dell'artigianato artistico e tradizionale sono ubicati ad Assemini per la ceramica, nell'area di Cagliari per le produzioni orafe, nel Sarcidano e in particolare ad Isili per le lavorazioni del rame e del legno, a Muravera e Cagliari per le produzioni tessili e a Sinnai per le produzioni di intreccio (cestini).

Ciò che accomuna tutte le tipologie di prodotti è il richiamo più o meno esplicito a produzioni tipiche del territorio, legate all'uso domestico nei diversi periodi storici della nostra Isola: troveremo così manufatti che richiamano all'utilizzo di brocche, tegami, vasi e orci per la conservazione del cibo; così come tappeti, coperte, tende, tovagliati, asciugamani, cuscini, arazzi e bisacce, strisce e coperte, ma anche produzioni legate all'oreficeria, alla lavorazione del rame e del legno, e dei cestini da intreccio.

I materiali impiegati derivano per la maggior parte da fibre naturali e colori ottenuti con piante tintorie. I materiali utilizzati nelle produzioni sono quasi esclusivamente la lana, il cotone, il lino e la seta, con tecniche di lavorazione che richiamano la tessitura liscia o "a stuoia", ottenuta dalla lavorazione su telaio sul quale si ottiene un tessuto uniforme e privo di rilievi, quella a grani la tecnica "a pibiones", quella ad effetto trama e la tecnica "a fiocco o a nodo".

Importanza particolare rivestono anche le produzioni di manufatti in argilla e ceramiche, che da sempre caratterizzano e accompagnano la nostra isola, e in particolare il territorio del cagliaritano che ha continuato, in tutti i periodi storici, a produrre oggetti per uso domestico, come brocche, tegami, vasi e orci per la conservazione del cibo. Il territorio ha conservato la tradizione del passato, affiancando alle finalità pratiche, che ancora oggi rimangono, finalità di tipo decorativo e ornamentale. Gli artigiani della nuova provincia di Cagliari sono in grado di creare oggetti moderni d'arredamento, con tecniche e decorazioni innovative ma allo stesso tempo legate a procedimenti di tipo artigianale, prendendo spunto dai temi regionali come i paesaggi, la civiltà nuragica e la fauna locale. Le decorazioni sono quasi sempre a secco o a stecca, con colorazioni ottenute per la maggior parte dei casi con terre o coloranti naturali o con vapori ottenuti dalla macchia mediterranea dell'Isola.

Gli attori di questo settore sono ditte individuali, ma soprattutto artigiani che dedicano gran parte del loro tempo a questo tipo di produzioni, spesso con l'aiuto di qualche apprendista o di qualche figlio che vuole continuare l'attività del padre. La dimensione aziendale è piccola o piccolissima, l'impresa è quasi sempre il laboratorio nella sede dell'abitazione stessa dell'artigiano.

Il settore in esame, nella provincia, soffre di due ordini di problemi: il primo legato all'incapacità del tessuto produttivo di raggiungere masse critiche di produzione tali da competere nei mercati esteri; il secondo relativo all'incapacità del sistema Sardegna di portare avanti politiche di promozione, di marketing e di

integrazione intersettoriale per questo tipo di produzioni. A questi problemi, ritenuti primari, se ne affiancano altri di carattere aziendale, quali: la dimensione medio piccola delle imprese; la scarsa presenza nel territorio di strumenti e servizi destinati a questo tipo di produzioni; la difficoltà, dovuta anche agli alti costi dell'inserimento in azienda di collaboratori e apprendisti artigiani per supportare il lavoro dell'imprenditore/artigiano.

2.1.2. Azioni prioritarie

2.1.2.1 Azioni Pubbliche

Informazione , Sensibilizzazione e Animazione

- Realizzazione di attività di animazione per la tutela e la salvaguardia delle produzioni e dei mestieri tipici.
- Realizzazione di attività di sensibilizzazione delle imprese connesse alle produzioni tipiche per attivare collegamenti intersettoriali con il comparto turistico.
- Realizzazione di attività per la promozione delle attività organizzative connesse alla commercializzazione e promozione dei prodotti tipici, attraverso consorzi di imprese.

Normative, Piani e Programmi

- Realizzazione del Disciplinare per la produzione unitaria dei prodotti tipici locali, attraverso anche un sistema unitario di marchio.
- Realizzazione della riforma del sistema di aiuti finalizzato a coprire parte dei costi, sostenuti dagli operatori, per l'inserimento di nuove unità occupazionali nell'impresa/laboratori.
- Realizzazione della riforma del sistema di formazione finalizzato all'inserimento diretto in azienda attraverso l'apprendimento in azienda/laboratorio.

Interventi infrastrutturali

- Realizzazione di "aree attrezzate" per le produzioni tipiche artigianali, in cui siano presenti attrezzature innovative e facilities che trasformino il comparto in un sistema produttivo locale organizzato.
- Realizzazione di una piattaforma logistica, tra il porto canale e l'aeroporto di Cagliari, per la raccolta, lo stoccaggio e la commercializzazione dei prodotti tipici del territorio.
- Realizzazione di laboratori artigianali "di nicchia" da contestualizzare in specifici centri storici ad alto sbocco turistico, in cui tali produzioni possano generare elevate integrazioni intersettoriali.
- Realizzazione di musei/laboratorio nei comuni in cui si evidenziano particolari e peculiari vocazioni produttive nell'artigianato tipico, anche attraverso centri di eccellenza per lo studio delle produzioni tipiche.

