



*RELAZIONE SULLE ATTIVITA' DELLE CAMERE
DI COMMERCIO DEL PIEMONTE
ANNO 2013*

(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
DI TORINO

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 del
Verbano Cusio Ossola

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



Camera di Commercio
Vercelli

Unioncamere Piemonte

Sede principale

Via Cavour, 17 – 10123 TORINO

Tel. 011.5669201 Fax 011.5119144

Web site: www.pie.camcom.it



1. Il “consolidamento” dei Bilanci delle 8 Camere di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura della regione Piemonte

1.1 – Conto economico 2013

	Totale CCIAA Piemonte
Proventi correnti	
Diritto annuale	88.579.302,92
Diritti di segreteria	19.126.037,15
Contributi trasferimenti e altre entrate	5.876.060,33
Proventi da gestione di beni e servizi	1.205.238,24
Variazione delle rimanenze	- 229.362,04
Totale Proventi correnti	114.557.276,60
Oneri correnti	
Personale	29.242.250,46
competenze al personale	21.839.266,93
oneri sociali	5.317.340,42
accantonamenti al T.F.R.	1.573.964,81
altri costi	511.678,30
Funzionamento	36.036.301,26
prestazioni servizi	13.531.502,64
godimento di beni di terzi	651.795,59
oneri diversi di gestione	11.913.456,77
quote associative	8.501.865,33
organi istituzionali	1.437.680,93
Interventi economici	38.735.287,13
Ammortamenti e accantonamenti	32.125.654,06
immob. Immateriali	326.965,14
immob. Materiali	3.007.902,81
svalutazione crediti	25.027.868,55
fondi rischi e oneri	3.762.917,56
Totale oneri correnti	136.139.492,91
Risultato gestione corrente	- 21.582.216,31
Proventi finanziari	1.737.624,89
Oneri finanziari	101.679,03
Risultato gestione finanziaria	1.635.945,86
Proventi straordinari	11.828.615,37
Oneri straordinari	1.197.471,66
Risultato gestione straordinaria	10.631.143,71
Rivalutazioni attivo patrimoniale	64,80
Svalutazioni attivo patrimoniale	3.090.242,32
Differenza rettifiche attività finanziaria	- 3.090.177,52
Disavanzo / Avanzo economico esercizio	- 12.405.304,26

Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

1.2 - Stato patrimoniale 2013

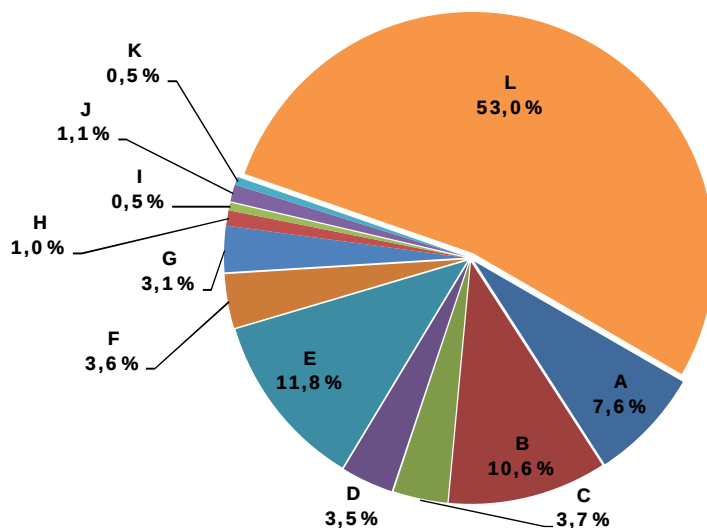
	Totale CCIAA Piemonte
Attivo	
Totale Immobilizzazioni Immateriali	1.529.031,14
Totale Immobilizzazioni Materiali	68.835.462,95
Totale Immobilizzazioni Finanziarie	131.247.135,49
Totale Immobilizzazioni	201.611.629,58
Totale rimanenze	752.490,36
Totale crediti di funzionamento	38.651.854,42
Totale disponibilità liquide	60.972.283,53
Totale attivo circolante	100.376.628,31
Totale Ratei e risconti attivi	155.563,91
Totale Attivo	302.143.821,80
Conti d'ordine	33.727.389,42
Totale gestioni speciali	-
Totale generale attività	335.871.212,22
Passivo	
Totale Patrimonio netto	196.954.327,95
Totale debiti di finanziamento	2.111.165,69
Totale Fondo trattamento fine rapporto	30.435.591,37
Totale debiti di funzionamento	58.838.191,19
Totale fondi per rischi e oneri	12.481.507,51
Totale Ratei e risconti passivi	1.323.039,09
Depositi bancari	-
Totale Passivo	105.189.494,85
Totale Passivo e patrimonio netto	302.143.822,80
Conti d'ordine	33.727.389,42
Totale Fondo di quiescenza	-
Totale generale passività	335.871.212,22

Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

2. Le iniziative promozionali del 2013

2.1 - Spesa promozionale per settore economico di impatto

Spesa promozionale complessiva: 38.735.287,13 euro



Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

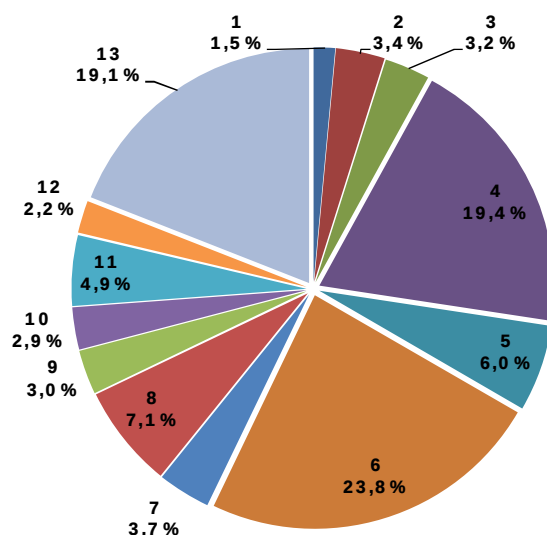
Settori economici di impatto

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 2013 la **spesa promozionale** complessivamente sostenuta dalle 8 Camere di commercio piemontesi ammonta a **38.735.287,13 euro**. Oltre la metà delle risorse stanziata è diretta a iniziative promozionali **multisetoriali**, a dimostrazione della trasversalità degli impegni e delle attività degli enti camerali. L'**11,8 %** delle risorse è stato destinato al comparto del **turismo**; seguono l'**agroalimentare** e l'**industria**, rispettivamente con il 10,6% e il 7,6% dell'impegno finanziario complessivamente sostenuto dalle Camere di commercio piemontesi.

2.2 - Spesa promozionale per tipologia di iniziativa

Spesa promozionale complessiva: 38.735.287,13 euro



Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

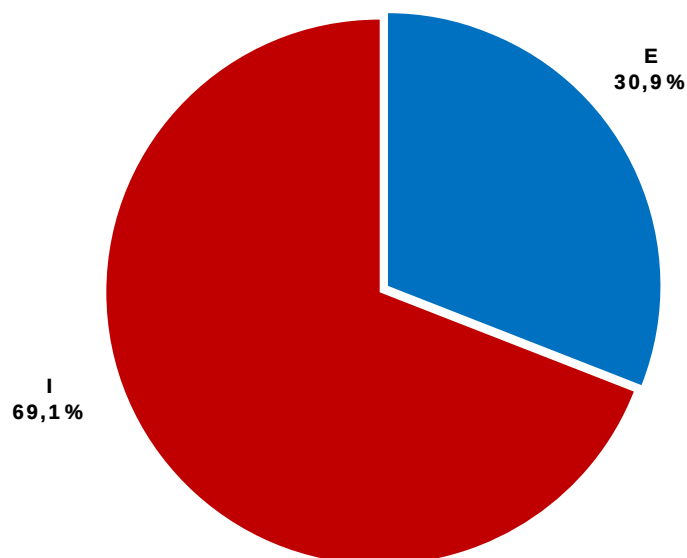
Tipologia di iniziativa

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 2013 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** (23,8% 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: 38.735.287,13 euro



Fonte: Unioncamere Piemonte su dati CCIAA

Area di intervento

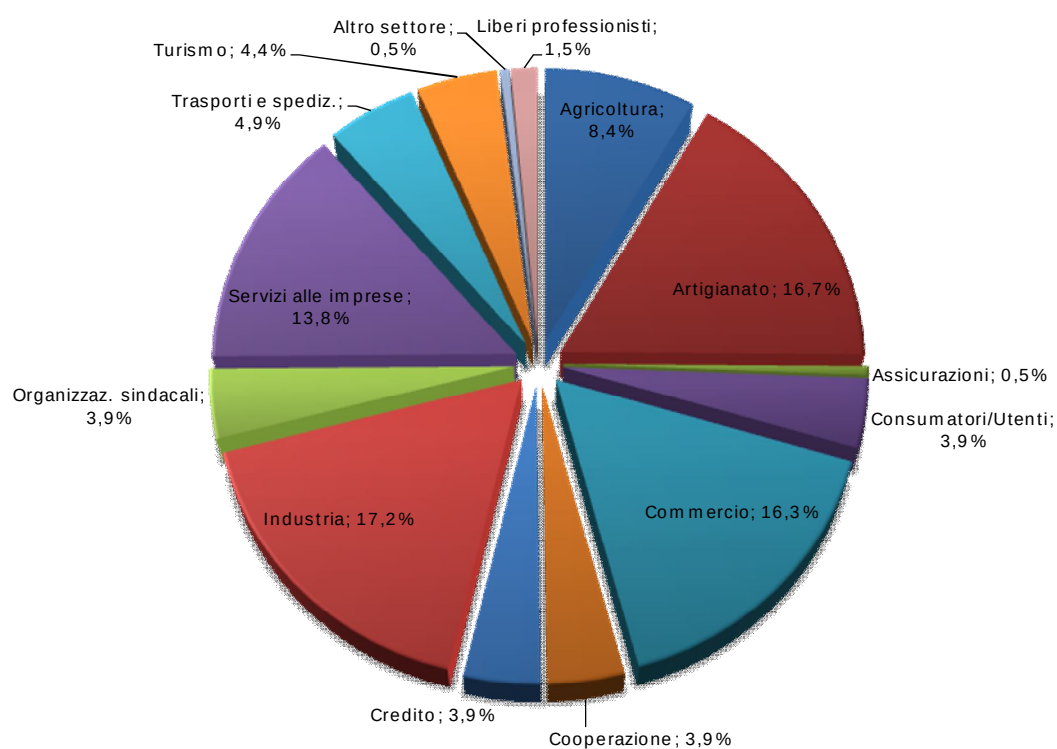
Interno	I
Estero/Internazionalizzazione	E

Una quota in costante aumento delle risorse stanziata a favore degli interventi economici è quella destinata a iniziative rivolte ai **mercati internazionali**. Nel 2013 tale quota è, infatti, salita al **30,9 %** dal 26,0% dell'anno precedente. Il 69,1% delle risorse stanziata dalle Camere di commercio piemontesi per iniziative promozionali è, invece, destinato ai **mercati nazionali**.

3. Gli organi

I **consiglieri** che compongono i consigli delle **Camere di commercio del Piemonte** ammontano complessivamente a **203**: il **17,2 %** appartiene al settore dell'**industria**, il **16,7 %** a quello dell'**artigianato** e il **16,3 %** al comparto del **commercio**. La quota di rappresentanza femminile negli organi direttivi è pari al 16,3% contro l'83,7% di quella maschile.

3.1 - La presenza dei settori economici nei consigli camerali



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

4. L' organizzazione delle CCIAA del Piemonte

Il sistema camerale piemontese, oltre alle rispettive sedi principali, si compone di **11 sedi distaccate** e presenta la seguente ripartizione: **6** strutture dedicate al **servizio prezzi**, **5** **camere arbitrali**, **4** **sale contrattazione**, **3** **strutture congressuali**, **2** **camere di conciliazione**, **2** **laboratori metrologici**, **1** **borsa merci**, **1** **laboratorio chimico-merceologico**, **1** **borsa immobiliare** e **1** **altra struttura** (borsa rifiuti, euro-sportello). Ad arricchire l'organizzazione delle CCIAA del Piemonte si annovera la presenza di **10 Aziende Speciali**, finalizzate al supporto della crescita territoriale e del tessuto imprenditoriale.

4.1 - Le strutture istituzionali delle CCIAA piemontesi

Strutture	Numero strutture
Borsa merci	1
Sala contrattazione	4
Camera arbitrale	5
Laboratorio chimico-merceologico	1
Strutture congressuali	3
Camera di conciliazione	2
Laboratorio metrologico	2
Borsa immobiliare	1
Servizio prezzi	6
Altro	1
Totale strutture	26

Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

4.2 - Le sedi principali e le sedi distaccate delle CCIAA piemontesi ^(a)



(a) La sede distaccata di Borgosesia è in comune tra le CCIAA di Biella, Novara e Vercelli

Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

5. Il personale delle CCIAA del Piemonte

Al 31 dicembre 2013, la dotazione organica complessiva delle otto Camere di commercio piemontesi è pari a **824 unità**, di cui **690** assunte **a tempo indeterminato** (il **73,9 %** è di **sexso femminile**), e **15 unità a tempo determinato** (escluso il Segretario Generale). Le restanti unità sono assunte con altre tipologie contrattuali di lavoro flessibile.

Per quanto concerne la suddivisione del personale in servizio a tempo indeterminato per classi di età, il **41,6 %** risulta appartenere alla fascia di età compresa tra i **40** e i **49** anni, il **37,2 %** a quella tra i **50-59 anni** e il **16,4 %** tra i **30-39 anni**. A seguire, il **3,9 %** ha compiuto **65 anni o supera tale età** ed infine lo **0,9 %** possiede un'età inferiore ai **29 anni**.

Durante l'anno 2013, il numero delle **cessazioni** del rapporto di lavoro avvenute nelle otto Camere di commercio del Piemonte ammonta a **1**, mentre quello riferito agli **accessi** è pari a **4**.

Corrisponde a **248** il numero dei **laureati** che compongono l'organico delle CCIAA piemontesi.

