



Misure integrate tra sviluppo locale partecipativo e occupazione negli ambiti della Green & Blue economy – Linee di sviluppo progettuale 2 e 3”. Programma Operativo Regionale FSE 2014-2020 Regione Autonoma della Sardegna - CCI 2014IT05SFOP021 – Asse prioritario 1 - Occupazione e Asse prioritario 3 – Istruzione e formazione  
Proposta progettuale “Strategie di impresa nella Pesca” - Linea 2B  
CUP E17B16001350009 – CLP 1001031863GD160016 – DCT 20162BRO239

## DIFFUSIONE RISULTATI PROGETTUALI RELAZIONE FINALE 27 Dicembre 2021





## Il progetto

Il progetto **“Strategie di impresa nella pesca”**, presentato e finanziato nell’ambito dell’avviso POR Sardegna FSE 2014-2020 “Misure integrate tra sviluppo locale partecipativo e occupazione nell’ambito della Green & Blue Economy”, è nato con l’intento di intervenire nel processo di sviluppo economico e sociale del settore ittico e turistico dell’Area del FLAG PESCANDO Sardegna Occidentale, favorendo la creazione di nuove imprese. L’intervento riguarda due specifiche aree di specializzazione: turismo e beni culturali ambientali, in termini di produzione, gestione e commercializzazione, governance, promozione e marketing di prodotti e servizi turistico-culturali espressi dal territorio, e agrifood, con particolare riferimento alla produzione, trasformazione, promozione, commercializzazione/marketing dei prodotti. Il progetto prevede dunque dei percorsi di accompagnamento **allo start up d’impresa** nel settore della pesca, con particolare attenzione agli ambiti della trasformazione e commercializzazione dei prodotti e del turismo ittico, puntando alla valorizzazione degli aspetti socio culturali delle imprese ittiche e di acquacoltura, secondo un’ottica che privilegia il loro sviluppo in senso multifunzionale.

## Il partenariato

Il progetto è stato presentato dal **Raggruppamento Strategico Territoriale** formato **dall’agenzia formativa ISFORCOOP** e dal **FLAG PESCANDO Sardegna Centro Occidentale**.

ISFORCOOP, agenzia formativa associata a Legacoop Sardegna, da oltre trent’anni si occupa della realizzazione di interventi formativi legati alla qualificazione professionale dei disoccupati, all’aggiornamento del capitale umano nelle imprese del sistema cooperativo. Dal 2014 è accreditata presso la Regione Sardegna per lo svolgimento di servizi al lavoro.

ISFORCOOP ha realizzato e realizza attualmente le seguenti tipologie di attività formative:

- corsi di qualifica per la formazione di inoccupati e disoccupati, in particolare nei settori socio-assistenziale; agroalimentare; culturale; turistico; ambientale e delle energie rinnovabili; dell’edilizia e della ICT
- corsi di qualificazione, aggiornamento e specializzazione, nell’ambito degli interventi di politiche attive del lavoro, destinati alle persone a rischio di espulsione dal mercato del lavoro e volti all’acquisizione di competenze di base, trasversali, e tecnico-professionali





- piani di formazione continua per i lavoratori delle imprese, sia obbligatori per legge che di aggiornamento delle competenze professionali
- percorsi formativi e di sostegno all'avvio di impresa riservati ai soggetti appartenenti alle categorie svantaggiate.

Nello specifico, ha gestito i progetti ECOIDEA e I.T.A. nell'avviso Green Future del 2009, finanziati dalla RAS – Assessorato al Lavoro, che si proponevano le stesse finalità dell'Avviso in oggetto. Ha inoltre gestito il progetto DIFFERENTIA all'interno dell'Avviso Maciste del 2013, affidato sempre dall'Assessorato al Lavoro della Regione Autonoma della Sardegna.

Per quanto concerne invece il settore della pesca e del turismo, ISFORCOOP si è occupata della gestione di progetti complessi tra i quali:

- Manager dell'internazionalizzazione – Avviso Europeando – RAS
- Servizio di Formazione - FONDO EUROPEO PER LA PESCA (FEP) 2007/2013 MISURA 3.4 – “Sviluppo di nuovi mercati e campagne rivolte ai consumatori – Camera di commercio di Oristano
- Tecnico della gestione di impianti di itticoltura e maricoltura - Piano annuale di formazione professionale - Annualità 2009/2010 – Provincia di Cagliari

