



*RELAZIONE SULLE ATTIVITA' DELLE CAMERE
DI COMMERCIO DEL PIEMONTE
ANNO 2014*

(Redatta ai sensi dell'art. 5bis L. 580/93)

La rete delle Camere di commercio in Piemonte

Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Alessandria

Sede principale

Via Vochieri, 58 – 15121 ALESSANDRIA

Tel. 0131.3131 Fax 0131.43186

Web site: www.al.camcom.gov.it



Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Asti

Sede principale

Piazza Medici, 8 – 14100 ASTI

Tel. 0141.535211 Fax 0141.535200

Web site: www.at.camcom.gov.it



Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Biella

Sede principale

Via Aldo Moro, 15 – 13900 BIELLA

Tel. 015.3599311 Fax 015.3599370

Web site: www.bi.camcom.gov.it



Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Cuneo

Sede principale

Via Emanuele Filiberto, 3 – 12100 CUNEO

Tel. 0171.318711 Fax 0171.696581

Web site: www.cn.camcom.gov.it



Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Novara

Sede principale

Via degli Avogadro, 4 – 28100 NOVARA

Tel. 0321.338211 Fax 0321.338338

Web site: www.no.camcom.gov.it



Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Torino

Sede principale

Via Carlo Alberto, 16 – 10123 TORINO

Tel. 011.57161 Fax 011.5716516

Web site: www.to.camcom.it



Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura del Verbano Cusio Ossola

Sede principale

Strada del Sempione, 4 – 28831 BAVENO (VB)

Tel. 0323.912811 Fax 0323.922054

Web site: www.vb.camcom.it



Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Vercelli

Sede principale

Piazza Risorgimento, 12 – 13100 VERCELLI

Tel. 0161.5981 Fax 0161.598265

Web site: www.vc.camcom.it



Unioncamere Piemonte

Sede principale

Via Cavour, 17 – 10123 TORINO

Tel. 011.5669201 Fax 011.5119144

Web site: www.pie.camcom.it



1. II "consolidamento" dei Bilanci delle 8 Camere di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura della regione Piemonte

1.1 – Conto economico 2014

	Totale CCIAA Piemonte
Proventi correnti	
Diritto annuale	86.511.196,79
Diritti di segreteria	17.805.225,96
Contributi trasferimenti e altre entrate	5.879.212,60
Proventi da gestione di beni e servizi	1.281.485,90
Variazione delle rimanenze	24.464,91
Totale Proventi correnti	111.501.586,16
Oneri correnti	
Personale	28.872.050,68
<i>competenze al personale</i>	<i>21.644.892,17</i>
<i>oneri sociali</i>	<i>5.187.361,46</i>
<i>accantonamenti al T.F.R.</i>	<i>1.544.555,43</i>
<i>altri costi</i>	<i>495.241,62</i>
Funzionamento	33.402.154,50
<i>prestazioni servizi</i>	<i>13.480.231,33</i>
<i>godimento di beni di terzi</i>	<i>487.650,30</i>
<i>oneri diversi di gestione</i>	<i>9.575.824,12</i>
<i>quote associative</i>	<i>8.401.958,63</i>
<i>organi istituzionali</i>	<i>1.456.490,12</i>
Interventi economici	30.817.741,25
Ammortamenti e accantonamenti	31.314.809,28
<i>immob. Immateriali</i>	<i>323.517,69</i>
<i>immob. Materiali</i>	<i>2.831.220,87</i>
<i>svalutazione crediti</i>	<i>23.568.707,29</i>
<i>fondi rischi e oneri</i>	<i>4.591.363,43</i>
Totale oneri correnti	124.406.755,71
Risultato gestione corrente	- 12.905.169,55
Proventi finanziari	1.415.919,65
Oneri finanziari	79.470,38
Risultato gestione finanziaria	1.336.449,27
Proventi straordinari	13.830.635,38
Oneri straordinari	4.019.230,31
Risultato gestione straordinaria	9.811.405,07
Rivalutazioni attivo patrimoniale	92.049,50
Svalutazioni attivo patrimoniale	620.451,21
Differenza rettifiche attività finanziaria	- 528.401,71
Disavanzo/Avanzo economico esercizio	- 2.285.716,92

Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

1.2 - Stato patrimoniale 2014

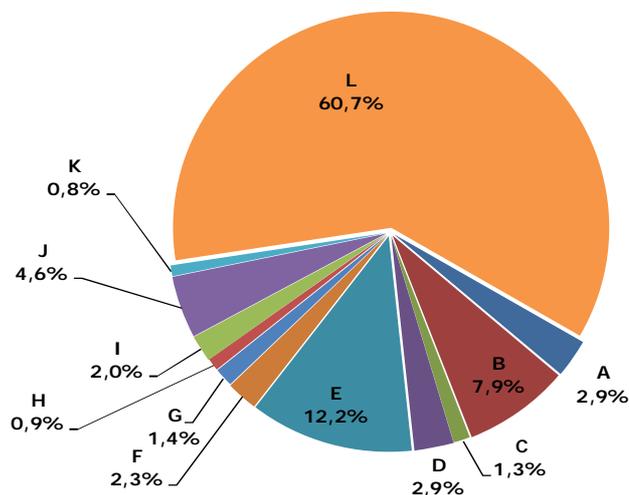
	Totale CCIAA Piemonte
Attivo	
Totale Immobilizzazioni Immateriali	1.316.012,13
Totale Immobilizzazioni Materiali	66.682.406,77
Totale Immobilizzazioni Finanziarie	138.107.705,74
Totale Immobilizzazioni	206.106.124,64
Totale rimanenze	776.955,71
Totale crediti di funzionamento	39.349.808,36
Totale disponibilità liquide	50.613.882,29
Totale attivo circolante	90.740.646,36
Totale Ratei e risconti attivi	272.895,94
Totale Attivo	297.119.666,94
Conti d'ordine	35.520.290,66
Totale generale attività	332.639.957,60
Passivo	
Totale Patrimonio netto	199.343.539,45
Totale debiti di finanziamento	1.726.242,45
Totale Fondo trattamento fine rapporto	30.862.703,67
Totale debiti di funzionamento	49.725.415,09
Totale fondi per rischi e oneri	14.447.673,22
Totale Ratei e risconti passivi	1.014.093,06
Totale Passivo	97.776.127,49
Totale Passivo e patrimonio netto	297.119.666,94
Conti d'ordine	35.520.290,66
Totale generale passività	332.639.957,60

Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

2. Le iniziative promozionali del 2014

2.1 - Spesa promozionale per settore economico d'impatto

Spesa promozionale complessiva: 30.817.741,25 euro



Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

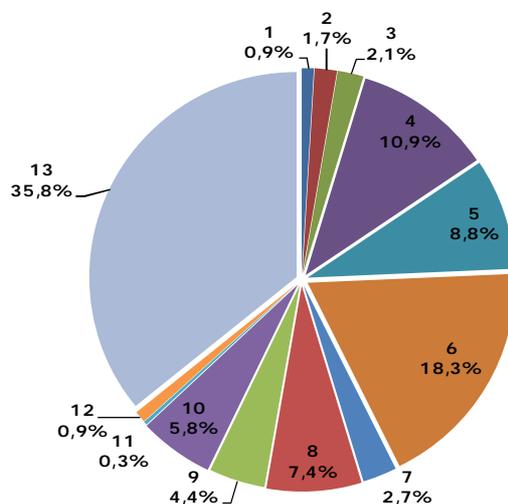
Settori economici di impatto

Industria	A
Agroalimentare	B
Commercio	C
Artigianato	D
Turismo	E
Arte e cultura	F
Servizi e terziario	G
Consumatori	H
Trasporti e Logistica	I
Credito e finanza	J
Cooperative	K
Multisetoriale	L

Nel 2014 la **spesa promozionale** complessivamente sostenuta dalle otto Camere di commercio piemontesi ammonta a **30.817.741,25 euro**. Oltre la metà delle risorse stanziata è diretta a iniziative promozionali **multisetoriali**, a dimostrazione della trasversalità degli impegni e delle attività degli enti camerale. Il **12,2%** delle risorse è stato destinato al comparto del **turismo**; seguono l'**agroalimentare** e il settore **credito e finanza**, rispettivamente con il 7,9% e il 4,6% dell'impegno finanziario complessivamente sostenuto dalle Camere di commercio piemontesi.

2.2 - Spesa promozionale per tipologia di iniziativa

Spesa promozionale complessiva: 30.817.741,25 euro



Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

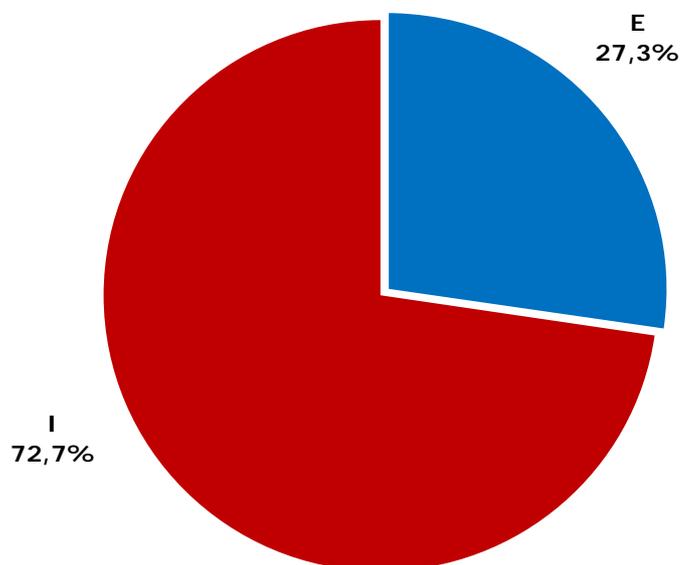
Tipologia di iniziativa

Borse di studio	1
Formazione imprenditoriale	2
Formazione scuole-università	3
Iniziative di informazione e assistenza alle imprese o ai consumatori	4
Interventi consulenze specialistiche imprese	5
Saloni, mostre, fiere, sagre, manifestazioni, missioni all'estero e accoglienza delegazioni	6
Studi e ricerche, pubblicazioni	7
Partecipazioni in enti e società congiuntamente ad altri enti pubblici o privati locali	8
Ict, web e portale	9
Interventi per favorire l'accesso al credito delle PMI	10
Supporto alle imprese nell'acquisizione di beni d'investimento	11
Supporto alle imprese per interventi in ambito occupazionale e formativo	12
Altro	13

Sono molteplici le tipologie d'intervento promozionale utilizzate nel 2014 dalle CCIAA piemontesi: a seconda dell'obiettivo che si vuole perseguire, del settore e del territorio, gli enti camerali hanno realizzato, infatti, azioni specifiche. Tra gli strumenti di promozione maggiormente utilizzati si segnalano **saloni, mostre, fiere, sagre, manifestazioni, missioni all'estero e accoglienza delegazioni** (18,3% delle risorse); seguono le **iniziative di informazione e assistenza alle imprese o ai consumatori** e le **partecipazioni in enti e società congiuntamente ad altri enti pubblici o privati locali**.

2.3 - Spesa promozionale per area di intervento

Spesa promozionale complessiva: 30.817.741,25 euro



Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

Area di intervento

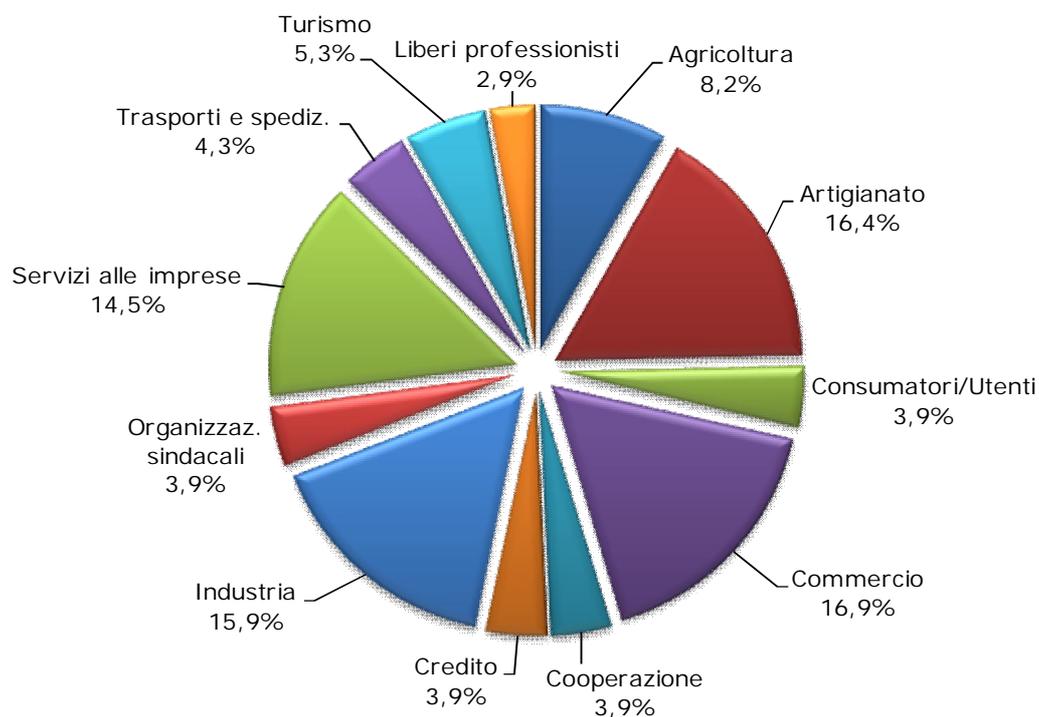
Interno	I
Estero/Internazionalizzazione	E

Il **72,7%** delle risorse stanziare dalle Camere di commercio piemontesi per iniziative promozionali è destinato ai **mercati nazionali**, a fronte del **27,3%** diretto a interventi rivolti all'**estero**.

3. Gli organi

I **consiglieri** che compongono i consigli delle **Camere di commercio del Piemonte** ammontano complessivamente a **207**: il **16,9%** appartiene al settore del **commercio**, il **16,4%** a quello dell'**artigianato** e il **15,9%** al comparto dell'**industria**. La quota di rappresentanza femminile negli organi direttivi è pari al 25,6%, in crescita rispetto al 16,3% del 2013.

3.1 - La presenza dei settori economici nei consigli camerale



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

4. L'organizzazione delle CCIAA del Piemonte

Il sistema camerale piemontese conta, oltre alle rispettive sedi principali, **13 sedi distaccate** e le seguenti strutture, gestite direttamente: **6** strutture dedicate al **servizio prezzi**, **5 camere arbitrali**, **3 sale contrattazione**, **3 strutture congressuali**, **5 camere di conciliazione**, **2 laboratori metrologici**, **1 borsa merci**, **1 laboratorio chimico–merceologico** e **1 borsa immobiliare**. Un numero esiguo di strutture istituzionali è, invece, gestito dalle 8 Aziende Speciali del sistema camerale piemontese.

4.1 - Le strutture istituzionali delle CCIAA piemontesi

Strutture	Strutture gestite da CCIAA	Strutture gestite da Azienda Speciale
Borsa merci	1	1
Sala contrattazione	3	0
Camera arbitrale	5	0
Laboratorio chimico-merceologico	1	1
Strutture congressuali	3	1
Camera di conciliazione	5	0
Laboratorio metrologico	2	1
Borsa immobiliare	1	0
Servizio prezzi	6	0
Altro	1	0

Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

5. Il personale delle CCI AA del Piemonte

Al 31 dicembre 2014, la dotazione organica complessiva delle otto Camere di commercio piemontesi è pari a **824 unità**, di cui **686** assunte **a tempo indeterminato** (il **74,1%** è di **sexso femminile**), e **14 unità a tempo determinato** (escluso il Segretario Generale). Le restanti unità sono assunte con altre tipologie contrattuali di lavoro flessibile.

Durante l'anno 2014, il numero delle **cessazioni** del rapporto di lavoro avvenute nelle otto Camere di commercio del Piemonte ammonta a **14**, mentre quello riferito agli **accessi** è pari a **9**.

Corrisponde a **253** il numero dei **laureati** che compongono l'organico delle CCI AA piemontesi.

