

Relazione di bilancio 2016

Sommario

Premessa	3
Promozione del business e del territorio.....	5
Promozione all'estero (Business Promotion)	5
Attrazione investimenti.....	19
Formazione	25
Seminari e corsi.....	25
Sportello orientamento.....	27
Supporto consulenziale.....	27
Promozione turistica – I° semestre	28
Fiere, educational, incontri b2b, formazione	28
Materiale Promozionale.....	30
Newsletter.....	31
Comunicazione.....	32
Budgeting & Reporting.....	36
Azioni proprie e azioni di società controllanti	37
Cessazione quote	37

Premessa

L'anno 2016 è stato caratterizzato, in particolare, per il cambio di Presidenza, dei Consiglieri di Amministrazione e, almeno in parte, dei membri del collegio dei Sindaci, ma soprattutto da un andamento economico difficilmente ripetibile e caratterizzato da elementi di rilevante straordinarietà.

Già durante la prima parte dell'anno era stata posta, sulla base delle deliberazioni degli azionisti a fine anno precedente, una particolare attenzione alla data di messa a disposizione da parte regionale dei fondi del POR-FESR, iscritti a bilancio preventivo 2016 per € 4.250.000,00 di Euro. Il loro utilizzo era infatti previsto dall'aprile 2016 e questo rappresentava uno degli elementi più rilevanti delle assumptions poste alla base della determinazione del bilancio preventivo o budget sottoposto agli azionisti per la loro approvazione.

Il differimento della loro messa a disposizione è stato quindi oggetto di particolare attenzione da parte del Consiglio di Amministrazione in scadenza che ha voluto indicare all'organo gestorio entrante e ai propri azionisti l'effettiva situazione della società evidenziandone le aree di rischio ed in particolare tale inaspettato slittamento.

Nel mese di luglio, durante la prima riunione del nuovo Consiglio di Amministrazione, il Direttore illustrava la situazione economica del Ceip al 31.05.2016 analizzata dal precedente C.d.A. e presentata nell'Assemblea dei Soci del 1 luglio 2016.

Informava del ritardo da parte regionale nel mettere a disposizione i fondi POR-FESR e che tale ritardo avrebbe messo in difficoltà il Ceip in quanto i fondi erano previsti anche per coprire i costi di parte del personale impegnato su azioni varie.

Il Direttore informava i nuovi amministratori dei vari incontri tenutosi in Regione e segnalava le rassicurazioni raccolte che la delibera regionale relativa ai nuovi fondi attesi sarebbe stata emessa in data 4 agosto. Ben sapendo che l'avvio concreto dei progetti sarebbe stato possibile solo con successiva determina dirigenziale, restava alta la preoccupazione relativa ai tempi incerti per la messa in opera delle attività e sull'effetto dei fondi sull'esercizio. Lo scenario più probabile portava a ritenere di poter essere operativi a gennaio 2017, con conseguente possibile utilizzo di tali fondi solo a partire da tale data.

Nonostante l'affidamento al Ceip della progettazione e della conseguente relativa rendicontazione alla Regione dei costi ancora a valere sul 2016, non era quindi possibile pensare di mantenere in linea con le previsioni di budget il Bilancio 2016 in assenza dell'effetto economico derivante dai Fondi FESR, a causa del ritardo accumulato.

Si rivedeva necessario, quindi, verificarne le conseguenze sulla situazione societaria.

Nell'ottobre del 2016, durante un Consiglio di Amministrazione all'uopo convocato, il Direttore illustrava la situazione patrimoniale al 31.08.16, che di fatto evidenziava un tendenziale negativo.

Il Ceipiemonte nel frattempo, sulla base dei riscontri sui ritardi attesi, riusciva a comprimere ulteriormente i costi fissi ed, in particolare, i costi legati al personale, agendo anche sulla leva del mancato rinnovo di più risorse a tempo determinato.

Si decideva quindi di convocare gli azionisti, anche su sollecitazione dei Sindaci, sottoponendo loro la situazione economica – patrimoniale aggiornata della Società al 31 agosto 2016, comprensiva delle previsioni di fine anno per raccogliere le loro deliberazioni sul futuro della società.

Nella previsione di chiusura al 31/12/16 attentamente analizzate e discusse, si evidenziava così che il risultato di esercizio, in assenza della messa a disposizione dei fondi POR-FESR previsti, avrebbe comportato uno sbilancio negativo di circa Euro -1.340.400, a meno che non fossero intervenute azioni straordinarie, peraltro già richieste alla Regione Piemonte.

Si confermava, quindi, la proiezione fatta nei mesi precedenti, discussa e presentata nei Consigli di Amministrazione di giugno e luglio 2016 e sottoposta ai soci nell'assemblea dell'1 luglio 2016, riconducibile, come detto, principalmente all'assenza dei Fondi POR-FESR non messi a disposizione nei tempi previsti in sede di redazione del preventivo, da cui conseguiva un appesantimento dell'IVA pro rata su azioni specifiche rispetto alla stima del budget.

Si evidenziava per contro che i rimborsi/co- finanziamenti previsti dalle aziende superavano le più rosee previsioni raggiungendo l'importo di oltre 2 milioni e mezzo con un incremento rispetto al budget, nonostante l'evidente carenza di finanziamenti pubblici.

Si riteneva indifferibile e comunque auspicabile, anche a seguito di specifiche conferme raccolte in tal senso, che i Soci intervenissero per sanare il disavanzo atteso tenuto conto che lo stesso non poteva essere attribuito alla operatività ordinaria del Ceip che, viceversa, proseguiva in maniera proficua.

Il 7 novembre 2016 nel corso dell'assemblea Straordinaria all'uopo convocata i Soci, pur non deliberando sui punti all'Ordine del Giorno, si dichiaravano esplicitamente disponibili a farsi carico, in larga parte ma non in toto, del tendenziale disavanzo.

I Soci richiedevano così entro il 30 novembre 2016 un piano industriale al Consiglio di Amministrazione al fine di deliberare nel corso dell'anno un contributo 'UNA TANTUM' di 950 mila euro, così come esplicitamente previsto dall'art. 7 dello statuto, di cui 550 mila Euro di competenza dalla sola Regione Piemonte ed Euro 400 mila da suddividersi tra i singoli Soci in quota parte rispetto alle azioni possedute.

I Soci auspicavano che il tendenziale di disavanzo di bilancio residuo previsto nel preconsuntivo a fine anno potesse essere assorbito direttamente da Ceipiemonte, provvedendo a una puntuale analisi attualizzata dei fondi rischi e oneri iscritti a bilancio mediante l'eventuale proventizzazione degli importi risultanti in esubero.

Di fatto i Soci si rendevano disponibili ad un riequilibrio del disavanzo atteso solo dopo aver raccolto l'assicurazione del rilancio del Ceipiemonte, desumibile appunto dal Piano Industriale.

Il Consiglio di Amministrazione riunitosi il 29/11/2016 valutava e deliberava quindi il Piano Industriale predisposto dalla direzione, elemento ritenuto, come detto, fondamentale dai Soci per confermare l'erogazione del contributo "UNA TANTUM".

Raccolte le determine dei soci relative al contributo straordinario conseguenti alla presentazione del predetto Piano Industriale, il Consiglio di Amministrazione riunitosi nuovamente il 21 dicembre 2017 ne riscontrava positivamente l'effetto sulla società, verificando la conseguente situazione patrimoniale che evidenziava al 21/12/2016 un riequilibrio sostanziale e la mancata necessità di dover deliberare i provvedimenti sul capitale per i quali i Soci erano stati chiamati in assemblea ad inizio novembre.

Promozione del business e del territorio

Promozione all'estero attrazione investimenti

Promozione all'estero (Business Promotion)

L'attività di Business Promotion parte dall'analisi dei fabbisogni delle imprese per pervenire all'individuazione di percorsi di internazionalizzazione strutturati e integrati, in raccordo con la programmazione nazionale e sovranazionale. Le attività nel 2016 sono state proposte principalmente attraverso le seguenti **linee di servizio**:

- Progetti Integrati di Filiera
- Promozione territoriale, anche attraverso attività di immagine e progettazione allestimenti
- Fundraising
- Progetti speciali dei soci

Principali attività

Elaborazione di proposte progettuali per i soci, gestione dell'intero ciclo di vita del progetto: progettazione, realizzazione, monitoraggio e follow-up, reporting tecnico e finanziario.

Prospezione e fidelizzazione dei mercati internazionali. Attività continuativa, finalizzata a perfezionare sul campo l'analisi della domanda internazionale potenziale privata e pubblica, verificare la rispondenza con l'offerta regionale, definire sotto-settori target, esplicitare fabbisogni e progetti di sviluppo dei principali key player locali di settore, privati e pubblici.

Presidio del territorio locale: incontri con imprese, check up, orientamento, monitoraggio. Attività continuativa, finalizzata ad aggiornare la matrice delle competenze individuali e della filiera e propedeutica - insieme alla prospezione dei mercati - all'elaborazione di qualsiasi proposta progettuale.

Partecipazione collettiva a fiere specialistiche e business convention all'estero per la promozione territoriale e aziendale.

Study tour, missioni aziendali all'estero. Attività in cui Ceipiemonte effettua azioni di promozione e valorizzazione territoriale all'estero dei punti di forza delle filiere produttive piemontesi. In questo contesto viene fornita alle imprese la possibilità di partecipare sfruttando l'azione di sistema.

Workshop in Piemonte con seminari, visite aziendali e match-making tra domanda internazionale e offerta locale, con cui Ceipiemonte effettua azioni di fidelizzazione di controparti straniere, promozione e valorizzazione territoriale. Viene fornita alle imprese la possibilità di partecipare sfruttando l'azione di sistema.

Percorsi di supporto all'aggregazione, incontri di **networking** tra imprese su temi specifici/paesi/bandi/attività di filiera, finalizzati alla conoscenza reciproca, allo scambio di esperienze e contatti, al confronto su strategie internazionali, settore/mercati/progetti propedeutica ad aggregazione; tavoli di lavoro per **presentare offerte comuni**, partecipare a tender e progetti internazionali, adeguare i prodotti alle richieste di key player esteri su progetti individuati da Ceipiemonte sulla base di una domanda internazionale di prodotto/servizio accertata e verificata.

Percorsi di orientamento allo sviluppo del business estero per imprese con struttura ed esperienze utili ad affrontare i mercati.

Progetti di Immagine e allestimenti: elaborazione concept, disegni tecnici, visual; coordinamento grafico e supporto alla realizzazione dei materiali di comunicazione previsti; supporto progettuale architettonico per i soci. Supporto nel processo di aggiudicazione delle gare per la realizzazione degli allestimenti.

identificazione opportunità di **project financing** in risposta a bandi di gara (tender & grant) lanciati da donatori nazionali e internazionali (Ministeri, Commissione Europea, Banche di Sviluppo).

Costruzione del partenariato internazionale con possibile coinvolgimento dei soci e predisposizione offerta tecnica ed economica, Realizzazione del progetto, Monitoraggio e follow-up, Reporting Tecnico e Finanziario.

Supporto alla realizzazione di progetti **speciali dei soci**.