All'interno del partenariato di progetto, ISFORCOOP ha il ruolo di capofila. Tale ruolo è legato all'assolvimento delle variabili organizzative: direzione del progetto e gestione delle attività in raccordo con il partner e con la committenza. Nello specifico, spetta ad ISFORCOOP il compito di occuparsi degli aspetti progettuali, logistici organizzativi, ponendo in campo le proprie risorse umane e strumentali. In particolare, l'Agenzia formativa pianificherà la gestione del partenariato e l'uniformazione delle comunicazioni (strumenti macro o di sistema); assicurerà il costante monitoraggio delle attività previste dall'operazione; gestirà le attività attraverso le azioni di coordinamento; coordinerà le azioni di sistema quali la pubblicizzazione e promozione, valutazione e verifica dei risultati, la diffusione dei risultati; assicurerà il monitoraggio fisico e finanziario fino alla fase finale di rendiconto attraverso la segreteria tecnica ed organizzativa e le funzioni di controllo e rendicontazione.

Per quanto riguarda il **FLAG** (Fisheries Local Action Group) esso, è un gruppo di azione locale formato da amministrazioni pubbliche e da operatori privati che ne detengono la maggioranza. Tale strumento è previsto dal Programma Operativo FEAMP 2014/2020 dell'Unione Europea. Il FLAG ha il compito di progettare e realizzare interventi concreti per il miglioramento del settore della pesca nel nostro



territorio. Ai sensi dell'art. 34 par. 2 del Reg. (UE) n. 1303/2103, il partenariato del "FLAG Pescando" si è riunito in una struttura comune legalmente costituita (associazione non riconosciuta) con durata fino al 31 dicembre 2050. Di seguito viene riepilogato il numero di soggetti partner del FLAG e la corrispondente quota percentuale di potere decisionale all'interno dell'organo decisionale del FLAG. L'esperienza del FLAG nel settore di riferimento riguarda la gestione di progetti finanziati con fondi comunitari e/o fondi pubblici, quali:

- PROGETTO MEET - "MEDITERRANEAN EXPERIENCE OF ECO-TOURISM", un progetto strategico, finanziato dal Programma Europeo ENPI-CBC Mediterranean basin, che coinvolge ventuno aree protette di otto diversi paesi che si affacciano sul Mediterraneo (Italia, Francia, Spagna, Grecia, Malta, Giordania, Libano e Tunisia).
- S&T MED - SUSTAINABILITY AND TOURISM IN THE MEDITERRANEAN: ", un progetto strategico, finanziato dal Programma Europeo ENPI-CBC Mediterranean basin, volto a proteggere, valorizzare e promuovere l'eredità naturale e culturale delle destinazioni costiere del Mediterraneo, supportare lo sviluppo di un turismo costiero sostenibile, sviluppare modelli condivisi all'interno di quest'area geografica per dare risposte comune alle sfide che il turismo propone.

All'interno del progetto, il FLAG supporterà l'agenzia formativa capofila nella realizzazione delle seguenti azioni progettuali:

- Supporto nella progettazione esecutiva: il FLAG si occuperà infatti dell'analisi di contesto in riferimento alla zona di propria competenza e dell'analisi dei fabbisogni formativi, sondando le esigenze delle aziende che operano nel settore della pesca nel territorio, degli occupati in esse presenti, e dei disoccupati.
- Supporto nelle azioni di animazione territoriale: quale strumento di sviluppo sostenibile e di accompagnamento degli attori territoriali (istituzioni, stakeholders, attori privilegiati ecc.) nell'analisi delle specificità e delle vocazioni territoriali e nell'individuazione di strategie di sviluppo condivise, adeguate e sostenibili;
- Selezione dei destinatari
- Pubblicizzazione e diffusione dei risultati.

Il FLAG prende dunque parte in modo fattivo al progetto nella sua globalità supportando l'agenzia formativa capofila in tutte le fasi progettuali. Non gestisce direttamente i rapporti con la Committenza



ma ha comunque un ruolo di responsabilità nell'azione di animazione territoriale, fondamentale per la riuscita dell'operazione.

## Il contesto territoriale

Il territorio nel quale si intendono sostenere la creazione d'impresa e di lavoro autonomo, insieme alla dotazione di competenze di qualità per lavoratori da impiegare in attività innovative correlate alla pesca, occupa una parte della fascia costiera della Sardegna centro occidentale. Essa comprende il Golfo di Oristano e le sue zone umide, l'Area Marina Protetta della Penisola del Sinis, e le aree costiere a forte valenza ambientale di Narbolia-Cuglieri a nord e di Arbus e Guspini a sud. Basti citare, in proposito, la presenza di circa 25 tra Siti di Interesse Comunitario (SIC) e Zone di Protezione Speciale (ZPS).