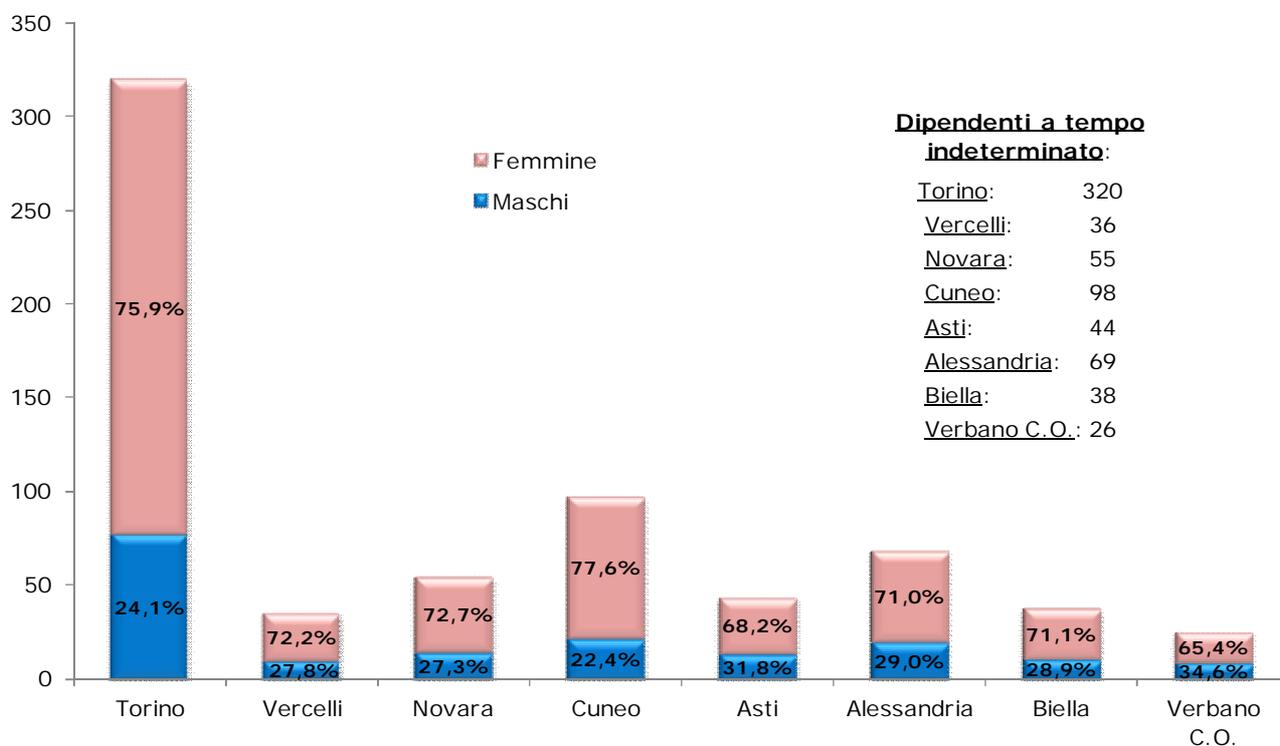
Nell'anno 2014, a supporto della formazione del personale sono stati attivati **233 corsi formativi**, per un totale di 8.105 ore di formazione. Tali corsi si sono prevalentemente incentrati su temi inerenti l'ambito tecnico-specialistico (42,5%) e l'area giuridica e normativa generale (33,5%).

5.1 - Il personale in servizio presso le CCI AA

Personale a tempo indeterminato	686
Dotazione organica complessiva	824

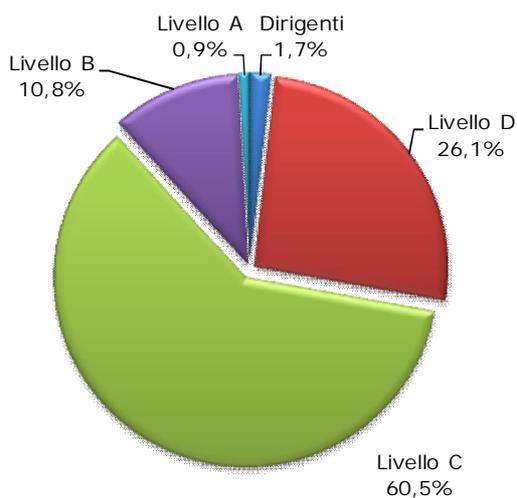
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

5.2 - Personale in servizio a tempo indeterminato per CCIAA e sesso



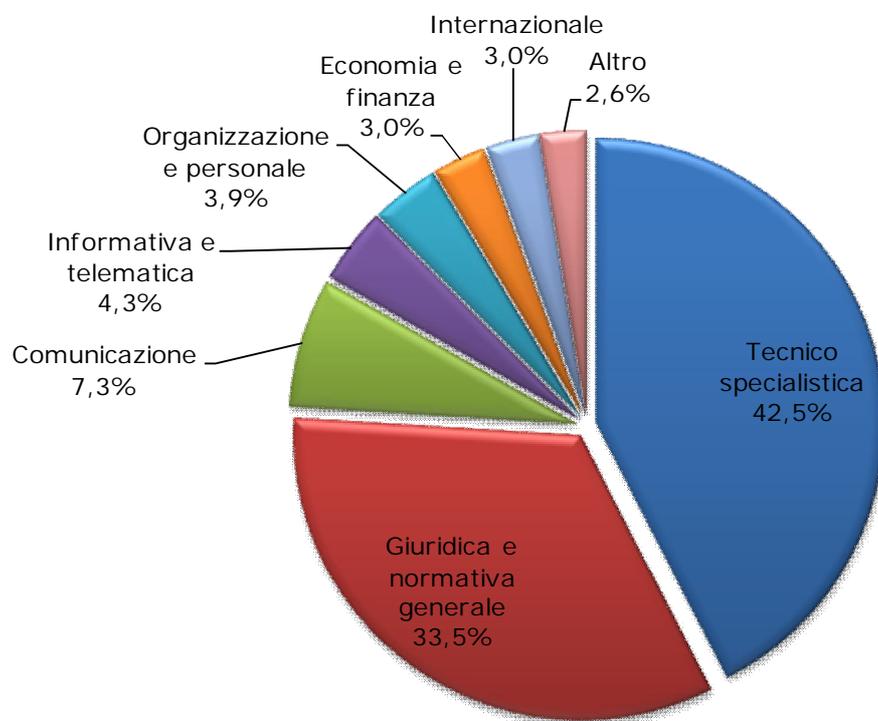
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

5.3 - Personale in servizio a tempo indeterminato per categoria



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

5.4 - Corsi formativi per area tematica



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

6. Semplificazione amministrativa, e-Government, Comunicazione

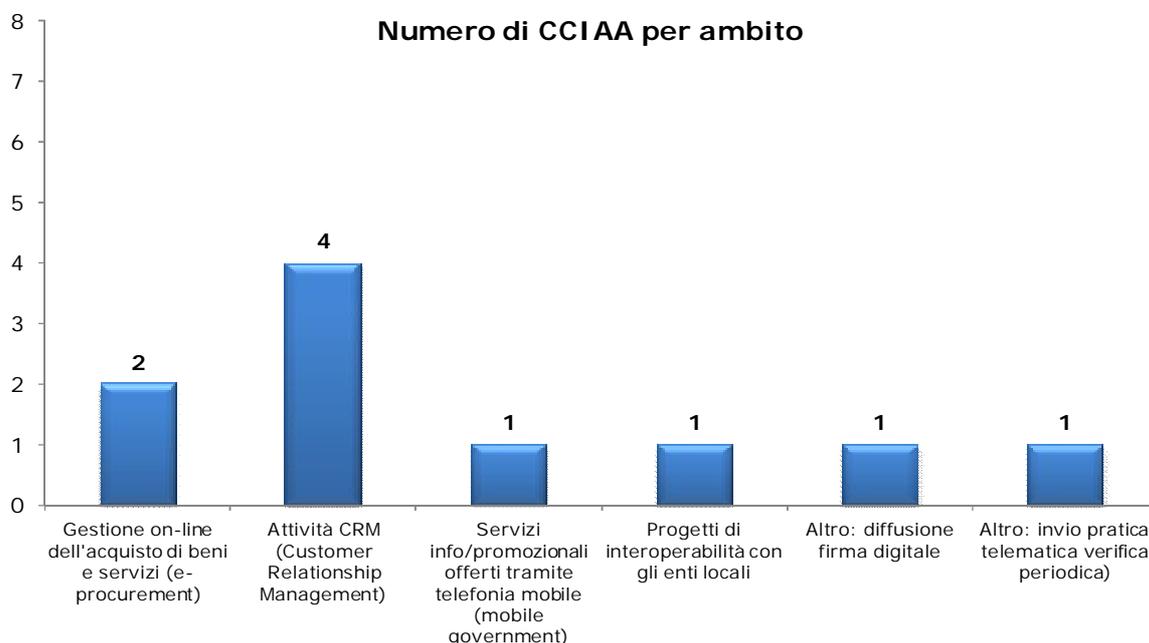
Tutte le otto **Camere di commercio piemontesi** hanno svolto **attività in tema di semplificazione amministrativa ed e-Government** (sette delle quali direttamente e interamente, una avvalendosi anche del supporto di una propria Azienda speciale e/o dell'Unione regionale).

La crescente sensibilità del sistema camerale piemontese al tema dell'informatizzazione è testimoniata dal progressivo aumento delle CCIAA che realizzano e/o avviano progetti di e-Government: nel **2014** il numero di Camere di commercio che ha svolto attività in questo ambito è salito a **5** (4 nel 2013). Quattro **realità camerali** hanno promosso **attività di CRM** (Customer Relationship Management), **2** attività inerenti alla **gestione online dell'acquisto di beni e servizi** (e-procurement), una struttura ha realizzato attività nell'ambito del mobile government (servizi info/promozionali offerti tramite telefonia mobile), una in quella dei progetti di interoperabilità con gli enti locali, una nella diffusione della firma digitale e una nell'invio della pratica telematica di verifica periodica (Eurekaweb).

Sette Camere di commercio su otto utilizzano **strumenti di comunicazione**. **Gli strumenti di comunicazione** maggiormente adottati dalle CCIAA piemontesi sono i **comunicati stampa** e le **conferenze stampa (utilizzati da tutte e sette le CCIAA)**, seguono la rassegna stampa per il personale interno e gli spazi pubblicitari su riviste e quotidiani. Tre realtà camerali utilizzano, inoltre, strumenti di comunicazione WEB 2.0, in primo luogo Twitter e Facebook.

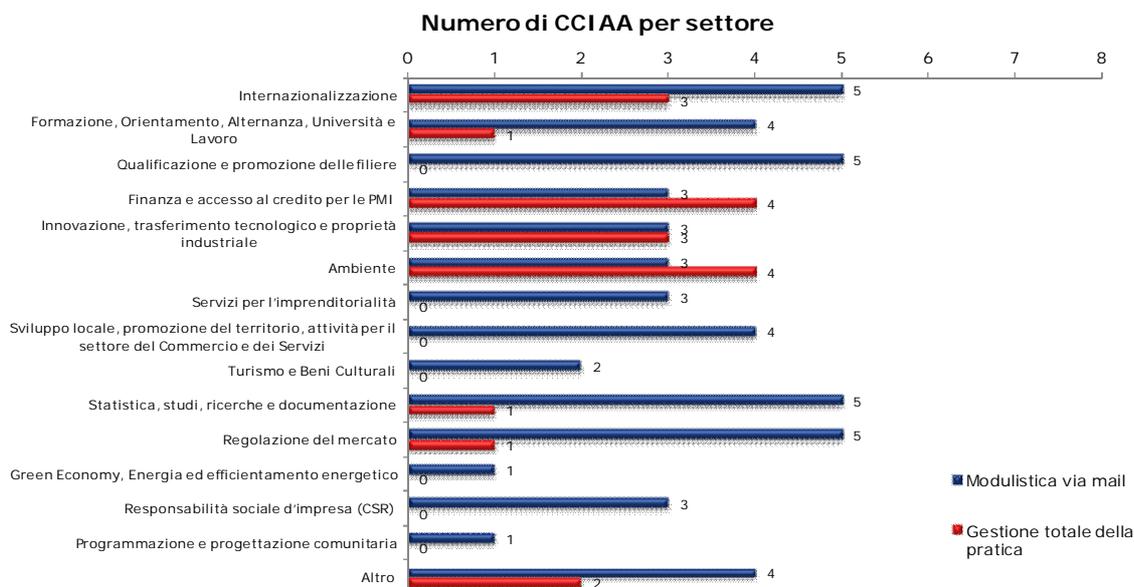
Tra le altre attività in tema di comunicazione si segnala come 6 Camere di commercio redigano una newsletter sui temi camerali e 4 abbiano aperto un canale su YouTube. Sono solo tre, infine, le realtà che conducono presso i propri utenti indagini sul gradimento dei servizi offerti.

6.1 - Progetti di e-government: numero di CCAA per tipologia di progetto



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

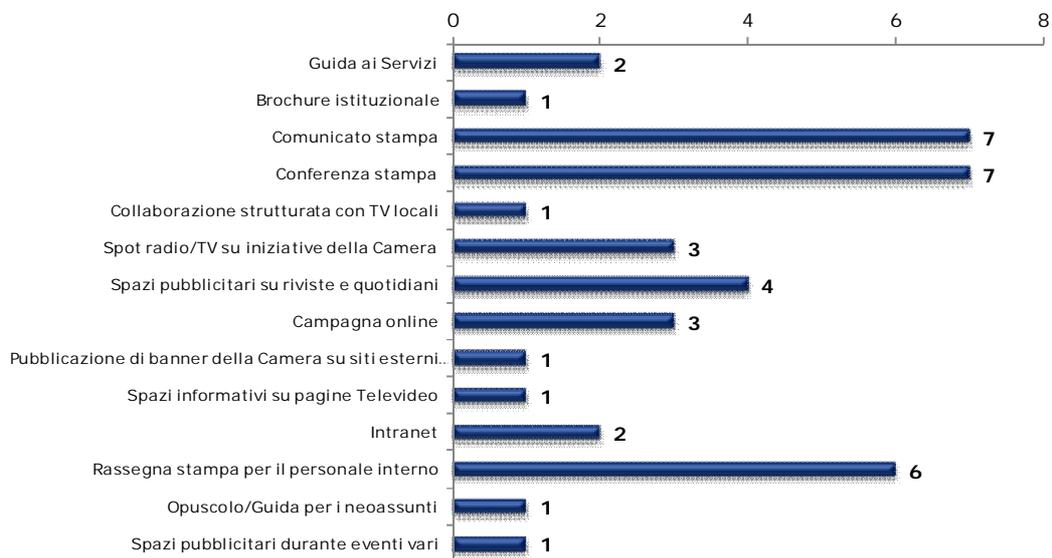
6.2 - Camere di commercio in cui è possibile inviare la modulistica compilata via mail e gestire la pratica dalla compilazione al pagamento (laddove previsto) per settore di attività



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

6.3 - Gli strumenti di comunicazione utilizzati dalle CCIAA

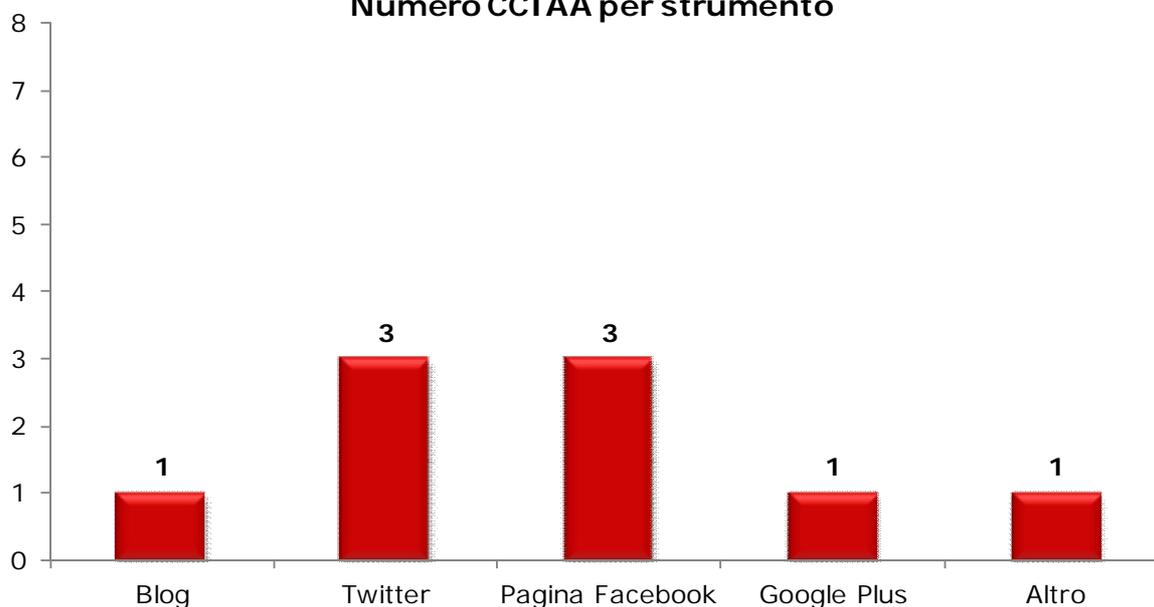
Numero di CCIAA per tipologia di strumento



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

6.4 - Strumenti di comunicazione WEB 2.0 utilizzati dalle CCIAA

Numero CCIAA per strumento



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

7. Internazionalizzazione

Nel corso del 2014 tutte le **8 CCIAA piemontesi hanno svolto attività relative all'internazionalizzazione**, di cui 6 anche con il supporto di una propria Azienda speciale o dell'Unione regionale, 2 delegando funzionalmente il proprio Centro estero ovvero l'Agenzia regionale per l'internazionalizzazione.

