



Camera di Commercio
Biella



PIANO STRATEGICO

2013-2017



CONTESTO SOCIO-ECONOMICO

1) Analisi del contesto internazionale

Dopo la ripresa del 2010, trainata soprattutto dalla crescita straordinaria del commercio mondiale e sostenuta da ingenti politiche fiscali e monetarie, nel 2011 l'economia mondiale ha subito un rallentamento. La crisi finanziaria che si era tramutata in una crisi dell'economia reale nel biennio 2008-2009, si è nuovamente manifestata a partire dal secondo semestre 2011 attraverso la crisi dei debiti sovrani dei Paesi periferici dell'Euro-zona e, inoltre, il principale motore della ripresa del 2010, ovvero gli scambi commerciali, ha decelerato. Nel complesso il rallentamento della crescita mondiale ha interessato sia le principali economie avanzate che le economie emergenti.

Le tensioni sui mercati finanziari internazionali sono tornate ad acuirsi, la crisi dei debiti sovrani dei paesi periferici dell'area Euro si è accentuata, manifestando da subito i suoi effetti sull'economia reale e il ritmo di crescita degli scambi commerciali internazionali che aveva iniziato a espandersi a ritmi meno sostenuti nella prima metà dell'anno è ulteriormente decelerato nell'ultimo semestre. Inoltre, anche le economie emergenti, i motori di traino dell'economia globale, hanno manifestato un rallentamento ciclico. Nonostante le politiche attuate in sede europea e le politiche di risanamento delle finanze pubbliche adottate dai principali Paesi occidentali, le prospettive di un consolidamento della ripresa ciclica mondiale rimangono fragili anche se, per il 2012, il Pil mondiale è comunque atteso in crescita. Infatti, il processo di rientro dal debito pubblico ha quale effetto quello di vincolare l'intensità della crescita della domanda interna delle economie avanzate. Inoltre, il ritmo di espansione delle economie emergenti, sebbene ancora dinamico, avverrà a ritmi meno sostenuti rispetto a quanto avveniva negli anni passati manifestando, pertanto, una performance peggiore rispetto a quella registrata prima del 2008.

Nei primi sei mesi del 2012, l'economia mondiale ha subito un'ulteriore decelerazione che ha coinvolto non soltanto i Paesi avanzati (seppure con delle differenziazioni all'interno dell'area stessa), ma anche le economie emergenti.

Le informazioni relative alla dinamica del Pil nei primi tre mesi dell'anno hanno, infatti, confermato l'attenuazione del ritmo di crescita dei paesi emergenti e come la ripresa degli Stati Uniti sia estremamente fragile. L'insieme di questi fattori congiuntamente all'acuirsi della crisi del debito sovrano dell'area Euro e alle incertezze che continuano a contraddistinguere i mercati finanziari internazionali (tra cui l'andamento altalenante dei rendimenti dei titoli di Stato dei paesi periferici dell'Euro-zona, nonché quello dei corsi azionari delle società finanziarie e non finanziarie) vincola la dinamica degli scambi commerciali internazionali. L'indebolimento del commercio estero e, in alcuni casi, la frenata degli investimenti, si stanno ripercuotendo sulla dinamica manifestata dalle economie dei principali Paesi emergenti (i BRIC, ovvero il Brasile, la Cina e la Russia, ad esclusione dell'India dove, invece, il rallentamento è provocato dalla contrazione della domanda interna e dove i vincoli della politica di bilancio sono più stringenti).

Per quanto concerne, invece, l'Unione Economica e Monetaria, ad un primo trimestre di sostanziale stagnazione (la crescita registrata dalla Germania e dalla Finlandia ha compensato la recessione dell'Italia, della Spagna, della Grecia e del Portogallo), è seguito un secondo trimestre negativo che ha fatto sì che la tradizionale dicotomia tra paesi periferici e paesi del *core Europa* si appianasse. Inoltre, si è ampliata l'interconnessione tra i debiti sovrani e la situazione delle banche europee, alimentando un contesto di elevata incertezza, nonostante l'accordo raggiunto dalle istituzioni

europee a fine giugno a Bruxelles per ristabilire la fiducia agli investitori e per mitigare le tensioni sui mercati internazionali (l'Euro Summit - le cui decisioni perseguono l'obiettivo di spezzare il circolo vizioso che si è venuto a creare tra la crisi dei debiti sovrani e il sistema bancario e di stabilizzare i mercati nel breve e medio termine – e il Consiglio Europeo del 28 e 29 giugno 2012 – il cui obiettivo principale consiste nell'assicurare all'UEM *“una crescita forte, intelligente, sostenibile e inclusiva, basata su finanze pubbliche sane, riforme strutturali e investimenti per incrementare la competitività”*).

Alla luce degli elementi esposti, Prometeia prevede che nel 2012 il Pil mondiale aumenterà del 3,1% contro il 3,7% registrato nell'anno precedente, per poi espandersi a tassi più elevati a partire dal 2013 fino a raggiungere una variazione del 4,0% nel 2014.

Negli Stati Uniti, il 2011 si è contraddistinto per una fase di crescita: in particolare, negli ultimi mesi dell'anno, i dati relativi al mercato immobiliare residenziale sono stati positivi e il mercato del lavoro ha cominciato a mostrare segni di miglioramento, sperimentando una diminuzione del tasso di disoccupazione. Ciononostante continuano a persistere degli elementi di incertezza, tra cui le condizioni ancora deboli del mercato del lavoro e le possibilità di un'ulteriore inasprimento di una politica di bilancio di già restrittiva. Le previsioni del Pil sono comunque confortanti e prevedono un aumento tra il 2,1% e il 2,4% nel periodo 2012-2014.

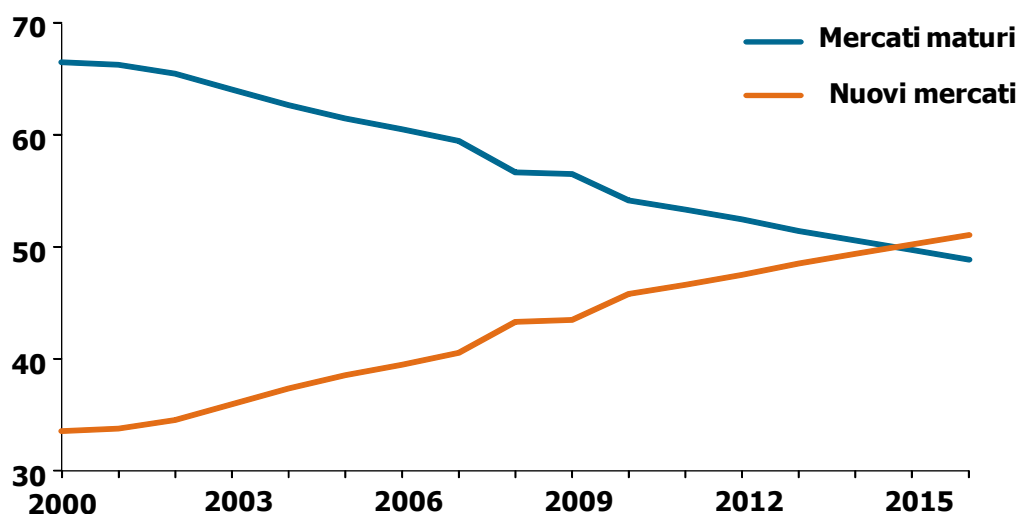
In Giappone, il terremoto del marzo 2011 e la contrazione delle esportazioni che hanno risentito delle alluvioni in Thailandia hanno comportato per il 2011 un complessivo calo del Pil del -0,7%, con consumi e investimenti sostanzialmente stazionari, così come una diminuzione delle vendite all'estero e un decumulo complessivo di scorte. Tuttavia il processo di ricostruzione e la dinamica delle esportazioni sosterrà la crescita giapponese nei prossimi anni.

Nell'Euro-zona, la chiusura negativa del 2011 (-0,3% la variazione congiunturale del Pil) ha mostrato una debolezza diffusa all'interno dell'area nel suo complesso. Tutte le principali voci della domanda interna hanno determinato la contrazione del Pil. Si è accentuata, inoltre, la dicotomia tra la Germania, la Francia, la Finlandia e gli altri paesi periferici. Nell'ultimo scorcio d'anno, inoltre, sono peggiorate le condizioni del mercato del lavoro: l'occupazione ha subito una battuta d'arresto, mentre il tasso di disoccupazione è nuovamente aumentato, in particolare in Spagna.

Nel 2012 si prevede una fase recessiva che riguarderà la Francia, l'Italia e la Spagna. Inoltre, il processo di aggiustamento dei conti pubblici nei paesi con maggiori difficoltà relative alla politica di bilancio (anche attraverso ulteriori interventi restrittivi delle politiche fiscali), un clima di maggiore incertezza delle famiglie e delle imprese e la necessità di ricapitalizzazione da parte delle banche europee costituiscono un ulteriore fattore di incertezza per il processo di sviluppo dell'area Euro, le cui prospettive di crescita permangono modeste (ad una lieve recessione nel 2012, seguirà una fase di crescita a tassi inferiori all'1% fino al 2013). Soltanto a partire dal biennio 2014-2015 la fase di espansione ciclica si contraddistinguerà per una crescita superiore all'1%.

Per quanto concerne il commercio estero, Intesa Sanpaolo prospetta l'apertura verso un mondo diverso, in cui cresce sempre più il peso dei mercati emergenti: infatti si prevede un probabile sorpasso dei nuovi mercati rispetto ai mercati maturi a partire dal 2015.

**Verso un mondo diverso:
probabile sorpasso dei mercati nel 2015**
Peso dei nuovi mercati
(Import nuovi mercati in % import mondiali)



Fonte: Intesa Sanpaolo

2) Analisi del contesto nazionale

Passando allo scenario nazionale, il Pil dell'Italia nel 2011 ha registrato una contrazione del -0,4%. Questo risultato negativo è frutto delle flessioni, tendenziali, registrate a partire dal IV trimestre: dopo i dati positivi registrati nei primi nove mesi del 2011 (+1,3% nel primo trimestre, +1,0% e +0,4% in quelli successivi), l'ultimo trimestre dell'anno ha sperimentato una diminuzione del Pil pari a -0,5%.

