

Centro Estero per l'Internazionalizzazione

Relazione di bilancio 2014

Le attività coordinate da Ceipiemonte nel 2014 sono state in gran parte legate al supporto dato alle imprese per la loro crescita sui mercati esteri attraverso i **Progetti Integrati di Filiera e di Mercato** (PIF e PIM), progetti del Piano per l'Internazionalizzazione varato da Regione Piemonte e dal Sistema camerale piemontese. L'efficacia delle attività si è tradotta principalmente in termini di incremento del business delle imprese oltre i confini nazionali, ma anche di crescita culturale e competitiva delle aziende che hanno potuto confrontarsi su tavoli internazionali di alto livello, conoscersi tra loro e sviluppare sinergie e aggregazioni.

Il finanziamento di queste attività è legata ai fondi PAR FSC e prevede una **rendicontazione** molto complessa che ha rappresentato una forte criticità nel 2013, suo primo anno di applicazione. Nel 2014 è stato quindi creato un ufficio dedicato alla rendicontazione/budgetizzazione ed è stato implementato il software per la gestione economica dei progetti.

In tema di **formazione** Ceipiemonte ha garantito opportunità di aggiornamento continuo a costo ridotto o zero a una pluralità di soggetti: titolari d'impresa, personale occupato e giovani laureati da inserire nel mondo del lavoro, concentrando le nostre energie soprattutto sui bisogni delle aziende di piccole dimensioni. Inoltre Ceipiemonte, alla luce della crisi economica globale si è orientato verso nuovi orizzonti tematici quali la responsabilità sociale d'impresa con l'obiettivo di contribuire alla costruzione di una nuova etica del lavoro e degli affari basata sulla centralità della persona e sulla valorizzazione e armonizzazione delle differenze (culturali, anagrafiche, etniche di genere).

Il cuore dell'attività, come sempre ha visto al centro dei servizi più apprezzati dalle imprese il **supporto consulenziale**, che garantisce assistenza gratuita a cura di un team di esperti, per la risoluzione pratica di problemi legati alle trattative commerciali con l'estero.

Le attività volte all'**attrazione di investimenti**, in costante sinergia con quelle di marketing territoriale, si sono articolate anche nel quadro di alcuni Progetti Integrati di Filiera e di Mercato (Health&Wellness, Ecompanies, Infrastructure & Logistics, Design Building Living, Corea del Sud, Cina, Giappone, NAFTA) e seguendo queste principali linee di intervento: costruzione del prodotto territoriale, promozione territoriale immobiliare, monitoraggio multinazionali presenti in Piemonte (Observer), promozione e comunicazione sui mercati internazionali, assistenza tecnica alle imprese, agli stakeholder, agli attori locali, assistenza tecnica alle imprese e al sistema locale nelle attività di attrazione investimenti e di promozione del CDI.

Sul fronte **turistico** è stato gestito un programma di iniziative volte a promuovere il territorio piemontese quale destinazione turistica nei mercati target individuati, ovvero: Austria, Belgio, Francia, Germania, Italia, Olanda, Paesi Scandinavi, Svizzera, Russia, Brasile, Canada, Polonia, Spagna, Regno Unito, Repubblica Ceca, Turchia, Stati Uniti, Ungheria.

Nel secondo semestre dell'anno si è preso atto dell'avvicinarsi di uno scenario finanziariamente delicato per il 2015 e dai primi segnali di possibile riduzione di **budget** la struttura ha cercato soluzioni che, pur garantendo il proseguimento di una significativa attività, ha teso a diluire il budget a disposizione per creare residui importanti, utili a finanziare le attività di parte dell'anno successivo. Con grande sforzo da parte di tutta la struttura, il budget 2015 ha quindi tenuto conto di previsioni di risparmi 2014 derivanti da riduzioni generalizzate sui costi di dipendenti, cocopro, consulenti e prestatori di servizio e rinegoziazioni su contratti in essere sui costi fissi, cui si aggiungono i rimborsi da parte delle imprese e una stima di nuovi finanziamenti su progetti derivanti dall'utilizzo del POR-FESR che dovrebbe essere utilizzabile nella seconda metà dell'anno.

A titolo di esempio si riportano alcuni numeri relativi alle attività gestite nel corso del 2014

Promozione all'estero - Progetti Integrati di Filiera e di Mercato

Missioni: 37

Incontri b2b in occasione di workshop, missioni, fiere: 5137

Operatori stranieri coinvolti : 1.219 Paesi provenienza: 80

Fundraising

Progetti Europei: 5 Convegni, networking, workshop: 19

Promozione turistica

Educational tour/Press trip: 13 Partecipanti: 62

Fiere: 3 Contatti: 170

Conferenze: 3 Partecipanti: 61

Supporto consulenziale

Contatti: 979 Aziende servite: 566

Formazione

In tema di internazionalizzazione, tecnico-normativa, a richiesta individuale e per imprese

Giornate: 376 Partecipanti: 1.948

Formazione per aziende aderenti ai Progetti Integrati di Filiera

Giornate: 55,5 Partecipanti: 473

Tutoring commerciale per aziende aderenti ai Progetti Integrati di Filiera

Aziende / Tirocinanti: 54

Attrazione investimenti – Marketing Territoriale

Numero aziende assistite: 32 provenienti da 8 Paesi

Convegni: 3 Contatti: 55

Fiere: 3 Contatti: 70

Missioni: 5 Contatti: 156

Progetto Observer - Interviste: 22

Numero aziende partecipanti ad attività di Business Promotion, Formazione e che hanno usufruito del supporto consulenziale

	Business Promotion	Supporto consulenziale	Formazione*	Totale
Alessandria	133	31	29	193
Asti	47	20	17	84
Biella	96	14	40	150
Cuneo	196	93	61	350
Novara	106	21	30	157
Torino	1.188	307	383	1.878
Verbania	27	13	9	49
Vercelli	47	21	21	89
Aosta	27	13	99	139
	1.867	520	689	3.076

*In questi numeri non sono comprese

- le aziende che hanno partecipato a corsi di formazione realizzati da Ceipiemonte nelle sedi di alcuni soci sul territorio (Provincia di Torino, CCIAA TO, AL, CN E VCO): 711 partecipanti
- i partecipanti ai serali (tutti di Torino e provincia) iscritti a titolo individuale (pur essendo in prevalenza occupati in azienda): 413.

§ § §

Nel seguito, per ognuno dei principali settori di attività della Società, vengono forniti dettagli illustrativi di quanto svolto nel corso dell'esercizio 2014.

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 che prevedono assistenza, formazione specialistica, supporto informativo e consulenziale, accompagnamento su mercati strategici di tipo individuale o collettivo, follow-up finalizzato anche al costante aggiornamento dei servizi.

Progetti di filiera e di mercato

Il 2014 è stato un anno dedicato all'implementazione della seconda annualità del Piano per l'Internazionalizzazione, consistente in un programma di azioni sinergiche e integrate afferenti a 16 PIF - Progetti Integrati di Filiera e 15 PIM - Progetti Integrati di Mercato, i cui punti cardine sono la selezione dei beneficiari, l'accompagnamento e l'affiancamento delle aziende, l'approccio integrato tra filiere produttive e mercati di interesse.

Gli obiettivi generali perseguiti dal Piano sono molteplici, anche a seconda del grado di internazionalizzazione delle imprese cui è dedicato. Sia per i PIF che per i PIM sono state previste azioni che mirano alla crescita "culturale" e competitiva delle aziende, allo sviluppo di aggregazioni e sinergie tra imprese sul modello di filiera o in rapporto al mercato, 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 territoriale - della qualità delle produzioni e delle competenze piemontesi all'estero e di incremento del business delle imprese partecipanti oltre i confini nazionali.

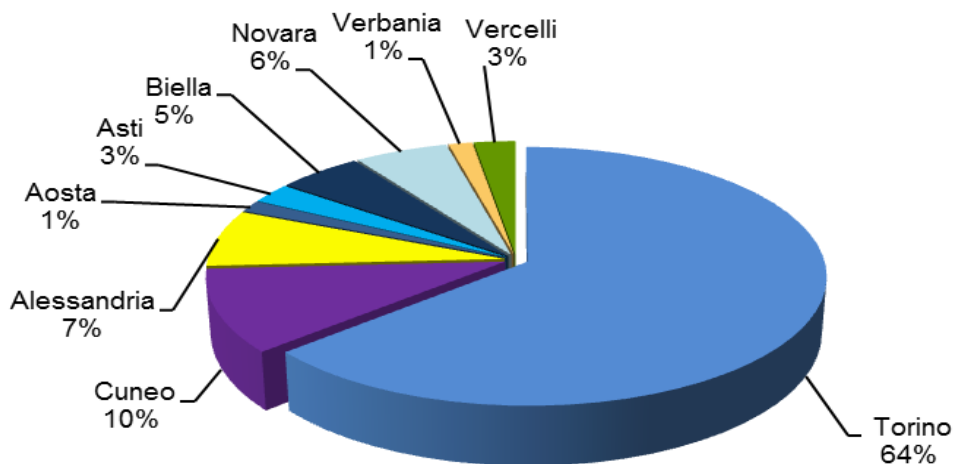


A fine 2014 risultano **1867** le aziende piemontesi coinvolte in attività organizzate nei progetti dell'area Business Promotion. Di seguito alcuni dati numerici per quel che riguarda la partecipazione a PIF (i numeri complessivi includono il PIF dedicato all'agroalimentare) e PIM, i principali eventi organizzati nei rispettivi ambiti, la provenienza delle imprese, l'incidenza di ciascun PI/PIM sul budget complessivo.