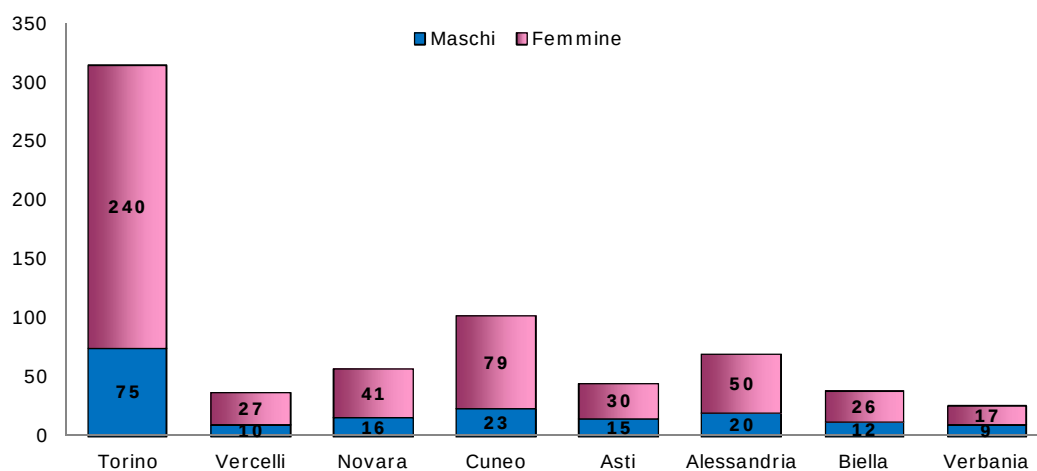
Nell'anno 2013, a supporto della formazione del personale sono stati attivati **282 corsi formativi**, in crescita dell'8,9% rispetto all'anno precedente. Tali corsi sono prevalentemente incentrati su tematiche inerenti all'ambito tecnico-specialistico (38,3%).

5.1 - Il personale in servizio presso le CCIAA

Personale a tempo indeterminato	690
Dotazione organica complessiva	824

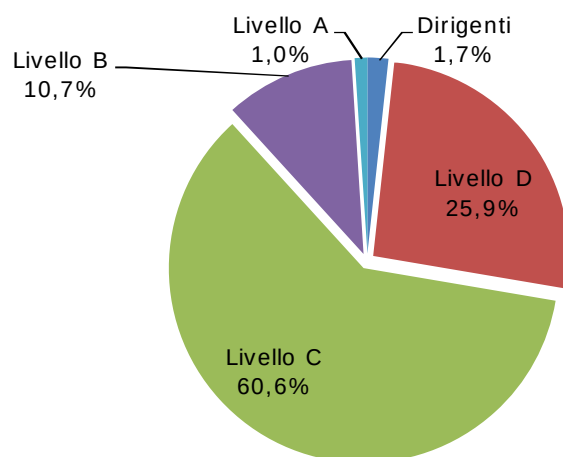
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

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



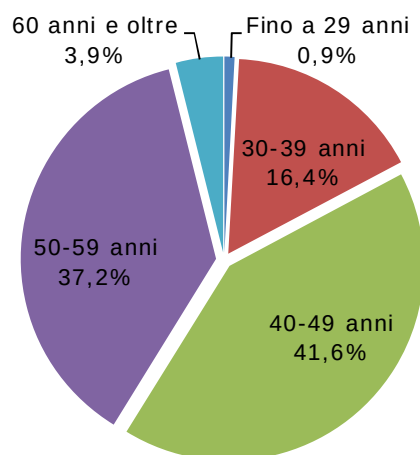
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

5.3 - Personale in servizio a tempo indeterminato per categoria



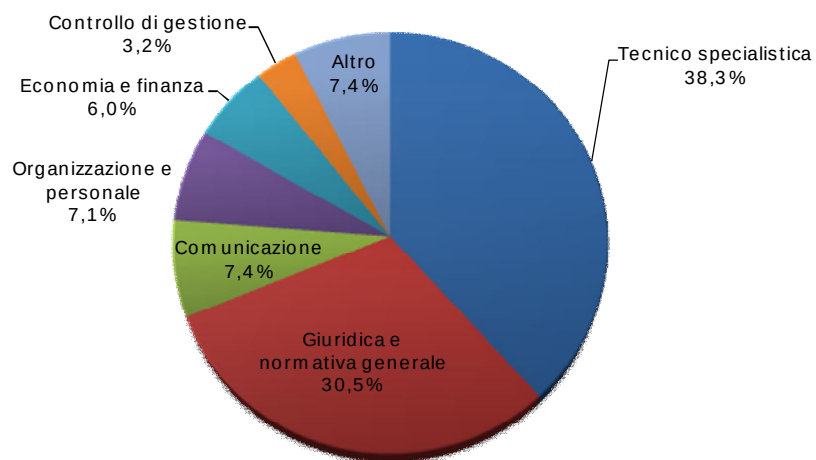
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

5.4 - Personale in servizio a tempo indeterminato per classi di età



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

5.5 - Corsi formativi per area tematica



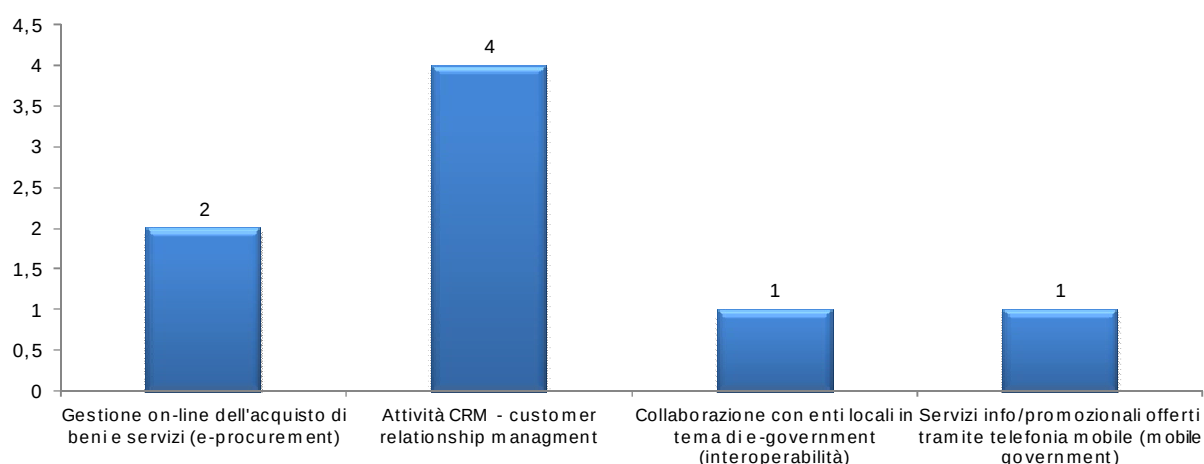
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

6. Semplificazione amministrativa, e-Government, Comunicazione

Le Camere di commercio regionali risultano essere abbastanza sensibili al tema dell'informatizzazione: sono **4** le CCIAA che hanno realizzato **progetti di e-Government**. Nel 2013, **4 CCIAA** su 8 hanno promosso **attività di CRM** (Customer Relationship Management), **2** attività inerenti la **gestione online dell'acquisto di beni e servizi** (e-procurement) ed infine solo una si è occupata di azioni volte alla **collaborazione con enti locali in tema di e-Government** (interoperabilità) e ai **servizi informativi e promozionali offerti attraverso la telefonia mobile**.

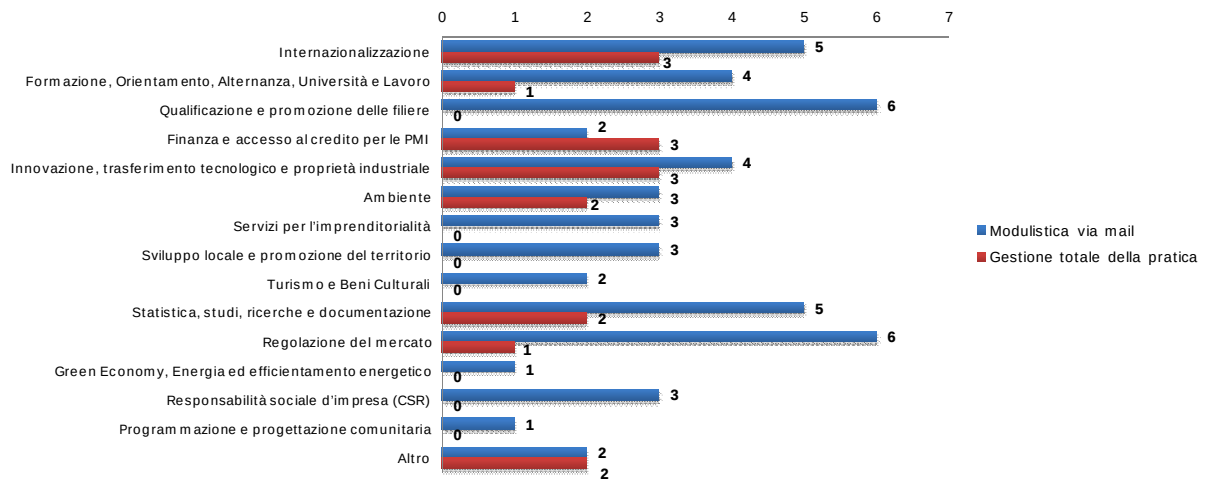
Gli strumenti di comunicazione maggiormente adottati dalle CCIAA piemontesi risultano essere i **comunicati stampa** e le **conferenze stampa** (circa il **15 %**), seguono gli spazi pubblicitari su riviste e quotidiani e la rassegna stampa per il personale interno con il 13%. Inoltre nell'ambito dell'informatizzazione si rivelano molto utilizzati gli **strumenti del web 2.0** ed in particolar modo i **social network**.

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



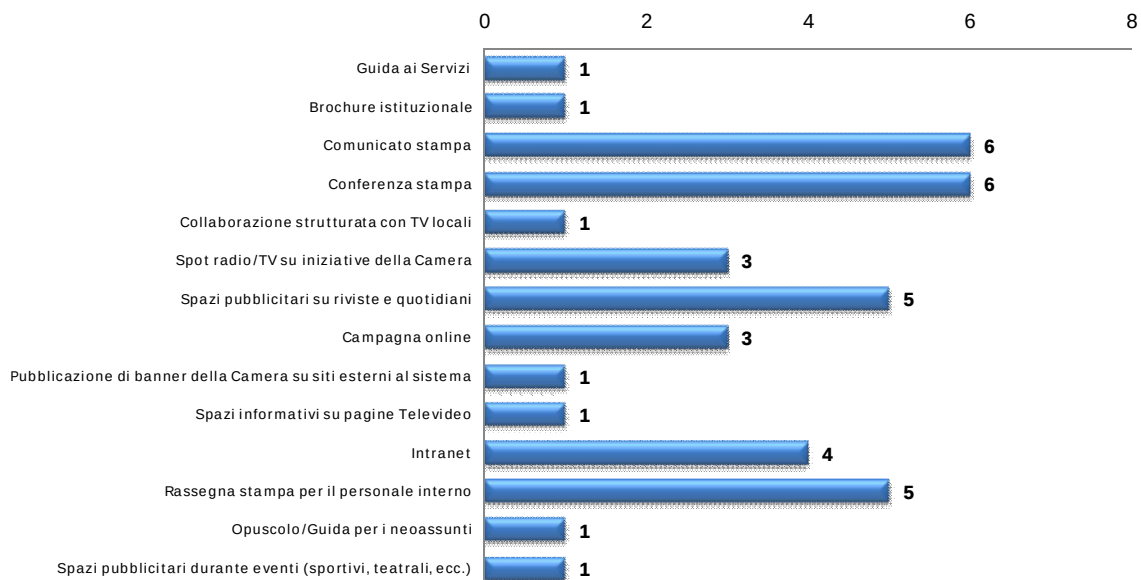
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

6.2 - Camere di commercio in cui è possibile inviare la modulistica compilata via mail e gestire la pratica dalla compilazione al pagamento nei settori di attività camerale



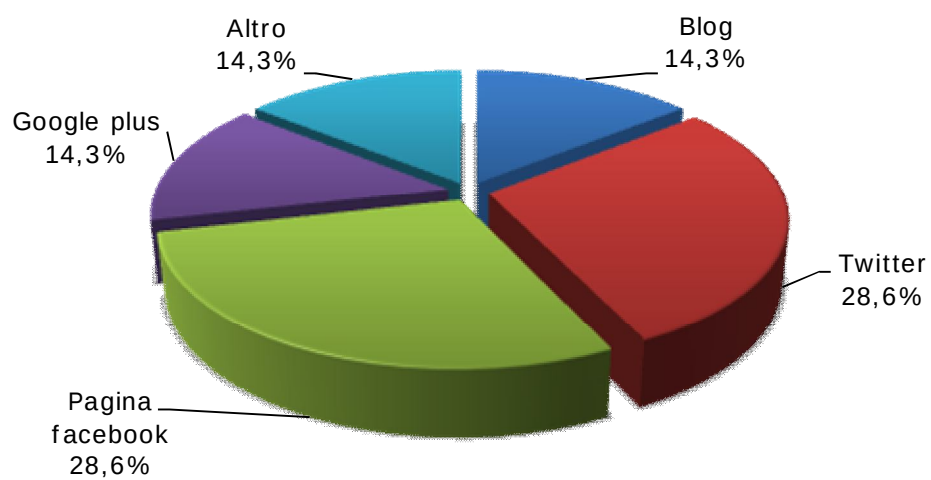
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

6.3 - Gli strumenti di comunicazione utilizzati dalle CCIAA



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

6.4 - Strumenti web 2.0 utilizzati dalle CCIAA



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

7. Internazionalizzazione

Contrariamente a quanto avvenuto nel 2012, nel corso del 2013 tutte e **8 le CCIAA piemontesi hanno svolto attività relative all'internazionalizzazione**, di cui 4 con il supporto di un'altra azienda speciale o altra struttura camerale, 3 delegando funzionalmente il proprio Centro estero ovvero l'Agenzia regionale per l'internazionalizzazione e infine una attraverso un processo di associazione di funzioni con l'Unione regionale.