2.1.2.2 Investimenti aziendali

Singole imprese

- Incentivi e aiuti per abbattere i costi legati al lento inserimento nel processo produttivo dei nuovi assunti e dei collaboratori (agevolazioni fiscali, compensazioni di reddito ecc.).
- Incentivi per l'adesione a consorzi per la commercializzazione dei prodotti tipici.
- Incentivi per la capitalizzazione delle imprese che hanno un volume e una dimensione tale da non essere riconducibili al lavoro autonomo.
- Incentivi per lo start up e allo spin-off delle imprese dell'artigianato tipico.
- Incentivi per investimenti aziendali legati al cambio di destinazione delle strutture dismesse da riconvertire all'interno dei settori a più ampio valore aggiunto nei diversi contesti locali.
- Incentivi per coprire parte dei costi sostenuti dagli operatori nelle fasi di trasferimento del saper fare; costi-opportunità che derivano dal trasferimento di competenze dal produttore/artigiano alle nuove unità produttive inserite in azienda (apprendisti, tirocinanti, operatori vari).

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per investimenti aziendali per la creazione di un sistema comune di gestione di "aree attrezzate" per le produzioni tipiche artigianali.
- Incentivi per investimenti aziendali per la creazione di un sistema di gestione comune dei musei/laboratorio nei comuni in cui si evidenziano particolari e peculiari vocazioni produttive nell'artigianato tipico, anche attraverso centri di eccellenza per lo studio delle produzioni tipiche.
- Incentivi per investimenti aziendali per la realizzazione e la gestione congiunta di una piattaforma di raccolta e distribuzione dei prodotti tipici locali.
- Incentivi per investimenti aziendali per la realizzazione e la gestione congiunta di una piattaforma per l'export dei prodotti tipici.

2.1.2.3 Servizi alle imprese

Singole imprese

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla creazione di un disciplinare per la promozione unitaria dei prodotti tipici locali, attraverso anche un sistema unitario di marchio.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di un marchio di qualità dei prodotti dell'artigianato tipico finalizzati alla promozione e alla commercializzazione¹.

¹ L'azione prioritaria è collegata all'azione di sistema: Territori di Sardegna.

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali a sostegno dei processi di internazionalizzazione e di penetrazione in nuovi mercati.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di un sistema unitario di promozione e marketing, attraverso vetrine comuni, non dei singoli prodotti, ma del prodotto tipico¹.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di un sistema unitario di monitoraggio delle produzioni, affinché risultino in linea con le esigenze della domanda e quindi dei diversi mercati.

2.1.2.4 Ricerca, Innovazione e Trasferimento tecnologico

Interventi di interesse generale

- Realizzazione di un sistema di collegamento tra la ricerca applicata e le produzioni tipiche.
- Realizzazione di azioni finalizzate ad accrescere gli spillover tecnologici e informativi².
- Creazione di distretti produttivi innovativi legati al settore dell'artigianato tipico.
- Creazione di reti di collegamento tra le imprese dell'artigianato e tra queste e il settore della ricerca.

Singole imprese

- Incentivi per la realizzazione di progetti di ricerca e trasferimento di tecniche innovative, di processo e di prodotto, nell'ambito delle produzioni artigianali².
- Incentivi per la realizzazione di progetti di ricerca, sviluppo e trasferimento finalizzati all'utilizzo di materiali innovativi nelle produzioni artigianali².

2.1.2.5 Formazione Iniziale e Continua

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale in azienda e di lunga durata (3-5 anni).
- Incentivi per la realizzazione di attività di formazione manageriale per quelle imprese che hanno un volume e una dimensione tale da non essere riconducibili al lavoro autonomo.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale per personale qualificato da inserire all'interno del processo produttivo.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale finalizzata alla gestione, in forma associata, di tutte le fasi non strettamente connesse alla produzione di beni (es. commercializzazione, gestione controllo ecc..).

² L'azione prioritaria è collegata con il progetto: Iniziative imprenditoriali innovative

2.2. Provincia di Carbonia Iglesias

2.2.1. Quadro di riferimento

Il settore dell'artigianato artistico in senso stretto, sembra essere, nell'area del Sulcis Iglesiente, piuttosto debole: si tratta di imprese di piccole dimensioni, spesso individuali o a conduzione familiare, sottodimensionate tecnologicamente, e non abituate a lavorare in rete. Spesso sono attività che rimangono al limite dell'hobbistico.

Tuttavia, decenni di attività industriale e mineraria, hanno generato un tessuto di competenze diffuse nel campo della trasformazione dei metalli, che si è poi consolidato in una tradizione di artigianato artistico di rilievo: ne sono esempi le attività di lavorazione dell'argento, della coltelleria, del ferro battuto. Di particolare rilievo il settore della tessitura, in particolare a Villamassargia.

Il comparto dell'artigianato artistico nel Sulcis Iglesiente presenta diverse criticità riconducibili principalmente a limiti di carattere strutturale e culturale.

Innanzitutto, in questo territorio il settore turistico, che in genere fa da traino all'artigianato tipico ed artistico, non è particolarmente sviluppato. L'esiguità del mercato di sbocco è uno dei fattori che maggiormente determinano il sottodimensionamento di queste attività.