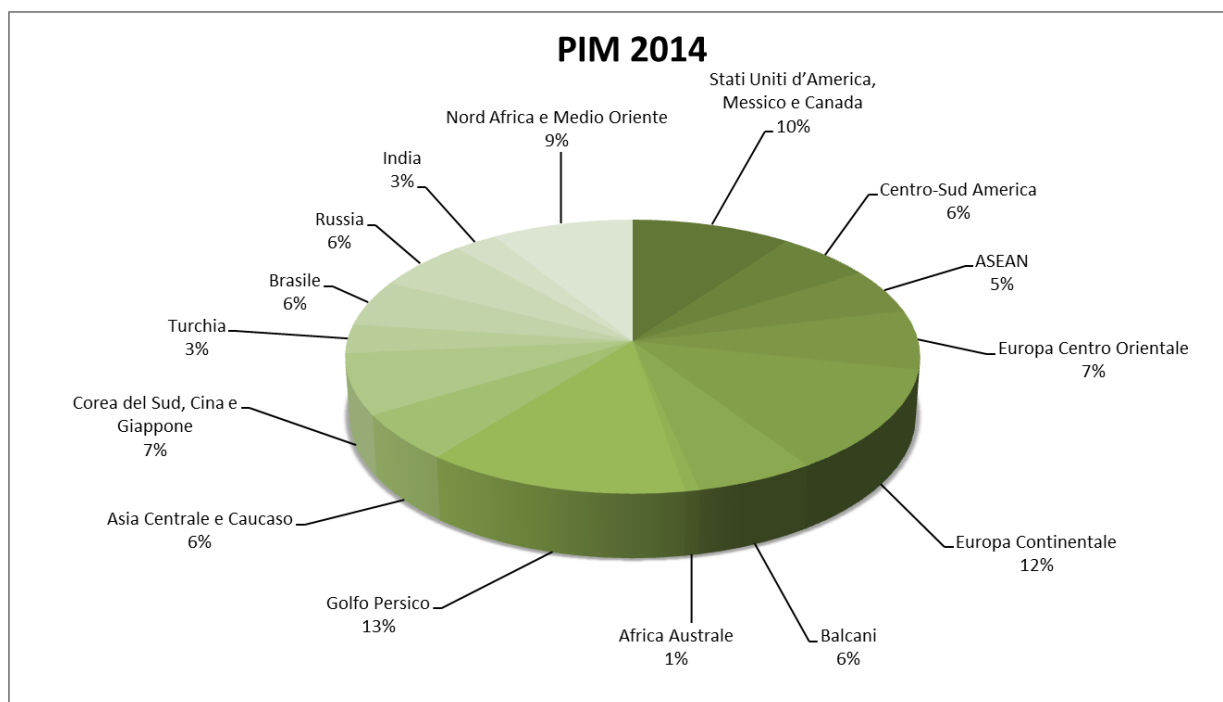
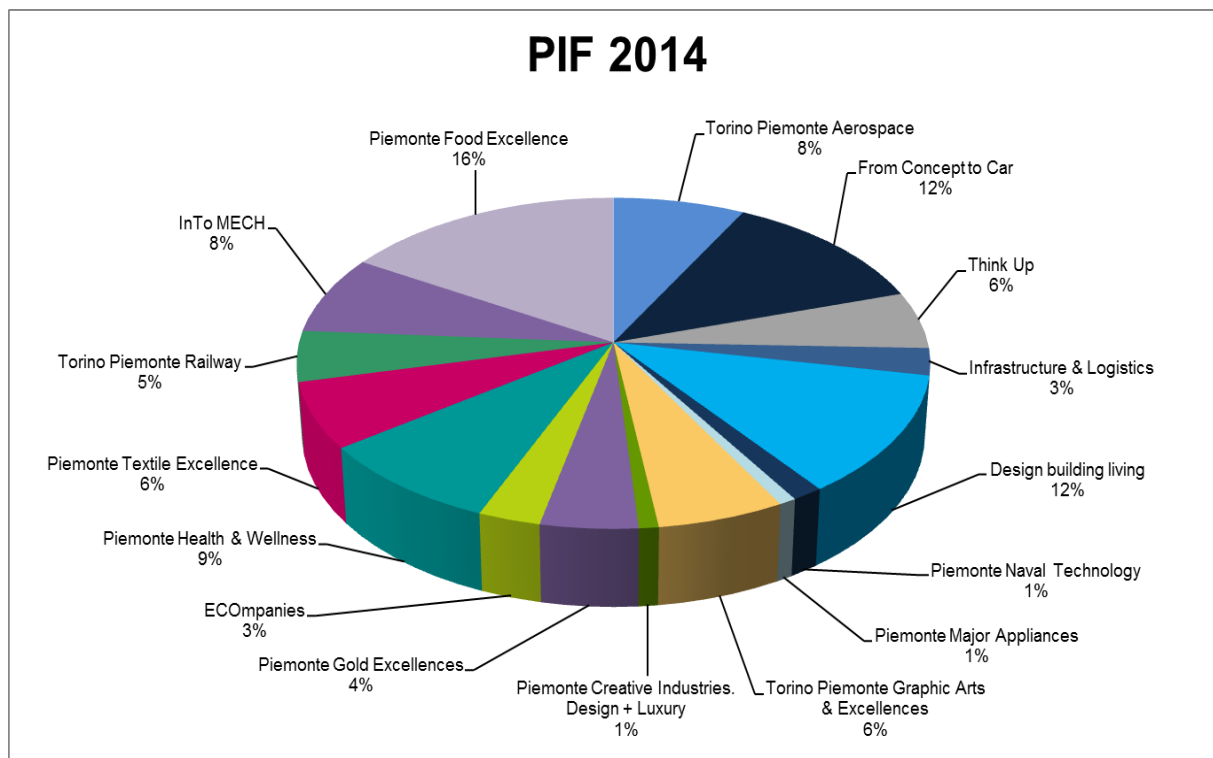
Gennaio- dicembre 2014: alcuni numeri



Aziende per provincia 2014





Percentuale valori progetti a consuntivo



Si riportano in seguito brevi considerazioni e principali attività realizzate.

	<p>n. imprese selezionate: 63 n. scouting/convegni tecnici: 6 n. fiere: 2 n. missioni: 1 n. workshop: 1 n. b2b: 188 n. focus micro imprese: 1 per n. 1 azienda</p>
	<p>n. imprese selezionate: 96 n. fiere: 6 n. workshop: 2 n. b2b: 19 n. azioni di formazione: 7 (in collaborazione con gli altri PIF) n. focus micro imprese: 1 per n. 2 azienda</p>
	<p><i>n. imprese selezionate: 78 n. fiere: 3 n. missioni: 1 n. workshop: 3 n. b2b: 423 n. azioni di formazione: 8 (in collaborazione con gli altri PIF)</i></p>
	<p>n. imprese selezionate: 59 n. fiere: 4 n. missioni: 1 n. workshop: 1 n. b2b: 336 n. azioni di team building, networking nazionale e sviluppo di forme aggregative: 1 n. azioni di formazione: 5 (in collaborazione con gli altri PIF)</p>
	<p>n. imprese selezionate: 46 n. incontri aziende di progetto: 34 n. fiere: 1 n. workshop: 1 n. b2b: 126 n. tavoli tecnici: 4 n. azioni di formazione: 6 (in collaborazione con gli altri PIF) n. focus micro imprese: 1 per n. 1 azienda</p>
	<p>n. imprese selezionate: 51 n. fiera: 1 n. workshop: 1 n. b2b: 334 n. tavoli tecnici: 16 n. azioni di formazione: 11 (in collaborazione con gli altri PIF)</p>
	<p>n. imprese selezionate: 30 n. workshop: 1 n. azioni di formazione: 2 (in collaborazione con gli altri PIF) n. focus micro imprese: 3 per n. 8 aziende</p>

	<p>n. imprese selezionate: 95 n. fiere/business convention: 3 n. convegni tecnici: 2 n. missioni: 5 n. workshop: 5 n. b2b: 582 n. azioni di team building, networking nazionale e sviluppo di forme aggregative: 2 n. tavoli tecnici: 7 n. azioni di formazione: 7 (in collaborazione con gli altri PIF)</p>
	<p>n. imprese selezionate: 97 n. fiere: 2 n. business convention: 1 n. workshop: 5 n. b2b: 335 n. scouting/convegni tecnici: 6 n. azioni di formazione: 3 (in collaborazione con gli altri PIF) n. focus micro imprese: 1 per n. 6 aziende</p>
	<p>n. imprese selezionate: 153 n. fiere: 4 n. missioni: 3 n. workshop: 4 n. b2b: 288 n. scouting/convegni tecnici: 6 n. azioni di team building, networking nazionale e sviluppo di forme aggregative: 2 n. tavoli tecnici: 2 n. azioni di formazione: 2 (in collaborazione con gli altri PIF) n. focus micro imprese: 1 per n. 5 aziende</p>
	<p>n. imprese selezionate: 92 n. fiere: 6 n. missioni: 1 n. workshop : 3 n. b2b: 436 n. azioni di formazione: 2 (in collaborazione con gli altri PIF)</p>
	<p>n. imprese selezionate: 64 n. fiere: 2 n. missioni: 2 n. workshop : 3 n. b2b: 358 n. tavoli tecnici: 2 n. azioni di team building, networking nazionale e sviluppo di forme aggregative: 1 n. ricerche personalizzate su paese target: 1 n. azioni di formazione: 10 (in collaborazione con gli altri PIF)</p>
	<p>n. imprese selezionate: 77 n. fiere: 2 n. workshop: 5 n. focus micro imprese: 1 n. b2b : 130 n. tavoli tecnici : 3 n. ricerche personalizzate su paese target: 1 n. azioni di formazione: 12 (in collaborazione con gli altri PIF) n. focus micro imprese: 2 per n. 4 aziende</p>

	n. imprese selezionate: 48 n. workshop: 3 n. b2b: 87 n. azioni di team building, networking nazionale e sviluppo di forme aggregative: 2 n. azioni di formazione: 3 (in collaborazione con gli altri PIF)
	n. imprese selezionate: 122 n. fiere: 11 n. missioni : 7 n. workshop : 1 n. b2b: 275 n. scouting/convegni tecnici: 2 n. tavoli tecnici : 4 n. azioni di formazione: 16 (in collaborazione con gli altri PIF)

Il 2014 ha visto il proseguimento dei PIM - Progetti Integrati di Mercato nati nel 2013 e frutto dell'evoluzione e dello sviluppo delle attività fino al 2012 definite di **International Network**. Il ventaglio di proposte estremamente ampio ha avuto un'ottima accoglienza da parte delle imprese. I principali numeri sono riportati in seguito.

Europa Centro Orientale	n. 105 aziende approvate n. 111 assistenze attivate n. missioni imprenditoriali: 1 n. b2b : 22
Europa Continetale	n. 35 aziende approvate n. 24 assistenze attivate n. focus micro imprese: 2 per n. 24 aziende
Balcani	n. 56 aziende approvate n. 59 assistenze attivate n. workshop: 1 n. missioni imprenditoriali: 2 n. b2b: 80
Nord Africa e Medio Oriente	n. 84 aziende approvate n. 42 assistenze attivate n. workshop: 2 n. convegni: 1 n. tavoli tecnici: 1 n. b2b : 74
Caucaso, Rep. Centro asiatiche	66 aziende approvate n. 43 assistenze attivate n. workshop: 1 n. missioni imprenditoriali: 1 n. b2b: 128
Golfo Persico	n. 114 aziende approvate n. 54 assistenza attivate n. workshop: n. 1 n. missioni imprenditoriali: 1 n. b2b : 45
Sudamerica	n. 44 aziende approvate

	n. 74 assistenze attivate n. workshop : 3 n. missioni imprenditoriali: 3 n. azioni di team building, networking nazionale e sviluppo di forme aggregative: 1 n. tavoli tecnici: 1 n b2b: 57
Nord America	n. 103 aziende approvate n. 69 assistenze attivate n. Workshop: n. 1 n. convegni: 2 n. b2b: 20
ASEAN	n. 50 aziende approvate n. 41 assistenze attivate n. workshop: 1 n. missioni: 1 n. b2b: 77
Corea del Sud, Cina, Giappone	n. 103 aziende approvate n. 64 assistenze attivate n. convegni: 1 n. missioni imprenditoriali: 1 n. b2b: 33
Turchia	n. 69 aziende approvate n. 35 assistenze attivate n. workshop: 1 n. convegni: 1
Brasile	n. 69 aziende approvate n. 46 assistenze attivate n. convegni: 1 n. b2b: 111
Russia	n. 113 aziende approvate n. 40 assistenze attivate n. missioni imprenditoriali: 2
India	n. 36 aziende approvate n. 26 assistenze attivate n. workshop: 2 n. b2b: 138
Africa Australe	n. 35 aziende approvate n. 22 assistenze attivate n. workshop: 1 n. missioni imprenditoriali: 1 n. b2b: 71

Valutazione di impatto dei progetti PIF - PIM

Nel 2014 si è attivato un processo di raccolta dei dati di impatto economico di tutti i progetti del Piano. La rilevazione ha coperto un arco temporale di un anno e mezzo (dal 1 gennaio 2013 al 31 maggio 2014), si è svolta tramite l'invio di un questionario ad hoc, telefonate, visite aziendali e incontri individuali e si è basata sull'applicazione dei modelli di performance management della *Balanced Scorecard* e di *Sales Funnel* già applicati negli scorsi anni, ma rivisti ed aggiornati in base all'evoluzione contenutistica dei progetti e tramite il lavoro sviluppato con *Praxi S.p.a*, azienda prescelta dalla Camera di commercio di Torino per espletare tale attività di valutazione di impatto. Nella rilevazione sono state coinvolte tutte le imprese che hanno usufruito di almeno un servizio nel periodo di riferimento su ognuno dei 16 PIF e/o dei PIM. Il tasso di risposta

complessivo è stato pari al **43,2%** (619 imprese su 1433). Da quanto raccolto emerge che a livello complessivo il ritorno dell'investimento è molto positivo: per **ogni euro investito ritornano 7,88 Euro** in nuovi contratti/commesse mentre l'indice di trasformazione da negoziazioni a contratti ha rilevanti margini di miglioramento e presenta differenze significative tra i Progetti.