Il sistema camerale piemontese ha promosso la realizzazione di numerose iniziative a sostegno dell'internazionalizzazione, tra le quali si segnalano l'organizzazione di workshop formativi degli operatori e seminari (159 iniziative per 3.156 partecipanti), la partecipazione a fiere ed eventi in altri Paesi dell'Unione europea (92 iniziative per 560 partecipanti) e il ricevimento di delegazioni extra-Ue in Italia (81 iniziative, 1.553 partecipanti e 2.715 B2B realizzati).

Sette Camere di commercio possiedono uno **sportello per l'internazionalizzazione**, per un **numero totale di accessi pari**, nel 2014, a **2.785**.

La **filiera agroalimentare** rappresenta il principale comparto di appartenenza degli utenti/aziende interessati alle attività intraprese dalle CCIAA piemontesi a sostegno dell'internazionalizzazione, seguita da quelle delle costruzioni e della meccanica.

Sette delle otto realtà camerali hanno utilizzato **World Pass**, la rete degli sportelli fisica e virtuale attiva presso le 105 Camere di commercio, come strumento d'informazione sul tema dell'internazionalizzazione.

7.1 – Le iniziative per la promozione dell'internazionalizzazione

Attività promozionali	Iniziative	Impr. partecipanti	B2B realizzati
Partecipazione a fiere ed eventi all'estero (EU)	92	560	-
Partecipazione a fiere ed eventi all'estero (extra EU)	78	496	-
Organizzazione di missioni comm.li con operatori all'estero (UE)	9	49	550
Organizzazione di missioni comm.li con operatori all'estero (extra UE)	44	159	-
Ricevimento delegazioni estere in Italia (UE)	48	654	821
Ricevimento delegazioni estere in Italia (extra UE)	81	1.553	2.715
Iniziative di promozione per investimenti diretti	1	-	-
Iniziative di promozione per accordi di distribuzione e collaborazione commerciale	49	-	-
Workshop formativi degli operatori, seminari, country presentation, tavole rotonde, etc.	159	3.156	-

Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

7.2 – Le iniziative per attività formative organizzate dalle CCI AA per le imprese del territorio

Attività formative per le imprese del territorio	Iniziative	Partecipanti
Formazione di base sugli scambi con l'estero	10	400
Seminari e/o convegni	40	1.277
Corsi di specializzazione	9	88

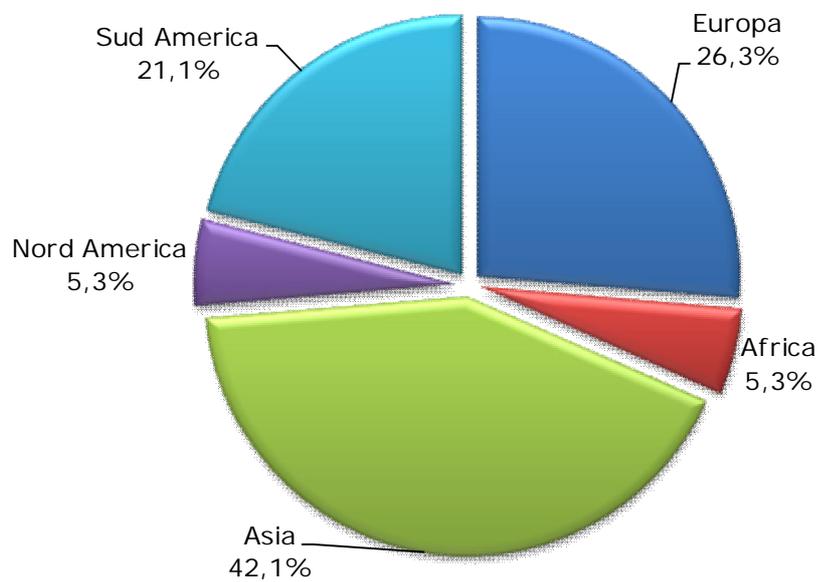
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

7.3 - Consulenze erogate dalle CCI AA secondo le principali tematiche

Attività di consulenza	Consulenze	Imprese raggiunte
Orientamento/informazione	915	1.175
Stesura dei contratti	11	11
Aspetti finanziari e assicurativi	31	31
Aspetti fiscali	145	554
Dogane e trasporti	434	877
Partecipazione a gare d'appalto	11	11
Partecipazione a progetti comunitari	89	89
Assistenza ad iniziative imprenditoriali di investimento produttivo diretto	21	21
Implementazione dell'utilizzo del commercio elettronico	1	411
Tutela del made in Italy e della proprietà intellettuale	4	4
Ricerca partner	121	126
Partecipazione a finanziamenti internazionali, comunitari, nazionali e regionali	85	437
Etichettatura	121	210

Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

7.4 - Antenne e desk all'estero gestiti direttamente dalle CCAA



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

8. Formazione, Orientamento, Alternanza, Università e Lavoro

Anche nel 2014 **tutte le Camere di commercio del Piemonte hanno promosso attività e servizi finalizzati alla formazione, all'orientamento, all'alternanza scuola/lavoro, all'Università e al lavoro**; tre realtà hanno realizzato tali attività direttamente, cinque avvalendosi anche del supporto di una propria azienda speciale e/o dell'Unione regionale.

L'attività delle istituzioni camerali si è rivolta in particolar modo alle iniziative di informazione e orientamento formativo e lavorativo e alla collaborazione con le Università.

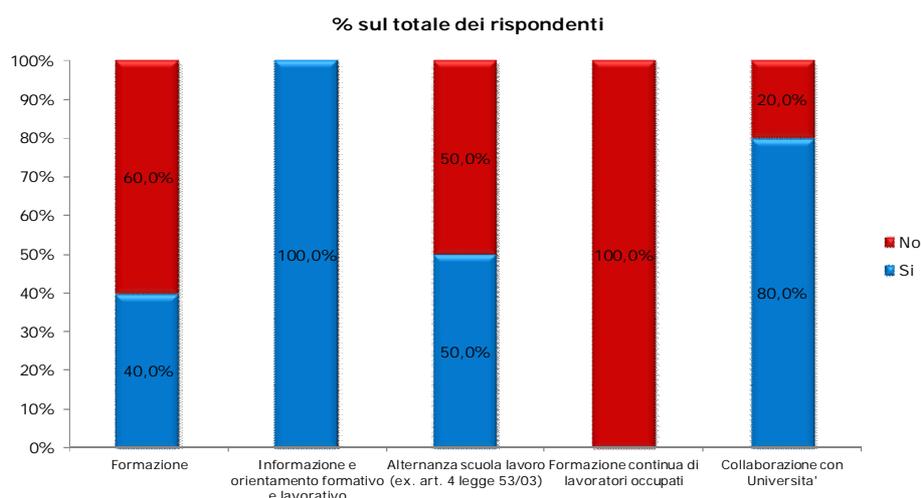
Nel corso del 2014 le CCIAA piemontesi hanno organizzato complessivamente 164 corsi/seminari informativi, che hanno registrato la partecipazione di 9.361 utenti. La maggior parte dei fruitori è rappresentata da studenti delle scuole superiori (86,5%), seguiti dagli aspiranti neo-imprenditori (7,5%).

Sul fronte dei servizi e delle attività di informazione e orientamento formativo e lavorativo, le iniziative camerali hanno visto la partecipazione di 848 utenti, anche in questa circostanza per lo più studenti di scuole superiori (37,3%).

Le iniziative intraprese nell'ambito dei servizi per l'alternanza scuola lavoro hanno visto il coinvolgimento di 13 istituti scolastici, 74 studenti collocati in stage/tirocinio aziendale presso 24 soggetti ospitanti.

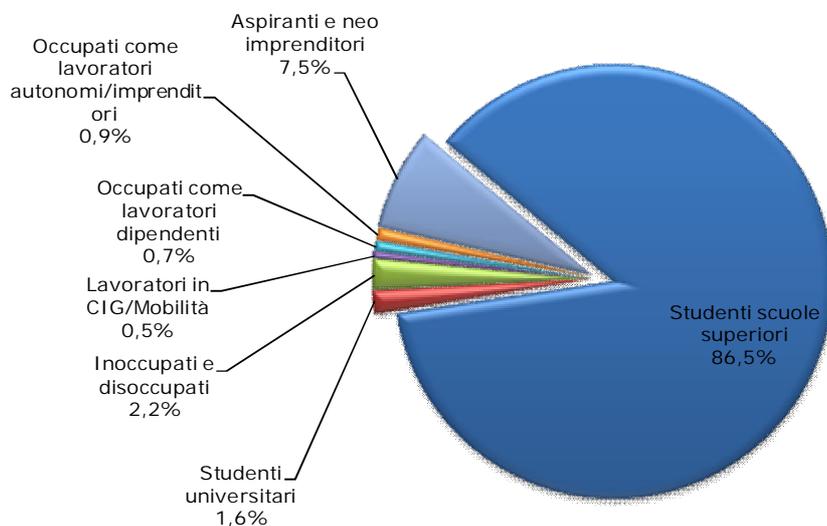
La collaborazione tra sistema camerale piemontese e Università si è, infine, tradotta nell'erogazione di contributi (finanziamenti o servizi) per iniziative specifiche e nella partecipazione con altri organismi pubblici e privati a consorzi, fondazioni o società di appoggio o sostegno all'Università.

8.1 - Camere di Commercio che hanno realizzato servizi/attività in materia di orientamento, alternanza, università e lavoro



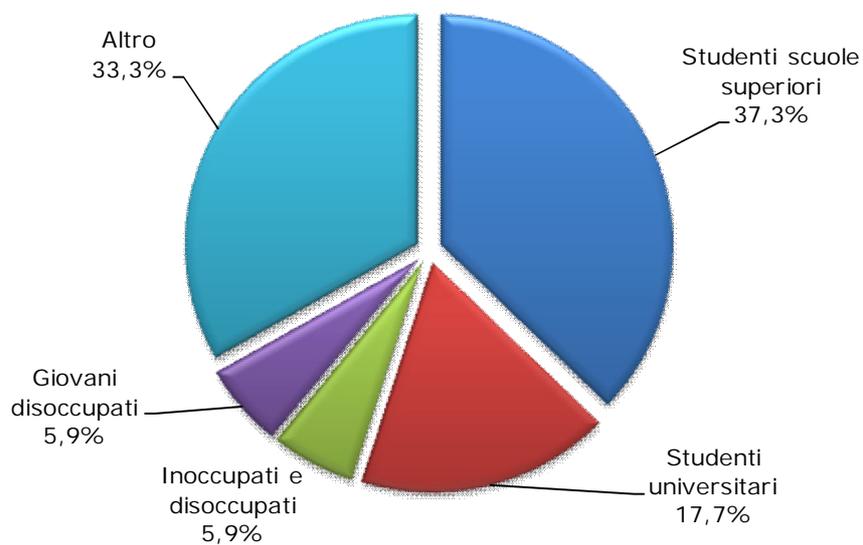
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

8.2 - Utenti dei corsi/seminari formativi organizzati dalle CCI AA per tipologia



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

8.3 - Utenti dei servizi/attività di informazione e orientamento per tipologia



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

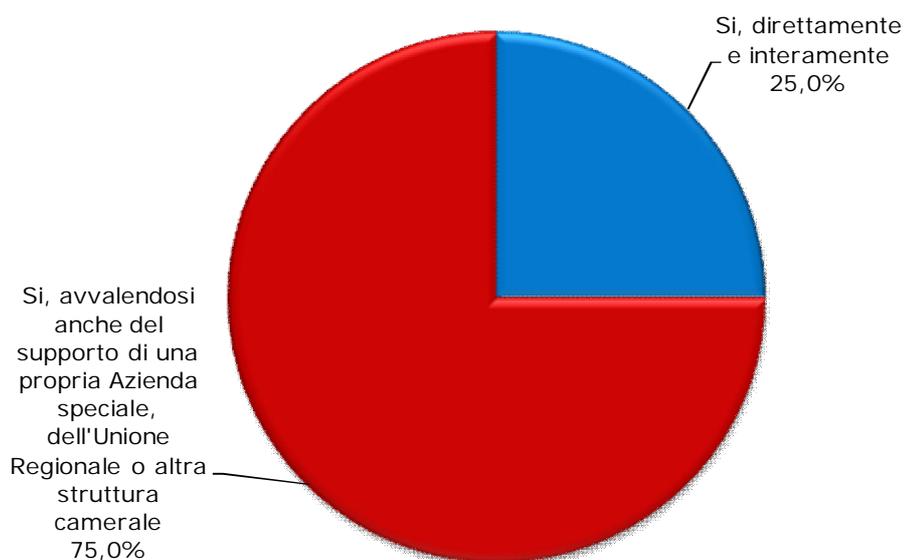
9. Qualificazione e promozione delle filiere

Un tema particolarmente rilevante per il sistema camerale piemontese è quello concernente la **qualificazione e promozione delle filiere**. Tutte le Camere di commercio sono, infatti, attive in tale ambito: 2 svolgono questo tipo di attività autonomamente, 6 in collaborazione con un'Azienda Speciale, l'Unione Regionale o altra struttura camerale.

Tutti gli enti camerali piemontesi **svolgono attività di valorizzazione e promozione della filiera agroalimentare**; seguono la filiera dell'artigianato tradizionale (3 CCIAA coinvolte) e quelle del tessile, abbigliamento e calzature e dell'oro che contano, ciascuna, 1 Camera di commercio impegnata in tali attività.