Per quanto riguarda la produzione industriale, nel 2011, si è assistito ad una prima parte dell'anno positiva e ad una seconda parte, invece, caratterizzata da risultati negativi: la variazione tendenziale grezza della produzione è stata pari, rispettivamente a -1,8% nel terzo trimestre e -5,2% nel quarto trimestre.

Scenario di previsione al 2014 per l'Italia.

Tassi di variazione annuali su valori a prezzi costanti.

Fonte Prometeia

Indicatori	2012	2013	2014
Valore aggiunto totale	-2,0%	0,1%	1,0%
Valore aggiunto:			
- agricoltura	2,4%	0,6%	1,9%
- industria	-5,6%	0,2%	1,7%
- costruzioni	-6,0%	1,4%	0,3%
- servizi	-0,9%	0,0%	0,9%
Esportazioni di beni all'estero	2,0%	3,6%	4,5%
Importazioni di beni dall'estero	-7,6%	2,4%	3,6%
Tasso di disoccupazione (%)	10,6%	11,5%	11,3%
Occupati (+)	-0,4%	-1,0%	0,3%

(+) variazioni in valore assoluto

A livello settoriale, alla variazione media annua positiva registrata dai comparti della meccanica (+8,6% rispetto al 2010), della metallurgia (+3,9%) e della gomma e materie plastiche (+1,3%) si è contrapposta quella negativa concretizzata delle industrie tessili e dell'abbigliamento (-7,3%), della fabbricazione dei prodotti chimici (-5,8%) e dei mezzi di trasporto (-1,4%). Inoltre, è necessario rilevare che i livelli produttivi dell'economia italiana sono ancora lontani da quelli raggiunti nel periodo pre-crisi.

Nel corso del 2011, a livello nazionale, la domanda interna si è progressivamente indebolita, registrando nel corso degli ultimi tre trimestri una contrazione, a causa di un peggioramento del clima di fiducia degli operatori economici e dei primi effetti delle manovre di risanamento dei conti pubblici italiani. Nella media annua questa variabile (al netto della variazione delle scorte) ha registrato una flessione pari a -0,3%. I condizionamenti posti dalle manovre di bilancio hanno inciso soprattutto sui consumi delle famiglie, andando a gravare su un reddito disponibile in diminuzione ormai da quattro anni consecutivi.

Sui consumi delle famiglie continuano ad influire, oltre a un clima di accresciuta incertezza, nonché l'erosione del potere di acquisto provocata da un'elevata inflazione, le dinamiche critiche del mercato del lavoro dove, a fronte di un lieve aumento dell'occupazione (dovuto soprattutto alla componente straniera e a quella italiana con almeno 55 anni, mentre la componente giovanile ha registrato una contrazione) si assiste ad un incremento delle persone in cerca di occupazione e del tasso di disoccupazione (salito al 9,6% nel quarto trimestre del 2011, quasi un punto percentuale superiore a un anno prima). E' importante sottolineare, inoltre, che la quota di inattivi che non cercano un impiego ma sono disponibili a lavorare sale dall'11,1% nel 2010 all'11,6% nel 2011 (dato superiore rispetto a quello europeo, pari al 3,6%). In particolare, il 43% di questi dichiara di non avere cercato un impiego nella convinzione di non riuscire a trovarlo (il c.d. fenomeno dello scoraggiamento). Si assiste anche ad un ampliamento delle persone inattive che cercano un lavoro ma che non sono disponibili a lavorare nell'immediato. I due gruppi di inattivi costituiscono le cosiddette forze di lavoro potenziali che, nel 2011, ammontano a circa 5 milioni di unità.

L'economia italiana, già fanalino di coda rispetto alle principali economie avanzate, ha continuato a sperimentare una fase recessiva, risentendo non soltanto della frenata dell'economia globale, ma anche dall'acuirsi degli impatti negativi esercitati dai mercati finanziari, degli effetti diretti e indiretti del terremoto dell'Emilia Romagna a fine maggio (i 54 comuni coinvolti dal sisma rappresentano una delle aree del paese caratterizzate da maggiore intensità produttiva) e del manifestarsi di un tasso di disoccupazione che è salito rapidamente oltre il 10% (10,8% nel mese di giugno). L'insieme di questi fattori contribuisce a far sì che le previsioni delineate da Prometeia prospettino che il Pil italiano si attesti al -2,2% nel 2012 con un effetto di trascinamento sul 2013, la cui crescita attesa sarà sostanzialmente stagnante (+0,1%).

Il *double-dip* ha dunque manifestato i suoi effetti sull'economia nazionale dal lato della domanda interna (mentre nel 2008-2009 la crisi aveva dispiegato i suoi effetti soprattutto dal lato della domanda estera). La politica di bilancio restrittiva adottata a partire dall'ultimo semestre del 2011 ha, difatti, invertito il segno di una di già debole fase di ripresa (quando, tra l'altro, le condizioni di erogazione del credito a imprese e famiglie si erano notevolmente inasprite) trasmettendo gli oneri del disavanzo pubblico sulle famiglie, il cui reddito disponibile ha subito un'ulteriore erosione (tramite l'aumento della pressione fiscale derivante sia dalle imposte dirette che da quelle indirette, e che ha raggiunto livelli straordinariamente elevati e pari al 44,5% nel 2012), provocando, da un lato, un'ulteriore flessione dei consumi e dell'occupazione (in particolare nel settore dei servizi) e, dall'altro, un aumento della disoccupazione (il numero delle persone alla ricerca di lavoro, infatti, è aumentato di quasi due punti percentuali nell'arco di pochi mesi, contribuendo ad aumentare l'offerta di lavoro).

L'urgenza con cui sono state adottate le manovre correttive dei conti pubblici italiani non ha impedito comunque un peggioramento dei conti delle Pubbliche Amministrazioni e, pertanto, un aumento del debito pubblico. Oltre al rigore di bilancio (il cui obiettivo consiste nel raggiungere il pareggio nel 2013), per sostenere l'economia sono necessarie delle riforme strutturali oltre a quelle del mercato del lavoro, pensionistiche e relative alle liberalizzazioni recentemente adottate (e i cui effetti si esplicheranno soprattutto nel medio periodo).

Il recente Consiglio dei Ministri n.43 del 24 agosto 2012 ha manifestato la volontà di dare attuazione ai programmi a favore della crescita precedentemente approvati, tra cui quelli per “la crescita sostenibile” (volti al rilancio delle infrastrutture e dell’edilizia e alla creazione di un ambiente più competitivo per le imprese), quelli dell’agenda digitale e quelli volti al sostegno dell’internazionalizzazione e dell’export.

3) Analisi del contesto regionale

Grazie alle oltre 467mila imprese registrate nel 2011, a più di 4,4 milioni di abitanti (stime Prometeia anno 2011) ed ad oltre 1 milione e 860 mila occupati, il Piemonte produce un prodotto interno lordo (Pil, stime anno 2011) di 123,4 miliardi di euro, che pone la regione ai vertici nazionali.

Tabella 1. *Indicatori strutturali del Piemonte (2011). Fonte: Istat, Prometeia*

Indicatori	Valori assoluti	Quote % sull'Italia
Popolazione presente (000)	4.424,6	7,3
Occupati (000)	1.867,0	8,1
Persone in cerca di occupazione (000)	154,0	7,3
Forza lavoro (000)	2.021,0	8,1
Tasso di occupazione 15-64 anni (%)	42,2	110,8
Tasso di disoccupazione (%)	7,6	90,7
Tasso di attività 15-64 anni (%)	45,7	109,9
Prodotto interno lordo (+)	123.409,0	7,9
Consumi interni delle famiglie (+)	79.062,0	8,1
Investimenti fissi lordi (+)	22.689,9	7,5
Importazioni di beni dall'estero (+)	28.975,0	7,8
Esportazioni di beni dall'estero (+)	38.532,9	10,4
Reddito disponibile delle famiglie (+)	91.954,2	8,4
Pil per abitante (*)	27,7	106,8
Pil per unità di lavoro (*)	63,4	96,9
Consumi interni per abitante (*)	17,7	110,5
Reddito disponibile per abitante (*)	20,6	113,9

(+) Valori correnti, milioni di euro.

(*) Valori correnti, migliaia di euro.

Si tratta di un prodotto interno lordo rilevante, superiore a quello di interi Stati nazionali. In base agli ultimi dati disponibili, inserendo il Piemonte all’interno della graduatoria ufficiale dei Paesi stilata dalla World Bank per l’anno 2011, la regione si porrebbe al 54esimo posto, appena dopo il Qatar.

Questi risultati sono il frutto di decenni di crescita poderosa, che ha avuto inizio dal dopoguerra.

Il Piemonte, ma in realtà tutto il Nord Ovest italiano, è stato per lunghi decenni, almeno fino agli inizi degli anni ‘90, il principale motore dell’economia nazionale e oggi, seppur lentamente, sta reagendo alla crisi (dapprima finanziaria, poi economica, poi dei debiti sovrani e infine nuovamente

economica) che negli ultimi ha coinvolto l’economia mondiale. Questa crescita ha portato il Piemonte ad essere una regione ricca, con un Pil per abitante a parità di potere d’acquisto superiore di circa l’11% rispetto alla media dell’Unione Europea a 27 Paesi.

4) Analisi del contesto provinciale

Dati di sintesi

La provincia di Biella si estende per quasi 917 kmq nel centro-nord piemontese con una densità di quasi 203 abitanti per kmq, superiore alla media piemontese.

Il territorio provinciale risulta articolato in 82 amministrazioni comunali ed è composto per il 33,6% da collina, per il 38,2% da montagna e solo per il 28,2% da pianura.

La provincia di Biella conta quasi 20mila imprese registrate, più di 75mila occupati e oltre 185mila persone residenti, con un saldo della bilancia commerciale positivo pari a circa 184,40 milioni di euro e un sistema bancario presente sul territorio con 135 sportelli.