Il numero delle iniziative promozionali volte a tale tema, presenta la seguente ripartizione: 160 sono le attività di workshop formativi degli operatori, i seminari, i country presentation, le tavole rotonde, ecc..., 87 sono le iniziative di promozione per accordi di distribuzione e collaborazione commerciale, 72 sono le partecipazioni a fiere ed eventi all'estero EU, 46 sono le partecipazioni a fiere ed eventi all'estero extra EU, 35 sono le organizzazioni di missioni commerciali con operatori all'estero (extra UE), a 29 ammonta il numero relativo ai ricevimenti delle delegazioni estere in Italia (extra UE) e a 25 quello riferito ai ricevimenti delle delegazioni estere in Italia (UE).

A livello di area geografica emerge che il **42,9%** delle antenne e desk gestiti direttamente dalle CCIAA piemontesi è rivolto all'**Asia**, il **23,8%** all'**America del Sud**, il **19,0%** all'**Europa**, il **9,5%** all'**America del Nord** e il **4,8%** all'**Africa**.

Per quanto concerne l'ammontare complessivo degli **sportelli al pubblico dedicati all'internazionalizzazione** si osserva che sono **ben 6 le Camere di commercio che offrono tale servizio**.

7.1 - Promozione dell'internazionalizzazione

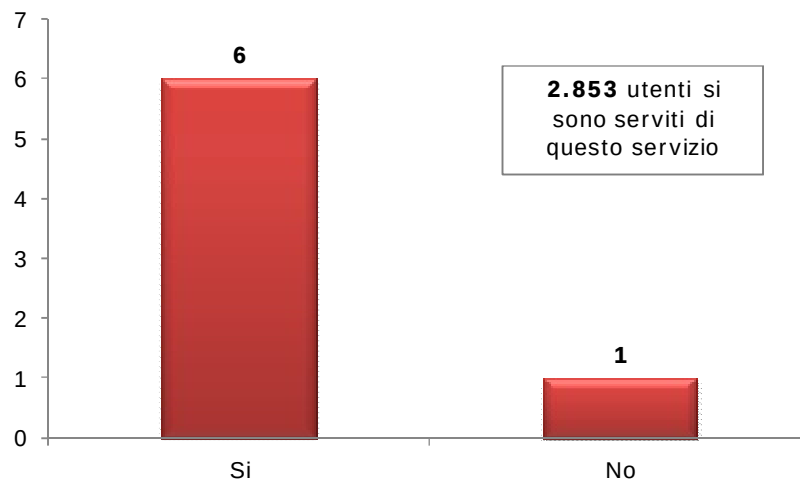
(numero di iniziative per obiettivo)



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

7.2 - Sportelli al pubblico dedicati all'internazionalizzazione

(numero CCIAA che possiedono uno sportello dedicato)



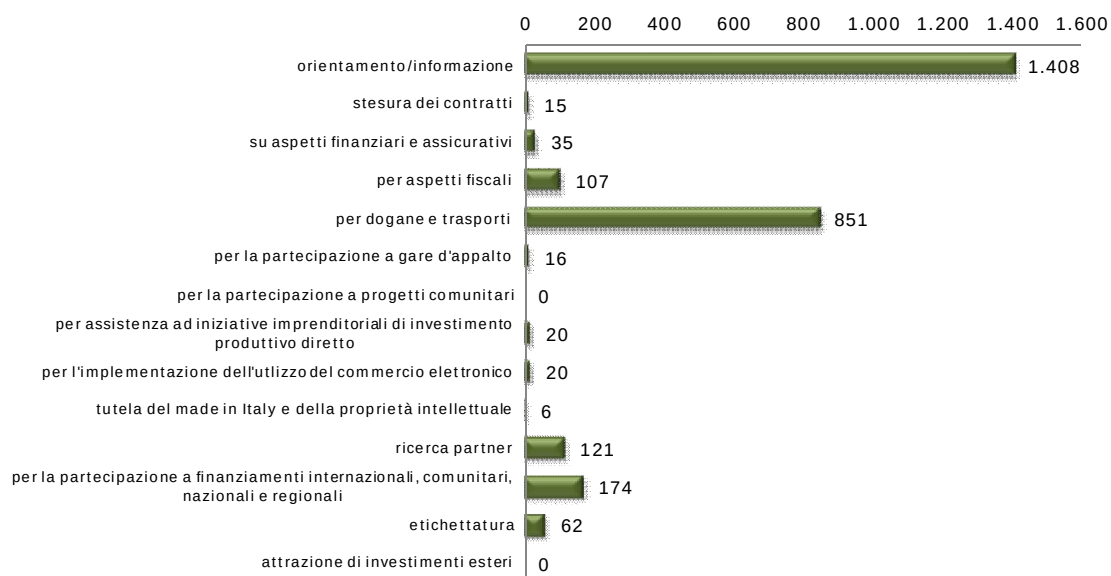
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

7.3 – Tipologie di iniziative per attività formative organizzate dalle CCIAA per le imprese del territorio

Seminari e/o convegni	45
Formazione di base sugli scambi con l'estero	32
Corsi di specializzazione	20

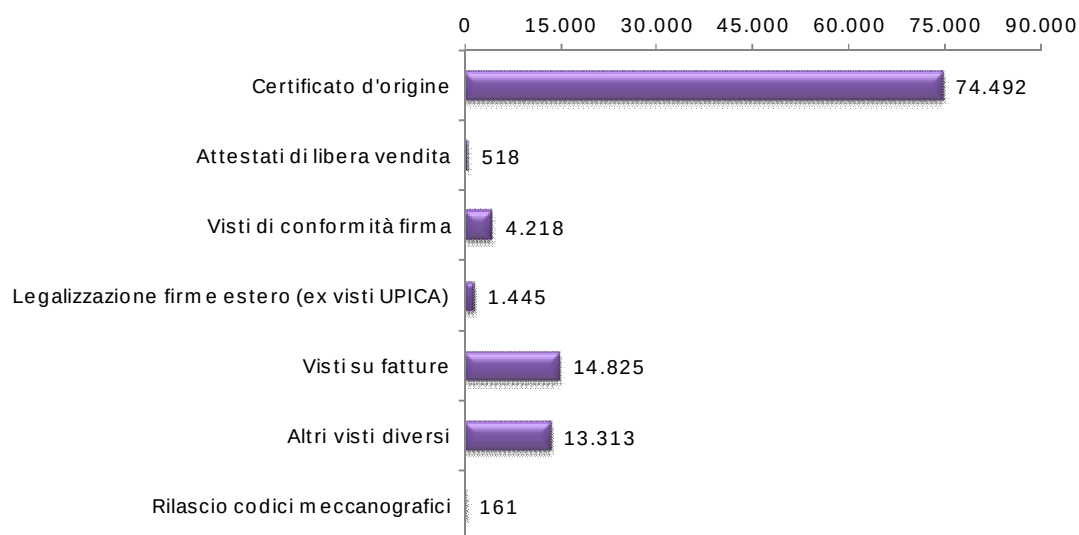
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

7.4 - Consulenze erogate dalle CCIAA secondo le principali tematiche



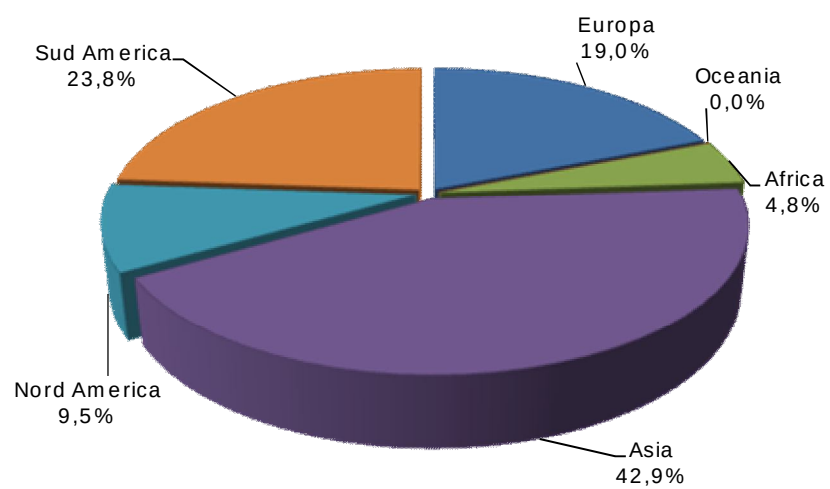
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

7.5 - Tipologia di servizi di richiesta on-line per i documenti per l'estero



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

7.6 - Antenne e desk gestiti direttamente dalle CCIAA



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

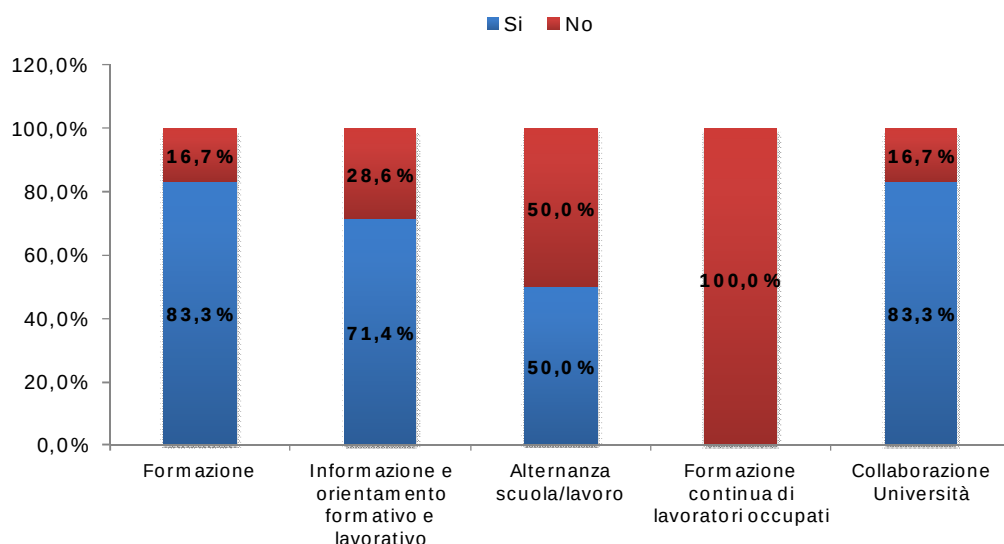
8. Formazione, Orientamento, Alternanza, Università e Lavoro

Anche quest'anno 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.

Si è rivolta particolare attenzione **alla formazione e alla collaborazione con le Università (83,3 %)**, nonché **all'informazione e all'orientamento formativo e lavorativo (71,4 %)**.

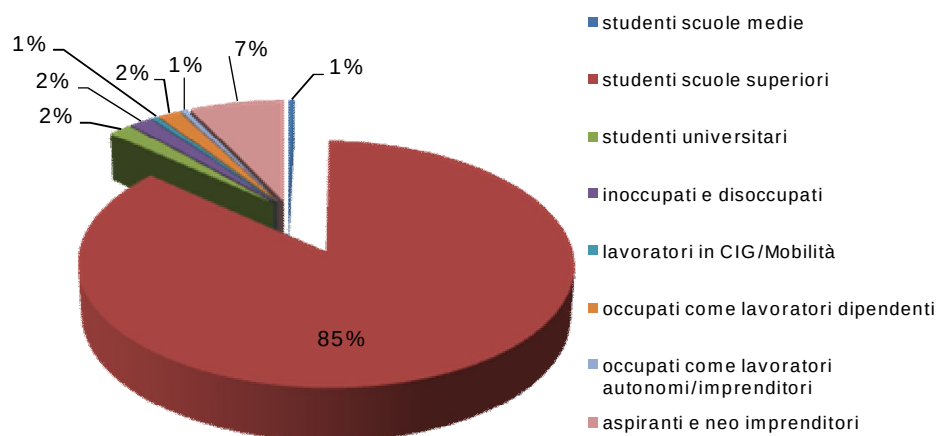
Gli utenti che hanno partecipato ai corsi organizzati dalle CCIAA provengono prevalentemente dalle scuole superiori (circa l'83%).

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



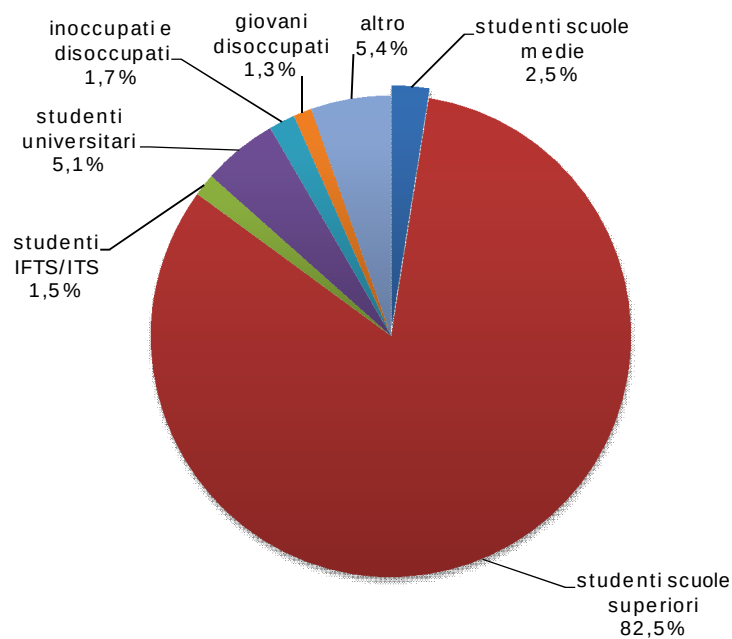
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

8.2 - Utenti dei corsi/seminari formativi organizzati per tipologia di utenti



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

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



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

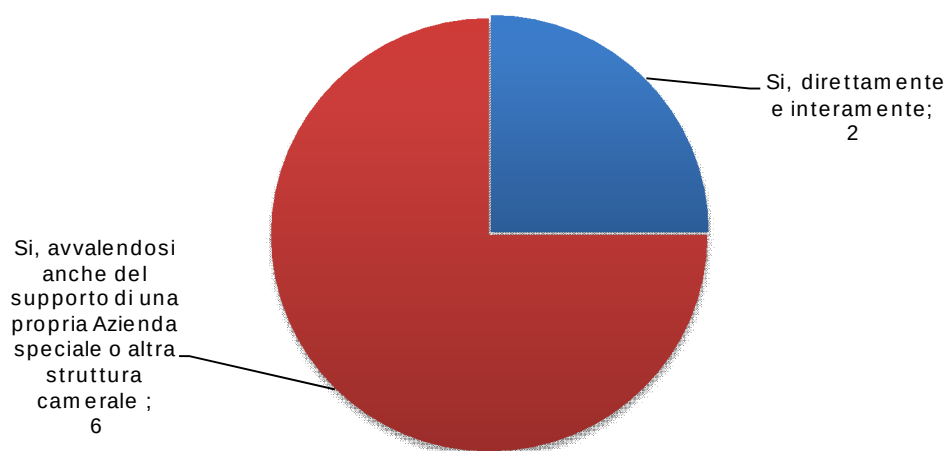
9. Valorizzazione e promozione delle filiere

Un tema particolarmente rilevante per il sistema camerale piemontese è quello relativo alla **valorizzazione e promozione delle filiere**. Le 8 Camere di commercio regionali infatti, risultano essere molto attive in tale ambito: due svolgono questo tipo di attività autonomamente e 6 in collaborazione con un'Azienda Speciale o struttura camerale.