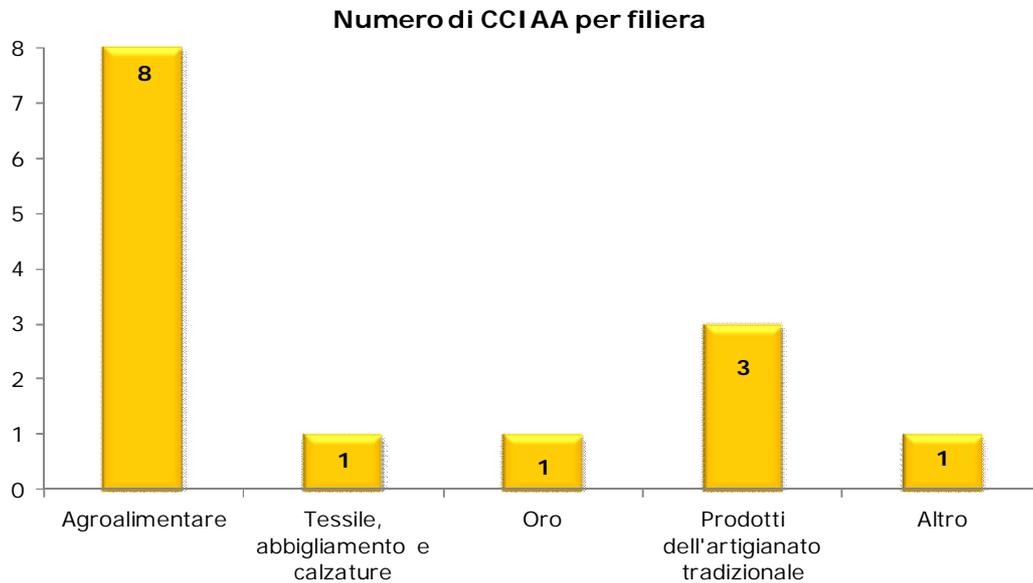
Uno dei principali ambiti di azione del sistema camerale è la promozione delle produzioni locali: l'iniziativa più sfruttata in tal senso è quella fieristico/espositiva (in particolar modo la partecipazione a fiere e mostre fuori provincia), cui segue la realizzazione di campagne informative e pubblicitarie.

9.1 - Camere di commercio che svolgono attività di valorizzazione e promozione delle filiere



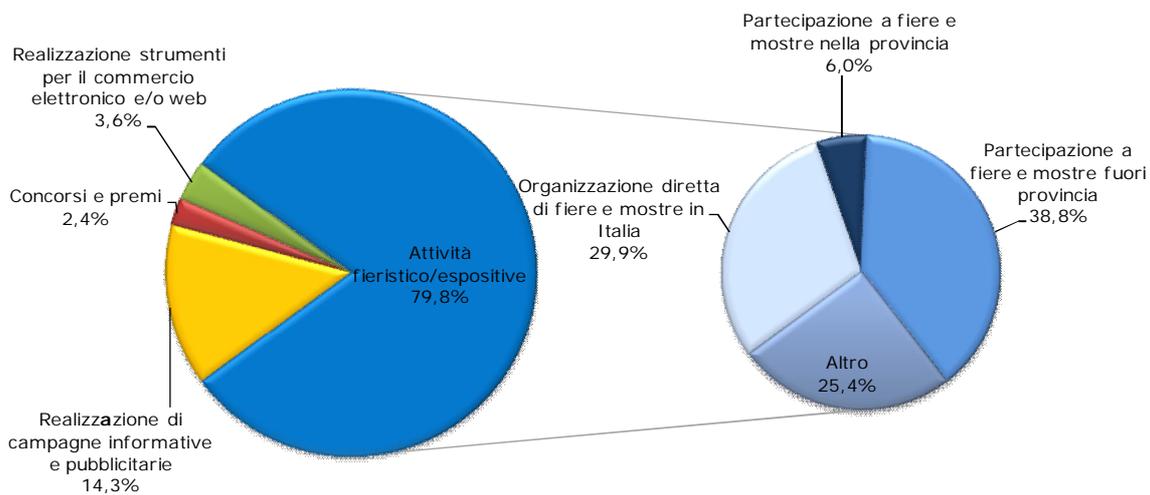
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

9.2 - L'incidenza dell'intervento camerale per filiera: numero di CCIAA che svolgono attività di valorizzazione e promozione per filiera



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

9.3 - Promozione di produzioni locali: iniziative svolte per tipologia



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

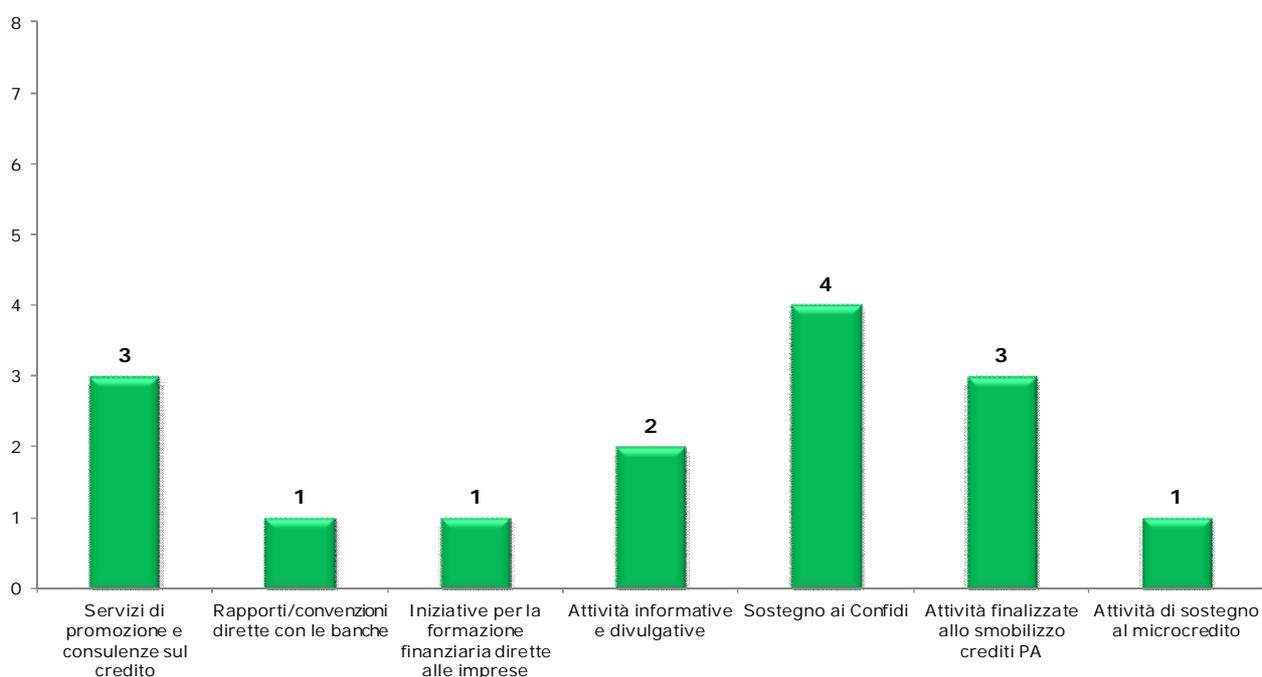
10. Finanza

Nel corso del **2014 sette Camere di commercio piemontesi** hanno svolto attività nell'ambito della **finanza** e del **credito**, 5 di esse direttamente, 2 avvalendosi anche del supporto di una propria Azienda speciale, dell'Unione Regionale o altra struttura camerale.

Le iniziative intraprese dalle istituzioni camerali piemontesi in tale ambito comprendono soprattutto il sostegno ai Confidi, le attività finalizzate allo smobilizzo dei crediti vantati nei confronti della PA e i servizi di promozione e consulenze sul tema del credito.

10.1 – Le attività svolte dalle CCI AA nell'ambito della finanza e del credito

Numero di CCI AA per tipologia di attività



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

11. Legalità

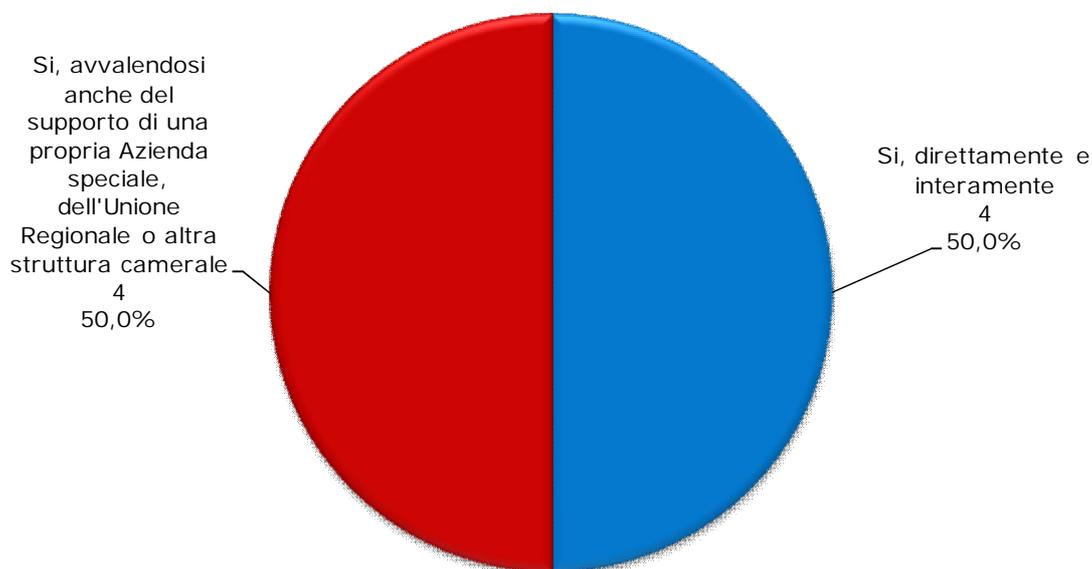
Un ambito di attività sentito come particolarmente importante per il sistema camerale piemontese è quello concernente la **legalità**. Tutte le 8 Camere di commercio risultano, infatti, attive su questo tema: nel 2014 4 hanno intrapreso questo tipo di attività avvalendosi anche del supporto di una propria Azienda speciale, di Unioncamere Piemonte o altra struttura camerale, 4 autonomamente.

Tre delle otto **Camere di commercio** provinciali dispongono di uno **sportello per la legalità**.

Nel corso del 2014, **6 CCIAA** hanno avviato attività per la **cultura della legalità**, **4 iniziative a supporto delle imprese a rischio racket e usura**, **3 misure per l'anti contraffazione**. L'avvio di attività per l'assistenza alle imprese sottratte alla criminalità ha visto impegnate 2 Camere di commercio, le iniziative per la prevenzione del rischio infiltrazione della criminalità nelle aziende e quelle per l'anti abusivismo sono, invece, state rispettivamente approcciate da una realtà del sistema delle Camere di commercio piemontesi.

L'**utilizzo di strumenti informativi per la trasparenza del mercato** ha visto, infine, il coinvolgimento di **3 Camere di commercio**.

11.1 - Camere di commercio che hanno svolto attività in tema di legalità



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

12. Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale

Le attività legate ai temi dell'**innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale** hanno visto impegnate, nel corso del 2014, **tutte le Camere di commercio piemontesi**: 4 hanno condotto direttamente tali attività, 4 si sono avvalse anche del supporto di una propria Azienda speciale e/o di Unioncamere Piemonte.

Tutte le CCIAA dispongono almeno di un ufficio o di una struttura dedicati all'innovazione.

Tra le attività svolte dalle CCIAA in tema di proprietà industriale, le principali hanno riguardato la formazione, a favore delle imprese, sul tema della tutela della proprietà industriale e la realizzazione di seminari, convegni e workshop.

Per quanto concerne, invece, le attività in tema d'innovazione, queste sono state promosse per lo più attraverso seminari, convegni, e formazione specialistica per le imprese.

Le CCIAA piemontesi realizzano attività inerenti l'innovazione tecnologica principalmente attraverso collaborazioni istituzionali, con università e istituti di ricerca e con organismi specializzati sul territorio.

12.1 - Attività svolte dalle CCIAA in tema di proprietà industriale



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

12.2 - Attività svolte dalle CCIAA in tema di innovazione e trasferimento tecnologico



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

13. Ambiente

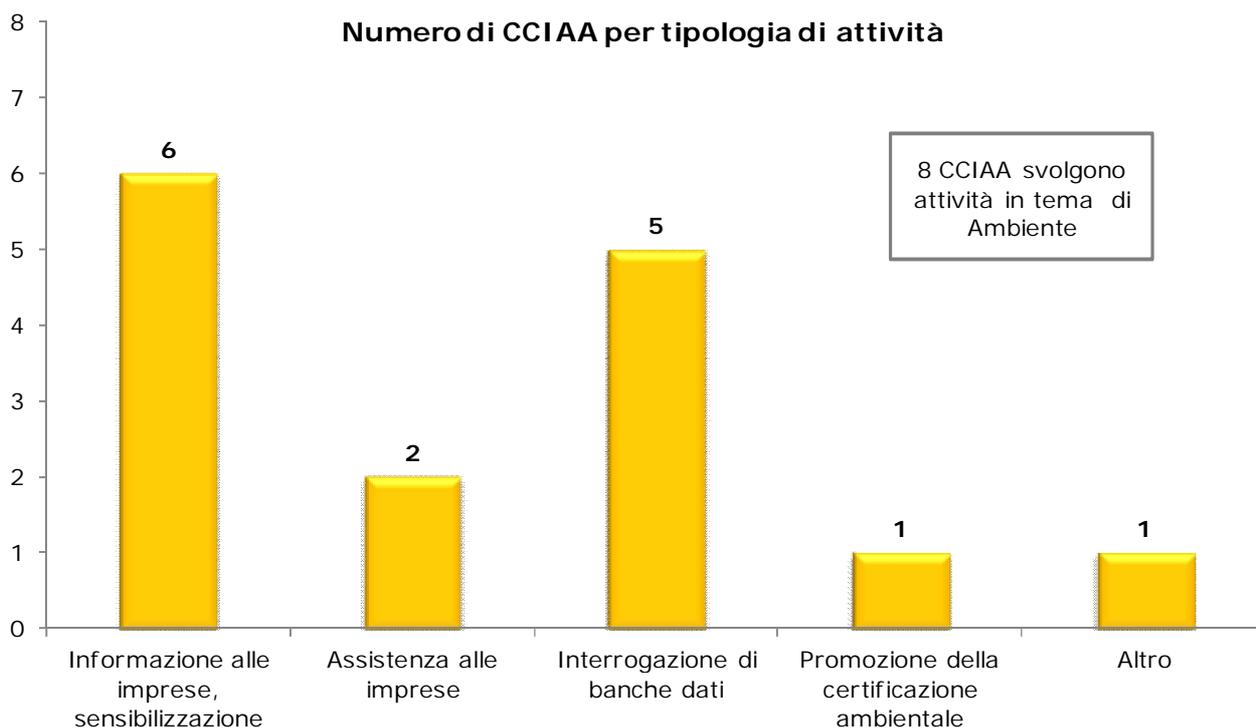
Come nel 2013, anche nel corso del 2014, **tutte le Camere di commercio del Piemonte hanno svolto attività rivolte alle imprese in tema ambientale** (6 direttamente, 2 avvalendosi anche del supporto di una propria Azienda speciale e/o di Unioncamere Piemonte).

La maggior parte delle iniziative realizzate in tema di ambiente ha riguardato le attività di informazione alle imprese e sensibilizzazione (50 iniziative per 6.041 beneficiari), l'interrogazione di banche dati e l'assistenza diretta alle imprese.

Gli strumenti che più frequentemente le istituzioni camerali piemontesi hanno utilizzato per le attività in tema di ambiente sono stati i corsi di formazione e convegni/manifestazioni.