La maggior parte dei contratti è stata conclusa da aziende di Torino (36,1%, seguito da Biella(21%), Cuneo (13,7%) e Alessandria (13,3%). Quasi la metà delle imprese rispondenti ritiene utile, ai fini di sviluppare capacità di competere/innovare, partecipare alle iniziative di networking promosse dal Ceip mentre il 43% ha dichiarato che grazie alla partecipazione alle attività di aggregazione tra imprese è riuscita a sviluppare la propria rete commerciale, mentre il 27% ha migliorato la propria offerta.



Molto positivi anche i dati relativi all'incremento di personale. La partecipazione ai progetti del CEIP costituisce una vera e propria misura anticiclica, consentendo alle imprese che ne fanno parte di mantenere o incrementare i propri livelli occupazionali. Positivo è anche il dato relativo alla riqualifica e allo spostamento di personale verso attività/settori connessi ai processi di internazionalizzazione dell'azienda.



Coordinamento operativo dei rapporti con i Soci e il territorio

- **IDEA - Incontri su Domanda per un Estero Accessibile**

Il servizio IDEA, avviato nel 2010 in collaborazione con Unioncamere Piemonte e le Camere di Commercio piemontesi, offre una corsia preferenziale alle imprese per usufruire più facilmente di servizi di internazionalizzazione. Il servizio viene proposto attraverso appuntamenti nelle sedi delle aziende e/o delle Camere di Commercio sul territorio e di Ceipiemonte, rendendo più capillare la presenza di Ceipiemonte in ogni provincia. Nel 2014 il servizio IDEA ha realizzato 42 incontri e visite aziendali. L'incontro con l'impresa e l'analisi delle richieste consentono di proporre servizi di Ceipiemonte e dei Soci coerenti con la strategia imprenditoriale e di accompagnare la stessa impresa con azioni personalizzate e modulate sul suo posizionamento attuale nonché su obiettivi perseguibili, dalle fasi preliminari dell'approccio ai mercati esteri sino alla realizzazione di un percorso operativo e al monitoraggio dei risultati.

Avvalendosi di competenze interne, Ceipiemonte supporta inoltre l'impresa nella valutazione delle proprie potenzialità e di eventuali criticità, ragionando sugli aspetti strategici e operativi correlati a un modello di internazionalizzazione compatibile con le risorse dell'azienda.

Il percorso proposto può utilizzare anche "Mappamondo", un iter guidato in forma di software ideato per stimolare l'impresa a riflettere sulla situazione del personale alla luce dei propri obiettivi commerciali, a riconoscere eventuali discrepanze e a individuare possibili risposte operative. L'attività in oggetto consente inoltre di monitorare il posizionamento di Ceipiemonte rispetto alle richieste delle imprese e stimola da parte loro osservazioni e nuove proposte, utili nella realizzazione di nuove iniziative e servizi.

- **Acceleratore di business con l'estero**

Nei primi mesi dell'anno è stato completato il progetto "Acceleratore di business con l'estero" nell'ambito del Fondo Perequativo, avviato nel 2013 da Ceipiemonte su incarico di Unioncamere Piemonte e indirizzato prevalentemente a imprese in fase di "prima internazionalizzazione", ovvero imprese che - pur avendone in qualche caso le potenzialità, per capacità, tipologia produttive e struttura organizzativa - non hanno mai esportato o hanno preso parte a una qualche iniziativa promozionale sui mercati esteri senza aver raggiunto i risultati attesi, oppure hanno un'attività export poco sviluppata.

Il progetto prevedeva nei confronti di ciascuna delle 208 imprese individuate un'analisi preliminare delle capacità dell'azienda rispetto all'estero e il confronto su un'idea-progetto sostenibile e realizzabile nel breve/medio termine, con il supporto di un "Temporary Export Manager". Ceipiemonte ha quindi coordinato la realizzazione di un totale di 208 check up della durata media di 1 gg. ciascuno presso altrettante imprese piemontesi (34 realizzati nel 2013 e 174 nel 2014). L'attività realizzata dai Temporary Export Manager si è articolata nell'acquisizione preliminare di informazioni sull'azienda, nella visita / check up e nella redazione di un report post-visita. A seguito dei check up è stato proposto alle imprese un percorso personalizzato di fruizione di servizi reali per l'export in raccordo con attività di accompagnamento specialistico d'area, formazione, promozione e tutoraggio offerte dai PIM-Progetti Integrati di Mercato, PIF-Progetti Integrati di Filiera e Focus Microimprese.

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.

- **Progetto comunitario EBTC – European Business & Technology Centre** (India) - il capofila è Eurochambres e Ceipiemonte è partner con Unioncamere Piemonte e Politecnico di Torino. Ceipiemonte interviene in particolare con attività riguardante il settore trasporti: tecnologie pulite applicate ai trasporti, mobilità, intelligent transport system. Nel 2014 sono state realizzate in particolare le seguenti attività; (i) realizzazione di uno European Pavillon all'interno della manifestazione fieristica REI – Renewable Energy India tenutasi a Delhi dal 3 al 5 settembre 2014 con presenza in stand di aziende europee e realizzazione di workshop e B2B; (ii) realizzazione stand EBTC all'interno della manifestazione Smart Mobility World realizzata a Torino dal 12 al 14 novembre

- **Autonet Serbia** - finanziato dal Ministero dello Sviluppo economico attraverso fondi della Legge 84/2001 per i Balcani. Ceipiemonte è capofila e ha coinvolto nel partenariato Unioncamere Piemonte, Camera di commercio di Torino, Comune di Torino. Il progetto, prorogato fino a marzo 2014, ha permesso di realizzare una missione imprenditoriale svoltasi dal 10 al 15 marzo in Serbia, a Belgrado e Kragujevac, con partecipazione di 7 aziende italiane per complessivi 73 incontri B2B organizzati.
- **East Invest** (Bielorussia, Moldavia, Ucraina, Armenia, Azerbaijan, Georgia) - progetto co-finanziato dalla Commissione Europea e gestito da Eurochambres, capofila di partenariato composto da organismi provenienti da 21 paesi europei. Nel 2014 è proseguita l'attività di coordinamento con Eurochambres in vista del proseguimento del progetto East Invest 2
- **S_LIFE** (European Synergies and Co-operation for Sustainable Vehicle along the Life-Cycle): il progetto presentato a dicembre 2010 nell'ambito del FP VII – Regions of Knowledge – è finalizzato a sviluppare e adottare metodologie e modelli di business efficaci per migliorare la riciclabilità dei componenti del veicolo intervenendo su tutto il ciclo di vita e a trasformare i costi del riciclo in opportunità di business. Le attività del progetto si svolgono nel periodo 2012–2014
- **CARE** (Clean Aerospace Regions) - finalizzato a favorire l'utilizzo di tecnologie verdi nel settore aerospaziale intervenendo sulla componente del veicolo, sui motori nonché sulle operazioni legate al trasporto aereo e all'intermodalità. Analogamente al progetto S-Life anche per il progetto CARE sono state realizzate attività di creazione agenda e joint action plan e sono state avviate le azioni per ampliare la collaborazione con cluster extraeuropei dell'Europa
- **TYREC4LIFE** - progetto approvato ad agosto 2011, è stato presentato nell'ambito del Programma Comunitario LIFE+. Nel corso del 2014 è proseguita l'attività di supporto alla Provincia per le attività di coordinamento e gestione progetto le cui attività sono state prorogate fino a settembre 2015.

EUROMED INVEST Finanziato dalla Commissione Europea e gestito da ANIMA e da un partenariato composto da organismi di 26 Paesi, tra cui Ceipiemonte, il progetto triennale (2014 – 2017) è volto a promuovere la collaborazione industriale, tecnologica e commerciale tra Europa e i Paesi della sponda sud del bacino del Mediterraneo. In particolare le azioni coinvolgeranno: Europa, **Algeria, Egitto, Israele, Giordania, Libano, Libia, Marocco, Tunisia, Siria, Palestina** (alcune aree sono in clausola sospensiva a seguito degli eventi internazionali che li vedono coinvolti). Nel corso del 2014 sono state realizzate 2 attività: (i) partecipazione in partenariato con la Camera di Commercio Italiana di Marsiglia a Tech Agrifood nell'ambito di Cibus tech (Bologna, ottobre 2014); (ii) organizzazione del Med Pavillon all'interno di Smart Mobility World (Torino, novembre 2014) con accoglienza delegazione istituzionale Med, realizzazione workshop di presentazione delle opportunità nell'area e organizzazione incontri individuali di approfondimento per le imprese. In conferenza sono stati presentati i principali prodotti turistici dell'offerta piemontese e le novità e gli eventi più significativi del 2013, come la candidatura UNESCO dei paesaggi vitivinicoli del Sud Piemonte, i World Master Games e il 400° anniversario dell'Assedio di Canelli. Al termine è stato organizzato un momento di showcooking in collaborazione con Ristorazione Service snc - Ospitalità Italiana. L'organizzazione dell'evento è avvenuta in collaborazione con Maggioni Tourist Marketing.

Agrifood Marketing

Nel 2014 il settore Agrifood Marketing ha concluso le attività 2013 del progetto di filiera dedicato al settore alimentare, Piemonte Food Excellence, e ha avviato l'edizione 2014, che ha visto l'inserimento di 39 nuove imprese.

Anche nel 2014 ci si è avvalsi della collaborazione del CEAM-Centro Estero Alpi del Mare, azienda speciale della Camera di commercio di Cuneo tramite il rinnovo della consueta convenzione che prevede, oltre a un supporto organizzativo sulle attività promozionali, che il CEAM funga da interfaccia per le imprese del territorio cuneese; tale collaborazione è stata inserita nell'ambito di Piemonte Food Excellence.

Attività promozionali

Le fiere organizzate al di fuori del progetto di filiera sono state due, il Foodex di Tokyo (4-7 marzo) e il Prowein di Düsseldorf (23-25 marzo) cui hanno preso parte in totale **100 imprese**.

In aggiunta Ceipiemonte ha collaborato con la Camera di commercio di Alessandria per l'organizzazione di un evento b2b riservato ai vini vincitori del premio Marengo DOC, che si è svolto ad Alessandria il 17 ottobre, con la partecipazione di **35 imprese** del territorio e che ha coinvolto 11 importatori stranieri provenienti da 9 paesi: Finlandia, Germania, Liechtenstein, Paesi Bassi, Polonia, Repubblica Ceca, Regno Unito, Svezia e Svizzera.

PIF Piemonte Food Excellence

Nel corso del 2014 si sono sviluppati parallelamente il progetto edizione 2013 e 2014. La seconda annualità, avviata in primavera, ha visto un deciso incremento delle imprese partecipanti, **211** totali tra le quali 171 appartenenti al comparto dei prodotti alimentari finiti e 40 a quello delle tecnologie produttive. Le iniziative, suddivise per tipologia, sono state organizzate nell'ambito delle due annualità dei progetti.