Progetti Integrati di Filiera

Il format sviluppato dal 2000 in avanti da Ceipiemonte comporta azioni che mirano alla crescita "culturale" e competitiva delle aziende, allo sviluppo di aggregazioni e sinergie tra imprese sul modello di filiera, alla fornitura di opportunità di confronto su tavoli internazionali di alto livello per le imprese più evolute o di servizi di accompagnamento alla prima internazionalizzazione per le imprese meno strutturate; il tutto con obiettivi di valorizzazione - tramite azioni di marketing e promozione territoriale - della qualità delle produzioni e delle competenze piemontesi all'estero e di incremento del business delle imprese partecipanti oltre i confini nazionali. Il 2016 ha visto lo sviluppo di attività nell'ambito di **8 filiere**, frutto dell'evoluzione del Piano per l'Internazionalizzazione 2013-2015. Il dettaglio delle attività viene riportato nel Report annuale che è parte integrante della reportistica 2016.

In questa sede si coglie l'occasione per evidenziare le principali considerazioni conclusive emerse dal lavoro nelle filiere nel 2016.

*1.248 aziende partecipate ad attività PIF
1.189 iscrizioni ai PIF
25 partecipazioni a fiere e business convention
56 workshop in Piemonte
9 study tour e missioni imprenditoriali
24 percorsi di supporto all'aggregazione
14 percorsi di orientamento allo sviluppo del business
93 orientamento e assistenza paese
2.244 incontri b2b
377 Operatori stranieri coinvolti
40 Paesi di provenienza*

- N 4 percorsi di orientamento allo sviluppo del business estero
- N 3 percorsi di supporto all'aggregazione (tavoli tecnici)
- N 1 azione di prospezione mercati e promozione territoriale (Iran)
- N 1 programma di incontri b2b Buyer-Supplier sul settore ferroviario
- N 1 partecipazioni fieristiche (Germania)

Numerose sono state le occasioni colte con successo dal cluster del Progetto Torino Piemonte Railway: esse hanno riguardato lo stile e la prototipazione (lo stile dei treni di Alstom e di Hitachi della maxigara nazionale sarà piemontese), l'ingegneria e la produzione di sistemi e componenti complessi e infine le tecnologie per la produzione ed il testing (il test center iraniano sarà in parte piemontese). Alcune eccellenze presenti sul territorio possiedono un know-how immediatamente spendibile sui mercati esteri, altre competenze vanno ricercate anche in altri settori e guidate al fine di un utilizzo più mirato.

Nel settore ferroviario è in atto un cambiamento epocale. L'esigenza di “**mobilità integrata**” si traduce infatti in bisogni puntuali e concreti già in parte espressi dagli operatori, dai key player del settore ferroviario e dai loro fornitori. Altri potrebbero nascere da un dialogo costruttivo con altri settori quali l'automotive e l'avionica. Fare un bilancio sulle attività in ambito ferroviario non può prescindere dall'evidenziare le linee strategiche del Piano FS 2017-2026, che costituisce il più importante capitolo di spesa pubblica dopo la digitalizzazione del Paese, con cui si integra. L'investimento pubblico da un lato costituisce il driver per antonomasia per progetti IDE (anche da paesi maturi come Germania e Svizzera) e dall'altro “rassicura” le PMI in un processo di crescita verso l'innovazione tecnologica rafforzando la competitività delle imprese sui mercati esteri. Gli investimenti previsti ammontano a 94 miliardi di Euro così suddivisi:

- 73 miliardi per Infrastrutture (62 Ferrovie e 11 Strade)
- 14 miliardi per Materiale Rotabile
- 7 miliardi per lo sviluppo tecnologico

Dalle linee strategiche dichiarate da FS è possibile evincere alcuni elementi chiave che consentono di inserire alcune attività sviluppate dal Progetto Torino Piemonte Railway all'interno delle linee guida nazionali e internazionali:

1) **Mobilità Integrata per i viaggiatori e per le merci**: FS intende diventare il primo operatore di Trasporto Pubblico Locale acquisendo anche il 25% dello share su gomma. Il progetto di incorporazione di ANAS ne è l'esempio. **L'integrazione ruota – rotaia** costituisce un'opportunità oltre che una necessità e consente al Piemonte di giocare un ruolo essenziale avendo entrambe le competenze “in casa”, quella *automotive* e quella ferroviaria. Il Piemonte è una delle tre regioni maggiormente *railway-oriented* in Italia (le altre sono Toscana e



**N. imprese
selezionate: 100**

Campania). Gli asset ferroviari sono la base ideale per le strutture di connettività che sottendono larga parte della implementazione di una **mobilità realmente integrata**, tanto che anche i grandi operatori di telecomunicazioni sono interessati agli asset delle ferrovie perché strategicamente inseriti nelle zone più densamente abitate e nelle grandi conurbazioni e posizionati sulle grandi direttrici che collegano anche digitalmente il paese.

2) **Smart Signalling, Gestione del Traffico e On Board Automation**: il tema è di estremo interesse per le aziende della filiera. La presenza su territorio di un key player come Ansaldo STS/Hitachi e l'adozione di una giusta strategia potrebbero portare dei benefici per l'operatore nazionale e i numerosi operatori internazionali con cui Ceipiemonte è in contatto (provenienti da Cina, India, Russia e Iran). Le PMI piemontesi possono essere la spinta innovativa alle differenti tecnologie di base e che trovano applicazione anche nel ferroviario: **meccatronica, Industria 4.0, V&V, ITC, connettività wireless** (uno dei principali mercati di sbocco è proprio il ferroviario, oltre ad automotive, automazione industriale e aeronautico). Numerose sono le aziende piemontesi già coinvolte sul tema e pronte ad investire in attività di sviluppo.

3) **Digital Travel Experience**: FS intende sviluppare una piattaforma integrata per "travel companion" e interfaccia user friendly door to door per planning, ticketing, routing e shopping, infotainment. Sono state mappate nel corso degli anni interessanti competenze nel settore ICT che potrebbero pertanto, se opportunamente guidate ed inserite nella giusta cornice, portare a dei risultati estremamente innovativi anche in questo settore.

4) **Internazionalizzazione**: L'obiettivo di FS (tramite Italferr, la propria società partecipata che fornisce consulenze a livello globale per la progettazione e il coordinamento nella costruzione di nuove linee AV o ammodernamento di reti ferroviarie) è di proporsi come General Contractor, con la capacità di realizzare ferrovie, soprattutto in paesi con forti gap infrastrutturali. Nel mondo ci sono 200 aziende ferroviarie ma sono solo sette i paesi con linee AV. FS ha quindi la possibilità concreta di esportare il proprio know how, come avverrà in Iran, dove realizzerà due nuove linee AV. Le aree prioritarie per l'espansione internazionale sono il Medio Oriente (Iran, Arabia Saudita, Oman), l'India e il Sud Est Asiatico (Malesia, Tailandia, Singapore, Vietnam), le Americhe (Brasile, Argentina, Colombia, Perù, Usa e Canada) e l'Africa (Costa d'Avorio, Congo e Sud Africa). In secondo luogo mira alla crescita dei servizi ferroviari a mercato all'estero. La presenza quindi di una testa di filiera italiana così motivata rende pertanto interessante il lavoro di aggregazione e qualificazione delle PMI fatto nell'ambito del progetto.

- N 3 partecipazioni fieristiche e business convention (UK, USA, F)
- N 6 workshop/invito in Piemonte a operatori internazionali di settore
- N 1 missioni imprenditoriali all'estero (USA)
- N 8 percorsi di supporto all'aggregazione (tavoli tecnici)



**N imprese
selezionate: 120**

Le attività sviluppate nel 2016 hanno permesso di riconfermare le caratteristiche di Torino Piemonte Aerospace come un cluster di eccellenze basato su supply chain integrate alimentate dalla costante attività di aggregazione tra le imprese che ne fanno parte, al fine di migliorare la loro performance e affrontare nuove sfide internazionali. TPA ha guidato i tecnici e i programme manager internazionali nel contatto con le imprese piemontesi, ha contribuito alla **crescita del fatturato** estero delle imprese appartenenti al progetto migliorandone le competenze commerciali, individuando per loro nuovi committenti e partner internazionali, stimolando la crescita della competitività attraverso l'aggregazione e lo sviluppo di progetti innovativi. L'attenzione maggiore è stata sul mercato europeo, Paesi Nafta, Cina, Russia, Europa.

Un elemento caratterizzante della strategia promozionale adottata e partita anni prima, è stata l'**offerta aggregata**. Si è molto lavorato sulla costruzione di gruppi di lavoro che potessero superare il limite della dimensione aziendale e proporsi al cliente internazionale con un peso importante e con una valenza sinergica. Partendo dal lavoro di suddivisione delle aziende TPA in filiere di offerta avviato negli anni precedenti, si è arrivati alla creazione di vere e proprie **aziende virtuali** che si presentano come cluster di aziende coordinate da un key cluster leader e governate dal Cluster Network Agreement, che sancisce le regole di funzionamento delle aziende facenti parte del gruppo sia per quanto riguarda i meccanismi di partecipazione al cluster sia per quanto riguarda la gestione delle commesse. Le aziende così strutturate hanno cominciato a presentarsi a grandi player del settore aeronautico internazionale quali Boeing (USA), Rolls Royce (UK), Superjet (RU), AVIC (Cina), e molti altri ponendo le basi per future collaborazioni e ricevendo conferma dell'effettiva utilità di strutturarsi secondo questa formula vincente. Inoltre le aziende possono avvalersi dei risultati ottenuti nell'ambito dei tavoli tecnici, quali validazione tecnologica di un loro parallelo sviluppo per quanto riguarda la realizzazione di soluzioni innovative come ad esempio attraverso l'utilizzo di tecnologie in additive manufacturing o lo sviluppo di nuovi sistemi propulsivi.

Il **cluster AENCOM**, in grado di fornire un modulo turbina integrato, è uno dei risultati di questo lavoro svolto da TPA nei confronti delle aziende di progetto, testimonianza del rapporto di fiducia e credibilità che si è sviluppato con le grandi sul territorio.

Per rendere immediatamente accessibili capacità e offerta delle imprese di Torino Piemonte Aerospace attraverso una nomenclatura riconosciuta a

livello mondiale e permettere la condivisione delle soluzioni innovative generate dai lavori di squadra - Tavoli Tecnici e Filiere di offerta aggregata, è stata realizzata e implementata la piattaforma tecnologica online FLYTECH (www.tpaflytech.com) che è attualmente lo strumento principale di divulgazione delle attività TPA verso l'esterno e allo stesso tempo mezzo di comunicazione interno riservato alle aziende di progetto attraverso una sorta di "chat room" creata per i diversi gruppi di aggregazione.

Irrinunciabili sono le collaborazioni con la comunità scientifica e accademica per sviluppare iniziative congiunte e una maggiore partecipazione a progetti europei per lo sviluppo i prototipi e processi individuati sui tavoli tecnici.

- N 1 business convention all'estero (USA)
- N 4 partecipazioni fieristiche (Iran , Germania)
- N 1 missioni imprenditoriali all'estero (USA)
- N 8 workshop/invito in Piemonte a operatori internazionali di settore
- N 3 percorsi 'Attrezzarsi per l'estero'
- N 2 percorsi di orientamento allo sviluppo del business estero
- N 3 corsi di formazione
- N 1 percorsi di supporto all'aggregazione (tavoli tecnici)

From Concept to Car chiude questo periodo progettuale nel contesto di un trend di miglioramento sia nel breve che nel medio periodo per il settore automotive e una **transizione in atto verso il mondo della mobilità** fatto di **servizi evoluti, infrastrutture e nuovi modelli di business**. Le percentuali di crescita rilevate per le immatricolazioni europee di autovetture e veicoli commerciali leggeri, le previsioni in aumento per la produzione di autoveicoli nel periodo 2016-2022, le prospettive in termini di opportunità di business sui mercati internazionali e le sfide tecniche sul fronte innovativo che il settore ha individuato suggeriscono precise traiettorie di sviluppo per il progetto From Concept to Car.