Popolazione

La popolazione residente in provincia di Biella a fine 2011 è pari a 185.222 abitanti, dato in flessione di 546 unità rispetto a quello registrato nell'anno precedente. La popolazione biellese diminuisce per il quarto anno consecutivo, dopo un anno, il 2007, che aveva registrato un lieve aumento grazie ad un saldo migratorio superiore alle mille unità.

Il tasso di crescita complessivo è formato infatti da due componenti: il saldo naturale

(nascite meno morti) che permane di segno negativo (pari a -5,4‰ a fronte di un tasso medio regionale pari a -2,4‰), e il saldo migratorio (pari a +2,5‰, a fronte di un tasso medio regionale pari a 6,2‰).

Una caratteristica saliente della struttura della popolazione biellese è quella di avere un tasso di vecchiaia notevolmente elevato: in media ci sono 214 persone over65 per ogni 100 under15, con una media regionale di 178, anch'essa molto alta rispetto ad altre regioni italiane ed europee. Si tratta di un fenomeno da analizzare con attenzione, che ha importanti effetti sulla reale capacità di intraprendere un percorso di sviluppo organico.

Indicatori strutturali (2011)

Indicatori	Valori assoluti	Quote % su Piemonte
Popolazione residente (000)	185,2	4,2%
Occupati (000)	75	4,0%
Persone in cerca di occupazione (000)	6,8	4,4%
Forza lavoro (000)	82,1	4,1%
Tasso di disoccupazione (%)	8,3	-
Importazioni di beni dall'estero (+)	1.346,4	4,6%
Esportazioni di beni all'estero (+)	1.530,8	4,0%
Imprese registrate	19.684	4,2%
Tasso di crescita delle imprese (%) (-)	-0,3%	-
Sportelli bancari	135	5,0%
Impieghi bancari (*)	4.787	4,0%

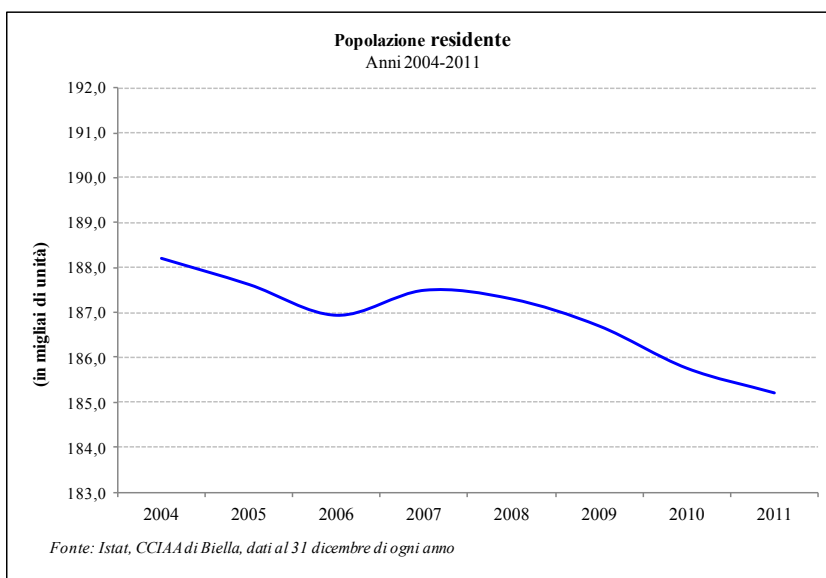
(+) valori correnti, milioni di euro

(-) al netto delle cessazioni d'ufficio

(*) consistenze in milioni di euro al 31 dicembre 2011; i dati si riferiscono al totale della clientela residente escluse le IFM; i dati si riferiscono alla residenza di controparte.

A partire da giugno 2011 l'insieme delle banche comprende anche la Cassa Depositi e Prestiti;

Fonte: Elaborazione Unioncamere Piemonte su dati CCIAA di Biella, Istat, InfoCamere, Banca d'Italia

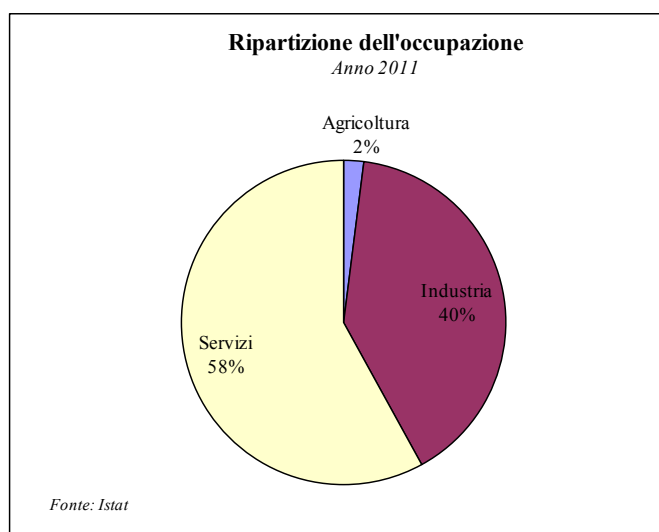


Anche a Biella si rileva, inoltre, un fenomeno tipico della realtà occidentale, ovvero il crescente peso della popolazione straniera: nella provincia si contano infatti 10.567 stranieri residenti, che incidono quasi per il 6% sul totale della popolazione, rappresentando quasi il 3% degli stranieri residenti in Piemonte.

Istruzione e lavoro

Nel mondo scolastico biellese si contano 23.273 studenti, tra scuole materne, elementari, medie inferiori e superiori; di questi, 2.043, pari all'8,8% del totale, sono stranieri. L'incidenza maggiore si rileva nelle scuole elementari e materne, dove la quota tocca rispettivamente il 10,2% e il 9,8%; qui troviamo infatti gli stranieri di seconda generazione, che crescono e studiano nel nostro Paese e sono il segno concreto di una riuscita integrazione multiculturale. Passando alla formazione post-diploma, in provincia di Biella nel 2010 sono stati attivati 557 corsi professionali, che hanno coinvolto circa 4.464 allievi.

Sul fronte dell'occupazione, i dati 2011 della Rilevazione sulle Forze di lavoro Istat segnalano un calo dell'occupazione biellese, che si attesta a fine 2011 complessivamente a più di 75mila unità. Il 58% dell'occupazione biellese risulta impiegato nel settore dei servizi, il 40% nell'industria e solo il 2% nell'agricoltura. In aumento nel 2011 il tasso di disoccupazione provinciale, che è passato dall'8,1% registrato nel 2010 all'8,3% del 2011, valore superiore rispetto al dato regionale (7,6%).

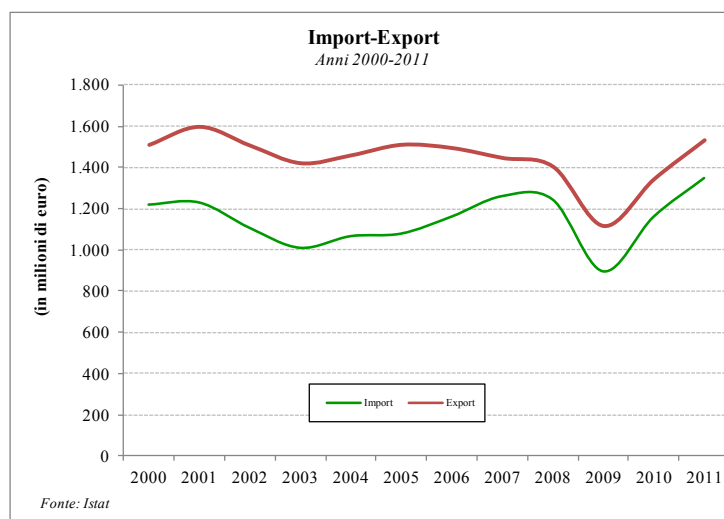


Secondo le stime fornite dal Sistema informativo Excelsior, condotto in collaborazione fra Unioncamere nazionale e Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale, il mercato del lavoro dipendente biellese dovrebbe diminuire nel 2012 ad un ritmo del -1,4% rispetto al 2011: a fronte di 1.290 assunzioni previste, si prevedono 1.850 cessazioni, per un saldo negativo di 560 unità. Per le assunzioni non stagionali, prevale ancora la forma contrattuale delle assunzioni a tempo determinato (il 40,9%) rispetto al tempo indeterminato (il 34,0%); per le assunzioni a tempo determinato a carattere stagionale, invece, la quota di assunzione prevista è del 17,8% contro il 15,9% del 2011. Tra le assunzioni previste, poi, il 4,2% dei casi avverrà con contratti di apprendistato.

Interscambio commerciale con l'estero

Nel corso del 2011 le imprese della provincia di Biella hanno esportato merci per un valore di 1.530,78 milioni di euro, facendo registrare un incremento del 13,9% rispetto all'anno precedente. Anche l'import ha fatto registrare una performance positiva: +16,2% rispetto al 2010. La bilancia commerciale provinciale è risultata attiva per circa 184,40 milioni di euro, valore inferiore rispetto a quanto registrato nel 2010.

La disaggregazione per macrosettori conferma la preminenza dei prodotti del tessile abbigliamento; il relativo export pari a più di 1.212 milioni di euro costituisce il 79% del totale dell'export provinciale. Tra gli altri settori, le macchine ed apparecchi meccanici e i prodotti chimici mostrano di riuscire a competere sul mercato internazionale: con rispettivamente 135,3 e 86,1 milioni di fatturato dall'estero costituiscono l'8,8% e il 5,6% del totale dell'export provinciale.



Nel 2011 le esportazioni verso i Paesi dell'Ue27 sono aumentate del 17,9%; stessa sorte anche per le importazioni, che hanno manifestato un incremento di 10 punti percentuale rispetto al 2010. Nei confronti dei Paesi extra-Ue, l'export ha registrato un aumento del 9,0%, mentre le importazioni registrano un incremento più forte, pari al 21,6% rispetto al 2010. La quota di export destinata all'Ue subisce un lieve incremento e nel 2011 raggiunge quota 58%; invece, la percentuale di prodotti venduti ai Paesi extra-Ue diminuisce e si attesta al 42%. In ambito Ue, l'interscambio della provincia si concentra principalmente su Germania, Francia e Regno Unito, tre Paesi che da soli assorbono il 27% del mercato estero biellese.