- **Promozioni con la GDO**

- **Sapori d'Italia nel mondo – promozione dell'alimentare italiano in Tailandia, Bangkok 14 agosto-11 settembre.** Il progetto, realizzato nell'ambito dell'accordo di programma Unioncamere/ICE, prevedeva una parallela promozione in Mynamar, poi annullata perché nel frattempo le condizioni di esportazione nel Paese sono radicalmente cambiate. Dopo i b2b con le imprese candidate svoltisi a Firenze il 17 e 18 febbraio, l'iniziativa si è concretizzata nell'estate; delle **21 imprese** piemontesi candidate 9 hanno partecipato ai b2b e 2 sono state prescelte per la partecipazione attiva all'evento.
- **Settimane promozionali del Piemonte presso i punti vendita della catena gourmet City Super di Shanghai, 20 marzo -2 aprile.** L'iniziativa è stata avviata con l'organizzazione di incontri b2b tra imprese e buyer della catena, effettuati dal 3 al 5 aprile, cui hanno partecipato **62 aziende**. Di queste, 23 sono state selezionate per l'acquisto di prodotti da utilizzare durante la promozione e di Hong Kong (ma solo 19 alla fine hanno trovato un accordo), nel corso della quale è stato anche ingaggiato un cuoco che ha preparato piatti tipici e tenuto cooking lesson.
- **Manor chiama Piemonte.** Il progetto avviato nel 2014 e tuttora in corso è finalizzato all'inserimento stabile di referenze di prodotti piemontesi all'interno della catena gourmet svizzera Manor, interessata d inserire nuovi prodotti nel comparto del secco. **50 le imprese** candidate, 15 delle quali hanno partecipato a incontri bilaterali di presentazione tenutisi a Basilea il 18 e 19 settembre; Manor chiama Piemonte è realizzato in collaborazione con la Camera di Commercio Italiana in Svizzera.
- **Promozione con la Collezione di Praga.** Il progetto avviato nel 2014 si è concluso nel 2015. A ottobre si sono raccolte le candidature delle **aziende (16)** e organizzati i b2b tra i buyer del gruppo e quelle selezionate (13)

- **Vendere in Corea al gruppo OURHOME.** Scopo dell'iniziativa era presentare all'importante gruppo coreano operante nel settore della ristorazione possibili fornitori piemontesi. Le imprese candidate sono state **20** di cui 10 hanno incontrato a Parigi e a Torino dal 20 al 24 ottobre scorso i buyer del gruppo.

In totale sono state coinvolte **134 imprese**.

- **Saloni Internazionali**

- ISM, Colonia 26-29 gennaio
- Prodexpo, Mosca, 10-14 febbraio
- Gulfood, Dubai, 23-27 febbraio
- Micromalto (Cibus), Parma, 5-8 maggio
- PLMA's World of Private Label, Amsterdam, 20-21 maggio
- Summer Fancy Food, New York, 30 giugno-2 luglio
- Speciality & Fine food Fair, Londra, 7-9 settembre
- SIAL, Parigi, 19-23 ottobre

Si è trattato di **8 fiere** in totale cui hanno presenziato **97** aziende (pochissime hanno preso parte a più di una fiera) al 95% iscritte al PIF.

- **Workshop/Missioni all'estero**

- Missione in Corea del Sud, Seoul, 9-11 luglio
- Selezione Italia Food, Helsinki, 30 settembre
- Italian Wine & Gourmet Days, Stoccolma 24 novembre

Vi hanno preso parte in totale **26 imprese**

- **Accoglienza operatori stranieri**

- Piemonte Gourmet, Torino, 3-5 marzo
- Meet@Piemonte Agritech, Savigliano, 13-15 marzo
- Taste Piemonte, Torino, 23-24 ottobre
- Tech Agrifood, Programma Euromed, Parma, 29-30 ottobre

Vi hanno aderito in totale **172 imprese** e sono stati invitati o coinvolti **48 operatori esteri** per un totale di **540 incontri b2b** realizzati

- **Attività di formazione**

Si sono identificate alcune attività a carattere formativo in risposta alle esigenze delle aziende parte del progetto:

- Export Check Up – Focus Agroalimentare: scegliere il mercato target e pianificare in funzione della propria capacità competitiva; Torino, 25 e 26 febbraio
- Le opportunità di marketing per le PMI offerte dal Web 2.0, Torino, 19 maggio
- Building and Developing a Winning Sales Style, Torino, 23 e 24 luglio, diviso in due parti che analizzano aspetti diversi della comunicazione finalizzata alla vendita

Si è inoltre data l'opportunità di partecipare a uno dei corsi inseriti a programma da Ceipiemonte:

- The "five-minute speech": developing a concise and convincing communication style, Torino, 6 e 13 febbraio

In totale **45 imprese** hanno preso parte a queste attività di formazione.

- **Progetti speciali**

- **Progetto interregionale Agroalimentare di filiera Italia-India**, in collaborazione con ICE Agenzia e con le regioni: Calabria, Emilia Romagna, Lombardia, Veneto; il progetto ha previsto una molteplice serie di iniziative tra le quali:
 - seminario di presentazione del mercato alimentare e della produzione di alimentari e bevande in India, Torino la partecipazione a due fiere, Torino, 28 marzo (21 partecipanti)
 - partecipazione a n. 2 fiere: Food & Hospitality World –Mumbai, 23/25 gennaio e Foodtec –Mumbai, 14/16 novembre (3 partecipanti)
 - n. 4 attività di accoglienza operatori rispettivamente il 7 aprile a Verona, 8-9 aprile a Torino, 26-27 ottobre a Torino (in occasione del Salone del Gusto), 29-30 ottobre a Parma (in occasione di Cibustec) di delegazioni appartenenti ai comparti del food & wine e delle tecnologie per la produzione di alimentari e bevande. Ai vari incontri hanno preso parte un totale di 43 aziende che hanno avuto 138 incontri bilaterali in totale. Gli operatori esteri invitati sono stati 34.

Nessuna impresa piemontese ha preso parte alla missione organizzata a luglio in India.

- **Progetto Interregionale MECAMEX**, in collaborazione con ICE Agenzia e con le regioni: Emilia Romagna, Lombardia, Veneto; il progetto, rivolto al settore della meccanica strumentale, è gestito in collaborazione con il PIF InTo Mech. E' stato presentato alle imprese a Torino il giorno 14 maggio alla presenza di 3 imprese del settore del macchinario alimentare (10 totali).

Servizi personalizzati

Sono stati erogati vari servizi personalizzati, si evidenziano in particolare:

- consulenza *inhouse* e possibilità di invitare interlocutori esteri offerta alle imprese del settore macchinari, cui hanno aderito 2 aziende
- ricerca di contatti su mercati target offerta ai produttori di alimentari appartenenti a sotto-settori meno rappresentati nel progetto, erogata a 9 aziende

e alcuni servizi erogati alle aziende che presentavano debolezze, in particolare:

- check-up aziendali, di cui hanno fruito 40 aziende
- tutoring commerciale di cui hanno fruito 8 aziende
- analisi siti web di cui hanno fruito 10 aziende.



n. imprese selezionate (PIF 2014): 211
 n. iniziative con GDO estera: 5
 n. imprese aderenti a iniziative con la GDO: 134
 n. fiere: 10
 n. aziende partecipanti a fiere: 100
 n. workshop/missioni all'estero: 3
 n. aziende partecipanti a workshop/missioni all'estero: 26
 n. aziende partecipanti b2b Italia: 215
 n. operatori esteri invitati in Italia: 82
 n. b2b con operatori esteri in Italia: 678
 n. seminari informativi: 2
 n. aziende partecipanti a seminari informativi: 24
 n. corsi di formazione: 5
 n. aziende partecipanti a corsi di formazione: 45
 n. imprese fruitrici di servizi personalizzati: 69

Tourism Promotion

Le attività sono state pianificate in stretta collaborazione con la Direzione Cultura, Turismo e Sport, Settore Promozione Turistica, sulla base delle linee guida del Piano Strategico Regionale del Turismo, con l'intento di dare continuità alle azioni intraprese negli anni precedenti, per rafforzare e consolidare la conoscenza del prodotto Piemonte, rivolgendosi anche a nuove aree in grado di generare flussi turistici.

Coerentemente con quanto indicato nel Programma Attività Turismo 2014, redatto nelle more della Convenzione e in attuazione a quanto previsto dall'articolo 3 della Convenzione Quadro, repertorio 16287 del 14/07/2011 ed allo stesso Programma di Attività presentato da Ceipiemonte, nel 2014 sono state espletate le attività promozionali di seguito elencate, al fine di promuovere il territorio piemontese quale destinazione turistica nei mercati target individuati, ovvero: Austria, Belgio, Francia, Germania, Italia, Olanda, Paesi Scandinavi, Svizzera, Russia, Brasile, Canada, Polonia, Spagna, Regno Unito, Repubblica Ceca, Turchia, Stati Uniti, Ungheria.

• Russia

Press trip TV ROSSIA 1 - Torino 28 febbraio –04 marzo

Nell'ambito della realizzazione di attività promozionali e di comunicazione volte ad incrementare la presenza turistica russa sul nostro territorio è stato organizzato un educational tour per uno dei canali principali della tv russa.

In occasione dell'anno bilaterale del turismo Italia-Russia, l'ENIT di Mosca ha avviato una cooperazione con vari mass media russi. In particolare, con il canale "Rossia-1" è stato avviato il progetto "Un anno con l'Italia".

Per il Piemonte la TV russa ha trattato i seguenti temi:

- Torino, città d'arte e cultura
- Torino, città post olimpica
- Il carnevale di Ivrea e la battaglia delle arance
- Piemonte ed enogastronomia.

Fiera MITT (Moscow International Travel & Tourism) - Mosca 19 - 22 marzo

Con oltre 3.000 espositori, circa 200 destinazioni e una media annuale di circa 75.000 visitatori, la MITT è la manifestazione di settore più importante della Russia ed una tra le top five nel mondo. Nell'ambito dell'anno bilaterale del turismo Italia-Russia, la 21° edizione della MITT ha avuto co-me partner ufficiale l'Italia.

Attività realizzate:

- stand di 30 mq nell'area espositiva di ENIT, allestito con immagini del territorio, utilizzato per distribuire materiale promozionale e per realizzare incontri tra domanda e offerta
- realizzazione, tramite supporto di un'agenzia di promozione di Mosca, di un'agenda di incontri, nelle giornate del 19 e 20 marzo, all'interno della Fiera, al fine di incrementare i contatti b2b tra buyer russi e operatori incoming piemontesi. Diversi operatori si sono detti soddisfatti dell'iniziativa chiedendo di ripeterla nei prossimi anni
- organizzazione di una 'working dinner', presso il Ristorante Bontempi di Mosca, aderente al circuito marchio Ospitalità Italiana, cui sono stati invitati gli operatori piemontesi e russi che si sono incontrati in fiera grazie all'agenda organizzata da Ceipiemonte e alcuni tra giornalisti e tour operator che hanno collaborato con la Regione Piemonte in occasioni precedenti
- Pagina Facebook "Italy Augmented" - Russia Marzo
- campagna promozionale su social network tramite la collaborazione con l'agenzia 5 Sensi, gestore della pagina Facebook "Italy Augmented". Rivolta esclusivamente a un pubblico di lingua russa, tale pagina è stato un ottimo strumento per la promozione delle eccellenze italiane, culturali e commerciali e ha raggiunto ottimi risultati sia in termini di visibilità che di

popolarità con oltre 30.000 utenti di buona cultura e reddito, interessati all'arte, all'enogastronomia, ai viaggi, agli eventi ma, soprattutto, al Made in Italy.

I temi dei 10 post proposti sono stati:

- Carnevale di Ivrea
- Venaria Reale e il programma delle mostre
- Museo Egizio e Museo del Cinema
- Riapertura di Villa Taranto e eventi Distretto dei Laghi
- Vinum Alba e Piemonte On Wine
- Shopping Outlet
- Fiera Tartufo d'Alba con abbinamento di una ricetta tipica
- Palio d'Asti e Festival delle Sagre
- Ricette con riso che coinvolgono i territori della zona di Biella, Novara e Vercelli
- Post ad hoc per la Fiera Mitt con offerte speciali messe in palio dagli operatori piemontesi partecipanti.

Pubblicità Guida Viaggi – Marzo

Pubblicità tabellare di una pagina intera sullo speciale ZOOM RUSSIA della rivista Guida Viaggi in occasione della nostra partecipazione alla MITT.

• Usa

NYC bike expo e gran fondo di New York, 16-18 maggio

Partecipazione all'esposizione dedicata al mondo del ciclismo, preludio alla Gran Fondo New York, manifestazione ciclistica internazionale di ciclofondo amatoriale che si è svolta domenica 18 maggio con arrivo e partenza a New York e percorso sulle colline dello stato di New York e del New Jersey. La presenza piemontese è stata gestita da Ceipiemonte su incarico dell'Assessorato al Turismo della Regione Piemonte.