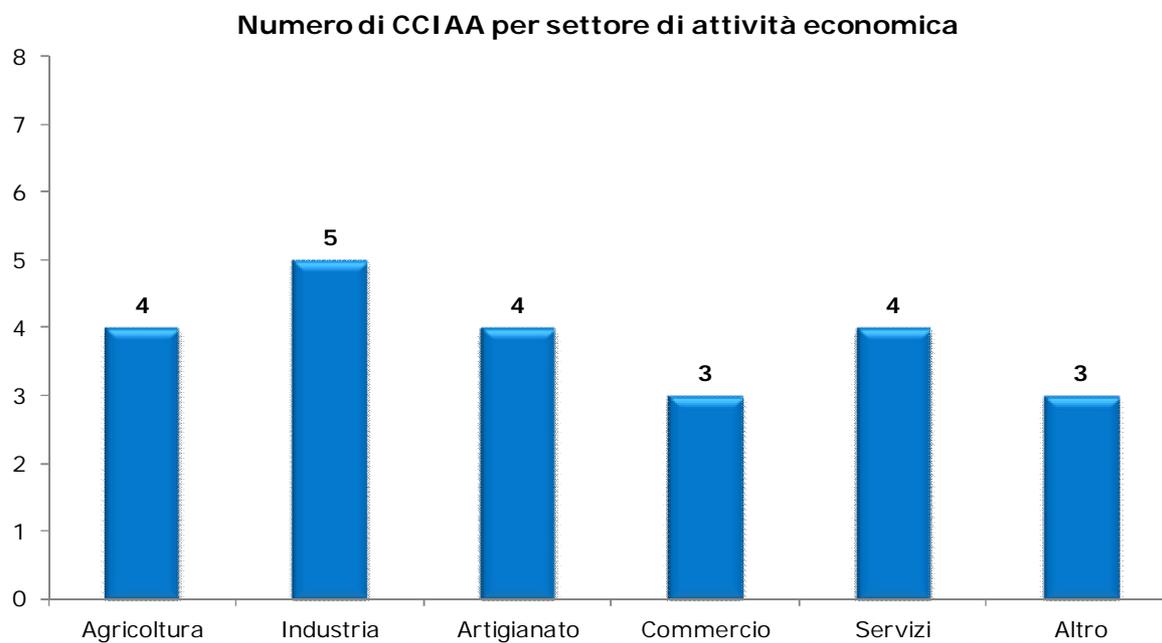
Tutti i principali settori di attività economica hanno fruito degli interventi camerali in tema di ambiente. L'industria è il settore in cui il maggior numero di Camere di commercio ha effettuato interventi in tema di ambiente, seguito dall'agricoltura, dai servizi e dall'artigianato.

13.1 - Iniziative svolte in tema ambientale dalle CCIAA del Piemonte



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

13.2 Settori di attività economica in cui sono stati effettuati interventi in tema d'ambiente: numero CCIAA per settore di attività economica



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

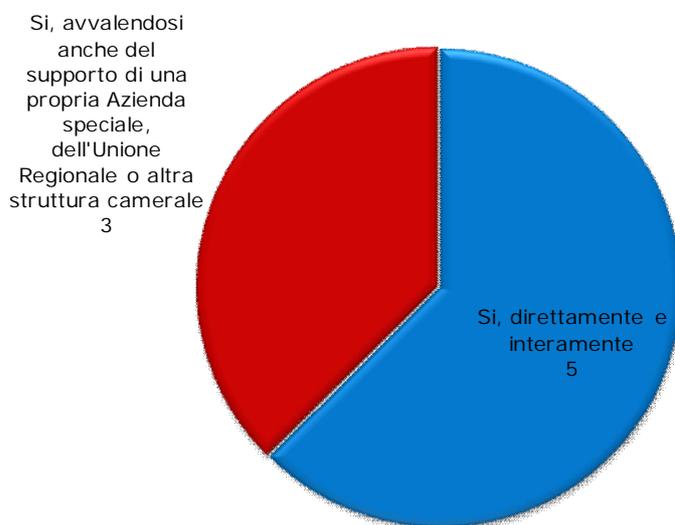
14. Servizi per l'imprenditorialità

L'attività di promozione e supporto alla creazione di nuove imprese rappresenta una delle funzioni fondamentali affidate, dal legislatore, al sistema camerale: anche nel 2014, dunque, **tutte le Camere di commercio** piemontesi hanno intrapreso iniziative di questo tipo, autonomamente, o in collaborazione con un'Azienda Speciale, l'Unione regionale o altra struttura camerale. In particolare, 7 Camere di commercio hanno garantito agli aspiranti imprenditori servizi di informazione specialistica, tre realtà hanno promosso attività divulgative e informative (anche attraverso la realizzazione di convegni e seminari), 2 enti camerali hanno fornito agli aspiranti imprenditori un'adeguata attività formativa (sia per la messa a punto di progetti di fattibilità, che nella fase di avvio dell'impresa).

L'attività di **promozione della nuova imprenditorialità giovanile** ha visto coinvolte **5** delle 8 **CCIAA** provinciali, attraverso collaborazioni con il mondo dell'istruzione e della formazione e con altri soggetti istituzionali pubblici che svolgono attività a favore dell'imprenditoria giovanile.

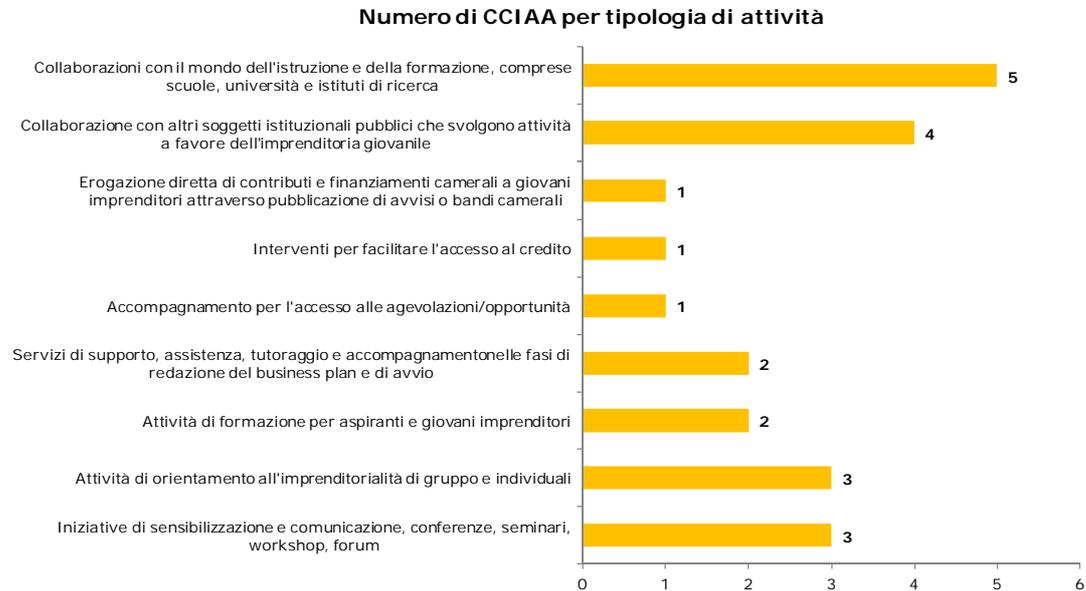
Sono, invece, **4** le **CCIAA** che hanno svolto attività di **promozione dell'imprenditoria femminile**, attraverso la realizzazione di conferenze, seminari e workshop, nonché collaborando con altri soggetti istituzionali pubblici che svolgono attività in tema di imprenditoria femminile.

14.1 - CCIAA che hanno svolto attività per la promozione di nuove imprese



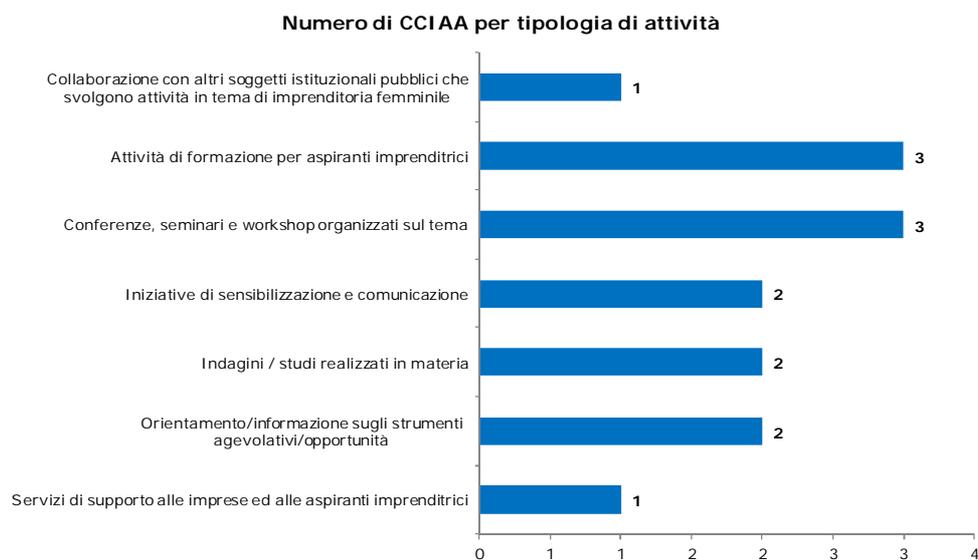
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

14.2 - Attività svolte dalle Camere di commercio per la promozione di nuove imprese a sostegno dell'imprenditoria giovanile



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

14.3 - Attività svolte dalle Camere di commercio per promuovere l'imprenditoria femminile



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

15. Servizi per i settori del Turismo e dei Beni Culturali

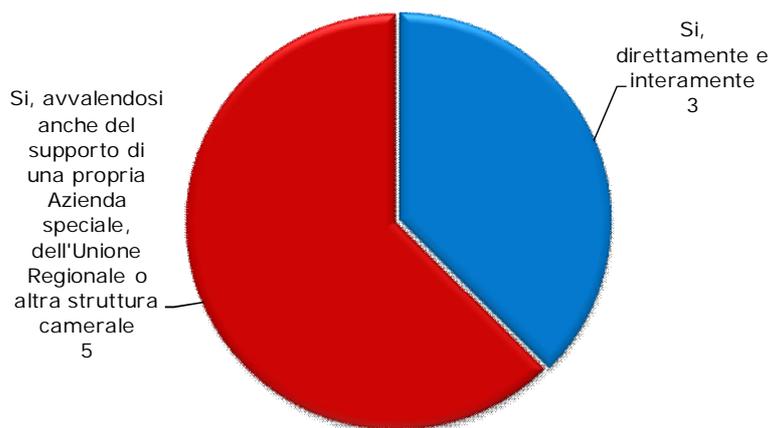
Significativo è l'impegno del sistema camerale piemontese a favore della promozione del turismo e dei beni culturali locali: tutte le CCIAA hanno, infatti, intrapreso direttamente o con il supporto di un'Azienda speciale, di Unioncamere Piemonte o di un'altra struttura camerale, iniziative in questa direzione.

La **certificazione delle strutture ricettive** è una garanzia di qualità per i turisti, italiani e stranieri, che non vogliono avere brutte sorprese nella scelta di hotel, ristoranti, agriturismi, bed & breakfast. Per questo in molte province vengono certificate le imprese del settore che possiedono determinati standard di qualità e professionalità e si impegnano a mantenerli. Le Camere di commercio piemontesi sono in prima fila in questa attività: nel 2014 sono state, infatti, 6 le realtà camerale che hanno intrapreso almeno un'iniziativa in tal senso.

Le attività realizzate nel corso del 2014 dal sistema camerale piemontese a favore del Turismo e dei Beni Culturali comprendono anche l'attivazione di Osservatori sul turismo (3 CCIAA), la formazione di operatori turistici locali (5 CCIAA hanno realizzato almeno un corso), la partecipazione a manifestazioni fieristiche (2 CCIAA), l'attuazione di forme di partenariato con PA locali per integrare strategie di sviluppo turistico del territorio (5 CCIAA) e la sponsorizzazione di iniziative culturali (5 CCIAA).

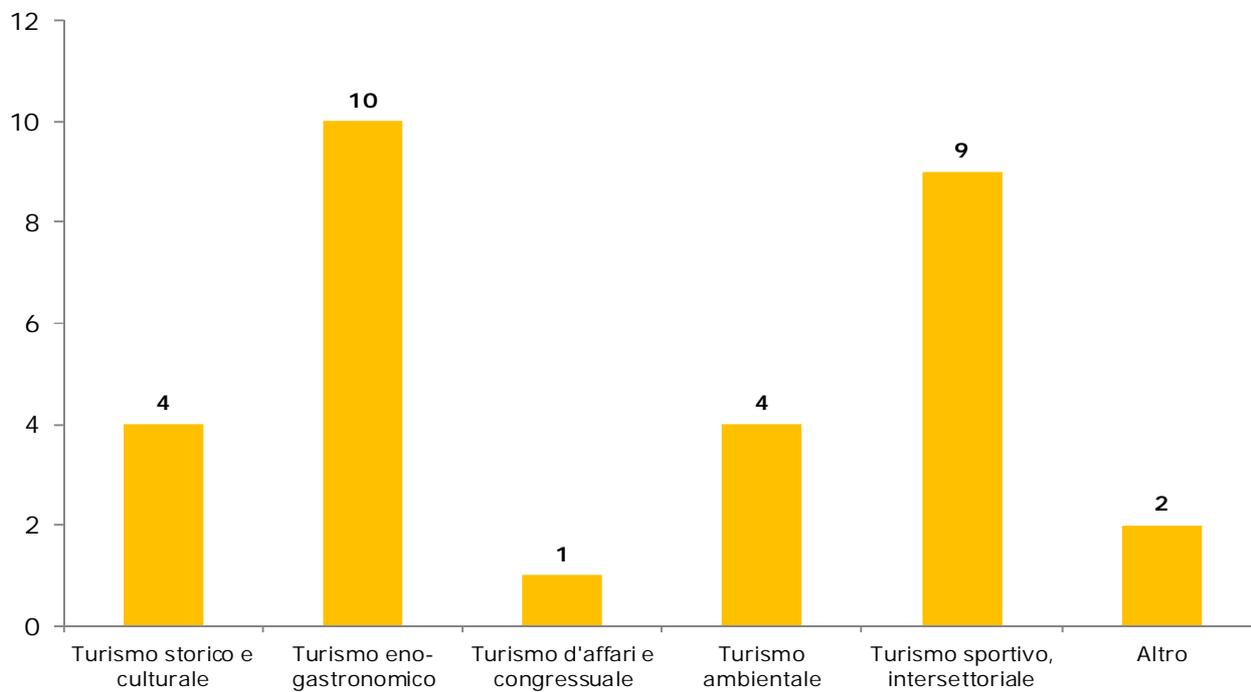
La quasi totalità delle CCIAA piemontesi (7 su 8) ha realizzato, inoltre, iniziative per la valorizzazione del territorio (7 su 8), soprattutto in ambito del turismo eno-gastronomico.

15.1 - Camere di Commercio che hanno svolto attività per la promozione del turismo e dei beni culturali



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

15.2 - Iniziative promozionali intraprese dalle Camere di commercio del Piemonte per ambito



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

16. Statistica, studi, ricerche e documentazioni

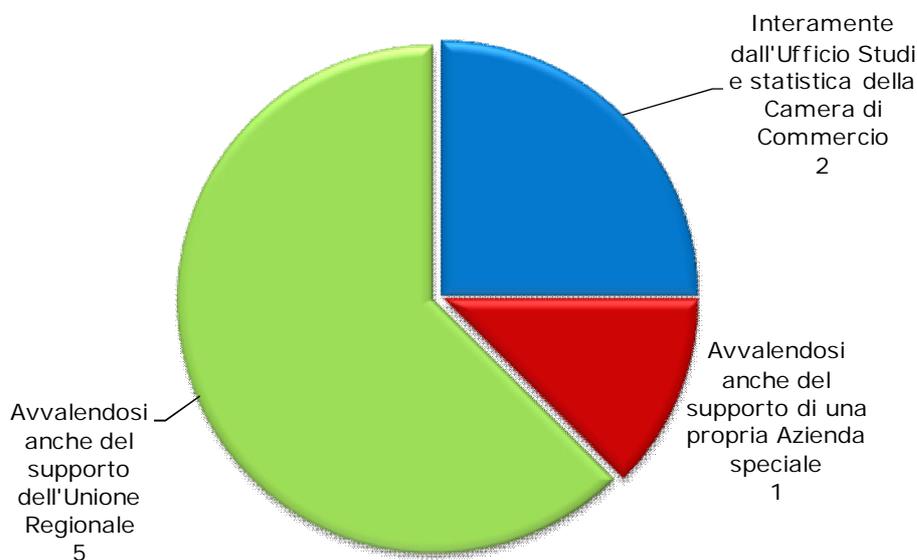
Tutte le Camere di commercio del Piemonte, direttamente, attraverso l'Unione regionale oppure avvalendosi anche del supporto di una propria Azienda speciale, **hanno realizzato durante l'anno 2014 almeno un'attività** in tema di **Statistica**.

Le linee di attività maggiormente presidiate sono la congiuntura economica provinciale e regionale, la dinamica dell'indice dei prezzi al consumo, la demografia delle imprese, l'andamento del commercio estero, i trend del mercato del lavoro e la dinamica dei prezzi dei prodotti agricoli.