Tutti e 8 gli enti camerali piemontesi **svolgono attività di valorizzazione e promozione della filiera agroalimentare**; seguono la filiera dell'artigianato tradizionale e quella del tessile, abbigliamento e calzature che contano, rispettivamente, 3 e 2 CCIAA coinvolte nell'attività di valorizzazione.

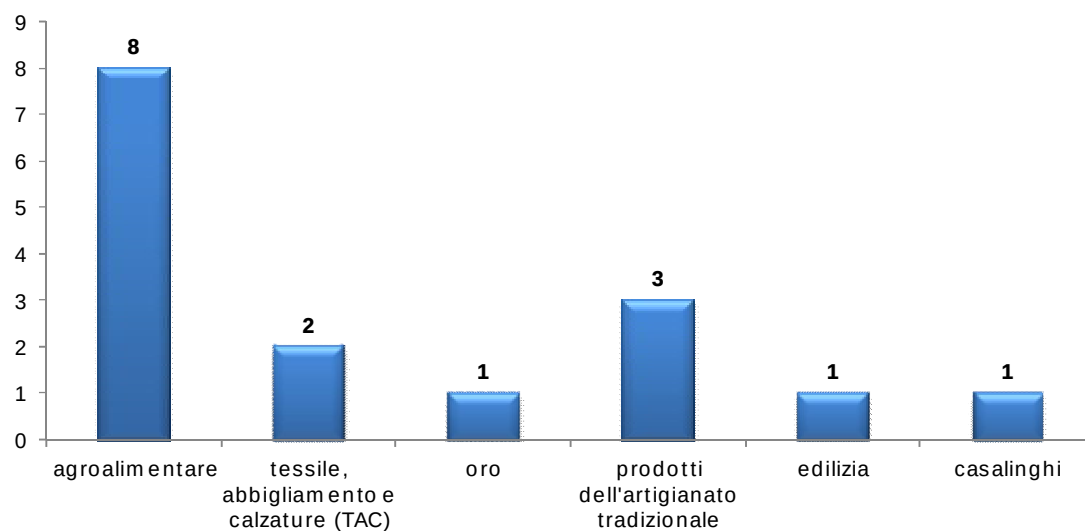
Le CCIAA per promuovere le produzioni locali, ricorrono a diverse iniziative: la più sfruttata è **la partecipazione a fiere e mostre fuori provincia**, seguita dall'**organizzazione diretta di fiere e mostre in Italia** e dalla **partecipazione a fiere e mostre nella provincia**. **L'adesione a consorzi** risulta essere, invece, il mezzo maggiormente sfruttato dalle Camere di commercio per promuovere le stesse produzioni.

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



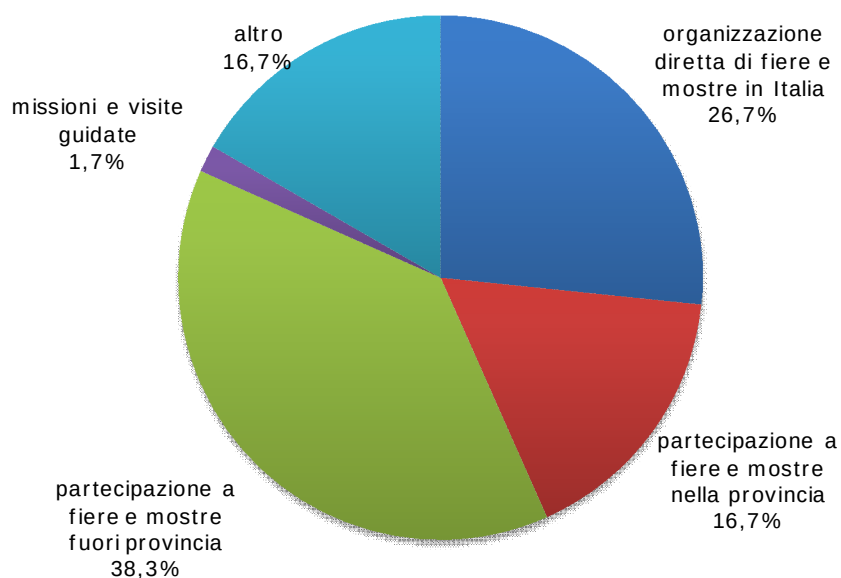
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

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



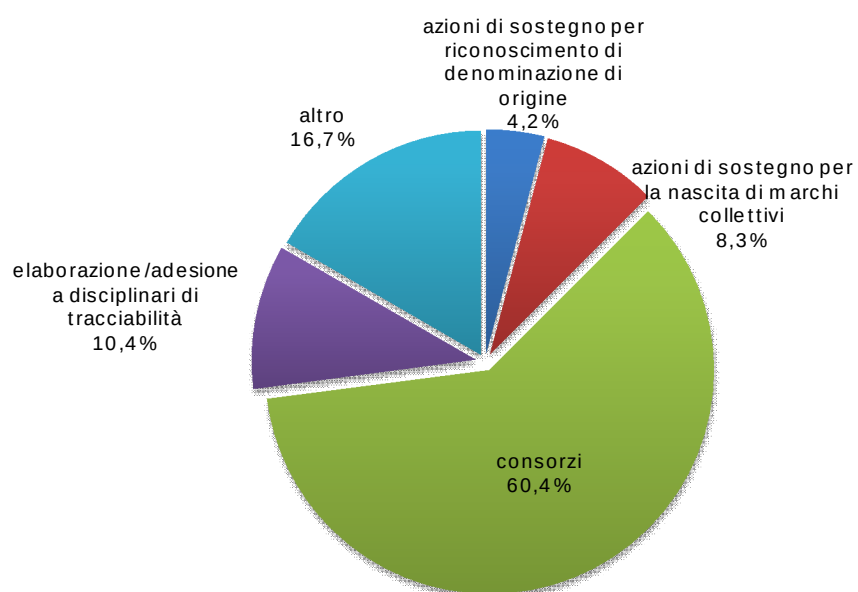
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

9.3 - Promozione di produzioni locali: numero di iniziative svolte per tipologia



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

9.4 - Numero di iniziative di valorizzazione di produzioni locali per tipologia



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

10. Finanza

Come nel 2012, anche nel 2013, **tutte le Camere di commercio piemontesi** hanno svolto attività nell'ambito della **finanza** e del **credito**.

Le attività prevalentemente svolte dalle CCIAA in tale ambito comprendono: attività finalizzate allo smobilizzo crediti PA, sostegno ai Confidi, attività di sostegno al microcredito, servizi di promozione e consulenza sul credito ed infine attività informative e divulgative.

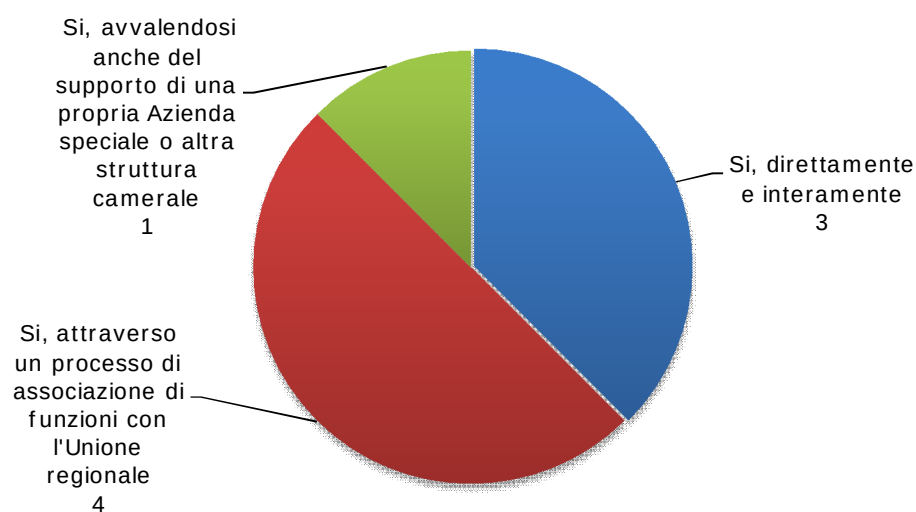
11. Legalità

Un tema particolarmente importante per il sistema camerale piemontese è quello relativo alla **legalità**. Le 8 Camere di commercio regionali infatti, risultano essere molto attive in tale ambito: 4 svolgono questo tipo di attività attraverso un processo di associazione di funzioni con l'Unione regionale, 3 autonomamente e 1 in collaborazione con un'Azienda Speciale o struttura camerale.

Per quanto concerne l'ammontare complessivo degli **sportelli per la legalità** si osserva che sono **3 le Camere di commercio che offrono tale servizio** e ammonta a **2** il numero delle Camere che non dispongono di tale sportello ma che sono **interessate ad un possibile prossimo sviluppo**.

Nel 2013, **6 CCIAA** su 8 hanno effettuato attività per la **cultura della legalità**, **4** hanno svolto attività a **supporto delle imprese a rischio racket e usura**, **3** si sono occupate dell'**anticontraffazione**, **2** si sono impegnate nell'**assistenza alle imprese sottratte alla criminalità** ed infine solo una si è dedicata ad azioni volte alla **prevenzione del rischio infiltrazione della criminalità nelle aziende e all'antiabusivismo**.

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



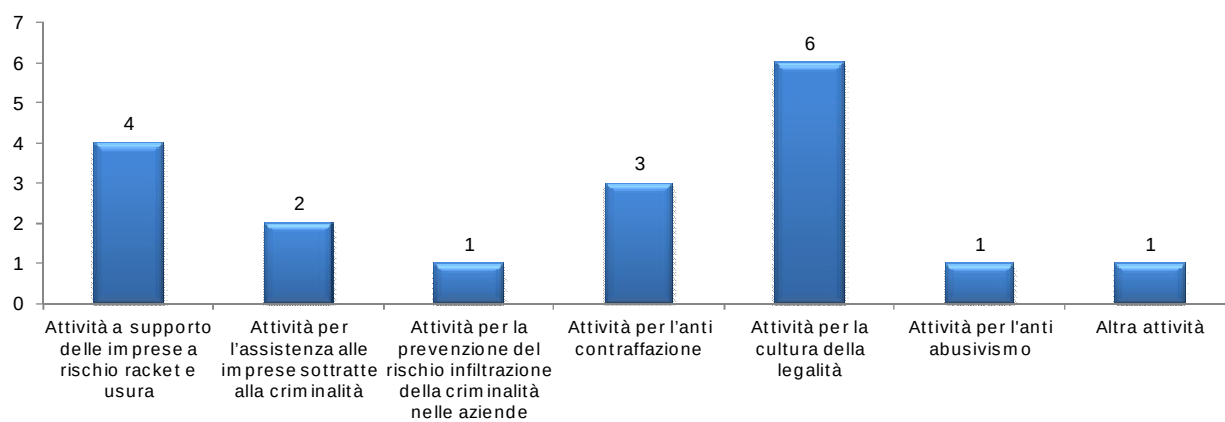
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

11.2 - Sportelli al pubblico dedicati alla legalità



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

11.3 – Attività che le Camere di commercio intendono sviluppare in termini di legalità



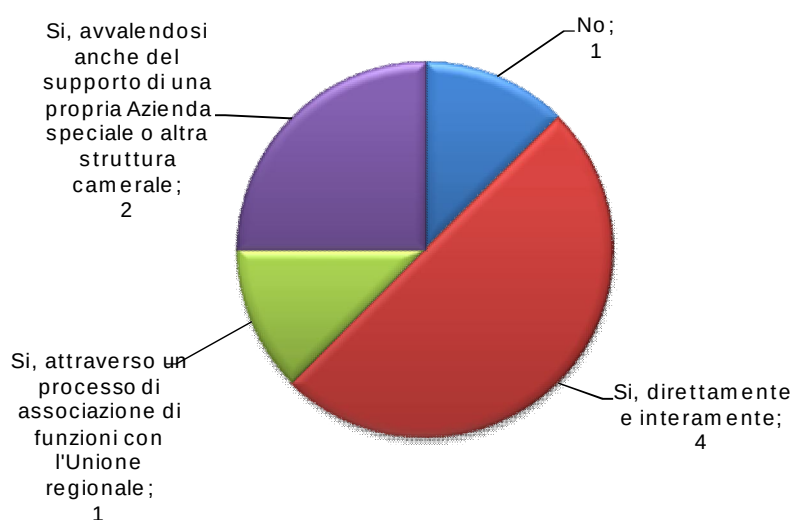
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

12. Innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale

Nel 2013, ben **7 Camere di Commercio** su 8, **hanno svolto attività in tema di innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale**. Tra le attività svolte dalle CCIAA in tema di proprietà industriale, la principale è stata la realizzazione di seminari, convegni e workshop (21 iniziative), seguita dalle attività volte alla formazione specialistica per le imprese. Per quanto concerne, invece, le attività in tema di innovazione, queste sono state promosse per lo più attraverso seminari, convegni, ricerche partners e brokerage events, sostegno alla creazione di nuove imprese innovative, fiere nel settore energetico e dell'innovazione e formazione specialistica per le imprese.