La centralità dell'area nell'Isola facilita l'accessibilità interna ed esterna, per la presenza del porto industriale e commerciale di Oristano, del porticciolo turistico e di pesca di Torregrande, dell'asse stradale SS131 (principale arteria di comunicazione regionale), del principale asse ferroviario regionale, e della contenuta distanza dagli aeroporti di Cagliari-Elmas e Alghero-Fertilia.

Dal punto di vista naturalistico, l'area si caratterizza per la presenza dell'Area Marina Protetta "Penisola del Sinis - Isola di Mal di Ventre" e, contestualmente, di un elevato numero di siti della Rete Natura 2000, con una concentrazione di rilievo nel panorama regionale.

Gli attrattori culturali presenti nel territorio possono essere di notevole interesse e richiamo, certamente valorizzabili anche in ottica turistica. Oltre a numerosi edifici religiosi, soprattutto chiese realizzate nel periodo romanico, vi sono realtà archeologiche di valore assoluto di epoca nuragica, fenicia e romana (Tharros, I Giganti di Monti Prama, Othoca, la Via dei fenici, etc.), alle quali va aggiunta anche la manifestazione della Sartiglia (riconosciuta dall'Unesco come patrimonio dell'Umanità).

Tuttavia, tale complesso di attrattori ambientali e storico-culturali appare sottoutilizzato dal punto di vista turistico, come testimoniano i dati su presenze e permanenza media dei turisti, che fatica a superare i 3 gg., che risultano tra i valori regionali più bassi.

Per tutte queste motivazioni l'area del Sinis è stata individuata nel POR FESR 2014-2020 come una delle due "Aree regionali di rilevanza strategica" in cui agire prioritariamente con interventi di valorizzazione turistica.



## Il Turismo

Il turismo nell'area FLAG sconta il generale ritardo di cui soffre storicamente il territorio centro-occidentale dell'Isola. Carenze di vario genere – soggettive e oggettive – riguardanti l'imprenditoria locale e non, la sostanziale lontananza o estraneità a flussi relazionali o economici che ne favorissero la conoscenza, la concorrenza di altre aree meglio posizionate rispetto ai grandi punti di approdo marittimo e aereo, etc., hanno rallentato di molto l'affermarsi di questa strada per lo sviluppo, ancora in salita. Il posizionamento nel panorama regionale è ancora quello della retroguardia che stenta a trovare una sua riconoscibilità e consistenza.

Immediatamente di seguito i fondamentali valori della ricettività.

Tra gli ospiti stranieri si conferma di gran lunga al primo posto la Germania, in costante aumento, come pure la Francia, seconda, anch'essa in aumento, ma le cui presenze sono appena un terzo rispetto a quelle tedesche. A seguire, i turisti svizzeri superano gli olandesi, e al quinto posto si piazzano gli ospiti provenienti dal Regno Unito, in forte aumento.

Tra le “motivazioni di viaggio” gioca un ruolo centrale, la presenza di attrattori culturali di grande rilievo territoriale, sia in quanto tali che in ottica turistica. Accanto a numerosi edifici religiosi, specialmente chiese dal periodo romanico in giù, vi sono le già citate realtà archeologiche di valore assoluto di epoca nuragica, fenicia e romana e la “Giostra della Sartiglia” con tutto il retaggio storico e culturale connesso.

Tuttavia, tale complesso di attrattori ambientali e storico-culturali appare sottoutilizzato dal punto di vista turistico, come testimoniano i dati su presenze e permanenza media dei turisti che, come detto, fatica a superare i 3 gg., tra i valori regionali più bassi.

Tra gli ospiti stranieri si conferma di gran lunga al primo posto la Germania, in costante aumento, come pure la Francia, seconda, anch'essa in aumento, ma le cui presenze sono appena un terzo rispetto a quelle tedesche. A seguire, i turisti svizzeri superano gli olandesi, e al quinto posto si piazzano gli ospiti provenienti dal Regno Unito, in forte aumento.



## Percorsi di Autoimprenditorialità

A seguito del fabbisogno emerso si è dunque pensato di proporre un unico percorso formativo di n. 3 edizioni per l'avvio di iniziative imprenditoriali nel settore della pesca legate alle Asd "Agrifood" e "Turismo, Cultura e Ambiente".