La produzione automotive assorbirà materiali più leggeri e dalle caratteristiche tecniche più sofisticate. In particolare, la ricerca di risultati più estremi in termini di leggerezza e consumi si concentrerà in Europa, Usa e Giappone dove presumibilmente si continueranno a progettare e costruire i veicoli più moderni e avanzati. E' importante aiutare le imprese ad affermarsi su questi mercati, compreso quello europeo, per consentire loro di guadagnare anni di vantaggio tecnologico rispetto ai concorrenti presenti solo su altri mercati. La ricerca di opportunità di business tra i Key Player stranieri dell'auto è ricondotta ad imprese con know how specifici, in grado di essere performanti e di proporre soluzioni più avanzate, singolarmente o in forma aggregata, sulle tematiche di tendenza:



*N. imprese
selezionate: 211*

- connettività (V2V e V2I)
- efficienza veicolo e alleggerimento del peso
- uso razionale e intelligente dell'energia a bordo
- elettrificazione
- guida autonoma
- IOT, Industria 4.0
- Servizi, sharing
- soluzioni disruptive

Su molte di queste tematiche ci sono le premesse per lavorare con le imprese in forma aggregata – molte attività sono già state avviate – con l'obiettivo di costituire un'offerta convincente sui mercati internazionali: oltre a quelli già citati, **Cina e Russia** rappresentano uno sbocco interessante. Occorrerà quindi orientarsi sempre più ad attività di cross fertilization intersettoriale per conquistare nuove aree di mercato grazie alla promozione delle capacità piemontesi in termini di mobilità.

Per quanto riguarda i key player presenti sul territorio occorre proseguire e consolidare le collaborazioni storiche – tra tutte quella con il Gruppo Volkswagen e i suoi marchi, iniziata nel 1995 grazie alle sistematiche azioni di avvicinamento al gruppo tedesco che portarono all'apertura di un Liason Office in Piemonte presso il Centro Estero e, successivamente, a numerosi workshop tecnici, di volta in volta dedicati a segmenti produttivi diversi (componentistica OEM, attrezzature, stile ecc.). Altri dovranno essere coinvolti: tra questi occorrerà tentare un riavvicinamento a FCA, General Motors, mentre con il CRF è già stato impostato un percorso di collaborazione ispirato ad una logica di vantaggi reciproci.

- N 2 percorso di orientamento ai mercati, clienti e tematiche di riferimento settoriale
- N 2 partecipazione fieristica (EAU, Germania)
- N 7 workshop/invito in Piemonte a operatori internazionali di settore
- N 4 missioni imprenditoriali all'estero (USA, Arabia Saudita, Iran,
- N 1 azioni di prospezione/fidelizzazione mercati e promozione territoriale (UK)
- N 1 percorsi di supporto all'aggregazione (tavoli tecnici)

Dinamicità del comparto (la spesa nell'Healthcare cresce annualmente del 3% per un totale di circa 7,2 trilioni di US\$, ovvero il 10,6 % del PIL mondiale), propensione all'internazionalizzazione e presenza di molte società produttrici di prodotti di media/alta qualità hanno reso possibili molte attività promozionali all'estero previste dal progetto. Accanto alle PMI analizzate e accompagnate nelle azioni, vanno coinvolti centri di ricerca del territorio, università, ASL, strutture e centri di cura privati e pubblici, laboratori di diagnostica per lo sviluppo di attività da concepire "a rete" per far emergere i livelli di eccellenza che in moltissimi casi il Piemonte sa offrire. L'investimento regionale del Parco della Salute di



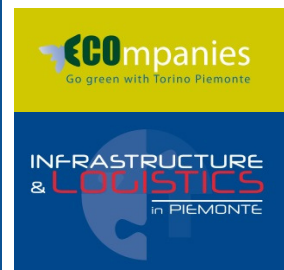
**N. imprese
selezionate: 90**

Torino e Novara renderà più agevole la mappatura delle stesse e sicuramente occorrerà una sempre più forte azione sinergica fra tutti gli attori – pubblici e non – che sono focalizzati sul settore, anche in ottica di attrazione di nuovi investimenti e competenze. Salute e benessere sono ambiti che vedranno sconvolgimenti epocali e che vedranno soprattutto la connettività, la trasmissione dati e le stampanti 3d – additive manufacturing - fra le tecnologie sempre più impiegate per poter monitorare, curare ed assistere il paziente. Senza dimenticare ovviamente i trend specifici della medicina – che a livello internazionale sono legati alla medicina delle 4p prevenzione, predizione, personalizzazione e partecipazione e che quindi si portano dietro processi comportamentali e sociali che andranno ad impattare ambiti molto molto ampi.

La cosmesi infine rappresenta un settore sempre più dominante nel panorama produttivo piemontese; posizione giustificata dal fatto che l'Italia fornisce il 60% della domanda mondiale nel settore cosmesi ed anche in Piemonte sempre più aziende – anche molto piccole – si sono rese conto delle loro potenzialità. A questo settore, legato anche al mondo della cura e del benessere della persona, si prevede di prestare sempre maggiore attenzione per la pianificazione e programmazione delle attività future.

- N 2 partecipazioni fieristiche (Germania, Iran)
- N 2 Percorsi di orientamento allo Sviluppo del business estero
- N 2 azioni di prospezione/fidelizzazione mercati e promozione territoriale (USA, UK)
- N 2 Missioni Imprenditoriali all'estero (USA, Brasile)
- N 1 Missione Imprenditoriale presso Organismi Internazionali (World Bank)
- N 6 workshop/invito in Piemonte a operatori internazionali di settore
- N 5 percorsi di supporto all'aggregazione (tavoli tecnici)

La strutturazione del progetto *Energy Environment & Infrastructure* 2016 ha consentito di effettuare un'analisi più accurata delle società afferenti a questi settori presenti in Piemonte. L'offerta e le attività proposte alle PMI aderenti sono state necessariamente molto diverse ed articolate ma sempre correlate fra loro dal filone conduttore "Infrastrutture". Si è evidenziata una certa presenza di PMI poco note a Ceipiemonte con forti competenze nell'*Oil&Gas* che di per sé avrebbe bisogno di una focalizzazione più puntuale anche in considerazione delle richieste a livello internazionale di novità ed innovazioni tecnologiche. Per gli altri comparti – ambiente ed energie alternative – la mappatura delle società ha evidenziato alcune filiere quasi complete, come idroelettrico e rifiuti, ed altre composte da eccellenze significative soprattutto nel comparto dei servizi, consulenza, ingegneria e direzioni lavori (acqua, infrastrutture sotterranee, in particolare).



**N. imprese
selezionate: 156**

Proprio queste competenze specifiche che caratterizzano fortemente la regione spiegano la necessità di una continua ricerca di partnership importanti con key player di levatura internazionale che possano trainare anche le PMI del settore nel rispondere a bandi di gara pubblici internazionali e che facciano comprendere meglio le richieste del settore e quindi far crescere le competenze del territorio.

Anche l'impiantistica in generale e le soluzioni ed i servizi per il monitoraggio ed la sicurezza delle infrastrutture risultano essere molto all'avanguardia ed innovative, seppure rappresentate da società che non sempre sono dotate di un management ed una struttura aziendale in grado di affrontare i mercati esteri.

Per queste in particolare sarà necessario un accompagnamento significativo anche negli anni a venire, già in atto da alcuni anni nell'ambito dei PIF, vista proprio la risposta positiva emersa dalla committenza internazionale.

- N 6 partecipazioni fieristiche(Uzbekistan, Azerbaijan, EAU, Iran, Cina, Francia)
- N 1 Percorsi di orientamento allo Sviluppo del business estero
- N 1 azioni di fidelizzazione mercati e promozione territoriale (EAU)
- N 4 Missioni Imprenditoriali all'estero
- N 8 workshop/invito in Piemonte a operatori internazionali di settore
- N 3 percorsi di supporto all'aggregazione (tavoli tecnici)

In continuità con le precedenti annualità, il Progetto di Filiera Design Building Living ha proseguito nella strategia globale di penetrazione dei mercati stranieri di aziende con competenze per la realizzazione di un'opera completa o parziale in ambito residenziale, commerciale, industriale.

La natura delle società, data la lunga filiera del progetto, è molto variegata e le attività a loro destinate sono state molto diverse, così come lo sono stati gli approcci e le metodologie di offerta del servizio. Tuttavia la sempre più evidente interazione tra i comparti ha reso indispensabile **frequenti momenti di aggregazione** per condividere problematiche relative alle opportunità da sfruttare e ai mercati da avvicinare.

D'altra parte la crisi degli ultimi anni del mercato edile piemontese e la conseguente scomparsa dal territorio di alcuni attori di peso ha reso ancora più complicata la possibilità di presentare sui mercati stranieri una filiera davvero completa in grado di dare una rappresentazione forte del proprio saper fare all'utente straniero. Il progetto ha quindi individuato e fidelizzato le eccellenze del territorio con un approccio integrato da **General Contractor** in modo da trascinare tutti i comparti della filiera in maniera sistemica, favorendo l'incontro tra la domanda internazionale e l'offerta locale. In continuità con quanto è stato nelle precedenti annualità



*N. imprese
selezionate: 134*

si è promossa nel suo complesso la **filiera immobiliare e delle costruzioni (es MIPIM)**, anche con valenze relative al settore della conservazione e restauro, comprendendo gli studi che si occupano di analisi, pianificazione e progettazione territoriale, le società che operano nel settore della progettazione, consulenza e direzioni lavori, nonché tutte le imprese operanti nel mondo della fornitura impiantistica, domotica, sicurezza e più in generale del contract.

- N 1 percorso di orientamento ai mercati, clienti e tematiche di riferimento
- N 1 partecipazione fieristica (Milano)
- N 11 workshop/invito in Piemonte a operatori internazionali di settore
- N 1 missioni imprenditoriali all'estero (Francia)
- N 5 azioni di prospezione mercati (Germani, Francia, Macedonia, Malta)
- N 4 percorsi di supporto all'aggregazione (tavoli tecnici)

Il progetto *Design + Luxury - Textile, Jewellery, Furnishing from Piemonte Italy* è nato dall'esperienza maturata nell'ambito dei singoli Progetti Integrati di Filiera dedicati ai settori delle industrie creative/design, tessile e orafa.

Sono infatti emerse importanti trasversalità tra tali settori, in particolare il fatto che in linea generale si tratta di produzioni di qualità, ad alto contenuto di design, destinate ad una clientela "selezionata", che apprezza l'originalità e l'artigianalità di un prodotto "made in Italy". Il settore lusso Italiano è noto in tutto il mondo non per la presenza di colossi come i gruppi francesi o svizzeri, ma per la creatività, la tradizione e la qualità; la possibilità di aggregare le aziende del lusso permette inoltre di presentarsi sui mercati esteri con delle **proposte più forti e complete**. L'enorme patrimonio di saperi e di creatività delle imprese italiane ha fatto sì che le nostre produzioni siano infatti considerate esempi di qualità non solo 'intrinseca', ma anche 'percepita', attraverso il contenuto di design, la forza del marchio, la capacità di comunicazione; tutto questo si traduce certamente in potenzialità produttive e di sviluppo economico.