Inoltre i limiti legati alla cultura d'impresa, emersi sia dalle interviste, sia dagli incontri di approfondimento realizzati, riguardano una scarsa propensione all'imprenditorialità, che si traduce anche in una scarsa propensione a creare reti corte (collaborare con altre imprese locali) ed ad inserirsi nelle reti lunghe (reti commerciali, di fornitura esterne al territorio). La scarsa propensione all'imprenditorialità, finisce per depauperare così anche il capitale umano esistente, sia attraverso la perdita di opportunità imprenditoriali, sia, indirettamente, attraverso l'emigrazione che interessa soprattutto le fasce di popolazione in età lavorativa più giovani. Da questo punto di vista un fenomeno particolarmente critico è quello del passaggio generazionale delle attività artigianali.

Per intervenire sulle criticità rilevate è necessario rafforzare e adeguare l'approccio al mercato delle PMI: accrescendo le competenze informatiche per favorire l'utilizzo dei nuovi canali commerciali on line, favorendo l'innovazione dei processi produttivi orientandoli al mercato e valorizzando la qualità dei prodotti attraverso un marchio d'area. Infine utilizzando in maniera più efficace le diverse leve di marketing.

E' molto importante inoltre creare nuove professionalità in grado di gestire adeguatamente i processi di commercializzazione, anche attraverso l'utilizzo della rete e facilitare il passaggio generazionale delle attività artigianali e lo scambio di competenze intergenerazionali.

2.2.2. Azioni prioritarie

2.2.2.1 Azioni Pubbliche

Informazione , Sensibilizzazione e Animazione

- Realizzazione di programmi di animazione rivolti ai decisori d'acquisto (architetti di interni, giornalisti, etc.)

2.2.2.2 Investimenti aziendali

Singole imprese

- Incentivi per investimenti aziendali per la creazione di nuove imprese.

2.2.2.3 Servizi alle imprese

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di piani per la promozione e la commercializzazione dei prodotti.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la creazione di un marchio o estensione di marchi già esistenti (studio del logo, proprietà del marchio, registrazione ed esclusività).
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'acquisizione di servizi di assistenza all'esportazione.

2.2.2.4 Ricerca, Innovazione e Trasferimento tecnologico

Singole imprese

- Voucher tecnologici per la ricerca sui materiali e sul design.

2.2.2.5 Formazione Iniziale e Continua

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale e seminari professionali rivolti agli operatori delle PMI (gestione dei budget, marketing, packaging, logistica, grafica, grafica pubblicitaria, design) che consentano allo stesso tempo l'adeguamento delle competenze preesistenti e l'inserimento di nuova occupazione
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione (gestione dei budget di marketing, packaging, logistica, grafica, grafica pubblicitaria, design, e-commerce) rivolti alle persone in cerca di occupazione e studenti delle scuole medie superiori
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione finalizzati alla gestione dei processi di passaggio generazionale nelle imprese

2.3. Provincia del Medio Campidano

2.3.1. Quadro di riferimento

L'area del Medio Campidano vanta una ricca tradizione di saperi locali, in alcuni casi ancora perfettamente conservati, che però rischiano l'estinzione. La loro valorizzazione diventa una priorità, sia per la loro valenza turistica, sia perché in una società che attraversa una fase di transizione socio economica e di crisi identitaria, il recupero delle radici culturali aiuta la popolazione locale a ricostruire un rapporto equilibrato e armonico col territorio.

Quando si parla di saperi locali ci si riferisce ai prodotti artigianali contraddistinti da caratteri di unicità, in quanto la loro produzione o realizzazione è strettamente connessa al territorio di riferimento e le tecniche di lavorazione derivano da know how complessi trasmessi di generazione in generazione a livello locale.

Di seguito alcuni esempi di produzioni frutto di saperi locali da difendere e rilanciare:

- I coltelli artigianali, la cui tradizione è diffusa su buona parte dell'area in esame. Essi costituiscono una fonte di reddito per numerosi artigiani e rappresentano una specializzazione produttiva.
- La lavorazione artistica della ceramica, la cui tradizione è antichissima e radicata in vari comuni (soprattutto a Pabillonis), presenta notevoli potenzialità: nel territorio esistono i know how e le risorse umane pronte ad esercitare l'attività anche a livello professionale. Si tratterebbe di razionalizzare e potenziare la filiera. Il settore è però disorganizzato e poco orientato al marketing. Ciò ne impedisce il decollo.
- La Cestineria: una volta molto diffusa, quest'arte è oggi pressoché scomparsa. Gli artigiani che ancora vi si cimentano, spesso lo fanno in modo non dichiarato a livello hobbistico. Sarebbe importante rilanciare questo antico mestiere e far emergere il lavoro sommerso.

2.3.2. Azioni prioritarie

2.3.2.1 Azioni Pubbliche

Informazione , Sensibilizzazione e Animazione

- Realizzazione di azioni di informazione e sensibilizzazione degli antichi mestieri verso i giovani per il trasferimento di know-how e la creazione di nuove imprese.

2.3.2.2 Investimenti aziendali

Singole imprese

- Incentivi per investimenti aziendali finalizzati alla realizzazione di nuove linee di produzione.
- Incentivi per investimenti aziendali finalizzati all'adeguamento locali e attrezzature.