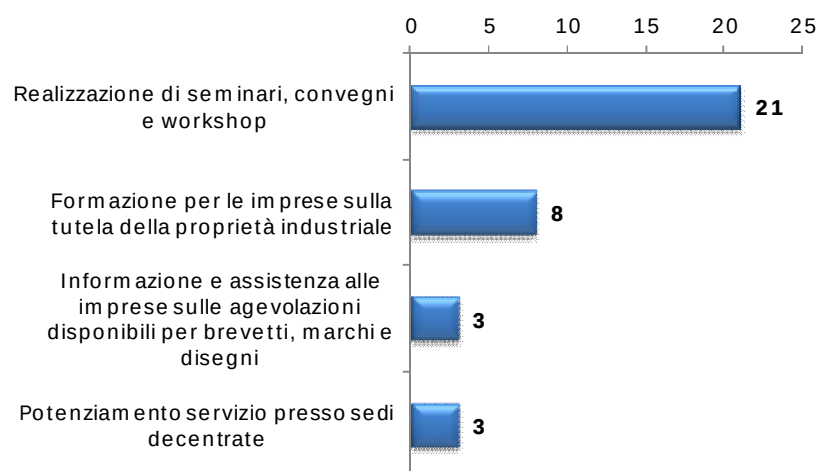
Le CCIAA hanno promosso e messo in pratica le attività inerenti all'innovazione tecnologica attraverso collaborazioni istituzionali, con università e istituti di ricerca, organismi specializzati sul territorio, progetti europei; il successo si è raggiunto anche attraverso altri strumenti come fiere, mostre ecc..

12.1 - CCIAA che hanno svolto attività in tema di innovazione, trasferimento tecnologico e proprietà industriale



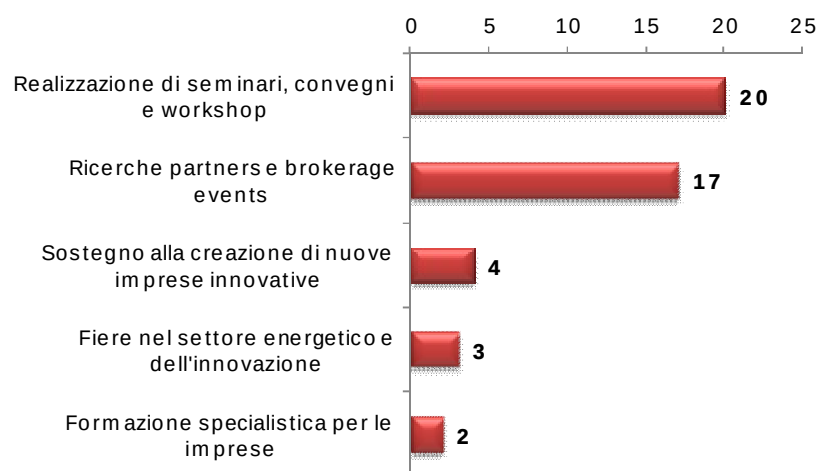
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

12.2 - Attività svolte dalle CCIAA in tema di proprietà industriale



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

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



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

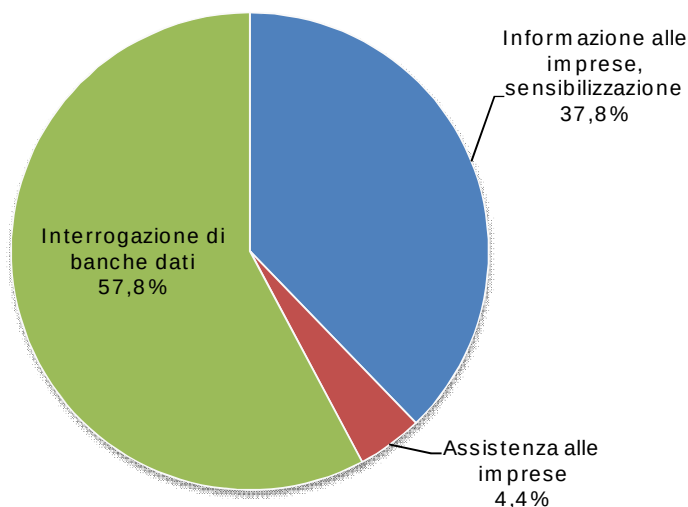
13. Ambiente

Come nel 2012, anche nel corso del 2013, **tutte le Camere di commercio del Piemonte hanno svolto attività rivolte alle imprese in tema ambientale**. Analizzando le iniziative intraprese dalle CCIAA, si osserva come l'interrogazione di banche dati, l'informazione e la sensibilizzazione al tema dell'ambiente e l'assistenza alle imprese, risultino essere le attività prevalenti in tale ambito.

Gli interventi in tema ambientale effettuati dagli enti camerali, hanno coinvolto maggiormente il settore dell'industria, dell'agricoltura, dell'artigianato e dei servizi; mentre in misura inferiore, tali azioni hanno interessato il settore del commercio.

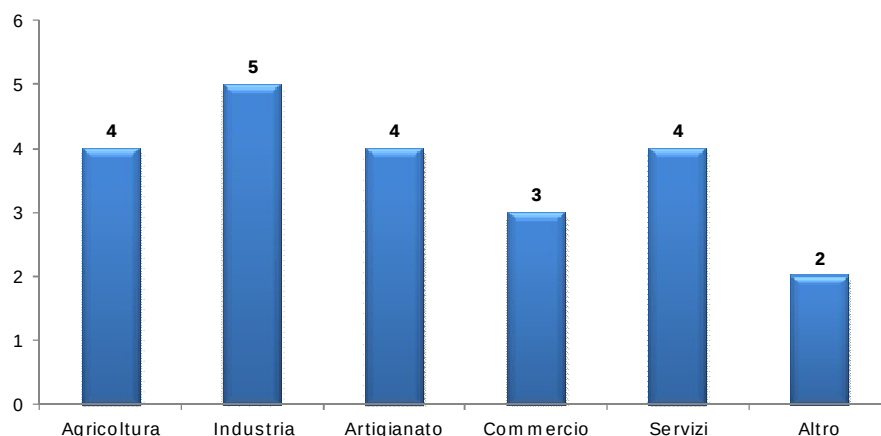
Gli strumenti più utilizzati dalle CCIAA piemontesi per la promozione delle attività in tema aziendali sono stati i convegni, le manifestazioni, i corsi di formazione, gli studi e le pubblicazioni.

13.1 - Iniziative svolte in tema ambientale dalle CCIAA del Piemonte



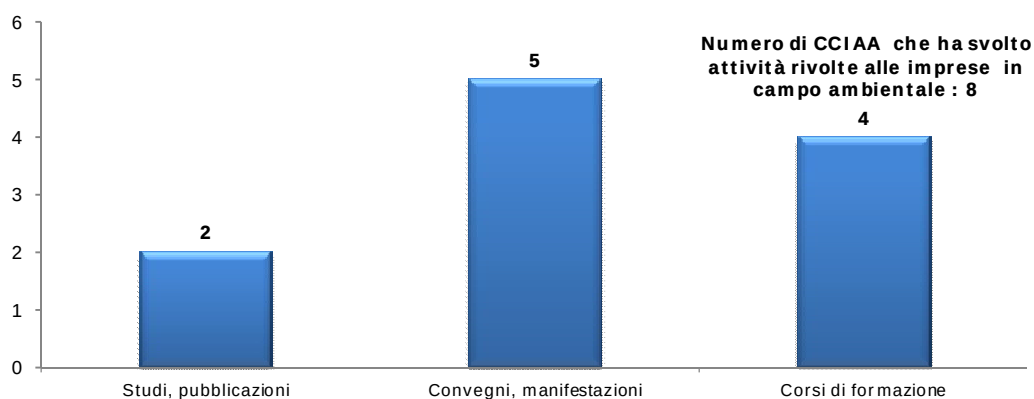
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

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 2014

13.3 - Strumenti utilizzati per l'espletamento delle attività in tema di ambiente: numero di CCIAA per tipologia di strumenti utilizzati



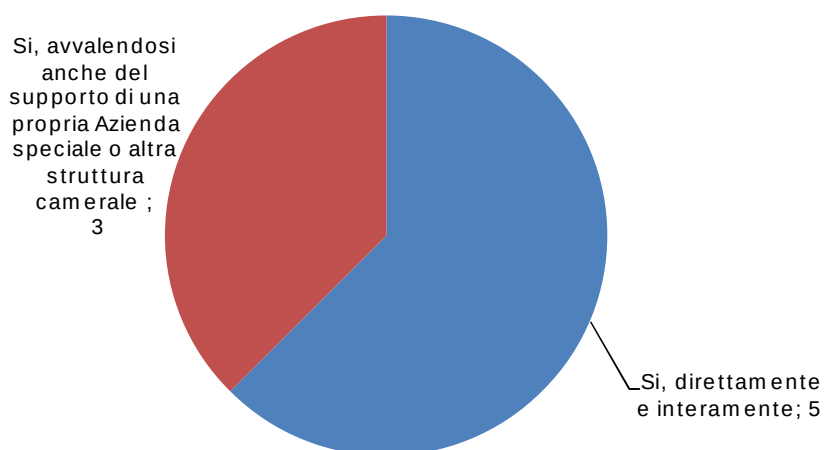
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

14. Servizi per l'imprenditorialità

L'interesse rivolto dal sistema camerale piemontese alla tematica della promozione di nuove imprese, è risultato nel 2013, particolarmente elevato: **tutte le Camere di commercio** infatti, autonomamente, o in collaborazione con un'Azienda Speciale o con un'altra struttura camerale, hanno intrapreso iniziative relative a questo tema.

Particolare attenzione è stata inoltre rivolta alla **promozione dell'imprenditoria femminile**: sono **6** infatti le **CCIAA provinciali** che, attraverso diversi strumenti come conferenze, seminari, workshop organizzati sul tema, corsi di orientamento e informazione sugli strumenti agevolativi, hanno promosso ciò. Rispetto al 2012, nel 2013 sono scese a **6 le strutture camerali che hanno promosso attività in materia di imprenditoria femminile attraverso i Comitati per l'Imprenditoria Femminile (CIF)**.

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



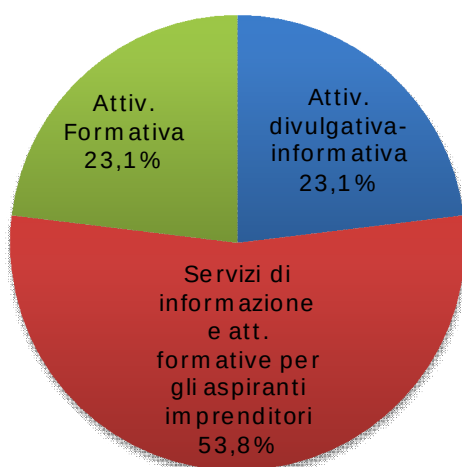
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

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



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

14.3 - Camere di commercio per tipologia di servizi e attività

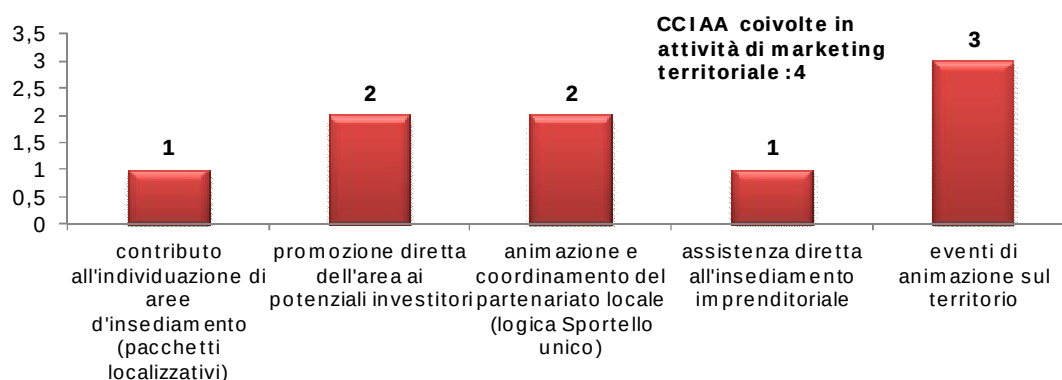


Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

15. Sviluppo locale, promozione del territorio

Sono 4 le Camere di commercio del Piemonte coinvolte in attività di marketing territoriale; tra le varie iniziative prese in tale ambito, si segnalano gli eventi di animazione sul territorio, la promozione diretta dell'area ai potenziali investitori, l'animazione e coordinamento del partenariato locale, il contributo all'individuazione di aree di insediamento e l'assistenza diretta all'insediamento imprenditoriale.

15.1 - Attività svolte dalle CCIAA coinvolte in attività di marketing territoriale



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

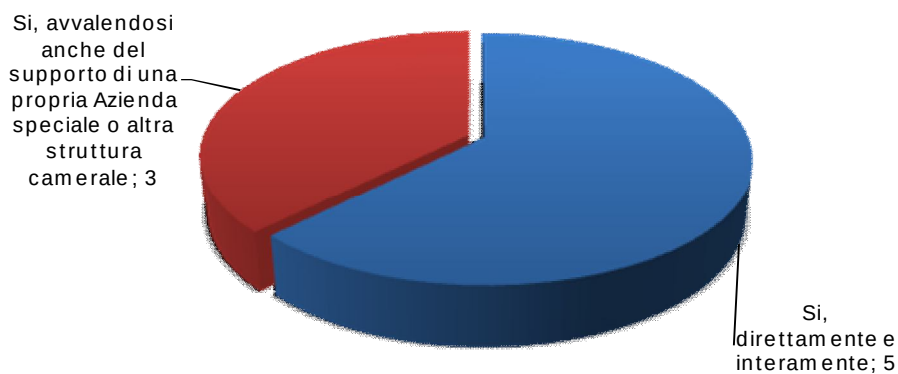
16. Turismo

Significativo è l'impegno del sistema camerale piemontese a favore della promozione del turismo locale: tutte le CCIAA regionali infatti, hanno intrapreso direttamente o con il supporto di un'Azienda speciale o di un'altra struttura camerale, iniziative in questa direzione. Tra le iniziative promozionali si segnalano, tra le varie tipologie, quelle relative al **turismo industriale**, quelle legate al **turismo eno-gastronomico**, quelle inerenti il **turismo religioso** e quelle riferite al **turismo storico e culturale**. Inoltre, solo 4 delle 8 CCIAA hanno attivato un osservatorio del turismo, e solo tre di queste hanno organizzato convegni, seminari e meeting con operatori stranieri del turismo.