Al di fuori dell'Ue27 i principali partner commerciali sono la Svizzera con una quota pari all'8,3%, alcuni Paesi NIEs (quali Hong Kong con una quota che si attesta sul 5% dell'export provinciale) e la Cina, che assorbe il 6,5% delle esportazioni biellesi. Al quarto posto si attesta la Turchia che, con un aumento dell'11,8% rispetto all'anno passato, raggiunge il 3% del peso totale.

Turismo

Dopo un buon 2010, le presenze turistiche in provincia di Biella a fine 2011 superano quota 244mila, quasi il 2% del totale regionale, registrando un decremento rispetto al 2010 pari al -4,3%. Anche gli arrivi pari a 76.708 unità, l'1,8% del dato regionale complessivo, registrano una performance negativa (-7,8%).

Il decremento delle presenze è dovuto soprattutto alla riduzione della componente italiana e a un lieve incremento di quella estera del turismo che sfiorano, rispettivamente, quasi 180mila e 65mila presenze nel 2011, ma sono comunque i turisti stranieri che rilevano la performance migliore rispetto all'anno precedente (+2,5%). Per la componente italiana, invece si registra un decremento delle presenze pari al -6,5% rispetto al 2010. I principali Paesi di provenienza esteri sono la Germania (anche se registra una flessione rispetto al 2010 pari a -4,8%), la Francia (+1,5 rispetto al 2010), la Svizzera/Liechtenstein, la Romania, i Paesi Bassi, il Belgio e gli Stati Uniti.

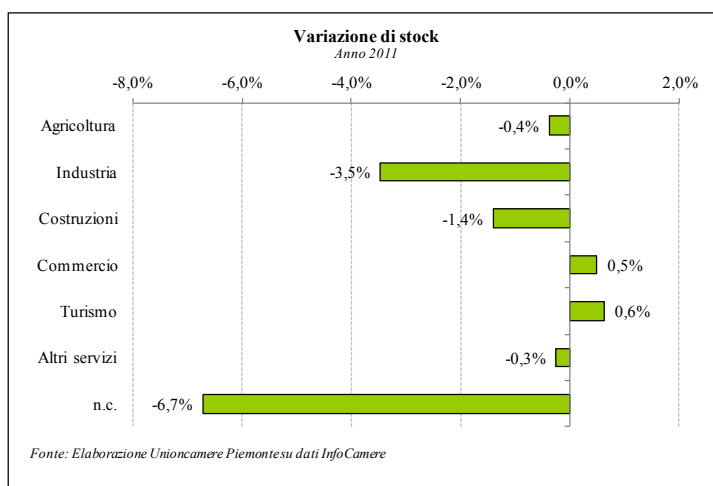
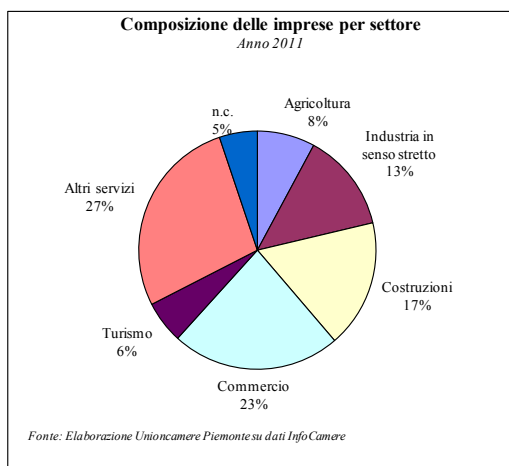
La struttura ricettiva biellese è composta di 190 esercizi che offrono complessivamente 5.888 letti. Nel 2011 la struttura ricettiva ha registrato un lieve incremento per un aumento complessivo di 42 posti letto (+0,7%).

Infine, la dinamica strutturale dell'offerta turistica, ovvero la consistenza delle strutture ricettive (alberghi, ristoranti e bar) registrate presso la Camera di Commercio, si connota per una variazione

positiva del +0,6% (inferiore al dato regionale +3,1%) rispetto al 2010. Il dato è significativo soprattutto se si considera l'andamento storico degli ultimi dieci anni (2002-2011): dal 2002 al 2011 le strutture ricettive considerate hanno registrato un incremento totale pari al 42,0%, dato in controtendenza rispetto a quello registrato dalla maggior parte delle imprese dagli altri settori.

Dinamica imprenditoriale

A fine 2011, a Biella operavano 19.684 imprese, di cui il 23% nel settore del commercio, il 27% negli altri servizi, il 17% nel settore delle costruzioni, il 13% nell'industria in senso stretto e l'8% nell'agricoltura.



In provincia di Biella nel 2011 si sono iscritte 1.100 imprese e sono cessate 1.168 aziende (al netto delle cessazioni d'ufficio che, nell'anno 2011, sono state pari a 141 unità). Il saldo è stato, pertanto, negativo, con la perdita di 68 imprese, e il tasso di crescita negativo è risultato pari a -0,34%, in controtendenza rispetto a quello registrato a livello piemontese (+0,18%). Analizzando le variazioni annuali dello stock delle imprese registrate nei vari settori di attività economica, si osserva come i comparti del turismo e del commercio siano gli unici a realizzare delle variazioni percentuali positive, seppur di lieve entità, pari rispettivamente a +0,6% e +0,5%. Risultano, invece, negative le variazioni rilevate nei comparti dell'industria in senso stretto (-3,5%), che evidenzia la performance peggiore rispetto a tutti gli altri settori di attività, delle costruzioni (-1,4%), dell'agricoltura (-0,4%) e degli altri servizi (-0,3%).

Al 30 giugno 2012 si sono iscritte 281 imprese e ne sono cessate 206 (al netto delle cessazioni d'ufficio). Il saldo è stato, pertanto, positivo con la nascita di 75 imprese tra gennaio e giugno 2012, portando a quota 19.589 lo stock di imprese complessivamente registrate presso il registro delle imprese della Camera di commercio di Biella.

Indici di bilancio

L'insieme delle società di capitale nella provincia biellese si connota per un grado di solidità patrimoniale maggiore rispetto a quello piemontese e nazionale nel 2010. Ciò è vero sia per quanto concerne la capacità di far fronte agli impegni a breve con l'utilizzo del capitale circolante, sia per la minore dipendenza dai finanziatori esterni per le loro attività. L'efficienza produttiva, misurata da un valore aggiunto pro capite pari a 64,71 migliaia di euro per dipendente, al contrario, è inferiore di circa cinque punti percentuali rispetto a quello regionale e oltre dieci punti percentuali rispetto al dato nazionale.

Principali indici di bilancio dell'aggregato delle società di capitali -Anno 2010

	Biella	Piemonte	Italia
Numero bilanci aggregati			
Numero bilanci aggregati	1.847	43.847	650.945
Indici patrimoniali e finanziari			
Indice di liquidità	1,06	0,88	0,89
Indice di indipendenza finanziaria (%)	43,43	40,99	34,68
Indici di Produttività			
Valore aggiunto pro capite (migl. Euro/dip.)	64,71	70,20	78,22
Indici di Redditività			
ROE (%)	0,83	2,62	3,72
ROA (%)	1,48	1,44	2,20
EBITDA/vendite (%)	6,72	6,53	7,64
Indici di Innovazione			
Spese in ricerca/Fatturato (%)	1,20	4,45	2,85

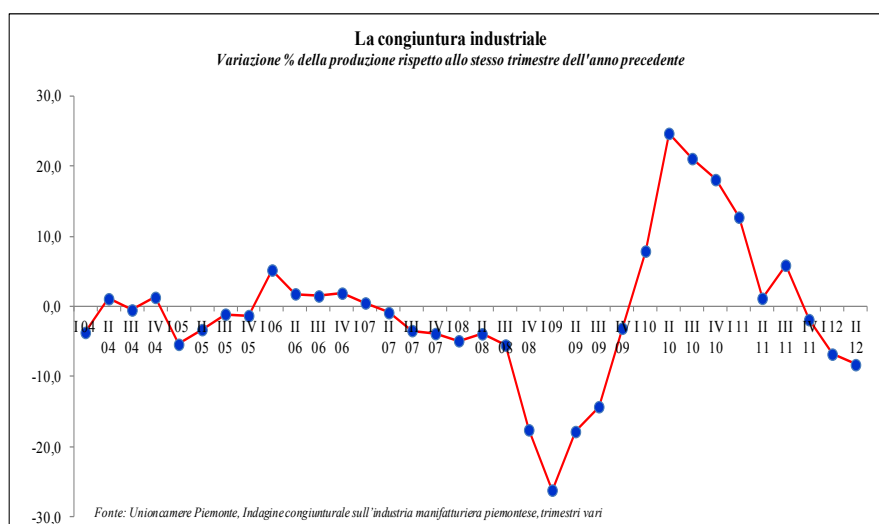
Fonte: elaborazioni Unioncamere Piemonte su dati Aida - Bureau van Dijk

Per quanto concerne gli indici di redditività, l'aggregato delle aziende della provincia di Biella manifesta una redditività del capitale proprio (ROE) che risulta inferiore rispetto a quella osservata a livello complessivo regionale, ma una redditività del capitale investito in azienda (ROA) superiore.

Infine, l'indice di innovazione, misurato come rapporto tra le spese in ricerca (costi di ricerca, sviluppo e pubblicità, diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno, concessioni, licenze, marchi e brevetti) e il fatturato (i ricavi delle vendite), è inferiore sia a quello regionale che a quello del sistema economico italiano nel suo complesso.