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per investimenti aziendali per la realizzazione di corner all'interno di strutture ricettive o punti vendita tematici.

2.3.2.3 Servizi alle imprese

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla creazione di una filiera delle produzioni artigianali tipiche.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'organizzazione, promozione e sviluppo di reti e di sistemi di imprese per la realizzazione di piani commerciali comuni.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la predisposizione di piani di promozione e comunicazione delle reti di imprese.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla progettazione e realizzazione del materiale promozionale.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali di assistenza tecnica e accompagnamento alle imprese che intraprendono percorsi di certificazione.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'organizzazione di una rete di vendita e distribuzione che consenta la copertura di tutto il mercato nazionale.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'organizzazione di eventi culturali e prodotti multimediali promozionali che raccontino la tradizione sarda e i suoi prodotti artigianali.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati alla costituzione di gruppi di acquisto per il reperimento delle materie prime (ceramiche).
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la creazione di un marchio di origine protetta di tutte le produzioni artistiche (coltelli, ceramiche artistiche e cestini) e relativo Consorzio di Tutela.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali nell'ambito del marketing.

2.3.3. Ricerca, Innovazione e Trasferimento tecnologico

Singole imprese

- Incentivi per la realizzazione di progetti di ricerca e innovazione nel campo del design e dei macchinari (ceramica).
- Incentivi per la realizzazione di progetti di ricerca e innovazione finalizzati alla diversificazione delle funzioni d'uso dei prodotti artigianali.
- Incentivi per la realizzazione di progetti di ricerca e successiva ingegnerizzazione di processi produttivi artigianali.

2.3.4. Formazione Iniziale e Continua

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione rivolta al mantenimento delle professioni e dei mestieri tradizionali.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale sulle tematiche legate alla gestione di impresa.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale sulle tematiche legate alla creazione e gestione di una rete di imprese.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione di nuove professionalità in grado di occuparsi della creazione di nuovi design.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale sulle tematiche relative allo sviluppo di nuovi prodotti.

2.4. Provincia di Nuoro

2.4.1. Quadro di riferimento

Un elemento ricorrente che sembra caratterizzare le produzioni della provincia di Nuoro, conferendo il loro valore aggiunto, è la tipicità. L'ipotetico vantaggio comparato della tipicità di un prodotto è dato dal suo essere fortemente territorializzato. È opportuno salvaguardare l'elemento della tipicità soprattutto se si considera che gran parte dei prodotti artigianali locali vengono attualmente confezionati in Cina, Marocco e Taiwan.

Rispetto all'artigianato artistico i settori più radicati nelle tradizioni locali sono la tessitura, l'oreficeria, la lavorazione del legno, della pietra, della ceramica, del ferro e la cestineria, che hanno raggiunto livelli di qualità e caratteri distintivi.

Nello specifico del settore tessile sono importanti le tradizioni della tessitura di tappeti di Sarule e Bolotana, gli scialli di Oliena e Orgosolo (che continua grazie a questo prodotto la tradizione della produzione della seta) e dei "mastr'e pannos" (i sarti della tradizione sarda). L'attività di alcuni sarti ha riportato in auge l'abbigliamento tradizionale del mondo agropastorale attivando una sorta di "sistema moda" sardo, che trascina anche le produzioni artigianali di calzature e accessori in pelle.

Tuttavia si è lamentata un'incapacità di valorizzare adeguatamente l'importante capitale territoriale esistente riconducibile a diversi ordini di fattori tra i quali: le carenze infrastrutturali materiali e immateriali; la difficoltà di creare network di imprese; l'attuale sistema degli incentivi che non ha favorito la crescita di una classe imprenditoriale matura e consapevole.

Le opportunità di intervento sono legate al mercato ed agli aspetti della commercializzazione dei prodotti attraverso la valorizzazione delle aggregazioni commerciali esistenti e la relativa unità delle competenze (altrimenti frammentate); il marketing con la comunicazione e promozione unitaria dei prodotti.

2.4.2. Azioni prioritarie

2.4.2.1 Investimenti aziendali

Singole imprese

- Incentivi per investimenti aziendali per l'adeguamento e il miglioramento delle strutture e degli impianti dei laboratori artigianali.
- Incentivi per l'avvio di nuove imprese, in particolare da parte di donne e giovani.

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per investimenti aziendali a sostegno della creazione del consorzio del tessile, finalizzato anche alla tutela e valorizzazione delle lavorazioni.
- Incentivi per investimenti aziendali per la realizzazione di un centro di eccellenza per l'artigianato tipico.

2.4.2.2 Servizi alle imprese

Singole imprese

- Incentivi l'acquisizione di servizi reali per la certificazione di qualità e ambientale delle imprese artigianali, incluso lo studio e la creazione di un marchio d'area per esaltare la valenza di prodotto e di origine.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali e di assistenza, da parte delle imprese artigianali, necessarie per lo sviluppo d'impresa..

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la definizione di piani di marketing.

2.4.2.3 Ricerca, Innovazione e Trasferimento tecnologico

Reti e Sistemi d'Impresa

- Realizzazione di un laboratorio di ricerca applicata per la sperimentazione di nuovi prodotti e processi produttivi.