Un ruolo importante in Piemonte è rivestito dal turismo enogastronomico: a testimoniare ciò, sono molti i ristoranti, gli alberghi e gli agriturismi piemontesi che hanno conseguito il marchio/certificato di qualità.

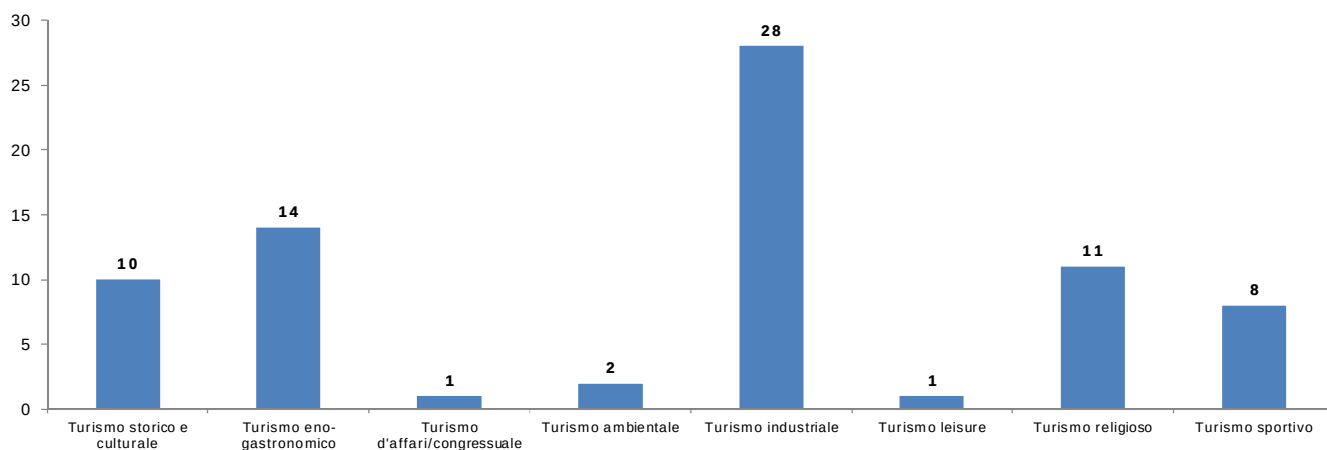
Spesso, inoltre, le strategie di sviluppo turistico del territorio intraprese dagli enti camerali sono state integrate da forme di partenariato con altri enti della Pubblica Amministrazione: il principale ambito di questa collaborazione è risultato essere la promozione turistica.

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



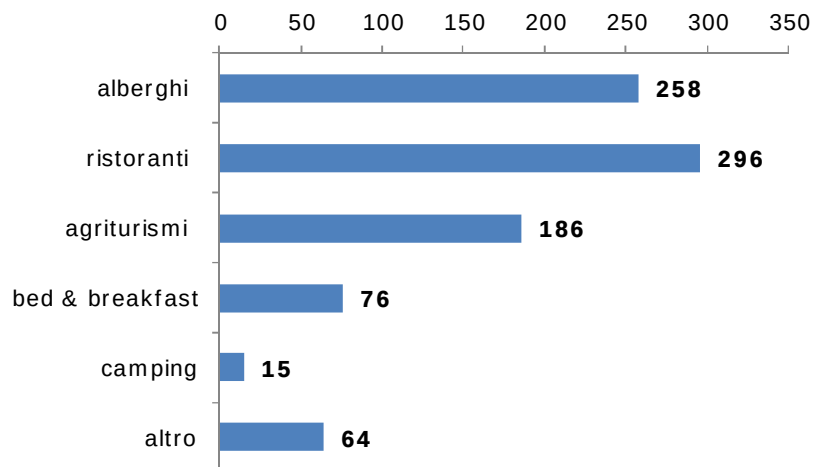
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

16.2 - Iniziative promozionali intraprese dalle Camere di commercio del Piemonte



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

16.3 - Strutture che hanno conseguito il marchio/certificato di qualità

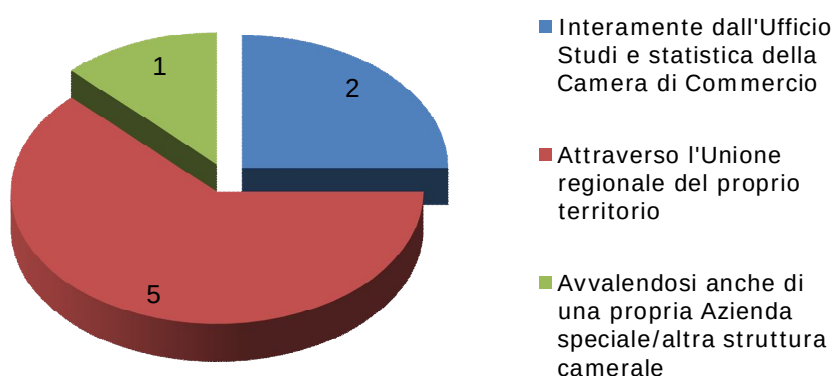


Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

17. Statistica, studi, ricerche e documentazioni

Tutte le Camere di commercio del Piemonte, direttamente o attraverso l'Unione regionale, **hanno realizzato durante l'anno 2013 almeno un'attività di informazione statistica**; ciò dimostra come il sistema camerale rappresenti un osservatorio privilegiato dell'economia locale.

17.1- Camere di Commercio che hanno svolto attività in tema di Statistica, studi, ricerche e documentazione.



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

L'analisi della nati-mortalità delle imprese, dell'andamento congiunturale del tessuto economico provinciale e l'osservazione della dinamica dei prezzi sono solo alcune delle principali attività di cui le diverse camere si occupano. Tra gli altri ambiti di analisi degli Uffici studi e statistica si segnalano lo studio della domanda di lavoro e delle professioni più richieste dalle aziende del territorio, tramite il progetto Excelsior e l'analisi dei dati Istat relativi al commercio estero.

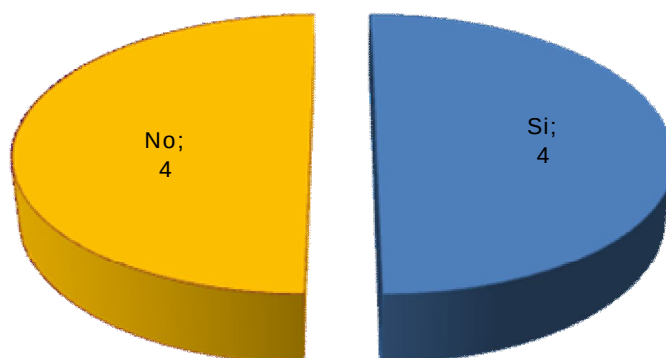
Le attività di studio e ricerca delle Camere di commercio piemontesi costituiscono un importante mezzo per analizzare e valutare la situazione socio-economica locale. Per questo motivo, in alcuni casi, gli studi effettuati dalle CCIAA rappresentano parte integrante di progetti realizzati o programmati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

17.2 - Le linee di attività maggiormente presidiate dagli Uffici studi e statistica delle CCIAA

Linee di attività'	Camere che presidiano le attività
demografia imprese	7
congiuntura provinciale e regionale	7
conti economici nazionali	1
conti economici territoriali	3
commercio interno	3
commercio con l'estero	7
prezzi materie prime	1
prezzi alla produzione	1
prezzi all'ingrosso (dati assoluti)	4
prezzi materiali di costruzione/industriali	4
indice dei prezzi al consumo	7
indici della produzione industriale	2
domanda di lavoro e professioni (Excelsior)	5
occupazione (indagine Istat)	6
cassa integrazione guadagni	3
retribuzioni, contratti, costo del lavoro	1
dati sul credito	4
dati GDO	3
bilancia del turismo	4
prezzi dei prodotti agricoli	5
prezzi tariffe servizi pubblici locali	1
altro	1

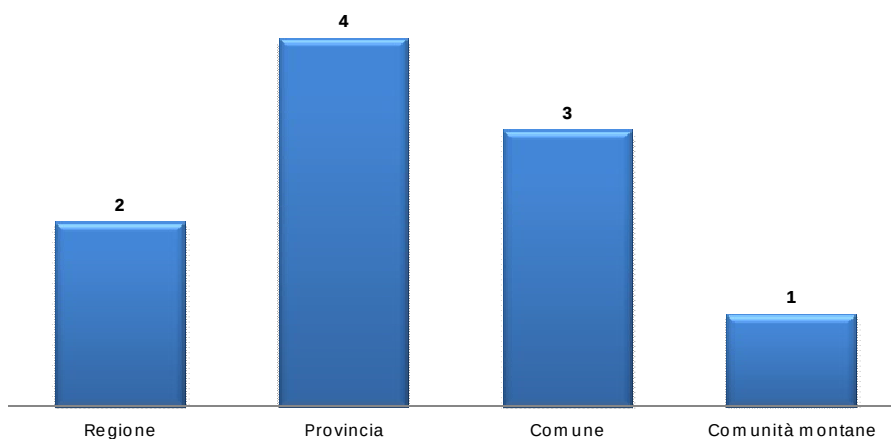
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

17.3- Numero di CCIAA che hanno realizzato/programmato progetti in collaborazione con Enti Locali o ad essi rivolti



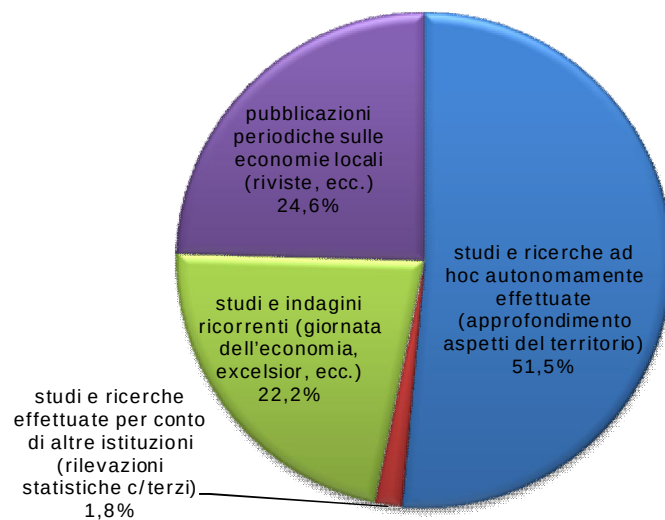
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

17.4 - Numero di CCIAA che hanno realizzato/programmato progetti con enti locali per tipologia di ente locale



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

17.5 - Ricerche e pubblicazioni effettuate dalle CCIAA



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

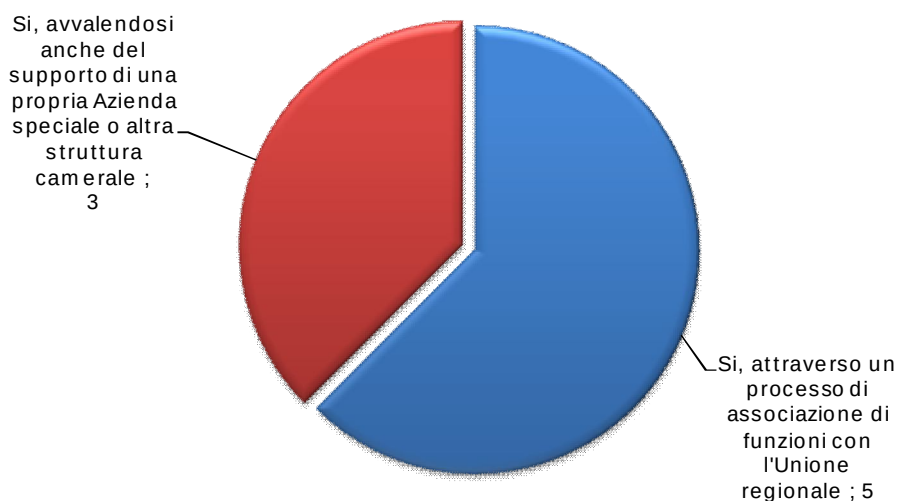
18. Green economy, Sviluppo sostenibile e Responsabilità sociale d'impresa (CSR)

Anche nel 2013 **tutte le Camere di commercio del Piemonte hanno svolto attività in tema di responsabilità sociale**; ciò dimostra come lo sviluppo sostenibile sia ormai diventato rilevante e centrale nell'attività delle CCIAA. Per quanto concerne l'ambito della Green Economy, invece, solo 6 strutture camerali hanno intrapreso attività in questa direzione.

Le iniziative in tema di CSR hanno riguardato principalmente la realizzazione di seminari, convegni e workshop, che hanno complessivamente coinvolto 129 soggetti, nonché la formazione per le imprese.