Le principali tipologie delle iniziative realizzate riguardano studi e ricerche ad hoc effettuate autonomamente con l'obiettivo di approfondire alcuni aspetti del territorio ritenuti di particolare interesse, pubblicazioni periodiche sulle economie locali, studi e indagini ricorrenti.

Le attività di studio e ricerca delle Camere di commercio piemontesi costituiscono un importante mezzo per analizzare e valutare la situazione socio-economica locale. Per questo motivo, in alcuni casi, gli studi effettuati dalle CCIAA rappresentano parte integrante di progetti realizzati o programmati con gli altri enti locali del territorio (Comune, Provincia e Regione).

16.1- Camere di Commercio che hanno svolto attività in tema di Statistica



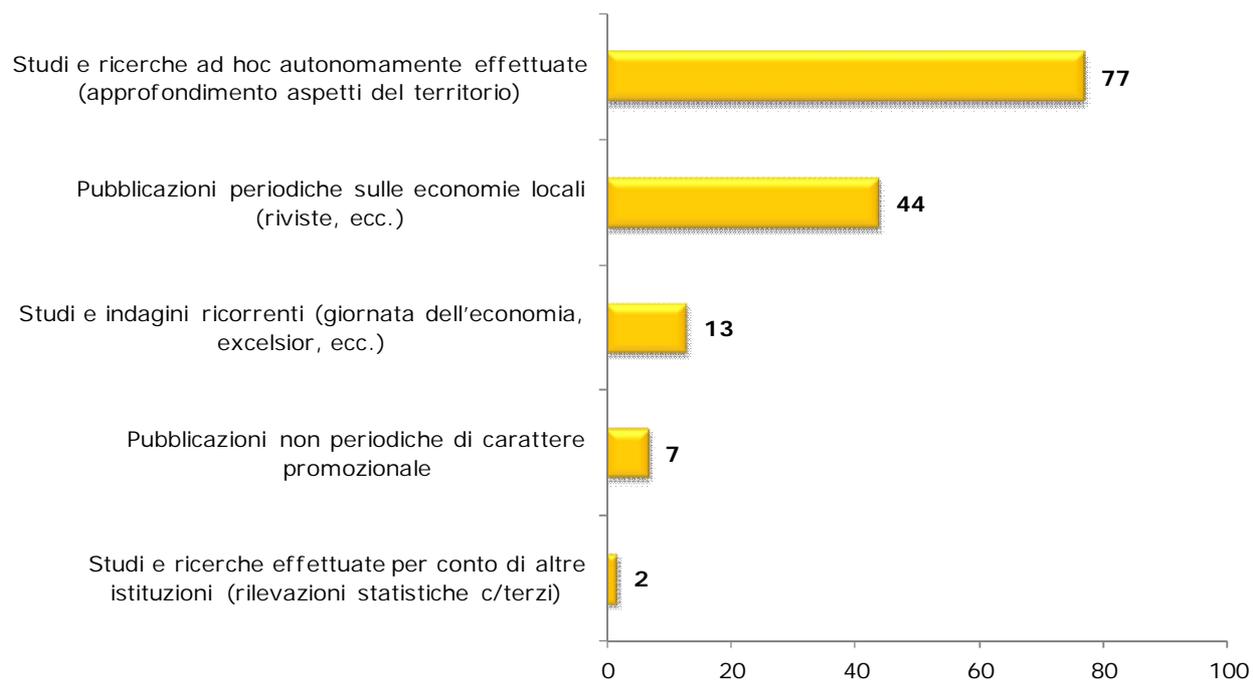
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

16.2 - Le linee di attività maggiormente presidiate dagli Uffici studi e statistica delle CCI AA

Linee di attività'	CCIAA che presidiano l'attività
Congiuntura provinciale e regionale	6
Indice dei prezzi al consumo	6
Demografia imprese	5
Commercio con l'estero	5
Occupazione (indagine Istat)	5
Prezzi dei prodotti agricoli	5
Prezzi materiali di costruzione/industriali	4
Domanda di lavoro e professioni (Excelsior)	4
Dati sul credito	4
Dati GDO	4
Conti economici territoriali	3
Cassa integrazione guadagni	3
Bilancia del turismo	3
Conti economici nazionali	2
Commercio interno	2
Prezzi materie prime	2
Prezzi all'ingrosso (dati assoluti)	2
Indici della produzione industriale	1
Prezzi tariffe servizi pubblici locali	1

Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

16.3 - Ricerche e pubblicazioni effettuate dalle CCI AA



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

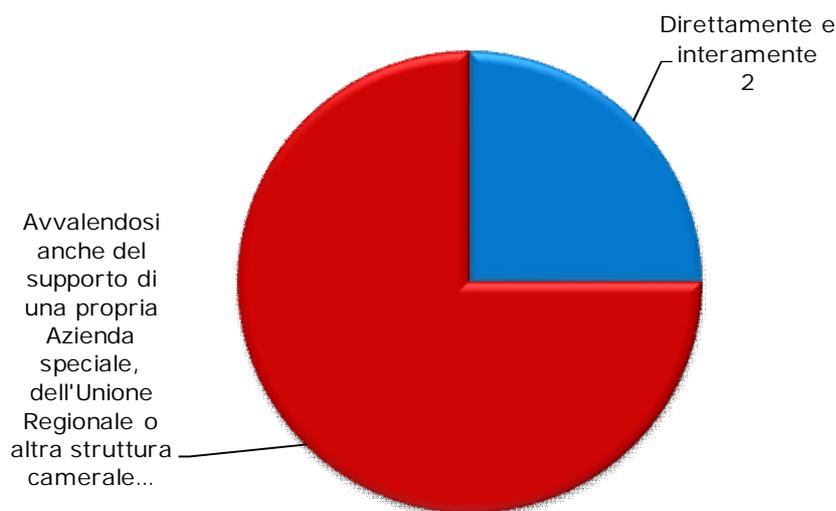
17. Green economy, Energia ed efficientamento energetico, Responsabilità sociale d'impresa (CSR)

A testimonianza della centralità assunta dall'integrazione nella politica aziendale delle tematiche della tutela sociale e ambientale, anche nel 2014 **tutte le Camere di commercio del Piemonte hanno svolto attività in tema di responsabilità sociale d'impresa**, direttamente o avvalendosi anche del supporto di altre strutture del sistema camerale. Due delle otto CCIAA dispongono di uno sportello aperto al pubblico o di un ufficio con personale dedicato al tema della CSR. Le iniziative in tema di CSR hanno riguardato principalmente l'organizzazione di laboratori con le imprese e di attività formative rivolte alle aziende.

Per quanto concerne l'ambito della **Green Economy** e/o dell'**energia ed efficientamento energetico** sono, invece, 4 le strutture camerali hanno intrapreso attività in questa direzione.

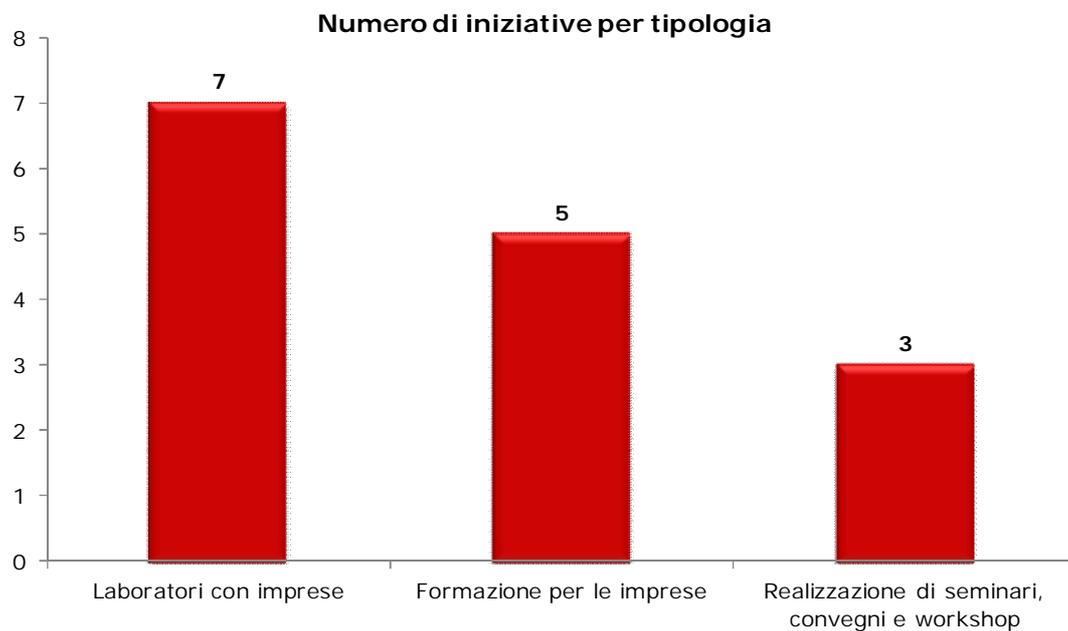
17.1 - Attività in tema di responsabilità sociale d'impresa (CSR)

Camere di commercio che svolgono attività in tema di CSR



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

17.2 - Attività svolte sui temi della CRS per tipologia

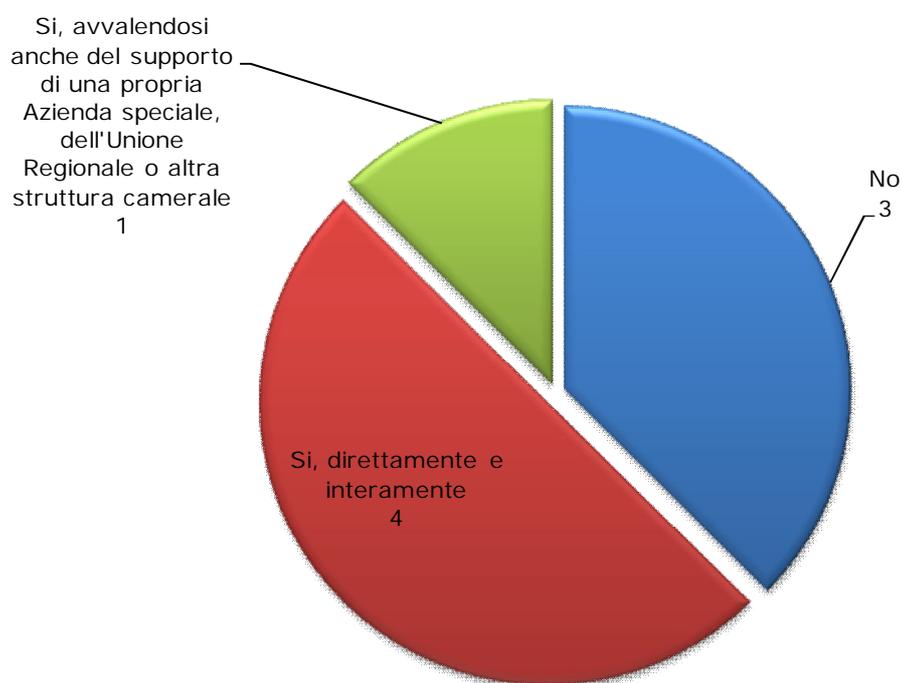


Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

18. Programmazione e Progettazione comunitaria

Il tema della programmazione e della **progettazione comunitaria** riveste un ruolo crescente nell'attività delle Camere di commercio del Piemonte: nel corso del 2014, **5 delle 8 CCIAA** (erano 4 nel 2013) **hanno**, infatti, **realizzato attività in tale ambito**.

18.1 - Camere di commercio che hanno svolto attività in tema di progettazione e programmazione comunitaria



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

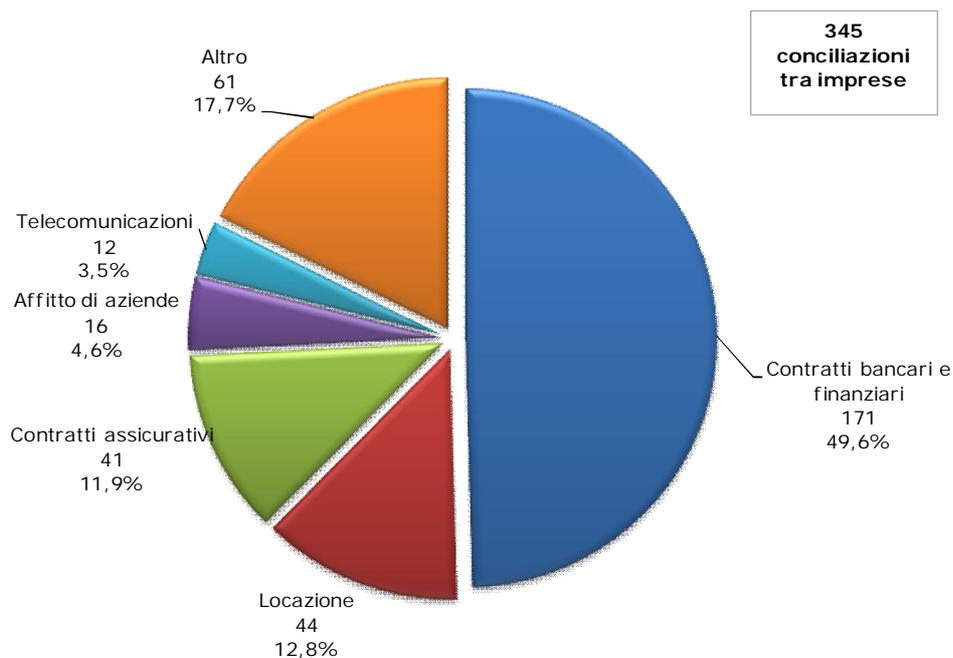
19. Regolazione del mercato e strumenti di giustizia alternativa

Tutte le Camere di commercio del territorio regionale hanno svolto, nel corso del 2014, attività relative alla **regolazione del mercato**, avvalendosi anche del supporto di una propria Azienda speciale, dell'Unione regionale o di un'altra struttura camerale; tutte le strutture cui le CCIAA si sono appoggiate per lo svolgimento delle attività di mediazione e conciliazione sono iscritte al Registro degli Organismi di Mediazione del Ministero della Giustizia.

Il numero degli **arbitrati amministrati** nel corso del 2014 ammonta a 25: la quasi totalità è rappresentata da controversie tra imprese.

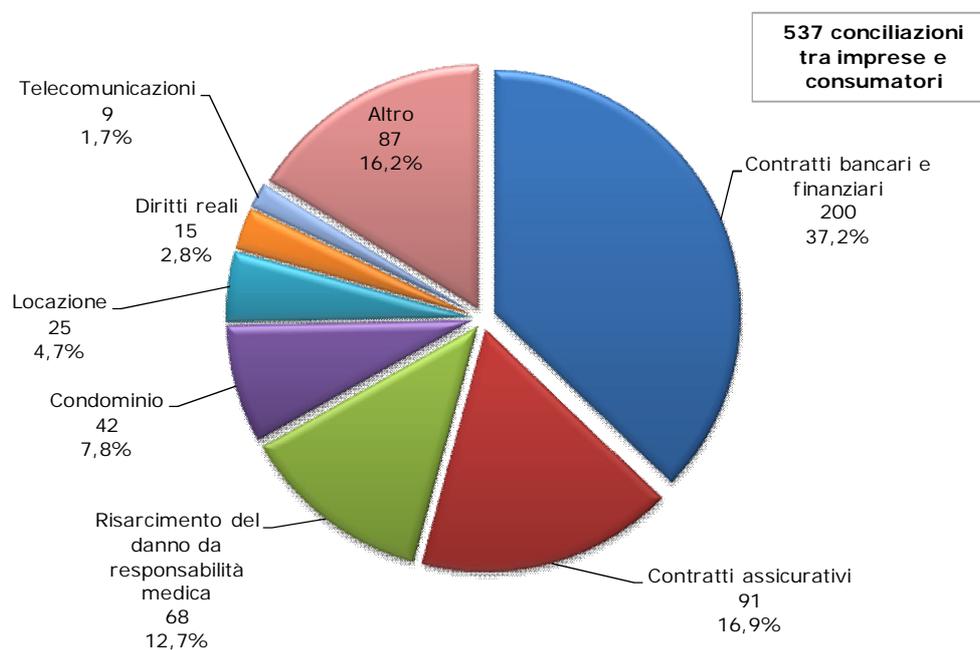
Il numero delle **conciliazioni** gestite ammonta, invece, a **1.534**, delle quali 652 tra privati, 537 tra imprese e consumatori, 345 tra imprese.