2.5. Provincia di Olbia Tempio

2.5.1. Quadro di riferimento

L'artigianato tipico e tradizionale nella provincia rappresenta un elemento di identità delle aree interne che insieme alle altre risorse completa e arricchisce il sistema delle risorse locali (prodotti tipici, tradizioni locali, cultura del luogo) inserendosi come tassello nel sistema di valorizzazione complessivo delle produzioni tipiche locali.

L'artigianato locale in modo particolare interessa la lavorazione della ceramica, del sughero, della pietra, del legno, dei tessuti e dell'oro.

Il comparto artistico delle ceramiche utilizza da sempre materie prime quali l'argilla e i caolini. l'argilla che viene lavorata a mano o al tornio e poi cotta nei forni o lasciata essiccare all'aria. Le decorazioni sono eseguite in parte a rilievo e in parte a stecca. Le produzioni riguardano una vasta gamma di contenitori tradizionali che ben si prestano ad essere utilizzati, per la loro funzionalità e praticità, quotidianamente ma anche moderni oggetti di arredamento ispirati alla figure artistiche tipiche della tradizione sarda. Le attività insistono nei centri di Olbia, Monti e Loiri Porto San Paolo.

Il comparto artistico del sughero, scaturisce dalla presenza dei numerosi boschi di sughera, fonte preziosa di materia prima e elemento tipico del paesaggio gallurese. I manufatti prodotti evocano la tradizione rurale e riguardano oggetti quali recipienti, vassoi, elementi di arredo e altre suppellettili. L'arte del sughero si concentra a Tempio Pausania e Calangianus.

La tradizione degli scalpellini si è diffusa grazie alla presenza dei numerosi giacimenti di granito: attualmente il "mestiere" sta purtroppo scomparendo. Le tipologie produttive riguardano: elementi di arredo, sculture, ecc. I principali laboratori sono collocati a Buddusò e Tempio Pausania.

Le altre attività artistiche di rilievo comprendono la produzione di coltelli a Tempio Pausania, di tessuti (tapetti, arazzi, cuscini, copriletto, asciugamani, bisacce), di oggetti in legno (cassepance, lampade, taglieri, sveglie, piatti, mobili), e gioielli in oro (filigrana, imperlato traforato, fogliata) rispettivamente nei Centri Pilota I.S.O.L.A. di Aggius, Buddusò e Arzachena.

2.5.2. Azioni prioritarie

2.5.2.1 Azioni Pubbliche

Informazione , Sensibilizzazione e Animazione

- Realizzazione di attività di animazione e sensibilizzazione per la conservazione e il trasferimento dei saperi legati alle produzioni e ai mestieri tipici.
- Realizzazione di attività di promozione delle produzioni artigianali tipiche e tradizionali nel comparto turistico.

2.5.2.2 Investimenti Aziendali

Singole Imprese

- Incentivi per investimenti aziendali per le imprese con contributi in conto capitale e conto interessi per i nuovi investimenti atti all'adeguamento di locali e laboratori.
- Incentivi per investimenti aziendali per l'ampliamento e/o adeguamento dei laboratori per finalità didattiche e formative.
- Incentivi per investimenti aziendali volti a favorire il collocamento di laboratori e punti vendita nei centri storici.
- Incentivi per investimenti aziendali degli operatori del settore dell'artigianato artistico per la predisposizione di spazi di accoglienza per visitatori.

Reti e Sistemi di Impresa

- Incentivi per investimenti aziendali a sostegno della nascita, strutturazione e sviluppo di consorzi per la promozione e commercializzazione dei prodotti artigianali tipici.

2.5.2.3 Servizi alle Imprese

Singole Imprese

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'adozione di sistemi di certificazione di qualità dei prodotti dell'artigianato.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali da parte degli operatori del settore dell'artigianato artistico per l'inserimento in circuiti di valorizzazione delle produzioni tipiche e locali.

Reti e Sistemi di Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di piani congiunti di promozione e marketing, anche attraverso vetrine comuni del prodotto tipico e tradizionale isolano.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di un sistema di rilevazione, registrazione e catalogazione delle produzioni tipiche e degli artigiani del settore.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di piani di promozione, siti web e sistemi di commercio elettronico, materiale informativo e promozionale, in particolare la "Carta" delle produzioni tipiche.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di pacchetti turistici (itinerari) legati al tema "artigianato locale".* (Le operazioni relative a questa linea di azioni dovranno essere presentate in conformità con gli elementi per la predisposizione dei PI "Turismo Sostenibile e Valorizzazione del Patrimonio Ambientale e Culturale Locale", utilizzando il relativo formulario per la presentazione della domanda di partecipazione.).

2.5.2.4 Ricerca innovazione e trasferimento tecnologico

Interventi di interesse generale

- Incentivi per la realizzazione di iniziative di trasferimento tecnologico dei risultati della ricerca applicata (materiali, tecniche di lavorazione, confezionamento, etc.) e le produzioni tipiche.
- Incentivi per la prototipazione e la successiva standardizzazione dei processi produttivi (spillover tecnologici e informativi).

2.5.2.5 Formazione Iniziale e Continua

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale su: marketing, packaging, design, grafica, distribuzione.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione in laboratorio sui mestieri tradizionali.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale per il personale da inserire all'interno del processo produttivo.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale per la gestione in forma associata (es. consorzi) di tutte le fasi non strettamente connesse alla produzione di beni (es. promozione, commercializzazione).