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

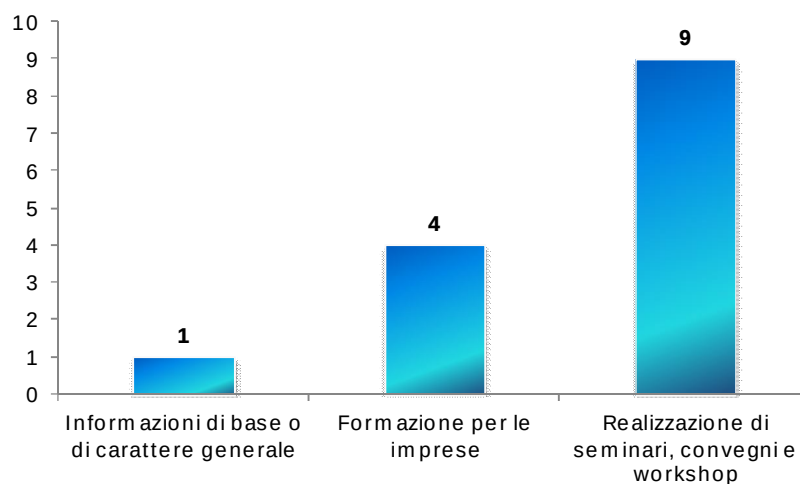
Camere di commercio che svolgono attività in tema di CSR



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

18.2 - Attività svolte sui temi della CRS per tipologia

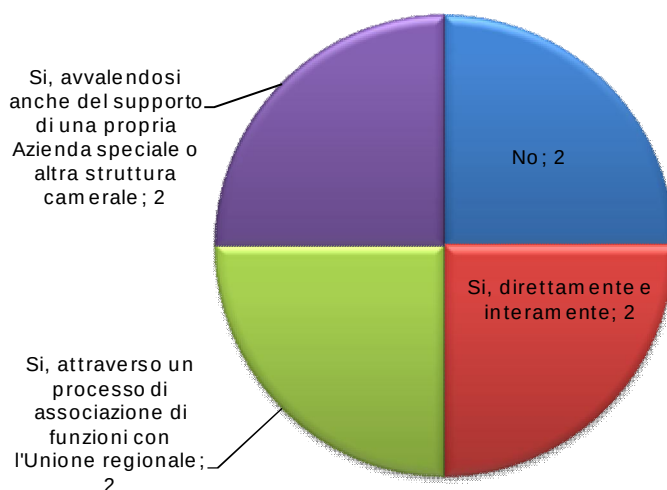
Numero di iniziative per attività



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

18.3 - Attività in tema di Green Economy

Camere di commercio che effettuano attività di Green Economy

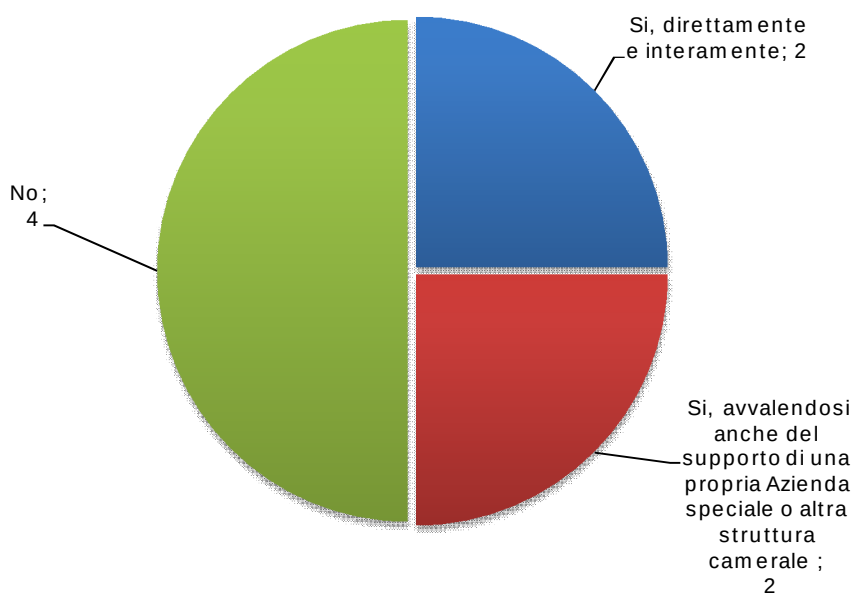


Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

19. Programmazione e Progettazione comunitaria

Il tema della programmazione e della progettazione comunitaria non riveste ancora un ruolo centrale nell'attività delle Camere di commercio del Piemonte: solo 4 delle 8 CCIAA infatti, hanno intrapreso iniziative in tale ambito.

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



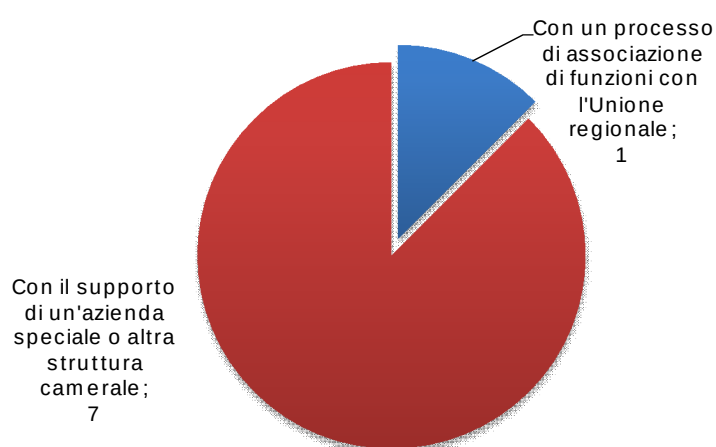
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

20. Regolazione del mercato

La regolazione del mercato risulta avere una posizione centrale tra le attività svolte dalle strutture camerali piemontesi: nel 2013 tutte le CCIAA hanno intrapreso attività in questo senso.

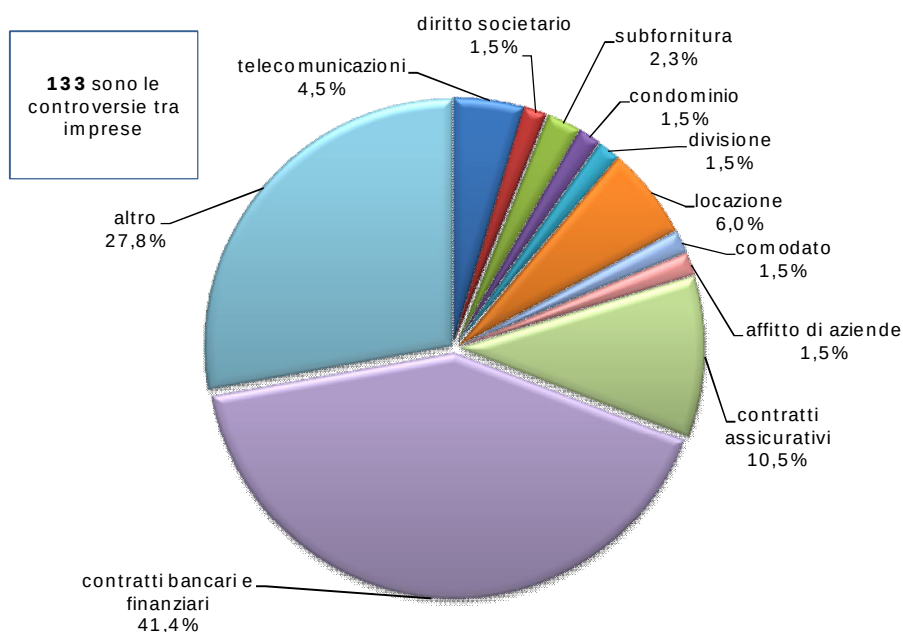
Complessivamente le **conciliazioni** ammontano a **454**: 179 sono le conciliazioni tra i privati, 142 sono quelle tra imprese e consumatori e le restanti 133 sono quelle tra imprese.

20.1 - Camere di commercio che hanno svolto attività relative alla regolazione del mercato



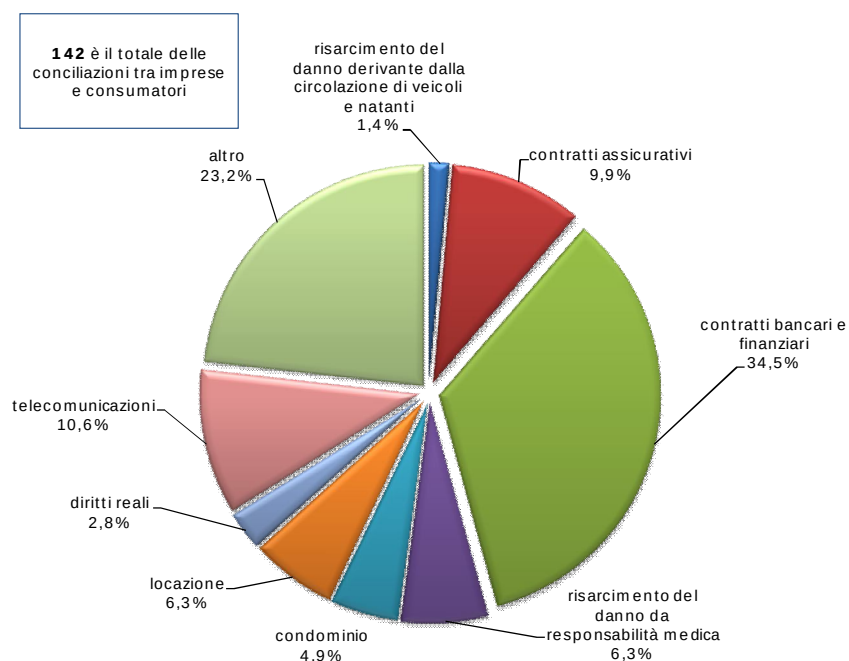
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

20.2 - Natura e numero delle conciliazioni tra imprese



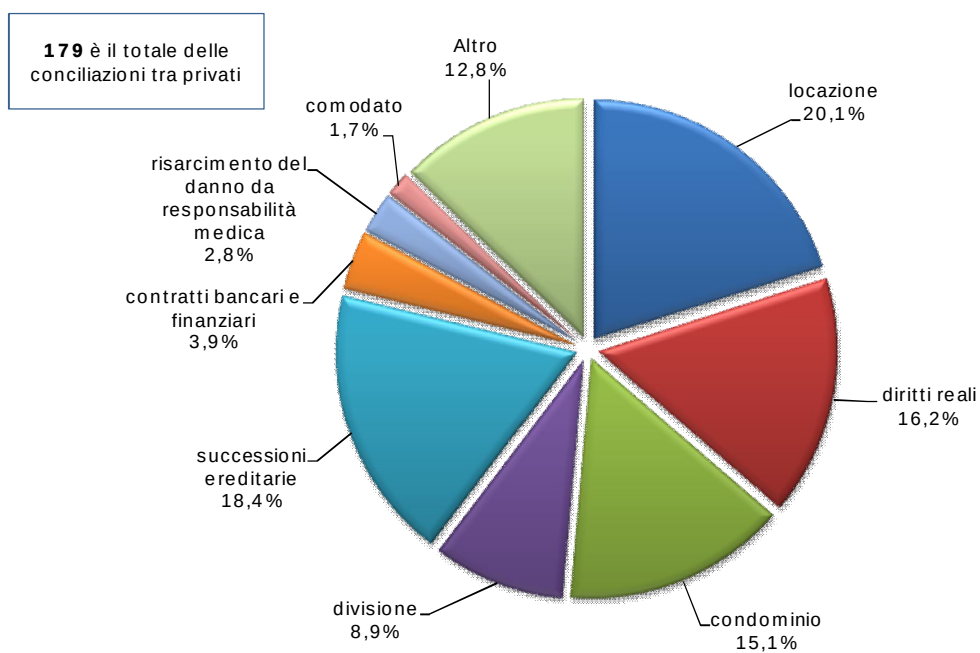
Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

20.6 - Natura e numero delle conciliazioni tra imprese e consumatori



Fonte: Unioncamere, Osservatorio Camerale 2014

20.7 – Natura e numero delle conciliazioni tra privati



Fonte: Unioncamere Osservatorio Camerale 2014

21. Unioncamere Piemonte

21.1 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".

21.2 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.

21.3 Attività di Unioncamere Piemonte nel 2013

Di seguito si propone una sintesi delle principali attività svolte da Unioncamere Piemonte nell'anno 2013, 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:

- Piano strategico per l'internazionalizzazione del Piemonte (progetti PIF/PIM);
- Attività dell'Ufficio di Bruxelles;
- Attività dell'Euroregione AlpMed;
- Partecipazione ai tavoli di concertazione dei Fondi strutturali 2014-2020 in ambito Fesr e in ambito Fse;
- Redazione in inglese della newsletter trimestrale d'informazione economica E-periscope;
- Attività dello Sportello Europa;
- Progetti ("Acceleratore di business: le nuove imprese esportatrici nei mercati", "Piemonte Incontract");
- Innovazione, trasferimento tecnologico e progettazione europea nell'ambito della rete Enterprise Europe Network, nell'ambito del progetto "Azione mirata all'implementazione di servizi di accompagnamento alle imprese per lo sviluppo competitivo" e attraverso progetti europei (EDEN, EBTC-INDIA, ALPS4EU, Alcotra Innovazione). Unioncamere Piemonte è inoltre membro attivo della rete INSME, partecipa attivamente anche ai lavori della rete ERRIN (Network delle Regioni Europee per la Ricerca e l'Innovazione) e ha avviato, nel 2013, in collaborazione con la Regione Piemonte, Confindustria Piemonte e con le Camere di commercio, Unioni industriali e Atl di Biella, Novara, Verbano Cusio Ossola e Vercelli, il progetto "Destinazione impresa" nell'ambito del programma Interreg Italia-Svizzera sul turismo d'impresa. In corso d'anno l'Area ha gestito e concluso il progetto europeo "Be Win" dedicato al mentoring tra imprenditrici affermate e neoimprenditrici, nell'ambito del quale ha organizzato giornate formative e di coordinamento, ha gestito e concluso il progetto europeo "Susteen" (Services for SME's in the field of environment through the Enterprise Europe Network) e ha elaborato, con il supporto di Eurochambre, il progetto "Steep" (Support and Training for an Excellent Energy Efficiency Performance) nell'ambito del bando "Intelligent Energy for Europe", che prevede azioni riguardanti l'audit energetico presso le PMI piemontesi;
- Promozione della competitività territoriale e imprenditoriale attraverso l'attività fieristica, organizzando e coordinando, in collaborazione con le Camere di commercio, la presenza del sistema produttivo piemontese alle più importanti rassegne che hanno avuto luogo in Italia e nel territorio europeo. Sul fronte della valorizzazione delle produzioni agroalimentari

tipiche del Piemonte, è stata avviata nel 2013 una convenzione con la Direzione Assessorato Agricoltura della Regione Piemonte, finalizzata a realizzare uno studio di fattibilità economico-gestionale della tracciabilità volontaria per le aziende agricole piemontesi, nell'ambito del progetto "Degust'Alp" finanziato dal programma Alcotra 2007-2013 tra Italia e Francia;

- Attività di supporto alle aziende nel settore ambientale in collaborazione con Ecocerved, ARPA, Regione Piemonte e Ministero dell'Ambiente: sono stati organizzati corsi di formazione e incontri con il personale degli uffici camerali coinvolti, nonché specifici seminari di approfondimento con le aziende del settore;
- Politiche a sostegno dell'imprenditoria femminile, in qualità di coordinatore dei Comitati provinciali per l'imprenditoria femminile (CIF), la collaborazione con la Regione Piemonte nel monitoraggio del Protocollo d'intesa siglato il 1° ottobre 2012 con ABI Piemonte e Regione Piemonte, per agevolare l'accesso al credito delle imprese femminili;
- 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 2013 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;
- Attività dello Sportello etichettatura e sicurezza dei prodotti agro-alimentari in collaborazione con il Laboratorio chimico della Camera di commercio di Torino;
- Azione di coordinamento degli sportelli "Più Credito all'Impresa": sono proseguite le azioni di promozione dell'imprenditorialità sui fondi Microcredito regionale, Sbloccacrediti_Piemonte, Bando internazionalizzazione Garanzia ed interessi;
- Attività legate all'ICT e alla gestione del sito web: nel corso del 2013, su richiesta delle singole Camere di commercio, è stato effettuato un buon numero di implementazioni di alcune specifiche funzionalità dei siti web, sia sul fronte dell'interfaccia con l'utenza - sempre più attiva sul canale web - che sul backstage.