L'evento, a firma italiana, è stato infatti finalizzato a portare nel cuore della metropoli americana lo Stile Italiano. Ogni anno gli iscritti alla gara sono circa 6.000 persone, provenienti da diverse nazioni, appassionati di cicloturismo e con una buona capacità di spesa. La gara e l'expo hanno richiamato anche molti curiosi e le due iniziative hanno rappresentato un veicolo ideale per promuovere salute, sostenibilità, cultura ciclistica italiana e viaggi internazionali.

Il Piemonte, in collaborazione con la Italy-America Chamber of Commerce, ha proposto quindi i suoi prodotti turistici in uno spazio espositivo all'interno della NYC Bike Expo allestito all'interno del Lexington Armory, noto edificio storico nel cuore di Manhattan, con accesso gratuito e libero al pubblico. Tale area è stata utile per distribuire materiale promozionale sulla regione e sulle offerte per gli sportivi, per la presentazione di prodotti turistici legati al cicloturismo, per incontrare e avviare contatti con giornalisti e operatori turistici statunitensi specializzati in tale prodotto. Il 15 maggio si è inoltre svolto un incontro con la stampa di settore e tour operator americani organizzato, in collaborazione con l'ENIT di New York, cui hanno partecipato circa 40 persone.

Lo stand piemontese ha ospitato l'ASD (Associazione Sportiva Dilettantistica) Fausto Coppi On The Road, che organizza ogni anno a Cuneo la granfondo Fausto Coppi le Alpi del Mare che, gemellata proprio con la Gran Fondo New York, porta in Piemonte migliaia di ciclisti da tutto il mondo. Inoltre, all'evento ha partecipato l'Ente Turismo Alba Bra Langhe Roero per proporre la prima edizione di WOW Wonderful Outdoor Week, evento ideato dall'ATL Langhe Roero e dall'ATL del Cuneese, che si svolge da maggio a settembre, per promuovere su scala internazionale la provincia di Cuneo come area di destinazione ideale per la pratica dell'outdoor. Durante l'Expo sono stati messi in palio diversi soggiorni in Piemonte e, grazie a tale iniziativa, sono stati raccolti più di 300 nominativi di appassionati di cicloturismo.

• Gran Bretagna

Educational Tour “SKIING IN PIEDMONT” - Cuneese, Alagna Valsesia, Montagne torinesi 5-8 febbraio

Rivolto a 10 media/blogger e 2 t.o. alla scoperta dei principali ski resort del Piemonte, e in collaborazione con le ATL, con lo scopo di far sperimentare le piste dei comprensori sciistici in prima persona e di far conoscere inoltre l'offerta après-ski e le strutture ricettive delle località.

In collaborazione con l'ENIT di Londra sono stati selezionati i partecipanti, i quali sono stati divisi in tre gruppi. Ogni gruppo ha seguito un itinerario di visita differente per incontrarsi l'ultimo

giorno tutti a Torino per un tour guidato della città. I programmi di visita prevedevano due giornate sulle piste, per scatenarsi con gli sci o con lo snowboard, per divertirsi con attività après ski come lo snow safari con il gatto delle nevi o un giro in kart sul ghiaccio all'Ice Rosa Ring di Riva Valdobbia, per rilassarsi in un centro benessere e, per finire, gustare ottimi piatti della tradizione locale. Per i T.O. inoltre sono state previste site inspection di diverse strutture ricettive del territorio montano.

WTM (World Travel Market) – Londra, 3-6 novembre

La manifestazione, giunta alla sua 35ª edizione, è la principale fiera turistica del mercato europeo dedicata esclusivamente al trade.

Attività realizzate:

- partecipazione all'interno dello spazio espositivo presso lo stand ENIT, Agenzia Nazionale del Turismo
- conferenza stampa rivolta alla stampa specializzata inglese
- Marketing Workshop e Working dinner, incontro di formazione con un esperto marketing del mercato turistico britannico
- eEvento promozionale "Accademia del Barolo WINE TASTING"
- acquisto e aggiornamento Multimedia Kit Press e Trade; consegna delle chiavette USB contenenti tutto il materiale informativo, suddiviso in lingua, tra T.O. e giornalisti;
- Flyer Expo, materiale promozionale ed informativo scritto in lingua inglese, che riporta gli eventi più importanti che si svolgeranno nella nostra Regione durante l'EXPO 2015.

Evento promozionale Londra "Accademia Del Barolo Wine Tasting" – 3 novembre

Giornata di degustazioni di Barolo organizzata dall'Accademia del Barolo in collaborazione con il magazine specializzato Decanter.

Programma

- Ore 10.30: Saluto dell'Assessore Parigi
- Ore 11.00 - 12.30: Seminario guidato da un giornalista di Decanter dedicato ai Barolo 2010 dei produttori dell'Accademia per un pubblico di giornalisti e operatori commerciali selezionati (40/50 persone)
- Ore 12.30-17.00: Walk around tasting dedicato ad un pubblico selezionato di giornalisti wine&food, operatori commerciali, somellier, ristoratori etc. (100/120 persone)
- Ore 18.00-20.00: Walk around tasting dedicato al pubblico pagante di consumatori finali, lettori di Decanter (150 persone)

Ceipiemonte è stato presente con un corner per la distribuzione di materiale promozionale allestito con totem e video del Piemonte.

L'iniziativa è stata un'ottima occasione per promuovere in maniera mirata la destinazione turistica in abbinamento alle sue eccellenze enogastronomiche ad un pubblico altamente specializzato.

PROGETTI E EVENTI SPECIALI

• **Banner e Video EUROSPORT** - Italia Europa

Pubblicazione di Banner promozionale su EUROSPORT.COM Mobile iPhone/ Android - Home Page + Ciclismo dal 15 al 24 Maggio. Messa in onda su Eurosport TV Paneuropea prima delle dirette dal Giro d'Italia di un video da 1 minuto sulle tappe piemontesi su Barolo-Barbaresco e su Oropa.

• **71° Open d'Italia** – Torino 28 – 31 agosto

L'Open d'Italia maschile è la più grande "vetrina", sul piano nazionale e internazionale, del golf tricolore. Si gioca dal 1925 e, con l'esclusione delle edizioni non disputate durante la guerra e negli anni '60, nel 2014 si è giunti alla 71ª edizione che ha avuto luogo dal 28 al 31 agosto 2014 presso il Circolo Golf Torino – La Mandria.

E' stato allestito uno spazio di 16 m2 presso il Villaggio Commerciale e di 48 m2 presso il Villaggio Ospitalità con pannelli che ritraggono i prodotti turistici del territorio regionale. Gli spazi sono stati utilizzati per distribuire del materiale promozionale al pubblico e agli ospiti selezionati che hanno potuto accedere al Villaggio Ospitalità grazie al pass loro riservato.

Inoltre, per i visitatori dello spazio regionale presso il Villaggio Ospitalità è stato offerto un welcome coffee e un aperitivo per circa 60 persone al giorno, diviso tra la mattina e il

pomeriggio, a cura dello chef stellato di fama internazionale e appassionato golfista Giancarlo Morelli, a capo del servizio di catering Pomiroeu.

- **Workshop B2B “PiemontART&Culture”** – Piemonte 14-18 settembre

Realizzazione del workshop b2b con educational tour sul territorio rivolto a 30 buyer internazionali, i quali hanno potuto scegliere tra 5 differenti itinerari proposti dalle Agenzie Turistiche Locali, per poter scoprire le varie eccellenze artistico-culturali presenti nel nostro Territorio.

In seguito, ha avuto luogo il Workshop presso il Palazzo del Governatore di Mondovì, con i successivi incontri B2B tra buyer internazionali e seller piemontesi con focus sul tema arte e cultura.

PROGETTO PIEMONTE OUTDOOR

- **Evento promozionale Piemonte Outdoor**

- Vicolungo Outlet 8-9 Febbraio
- Mondovicino Outlet 15-16 Febbraio
- Limone Piemonte 22-23 Febbraio
- Bardonecchia 1-2 Marzo

Organizzazione di otto eventi rivolti al grande pubblico per promuovere il portale regionale www.piemonteoutdoor.it

- **Supplemento rivista tedesca Bergsteiger** - Langhe Roero, Cuneese 24 – 28 marzo

Organizzazione di un educational tour per una giornalista della rivista.

Risultato ottenuto: Realizzazione di un supplemento di 16 pagine dedicato all'escursionismo nel Sud Piemonte.

- **Supplemento rivista italiana Meridiani Montagna** - Val Soana, Alta Valle Susa 11 e 14 aprile

Organizzazione di un educational tour per una giornalista della rivista.

Risultato ottenuto: Realizzazione di un supplemento di 16 pagine dedicato all'escursionismo in provincia di Torino.

- **Supplemento rivista francese Montagnes Magazine** - Biellese, Valsesia, Val d'Ossola 22-26 aprile

Organizzazione di un educational tour per una giornalista della rivista.

Risultato ottenuto: Realizzazione di un supplemento di 16 pagine dedicato all'escursionismo nel Nord Piemonte.

- **Press Trip Bike Piemonteoutdoor**

- Langhe, Astigiano, Alessandrino 11-15 giugno
Viaggio stampa alla scoperta dei percorsi cicloturistici su strada del Sud Piemonte rivolto a 4 rappresentanti di testate specializzate del seguente mercato: Scandinavia.
- Cuneese, Valle Maira 18-21 giugno
Viaggio stampa alla scoperta dei percorsi MTB rivolto a 4 rappresentanti di testate specializzate dei seguenti mercati: Italia, Belgio.
- Biellese / Valsesia 3-6 settembre
Viaggio stampa rivolto a 4 rappresentanti di testate specializzate dei seguenti mercati: Germania, Austria.

- **Campagna stampa web** – giugno, luglio, agosto

Pianificazione di una campagna stampa web sui principali siti di settore nazionali e internazionali per la promozione del sito web PIEMONTEOUTDOOR, attraverso la realizzazione di banner promozionali. A livello nazionale, sono stati acquistati spazi web sui principali quotidiani on line del Piemonte, Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana e Lazio. Focus: Montagna estiva; vacanza attiva.

Riviste on line:

- Italia - www.montagnaonline.com, loscarponeonline, Lastampa.it sezione viaggi, La Nazione,
- Il Messaggero, Il resto del Carlino, Pleinair, www.trekking.it, Il Secolo XIX, Repubblica ed. Lombardia
- Germania, Svizzera - alpin.de, www.wandermagazin.de, nationalgeographic.de, geo.de, trekking magazine

- Francia, Belgio, Svizzera - nationalgeographi.fr , geo.fr ; montagnes.com, trekmag.com, bibike, Grand reportages, Wider
- Olanda – italiemagazine, Oppad.nl, Bikeandtrekking, Hikeandtrekking,
- National Geographic Olanda
- Paesi scandinavi - magasinetreiselyst.no, vagabond.se, vagabond.info
- **Concorso Instagram #VIVILPIEMONTE** – Giugno, luglio, agosto
Attivazione di un concorso fotografico su Instagram rivolto ai turisti che si trovano nella nostra regione e alle scuole piemontesi. L'obiettivo è stato quello di incrementare la partecipazione, stimolando i potenziali partecipanti sia a pubblicare le foto, sia ad approfondire sul portale Piemonteoutdoor le tematiche dedicate alla montagna estiva.
- **Materiale Promozionale CARTINE TEMATICHE** – novembre
Realizzazione 7 cartine in 4 lingue ITA/EN/FR/DE con itinerari tematici dedicati alla montagna.