Nonostante il periodo economico travagliato, le aziende produttrici di beni di lusso hanno registrato risultati migliori rispetto alle aziende di prodotti di consumo e all'andamento delle economie globali in generale. Il Progetto si è articolato in un insieme strutturato di attività, in alcuni casi trasversali a tutti i comparti, in altri casi specifiche per ognuno di questi. I mercati-target proposti nell'annualità sono stati: **Cina**, area di particolare interesse che presenta buone prospettive di sviluppo per tutti i settori ma in particolar modo per il comparto tessile; **Europa**, mercato di prossimità che continua a giocare un ruolo molto importante soprattutto per i nuovi brand che



N. imprese selezionate: 227

devono avviare il loro percorso di internazionalizzazione. Anche il Sud-est asiatico, il Nord America e gli Emirati Arabi sono aree di forte interesse, verso cui si sono orientate le iniziative promozionali nel 2016.

Coerentemente alla vocazione del territorio il programma del progetto ha cercato di “mettere a sistema” le attività economiche *design related* e dell’alta gamma fungendo da piattaforma d’integrazione per le attività, afferenti anche a differenti categorie merceologiche, che pongono al centro la “cultura del progetto” e la qualità delle produzioni.

- N7 partecipazioni fieristiche(Germania, EAU,Singapore,USA, Olanda, Francia)
- N 2 Percorsi di orientamento allo Sviluppo del business estero
- N 5 workshop/inviti in Piemonte a operatori internazionali di settore
- N 1 percorsi di supporto all’aggregazione (tavoli tecnici)

Il sistema agroalimentare piemontese è caratterizzato da una varietà di produzioni concentrate in vari distretti, con prevalenza nel cuneese. Le imprese del settore hanno scelto da tempo una politica di **qualità e tipicità**, con produzioni strettamente legate al territorio e all’utilizzo di materie prime locali. La tradizione culinaria e la ricchezza di prodotti fanno della nostra regione una delle punte di diamante del sistema agroalimentare italiano, con una spiccata vocazione alla difesa di politiche inerenti la tracciabilità del prodotto, la tutela del consumatore e una crescente attenzione al biologico. A fianco dei produttori sono nate nel tempo realtà molto interessanti e specifiche che forniscono a questi ultimi macchinari, servizi e tecnologie che ne facilitano le fasi produttive e che sono dislocate prevalentemente nelle aree dove la domanda è maggiore, come è tipico del funzionamento dei distretti.

Le aziende del PIF agroalimentare presentano un grado elevato di internazionalizzazione e non incontrano particolari problemi sui mercati esteri, salvo i casi nei quali le barriere all’import presenti in diversi Paesi ne frenano le potenzialità.

Le sfide della globalizzazione tuttavia, se da un lato offrono opportunità importanti con la possibilità di operare su mercati nuovi e “difficili” (perché lontani o carenti in sistemi logistici, commerciali e finanziari efficienti e strutturati), dall’altro significano concorrenza sempre più aggressiva non solo sui nuovi mercati ma anche su quelli tradizionali, nei quali la presenza di nuovi competitor è spesso all’ordine del giorno.

Il progetto ha avuto quindi l’obiettivo principale di sostenere le imprese della filiera sui mercati internazionali dando risposte concrete alle **molteplici esigenze**, attraverso attività sia di assistenza sia di promozione allo scopo di ricercare nuovi sbocchi di mercato e nuove opportunità di business all’estero che possano altresì contribuire al mantenimento e accrescimento occupazionale. Delicata è la scelta dei canali distributivi, dove si aprono fondamentalmente tre strade.



**N. imprese
selezionate: 151**

1. La prima è quella della standardizzazione del prodotto e del rapporto con la grande distribuzione, dove si compete su prezzi e quantità, private label e marchio proprio.
2. La seconda strada è quella dei prodotti ai quali viene riconosciuta una qualità intrinseca, vera espressione del Made in Italy, che corrispondono a nicchie di mercato ma continuano a garantire margini elevati (non a caso, quasi un terzo del fatturato dei prodotti Dop e Igp italiani è registrato all'estero).
3. La terza strada l' e-commerce che, seppure con volumi ridotti a livello italiano ad oggi, presenta interessanti stime potenziali di crescita nel breve-medio periodo sia in Italia che all'estero.

Tutte le considerazioni sopra esposte sono state la base conoscitiva necessaria ad intensificare il lavoro di "messa a fuoco" delle aree chiave di focalizzazione del territorio in ottica di attrattività (promozione e attrazione degli investimenti), che ha caratterizzato l'attività dell'ultimo quadrimestre.

Progetti Integrati di Filiera per Valle d'Aosta

Le attività proposte dai PIF hanno portato a un coinvolgimento diretto delle imprese valdostane nella ricerca di partner commerciali, nella partecipazione alle fiere e alle missioni, nelle attività di scouting, negli incontri b2b con buyer e operatori stranieri, nei workshop e convegni, nei tavoli di lavoro con imprenditori della stessa filiera, nello sviluppo di forme aggregative, nell'orientamento e accompagnamento specialistico d'area.

Per 7 imprese valdostane con una forte motivazione ad avviare e/o sviluppare rapporti con clienti esteri, è stato definito un **percorso personalizzato di formazione e accompagnamento** (o tutoring commerciale) coerente con il progetto di filiera o di mercato di riferimento. Si è creato un Team di supporto all'ufficio commerciale export dell'azienda (ove esistente), composto da un Junior Export Manager (JEM) in stage e/o un Senior Export Manager (SEM) a disposizione dell'azienda per incontri finalizzati alla definizione del piano commerciale e al coordinamento delle attività realizzate dal JEM.

A completamento delle attività progettuali sono stati realizzati momenti formativi su temi chiave per lo sviluppo internazionale, aperti alle e ai soggetti sul territorio. Le imprese valdostane hanno inoltre usufruito del servizio di supporto consulenziale specialistico per la risoluzione pratica di problemi legati alle trattative commerciali internazionali, fornito dal team di esperti di Ceipiemonte.

*19 imprese valdostane hanno partecipato ad attività e servizi PIF
291 operatori valdostani hanno partecipato a seminari, realizzati ad Aosta*

Promozione territoriale anche attraverso attività di immagine e progettazione allestimenti

Il servizio interno ed esterno di promozione territoriale, anche attraverso attività di Immagine e progettazione allestimenti, qualifica e identifica l'immagine del sistema Piemonte in occasione di eventi internazionali, specie fiere ed esposizioni, garantendo una maggiore visibilità dei prodotti e dei servizi presentati. Nel 2016 il servizio è stato reso in particolare alla Camera di commercio di Verbania VCO per la presentazione alla fiera Ambiente di Francoforte del Distretto dei Casalinghi Lago Maggiore, e alla Camera di commercio di Torino per la realizzazione del progetto MARCA a favore del mondo del Design

Progetti per soci e speciali

Per la Camera di commercio di Torino, nell'arco dell'anno, è stata supportata la diffusione alle imprese e la partecipazione a numerose iniziative a titolarità camerale che Ceipiemonte ha integrato il più possibile nell'attività corrente. Oltre alla promozione di 7 convegni specialistici, si è supportata la realizzazione di workshop in ambito Agroindustria, Automotive, Contract, ecc, nonché di progetti storici quali Mentoring for International Growth, GAP ecc

Voucher TEM MISE

Ceipiemonte ha partecipato, in qualità di società fornitrice di servizi, al Bando lanciato dal MISE ai sensi del Decreto Ministeriale 15 maggio 2015 per la concessione a PMI italiane di contributi a fondo perduto sotto forma di voucher, per affrontare mercati oltreconfine attraverso una figura specializzata (il cd. Temporary Export Manager o TEM) capace di studiare, progettare e gestire i processi e i programmi sui mercati esteri, acquisita presso una società accreditata. MISE ha selezionato Ceipiemonte tra le migliori 200 entità nazionali e da quel momento è diventata società accreditata presso MISE per la fornitura del servizio TEM. A seguito dell'inserimento nella lista, 12 imprese hanno scelto di appoggiarsi a Ceipiemonte I percorsi di affiancamento a 360° si sono sviluppati nel 2016 e sono stati tutti portati a termine con soddisfazione da parte delle imprese e ottimi risultati in termini di apertura di nuovi mercati, contatti e opportunità.

Voucher di 10.000 euro a fronte di una spesa minima di 13.000

Fundraising e assistenza tecnica alla progettazione sul territorio

L'attività di Fundraising è proseguita attraverso l'individuazione di opportunità di finanziamento progetti; presentazione di proposte in risposta a bandi di donor nazionali e internazionali su richiesta e/o in collaborazione con i soci; acquisizione di nuovi progetti.

EBTC – European Business & Technology Centre (India) – Nel corso del 2016 si sono completate le procedure di rendicontazione per la chiusura del progetto. Il finanziamento della Commissione Europea è terminato, EBTC resta tuttavia attivo, seppur ridimensionato con la sola sede di Delhi per attività di collaborazione in India.

Realizzazione analisi “EU-INDIA Just the facts: challenges, constraints, opportunities in accessing the Indian market”. Market access survey su problematiche di accesso al mercato indiano per le PMI europee.

Attrazione investimenti

Le attività volte all'attrazione di investimenti, in sinergia con quelle di marketing territoriale, si sono articolate nell'ambito di incarichi del Comune di Torino, Unioncamere Piemonte e Camera di commercio di Torino, all'interno del Piano per l'Internazionalizzazione della Regione Piemonte e, in particolare nel quadro dei Progetti Integrati di Filiera: *From Concept to Car*, *Piemonte Railway*, *Torino Piemonte Aerospace*, *Design Building Living*.

Costruzione del prodotto territoriale

L'obiettivo generale è di attrarre nuovi investimenti ad alto valore aggiunto dal punto di vista produttivo e della R&S, affermando il Piemonte come sistema integrato di eccellenze territoriali differenziate. La valorizzazione si è focalizzata su alcuni settori chiave, relativamente ai quali si è cercato di svolgere attività attraverso le competenze industriali, le capacità di R&S e lo scouting sui "vuoti di filiera" per l'attrazione di nuovi investimenti nei settori auto, ferroviario, aerospazio.

Le attività hanno riguardato principalmente l'analisi di fattibilità e finanziabilità di alcuni progetti di investimento nei tre settori in relazione alle misure di agevolazione a livello regionale disponibili nel 2016 e il monitoraggio delle imprese a partecipazione estera nel lavoro di messa a punto e restituzione della banca dati MNE.

From Concept to Car

Piemonte Railway

*Torino Piemonte
Aerospace*

Promozione territoriale immobiliare

Nell'ambito delle attività del PIF Design Building Living e su incarico della Città di Torino, Ceipiemonte ha coordinato alcune attività finalizzate a favorire l'integrazione e le relazioni tra il Sistema Locale e l'investitore, svolgendo azioni di promozione territoriale-immobiliare grazie alla partecipazione alle principali manifestazioni del settore che consentono di:

- relazionarsi con importanti aziende/investitori nazionali e internazionali potenzialmente interessati alla filiera delle aziende piemontesi e a insediarsi nelle aree di trasformazione urbana (di proprietà pubblica o privata), headquarter o sedi con funzioni diverse (utilizzatori finali)
- promuovere il Sistema Torino-Piemonte come business destination e come regione della conoscenza, innovazione, ricerca con università di eccellenza
- intercettare investitori, nazionali e internazionali, e operatori del settore immobiliare interessati a partecipare con diverse modalità allo sviluppo di aree e progetti di proprietà privata e pubblica
- analizzare e studiare Torino e l'area metropolitana come business location per lavorare sui punti di forza e sulle opportunità che il mercato offre (anche come sviluppo della domanda interna).