Gli ambiti disciplinari che riguarderanno l'attività di formazione mirata al trasferimento di conoscenze e competenze di natura imprenditoriale nella Green & Blue Economy sono per loro natura di tipo trasversale, in quanto verranno affrontate tematiche che prescindono dalla tipologia di impresa che i discenti intendono proporre sul mercato.

### Descrizione del percorso

Le tre edizioni percorsi di autoimprenditorialità, come previsto dall'avviso, saranno strutturate in tre fasi.

La **prima fase** del percorso è caratterizzata da un'attività di tipo formativo e da un'attività di bilancio di competenze. L'attività formativa è volta a trasferire le conoscenze minime di base e gli strumenti da utilizzare per la definizione delle linee di intervento rispetto alle azioni degli attori locali, la promozione della sostenibilità ambientale dell'idea imprenditoriale, il ruolo e rischio d'impresa, le analisi delle fonti di finanziamento disponibili e accesso al credito.

Contestualmente è prevista un'attività di bilancio di competenze, da realizzarsi nel gruppo aula, che ha come obiettivo quello di far emergere le competenze personali di ciascuno. Tale attività consentirà di autovalutare la propria propensione imprenditoriale, di valutare le capacità comunicative, relazionali e di leadership, le capacità di programmazione e, in generale, far emergere i punti di forza e di debolezza di ciascuno. Questa parte del percorso è di fondamentale importanza per chi intende affrontare la difficile sfida di avviare una nuova iniziativa imprenditoriale, anche perché essa consentirà al gruppo classe di approfondire la conoscenza reciproca e potrebbe costituire l'occasione per la nascita di esperienze di tipo collaborativo all'interno del gruppo classe.

N.	TITOLO DELL' UNITÀ FORMATIVA	DURATA TOTALE (ORE)	CONTENUTI
1	Accoglienza	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caratteristiche e obiettivi del percorso;</li> <li>- Finalità, gli obiettivi formativi;</li> <li>- Il programma didattico e le relative metodologie;</li> <li>- Gli strumenti e i criteri di valutazione;</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concetti di base del FSE;</li> <li>- Il fabbisogno espresso dal territorio;</li> <li>- Autoimprenditorialità e contesto locale e nazionale;</li> </ul>
2	<b>Pari opportunità e non discriminazione</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concetto di pari opportunità e non discriminazione;</li> <li>- Le Direttive comunitarie e Nazionali;</li> <li>- Le modalità attraverso le quali si realizza la parità tra le persone;</li> </ul>
3	<b>Strumenti per la progettazione d'impresa</b>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'imprenditore;</li> <li>- L'idea imprenditoriale;</li> <li>- Il rischio d'impresa;</li> <li>- Gli elementi fondamentali per esercitare con successo l'attività imprenditoriale;</li> <li>- La normativa di riferimento;</li> <li>- Il capitale proprio e di terzi (fonti di finanziamento);</li> </ul>
4	<b>Elementi di contabilità</b>	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementi di contabilità;</li> <li>- I costi - La classificazione dei costi aziendali;</li> <li>- L'incidenza dei costi;</li> <li>- I centri di costo (l'imputazione dei costi);</li> <li>- Il preventivo (calcolo del prezzo remunerativo di vendita);</li> <li>- Gli obiettivi aziendali qualitativi e quantitativi;</li> <li>- Le operazioni di registrazione delle vendite;</li> <li>- Individuare le eventuali promozioni e sconti applicati ai prezzi</li> </ul>
5	<b>Elementi di Marketing</b>	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementi di marketing;</li> <li>- Le strategie di posizionamento del prodotto;</li> <li>- L'analisi dei competitor;</li> <li>- La dimensione dell'offerta;</li> <li>- La competitività;</li> <li>- Le caratteristiche della domanda;</li> </ul>
6	<b>Il mercato di riferimento</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caratteristiche del mercato di riferimento e del territorio;</li> <li>- Sostenibilità ed eco-compatibilità, prodotti e servizi nel settore ittico;</li> <li>- Contesto territoriale, vincoli e opportunità del territorio;</li> </ul>
7	<b>Sviluppo competenze personali e relazionali</b>	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementi motivazionali;</li> <li>- L'assunzione del rischio imprenditoriale;</li> <li>- La pianificazione e la gestione dei progetti in funzione degli obiettivi;</li> <li>- L'analisi dei propri punti di forza e debolezza, delle capacità comunicative personali e di relazione con i gruppi;</li> </ul>
	<b>Totale</b>	<b>60</b>	