19.1 - Natura e numero delle conciliazioni tra imprese



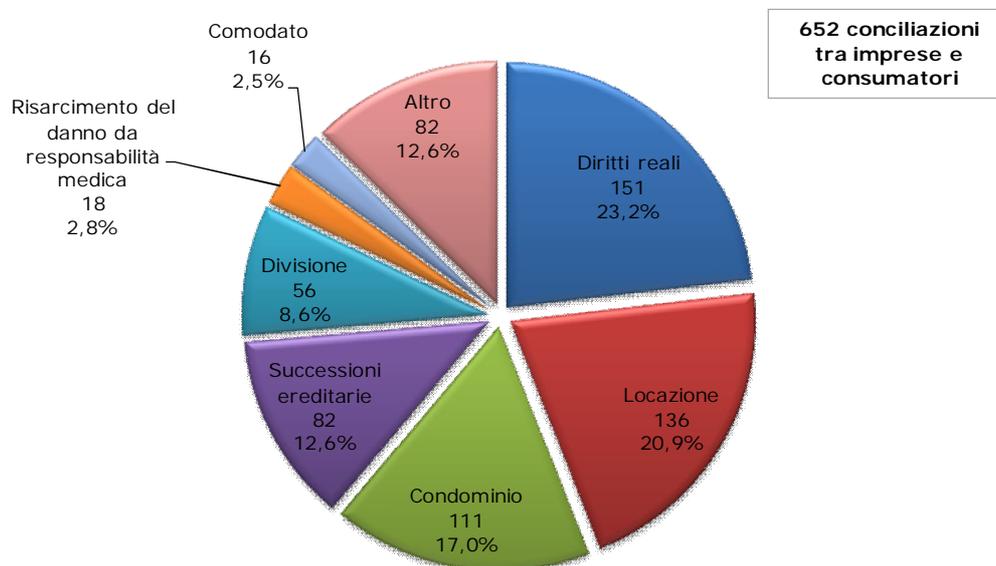
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

19.2 - Natura e numero delle conciliazioni tra imprese e consumatori



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2015

19.3 – Natura e numero delle conciliazioni tra privati



Fonte: Unioncamere Osservatorio Camerale 2015

20. Unioncamere Piemonte

20.1 Missione e disegno strategico

L'Unione regionale del Piemonte venne istituita nell'ottobre del 1945 quando, come documentato dai verbali, si riunirono per la prima volta i Presidenti delle Camere di commercio del Piemonte.

Da allora molti passi avanti sono stati compiuti nell'affermazione del ruolo di Unioncamere Piemonte, la cui missione è quella di promuovere e realizzare iniziative per favorire lo sviluppo e la valorizzazione, anche all'estero, dell'economia e dei settori produttivi del territorio regionale, assicurando supporto e coordinamento alle attività istituzionali delle Camere associate: Camere di commercio di Alessandria, Asti, Biella, Cuneo, Novara, Torino, Verbano Cusio Ossola e Vercelli.

Per realizzare la propria missione, Unioncamere Piemonte opera su due fronti complementari, uno di servizio e supporto alle Camere associate, e uno istituzionale e di rappresentanza del sistema camerale verso il mondo esterno e il territorio regionale in particolare.

Entrambi i fronti, individuati come prioritari in Piemonte da oltre dieci anni, escono rafforzati dal processo di riforma delle Camere di commercio, che si è concretizzato nel D.Lgs. 23/2010. Qui si evidenzia che "Le Camere di commercio, singolarmente o in forma associata, svolgono in particolare le funzioni e i compiti relativi alla promozione del territorio e delle economie locali al fine di accrescerne la competitività". E ancora: "Le Camere di commercio e le loro Unioni possono formulare pareri e proposte alle amministrazioni dello Stato, alle regioni e agli enti locali sulle questioni che interessano le imprese della circoscrizione territoriale di competenza".

Nel 2014, Unioncamere Piemonte ha sviluppato un'ulteriore collaborazione strategica con la Chambre valdotaine (Protocollo d'intenti per il rilancio dello sviluppo economico e della competitività territoriale del nord-ovest italiano, Maggio 2014) che ha portato alla gestione associata di funzioni camerali e alla creazione di uno "Sportello promozione, innovazione e internazionalizzazione" (Sportello SPIN2). Oggetto dell'attività dello Sportello SPIN2, partito operativamente il 1° luglio 2014 con sede ad Aosta, sono da ricondursi ai seguenti ambiti di collaborazione:

- Internazionalizzazione;
- Innovazione;
- promozione imprenditoriale;
- promozione territoriale;
- promozione delle eccellenze agroalimentari;
- programmazione comunitaria 2014-2020 e sportello EEN;
- artigianato;
- servizi alle imprese.

20.2 Natura giuridica e governance

La base normativa fondamentale delle Unioni regionali delle Camere di commercio è l'art. 6 della L. 580/1993, recentemente modificata dal D. Lgs. 23/2010 che, nel riformare complessivamente l'intero sistema camerale, ha notevolmente valorizzato il ruolo e le competenze del livello associativo regionale degli enti camerali. La norma citata dispone che "le Camere di commercio sono associate in Unioni regionali, costituite ai sensi del codice civile, allo scopo di esercitare congiuntamente funzioni e compiti per il perseguimento degli obiettivi comuni del sistema camerale nell'ambito del territorio regionale di riferimento". A tale fine, le Unioni regionali assicurano il coordinamento delle istanze camerali nei rapporti con le Regioni territorialmente competenti e svolgono funzioni di osservatorio e monitoraggio dell'economia regionale.

Rispetto alla formulazione precedente occorre sottolineare come la riforma abbia rafforzato il vincolo tra le Camere provinciali rendendo necessaria, e non più facoltativa, la loro associazione all'Unione regionale. Anche sul versante esterno il riconoscimento istituzionale delle Unioni regionali risulta senza dubbio consolidato, con il trasferimento alla fonte legislativa di una funzione di interlocuzione privilegiata con le Regioni, già pienamente affermata nei fatti in molte realtà, compresa quella piemontese.

La legge di riforma 23/2010 ha inoltre previsto la possibilità per le Unioni regionali di acquisire personalità giuridica; Unioncamere Piemonte ha deciso di avvalersi di questa opportunità ottenendone il riconoscimento nel novembre 2012, con provvedimento della Regione Piemonte, ai sensi dell'art. 11 e seguenti del Codice Civile. Con tale riconoscimento, che attribuisce all'ente la c.d. autonomia patrimoniale perfetta risultano integrati, secondo la giurisprudenza comunitaria, i requisiti dell'Organismo di diritto pubblico, pur conservando Unioncamere Piemonte natura giuridica di tipo privatistico.

In attuazione della legge di riforma 23/2010, il 29 aprile 2011 Unioncamere Piemonte ha approvato il nuovo Statuto, modificato in alcune disposizioni per adeguarsi alle linee guida predisposte a livello nazionale per tutte le Unioni regionali come espressamente indicato dall'art. 6, co.3. Le modifiche sono finalizzate a migliorare i rapporti tra le Unioni regionali e il sistema camerale uniformando la denominazione degli organi che diventano corrispondenti a quelli delle Camere: Consiglio, Giunta, Presidente e Collegio dei Revisori.

Tra le modifiche più rilevanti va segnalata la nuova composizione del Consiglio che non prevede più la presenza di tutti i membri della Giunta delle Camere, ma quella dei rispettivi presidenti e di quattro membri della Giunta di ciascuna Camera. La Giunta continua, invece, a contemplare la presenza di tutti i presidenti delle Camere di commercio.

Il Presidente viene eletto dal Consiglio su proposta della Giunta e scelto tra i Presidenti delle Camere di commercio del Piemonte. Svolge la funzione di legale rappresentante dell'ente e dura in carica tre anni, ma decade in caso di cessazione della carica nella Camera di appartenenza. Gli amministratori dell'Unione regionale sono quindi, necessariamente anche amministratori delle Camere di commercio associate.

Il Segretario Generale, nominato dalla Giunta, dirige gli uffici dell'Unione ed è responsabile dell'esecuzione delle delibere degli organi statuari.

Costituisce un altro importante cambiamento dello Statuto la separazione tra poteri di indirizzo propri degli organi statuari, e poteri amministrativi di gestione competenza dei dirigenti, così come previsto per le Camere di commercio.

Tale processo di riforma realizza pertanto un'uniformità normativa e organizzativa che evidenzia il rafforzamento istituzionale delle Unioni camerali sancendone, anche formalmente, l'appartenenza al sistema camerale.

Inoltre, nel pieno rispetto dei criteri individuati a livello comunitario, a partire dal 2010, le Unioni regionali sono state incluse nell'elenco Istat delle pubbliche amministrazioni. Pur non essendo formalmente enti pubblici, infatti, gestiscono finanziamenti provenienti dallo Stato e dall'Unione Europea e risultano pertanto soggetti al rispetto di una parte rilevante della normativa pubblicistica che riguarda le PA ad esempio in materia di appalti o di norme di contenimento della spesa pubblica.

20.3 Attività di Unioncamere Piemonte nel 2014

Di seguito si propone una sintesi delle principali attività svolte da Unioncamere Piemonte nell'anno 2014, ripartite per aree di competenza.

Area Progetti e Sviluppo del Territorio

La finalità delle azioni dell'Area è quella di promuovere e sostenere l'economia e il sistema imprenditoriale regionale per conto delle Camere di commercio piemontesi, offrendo e coordinando servizi e iniziative dirette nei seguenti ambiti: internazionalizzazione, progetti e reti europee, Euroregione AlpMed, promozione e sviluppo del territorio e delle imprese, turismo, innovazione e trasferimento tecnologico, formazione, accesso al credito, ambiente e responsabilità sociale.

- Internazionalizzazione e reti europee. Nell'ambito del *Piano strategico per l'internazionalizzazione del Piemonte*, Unioncamere Piemonte ha seguito lo svolgimento, per conto delle Camere di commercio piemontesi, della realizzazione dei Progetti Integrati di filiera e di mercato 2014, controllandone in particolar modo la rendicontazione finale, in collaborazione con Ceipiemonte. Nell'ambito delle attività *dell'Ufficio di Bruxelles*, per il 2014 è stata dedicata particolare attenzione allo sviluppo di nuove sinergie per una maggiore partecipazione alle opportunità di finanziamenti europei, oltre che al rafforzamento di partenariati europei e internazionali nei settori ritenuti più significativi. L'ente ha continuato a rispondere ai bisogni locali consolidando sempre più il legame con il territorio piemontese. Nel 2014, l'Area Progetti e Sviluppo del Territorio ha partecipato ai tavoli di concertazione dei *Fondi strutturali 2014-2020* in ambito Fesr e Fse: grazie alla collaborazione con la task force nazionale, sono stati redatti due documenti di posizionamento camerale piemontese sui POR Fesr e Fse. Sono proseguite anche nel 2014 le attività dello *Sportello Europa*, che opera da gennaio 2008 nell'ambito della rete Enterprise Europe Network, finanziata dall'Unione Europea, all'interno del consorzio Alps.

Sono continuate inoltre nel 2014 le attività dello *Sportello etichettatura e sicurezza alimentare* in collaborazione con il Laboratorio chimico della Camera di commercio di Torino. L'Area Progetti e Sviluppo del Territorio ha gestito i progetti *"Scouting e assistenza delle nuove imprese esportatrici"* e *"Sviluppo sostenibile : promozione e tutela del Made in Italy per la filiera dell'edilizia e dell'abitare"* finanziati nell'ambito del Fondo di Perequazione 2013 in collaborazione con il Ceipiemonte;

- Innovazione, trasferimento tecnologico e progettazione europea. Nel 2014, dopo aver presentato uno specifico dossier di candidatura, è stata organizzata a Torino l'*Annual Conference 2014 della rete EEN*. Conferenza internazionale tenutasi il 16-17 Ottobre 2014 e che ha visto la partecipazione di oltre 750 partecipanti da tutta Europa. Nell'ambito dell'Accordo di Programma fra il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) e Unioncamere, il sistema camerale piemontese ha avviato per l'anno 2014 tre progetti volti a sostenere le imprese innovative in Piemonte e la diffusione di strumenti di aggregazione fra imprese per favorirne l'internazionalizzazione, vale a dire il progetto *Start-up innovative*, il progetto *Nuova imprenditorialità: azioni e contributi per le imprese innovative* e il progetto *Piemonte in Rete: aggregarsi per internazionalizzare*;
- Promozione della competitività territoriale e imprenditoriale. Nell'ambito dell'attività fieristica, nel 2014 è proseguita l'azione di collaborazione con la Regione Piemonte e di coordinamento con le Camere di commercio per la promozione delle eccellenze enogastronomiche e artigianali del territorio, organizzando la presenza del sistema produttivo piemontese alle più importanti rassegne che hanno avuto luogo in Italia e nel territorio europeo: *Vinitaly, Agrifood, Cibus, AF-Artigiano in Fiera*. L'Area ha coordinato i *Comitati imprenditoriali femminili* (CIF) costituiti presso tutte le Camere di commercio piemontesi collaborando con la Regione Piemonte nell'organizzazione di incontri locali sulle leggi regionali a favore dell'imprenditoria, con particolare attenzione a quella femminile e giovanile. L'Area ha infine collaborato al progetto europeo *European Entrepreneurship Education NETWORK* (EE-HUB.EU) che prevede la creazione di una rete di esperti in formazione per donne, giovani e PMI in generale. In tema di supporto alle imprese nei percorsi di CSR (Corporate social responsibility) e di sostenibilità ambientale, in collaborazione con la Regione Piemonte, sono proseguite nel 2014 iniziative di valorizzazione di buone pratiche, tra cui i Laboratori territoriali sulla CSR presso le Camere di commercio piemontesi, con percorsi ad hoc di formazione rivolti alle imprese;
- Sportello Promozione Innovazione e Internazionalizzazione (SPIN2) di Aosta.