Mipim - Cannes, 15-18 marzo. Principale fiera del settore immobiliare, con un elevato numero di partecipanti e una massiccia partecipazione di città, enti locali e agenzie d'attrazione d'investimenti, operatori finanziari,

developer (banche, investitori) e per la rilevante copertura media. Nel 2016 il Sistema Torino-Piemonte ha partecipato per la seconda volta al Padiglione Italia organizzato e gestito da ICE-Ance Nazionale. Il Sindaco di Torino, L'Assessore all'Urbanistica della Città di Torino e l'Assessore alle Attività Produttive della Regione Piemonte hanno partecipato ad alcuni momenti istituzionali e a due conferenze consentendo di rafforzare la presenza che il territorio ha nell'ambito di questa manifestazione. Inoltre il Sistema Piemonte ha potuto contare sull'attività promozionale di sistema garantita da ICE.

Missioni Città di Torino

Nel 2016 è stata fatta una sola missione a causa della concomitanza con le elezioni amministrative di giugno.

Mosca 4-6 febbraio (nell'ambito della prosecuzione delle missioni organizzate su incarico della Città di Torino): valenza istituzionale e operativa. A fronte di un incontro preliminare all'Ambasciata russa a Roma, si è concretizzata la possibilità di effettuare una serie di incontri con diversi dipartimenti del Governo di Mosca e con Gubkin University of Oil&Gas e Rosneft. Si sono sviluppati temi di mutua cooperazione, in special modo nel campo dell'urbanistica e dell'expertise che la città di Torino potrebbe mettere a disposizione nel campo del recupero delle aree industriali dismesse. Per alcune imprese potrebbe essere interessante fare conoscere le proprie competenze nel campo del recupero e conservazione in virtù anche della maggiore libertà di azione dell'ente pubblico moscovita nel bandire e assegnare lavori pubblici. Collaborazioni potrebbero nascere dalla necessità di Mosca di acquisire tecnologie per la pianificazione, il monitoraggio e il controllo del traffico. Con Gubkin University si sono affrontati temi forme di collaborazione e scambio e con Rosneft la possibilità di stabilire attività di ricerca e partnership formative con il Politecnico di Torino.

Accoglienza di delegazioni di operatori.

Nel corso dell'anno sono state accolte alcune delegazioni risultato delle attività di promozione e marketing realizzate negli anni precedenti. Alcuni in particolare sono stati i temi sviluppati, che spaziano dagli investimenti immobiliari nei settori hospitality, alle infrastrutture, alla ricerca di competenze nei settori design, ingegneria e controllo traffico.

- 22-23 marzo – delegazione International Enterprise (IE) Singapore.

Ceipiemonte ha organizzato una prima missione di incoming esplorativa per IE Singapore. L'incoming è il risultato di una missione istituzionale organizzata da Ceipiemonte per conto del Comune di Torino nel Sud Est Asiatico nel dicembre 2014. Dopo la cancellazione dalla black list tax di Singapore da parte dell'Italia a seguito di una serie di accordi internazionali, IE Singapore ha nuovamente ripreso i contatti per una

prima missione esplorativa sui temi della residenzialità universitaria e delle infrastrutture, poi allargati nella successiva missione istituzionale di maggio anche all'approfondimento di competenze nel campo del design (in special modo "furniture design"). dell'ingegneria e del food.

- *30-31 marzo delegazione Mosca.* A seguito della missione di febbraio si è accolta una delegazione governativa di Mosca per la quale si sono organizzati incontri con Politecnico di Torino per approfondire tematiche di scambi tecnologici; 5T, per le capabilities nel controllo del traffico legate anche alla gestione dei mondiali di calcio che si terranno nel 2018 in Russia; Juventus per la tematica relativa al controllo e alla gestione degli stadi. Si sono approfonditi temi legati alle competenze progettuali italiane in un incontro con una serie di aziende e professionisti locali appartenenti all'F Design-Building-Living.
- *29 aprile 2016, delegazione Keolis-Shanghai Metro-CITIC.* CITIC Construction ha manifestato l'interesse a esaminare, con Keolis, la fattibilità di una partecipazione congiunta alla eventuale futura gara che abbia per oggetto la costruzione e la gestione della Linea 2. La visita ha avuto lo scopo per i 3 soggetti di approfondire, la conoscenza del tessuto economico, urbanistico e trasportistico della Città di Torino, con una prima visita conoscitiva.

Observer - Monitoraggio Multinazionali (Mne) presenti in Piemonte
Manutenzione permanente della banca dati "proprietaria", a carattere dinamico-evolutivo relativa alla presenza multinazionale in Piemonte. Avviata nel 2009 sulla provincia di Torino, dal 2012 è stata estesa su scala regionale. Si caratterizza come "Osservatorio" sulle Mne presenti sul territorio, monitorandole sia da un punto di vista quantitativo-anagrafico, attraverso la consultazione di visure camerali e bilanci, sia attraverso indagini di tipo qualitativo campione. Secondo un recente studio dell'UNCTAD infatti, oltre l'80% degli investimenti diretti esteri generati proviene da reinvestimenti da parte di gruppi o imprese multinazionali già presenti sul territorio. Tale osservazione rafforza la convinzione per cui sia importante "monitorare" le filiali di imprese estere presenti sul territorio.

Le azioni svolte in questo ambito nel 2016 hanno riguardato:

- *Revisione della banca dati.* Nel 2015 si era dato l'avvio alla revisione completa della banca dati Observer, per superare una metodologia di rilevazione che privilegiava il settore manifatturiero. Si è quindi ideata e condivisa con alcuni stakeholder del territorio una metodologia e un lavoro totalmente "in-house" che è stato terminato nel corso della prima metà del 2016 e ha riguardato:
 - definizione dei codici ATECO oggetto di studio
 - estrazione dalla banca dati Aida di tutte le società di capitale presenti in Italia con almeno il 10% di partecipazione estera (36.149 imprese)

- estrazione su base regionale delle società di capitale¹ (Sedi e Unità Locali per 108.479 imprese)
 - incrocio delle due banche dati in modo da fare emergere le corrispondenze (5.830 record)
 - analisi e pulitura con esclusione di aziende che non vengono considerate estere ai fini della ricerca (presenza di azionista personale residente all'estero e categorie di imprese che non incidono in maniera significativa per numero di addetti né impattano per valore aggiunto e relazioni con il mondo della ricerca e della fornitura locale - agenzie di viaggi, esercizi commerciali al dettaglio, palestre ecc., distributori di carburanti, società di commercio di energia, depositi/magazzini con meno di 5 dipendenti)
 - realizzazione delle visure camerali (ordinaria e degli assetti proprietari) di tutte le 2.071 aziende rimanenti che hanno costituito il primo vero nucleo di analisi puntuale
 - analisi delle singole visure ordinarie e degli assetti proprietari
 - verifica siti web aziendali delle imprese
 - interviste telefoniche.
- *Attività di networking tra MNE e istituti tecnici.* Per venire incontro ad esigenze di sempre maggiore integrazione delle imprese multinazionali con il territorio, si è promossa un'attività volta a superare quello che le MNE stesse rilevano come problema: il reperimento di personale tecnico qualificato. Nell'ambito di una attività permanente di integrazione che dovrebbe favorire un dialogo anche in ordine alla recente riforma scolastica che prevede tra le altre, l'ottemperanza dell'alternanza scuola-lavoro si è organizzato un primo incontro tra istituti tecnici e imprese multinazionali il **6 febbraio** presso la Camera di commercio di Torino.
- *Evento di presentazione della banca dati MNE.* Il 16 novembre sono stati presentati i risultati di Observer: in Piemonte le multinazionali estere (MNE) sono il primo datore privato di lavoro con una media di 108 addetti per azienda, contro quella regionale di 11, prendendo in esame le sole società di capitale (S.p.A., la S.a.p.a., S.r.l., S.r.l.s.). Sono infatti le 1.000 MNE presenti che, con 2.221 unità locali, impiegano circa 108.000 addetti. Sebbene rappresentino solo l'1,35% delle 73.814 società di capitale presenti in Piemonte, il loro peso in termini di occupati è molto significativo: esse occupano il 13,8% degli addetti. Per circa il 60% sono concentrate in provincia di Torino, più della metà opera in ambito manifatturiero, il 69% è di nazionalità europea, ma i Paesi di provenienza più rappresentati sono Usa (19%), Francia (18%) e Germania (17%) che complessivamente compongono quindi il 54%.

¹ Si sono escluse le società di persone poiché è naturale che una impresa estera per una propria presenza all'estero opti per la costituzione di una società di capitale.

Assistenza tecnica a imprese, stakeholder, attori locali

Organizzazione di incontri con gli stakeholder; assistenza agli attori locali (enti locali, associazioni pubbliche e private d'impresa, Università e Politecnico, organismi di ricerca, Parchi scientifici e Tecnologici, Poli di innovazione) nelle loro relazioni con potenziali investitori o consulenti d'impresa; affiancamento negli incontri con imprese multinazionali, incluse quelle già presenti sul territorio, interessate a potenziare o diversificare le rispettive funzioni aziendali o a reinvestire in Europa; assistenza alle imprese fin dal primo manifestarsi di un interesse a realizzare nuovi investimenti in Piemonte. Tale assistenza si è declinata come segue: esplorazione del territorio e delle opportunità; studi di fattibilità/prefattibilità; assistenza nella costruzione di partnership; ricerca della location, assistenza nella definizione degli aspetti immobiliari, urbanistici; procedimenti autorizzativi per la realizzazione dell'insediamento; ingegnerizzazione del fund raising e project funding a sostegno degli investimenti; procedure legali di apertura della filiale/subsidiary, aftercare.

CDI e di altre misure di supporto regionale: assistenza tecnica a imprese e sistema locale

L'assistenza tecnica comprende servizi di orientamento e di supporto operativo nell'accesso a misure agevolative specifiche quali il Contratto di insediamento e il Contratto di insediamento di entità contenuta (CDI Light), oltre a misure che nel frattempo sono divenute operative, come la IR2 e l'accompagnamento.

Nel corso del 2016 il CDI ha esaurito le risorse e è iniziata la riscrittura della misura che dovrebbe vedere la luce operativamente nel primo trimestre 2017. Nel corso del 2016 si è comunque promossa la IR2 – Industrializzazione dei risultati della ricerca e, in particolare, una multinazionale seguita da Ceipiemonte ha presentato una domanda che è in fase di valutazione per un rilevante investimento nell'area di Novara.

Per quanto riguarda l'attività di assistenza alle imprese estere in fase di insediamento che hanno manifestato spontaneamente volontà di investire in Piemonte, nel corso del 2016 si sono assistite imprese in special modo nel campo dell'automotive e macchinari, soprattutto per progetti di espansione di attività già esistenti mentre, nel caso di attività non presenti, queste hanno riguardato principalmente progetti nel campo residenziale-universitario, logistica distributiva, infrastrutture e aeronautico.

Aziende assistite: 19

*Paesi provenienza:
Cina, USA, Olanda,
Francia, Germania,
Austria*

Attività nell'ambito di Open for business

Il Progetto "Open for business", gestito da Città di Torino/Città Metropolitana, è un piano operativo per favorire l'insediamento di nuove imprese produttive nella Città di Torino, nell'area metropolitana e nella Regione Piemonte, per sviluppare il tessuto industriale e avviare iniziative per contrastare il disagio sociale causato dalla crisi, anche alla luce di eventi internazionali come il referendum del Regno Unito.