2.6. Provincia dell'Ogliastra

2.6.1. Quadro di riferimento

La peculiarità dell'area della nuova provincia dell'Ogliastra risiede nella rilevanza del fenomeno artigiano, che rappresenta l'83% delle imprese industriali esistenti, con un'incidenza molto superiore alla media regionale (70%). Un secondo elemento distintivo è la dimensione estremamente piccola delle imprese. Il 55,6% delle aziende ha meno di 9 addetti. Il 23,7% rientra nella classe da dieci a 49 occupati e solo l'8,6%, localizzate esclusivamente a Tortolì, ne ha più di 200, con una percentuale di addetti pari al 22,7% della distribuzione comunale.

Elemento distintivo del tessuto economico dell'Ogliastra è la necessità di strutturare con maggiore forza le PMI del settore artigianale e industriale al fine di risolvere una delle problematiche più sentite sul territorio: la dismissione della cartiera di Arbatax. Il progressivo declino delle attività della cartiera ha determinato non solo il fenomeno della disoccupazione e della cassa integrazione ma, soprattutto, la depauperazione del capitale umano formatosi nel corso degli anni di attività.

Nella fascia costiera, Tortolì costituisce la punta di diamante, con un comparto turistico particolarmente sviluppato, al quale si accompagnano un comparto artigiano in continua espansione.

Il tessuto imprenditoriale dell'area dell'Ogliastra presenta alcuni punti di forza di notevole importanza: si caratterizza per la presenza di imprese artigiane che operano nei settori dell'agroalimentare, delle costruzioni e dell'artigianato tipico.

L'artigianato ogliastrino si caratterizza per l'elevata tipicità delle produzioni, in particolare, la produzione di tappeti risulta essere particolarmente interessante e concentrata nei comuni di Ulassai e Urzulei. Nel territorio si è tramandata di generazione in generazione la manualità nella produzione di alcuni manufatti quali cestini e coltelli. Tale Know How sta via via scomparendo, si ritiene necessaria un'azione incisiva per la rivalorizzazione di tali conoscenze. Sarebbe opportuno che le suddette attività artigianali trovassero un prezioso mercato di sbocco nel settore turistico, ad esempio attraverso l'utilizzo di manufatti tessili nel settore alberghiero o di cestini nella ristorazione

2.6.2. Azioni prioritarie

2.6.2.1 Azioni Pubbliche

Informazione , Sensibilizzazione e Animazione

- Realizzazione di azioni di sostegno al recupero e alla conservazione delle attività artigianali tipiche.
- Realizzazione di azioni per la diffusione della conoscenza delle attività tradizionali tipiche.
- Realizzazione di azioni di animazione per la diffusione dell'utilizzo dei prodotti tipici locali presso le strutture turistiche.
- Realizzazione di azioni di sensibilizzazione e di supporto all'aggregazione tra produttori.

2.6.2.2 Investimenti aziendali

Singole imprese

- Incentivi per investimenti aziendali per l'adeguamento di locali e laboratori, a sostegno dei fabbisogni delle piccole imprese artigianali.
- Incentivi per investimenti aziendali per la realizzazione, nei centri storici dei Comuni, di spazi adeguati in cui insediare le attività di produzione ed esposizione dei prodotti artigiani.
- Incentivi per investimenti aziendali per la realizzazione di sistemi di approvvigionamento delle materie prime con particolare attenzione verso quelle locali.

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per investimenti aziendali per la creazione di strutture di aggregazione e cooperazione tra produttori a supporto della commercializzazione.

2.6.2.3 Servizi alle imprese

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di una regolamentazione del settore che garantisca standard di qualità ed elevata tipicità.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di servizi di analisi di mercato e strategie di marketing.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di servizi di ricerca e studio delle culture e delle attività tradizionali volte alla riscoperta di attività e produzioni perdute.

2.6.2.4 Formazione Iniziale e Continua

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione di figure professionali in possesso delle tecniche produttive tradizionali.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale e Sviluppo di Competenze nel campo del marketing e studi di mercato.
- Diffusione di iniziative di scambio di esperienze e conoscenze tra operatori che operano nel settore dell'artigianato tipico (tirocini formativi da realizzare con Master and Back).
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione specifici per l'utilizzo di nuove tecnologie produttive applicate ai saperi locali (cestini, coltelli ecc).

2.7. Provincia di Oristano

2.7.1. Quadro di riferimento

La produzione artigianale artistica Oristanese rappresenta un'espressione del rapporto mantenuto nel tempo con i motivi della tradizione popolare. Tradizione che in alcuni settori, in particolare quello tessile e ceramico, si è evoluto, fino a realizzare prodotti che sono attualmente richiesti dal mercato, soprattutto turistico. Le produzioni utilizzano materie prime che derivano dal mondo minerale (argille, pietre naturali, metalli), vegetale (fibre naturali, asfodelo, paglia, giunco, legno) e animale (lana, cuoio).

Lo scenario delle produzioni artigianali è rappresentato da un insieme eterogeneo di manufatti con una peculiare identità culturale. I settori dove maggiormente viene espressa la capacità creativa sono rappresentati dalla tessitura, dalla ceramica, dall'intreccio, dall'intaglio del legno e dall'oreficeria e gioielleria.