MATERIALE PROMOZIONALE

- **Multimedia 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 un video che presenta una panoramica delle bellezze artistiche e naturalistiche del Piemonte, dei suoi prodotti tipici e del suo stile di vita.
Lingua: Italiano, Inglese, Giapponese, Coreano, Russo, Francese, Tedesco, Spagnolo.
- **Multimedia 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 un video che presenta una panoramica delle bellezze artistiche e naturalistiche del Piemonte, dei suoi prodotti tipici e del suo stile di vita.
Lingua: Italiano, Inglese, Giapponese, Coreano, Russo, Francese, Tedesco, Spagnolo.
- **Cartina "Terra di Golf"**
La cartina riporta tutti i campi da golf presenti in Piemonte con l'indicazione delle clubhouse ad essi associate. Il prodotto editoriale è stato progettato in modo da poter vivere indipendentemente dalla guida realizzata da Touring Editore così da poter essere ristampata come materiale promozionale "stand alone" in qualsiasi momento. La base della cartina, già esistente, è stata modificata sostituendo gli itinerari turistici riportando le indicazioni dei campi da golf presenti in Piemonte. Sono state realizzate 30.000 copie, nelle lingue seguenti: Italiano, Inglese, Giapponese, Coreano, Russo, Francese, Tedesco, Spagnolo.
- **Guida "Il Turismo del Golf in Piemonte"**
La guida si propone di condurre il lettore alla scoperta del turismo golfistico in Piemonte con i 44 campi da golf della regione. Per ogni campo da golf segnalato è previsto un box di approfondimento con i dati tecnici essenziali (lunghezza percorso, buche ecc.) e una breve descrizione. A corredo del volume sono presenti alcuni itinerari turistici selezionati.
- **Newsletter "Club Amici del Piemonte"**
Sono state realizzate (produzione, traduzione) e divulgate 4 edizioni multilingue della newsletter trimestrale del "Club Amici del Piemonte". Le newsletter, tradotte in inglese, russo, giapponese e coreano hanno come argomento: le iniziative di promozione organizzate in Piemonte, i nuovi pacchetti turistici e le novità offerte dal territorio in programma nei tre mesi successivi.
Il "Club Amici del Piemonte", nato nel 2009, è dedicato a chi ama il Piemonte e desidera approfondirne la conoscenza. Si tratta di un progetto ideato per fidelizzare gli addetti del settore - tour operator, giornalisti e opinion leader - che hanno scoperto il nostro territorio e ne sono rimasti affascinati. L'intento è di rafforzare e di valorizzare le partnership già avviate che hanno portato alla commercializzazione della regione e, soprattutto, hanno alimentato una delle più importanti strade del marketing turistico: il buzz marketing, ovvero il passaparola.
- **Brochure "Piemonte Experience - Preview 2015"**
In occasione della partecipazione della Regione Piemonte alla fiera WTM di Londra, per veicolare al meglio le informazioni legate all'avvenimento EXPO 2015 e rendere attrattiva la

destinazione, è stato scelto di dotarsi di materiale promozionale e informativo adeguato attraverso la realizzazione di una brochure che riportasse gli eventi più importanti che si sarebbero svolti nella nostra regione durante l'EXPO 2015. Sono state quindi prodotte 2.000 copie della brochure in lingua inglese "Piemonte Experience – Preview 2015" da distribuire a tour operator, giornalisti e pubblico durante la fiera.

WORLD CHAMBERS CONGRESS

Il 2014 ha visto una importante fase preparatoria finalizzata alla realizzazione della 9° edizione del World Chambers Congress che Torino ospiterà nel giugno 2015: un'opportunità di business e di visibilità per il Piemonte, Torino, le imprese locali, la Camera di commercio, che potranno rafforzare il proprio posizionamento a livello locale, nazione e internazionale. Oltre 1600 rappresentanti di aziende e delegati delle camere, provenienti da 120 paesi, si confronteranno per tre giorni sul ruolo del sistema camerale e sui principali temi economici. Il dibattito ruoterà intorno a tre parole chiave: Community, Identity e Vision.

Attività svolte:

- Gestione del bando di gara per la selezione del PCO (Professional Congress Organizer),
- coordinamento dei servizi logistici e della parte organizzativa gestiti dal PCO
- controllo e verifica del budget preventivo approntato dal PCO
- preparazione e partecipazione alle site inspection da parte del World Chambers Federation (partner internazionale dell'organizzazione del congresso) di aprile e maggio
- gestione operativa della partecipazione ai WCF World Council meeting per la promozione del congresso (Tokyo, Buenos Aires)
- definizione del piano di mediapartnership in collaborazione con l'ufficio comunicazione della Camera di commercio di Torino
- gestione e supervisione di alcuni materiali marketing destinati alla promozione dell'evento.

Invest in Torino Piemonte

Le attività volte all'attrazione di investimenti, in costante 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, nell'ambito del Piano per l'Internazionalizzazione e, nello specifico, nel quadro dei seguenti Progetti Integrati di Filiera e di Mercato:

- PIF Health&Wellness
- PIF Ecompanies. Go-Green with Torino Piemonte Italy
- PIF Infrastructure & Logistics
- PIF Design Building Living
- PIM Corea del Sud, Cina, Giappone
- PIM NAFTA

L'attività si è strutturata in 6 linee principali:

1. 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 sono attivati progetti, promuovendoli sui principali mercati di riferimento attraverso le competenze industriali, le capacità di R&S e lo scouting sui "buchi di filiera" per l'attrazione di nuovi investimenti: in particolare, biotecnologie e life sciences, energie rinnovabili e alternative, mobilità sostenibile e Intelligent Transport System, logistica.

• Biotecnologie e Life sciences

Il settore presenta elevate potenzialità dal punto di vista di investimenti esteri in nicchie specializzate e ad alto contenuto tecnologico, che richiedono importanti sforzi finanziari. I big player del settore dispongono di molta liquidità e sono disposti a realizzare investimenti laddove si presentino le condizioni necessarie per sviluppare nuovi business.

Nel 2014 si è deciso di concentrarsi su due attività: il presidio a BioEurope Spring, organizzato a Torino, e un'attività di scouting e conseguente missione b2b in Israele. Tale attività ha consentito di verificare che il settore e il Paese offrono buone opportunità di partnership tecnologico/produttiva con le nostre imprese e aziende interessate a investire in nuove unità produttive/distributive per coprire mercati altrimenti preclusi al "made in Israel". A questo proposito nel corso della missione sono stati organizzati oltre 10 b2b e avviati contatti approfonditi con 3 aziende con le quali si stanno valutando concrete opportunità di investimento. Questo tipo di attività ha richiesto la collaborazione con il parco tecnologico e polo dedicato: Bioindustry Park/BioPmed. Collaborazione che, nata nel 2008 in occasione della prima partecipazione piemontese al Bio Europe di Mannheim, prosegue in modo proficuo e ha consentito di verificare il matching tra le aziende identificate in Israele e quelle appartenenti alla filiera locale.

2. Promozione territoriale immobiliare

Nell'ambito delle attività del PIF Design Building Living e su incarico della Città di Torino Ceipiemonte ha coordinato la partecipazione del Sistema Piemonte al Mipim di Cannes e ha inoltre organizzato, esclusivamente per la Città, una serie di missioni internazionali. Rispetto alla programmazione di queste attività, Ceipiemonte si è posto come soggetto atto a favorire l'integrazione e le relazioni tra il Sistema Locale e l'investitore, svolgendo attività 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).

I. **Mipim** - Cannes, 11-14 marzo. Principale fiera del settore immobiliare a livello internazionale, si caratterizza per l'elevato numero di partecipanti, per la massiccia partecipazione di città, enti locali e agenzie d'attrazione d'investimenti, per la storica presenza di operatori finanziari, developer (banche, investitori) e per la rilevante copertura media. Come espositori o visitatori hanno aderito all'iniziativa Ance Piemonte Valle d'Aosta (Associazione Nazionale Costruttori Edili Piemonte e Valle d'Aosta) e Finpiemonte Partecipazioni, con la società partecipata Montepo; e 4 società private iscritte al Programma Integrato di filiera *Design Building Living*: Fas Serramenti, Gefim, Immo Group, IPI. Il Sindaco di Torino ha partecipato ad alcuni eventi istituzionali e a un fitto programma di incontri b2b, consentendo di rafforzare la "presenza" che ormai il territorio ha nell'ambito di questa manifestazione.

II. **Missioni Città di Torino.**

Nell'ambito del progetto di promozione territoriale, per conto della Città di Torino Ceipiemonte ha organizzato le seguenti missioni:

- Londra (maggio), finalizzata a una serie di incontri b2b organizzati con l'aiuto di Morgan Stanley e alla presentazione, presso il Crystal e in collaborazione con Siemens, del progetto di Variante 200
- Mosca (luglio), in collaborazione con ICE Mosca, volta a presentare le opportunità di investimento immobiliare a circa 20 soggetti individuati sul mercato russo
- Chicago-Philadelphia-New York (settembre). Organizzata in collaborazione con Consolato italiano a Philadelphia e ICE, la missione ha consentito di incontrare una varietà di soggetti che vanno dalle università e centri di ricerca, a venture capitalist e studi legali internazionali, utili a canalizzare opportunità di investimento sul territorio
- Singapore, Hong Kong, Shanghai. Ultima tappa del programma, è stata organizzata in collaborazione con lo Studio Chiomenti, studio legale internazionale con una solida presenza nel Far East, Intesa Sanpaolo, che vanta un altrettanto radicato network e la rete diplomatica in loco. Il numero di incontri è stato elevatissimo e gli interlocutori di molteplice natura, dall'istituzionale al privato, consentendo, tra l'altro, di stabilire proficui contatti con alcune associazioni imprenditoriali locali che organizzeranno missioni di imprese nel corso del 2015, anche in occasione di Expo e del World Chamber Congress.

3. **Observer - Monitoraggio Multinazionali (Mne) presenti in Piemonte**

Manutenzione permanente della prima Banca dati "proprietaria", a carattere dinamico-evolutivo relativa alla presenza multinazionale in Piemonte, a partire dalla provincia di Torino ed estesa dal 2012 su scala regionale. Avviata nel 2009, 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 includono:

- **Colloqui con le Multinazionali.** Proseguendo l'impostazione di interviste effettuate nell'edizione precedente del progetto, si è inteso instaurare una relazione diretta e continuativa con un gruppo rappresentativo di Mne in Piemonte attraverso interviste dirette in azienda. Tali attività sono state utili anche ai fini della valutazione sulla possibilità delle singole aziende di acquisire ulteriori funzioni aziendali e a maggiore valore aggiunto. Tra il 2013 e il 2014, nell'ambito del progetto dedicato al monitoraggio delle multinazionali presenti in Piemonte,

sono state intervistate 22 imprese a partecipazione o controllo estere. Complessivamente sono stati intervistati 31 top manager aziendali, che hanno messo in luce gli aspetti più positivi e le maggiori criticità legate alle loro relazioni con la casa madre estera, con il territorio e le istituzioni, le imprese dell'indotto e il capitale umano.

- **Aftercare** (assistenza tecnica specializzata verso aziende estere già presenti in Piemonte). Nell'ottica di fornire assistenza tecnica mirata e vicina alle esigenze delle imprese estere presenti in Piemonte, si è intensificata l'attività di incontro con imprese al fine di approfondire le modalità di sviluppo di nuovi progetti di reinvestimento, di R&S o di innovazione. Complessivamente sono state seguite oltre 20 aziende.
- **Seminario "Multinazionali a Torino"** – incontro con le multinazionali. 9 maggio
L'evento, a cui sono intervenuti anche il Comune di Torino, l'Università degli studi di Torino, il Politecnico di Torino, la Camera di commercio di Torino e Unioncamere Piemonte, ha rappresentato l'occasione per approfondire alcuni temi connessi agli investimenti diretti esteri (IDE), in particolare le dinamiche legate ai processi di Merger & Acquisition, un fenomeno crescente, ma ancora relativamente poco conosciuto, che suscita timori e diffidenza. Tali aspetti sono stati approfonditi all'interno di due Tavole Rotonde che hanno visto studi legali e società di consulenza specializzate in operazioni internazionali (Deloitte, Norton Rose Fulbright Studio legale, KPMG, Gianni Origoni Grippi Cappelli & Partners Studio legale), confrontarsi con aziende del territorio che hanno vissuto questa esperienza: acquisite da gruppi esteri, ne hanno beneficiato in competitività, stabilità finanziaria e miglioramento delle dinamiche gestionali, produttive e commerciali. Le aziende che hanno partecipato al confronto sono le seguenti: Chang An Europa Srl, Farmaceutici Procemsa, General Motors Powertrain Europe, Aero Sekur Spa, Italdesign Giugiaro e Webasto.
- **"FDI World Forum" di Red Hot Locations** – Philadelphia, 16-20 giugno.
Ceipiemonte ha partecipato all'FDI World Forum di Philadelphia, evento che Red Hot Locations organizza annualmente che ha consentito, oltre che a incontrare numerose agenzie omologhe e aziende che sono intervenute all'evento, di continuare, con la Presidente di Red Hot Locations a tenere vivo l'interesse per un possibile ruolo di Torino come sede dell'FDI World Forum nel 2016 o 2017.