Congiuntura industriale

Dopo i risultati positivi registrati nel 2010, caratterizzati da una produzione industriale che è tornata a crescere, l'anno 2011 si è contraddistinto per un primo semestre positivo (la produzione industriale è, infatti, aumentata rispettivamente del +12,7% nel I trimestre e del +1,2% nel II trimestre), seguito poi da una parte finale all'insegna delle criticità. La produzione industriale ha



rivelato un calo nel corso del IV trimestre 2011 (-1,9%), del I trimestre 2012 (-6,8%) e del II trimestre 2012. In particolare, nell'arco temporale compreso tra aprile e giugno 2012, la crescita del sistema manifatturiero biellese ha subito una forte flessione: la variazione tendenziale grezza della

produzione industriale in confronto allo stesso trimestre del 2011 è risultata pari a -8,3%.

Previsioni future

Le previsioni macroeconomiche elaborate da Prometeia per la provincia di Biella lasciano intravedere, soprattutto per il biennio 2013-2014 alcuni segnali di lieve ripresa dei principali indicatori macroeconomici: infatti, mentre nel 2012 si assisterà ad una flessione del valore aggiunto, nel 2014 si prospetta una leggera crescita, che sarà trainata dall'industria. Nel 2014 i contributi degli altri comparti saranno positivi, ma su livelli inferiori rispetto a quelli che si rileveranno per il comparto manifatturiero.

Il settore dei servizi subirà gli effetti della crisi sia nel corso del 2012 che nel 2013. Le esportazioni, invece, assumeranno una performance positiva nel biennio 2013-2014, mentre sarà ancora negativa la dinamica del mercato del lavoro: infatti, si attende un ulteriore calo dell'occupazione e un tasso di disoccupazione che si attesta ad un livello ben al di sopra di quello registrato nel 2008 e nel 2009 (pari, rispettivamente, a 4,9% e 6,7%).

Scenario previsionale al 2014

Tassi di variazione annuali su valori a prezzi costanti.

Indicatori	2012	2013	2014
Valore aggiunto totale	-1,9%	0,4%	1,3%
Valore aggiunto:			
- agricoltura	3,6%	1,2%	2,2%
- industria	-2,7%	2,0%	2,8%
- costruzioni	-4,0%	2,6%	1,0%
- servizi	-1,5%	-0,4%	0,6%
Esportazioni di beni all'estero	-3,0%	10,4%	7,5%
Importazioni di beni dall'estero	-11,5%	6,4%	6,2%
Tasso di disoccupazione (%)	8,3%	8,7%	8,5%
Occupati	-0,4%	-1,2%	-0,2%

Fonte: Unioncamere Piemonte su dati Prometeia

PIANO STRATEGICO 2013-2017

- **Linea strategica 1. La Camera di commercio come pubblica amministrazione moderna, efficiente, digitale, trasparente e collegata con gli attori più dinamici del territorio**
- **Linea strategica 2. L'internazionalizzazione come motore produttivo delle imprese biellesi**
- **Linea strategica 3. La qualità delle risorse umane come fattore strategico di competitività**
- **Linea strategica 4. Facilitare i rapporti fra banca e impresa**
- **Linea strategica 5. Stimolare un processo cooperativo fra imprese, distrettuale, di rete, aggregativo**
- **Linea strategica 6. Migliorare l'attrattività del territorio nei confronti di capitali, risorse umane qualificate, turisti**
- **Linea strategica 7. Attivare azioni di regolazione e vigilanza sul mercato al servizio delle imprese e dei consumatori**

Linea strategica 1. La Camera di commercio come Pubblica Amministrazione moderna, efficiente, digitale, trasparente e collegata con gli attori più dinamici del territorio

La Camera di commercio opera con l'obiettivo di curare gli interessi generali delle imprese: obiettivo della Camera per il prossimo quinquennio sarà quello di fare crescere il proprio ruolo di Pubblica Amministrazione che risponde in modo rapido ed efficiente alle richieste del tessuto imprenditoriale locale, che operando sul mercato richiede tempi di reazione sempre più brevi, lontani da una operatività eccessivamente "burocratica". Visto che la Camera di commercio di Biella è un soggetto relativamente giovane nel panorama istituzionale locale dovrà continuare a lavorare per rafforzare la propria identità che permetta all'Ente di affermare la propria posizione tra gli attori pubblici e privati del territorio.

➤ **Obiettivo 1.1** Essere una Camera di commercio aperta e ricettiva rispetto al contesto economico ed istituzionale locale

Favorire lo scambio di comunicazioni tra le Istituzioni locali ed essere punto di convergenza per la concertazione di politiche per lo sviluppo del territorio, portando al tavolo di confronto del Distretto le istanze del tessuto imprenditoriale ed assumendo un ruolo centrale nell'ambito della programmazione delle politiche locali.

- **Azione 1.1.1.** Rivitalizzare il Comitato di Distretto come punto di riferimento per le politiche economiche locali

➤ **Obiettivo 1.2** Accrescere il livello di digitalizzazione e semplificazione delle procedure amministrative in un'ottica di Pubblica Amministrazione Paperless, quale forte azione di E-Government e partecipazione dell'ente al progetto di Agenda Digitale Italiana

L'ente camerale si trova già ad operare, nel panorama generale della Pubblica Amministrazione, in un particolare contesto di alto grado di digitalizzazione delle procedure, ormai rese quasi interamente telematiche. Verranno quindi poste in essere tutte quelle azioni che permetteranno da un lato di completare il processo di digitalizzazione e dall'altro di sfruttare le opportunità offerte sia dalle nuove tecnologie che dalle recenti novità legislative per avvicinarsi ulteriormente e con minori costi al cittadino (quali ad esempio l'utilizzo della PEC).

Saranno coinvolti nelle procedure SUAP in special modo gli enti terzi che non hanno

completato le procedure di accreditamento.

Verrà infine intensificata (ai sensi del DPR 247/04 e art. 2490 C.C.) la procedura di cancellazione d'ufficio per conseguire un miglioramento qualitativo delle informazioni contenute nel Registro Imprese.

- **Azione 1.2.1** Miglioramento qualitativo delle informazioni contenute nel Registro Imprese
- **Azione 1.2.2** SUAP – Impresa in un giorno
- **Azione 1.2.3** PEC – Utilizzo più ampio
- **Azione 1.2.4** Completa dematerializzazione della gestione amministrativa dell'ufficio personale

➤ **Obiettivo 1.3** Sviluppare una comunicazione istituzionale efficace ed autorevole

La comunicazione può muoversi su diverse direttrici: le prestazioni, i servizi e il personale ad essi addetto ne sono già una prima forma; ciò comporta un coinvolgimento attivo di tutti i dipendenti, che deve poi proseguire nel momento in cui si vanno ad utilizzare gli strumenti indiretti di comunicazione, dal sito internet alle e-mail, dalle brochure ai video. Oggi i sistemi digitali sono imperativi e lo saranno sempre di più in futuro, per questo motivo l'ente deve approfondirne l'uso in alcuni casi e iniziare ad approcciarli in altri.

- **Azione 1.3.1** Sperimentare soluzioni organizzative e gestionali per la realizzazione di attività in materia di comunicazione in sinergia con la CCIAA di Vercelli
- **Azione 1.3.2** Promuovere e rafforzare l'immagine camerale
- **Azione 1.3.3** Rafforzare i rapporti con i media
- **Azione 1.3.4** Potenziare il sito camerale e sperimentare l'utilizzo dei canali dei social media, web 2.0, app per smarphone e web-tv
- **Azione 1.3.5** Arricchimento newsletter camerale digitale

- **Azione 1.3.6** Realizzazione monitoraggio sui servizi erogati dall'ente

➤ **Obiettivo 1.4** Intensificare le sinergie con la Camera di Commercio di Vercelli e con il Sistema camerale regionale e nazionale al fine di razionalizzare le risorse e conseguire maggiori economie di scala, per un utilizzo più efficace del capitale umano e di una conseguente rimodulazione del budget a vantaggio delle imprese del territorio

Sfruttare le opportunità offerte da una gestione associata e/o convenzionale di alcune funzioni, sia per evitare inutili duplicati che per aumentare la specializzazione delle professionalità dedicate, permettendo contemporaneamente di risparmiare risorse umane da destinare direttamente ai servizi verso le imprese del territorio.

Partecipare, inoltre, a progetti di respiro regionale e nazionale, nei quali le imprese possano beneficiare di ricadute economiche amplificate, mantenendo e valorizzando, pur in un'ottica di sistema, le caratteristiche peculiari che caratterizzano il Distretto biellese. In questo contesto particolare spazio troverà la progettazione comunitaria, che dovrà consentire al territorio biellese di beneficiare di fondi messi a disposizione dalla Comunità Europea.

- **Azione 1.4.1** Gestione associata dei Servizi Interni con la CCIAA di Vercelli
 - **Azione 1.4.2** Potenziamento delle convenzioni con la Camera di Commercio di Vercelli e con l'Unioncamere regionale per la gestione associata di alcuni servizi
 - **Azione 1.4.3** Aderire a progetti di sistema che consentano l'erogazione di servizi ad alto valore aggiunto
 - **Azione 1.4.4** Coinvolgere soggetti extra-territoriali in iniziative locali, al fine di amplificarne gli effetti promozionali e favorire lo sviluppo di sinergie con particolare riferimento alla progettazione comunitaria
- **Obiettivo 1.5** Sviluppare azioni di CSR (Corporate Social Responsibility) nei confronti delle risorse umane coinvolte e nel rispetto dell'ambiente

- **Obiettivo 1.6** Sviluppare un'approfondita conoscenza del tessuto economico locale al fine di consentire azioni mirate per lo sviluppo del territorio

L'informazione statistica ed economica da un lato supporta i processi decisionali pubblici, dall'altro fornisce un adeguato quadro informativo. La legge ha indicato la competenza camerale nella "realizzazione di osservatori dell'economia locale e diffusione di informazione economica", un ruolo che la C.C.I.A.A di Biella realizza in partenariato con l'Ufficio Studi e Statistica di Unioncamere Piemonte, al fine di ottimizzare sia i costi delle numerose banche dati acquistate dal sistema camerale, sia quelli relativi alla formazione professionale necessaria per gestire tali attività di studio.