Il tessile rappresenta il comparto più vivace e importante dell'artigianato artistico Oristanese. Le attività sono distribuite prevalentemente a Suni, Samugheo e Mogoro. Questi ultimi sono tra i maggiori centri di produzione del sistema tessile artigiano sardo. Inoltre il territorio vanta la presenza di un distretto tessile riconosciuto ufficialmente e comprendente i comuni di: Samugheo, Allai, Ruinas, Busachi, Fordongianus, Ula Tirso.

La produzione della ceramica rappresenta un settore caratteristico per l'Oristanese con oggetti foggianti e decorati a mano che riprendono e sviluppano le forme e i motivi tipici dell'artigianato sardo ed in particolare dei vecchi figoli oristanesi.

Tramite l'utilizzo della vegetazione locale (paglia, asfodelo, rafia ed erbe palustri) nella provincia si perpetua la tradizione dell'intreccio (principalmente cestini).

Per quanto riguarda la lavorazione del legno questa viene svolta in diversi centri, in particolare a Mogoro. Nella lavorazione del ferro si evidenzia la coltelleria diffusa a Santulussurgiu.

La lavorazione del ferro battuto sta acquisendo particolare interesse nel settore dell'edilizia artigiana.

Il settore dell'oreficeria è particolarmente fiorente a Bosa e Oristano e perpetua una tradizione antichissima, specialmente nella lavorazione della filigrana.

Il forte interesse per il cavallo ha caratterizzato in larga misura l'arte della pelletteria. La lavorazione del cuoio, diffusa prevalentemente a Santulussurgiu, vede la realizzazione di finimenti per le attività ippiche e oggetti di pelletteria in genere.

L'arte del ricamo è contraddistinta da esempi di notevole interesse, i più apprezzabili si scoprono nei tovagliati, nei giroletto e nelle tende della scuola di Bosa, prodotte a reticella, e note come "filet".

Recentemente si sta sviluppando la lavorazione dell'ossidiana, localizzata a Pau, che vede la realizzazione di oggetti di particolare pregio artistico.

Altro settore legato all'utilizzo delle pietre locali, in particolare al basalto e alla trachite, è quello della lavorazione artistica finalizzata alla produzione di oggettistica di arredamento per interni (orologeria da parete, tasselli per mosaici e sculture).

Le principali criticità sono:

- ridotte dimensioni aziendali;
- difficoltà di adeguamento delle produzioni alle moderne esigenze dei consumatori;
- mancanza di un'efficace politica commerciale nel trovare sbocchi fuori dal territorio regionale;
- difficoltà di accesso al credito;
- ridotta redditività delle produzioni;
- mancanza di assistenza tecnica ed insufficienti e/o inadeguati servizi alle imprese.
- I principali vantaggi sono:
 - produzioni artigianali rappresentate da un insieme eterogeneo di manufatti con una peculiare identità culturale;
 - prodotti artigianali di pregio;
 - radicate tradizioni storiche e culturali che si ritrovano nei prodotti artigianali;
 - presenza di aree PIP.

2.7.2. Azioni prioritarie

2.7.2.1 Azioni Pubbliche

Informazione , Sensibilizzazione e Animazione

- Realizzazione di programmi di animazione rivolti al recupero delle attività di artigianato artistico e a incentivare la costituzione di associazioni o consorzi di produttori o reti per la distribuzione sul mercato delle produzioni.
- Realizzazione di programmi di promozione dell'utilizzo dei "prodotti del fiume" quali canne, erbe palustri per l'edilizia tipica e le attività dell'intreccio e la cestineria.
- Realizzazione del sistema provinciale degli SUAP provinciali.

Interventi infrastrutturali

- Aree industriali e produttive
 - Realizzazione di nuove infrastrutture primarie a servizio delle attività produttive.
- Trasporti e mobilità
 - Realizzazione e razionalizzazione del sistema di trasporti intermodale. * (Le operazioni relative a questa linea di azioni dovranno essere presentate in conformità con gli elementi per la predisposizione del Progetto Integrato "Sistema Logistico Intermodale".)

2.7.2.2 Investimenti aziendali

Singole imprese

- Incentivi per investimenti aziendali per l'adeguamento dei laboratori artigianali, la qualificazione e la messa in sicurezza delle imprese e dei processi produttivi.
- Incentivi per investimenti aziendali per la creazione di nuove imprese femminili, in particolare delle attività di trasformazione dei prodotti di nicchia e di qualità.
- Incentivi per investimenti aziendali per la creazione di nuove imprese giovanili per le produzioni artistiche nell'ambito delle arti plastiche.

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per investimenti aziendali per l'avvio di una rete di piccoli laboratori artigiani finalizzata al recupero degli antichi mestieri.
- Incentivi per investimenti aziendali per la realizzazione di centri comuni di esposizione dei prodotti artigianali.

2.7.2.3 Servizi alle imprese

Singole imprese

- Incentivi per l'acquisizione di figure altamente specializzate (manager a tempo).
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali di assistenza alle imprese nei processi di accesso al credito.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la realizzazione di piani di marketing e promozione.

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali a sostegno dell'attivazione di servizi congiunti: informazione, consulenza, gestione di impresa, marketing, comunicazione e controllo di gestione.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali finalizzati all'analisi rivolte al mercato e alle strategie di marketing.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la predisposizione di piani di promozione e commercializzazione del prodotto e ricerca di nuovi mercati. (marchi collettivi tipici etc.).
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la predisposizione di piani di approvvigionamento e gestione delle materie prime locali (erbe palustri, canne, lapidei, terre, argille, etc.).
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'acquisizione di servizi finalizzati allo sviluppo del design.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la promozione e la commercializzazione dei prodotti artigianali.