4. Promozione e comunicazione sui mercati internazionali

Nell'ambito delle attività di marketing territoriale e di attrazione investimenti si sono realizzate alcune attività all'estero, nello specifico in USA. Tali attività hanno beneficiato di collaborazioni e partnership con enti di promozione economica o società di consulenza nei Paesi sopracitati.

Obiettivo delle iniziative era di affermare il Piemonte come destinazione business di qualità, affidabile e ricca di opportunità, oltre a cercare di individuare imprese esterne e estere con progetti di insediamento di attività produttive o di ricerca, in particolare nei settori strategici di attrazione di investimenti esteri.

Tra le attività di prospezione o missioni più significative:

- **Usa**
Ceipiemonte ha curato i rapporti con l'Ufficio ICE di New York e Chicago che, tramite il proprio operato, "garantisce" lo svolgimento di attività sul territorio statunitense. A fine 2013 è stata definita una collaborazione, volta alla realizzazione di un'attività di front office e scouting, con l'obiettivo di identificare e sensibilizzare potenziali investitori e partner interessati al Piemonte in alcuni settori chiave come, ad esempio, biotecnologie e medical device e mecatronica. Sono stati identificati a cura degli uffici ICE di New York e Chicago elenchi di nominativi di imprese, verificato il potenziale "match" per collaborazioni (in collaborazione con i poli BioPMed e Meccatronica), che sono state contattate in maniera personalizzata. Tale attività ha consentito di identificare un buon numero, anche se non eccessivamente alto, di aziende nei due settori che sono state oggetto di una attività, tuttora in corso, di profilazione e contatto più approfondita.

5. Assistenza tecnica alle imprese, agli stakeholder, agli 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.

6. Assistenza tecnica alle imprese e al sistema locale nelle attività di attrazione investimenti e di promozione del CDI

L'assistenza tecnica alle imprese 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 all'accompagnamento.

Le aziende complessivamente assistite nel corso dell'anno sono state 30 di cui al momento nessuna insediata, più della metà di queste sono in fase di costante e periodica assistenza.

Foreign Trade Training

L'attività formativa su temi internazionali e tecnico-normativi è stata realizzata secondo molteplici modalità: a mercato, nell'ambito del Piano per l'Internazionalizzazione, per e presso le sedi dei soci, finanziata da bandi della Provincia e di Fondimpresa.

Complessivamente sono stati coinvolti **2.421 partecipanti**, per un totale di **431,5 giornate d'aula**.

In parallelo alle attività d'aula il settore ha gestito l'organizzazione di **54 tirocini formativi** presso aziende artigiane e piccole imprese, nell'ambito dell'iniziativa "**Focus Microimprese**" prevista da alcuni PIF e dal PIM Europa Continentale.

E' stato inoltre erogato il servizio di **Orientamento al lavoro**, per il quale Ceipiemonte è accreditato dalla Regione Piemonte.

Principali attività

Area imprese

L'attività formativa organizzata a mercato, in house o presso i soci ed enti sul territorio le iniziative hanno coinvolto in totale **1.094 partecipanti (tot giornate: 104,5)**.

- 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, la Banking Payment Obligation, la tutela dei brevetti e della Proprietà intellettuale, Vendere alla GDO, l'indennità di fine rapporti nei contratti di agenzia in UE, Promotional Business Writing
- Seminari e convegni su temi tecnico normativi: il DL 231, Gestione qualità nei laboratori di prova, la norma UNI EN ISO 1101, la sicurezza dei Dispositivi medici, la valorizzazione del prodotto agroalimentare, lo standard internazionale ISO 19011, il Regolamento USA sui minerali da conflitto
- La Camera di commercio di Torino ha affidato a Ceipiemonte la realizzazione e gestione delle attività formative previste dal Progetto GAP 2014; sono stati inoltre realizzati i convegni dedicati all'origine delle merci e al nuovo Codice doganale comunitario. E' stato infine concluso il progetto "EcoDesign Network"
- Unioncamere Piemonte ha affidato al settore formazione la gestione e realizzazione del Progetto "Piemonte in rete", che ha visto il coinvolgimento di **86 aziende** e l'organizzazione di **26 incontri consulenziali** sul tema delle reti d'impresa. Su incarico di Unioncamere sono stati anche realizzati i convegni in materia di partecipazione agli appalti in Francia (c/o CCIAA CN), origine delle merci e gestione dei trasporti internazionali (c/o CCIAA di Baveno)
- Per la Camera di commercio di Alessandria è stato realizzato un ciclo di incontri tecnici sulle seguenti tematiche: Incoterms 2010, novità fiscali 2014, pianificazione commerciale e partecipazione a fiere, crediti documentari
- Per conto della Provincia di Torino è stato realizzato il progetto INFORMABANDO 2014, dedicato al tema dei programmi europei per le imprese e alle gare d'appalto UE/Internazionali (formazione in aula e affiancamento individuale ad alcune delle imprese beneficiarie del progetto). L'iniziativa ha coinvolto **60 partecipanti**.
- Nell'ambito del Piano per l'Internazionalizzazione sono state realizzate:
 - **55,5** giornate formative su temi chiave per lo sviluppo internazionale delle imprese (473 partecipanti)
 - **54 "Focus Microimprese"**, progetti che prevedono selezione/formazione di giovani laureati da inserire in stage (6 mesi) presso piccole aziende propense a espandersi nei mercati internazionali, e tutoring commerciale a cura di esperti di filiere e/o mercati.

Area Formazione Finanziata per occupati in Piemonte

Ceipiemonte ha garantito alle imprese la possibilità di aggiornarsi beneficiando di finanziamenti principalmente derivanti da bandi della Provincia di Torino e da fondi interprofessionali (Fondimpresa).

In particolare:

- Nell'ambito del Catalogo della Provincia di Torino (Formazione ad Iniziativa individuale), sono stati attivati **20 corsi** di lunga durata su varie tematiche (Area linguistica, Controllo qualità nel settore automotive, Export management: marketing, Pianificazione, Tecniche di vendita, Europrogettazione, Responsabilità Sociale d'Impresa e risk management, Elementi di import export, Gestione e valorizzazione delle risorse umane), per un totale di **133 giornate e 413 partecipanti**.
- Nell'ambito del Bando "Piani formativi d'Area" (I° e II° sportello), finanziati dalla Provincia di Torino sono stati realizzati i progetti "PMI vincenti: scelte e strategie per competere all'estero" (**15 corsi, 205 partecipanti**) e "Esportare innovando: Modelli di business per la piccola impresa" (**9 corsi, 118 partecipanti**), per un totale complessivo di **90 giornate d'aula**. Entrambi i progetti hanno toccato le seguenti aree tematiche: La Gestione operativa delle spedizioni internazionali, della Logistica e degli Acquisti, Vendere all'estero: tutele contrattuali, forme di pagamento e Incoterms 2010, Destinazione estero: strumenti e metodologie di lavoro per le Microimprese, La pratica degli scambi con l'estero: come gestire le operazioni sotto il profilo fiscale e doganale, Comunicare per convincere: tecniche di "Effective Presenting" in lingua italiana e inglese, Come acquisire un nuovo mercato: lo studio preliminare, l'incontro con il cliente attraverso il web, Progetti Europei: laboratorio pratico per le imprese, Export check-up, green e web marketing: la scelta del Mercato, la promozione multimediale, Leggere i numeri aziendali: corso economico-finanziario per addetti commerciali estero.
- Percorsi finanziati da Fondimpresa: sono state realizzate **32 giornate d'aula**, alle quali hanno preso parte **64 operatori**. I corsi hanno toccato tematiche quali Business English, tecniche di vendita e negoziazione col cliente, marketing e pianificazione strategica nel comparto agroalimentare.

Area formazione internazionale e transnazionale

Sono state presentate varie proposte progettuali in risposta a bandi nazionali ed europei.

In qualità di partner Ceipiemonte ha attivato il 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 che incontrano difficoltà nell'accedere al mercato del lavoro o riescono ad accedere a posizioni lavorative di basso livello. Le attività proseguono nel 2015 e 2016 con la mappatura delle soft skill ad alta professionalità che le imprese considerano prioritarie per la loro competitività e, sulla base dei dati raccolti verrà 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, della durata di 18 mesi, è promosso da Casa di Carità e coinvolge partner dei Austria, Bulgaria, Francia, Germania, Svezia.

Orientamento al lavoro

Nel 2014 è stata richiesta e ottenuta l'estensione dell'Accreditamento regionale alle attività di Orientamento al lavoro, che attraverso le attività di formazione, informazione e consulenza orientativa ha assicurato l'assistenza a **296 utenti**.

Supporto consulenziale

Il servizio ha garantito alle aziende del territorio piemontese 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.

Sono state gestite **979 richieste di supporto consulenziale**, per un totale di **566 aziende assistite**; in parte l'assistenza è stata fornita telefonicamente, in parte ha invece richiesto l'organizzazione di appuntamenti tra le aziende e gli esperti nella sede di Ceipiemonte.

Rendicontazione

Il finanziamento della maggior parte delle attività del Ceipiemonte sui fondi PAR FSC prevede una rendicontazione delle attività molto complessa, articolata su più committenti, che ha rappresentato una forte criticità nel 2013, suo primo anno di applicazione.

Nel 2014 si è quindi elaborato un piano di miglioramento articolato su due principali punti:

- messa a punto e potenziamento di un ufficio dedicato alla rendicontazione/budgetizzazione che ha visto, peraltro, la riconversione di una risorsa interna con pluriennale esperienza in europrogettazione ed eurorendicontazione supportata da specialisti in rendicontazione. L'ufficio opera trasversalmente a tutti gli altri enti di Ceipiemonte (principalmente con Business Promotion, Amministrazione, Ufficio legale)
- implementazione del software ad hoc per la gestione economica e rendicontazione dei progetti (tramite file pivot) che dialoghi contestualmente con la rendicontazione/amministrazione e business promotion.

Nel corso del 2014 l'ufficio rendicontazione è stato parte attiva nella identificazione di azioni migliorative, quali:

- definizione di processi per l'allineamento del "comportamento" di tutti gli attori che intervengono nel processo della rendicontazione affinché il risultato documentale delle attività "economiche" (business promotion) e "contrattuali" (ufficio legale) corrisponda alle esigenze rendicontative
- definizione di procedure operative e contestuale revisione della modulistica (es. format contratti, richieste deroghe Per diem, format time sheet, format fatturazioni di consulenti ecc.)
- diffusione delle procedure a tutte le risorse Ceipiemonte tramite incontri formativi e relativo presidio per favorire il costante miglioramento.

L'ufficio rendicontazione ha inoltre:

- elaborato 40 rendiconti complessi (controllo spese, controllo delle allocazioni su commessa, verifica dei documenti di spesa, ordinamento, elaborazioni dichiarazioni)
- fornito supporto alla Business Promotion per la progettazione dei nuovi progetti esecutivi
- fornito supporto alla Business Promotion per l'elaborazione di nr. 38 varianti di progetto (budget e testi)
- Fornito supporto per la rimodulazione dei finanziamenti 2014, gestendone altresì i rapporti con i committenti.
- fornito all'amministrazione i dati per la fatturazione ai committenti
- gestito i rapporti con i controllori di 1° livello della Regione Piemonte e con il Sistema Camerale per la verifica delle rendicontazioni
- gestito le commesse di progetto, incluse rettifiche e registrazioni contabili
- coordinato e gestito lo scarico delle risorse umane sui progetti (mappatura, elaborazione format time sheet, invio alle risorse e verifiche dei dati da queste inseriti, registrazione contabile)
- elaborato bilancio gestionale al 31 giugno e previsioni chiusura al 31 dicembre 2014 per tutti i progetti PIF e PIM.