Area Servizi associati e Legale

Nel corso del 2013, l'Area Servizi associati e Legale ha perseguito l'obiettivo di incrementare e sviluppare i servizi comuni resi alle Camere di commercio piemontesi in ambito legale e di giustizia alternativa. Si tratta di competenze che presentano un forte potenziale di sviluppo, alla luce dell'incremento di attività registrato progressivamente nel corso degli ultimi anni, e che rappresentano una risposta all'impulso che il Sistema camerale nazionale ha voluto imprimere ai percorsi di razionalizzazione ed associazione di funzioni camerali. Le Camere di commercio del Piemonte e la loro Unione regionale, infatti, stanno da tempo affrontando con convinzione il tema dell'esercizio associato di funzioni e dello sviluppo di servizi comuni, tema che ha trovato un forte richiamo anche nella recente riforma legislativa del 2010 ed è considerato uno degli elementi strategici per le prospettive future del Sistema camerale regionale e nazionale.

In occasione della revisione del modello organizzativo interno avvenuta nel corso del 2013, è stata costituita l'Area Servizi associati e Legale, proprio con l'intento di potenziare la vocazione associativa già sperimentata nel passato in alcuni consolidati settori di attività dell'Unione, in particolare in quelli di natura legale, ivi compresi i servizi resi nell'ambito della giustizia alternativa e ordinaria.

Le attività svolte all'interno dell'Area hanno riguardato, in particolare:

- gestione del contenzioso camerale con attività di patrocinio in giudizio prestata da avvocati dipendenti iscritti all'Elenco Speciale dell'Albo degli avvocati di Torino;
- consulenza legale e sviluppo di prassi e interpretazioni uniformi a livello regionale (ad esempio, su problematiche inerenti l'attività sanzionatoria, le attività di metrologia legale, la normativa di contenimento della spesa pubblica, le partecipazioni pubbliche);
- servizi di mediazione (attraverso la gestione di particolari procedure) e attività di formazione (mediante corsi base, corsi di aggiornamento, seminari e convegni) di mediatori tramite ADR Piemonte (Organismo di mediazione ed Ente di formazione per mediatori accreditati presso il Ministero della Giustizia);
- servizi di arbitrato amministrato tramite la Camera Arbitrale del Piemonte (29 nuovi procedimenti di arbitrato ricevuti nel 2013) e realizzazione di molteplici eventi formativi e divulgativi ("L'arbitrato come utile alternativa al giudizio ordinario nel momento della crisi: prospettive future", "L'Arbitrato al tempo della crisi: ruolo dei professionisti e profili deontologici", "L'Arbitrato al tempo della crisi: ruolo dei professionisti e profili deontologici", "L'arbitrato e la mediazione al tempo della crisi", patrocinio dell'evento "Iuxta alligata et probata: questioni probatorie nell'arbitrato internazionale", intervento al "Master breve in materia di arbitrato". È proseguita la collaborazione con l'Università di Torino per preparare gli studenti che partecipano alla competizione internazionale di simulazione di arbitrato commerciale internazionale in lingua inglese della Willem Vis Moot Court di Vienna. È inoltre continuato l'aggiornamento della banca dati indicizzata dei lodi arbitrali emessi dal 2008 ad oggi. Si è infine ultimato il progetto di ricerca delle sentenze e redazione del massimario della Corte d'Appello di Torino in materia di impugnazioni di lodi arbitrali, iniziato nel 2012.

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.

L'Ufficio svolge le seguenti attività:

- studia e realizza campagne promozionali istituzionali, occupandosi della selezione e dell'acquisto di eventuali spazi pubblicitari e gestendo i contatti con agenzie e concessionarie;

- 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;
- cura 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 2013, l'Ufficio ha curato l'editing delle seguenti pubblicazioni ("Piccole imprese, grandi imprenditrici", "Piemonte in cifre", "L'industria della moda in Piemonte tra creatività e innovazione", "La cultura che stimiamo. Stimiamo la cultura", "Rapporto sull'internazionalizzazione del Piemonte", "Dalla CSR alla Corporate Social Innovation", "La creazione di Living Lab transfrontalieri" (in 3 edizioni: italiana, francese e inglese), due guide della collana "Unione europea. Istruzioni per l'uso": "Imprese ed e-commerce", "L'esportazione degli alimenti nei Paesi extra-Ue", 40 schede informative bilingue (italiano/francese) per il progetto AlpCore, newsletter periodiche: "Piemonte Congiuntura", "Piemonte Prezzi", "E-Periscope";
- si occupa di progetti speciali di comunicazione anche in collaborazione con altri enti, e in particolare, ha gestito l'aggiornamento dei materiali legati all'immagine coordinata dell'organismo intercamerale ADR Piemonte e ha collaborato con l'Asbl CCI AlpMed alla realizzazione della guida "Eccellenze fra Alpi e Mediterraneo", redatta dal Gambero Rosso; sempre per l'Euroregione CCI AlpMed, l'Ufficio ha curato la redazione di comunicati stampa in occasione dell'Assemblea Generale a febbraio e del Congresso a novembre;
- 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;
- continua ad aggiornare la banca dati dei giornalisti e a fornire loro informazioni puntuali tramite i canali più appropriati: redazione di comunicati stampa relativi a iniziative istituzionali, presentazioni ufficiali o diffusioni di indagini economiche; redazione di dichiarazioni ufficiali di natura giornalistica in raccordo con Direzione e Presidenza e organizzazione di conferenze stampa dell'Ente;
- a gennaio ha gestito l'evento di presentazione del libro fotografico "Una storia lunga 150 anni", realizzato in collaborazione con l'Agenzia Ansa;
- ha co-organizzato, nell'ambito della convenzione Piemonte Outlook siglata con Confindustria Piemonte, Intesa Sanpaolo e UniCredit, un convegno (a marzo) e due conferenze stampa (a maggio e settembre) dedicati alla presentazione dei dati sulla congiuntura economica in Piemonte;
- 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;

- si è occupato dell'aggiornamento del sito istituzionale di Unioncamere Piemonte in tutte le sezioni, potenziando l'attività di coordinamento e supervisione sugli interventi effettuati dai referenti dei singoli uffici;
- ha rafforzato l'impegno sul fronte dei social media, attraverso la gestione e l'aggiornamento costante del profilo Twitter dell'Ente (con la collaborazione degli altri uffici interni e in sinergia con gli altri enti della rete camerale piemontese);
- 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 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 socioeconomico 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, 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 2013:

- Piemonte congiuntura: newsletter trimestrale, pubblicata sul sito www.piemonte.congiuntura.it, che analizza la dinamica congiunturale dell'economia regionale e provinciale;
- Piemonte in cifre: l'Annuario Statistico Regionale, giunto alla ventunesima edizione, che presenta un impianto metodologico consolidato e 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. Per il sesto anno è stato realizzato, inoltre, il "Quadro Statistico Complementare", che presenta informazioni della statistica non ufficiale, più aggiornate e dettagliate;
- Rapporto sull'internazionalizzazione del Piemonte: realizzato per l'undicesimo 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;
- Rapporto sull'imprenditoria femminile in Piemonte: giunto alla quarta edizione, il volume, tramite la collaborazione con la Regione Piemonte, esamina la struttura e la dinamica delle imprese femminili in Piemonte e in Italia (natività, analisi dei bilanci aggregati delle

società di capitale), fornisce una visione europea dell'imprenditoria femminile, informa sull'impegno attuale della Regione Piemonte a favore delle imprenditrici, realizza un monitoraggio dei Comitati per l'imprenditoria femminile in Italia e in Piemonte e analizza i punti di forza e debolezza, le minacce e le opportunità per le donne che hanno intrapreso una scelta imprenditoriale;

- Piemonte Economy 2: la conoscenza economica per la competitività dei territori piemontesi: progetto finanziato sul Fondo di Perequazione 2011-2012 - Osservatori e monitoraggio dell'economia in ambito regionale che, in linea con il dettato dell'art. 6 "Unioni regionali" della L. 580/93, come riformato dal D.lgs. n. 23/2010 che assegna alle Unioni regionali funzioni di osservatorio e di monitoraggio dell'economia regionale (co. 6), è indirizzato a incrementare l'offerta di analisi economica del sistema camerale piemontese (indagine congiunturale sui settori del commercio al dettaglio in sede fissa e della ristorazione, 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, realizzazione del rapporto "Le famiglie imprenditoriali piemontesi e le loro aziende" e conduzione delle attività di monitoraggio delle tariffe dei servizi pubblici locali e dei prezzi liberalizzati per le Pmi piemontesi);
- Osservatorio Moda: primo osservatorio sul cluster della moda piemontese, italiana e internazionale, attraverso il quale è stato possibile effettuare un'analisi dimensionale, definire il peso economico del settore, presentare un'analisi reddituale, valutare i punti di forza e di debolezza delle imprese della moda in Piemonte;
- Attività per conto delle Camere di commercio di Biella, Cuneo e Vercelli, previste dalla Convenzione tra Unioncamere Piemonte e le rispettive tre Camere di commercio. Tali attività consistono principalmente nel monitoraggio della congiuntura economica locale, attraverso le analisi trimestrali e semestrali sull'andamento economico dei principali settori economici; nell'analisi annuale della performance del sistema imprenditoriale provinciale, attraverso l'elaborazione dei dati di bilancio delle società che depositano i bilanci; nella realizzazione del materiale per la presentazione della Giornata dell'Economia; nell'analisi del commercio estero provinciale, ovvero l'analisi trimestrale delle importazioni e delle esportazioni per categoria merceologica e per principali Paesi di provenienza e di destinazione delle merci, presentata in specifici comunicati stampa; nell'"Osservatorio turistico biellese", ovvero l'analisi della struttura e della dinamica del sistema ricettivo biellese e dei rispettivi flussi turistici; nell'analisi della natalità delle imprese, attraverso la redazione di periodici comunicati stampa; nel supporto istituzionale al Segretario Generale e al Presidente per analisi e discorsi di stampo economico-statistico; nel supporto metodologico nelle attività inerenti l'Osservatorio delle imprese innovative della provincia di Cuneo e nel supporto alle attività riguardanti il progetto "Alps Benchmarking";
- Piemonte in pillole: bollettino economico, indirizzato ai Presidenti, Segretari Generali e Dirigenti delle Camere di commercio piemontese, che 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;

- Newsletter Piemonte Prezzi: newsletter che, 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;
- Relazione alla Regione Piemonte del Sistema camerale ai sensi dell'art. 4 bis della L. 580/93: relazione che, mediante, un'aggregazione e riclassificazione dei Bilanci consuntivi delle otto Camere di commercio piemontesi, valuta la ripartizione per settore di impatto e per tipologia di intervento, per fornire una stima complessiva dell'impatto promozionale del Sistema camerale sul territorio e valutare quali siano le risorse finanziarie e umane che le Camere di commercio impiegano complessivamente per lo sviluppo dell'economia locale;
- Relazione Previsionale e Programmatica: documenti di analisi del contesto esterno regionale di tipo economico e istituzionale e gli otto documenti di analisi del contesto economico esterno a livello provinciale;
- Realizzazione di un'analisi sui territori attraversati dalla linea ferroviaria Torino-Cuneo-Nizza: rapporto sui territori attraversati dalla linea ferroviaria Torino-Cuneo-Nizza per conto delle Camere di commercio di Cuneo e Torino, con la collaborazione della Chambre de Commerce et d'Industrie Nice Côte d'Azur, al fine di colmare il vuoto conoscitivo relativo agli interessi economici legati alla linea ferroviaria;
- Secondo report sull'impatto economico della cultura in Piemonte: analisi volta a stimare l'impatto del sistema produttivo culturale in Piemonte attraverso la metodologia sperimentata con successo da Unioncamere e Fondazione Symbola e affiancata dall'esame delle relazioni esistenti tra il sistema culturale regionale e territorio, innovazione e turismo;
- Indagine sulla conciliazione tempi di vita/lavoro in Piemonte: indagine qualitativa condotta attraverso la metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) per valorizzare e difendere l'adozione di pratiche di responsabilità sociale d'impresa finalizzate alla competitività del sistema, nell'ottica di migliorare e incrementare l'adozione degli strumenti di conciliazione all'interno delle imprese piemontesi;
- AlpCoRe: elaborazione dei dati relativi al progetto transfrontaliero Alcotra AlpCoRe (acronimo di Alpi Competitive e Responsabili), che vede coinvolti Unioncamere Piemonte, Camera di commercio della Savoia e Camera di commercio dell'Alta Savoia, con l'obiettivo di monitorarne i comportamenti responsabili, per poter disporre di un ampio database di aziende da coinvolgere in un percorso finalizzato a migliorarne le competenze in tema di CSR e a valutare la responsabilità sociale quale elemento competitivo del loro business;
- Comunicati stampa: sia attraverso la redazione di specifici comunicati stampa che mediante la fornitura ad hoc di informazioni richieste specificatamente dai giornalisti e la diffusione di tweet grazie al profilo Twitter di Unioncamere Piemonte appositamente creato.