**Nella seconda fase** del percorso, gli allievi, suddivisi in gruppi omogenei per tipologia di idea imprenditoriale, fruiranno di un'attività di natura consulenziale e preliminare all'avvio delle attività economiche. In questa fase di accompagnamento allo sviluppo del piano d'impresa, sotto la guida di un consulente associato a ciascun gruppo, i destinatari affronteranno le tematiche concernenti l'analisi del mercato di riferimento per il posizionamento del prodotto/servizio, l'analisi delle tecniche di marketing,





gli strumenti per la definizione e per l'analisi del bilancio economico e finanziario aziendale e per la creazione del valore aziendale. Particolare attenzione sarà rivolta alla capacità di analizzare il contesto socio-economico e il mercato di riferimento, al fine di promuovere la propria idea d'impresa per cogliere le opportunità di innovazione, con particolare riguardo alla scelta di prodotti o servizi, che siano coerenti e compatibili con il contesto territoriale di riferimento e con la salvaguardia ambientale.

**Nella terza fase**, l'attività di consulenza sarà svolta individualmente per ciascun aspirante imprenditore e porterà alla definizione della pianificazione economico-finanziaria e operativa per l'avvio dell'attività. Quest'ultima verrà pertanto scomposta e analizzata nel dettaglio e verrà fornita dal consulente incaricato l'assistenza tecnica necessaria al fine di definire la compagine aziendale e ragione sociale, la tipologia di attività e il settore di riferimento, il posizionamento nel mercato, le strategie di marketing, le fonti di finanziamento, i costi e i ricavi, i margini di profitto e il piano finanziario. Verranno dunque individuati nel dettaglio gli adempimenti amministrativi, contabili e fiscali e la loro cadenza temporale, ricostruendo nel dettaglio un cronoprogramma operativo, indispensabile per la programmazione delle attività. Il lavoro svolto si concretizzerà nella predisposizione del business plan e del piano operativo che rappresentano gli strumenti necessari per ottenere l'accesso al credito e per governare l'attività d'impresa.

## Le attività realizzate

### **1° AVVISO DI SELEZIONE**

Edizione 1 Dal 8 gennaio al 8 febbraio 2019

Edizione 2 Dal 15 marzo al 15 aprile 2019

Edizione 3 Dal 16 settembre al 16 ottobre 2019

### **2° AVVISO DI SELEZIONE**

Edizione 2 ed Edizione 3 22/07/2019 al 16/09/2019

### **3° AVVISO DI SELEZIONE**

Edizione 2 ed Edizione 3 18/01/2021 al 10/02/2021





#### **4° AVVISO DI SELEZIONE**

Edizione 2 ed Edizione 3 08/03/2021 al 27/03/2021

#### **5° AVVISO DI SELEZIONE**

Edizione 2 ed Edizione 3 01/09/2021 al 01/10/2021

## **I percorsi**

### **Edizione n. 1 – N. 150 ore**

**Attività formativa avviata il 01/10/2019 e conclusa il 04/11/2020**

N. allievi inizio corso: 20 N. allievi a fine corso: 7

**Fase 1** n. 60 ore d'aula – Attività avviata il 01/10/2019 e conclusa il 13/11/2019

**Fase 2** n. 30 ore di consulenza in gruppi (2 allievi e 5 gruppi)

Attività avviata il 20/01/2020 e conclusa il 03/11/2020. Sono state erogate complessivamente 150 ore di consulenza.

**Fase 3** N. 60 ore di consulenza individuale

Attività avviata il 07/07/2020 e conclusa il 04/11/2020. Sono state erogate complessivamente 420 ore di consulenza.

Le edizioni n. 2 e 3 non sono state avviate.



## CONSIDERAZIONI

L'edizione n. 1 è stata avviata in data 1 ottobre 2019, le attività di formazione d'aula si sono concluse nel mese successivo e a gennaio 2020 e per tutto febbraio si sono svolte le attività consulenziali di gruppo. A seguito dell'emergenza sanitaria legata al COVID-19, nel mese di marzo 2020 sono state sospese tutte le attività formative. Le attività consulenziali di gruppo e individuali sono riprese nel mese di luglio, l'attività è proseguita a settembre e nei mesi successivi e si è conclusa il 4 novembre 2020.

Gli Avvisi di selezione dell'edizione n. 2 e n. 3 non hanno riscosso il successo della precedente edizione, nonostante sia stato pubblicato l'Avviso a luglio e settembre 2019.