Ceipiemonte ha iniziato a lavorare sui tavoli con Camera di Commercio e Città di Torino per il progetto di estensione progetto SUAP, coinvolgimento imprese territoriali e supporto a piccoli comuni per adesione a SUAP, e con Città di Torino/Città Metropolitana per il dossier logistica di censimento di aree/immobili per insediamenti produttivi, nel solco di quanto già realizzato da Ceipiemonte.

Tale attività si è affiancata a quella, iniziata a metà gennaio 2017, di coinvolgimento, nei diversi settori considerati strategici per l'attività di attrazione di investimenti, di un gruppo di imprenditori e manager che dovranno collaborare con Ceipiemonte nella fase di focalizzazione dei settori di attrattività e di definizione di un programma di marketing per il triennio 2017-2019.

Formazione

Nell'ambito delle attività realizzate dal settore, come già avvenuto nel 2015 anche il 2016 ha visto un'intensa **attività formativa/orientativa** realizzata prevalentemente: 1) nell'ambito di progetti finanziati attraverso i bandi della Città Metropolitana di Torino; 2) a mercato (ovvero a pagamento per le aziende partecipanti). Complessivamente sono stati coinvolti 2.445 partecipanti, per un totale di 315 giornate d'aula. In particolare l'attività di Orientamento al lavoro ha fornito supporto ad utenti ed aziende piemontesi, intersecandosi con progetti sperimentali di Alternanza Scuola Lavoro, che si intende continuare a sviluppare anche per il 2017.

Parallelamente sono stati organizzati incontri di approfondimento su specifiche tematiche "estero" per e presso le sedi di alcuni soci e di altri enti del territorio.

Sono state inoltre realizzate attività formative, consulenziali e di accompagnamento ai mercati internazionali nell'ambito di progetti specifici (PIF, Voucher Mise, Progetti Chambre Valdôtaine): tale attività proseguirà ancor più intensamente a partire dai primi mesi del 2017 con l'avvio dei nuovi Progetti Integrati di Filiera triennali affidati da Regione Piemonte. Si prevede al contempo una più stretta collaborazione anche con il settore Inward, nell'ambito delle cui future attività sono stati ipotizzati anche alcuni momenti formativi dedicati alle multinazionali piemontesi.

Infine è stato garantito il Supporto Consulenziale, soprattutto in materia doganale, fiscale e legale, a circa 125 aziende. Le Camere di commercio di alcune province hanno deciso di cofinanziare il servizio, consapevoli dell'importanza che tale assistenza riveste da sempre per gli operatori con l'estero.

Seminari e corsi

Area imprese

Attività formativa organizzata a mercato, in house o nelle sedi dei soci ed enti sul territorio

- Seminari e convegni in tema di **internazionalizzazione** (a mercato): gli incontri hanno toccato le seguenti tematiche: Aggiornamenti fiscali e doganali negli scambi con l'estero, Focus tematici (Dual Use, Origine, Nuovo Codice Doganale dell'Unione, AEO); Business English e Effective Presentations, I contratti di vendita internazionale; Focus Iran (interculturalità, normativa doganale e contrattualistica); Industria 4.0; Acquisizione del cliente e negoziazione con controparti estere *69,5 gg giornate*
648 partecipanti
- Seminari e convegni su temi **tecnico normativi**: Novità introdotte da norme internazionali specifiche (es. ISO); Gestione Qualità aziendale; Focus norme internazionali sul disegno meccanico; tecnica FMEA; Sistemi di misurazione manuale MSA; La nuova norma UNI EN ISO 9001:2015; Trattamento dei dati personali in UE ed Extra-UE *18,5 giornate*
216 partecipanti

- La Camera di commercio di Torino ha affidato a Ceipiemonte la realizzazione e gestione delle attività formative previste dal Progetto GAP 2016; su incarico delle **Camere di commercio** di alcune province (VCO, CN, AL, NO) nonché di **associazioni** (Confartigianato e Confindustria CN), sono stati realizzati numerosi seminari sui seguenti temi: Contratti di distribuzione, Nuovo Codice Doganale dell'Unione, Focus Iran, Pagamenti internazionali e tutela dei crediti, Fisco e Dogana, Business English
- Nell'ambito dei **PIF** Agroalimentare, Energia/Ambiente, Salute e Auto, sono state realizzate alcune giornate formative sui temi: Partecipare alla fiere internazionali, Effective presenting, Vendere all'estero: aspetti fiscali e doganali. Più in particolare, per il PIF Agroalimentare sono state realizzate **attività di tutoring commerciale in house (Percorsi individuali "Attrezzarsi per l'estero")**: per tali interventi le aziende beneficiarie sono state affiancate da Senior Export Manager che le hanno supportate nel loro approccio a nuovi mercati esteri
- **Formazione, Supporto consulenziale e Tutoring commerciale** sono stati anche realizzati nell'ambito del progetto "Partecipazione aziende valdostane a Progetti Integrati di Filiera – PIF e Iniziative di Business Development" affidato al Ceipiemonte dalla **Chambre Valdôtaine** di Aosta.

Area Formazione Finanziata per occupati in Piemonte

L'attività di Formazione Continua a richiesta Individuale (FCI), co-finanziata tramite bando della Città Metropolitana di Torino, si è svolta ininterrottamente.

Ceipiemonte ha in tal modo garantito alle imprese la possibilità di aggiornarsi e/o specializzarsi sulle seguenti tematiche: Area linguistica, Export management: marketing, Pianificazione, Tecniche di vendita; Europrogettazione, Elementi di import export, Gestione e valorizzazione delle risorse umane.

Tali corsi proseguiranno fino alla fine del primo semestre 2017: al contempo si attende la pubblicazione del nuovo bando da parte della Città Metropolitana di Torino, al fine di presentare e ottenere l'approvazione triennale (2017-2020) di corsi che possano garantire il proseguimento della formazione senza soluzione di continuità, a dimostrazione del fatto che ormai questa linea di attività si configura come un **filone formativo pressoché permanente**.

Nel corso del 2016 sono state inoltre avviate alcune collaborazioni con altre agenzie formative (Professione Più ed Engim Piemonte) per la realizzazione di corsi finanziati tramite i bandi di **Fondimpresa**: in questo contesto sono stati svolti alcuni corsi in house presso aziende aderenti al Fondo. Attraverso l'accantonamento Fondimpresa, sono stati anche

51 corsi

180 giornate

635 partecipanti

realizzati corsi interni per i dipendenti del Ceipiemonte (Project Management, Aggiornamenti informatici, Impaginazione grafica, Promotional Business Writing).

Area formazione internazionale e transnazionale

In qualità di partner il Ceipiemonte ha proseguito la realizzazione del progetto “**Valorize High Skilled Migrants (VHMS)**”, finanziato dal programma europeo **ERASMUS+** e focalizzato sui servizi di orientamento e formazione a favore di migranti adulti con competenze professionali medio-alte. E' stata in particolare effettuata una mappatura delle soft skills che le imprese considerano prioritarie per la loro competitività e, sulla base dei dati raccolti è stato progettato e sperimentato un percorso integrato per favorire, tra i migranti ad alta scolarizzazione, l'acquisizione di tali competenze o la consapevolezza della loro importanza, qualora queste siano già possedute.

Il progetto si è concluso con l'organizzazione del **convegno finale “A scuola di soft skills per inserirsi nel mondo del lavoro”**, al quale hanno preso parte **69 partecipanti** provenienti da scuole, Università, enti, istituzioni e agenzie formative: grazie all'incontro, Ceipiemonte ha rafforzato il suo legame con gli stakeholder del territorio e ha gettato le basi per un lavoro sistemico su importanti temi quali, in primis, **l'Alternanza Scuola Lavoro**.

Rispetto a quest'ultima tematica, sono stati sviluppati progetti sperimentali con alcune Scuole e Associazioni (Liceo Gioberti, Primo Liceo Artistico, Università di Torino/SAA, Unione industriale di Torino). L'attività ha inoltre contribuito a creare collegamenti strategici con Agenzia Piemonte Lavoro e Città Metropolitana di Torino, che saranno di sicura utilità per l'attivazione di nuovi progetti nel corso del 2017.

Il progetto ha coinvolto partner in

- Austria
- Bulgaria
- Francia
- Germania
- Svezia

Sportello orientamento

E' proseguito il servizio di orientamento al lavoro, svolto attraverso le attività di formazione, informazione e consulenza orientativa (per le quali Ceipiemonte è accreditato da Regione Piemonte).

*Assistenza a:
50 utenti alla ricerca di impiego
22 aziende alla ricerca di personale specializzato*

Supporto consulenziale

Il servizio, che dal gennaio 2015 prevede il pagamento di un abbonamento da parte delle aziende, ha garantito a queste ultime un'assistenza quotidiana e puntuale sulle principali tematiche internazionali, intervenendo nella risoluzione di problematiche soprattutto di natura fiscale, doganale e legale nei rapporti con l'estero. L'attività è stata inserita anche nei progetti realizzati per la Chambre Valdôtaine di Aosta.

451 richieste di assistenza da parte di 125 aziende

Promozione turistica – I° semestre

Fino al 1 giugno 2016 le attività hanno incluso la valorizzazione delle radici storico-culturali del territorio e le sue potenzialità di attrazione turistica per incrementare flussi di visitatori da Paesi stranieri. Per decisione regionale le attività di promozione turistica sono poi state trasferite a un'altra entità regionale.

In relazione quindi al primo semestre 2016 sono state espletate le attività promozionali di seguito elencate, al fine di promuovere il territorio piemontese quale destinazione turistica nei mercati target individuati., coerentemente con quanto indicato nel Programma Attività Turismo 2016, redatto nelle more della Convenzione e in attuazione a quanto previsto dall'articolo 3 della Convenzione Quadro, repertorio 16287 del 14/07/2011 e allo stesso Programma di Attività Turismo 2016 presentato da Ceipiemonte.

Le attività volte allo sviluppo dell'incoming turistico sui mercati emergenti risultano coerenti con le linee di indirizzo che Ceipiemonte si è dato, individuate nella sua costituzione dalla l.r. 13/2006 del 13 marzo 2006, e sono state realizzate per conto della Regione Piemonte secondo le indicazioni della legislazione nazionale e regionale, in attuazione delle linee di indirizzo del Piano Strategico Regionale per il Turismo.

Le attività svolte nel I° semestre, di seguito dettagliate, sono rivolte ai Paesi: Russia, Germania, Cina, USA.

Fiere, educational, incontri b2b, formazione

Russia

Fiera MITT 2016 – Mosca, 23-26 marzo - Partecipazione alla fiera MITT e organizzazione di attività promozionali: agenda di incontri, interni allo stand Piemonte, tra buyer russi e seller piemontesi, conferenza stampa di presentazione della guida gastronomica/turistica "Piemonte. Alba e dintorni" del giornalista Anatoly Gendin.

Germania

Fiera ITB 2016 – Berlino, 9-13 marzo - Partecipazione alla fiera ITB e organizzazione attività promozionali: conferenza stampa per presentare l'offerta turistica piemontese patrimonio dell'UNESCO, incontri b2b tra offerta piemontese e domanda tedesca, working dinner.

Cina

Attività promozionali, aprile-giugno - Realizzazione del mini sito in lingua www.torinopiemonte.cn ospitato su un host locale, dedicato alla promozione turistica del Piemonte tra i viaggiatori del gigante asiatico.