Area Servizi associati e Legale

Finalità principale dell'Area è lo svolgimento di servizi e attività di carattere legale, che vengono svolte in forma associata a beneficio di tutte le otto Camere di commercio piemontesi. Si tratta di competenze che hanno dimostrato un notevole potenziale di sviluppo, anche alla luce dell'incremento di attività progressivamente registrato. Proseguendo e consolidando le esperienze

degli ultimi anni, le attività svolte all'interno dell'Area nel corso del 2014 hanno riguardato, in particolare:

- Gestione del contenzioso camerale. All'interno dell'Area, uno specifico team di legali, iscritti all'Elenco Speciale dell'Albo degli Avvocati addetti agli uffici degli Enti pubblici, opera come Avvocatura interna, costituita in forma associata per la gestione del contenzioso delle Camere di commercio piemontesi. Una parte significativa dell'attività di contenzioso è dedicata ai giudizi davanti alle Commissioni Tributarie Provinciali e alla Commissione Tributaria Regionale del Piemonte, ed è relativa al recupero del diritto annuale camerale e delle sanzioni amministrative per il mancato o parziale pagamento del diritto annuale. Un'altra considerevole parte dell'attività di contenzioso, svolta a favore di tutte le Camere piemontesi, riguarda i giudizi davanti al Giudice ordinario (Giudici di Pace, Tribunali e Corte d'Appello) in materia di opposizione a sanzioni amministrative elevate in applicazione di specifiche normative, conseguenti a ordinanze ingiunzione emesse dalle Camere di commercio. A titolo esemplificativo, si possono ricordare le sanzioni previste dalla normativa in materia di 'etichettatura di alimenti e bevande, di presentazione e pubblicità dei prodotti alimentari ai sensi del D.Lgs. n 109/1992, di sicurezza e circolazione stradale, di autoriparazione, ai sensi della Legge n. 122/1992, di tutela del consumatore ai sensi del D.Lgs. n. 206/2005. L'Ufficio cura anche il contenzioso in cui è direttamente parte l'Unione regionale. Oltre al contenzioso generato dall'attività sanzionatoria, le Camere si avvalgono dell'assistenza e del patrocinio in giudizio per le attività di recupero crediti, per controversie insorte nell'ambito della tenuta di albi e ruoli o di pubblicazione dei protesti e, più in generale, delle attività amministrative, contrattuali o promozionali ordinariamente svolte. I servizi a disposizione delle Camere consistono in attività di consulenza e assistenza nella fase precontenziosa o stragiudiziale, nel patrocinio in giudizio fino al grado di appello, nell'assistenza per le attività successive alla sentenza fino all'eventuale esecuzione;
- ADR Piemonte - Organismo di mediazione ed Ente di formazione per mediatori accreditato presso il Ministero della Giustizia. ADR Piemonte rappresenta il servizio associato di mediazione e formazione per mediatori ai sensi del D.Lgs. n. 28/2010. Negli anni 2011-2013 tali attività sono state prestate dall'Azienda Speciale intercamerale appositamente costituita; nel mese di dicembre 2013, le Camere di commercio piemontesi hanno deliberato di porre in liquidazione l'Azienda Speciale ADR Piemonte (che operava come Organismo di mediazione ed Ente di formazione ex D.Lgs. n. 28/2010) e di strutturare i servizi di mediazione come servizio associato tra Camere, con sportelli di gestione al pubblico presso ciascuna Camera di commercio- esclusa quella di Torino che opera attraverso un proprio organismo - e con attività di back office e coordinamento da parte dell'Unione regionale nell'ambito dell'Area Servizi associati e Legale. L'attività ha registrato un notevole sviluppo nel corso dell'anno 2014 e l'Organismo si è confermato come uno dei più attivi tra quelli camerale a livello nazionale;
- Camera Arbitrale del Piemonte. Dal 1° gennaio 2011, la Camera Arbitrale del Piemonte gestisce esclusivamente il servizio di arbitrato c.d. amministrato, garantendo una modalità di accesso alla giustizia caratterizzata da efficacia, costi contenuti e tempi brevi. La

decisione arbitrale è applicabile in caso di controversie commerciali e societarie, anche internazionali e transfrontaliere, e consente di pervenire a una sentenza equivalente a quella emessa dal Tribunale di primo grado, con concreti vantaggi per le imprese in termini di costi. La Camera Arbitrale del Piemonte rappresenta **un caso unico a livello italiano** di camera arbitrale regionale che si avvale della collaborazione degli Ordini Professionali di Avvocati, Notai, Commercialisti ed Esperti Contabili.

Ufficio Stampa e Comunicazione

L'Ufficio gestisce tutte le attività di comunicazione istituzionale dell'Ente e coordina l'organizzazione di eventi e iniziative condivise dalle otto Camere di commercio regionali.

È responsabile del piano di comunicazione di Unioncamere Piemonte: studia e realizza campagne promozionali istituzionali, occupandosi della selezione e acquisto di spazi pubblicitari, gestendo i contatti con agenzie e concessionarie. In tale ambito, nel 2014 è stata realizzata la campagna di comunicazione "Giustizia 3.0" per promuovere le attività della Camera Arbitrale del Piemonte.

L'Ufficio cura l'immagine coordinata dell'Ente, gestendo contenuti, grafica e realizzazione di materiali informativi e promozionali, e presiede alla gestione del logo e al controllo del suo corretto utilizzo. È a cura dell'Ufficio il coordinamento della collana editoriale dell'Ente (pubblicazioni annuali e monografie, newsletter periodiche) e degli stampati per eventi particolari, attraverso l'editing e la supervisione della realizzazione grafica e della stampa.

In tale ambito, nel corso del 2014, l'Ufficio ha curato l'editing delle seguenti pubblicazioni:

- "Piemonte in cifre";
- "Rapporto sull'internazionalizzazione del Piemonte";
- "Le famiglie imprenditoriali piemontesi e le loro aziende";
- "Nero su bianco. Focus su editoria e lettori in Piemonte";
- "Politiche di conciliazione in azienda: Rapporto Piemonte 2014";
- collana "Imprese responsabili": 2 volumi ("Semplici, efficaci, innovative: azioni di CSR alla portata di tutti" e "Competitività e processi collaborativi") e il report "La diffusione della cultura di Responsabilità Sociale d'impresa in Piemonte";
- "L'impugnazione del lodo arbitrale: Massimario di Giurisprudenza della Corte d'Appello di Torino";
- 6 schede della collana "Unione europea. Istruzioni per l'uso";
- newsletter periodiche: "Piemonte Congiuntura", "Piemonte Prezzi", "E-Periscope".

L'Ufficio cura le media relationships dell'Ente, promuovendo l'immagine del sistema camerale presso i media, massimizzandone la visibilità e valorizzandone il ruolo di fonte autorevole in tema di dati e opinioni sulla dimensione economica e sociale del Piemonte. Dopo aver ormai consolidato i rapporti con le testate principali, si è potenziata ulteriormente l'attività di relazioni con i media

nazionali, regionali e locali (carta stampata, emittenti televisive e radiofoniche, ambienti web) e con i periodici di settore.

Anche nel 2014, l'Ufficio ha continuato ad aggiornare la banca dati dei giornalisti e a fornire loro informazioni puntuali tramite i canali più appropriati: redazione di comunicati stampa (nel 2014 ne sono stati redatti e diffusi 42) relativi a iniziative istituzionali, presentazioni ufficiali o diffusioni di indagini economiche; redazione di dichiarazioni ufficiali di natura giornalistica in raccordo con Presidenza e Direzione e organizzazione di conferenze stampa dell'Ente.

Nel corso dell'anno, l'Ufficio si è occupato di progetti speciali di comunicazione anche in collaborazione con altri enti.

Nel mese di aprile, ha organizzato la presentazione della guida "Eccellenze fra Alpi e Mediterraneo" e del docu-film "Le vie del Sale, una storia culturale ed economica millenaria", realizzati in collaborazione con l'Asbl CCI AlpMed. Sempre per l'Euroregione CCI AlpMed, l'Ufficio ha curato la redazione di comunicati stampa in occasione delle Assemblee Generali di maggio e dicembre.

A giugno, in collaborazione con le Camere di commercio di Torino e Milano e con la società Explora, l'Ufficio ha co-organizzato il convegno "Il sistema delle Camere di commercio del Piemonte e della Lombardia per la crescita del turismo in Piemonte in occasione di Expo2015".

Nel mese di ottobre, l'Ufficio ha organizzato, in collaborazione con la Camera di commercio di Torino e Confindustria Piemonte, l'Annual Conference della rete Enterprise Europe Network, che ha portato a Torino per due giorni oltre 800 delegati da tutto il mondo. L'Ufficio si è occupato in particolare di tutti gli aspetti di comunicazione: dall'ideazione e declinazione della visual identity alla realizzazione della segnaletica per le varie location, dall'omaggistica alle *press relations*.

L'Ufficio ha inoltre curato la realizzazione di materiali per la Chambre valdôtaine nell'ambito delle attività dello Sportello SPIN².

Al fine di permettere al management di Unioncamere Piemonte e delle singole Camere di commercio di controllare l'esposizione e la visibilità del sistema camerale nei confronti dei mass media, l'Ufficio ha coordinato anche quest'anno l'attività di rassegna stampa on line e video grazie al monitoraggio quotidiano delle testate giornalistiche e degli altri media.

Anche nel 2014, l'Ufficio si è occupato dell'aggiornamento del sito istituzionale di Unioncamere Piemonte in tutte le sezioni. Ha inoltre rafforzato l'impegno sul fronte dei social media, attraverso la gestione e l'aggiornamento costante del profilo Twitter @Unioncamere_Pie (con la collaborazione degli altri uffici interni e in sinergia con gli altri enti della rete camerale piemontese), arrivando a totalizzare a fine 2014 più di 3.700 tweet e di 1.780 followers.

In tema di manifestazioni fieristiche, l'Ufficio ha coordinato la partecipazione del Sistema camerale al Salone del Libro di Torino nel mese di maggio, curando la realizzazione e l'allestimento dello stand istituzionale e in generale tutti gli aspetti di comunicazione. Inoltre, si è occupato del bando di gara per il contributo delle Camere di commercio ai piccoli editori piemontesi, in collaborazione con la Regione Piemonte e la Fondazione del Libro.

Ufficio Studi e Statistica

L'ufficio Studi e Statistica effettua e coordina indagini e studi di carattere socio-economico in relazione ad aspetti congiunturali e strutturali, considerando livelli territoriali diversi. Oltre a svolgere in proprio alcune ricerche, lavora con analoghi enti a livello locale per la redazione congiunta di rapporti e studi. Collabora, inoltre, con gli uffici e centri studi delle Camere di commercio e delle Unioni regionali, comprese quelle dell'Euroregione Alpi Mediterraneo e Unioncamere italiana, al fine di coordinare il più possibile le attività. È organo del Sistan, Sistema statistico nazionale.

Di seguito si illustrano i progetti e le attività svolte nel 2014:

- Piemonte Congiuntura. Si tratta della newsletter trimestrale, pubblicata sul sito www.piemonte.congiuntura.it, che analizza la dinamica congiunturale dell'economia regionale e provinciale. Il "core" della newsletter è rappresentato dalla rilevazione a consuntivo dell'andamento dell'industria manifatturiera piemontese, effettuata presso un campione significativo di imprese con più di 2 addetti, appartenenti alle diverse classi dimensionali e ai differenti settori merceologici delle attività manifatturiere. Nella newsletter confluiscono anche i principali risultati dell'indagine congiunturale trimestrale sui settori del commercio al dettaglio in sede fissa e della ristorazione, avviata a inizio 2012 con l'obiettivo di fornire un quadro il più esaustivo possibile sulla dinamica congiunturale regionale. Con particolare riferimento all'industria manifatturiera, nel 2014 sono state realizzate quattro indagini congiunturali nei mesi di gennaio, aprile, luglio, ottobre. È proseguita, inoltre, la collaborazione con Confindustria Piemonte: a partire dal II trimestre 2011, infatti, Unioncamere Piemonte e Confindustria Piemonte diffondono insieme i risultati a consuntivo e previsionali delle rispettive indagini congiunturali. In quest'ambito, è proseguita anche la collaborazione con Unicredit e Intesa Sanpaolo;
- Piemonte in Cifre. Giunto alla ventiduesima edizione, l'Annuario Statistico Regionale presenta un impianto metodologico consolidato che prevede l'utilizzo di dati ufficiali a carattere strutturale, la neutralità delle informazioni fornite e la fornitura della serie storica per un arco temporale significativo e con un ottimale livello di disaggregazione territoriale e settoriale. La versione integrale dell'annuario è disponibile on line sul sito www.piemonteincifre.it, mentre è stata pubblicata una sintesi dei dati nel "Profilo Statistico Regionale". Per il sesto anno è stato realizzato, inoltre, il "Quadro Statistico Complementare", che presenta informazioni della statistica non ufficiale, più aggiornate e dettagliate: indagini congiunturali, previsioni macroeconomiche, dati e analisi statistiche ed economiche realizzate con indagini campionarie ad hoc;
- Rapporto sull'internazionalizzazione del Piemonte. Realizzato per il dodicesimo anno consecutivo, oltre ad un'analisi approfondita dei vari aspetti dell'internazionalizzazione, il rapporto propone il calcolo di un indice sintetico di internazionalizzazione del Piemonte, utile sia per verificare l'andamento nel tempo della nostra regione, sia per effettuare analisi di benchmarking con altri territori italiani;

- Nero su bianco. L'indagine analizza i fenomeni economici della produzione editoriale piemontese e l'offerta regionale nel campo dell'editoria, tracciando parallelamente il profilo del lettore piemontese, le sue preferenze e abitudini d'acquisto;
- Imprese e Territorio: monitorare per conoscere. Si tratta di un progetto finanziato sul Fondo di Perequazione 2013 - Osservatori e monitoraggio dell'economia in ambito regionale e indirizzato a incrementare l'offerta di analisi economica del sistema camerale piemontese. Nell'ambito di questo progetto, è proseguita nel 2014 l'indagine congiunturale sui settori del commercio al dettaglio in sede fissa e della ristorazione, nonché il processo di omogeneizzazione dell'indagine sull'industria manifatturiera di Unioncamere Piemonte rispetto a quelle condotte sullo stesso tema dalle altre Unioni regionali e da Unioncamere nazionale. Nel 2014 è stato realizzato, inoltre, il rapporto "*Geografia d'impresa 2014*", con l'obiettivo di analizzare l'evoluzione della struttura imprenditoriale piemontese nel decennio 2001/2011 attraverso un confronto tra i dati dei relativi censimenti. È stata inoltre condotta un'analisi sui dati più recenti per cogliere gli eventuali cambiamenti indotti dalla nuova fase recessiva del biennio 2012/2013. Sono proseguite nell'ambito del progetto le attività di *monitoraggio delle tariffe dei servizi pubblici locali e dei prezzi liberalizzati per le Pmi piemontesi*;
- Politiche di conciliazione in azienda: Rapporto Piemonte 2014. Su incarico della Regione Piemonte, Unioncamere Piemonte ha curato l'indagine qualitativa sulla conciliazione tempi di vita/lavoro in Piemonte, condotta attraverso metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), coinvolgendo un campione di imprese con più di 20 addetti aventi sede legale nella regione e dotate di indirizzo di Posta Elettronica Certificata (PEC). L'obiettivo della ricerca è stato quello di valorizzare e difendere l'adozione di pratiche di Responsabilità sociale d'impresa finalizzate alla competitività del sistema, nell'ottica di migliorare e di incrementare l'adozione degli strumenti di conciliazione all'interno delle imprese piemontesi;
- Secondo Report sulla CSR in Piemonte. Nell'ambito del progetto CSR Piemonte, a tre anni dal primo monitoraggio, è stata condotta una nuova indagine sul tema della Responsabilità sociale d'impresa i cui risultati sono confluiti nel Secondo Report sulla CSR in Piemonte. La rilevazione ha coinvolto un campione di 819 imprese piemontesi, con almeno 5 addetti, aventi sede legale in Piemonte, operanti nel settore manifatturiero, delle costruzioni, del commercio, del turismo e dei servizi;
- Le famiglie imprenditoriali piemontesi e le loro aziende 2014. Lo studio è finalizzato ad analizzare la struttura, le dinamiche e le tendenze delle imprese familiari, realtà fortemente radicate sul territorio piemontese e su quello nazionale, di cui costituiscono l'ossatura e uno dei motori di sviluppo più robusti;
- Attività per conto delle Camere di commercio di Biella, Cuneo e Vercelli;
- Piemonte in pillole. Dal 2010 l'Ufficio Studi e Statistica di Unioncamere Piemonte, al fine di dotare Presidenti, Segretari Generali e dirigenti delle Camere di commercio piemontese di elementi di informazione economica utili sia per la programmazione camerale che per

discorsi pubblici, interventi e articoli, fornisce loro, con periodicità quindicinale, il bollettino economico "Piemonte in pillole". Il bollettino contiene notizie dal Piemonte, dall'Italia e dal mondo, affiancate dal quadro sinottico delle principali variabili macroeconomiche a livello provinciale e regionale, unito a qualche variabile di contesto a livello internazionale. Il quadro sinottico contiene sia le informazioni a consuntivo, sia le previsioni più aggiornate;

- Relazione alla Regione Piemonte del Sistema camerale ai sensi dell'art. 4 bis della L. 580/93;
- Newsletter Piemonte Prezzi. La newsletter, a cadenza trimestrale, monitora l'andamento dei prezzi nella nostra regione, per fornire a cittadini e operatori del settore un servizio informativo utile e trasparente;
- Comunicati stampa. Nel 2014 si è ulteriormente ampliata la presenza mediatica di Unioncamere Piemonte come osservatore economico, sia attraverso la redazione di comunicati stampa che attraverso la fornitura ad hoc di informazioni richieste specificatamente dai giornalisti. L'Ufficio Studi e Statistica di Unioncamere Piemontesi si è occupato, inoltre, di fornire statistiche aggiornate per i tweet da diffondere attraverso il profilo Twitter di Unioncamere Piemonte.