Come conseguenza di tale risultato il RT (Raggruppamento Temporaneo) aveva analizzato le cause per le quali la riapertura delle iscrizioni non aveva raggiunto l'obiettivo previsto. Dall'analisi era emerso un ostacolo rappresentato dai requisiti di esperienza quinquennale richiesti per coloro che non erano in possesso del diploma, che di fatto rendevano difficoltoso l'accesso ai corsi. Tuttavia, come rilevato successivamente, l'esperienza nel settore posseduta dai figli dei pescatori, frequentemente acquisita in ambito familiare senza formalizzazioni contrattuali, non risultava rilevabile nelle schede anagrafiche rilasciate dai Centri per l'Impiego. Tale impedimento aveva reso impossibile valutare il requisito di esperienza richiesto e conseguentemente aveva comportato l'esclusione automatica di questi aspiranti imprenditori. Valutate positivamente le motivazioni addotte dal RT, l'Assessorato, con Determinazione n.704 con Prot. n. 9784 del 05/03/2020, aveva autorizzato l'adozione di una procedura di selezione mirata alla verifica dell'esperienza acquisita informalmente dagli aspiranti partecipanti ed autorizzato il RT alla pubblicazione di nuovi Avvisi.

L'emergenza sanitaria esplosa proprio nel mese di marzo 2020 e le condizioni ostative che sono perdurate nei mesi successivi hanno impedito la pubblicazione prevista dell'Avviso. Il RT a seguito di tali impedimenti e considerando l'impegno nelle attività di pesca dei potenziali destinatari nel periodo estivo e in quello immediatamente successivo e, in considerazione dell'aggravarsi della crisi economica del settore, ha valutato di pubblicare gli Avvisi nella prima decade del mese di ottobre 2020.

Il prolungarsi dell'emergenza covid-19 con la seconda ondata ha di fatto impedito tale scelta. Il RT ha ripubblicato gli avvisi di selezione delle due edizioni nel mese di gennaio 2021 e ha ricevuto n. 6 domande di iscrizione. Dalle interlocuzioni avute con i potenziali allievi nel periodo di vigenza dell'Avviso è emersa una forte preoccupazione legata al protrarsi dell'emergenza sanitaria che ha



creato forti preoccupazioni sulla reale possibilità di realizzarsi professionalmente, in un periodo così difficile, in percorsi formativi che promuovono l'autoimpiego.

La prolungata chiusura delle attività economiche imposta dal governo, in particolar modo per le attività legate direttamente o indirettamente al settore turistico, ha indotto i potenziali destinatari a posticipare i tempi di realizzazione di nuove attività imprenditoriali.

Dall'analisi è emerso inoltre che nei primi mesi del 2021 la sovrabbondanza di proposte formative presenti contemporaneamente nel medesimo bacino territoriale ha di fatto creato una dispersione delle domande di partecipazione per questa tipologia di percorsi. La concomitanza di questi due fattori ha reso molto difficoltosa la fase di intercettazione del target di riferimento della proposta progettuale. L'ultimo avviso di selezione delle edizioni n. 2 e 3 è stato riproposto il 1 settembre 2021, ipotizzando che il graduale riavvio delle attività economiche ad opera della campagna di somministrazione vaccinale potesse aprire nuove prospettive sui percorsi formativi destinati all'autoimpiego.

Dai contatti intercorsi con i destinatari che ci hanno contattato per richiedere informazioni è emerso che questi ultimi erano impegnati per tutto il mese di settembre e alcuni per tutto il mese di ottobre in attività lavorative stagionali. L'avviso pertanto non ha trovato l'adeguata visibilità nel periodo di vigenza.

Dall'analisi dell'esperienza vissuta emergono sicuramente alcuni elementi da prendere in considerazione per una eventuale riproposizione di percorsi destinati allo start-up d'impresa:

- I percorsi dovrebbero essere sempre accompagnati da misure di finanziamento destinate all'avvio di nuove attività imprenditoriali;
- I potenziali imprenditori spesso non risultano disoccupati (dovrebbe essere prevista la possibilità di partecipazione anche per chi è occupato e detiene un reddito di fascia bassa);
- Una parte cospicua di potenziali imprenditori non soddisfa i requisiti minimi legati al titolo di studio (possessione del diploma);
- La definizione del periodo di vigenza dell'avviso di selezione e del periodo di realizzazione delle attività didattiche è particolarmente importante in quanto una parte considerevole dei destinatari potenziali è spesso impegnato in attività lavorative stagionali;

Selargius, 27 dicembre 2021