Il sito propone una presentazione del Piemonte, informazioni utili (dove siamo, clima, come arrivare, highlight), un breve approfondimento su Torino (musei, cultura, gastronomia, shopping ecc.), sull'outdoor (attività all'aria aperta, focus su montagna, lago, colline, golf), sui siti UNESCO, l'enogastronomia, lo shopping, tutto corredato da video, materiale promozionale da scaricare, proposte di pacchetti turistici creati in

collaborazione con BookingPiemonte.

Parallelamente è stato attivato un account su Weibo, un servizio di microblogging dal funzionamento vicino, ma non identico, a Twitter che vanta un bacino di utenti molto vasto: 600 milioni, di cui circa 61 milioni attivi giornalmente. Attraverso Weibo verranno diffusi 50 post con notizie su eventi e novità del territorio.

E' partito anche l'account WeChat torinoandpiemonte, applicazione per la comunicazione mobile estremamente diffusa: è come avere in un'unica applicazione Twitter, Facebook, sms, Viber, Skype, Instagram e un blog. Attraverso questo canale è stato programmato un post a settimana per presentare il Piemonte, le 9 ATL e i loro territori, informazioni su località, luoghi, proposte turistiche.

L'aggiornamento e la promozione degli account e del sito sono gestiti in collaborazione con Dragon Trail Interactive, pluripremiata agenzia di marketing online, specializzata nella promozione turistica su web, social network e mobile cinesi.

Corsi di formazione sul turismo cinese per operatori dell'accoglienza e dell'incoming – Torino, 15-16 marzo - Lingua, bon ton, caratteristiche degli itinerari richiesti, business etiquette: l'analisi delle esigenze e abitudini del turista cinese sono stati al centro di 2 corsi di formazione rivolti agli operatori dell'accoglienza (strutture ricettive, ristoranti, guide turistiche ...) e ai tour operator che si occupano di incoming. I corsi sono stati realizzati in collaborazione con l'Istituto Confucio dell'Università di Torino.

Educational Tour Operator – 21-26 maggio - Organizzazione di un educational tour per 8 operatori cinesi provenienti da Pechino e Shanghai. I professionisti del trade sono stati accompagnati nella scoperta del Lago Maggiore, del lago d'Orta, delle colline di Langhe Roero, di Torino e delle sue montagne.

Workshop "Piemonte, a Taste of Italy" – Torino, 26 maggio - Organizzazione di un incontro b2b tra buyer cinesi e seller piemontesi presso lo Juventus Stadium.

USA

Educational Tour– Central Holidays – 23-28 gennaio - Su incarico dell'Assessorato al Turismo della Regione Piemonte, Ceipiemonte ha avviato la collaborazione con il tour operator dal 2011, con la realizzazione di un *educational tour* rivolto a 150 agenti di viaggio, per poi proseguire, negli anni successivi, con attività di co-marketing e seminari di formazione per AdV, in vista dell'evento Passione di Sordevolo 2015 e altre azioni promozionale.

Chiuso l'evento Passione di Sordevolo 2015, Central Holidays ha ritenuto necessario ampliare l'offerta sul Piemonte provando ad inserire il prodotto

Montagna Invernale abbinato alla scoperta di Torino, ritenendo che tale tipo di proposta potesse essere interessante per i viaggiatori americani.

Dal 23 al 28 gennaio, su incarico dell'Assessorato al Turismo della Regione Piemonte, Ceipiemonte ha coordinato l'accoglienza di una delegazione di 4 tour operator e rappresentanti di ski club, legati al circuito del noto operatore americano Central Holidays , arrivati in Piemonte per un educational tour con focus su **Montagna Invernale e Torino**.

L'educational è stato realizzato in collaborazione con Turismo Torino e Provincia e Consorzio turistico Fortur Sauze d'Oulx-Oulx, che si sono occupati degli aspetti organizzativi e dell'ospitalità sulle montagne olimpiche, mentre Ceipiemonte ha provveduto al pagamento dei transfer e dell'ospitalità su Torino città; Central Holiday ha offerto il volo su Milano Malpensa.

I partecipanti hanno espresso un ottimo parere, anticipando l'intenzione di inserire la montagna Piemonte tra le destinazioni proposte; l'operatore "World on Skis" ha già inserito Sauze d'Oulx tra i comprensori offerti: <http://www.worldonskis.com/Ski-Resorts/Italy/Sauze-Doulx>

Materiale Promozionale

Multi Media Kit – Press - Il multimedia kit di Ceipiemonte, riservato a giornalisti, organi di informazione e a chiunque si occupi professionalmente di turismo, è una chiavetta USB che contiene una presentazione di Ceipiemonte, la cartella stampa turistica, immagini ad alta definizione del territorio e due video che presentano una panoramica delle bellezze artistiche e naturalistiche del Piemonte, dei suoi prodotti tipici e del suo stile di vita.

*Italiano, inglese,
francese, tedesco,
spagnolo, cinese,
giapponese, coreano,
russo*

Multi Media Kit – Trade- Il multimedia kit di Ceipiemonte, riservato a tour operator, consorzi turistici e a chiunque si occupi professionalmente di turismo, è una chiavetta USB che contiene una presentazione di Ceipiemonte, il catalogo dei Tour Operator e Consorzi piemontesi (un elenco di profili aziendali divisi per province), immagini ad alta definizione del territorio e due video che presentano una panoramica delle bellezze artistiche e naturalistiche del Piemonte, dei suoi prodotti tipici e del suo stile di vita.

*Italiano, inglese,
francese, tedesco,
spagnolo, cinese,
giapponese, coreano,
russo*

Brochure "Colline UNESCO" - Stampa brochure illustrativa tematica sulle "Colline dell'UNESCO" realizzata dalle ATL del Sud Piemonte in italiano e inglese.

Cartine "Colline UNESCO" - Stampa cartina illustrativa tematica sulle "Colline dell'UNESCO" realizzata dalle ATL del Sud Piemonte

*Italiano, inglese,
francese, tedesco,
spagnolo, russo,
cinese, giapponese*

Cartografia "Colline UNESCO" - Realizzazione cartografia con evidenziazione sulla mappa delle core zone e buffer zone UNESCO; inserimento dei POI (elementi rilevanti dal punto di vista turistico).

Traduzioni - Sono state realizzate traduzioni degli eventi che si sono svolti in Piemonte per i siti - piemonteitalia.eu, inpiemonteintorino.it - e per diverse iniziative promozionali e di comunicazione.

*inglese, francese,
spagnolo, tedesco*

Newsletter

Si è proceduto alla ideazione, produzione e traduzione della nuova newsletter Piemonte Tourism.

E' stato realizzato uno strumento che permetta di gestire efficacemente le tre dimensioni progettuali:

- un template versatile: per poter ospitare "edizioni" più sintetiche ed altre più estese; per adattarsi a tutti i device che la visualizzeranno; con un peso contenuto, privilegiando gli elementi grafici ottenuti con un codice HTML/CSS rispetto alla presenza di immagini
- il front-end in inglese e italiano
- il back-office semplice: da utilizzare per la costruzione delle singole newsletter, gestirne e monitorare l'invio

I modelli di messaggio consegnati sono stati testati su tutti i principali programmi di posta elettronica (Outlook, Thunderbird, OSX mail) e rispetto alle principali webmail sul mercato (Gmail, Libero Mail, MSN Live ecc.).

Comunicazione

Strumenti istituzionali

- Come ogni anno è stato messo a punto il **programma di attività** volto a illustrare le iniziative e i servizi di Ceipiemonte.
Per ragioni economiche il programma non è stato stampato ma reso disponibile sul sito di Ceipiemonte e inviato per posta elettronica.
- A luglio 2016 è stato realizzato il **consuntivo delle attività del primo semestre** e a gennaio 2017 è stato ultimato quello relativo a tutto l'anno: si tratta del report che sintetizza le principali attività svolte. Viene reso disponibile in formato pdf sul sito di Ceipiemonte.
- Sono stati aggiornati e revisionati materiali esistenti, come le presentazioni in power point in italiano e inglese per cui è stata anche rinnovata la grafica.

*diffuso a 21.871
contatti tra i referenti
profilati di 11.741
aziende piemontesi*

Strumenti promozionali di settore

Sono stati revisionati materiali esistenti, in prevalenza legati al Piano per l'internazionalizzazione, come schede progetto e brochure in inglese. E' inoltre stata implementata e rinnovata una presentazione in powerpoint, modulabile, sui settori in Piemonte e su ciascun progetto, rivolta a potenziali committenti esteri, con grafica del Piano.

Ufficio Stampa

L'ufficio stampa ha operato con l'obiettivo di dare visibilità alla struttura, all'insieme dei servizi, alle iniziative coordinate, ai progetti, agli enti con i quali si è lavorato, ai soci e alle imprese per le quali occasionalmente sono state organizzate interviste. La comunicazione ha puntato su una visione strategica e trasversale, cercando di individuare aggregazioni di temi, Paesi, aree di attività.

Le principali testate che hanno pubblicato notizie diffuse dall'ufficio stampa sono state:

- le maggiori agenzie stampa italiane (*Ansa, Agi, Askanews*), anche di settore (come *TTG* per il turismo e *Avionews* per l'aerospazio).
- le testate locali e occasionalmente anche nazionali (*Il Sole 24 Ore*)
- riviste e portali di settore italiane
- le televisioni regionali, soprattutto i TG di Rai 3 e Rete 7.

L'ufficio stampa è intervenuto per rispondere alle richieste di giornalisti che hanno contattato Ceipiemonte per avere approfondimenti e casi aziendali relativi a notizie diffuse o informazioni sullo scenario economico piemontese.

35 comunicati diffusi

*373 articoli pubblicati
su stampa italiana,
agenzie e web sulle
iniziative coordinate
dall'ente*

6 case study

- Sulle pagine di economia locale de *La Repubblica* è proseguita la

11 numeri

pubblicazione della rubrica giornalistica mensile “**Opportunità dal mondo**”, che ha proposto le attività in programma per sviluppare il proprio business oltre confine. Parallelamente si è iniziato a studiare un nuovo format per il 2017.

- Nel 2016 Ceipiemonte ha aderito al servizio di rassegna stampa (a uso interno) del sistema camerale piemontese attraverso il quale quotidianamente è a disposizione una selezione di articoli relativi alle attività dell’ente, al sistema economico piemontese e ai mercati internazionali, alla cronaca, la politica, l’innovazione ecc.

La rassegna relativa esclusivamente alle attività di Ceipiemonte è disponibile sul sito dell’ente.

Pubblicità

Nel 2016 Ceipiemonte non sono state condotte campagne pubblicitarie.

www.centroestero.org

La buona flessibilità dell’architettura del sito ha consentito di far fronte a numerosi cambiamenti necessari nella strutturazione dei contenuti. Tuttavia esso non risponde più in modo efficace ai reali bisogni di “navigazione” che consentirebbero agli utenti un più facile e immediato accesso alle informazioni di interesse. Il permanere di questa condizione che si protrae da circa 4 anni, ha contribuito a rendere sempre più difficile la fidelizzazione e l’aumento degli utenti del web. Parallelamente, la creazione di piattaforme dedicate alla gestione delle iniziative e dei siti vetrina per ogni PIF, ha dirottato gli utenti su queste ultime facendo decrescere sensibilmente i visitatori. Un’ulteriore assenza di traffico quotidiano è legato alla cancellazione del servizio di rassegna stampa e del relativo invio della mailing list agli oltre 800 utenti iscritti (in risposta alle direttive della Federazione Italiana Editori Giornali, Fieg, sul copyright). I dati di traffico nel raffronto 2016-2015 risultano pertanto in diminuzione, ma la perdita è contenuta grazie all’incremento dell’uso dei social network con link alle pagine del sito.