Una volta andato a regime, per il 2015 si ipotizza l'accorpamento della rendicontazione con quello dell'amministrazione per trovare maggiori sinergie, rendere più fluido il lavoro che comunque vede impegnate le due aree già oggi e valutare possibile efficienze derivanti.

Strumenti istituzionali

Come ogni anno è stato messo a punto e stampato il programma di attività volto a illustrare le iniziative e i servizi di Ceipiemonte. Il programma è stato diffuso a 18.667 contatti tra i referenti profilati delle 11.153 aziende piemontesi presenti nel database aziendale. Sono stati aggiornati e revisionati altri materiali esistenti, come leaflet e brochure in inglese, presentazioni in power point in italiano, inglese, francese.

A luglio 2014 è stato realizzato un consuntivo delle attività del primo semestre 2014 e a febbraio 2015 è stato ultimato il consuntivo attività di tutto l'anno: un report che sintetizza le principali attività svolte nel corso dell'anno, disponibile in formato pdf sul sito di Ceipiemonte.

Strumenti promozionali di settore

Anche nel 2014 gli strumenti promozionali sono stati in prevalenza legati al Piano per l'internazionalizzazione. Sono state aggiornate schede progetto, leaflet in inglese e in italiano (per il PIF), leaflet in inglese per la partecipazione a manifestazioni e fiere, capability matrix in inglese (matrice delle competenze delle aziende aderenti ai progetti), roll-up, pannelli, slide di presentazione in italiano e in inglese.

L'ufficio comunicazione ha inoltre seguito lo sviluppo di strumenti di comunicazione relativi a iniziative di settore.

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.

Complessivamente, sono stati 623 gli articoli su stampa estera e italiana che hanno trattato delle iniziative coordinate dall'ente, grazie agli oltre 55 comunicati diffusi, ripresi principalmente da:

- le maggiori agenzie stampa italiane (Ansa, Agi, Adnkronos, Alinews, La Presse), anche di settore (come TTG per il turismo).
- le testate locali e occasionalmente anche nazionali (Repubblica Affari & Finanza, Il Sole 24 Ore, Sole 24 Ore e Il Giornale)
- riviste di settore italiane, tra cui MTM Subfornitura è tra quelle che hanno dato ampio spazio alle notizie di Ceipiemonte
- riviste di settore estere, tra le quali è spiccato l'interesse da parte di Engine Technology International, periodico di riferimento del comparto automotive, e numerosi blog esteri molto seguiti che hanno dedicato spazio al lato turistico del Piemonte
- le televisioni regionali, soprattutto i TG di Rai 3 e Rete 7.

Sulle pagine di economia locale de "La Repubblica" è proseguita la pubblicazione della rubrica giornalistica mensile "Opportunità dal mondo", che ha proposto le attività in programma per sviluppare il proprio business oltre confine.

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.

I risultati dell'ufficio stampa sono raccolti attraverso una rassegna stampa quotidiana, consultabile online sul sito di Ceipiemonte, previa iscrizione al servizio mailing list (nel 2014 gli iscritti hanno raggiunto quota 809). La rassegna contiene anche una selezione di articoli inerenti il sistema economico piemontese e i mercati internazionali e viene diffusa giornalmente tramite il servizio di mailing list.

Pubblicità

Nel 2014 Ceipiemonte non ha potuto contare su una campagna pubblicitaria istituzionale.

Web

Le analisi dei dati statistici del sito di Ceipiemonte nel 2014 registrano 85.380 visite totali (*dato raccolto con il software Google Analytics, da cui sono esclusi i contatti effettuati dall'interno della*

rete aziendale), con una diminuzione del 8,5 % rispetto al 2013 ma con un aumento del numero di visitatori del 11 % e del numero di pagine visualizzate: è dunque cresciuta la capacità di trattenere l'utente sul sito.

In particolare il numero dei visitatori unici (cioè provenienti da indirizzi IP differenti) è stato di 59.790 e le visualizzazioni di pagine ammontano a 295.584 (tutti i dati sono raccolti tramite Google Analytics, da cui sono esclusi i contatti effettuati dall'interno della rete aziendale).

Una riorganizzazione dei contenuti della homepage ha permesso di mettere maggiormente in evidenza alcune pagine e in particolare quelle relative alle attività di business promotion che raccolgono in totale 51.505 visualizzazioni.

Nel corso del 2014 l'ufficio comunicazione ha coordinato la realizzazione di una piattaforma su cui si possono consultare le aziende coinvolte nei PIF. L'intervento è finalizzato a semplificare la consultazione e la gestione delle informazioni relative alle filiere produttive dei diversi settori.

La comunicazione via web viene gestita anche attraverso il servizio mailing list: 25 i temi sui quali gli utenti possono scegliere di 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, con l'eccezione della Rassegna Stampa, inviata quotidianamente dal lunedì al venerdì. Nel 2014 gli utenti iscritti alle mailing list erano 6.337.

Social network

Con lo scopo di rafforzare la visibilità di Ceipiemonte e promuoverne le iniziative, raggiungendo un numero sempre maggiore di interlocutori, nel 2014 l'ente ha consolidato la propria presenza sui nuovi media. In particolare:

- *Linkedin* - Social network orientato allo scambio di informazioni tra professionisti, dove Ceipiemonte dal 2012 ha una pagina istituzionale. Alla luce di una valutazione del tipo di utenti della pagina, a metà 2014 si è scelto di tradurre la pagina dall'inglese in italiano. Tale pagina, indirizzata a un target di tipo aziendale e internazionale, è stata inoltre aggiornata regolarmente a partire da agosto 2014 con inserimento di notizie sulle attività di Ceipiemonte e segnalazione di alcuni articoli relativi all'export e all'internazionalizzazione tratti dal web. In 5 mesi i follower sono aumentati passando da 482 a 570, con una costante crescita e un aumento delle interazioni.
- *Twitter* - Social network veloce e ampiamente diffuso anche tra le PA, che permette di tenere istantaneamente aggiornati i propri "follower". Dal 2012 è attiva la pagina in italiano di Ceipiemonte (@Ceipiemonte), quotidianamente alimentata con notizie dalla rassegna stampa, attività di promozione e formazione in programma e i re-twit di interesse lanciati dei follower. Nel 2014, Ceipiemonte ha lanciato più di 1.500 twit, i follower sono 591, tra loro istituzioni, enti fiera, istituti di ricerca, giornalisti e aziende. Oltre 120 i re-twit dei follower che permettono un'ulteriore eco delle attività di Ceipiemonte, grazie a un ampliamento virtuoso del bacino di utenza
- *Youtube* - Oltre alla pagina istituzionale di Ceipiemonte, l'ufficio comunicazione coordina i canali Youtube Torino Piemonte Aerospace, Think Up e ECOMpanies

Riviste online

Sono stati pubblicati 11 numeri della rivista *Richieste & Offerte dal Mondo*, newsletter mensile diffusa in versione html redatta in collaborazione con l'ufficio Enterprise Europe Network - ALPS della Camera di commercio di Torino. Nel 2014 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" 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.

E' stata coordinata la pubblicazione delle notizie relative alle attività di Ceipiemonte su *Newsmercati*, newsletter per l'internazionalizzazione delle imprese, realizzata da un network di strutture camerali. In Piemonte è curata dalla Camera di commercio di Torino. Contenuti: informazioni sui mercati, normative internazionali, notizie e comunicati d'interesse delle imprese, comunicazione istituzionale.

Sono stati redatti 10 numeri di *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.

www.piemonteforyou.it

A inizio 2013, su incarico del Consiglio Regionale del Piemonte, l'ufficio comunicazione ha curato l'aggiornamento del sito www.piemonteforyou.it creato nel 2011 e 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. Inizialmente pensato come esclusivamente destinato ai corsisti dell'ILO con accesso tramite autenticazione con username e password, a inizio 2012 il sito ha avuto una modifica strutturale importante, diventando fruibile senza autenticazione. Grazie a questo cambiamento, nel 2012 si è registrato un balzo elevatissimo nei contatti e nelle visite di pagine, migliorato nel 2013, e consolidato nel 2014 con una crescita del +147% nel numero di nuovi visitatori e + 163% nei visitatori di ritorno, ovvero: **4.938 visitatori** unici (indirizzi IP differenti) per un totale di **5.839 visite**, per **10.339 pagine** complessivamente visualizzate, con una media di oltre 1,7 pagine a visita, **1:59 minuti** il tempo medio di permanenza sul sito. *(Dati raccolti con il software Google Analytics, da cui sono esclusi i contatti effettuati dall'interno della rete aziendale).*

Modifiche statutarie

L'Assemblea Straordinaria degli Azionisti, in data 19 dicembre 2014, ha deliberato modifiche statutarie che hanno comportato il taglio del 50% della quota dei versamenti previsti per i contributi ordinari annui dei soci. Si è passati, pertanto, da un versamento pari a 35.000,00 € per ogni 1% di capitale posseduto, a 17.500,00 € per ogni 1% posseduto. Per effetto di tale modifica i contributi ordinari annui dei Soci per il 2015 ammontano a 1.750.000,00 €.

Nella medesima assemblea si è altresì anticipata la data del versamento annuale dal primo novembre al primo aprile di ogni anno di riferimento.

Cessazione quote

In data 23/12/2014, il Socio Provincia di Torino ha comunicato la formale cessazione delle proprie quote con effetto dal 31/12/2014, ai sensi dell'art. 1 c.569 L. 27/12/2013 n. 147, dichiarando non sussistenti i presupposti richiesti dalla citata legge per il mantenimento della partecipazione posseduta in Ceipiemonte, autorizzando l'alienazione mediante procedura di evidenza pubblica, tenutasi il 19/12/2014 ed andata deserta. Pertanto, risultata la propria quota non alienata mediante procedura di evidenza pubblica, la Provincia di Torino ha formalmente proceduto a comunicare la cessazione della propria partecipazione alla società.

Contestualmente ha comunicato che dal 1°/1/2015 la Città Metropolitana di Torino è subentrata alla Provincia di Torino, succedendo ad essa in tutti i rapporti attivi e passivi.

In analogia con le disposizioni previste dal codice civile in materia di diritto di recesso del socio, che ne disciplinano l'uscita dalla compagine societaria, si può affermare che la posizione della Città Metropolitana di Torino sia "congelata", fino a che il Ceipiemonte non compirà le formalità relative alla liquidazione delle azioni.

Il capitale sociale del Ceipiemonte di 250.000,00 € rimane pertanto invariato e comprende le azioni della Città Metropolitana di Torino.

Conciliazione tra Ceipiemonte e ex Soci

In data 29/12/2014 è stata sottoscritta la scrittura privata di conciliazione tra il Ceipiemonte e gli ex soci CNA Piemonte Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, Federazione Regionale Dell'Artigianato del Piemonte –Casartigiani Piemonte, e Confartigianato Imprese Piemonte. Il contenzioso in atto per il mancato versamento di alcune quote dei contributi ordinari si è risolto con un accordo transattivo tra le parti, che ha consentito al Ceipiemonte di recuperare 28.080,00 € da ciascuna associazione pari ad un totale di 84.240,00 €.

Proposta di destinazione dell'utile d'esercizio

Signori Azionisti,

dopo aver illustrato le attività e i risultati conseguiti nell'esercizio 2014, che chiude con un utile netto di Euro 8.452 (più precisamente, di Euro 8.451,55), ai sensi degli articoli 7 e 9 dello Statuto Sociale, Vi proponiamo la seguente destinazione dell'utile:

- Euro 422,58, pari al 5%, alla riserva legale;
- per la parte rimanente, pari ad Euro 8.028,97, alla riserva per utili portati a nuovo.

per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente
(Giuseppe DONATO)