- **Azione 1.6.1** Monitorare la congiuntura economica locale
- **Azione 1.6.2** Accrescere una conoscenza a 360 gradi sulla realtà biellese
- **Azione 1.6.3** Sviluppare analisi di competitività territoriale

- **Obiettivo 1.7** Ricognizione e analisi della situazione delle partecipazioni della Camera

La ricognizione del sistema delle partecipazioni camerali sarà alla base della valutazione degli interventi che la C.C.I.A.A. intende attuare attraverso lo strumento della partecipazione alla compagine sociale di quei soggetti presenti sul territorio e la cui mission è da ritenersi strategica per l'Ente camerale.

- **Azione 1.7.1** Predisporre un dossier approfondito che evidenzi per ciascuna partecipazione, mission, risultati economici e finanziari, impegni per la Camera di commercio

Linea strategica 2. L'internazionalizzazione come motore produttivo delle imprese biellesi

La crescente importanza dei fenomeni di internazionalizzazione rende i processi di apertura verso i mercati stranieri un elemento imprescindibile per lo sviluppo della competitività dell'economia di un territorio. La propensione ai mercati esteri è molto elevata nel Distretto biellese e la Camera di commercio nel corso del nuovo mandato si pone l'obiettivo sia di supportare quelle imprese che sono già fortemente attive sui mercati globali, sia di fare crescere la "cultura dell'internazionalizzazione" in quelle imprese che, spesso per le piccole dimensioni, sono fortemente radicate ad ambiti locali ristretti.

- **Obiettivo 2.1** Supportare le imprese biellesi nelle loro iniziative legate all'internazionalizzazione, in special modo verso mercati ad alto potenziale e ad alto valore aggiunto

Proporre alle aziende azioni molto mirate che partano da analisi approfondite dei potenziali mercati di sbocco o di investimento, per offrire reali opportunità di business ed investimento alle imprese che già operano o intendono affacciarsi sui mercati esteri. Il supporto camerale potrà realizzarsi in diverse modalità: contributi finanziari, servizi di assistenza, azioni formative e realizzazione di attività di incoming e di outgoing

- **Azione 2.1.1** Erogare voucher a sostegno della partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali
- **Azione 2.1.2** Attivare un servizio di assistenza qualificato per le imprese che già esportano e di primo orientamento per le potenziali realizzando concreti strumenti di supporto
- **Azione 2.1.3** Organizzare percorsi formativi mirati alle esigenze di internazionalizzazione e giornate Paese dedicate ai mercati a più elevato potenziale per il territorio locale

- **Obiettivo 2.2** Sviluppare un programma di promozione rivolto alle nuove imprese di prima internazionalizzazione

Creare condizioni favorevoli per le imprese che non operano ancora sui mercati internazionali, soprattutto mediante lo sviluppo della “cultura dell’internazionalizzazione” informando le imprese circa le opportunità offerte dai mercati esteri e le modalità per operare sui mercati stranieri ed accompagnando quindi gli imprenditori a comprendere l’importanza di confrontarsi con il mondo esterno, soprattutto in un’ottica di crescita del proprio business.

- **Azione 2.2.1** Assistere le imprese in fase di “prima internazionalizzazione” nella valutazione delle potenzialità e degli obiettivi perseguibili e supportare le stesse nella realizzazione di un “project work” per l’estero
- **Azione 2.2.2** Attivare tirocini presso aziende del territorio con giovani laureati per supportare le imprese nei processi di internazionalizzazione

➤ **Obiettivo 2.3** Collaborare in maniera sinergica con le principali direttrici strategiche dell’internazionalizzazione piemontese, in special modo quelle sviluppate dal Ceipiemonte per conto del sistema camerale piemontese e della Regione Piemonte

Ceipiemonte, istituito con LR. 13/2006 è l’organismo al quale partecipano sia il sistema camerale piemontese che la Regione Piemonte, nonché le principali categorie economiche, le Università, il Politecnico ed altri Enti territoriali; rafforzare il ruolo di CEIPiemonte sul territorio locale significa creare maggiori opportunità per le imprese in un’ottica di “rete”.

- **Azione 2.3.1** Gestire in qualità di soggetto promotore un Piano Integrato di Filiera (P.I.F.) nel settore tessile/abbigliamento e meccanotessile, con azioni specifiche rivolte ai sotto-comparti del tessile tradizionale, tessile innovativo (tessile tecnico, medicale, ecc.) e meccanotessile
- **Azione 2.3.2** Favorire la partecipazione di imprese locali alle iniziative organizzate da Ceipiemonte, Unioncamere e ICE

➤ **Obiettivo 2.4** Capitalizzare a favore delle imprese biellesi l’investimento camerale piemontese dell’ufficio di Bruxelles

Unioncamere Piemonte è presente a Bruxelles fin dal 1995, con l'obiettivo di rappresentare la forza del sistema economico e culturale della Regione Piemonte: nel corso degli anni si è accreditato come centro di collegamento tra le istituzioni comunitarie e gli attori regionali, svolgendo un ruolo di "antenna" informativa e di supporto alla partecipazione piemontese a programmi e iniziative europee. Obiettivo della Camera di commercio è di incrementare le ricadute dell'Ufficio di Bruxelles di Unioncamere Piemonte sul territorio biellese.

- **Azione 2.4.1** Rendere fruibili per le imprese le informazioni che l'ufficio di Bruxelles è in grado di reperire su tematiche di interesse per le imprese locali
- **Azione 2.4.2** Incrementare la collaborazione in fase di ricerca ed accesso ai bandi comunitari

Linea strategica 3. La qualità delle risorse umane come fattore strategico di competitività

Attuare un percorso di valorizzazione del capitale umano presente sul territorio, favorendo il riposizionamento della forza lavoro operante presso le imprese colpite dalla crisi e sostenendo l'accesso al mondo del lavoro attraverso percorsi di alta formazione, anche post-universitaria e la formazione di figure professionali rispondenti alle specifiche esigenze del tessuto produttivo biellese.

- **Obiettivo 3.1** Supportare le imprese nell'adeguamento degli skill professionali delle proprie risorse umane e sviluppare azioni di formazione imprenditoriale

Per affrontare la competizione interna e sui mercati esteri, ma anche per adeguare opportunamente i profili professionali le aziende devono essere in grado di valutare, o meglio anticipare, i fabbisogni di formazione. La Camera di commercio si deve pertanto porre come soggetto che sostiene e progetta percorsi formativi funzionali alla riconversione della forza lavoro e di contrasto alla perdita di competenza, con particolare riferimento alle categorie più deboli.

- **Azione 3.1.1** Erogare voucher a sostegno di percorsi formativi necessari a riqualificare il personale a seguito di processi di ristrutturazione, riconversione o riorganizzazione aziendale
- **Azione 3.1.2** Progettare percorsi formativi su tematiche mirate a specifiche esigenze delle imprese (start up, trasferimento d'impresa, marketing strategico, nuove tecnologie dell'informazione, riqualificazione operatori del settore turistico, ecc.)

- **Obiettivo 3.2** Favorire uno stretto collegamento fra mondo delle imprese e quello della formazione

L'obiettivo è quello di supportare iniziative nel campo dei rapporti scuola – impresa al fine di colmare il gap tra i bisogni delle imprese e l'offerta delle scuole, elemento fondamentale per il successo delle imprese di questo territorio. La Camera di Commercio opererà anche con l'obiettivo di far nascere nuove imprese e nuovi imprenditori e al tempo stesso facilitare il passaggio generazionale all'interno delle aziende.

- **Azione 3.2.1** Progettare percorsi di orientamento per studenti e di alternanza scuola/lavoro che possano anche fungere da stimolo alla auto imprenditorialità
- **Azione 3.2.2** Attivare accordi e partenariati con altri soggetti, anche esteri (es. Reseau Entraprendre) finalizzati alla nascita di nuove imprese con l'affiancamento di aziende mentori
- **Azione 3.2.3** Sviluppare, in collaborazione con altri Enti del territorio, un programma di stages aziendali per neodiplomati e neolaureati, sia presso la Camera di Commercio che presso le imprese

➤ **Obiettivo 3.3** Sostenere l'eccellenza formativa locale, in special modo quella collegata alle tematiche imprenditoriali

L'istruzione della forza lavoro del futuro rappresenta un investimento fondamentale soprattutto in un contesto economico come quello attuale, caratterizzato da importanti trasformazioni strutturali. Anche il sistema educativo deve pertanto raccordarsi con il mondo del lavoro, sia per quanto riguarda la formazione universitaria e post-universitaria, sia per quella di secondo grado, con particolare riferimento alla nuova Istruzione Tecnica Superiore. In quest'ottica la Camera di commercio sosterrà iniziative e progetti di alternanza scuola lavoro, di orientamento e stage, facilitando la creazione di una rete di relazioni tra il sistema formativo, quello delle imprese e della Pubblica Amministrazione.

- **Azione 3.3.1** Supportare l'attività degli organismi presenti sul territorio che si occupano di formazione in un'ottica di accompagnamento verso il mondo del lavoro (Biella Master Fibre Nobili e I.T.S.)
- **Azione 3.3.2** Verifica della fattibilità del progetto per la creazione di un Polo universitario nazionale tessile-abbigliamento multifunzionale a Biella, attraverso un accordo di collaborazione tra Città Studi e LIUC

➤ **Obiettivo 3.4** Sostenere l'occupazione in particolare presso le PMI

Gli effetti negativi della crisi si sono estrinsecati soprattutto sul tasso di occupazione, che si è fortemente contratto a partire dal 2008: anche i periodi di parziale ripresa economica registrati non hanno mai avuto effetti positivi sul livello di impiego di forza lavoro. In questo contesto la Camera di commercio si pone l'obiettivo di progettare azioni a supporto dell'occupazione, attraverso l'erogazione di contributi in particolare destinati a supportare l'occupazione giovanile.