*55.838 visite totali
(-8,9% sul 2015)*

*40.807 visitatori unici,
cioè provenienti da
indirizzi IP differenti
(-8,2% sul 2015)*

*170.625
visualizzazioni di
pagine
(-11,8% sul 2015)*

*(dati raccolti con il
software Google
Analytics, da cui sono
esclusi i contatti
effettuati dall’interno
della rete aziendale)*

La comunicazione via web è stata gestita anche attraverso il servizio **mailing list**: gli utenti possono scegliere i temi sui quali essere informati iscrivendosi attraverso un’area del sito (accessibile tramite login e password), in rispondenza alle normative sulla privacy (D. Lgs. 196/03). Le mailing list vengono inviate dagli editor responsabili delle diverse aree per segnalare fiere, manifestazioni, eventi, senza una periodicità fissa.

*oltre 7.950 utenti
iscritti*

25 temi

Social network

In linea con le nuove tendenze di comunicazione “social” Ceipiemonte ha intensificato la propria presenza su alcuni canali come Twitter, LinkedIn e YouTube e a inizio anno ha lanciato anche una pagina istituzionale su

Facebook. Complessivamente è stata rafforzata la visibilità di Ceipiemonte e delle iniziative, raggiungendo un numero sempre maggiore di interlocutori. Attraverso questi canali l'ente inoltre ha fatto fronte alla mancanza di risorse economiche per sostenere strumenti di comunicazione tradizionali, incluse le campagne pubblicitarie.

Facebook (Ceipiemonte s.c.p.a.) - social network veloce, in continua evoluzione, qui Ceipiemonte ha proposto un ampio ventaglio di argomenti. Con una media di 5 post al giorno, il profilo è stato animato con notizie sulle attività di Ceipiemonte e dei Soci, articoli web sull'economia piemontese, nazionale e internazionale; casi aziendali di eccellenza; curiosità dall'Italia e dal mondo; approfondimenti on time su tematiche legate all'innovazione, alla cronaca e alla società.

600 follower

LinkedIn (Ceipiemonte s.c.p.a.) - social network orientato allo scambio di informazioni tra professionisti, dove Ceipiemonte è presente dal 2012.

La pagina, indirizzata a un target di tipo aziendale e internazionale, è stata aggiornata regolarmente con inserimento di notizie sulle attività di Ceipiemonte e segnalazione di alcuni articoli relativi all'export e all'internazionalizzazione tratti dal web.

*1.032 follower
(+20% sul 2015)*

*(i dati sono forniti da
LinkedIn)*

Twitter (@Ceipiemonte) - social network veloce e ampiamente diffuso anche tra le PA, che permette di tenere istantaneamente aggiornati i propri "follower". Ceipiemonte è presente dal 2012: quotidianamente alimentata con notizie dalla rassegna stampa, attività di promozione e formazione in programma e i re-twit di interesse lanciati dai follower.

La vivace interazione alimentata nel 2016 con i follower, tra cui si contano istituzioni, enti fieri, istituti di ricerca, giornalisti e aziende, ha permesso un'importante ulteriore eco, ampliamento il bacino di utenza.

*836 follower
(+20% sul 2015)*

*330 twit inviati
101.300
visualizzazioni
250 clic, 157 re-twit
200 mi piace*

*(i dati sono forniti da
Twitter)*

YouTube (Ceipiemonte) – piattaforma per la condivisione di video dove Ceipiemonte è presente dal 2013. Nel 2016 il canale è stato animato con le registrazioni dei servizi tv sulle attività dell'ente e su casi aziendali e da interviste a imprese piemontesi e buyer internazionali che hanno partecipato ad iniziative coordinate dall'ente.

44 video

*Oltre 1940
visualizzazioni*

Picasaweb Album (ora Google Foto) – Nel 2016 è continuata la raccolta fotografica degli eventi organizzati. E' disponibile sul sito di Ceipiemonte.

Riviste online

Richieste & Offerte dal Mondo, newsletter diffusa in versione html redatta in collaborazione con l'ufficio Enterprise Europe Network - ALPS della Camera di commercio di Torino. Nel 2016 è proseguita la collaborazione iniziata nel 2011 con l'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Torino, il cui Gruppo di Lavoro "Rapporti Internazionali"

9 numeri pubblicati

*diffusione a oltre
1.329 utenti*

*è disponibile sul sito
di Ceipiemonte*

cura una rubrica che tratta argomenti legati all'internazionalizzazione d'impresa. Contenuti: segnalazioni di opportunità d'affari in tutto il mondo, iniziative in Piemonte e all'estero, attività di formazione, approfondimenti in materia di internazionalizzazione.

Da fine anno, a causa di un problema tecnico del sistema, l'ufficio comunicazione ha coordinato l'adattamento dello strumento di creazione e gestione newsletter predisposto dal settore turismo dell'ente. Nel nuovo strumento, che andrà a regime nel 2017, confluirà anche il tool di invio mailing list.

Avverti le Imprese, newsletter che propone mensilmente un'agenda di iniziative coordinate da Ceipiemonte. Viene diffusa a enti territoriali, associazioni di categorie e tutti i soci per consentire loro di promuoverle alle imprese di propria competenza.

9 numeri pubblicati

www.piemonteforyou.it

L'ufficio comunicazione ha collaborato all'aggiornamento del sito www.piemonteforyou.it (che ha creato nel 2011 su incarico del Consiglio Regionale del Piemonte e che è ospitato su server gestiti da Ceipiemonte). Si tratta di un sito di presentazione del Piemonte sotto il profilo storico, economico, culturale, turistico pensato come strumento informativo e di raccordo col territorio piemontese.

Budgeting & Reporting

Anche nel 2016 la maggior parte delle attività del Ceipiemonte è stata finanziata con i fondi PAR FSC , oltre che con i residui dei fondi camerati per i PIF, con conseguente progettazione, gestione e rendicontazione complessa delle attività. Vista la natura trasversale dell'attività di budgeting & reporting si è continuato e incrementato il piano di allineamento del “comportamento” di tutti gli attori che intervengono nel processo di rendicontazione affinché il risultato documentale delle “attività economiche”, “contrattuali” e “contabili” corrisponda alle esigenze rendicontative. I risultati sono stati apprezzabili, nonostante il forte impatto burocratico estremamente “time consuming”.

L'ufficio budgeting & reporting ha:

- elaborato 24 rendiconti complessi (controllo spese, controllo allocazioni su commessa, verifica documenti di spesa, ordinamento, elaborazioni dichiarazioni, elaborazione file pivot, inserimento dati nel Gestionale finanziamenti della Regione Piemonte)
- fornito supporto alla Business Promotion per l'elaborazione di 8 varianti dei progetti esecutivi FSC 2016 (budget e testi)
- gestito tempestivamente le richieste dei controllori di 1° livello della Regione Piemonte (n. 19)
- gestito le richieste di richiesta deroghe Per Diem
- fornito supporto a Business Promotion per stesura progetti esecutivi FSC 2016
- fornito supporto continuativo alla Business Promotion su specifiche problematiche gestionali, amministrative e rendicontative dei progetti
- fornito supporto all'ufficio legale, gare e acquisti per la verifica della congruità delle gare e dei contratti con le esigenze rendicontative
- fatto incontri con fiscalisti per analisi aspetti fiscali collegati al “De Minimis”
- effettuato incontri con i committenti (Regione Piemonte) per aspetti gestionali, amministrativi e rendicontativi relativi ai fondi FESR analizzandone altresì la documentazione messa a disposizione
- fornito supporto alla Business Promotion per l'elaborazione della progettazione preliminare dei PIF a valere sui fondi FESR
- fornito all'amministrazione i dati per la fatturazione ai committenti
- fornito supporto all'amministrazione per le previsioni di cash flow
- gestito le commesse di progetto, incluse eventuali rettifiche e registrazioni dei costi del personale scaricato sulle varie commesse
- coordinato e gestito lo scarico delle risorse umane sui progetti (mappatura, mensilizzazione delle ore scaricabili per commessa *versus* esigenze di budget, elaborazione format time sheet, invio alle risorse e verifiche dei dati da queste inseriti, registrazione contabile)
- gestito i ribaltamenti dei costi generali sui centri di costo/commesse
- redatto budget annuale, bilanci intermedi, gestionali, reportistica gestionale periodica.

Azioni proprie e azioni di società controllanti

Ai sensi dell'art. 2428, 3° comma, n. 3 e 4 del Codice Civile, si rileva che la Società non possiede né direttamente, né tramite società fiduciarie, né per interposta persona azioni proprie così come non possiede azioni o quote di società controllanti.

Cessazione quote

Facendo seguito a quanto rassegnato nelle Relazioni dei precedenti esercizi in merito alla cessazione della partecipazione della Provincia di Torino (ora Città Metropolitana di Torino) e alla liquidazione della stessa, si precisa quanto segue.

La Città Metropolitana di Torino, al fine di determinare compiutamente il valore della quota di partecipazione, ha deliberato di dar corso al procedimento disciplinato dall'art. 2437 ter, ultimo comma, del Codice Civile, richiedendo al Tribunale di Torino la nomina di un esperto che ne determinasse il valore tramite relazione giurata.

Con Relazione in data 20 settembre 2016, asseverata in data 22 settembre 2016, l'esperto nominato dal Tribunale di Torino, dott. Andrea Fenoglio, ha determinato *“il valore di liquidazione della partecipazione al 31 dicembre 2014 detenuta da Provincia di Torino (ora CITTA' METROPOLITANA DI TORINO) in CEIPIEMONTE s.c.p.a. sino al 31 dicembre 2014, costituita da n. 7.500 azioni del valore nominale di € 1,00 ciascuna, pari al 3% del capitale sociale, in € 7.500,00 (settemilacinquecento/00)”*.

A seguito della formale richiesta di liquidazione del predetto valore avanzata dalla Città Metropolitana di Torino con PEC del 28/10/2016, la società ha provveduto al pagamento della somma di € 7.500,00, mediante assegno bancario rilasciato in data 7 novembre 2016.

Si segnala inoltre che l'Università degli Studi di Torino, il cui Consiglio di Amministrazione, con delibera n. 4/2015/IX/1 del 29 aprile 2015, aveva approvato la dismissione delle quote detenute nella società, pari allo 0,16% del capitale sociale, ha comunicato, con lettera Prot. N. 62719 dell'8 giugno 2016 inviata a mezzo PEC, la dismissione *ex lege* della partecipazione (L.190/2014), in conseguenza del mancato esercizio del diritto di prelazione da parte di nessun altro socio, richiedendo formalmente la liquidazione della quota.

Premesso che non è in discussione il criterio di determinazione del valore delle quote, in quanto ci si dovrà attenere a quanto stabilito dell'esperto del Tribunale di Torino in relazione alla liquidazione della partecipazione della Città Metropolitana di Torino, il Consiglio di Amministrazione del Ceipiemonte, nella riunione del 21 dicembre 2016, dopo aver esaminato le

varie soluzioni procedurali per recepire la cessazione della partecipazione (acquisto azioni proprie, eventuale eliminazione del valore nominale delle azioni e successivo annullamento delle azioni proprie, ecc.), ha deliberato di attendere l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2016 prima di procedere con la liquidazione delle quote all'Università degli Studi di Torino.