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'internazionalizzazione.

2.7.2.4 Ricerca, Innovazione e Trasferimento tecnologico

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per il trasferimento e la diffusione di nuove tecniche di lavorazione dei materiali.
- Incentivi per attività di innovazione finalizzata alla diversificazione produttiva.

2.7.2.5 Formazione Iniziale e Continua

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale in ambito di: marketing, packaging, design, grafica, logistica, distribuzione.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione incentrati sull'utilizzo delle materie prime locali, le tecniche di lavorazione tradizionali e le possibili innovazioni.

2.8. Provincia di Sassari

2.8.1. Quadro di riferimento

Le esigenze di intervento nel settore dell'artigianato per la provincia di Sassari si collocano nell'ambito di una nuova lettura dell'identità della Provincia, in un'ottica di riqualificazione territoriale.

Per riqualificazione si intende non solo un'attività di carattere fisico, materiale, ma anche (e soprattutto) la necessità di investimenti immateriali che attribuiscono significato alla disponibilità di risorse naturali, finanziarie, umane, organizzative, sociali il consolidamento strutturale e l'organizzazione delle filiere locali nonché l'incentivazione e lo sviluppo di reti di produttori per la promozione e la commercializzazione dei prodotti artigianali tipici, al fine di migliorarne la competitività. Le ipotesi di attività su cui orientare gli interventi sono:

- individuazione/definizione delle principali caratteristiche dei mercati dei prodotti artigianali tipici;
- individuazione delle principali problematiche produttive e di mercato delle imprese locali;
- realizzazione di interventi di innovazione dei processi e di standardizzazione dei prodotti;
- definizione di marchi collettivi;
- studio e realizzazione di strumenti di comunicazione comuni al gruppo di PMI artigianali;
- progettazione e implementazione di una rete commerciale comune e di azioni promozionali presso le fasce di clientela potenziale individuate o da consolidare.

2.8.2. Azioni prioritarie

2.8.2.1 Azioni Pubbliche

Informazione , Sensibilizzazione e Animazione

- Realizzazione di azioni di informazione e sensibilizzazione degli operatori del settore verso le tematiche ambientali (risparmio energetico, gestione dei rifiuti) e la certificazione di qualità (di prodotto e di processo)

2.8.2.2 Investimenti aziendali

Singole imprese

- Incentivi per investimenti aziendali finalizzati alla realizzazione di nuove linee di produzione.
- Incentivi per investimenti aziendali finalizzati a modifiche nei lay-out produttivi.
- Incentivi per investimenti aziendali per l'apertura di atelier che offrano abbigliamento tipico sardo con certificazione di qualità e provenienza, che fungano da punto di raccordo col mercato per i singoli produttori.

- Incentivi per investimenti aziendali per l'installazione di impianti volti al miglioramento dell'efficienza energetica.
- Incentivi per investimenti aziendali per l'introduzione di accorgimenti per il risparmio energetico e di dispositivi e macchinari innovativi ad alta efficienza energetica.

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per investimenti aziendali per la realizzazione di corner all'interno di strutture ricettive o punti vendita tematici.

2.8.2.3 Servizi alle imprese

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'organizzazione, promozione e sviluppo di reti e di sistemi di imprese per la realizzazione di piani commerciali congiunti.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la predisposizione di piani di promozione e comunicazione delle reti di imprese.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la progettazione del materiale promozionale.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la certificazione di qualità.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'organizzazione di eventi culturali e prodotti multimediali promozionali che raccontino la tradizione sarda e i suoi prodotti artigianali.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per l'organizzazione di gruppi di acquisto per il reperimento delle materie prime (ceramiche).
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la creazione di un marchio di origine protetta di tutte le produzioni artistiche (coltello sardo, gioielli, cestini, tessuti) e relativo Consorzio di Tutela.
- Incentivi per l'acquisizione di servizi reali per la creazione di un marchio comune per le diverse tipologie di prodotti del tessile.

2.8.2.4 Ricerca, Innovazione e Trasferimento tecnologico

Singole imprese

- Incentivi per l'innovazione di design e macchinari (oreficeria, ceramica).
- Incentivi per la diversificazione delle funzioni d'uso dei prodotti artigianali.
- Incentivi per l'innovazione stilistica (tessuti) e sviluppo di nuove tipologie di prodotti tessili (per es. il Bisso).

Reti e Sistemi d'Impresa

- Incentivi per la realizzazione di progetti di ricerca e la creazione di prototipi per nuovi prodotti e/o linee di produzione (gioielli, tessuti).

2.8.2.5 Formazione Iniziale e Continua

- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione volti al mantenimento delle professioni e dei mestieri tradizionali (lavorazione del legno, del ferro, dell'artigianato tipico - coltelli, cestini, tessuti, tappeti).
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale focalizzati sulla gestione di impresa.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale sulle tematiche legate alla creazione e gestione di una rete di imprese.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione per nuove professionalità in grado di occuparsi della creazione di nuovi design.
- Incentivi per la realizzazione di piani di formazione aziendale sullo sviluppo di nuovi prodotti.