- **Azione 3.4.1** Attivare un bando a sostegno delle assunzioni e stabilizzazioni di occupati al fine di incentivare la valorizzazione del capitale umano giovanile e il miglioramento qualitativo e quantitativo dei livelli occupazionali nelle imprese del territorio

Linea strategica 4. Facilitare i rapporti fra banca e impresa

Un migliore e più approfondito dialogo tra il mondo imprenditoriale e quello bancario favorisce il finanziamento dei progetti più innovativi e consente agli attori finanziari di proporre strumenti nuovi e più vicini alle esigenze del sistema economico locale. La Camera di commercio lavorerà per favorire l'apertura di nuovi canali comunicativi, per sviluppare le collaborazioni esistenti, soprattutto nei confronti dei Consorzi di garanzia fidi.

- **Obiettivo 4.1** Facilitare l'accesso al credito delle imprese attraverso sistemi di garanzia e controgaranzia

La Camera di commercio dedicherà una particolare attenzione al rapporto con i Consorzi di garanzia fidi, che con l'avvento di Basilea 2 sono chiamati a diventare strumenti strutturati per agevolare l'accesso al credito delle aziende soprattutto più piccole, abbattendo il costo del credito: pertanto verranno studiate apposite forme di collaborazione per sfruttare il cosiddetto "effetto volano" che moltiplica le ricadute degli interventi attuati a favore dei Confidi.

- **Azione 4.1.1** Attuare forme di sostegno all'attività dei Confidi operanti sul territorio e favorire l'accesso al Fondo Centrale di Garanzia al fine di facilitare l'accesso al credito e migliorare le condizioni applicate dagli Istituti bancari in particolare alle PMI

- **Obiettivo 4.2** Stimolare una equa e corretta tempistica nei pagamenti fra imprese e fra imprese e PPAA

Oltre ad affrontare un ciclo congiunturale negativo, le piccole e medie imprese lamentano la lentezza dei pagamenti delle fatture, in particolar modo da parte della Pubblica Amministrazione: questa situazione tende a creare un forte squilibrio di liquidità, oltre al rischio di mettere in seria difficoltà l'impresa e la sua solvibilità. La Camera di commercio dovrà quindi promuovere strumenti di smobilizzo crediti, soprattutto in sinergia con il sistema camerale a livello regionale o nazionale ed impegnarsi a diffondere una cultura imprenditoriale attenta a questo genere di problematiche.

- **Azione 4.2.1** Promuovere strumenti di smobilizzo di crediti vantati dalle imprese nei

confronti delle PP.AA. (Fondo Sbloccacrediti Piemonte)

- **Azione 4.2.2** Diffondere una cultura di buone pratiche nei rapporti commerciali tra le imprese

➤ **Obiettivo 4.3** Favorire l'accesso al credito per le imprese giovani, neo-costituite, femminili, sociali

La tematica dell'accesso al credito dovrà essere seguita con particolare attenzione nei confronti delle imprese "marginali", che presentano maggiori e diverse criticità all'interno del tessuto imprenditoriale locale: in particolare le imprese giovani e femminili, così come quelle neo costituite od operanti in un contesto sociale. Progettare e sostenere strumenti ad hoc che facilitino il rapporto con il sistema bancario diventa obiettivo prioritario dell'Ente camerale.

- **Azione 4.3.1** Promuovere gli strumenti che facilitano l'accesso al credito, fornendo informazioni adeguate e supporto nell'iter burocratico di accesso ai Fondi (Microcredito, Fondo di garanzia per l'imprenditoria giovanile e femminile, Fondo Più Impresa, ecc.)

➤ **Obiettivo 4.4** Sviluppare la conoscenza di nuovi strumenti di finanziamento all'impresa, venture capital e altro

Di fronte ad una situazione di mercato che rimane difficile e ad una competizione sempre più forte, tutte le imprese, in particolare quelle di piccole dimensioni, devono sviluppare la conoscenza delle opportunità e degli strumenti messi a loro disposizione: occorre infatti conoscere ogni ambito della vita d'impresa, compresi gli strumenti del credito e della finanza, che costituiscono sempre più elementi vitali per reagire alla crisi e rimanere sul mercato.

- **Azione 4.4.1** Realizzare azioni di "educazione finanziaria" con l'obiettivo di far conoscere la normativa di riferimento e i possibili strumenti a disposizione delle imprese anche alternativi ai tradizionali prodotti bancari
- **Azione 4.4.2** Attivazione di sinergie con il sistema bancario locale per la realizzazione di

azioni congiunte per favorire il dialogo con le imprese del territorio

- **Azione 4.4.3** Favorire l'incontro fra detentori di idee progettuali e potenziali finanziatori per favorire lo start up di nuove realtà imprenditoriali innovative

Linea strategica 5. Stimolare un processo cooperativo fra imprese, distrettuale, di rete, aggregativo

Favorire la crescita dimensionale delle imprese diventa un obiettivo prioritario per generare economia di scala, aumentare la conoscenza e favorire più generalmente i vantaggi competitivi, soprattutto sviluppando il tema della responsabilità sociale e diffondendo una nuova cultura della “cura dell’ambiente”.

➤ **Obiettivo 5.1** Sostenere i cluster produttivi, in special modo quelli volti a sviluppare innovazione e politiche ecosostenibili

Tematiche relativamente recenti quali la “ecosostenibilità”, la “responsabilità sociale d’impresa” e il “risparmio energetico” possono diventare, se opportunamente sostenute e valorizzate all’interno delle imprese, dei veri e propri strumenti competitivi per affrontare i mercati interni ed esteri. Adottare processi produttivi a basso impatto ambientale o politiche di CSR comporta infatti sia dei vantaggi diretti per l’impresa, ma produce anche vantaggi competitivi, soprattutto per chi esporta nei Paesi che hanno una cultura ambientale e sociale più radicata, dove è lo stesso cliente ad operare la selezione e la scelta dei prodotti o dei propri fornitori. Anche l’immagine aziendale risente positivamente di queste politiche, in quanto l’impresa presenta una maggiore “credibilità” rispetto ad altri attori economici che non si preoccupano di tali aspetti.

- **Azione 5.1.1** Promuovere della cultura della sostenibilità e dell’imprenditorialità sostenibile a supporto e ampliamento di reti territoriali di imprese green (Progetto CSR)
- **Azione 5.1.2** Erogare voucher per l’attribuzione di certificazioni ambientali
- **Azione 5.1.3** Avvicinare le imprese locali all’ambito della ricerca scientifica e tecnologica attraverso l’organizzazione di momenti informativi con strutture che si occupano di innovazione e ricerca (Pointex, Università, CNR, ecc)

➤ **Obiettivo 5.2** Consolidare e rafforzare le dinamiche di cooperazione fra imprese in una logica

distrettuale biellese

Incentivare e supportare la creazione di reti tra le imprese permette a queste aggregazioni di raggiungere la massa critica necessaria per avviare processi, attività e progetti per i quali le limitate dimensioni delle PMI rappresentano un ostacolo. La rete consente di mettere a sistema le potenzialità delle piccole e medie imprese che caratterizzano il Distretto biellese, superando le criticità legate alla caratteristica dimensionale.

- **Azione 5.2.1** Sviluppare azioni di promozione volte all'aggregazione di imprese e alla stipulazione di contratti di rete, al fine di superare la frammentazione locale

➤ **Obiettivo 5.3** Sostenere azioni di valorizzazione della produzione locale

Il sistema di tracciabilità volontaria “TF”, promosso dal sistema camerale e gestito da Unionfiliere, rappresenta un vero e proprio “passaporto” del prodotto, che serve a fornire al consumatore l'indicazione del luogo dove sono avvenute le principali fasi di lavorazione. La Camera di commercio di Biella, in collaborazione con Unionfiliere e l'Associazione Tessile e Salute, proseguirà nello sviluppo del progetto volto ad integrare il modello di tracciabilità “TF” con ulteriori requisiti volti a fornire informazioni maggiormente dettagliate al consumatore, nell'ottica della trasparenza all'acquisto. Tra questi in particolare quelle riferite alla “salubrità” dei prodotti, intesa come impatto sulla salute del consumatore. Anche il filone della valorizzazione delle lane autoctone, oggetto di un progetto sperimentale negli anni 2008/2010 potrà essere ulteriormente sviluppato, in particolare con riferimento ad alcune ipotesi progettuali finanziabili con fondi comunitari (Life, Ecoinnovation)

- **Azione 5.3.1** Supportare la diffusione del sistema di tracciabilità volontaria integrato con la certificazione di Tessile e Salute
- **Azione 5.3.2** Verificare la possibilità di attivare una filiera produttiva sostenibile legata allo sfruttamento delle lane autoctone

Linea strategica 6. Migliorare l'attrattività del territorio nei confronti di capitali, risorse umane qualificate, turisti

Favorire lo sviluppo armonico del territorio, aumentandone le potenzialità e valorizzando le risorse interne è un obiettivo che consentirà di raggiungere una duplice finalità: da un lato accrescere le opportunità di business per le imprese locali e dall'altro attrarre potenziali investitori esterni, che ricercano peculiarità favorevoli all'insediamento di nuove unità produttive e di ricerca.

➤ **Obiettivo 6.1** Sostenere progetti di miglioramento infrastrutturale del territorio, sia di tipo materiale sia immateriale

Le infrastrutture presenti sul territorio sono elementi che ne determinano lo sviluppo: gli interventi camerali si concentreranno soprattutto verso le infrastrutture di tipo "immateriale" che creano condizioni favorevoli alla crescita del tessuto imprenditoriale locale: tra queste, in particolare, azioni di sostegno del settore commerciale, duramente colpito dalla crisi economica, che potrà beneficiare di azioni di studio e promozione appositamente studiate sulla base delle proprie caratteristiche. Si realizzerà anche una azione incisiva di sostegno ai processi di innovazione digitale, per aumentare la competitività delle imprese attraverso l'adozione di innovazioni organizzative, di processo e di prodotto derivanti da applicazioni e servizi digitali, nonché una politica di supporto alla cooperazione tra le imprese (per filiere, per sistemi territoriali, etc.), che sfrutti i benefici dei servizi ICT avanzati in tutte le fasi dei processi (produzione, logistica, etc.).

- **Azione 6.1.1** Supportare e sviluppare azioni che favoriscano la rete distributiva locale in tutte le sue componenti (commercio tradizionale, ambulante, e-commerce, ecc.), anche attraverso iniziative mirate alle aree colpite da maggiore desertificazione (es. centro cittadino) o finalizzate a promuovere le attività in particolari momenti dell'anno
- **Azione 6.1.2** Realizzare uno studio che analizzi il contesto territoriale con riferimento alle infrastrutture digitali e ai servizi ad esse connessi (Progetto Banda Larga)

- **Obiettivo 6.2** Favorire l'insediamento di nuove imprese e condurre, in collaborazione con altri enti istituzionali, operazioni di marketing territoriale

Dal 2009 la Camera di Commercio di Biella realizza un progetto di marketing territoriale diretto a promuovere i bandi regionali piemontesi con l'obiettivo di attrarre in Piemonte, e in particolar modo nel Biellese, investitori che insedino sul territorio nuove attività imprenditoriali e creino occupazione. Il progetto ha visto la stretta collaborazione con l'Unione Industriale Biellese e la Provincia di Biella, che ha sempre supportato le aziende che hanno scelto di insediarsi sul territorio. Anche nei prossimi anni il progetto potrà essere sviluppato ed orientato in base alle particolari agevolazioni destinate al territorio biellese, ancora previste per tutto l'anno 2013. Il progetto potrebbe altresì essere implementato con il filone "attrazione residenti" proposto dal Comune di Biella e presentato anche all'interno del Comitato di Distretto: lo sviluppo di iniziative congiunte potrebbe favorire l'ingresso di nuova linfa nel territorio biellese, con effetti rivitalizzanti sul tessuto produttivo e sociale.

- **Azione 6.2.1** Sviluppare e consolidare il progetto attrazione investimenti "Biella, Produces" sfruttando le opportunità del contratto di insediamento anche nella nuova versione destinata ad investimenti di entità contenuta
- **Azione 6.2.2** Valorizzare il patrimonio immobiliare locale anche in un'ottica di attrazione di nuova residenzialità

- **Obiettivo 6.3** Sviluppare interventi integrati di valorizzazione turistica del territorio biellese

Il territorio biellese racchiude un patrimonio artistico ed ambientale di grande valore e la Camera di commercio di Biella, sin dalla sua costituzione, si è sempre impegnata in azioni di promozione del comparto turistico. Anche il nuovo mandato vedrà l'impegno della Camera per individuare, insieme alle altre Istituzioni, le strategie migliori per attivare una vera politica di promozione del turismo biellese, anche al fine di sviluppare progettualità legate all'Expo 2015. L'impegno dell'Ente sarà anche rivolto allo sviluppo di iniziative finanziabili con fondi comunitari, nonché all'implementazione dell'ormai consolidata

iniziativa di promozione del marchio di qualità di ISNART.

- **Azione 6.3.1** Prosecuzione e sviluppo del Protocollo d'intesa sul Turismo in sinergia con gli altri attori del territorio
- **Azione 6.3.2** Sviluppare forme di promozione turistica collaterali a manifestazioni ed eventi di forte richiamo (es. settore agroalimentare)
- **Azione 6.3.3** Supportare eventi a forte ricaduta turistica per il territorio (es. Borsa del Turismo, Passione di Sordevolo)
- **Azione 6.3.4** Creare un prodotto turistico d'impresa, individuando le realtà di eccellenza locale che già svolgono o intendono cominciare percorsi di visite aziendali aperte al pubblico (Progetto Interreg IT-CH 2007/2013 "Destinazione impresa")
- **Azione 6.3.5** Attivare uno sportello virtuale del turismo per promuovere l'attività di formazione, certificazione e valorizzazione delle economie locali connesse al settore (Marchio di qualità ISNART)

➤ **Obiettivo 6.4** Valorizzare le eccellenze del territorio biellese

Puntare sulla qualità e sull'eccellenza produttiva ha una forte valenza competitiva non solo per le imprese industriali, ma anche per quelle del settore agroalimentare ed artigiano. I consumatori sono sempre più esigenti e richiedono garanzie sulla qualità dei prodotti acquistati. Sostenere progetti integrati di valorizzazione delle eccellenze del territorio, anche attraverso la partecipazione ad eventi e a manifestazioni fieristiche altamente specializzate, sostenendo altresì progetti che consentano di costruire rapporti di filiera tra i produttori, i trasformatori, il commercio e gli operatori turistici, saranno gli obiettivi da perseguire nei prossimi anni per favorire la diffusione della conoscenza delle eccellenze locali.

Tra queste si annoverano anche le 90 imprese con il marchio di "Eccellenza artigiana".

- **Azione 6.4.1** Individuare eventi di forte richiamo nazionale ed internazionale a cui abbinare azioni di promozione integrata del territorio nelle sue componenti di eccellenza (per il 2013 IWTO)

- **Azione 6.4.2** Promuovere il settore enogastronomico locale mediante la partecipazione collettiva a fiere del comparto e la realizzazione di progetti specifici di valorizzazione delle produzioni tipiche che mettano in evidenza il legame con il territorio (es. Promozione delle produzioni risicole di eccellenza, dei territori e della dieta mediterranea)
- **Azione 6.4.3** Promuovere e dare maggiore visibilità alle imprese locali detentrici del marchio di eccellenza artigiana assegnato dalla Regione Piemonte, valorizzando il legame delle produzioni con il territorio e favorendo lo sviluppo del “made in Biella”

Linea strategica 7. Attivare azioni di regolazione e vigilanza sul mercato, al servizio delle imprese e dei consumatori

Sin dall'origine le Camere di commercio sono state strumento per la regolazione delle attività economiche e dei commerci, attraverso la definizione di regole per la corretta competizione economica: con la riforma del sistema camerale questa funzione di istituzione che interviene a garanzia della regolazione del mercato è stata rafforzata: la Camera di commercio di Biella opererà per rafforzare il proprio ruolo di “punto di raccordo” fra gli interessi generali delle imprese e quelli della comunità civile.

➤ **Obiettivo 7.1** Sviluppare azioni di vigilanza sul mercato

Al fine di tutelare il consumatore finale la Camera di commercio dovrà operare per garantire l'affidabilità metrologica degli strumenti di misura utilizzati nelle transazioni commerciali (piano di verifiche metrologico-legali) e porre in essere azioni di vigilanza che attestino l'osservanza delle disposizioni normative poste a tutela della fede pubblica e del consumatore, anche in attuazione dell'accordo tra il Ministero dello Sviluppo Economico ed Unioncamere, alla luce delle direttive europee. I controlli della Camera di commercio intesseranno ambiti diversi: etichettatura e sicurezza dei prodotti, informazioni sulle emissioni di CO₂, centri tachigrafici, metalli preziosi e laboratori riconosciuti idonei allo svolgimento delle verifiche periodiche.

- **Azione 7.1.1** Effettuare il programma di verifiche metrologiche secondo la periodicità stabilita dalle norme
- **Azione 7.1.2** Programmare azioni di sorveglianza in materia di etichettatura e sicurezza dei prodotti (tessili, giocattoli, DPI, ecc.)

➤ **Obiettivo 7.2** Attuare azioni di regolazione del mercato

Al fine di favorire il corretto funzionamento del mercato la Camera di commercio porrà in essere iniziative volte ad informare ed educare gli operatori del mercato (consumatori ed imprese) con l'obiettivo di diffondere informazioni e conoscenze su tematiche di interesse,

promuovere una migliore e più efficace applicazione delle norme vigenti , nonché favorire lo sviluppo di buone prassi. Tali azioni (in particolare momenti formativi ed informativi) potranno essere svolte individualmente o, più proficuamente, potranno essere iniziative di sistema da attuare in collaborazione con le Associazioni di categoria e di tutela dei consumatori.

- **Azione 7.2.1** Favorire la diffusione di informazioni e conoscenze su tematiche di interesse, anche nell'ambito di iniziative di sistema

➤ **Obiettivo 7.3** Favorire la risoluzione delle controversie tra imprese e tra imprese e consumatori per facilitare lo sviluppo di un mercato trasparente, efficiente e concorrenziale

La Camera di commercio di Biella gestisce e promuove arbitrato e mediazione, strumenti di risoluzione alternativa delle controversie (ADR) sia in materia civile che in materia commerciale. A seguito del recente pronunciamento della Corte di Cassazione che ha dichiarato la illegittimità della obbligatorietà del procedimento di mediazione ed in attesa di nuove eventuali norme che regolamentino la materia, la Camera di commercio si concentrerà nella diffusione delle procedure volontarie, sperimentando anche nuove modalità operative. La Camera sarà impegnata anche nella promozione di iniziative formative e di diffusione di una vera e propria “cultura” della risoluzione alternativa delle controversie, intesa quale diverso approccio al conflitto. Detta attività potrà sostanziarsi in momenti informativi e formativi, campagne di diffusione, stipulazione di protocolli d'intesa e redazione di materiali documentali.

- **Azione 7.3.1** Gestire le procedure ADR in materia civile e commerciale
- **Azione 7.3.2** Promuovere la cultura della risoluzione alternativa delle controversie, anche attraverso lo sviluppo di sinergie con altri soggetti attivi in questo settore

➤ **Obiettivo 7.4** Promuovere azioni in tema di tutela della proprietà industriale e lotta alla contraffazione

Il tema della proprietà industriale è legato a quello della lotta alla contraffazione e l'impegno della Camera dovrà essere quello di fornire alle imprese e ai cittadini un servizio mirato a diffondere la cultura brevettuale, anche in collaborazione con il Centro Pat.Lib. della C.C.I.A.A. di Torino, favorendo la diffusione degli strumenti per l'acquisizione dei documenti su supporto telematico e l'uso della firma digitale. L'attività promozionale potrà anche realizzarsi attraverso seminari tecnici di formazione e di aggiornamento che approfondiscano particolari tematiche di interesse per il territorio biellese.

- **Azione 7.4.1** Diffondere la cultura brevettuale attraverso un processo di integrazione con il centro PATLIB della Camera di commercio di Torino