



HANDELS-, INDUSTRIE-,  
HANDWERKS- UND LAND-  
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

CAMERA DI COMMERCIO,  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

# **MEHRJAHRESPROGRAMM**

# **2019-2023**

# **PROGRAMMA PLURIENNALE**

## Inhalt

DER KAMMERRAT 2018-2023 .....	3
EINFÜHRUNG.....	5
VORWORT .....	5
MISSION .....	6
STRATEGISCHER BEREICH 1: DIGITALISIERUNG, INNOVATION, FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG .....	7
STRATEGISCHER BEREICH 2: ALTERNATIVE FINANZIERUNG .....	8
STRATEGISCHER BEREICH 3: BILDUNG .....	8
STRATEGISCHER BEREICH 4: MEHRSPRACHIGKEIT.....	9
STRATEGISCHER BEREICH 5: ERREICHBARKEIT .....	10
STRATEGISCHER BEREICH 6: REGIONALITÄT UND EXPORT .....	11
STRATEGISCHER BEREICH 7: RAUMORDNUNG .....	12
STRATEGISCHER BEREICH 8: BÜROKRATIEABBAU UND ÖFFENTLICHE VERWALTUNG.....	12
STRATEGISCHER BEREICH 9: VEREINBARKEIT FAMILIE/BERUF .....	13
DIE RESSOURCEN .....	15

## Indice

IL CONSIGLIO CAMERALE 2018-2023 .....	18
INTRODUZIONE.....	20
PREMESSA .....	20
MISSION .....	21
AREA STRATEGICA I: DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO .....	22
AREA STRATEGICA II: FINANZIAMENTI ALTERNATIVI.....	23
AREA STRATEGICA III: ISTRUZIONE .....	23
AREA STRATEGICA IV: PLURILINGUISMO .....	24
AREA STRATEGICA V: RAGGIUNGIBILITÀ.....	24
AREA STRATEGICA VI: REGIONALITÀ ED EXPORT .....	26
AREA STRATEGICA VII: GESTIONE DEL TERRITORIO .....	26
AREA STRATEGICA VIII: RIDUZIONE DELLA BUROCRAZIA E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE .....	27
AREA STRATEGICA IX: CONCILIABILITÀ FAMIGLIA/LAVORO .....	28
LE RISORSE.....	29

## Der Kammerrat 2018-2023



Agostino ACCARINO  
Konsumenten- und Verbraucherschutz



Walter AMORT  
Unternehmensbezogene Dienste



Thomas BAUMGARTNER  
Transport- und Speditionswesen



Giorgio BERGAMO  
Handwerk



Rudi BERTAGNOLLI  
Freie Berufe



Vinicio BIASI  
Unternehmensbezogene Dienste



Renato BONSIGNORI  
Unternehmensbezogene Dienste



Andrea BRESSAN  
Handel



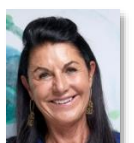
Simone BURATTI  
Handel



Nicola CALABRÒ  
Kreditwesen



Tania CAVINI  
Handwerk



Marlene DORFER-WALDNER  
Tourismus



Michl EBNER  
Tourismus



Heidi FELDERER  
Handwerk



Christine FUCHSBERGER  
Handel



Federico GIUDICEANDREA  
Industrie



Werner GRAMM  
Handel



Andrea GRATA  
Unternehmensbezogene Dienste



Michael GRUBER  
Industrie



Martin HALLER  
Handwerk



Ivo INSAM  
Handwerk



Barbara JÄGER  
Unternehmensbezogene Dienste



Annemarie KASER  
Landwirtschaft



Evelyn KIRCHMAIER  
Unternehmensbezogene Dienste



Dieter MAYR  
Gewerkschaftsorganisationen



Georg MAYR  
Landwirtschaft



Sibylle MAZOLL  
Landwirtschaft



Elmar MORANDELL  
Transport- und Speditionswesen



Thomas OBERHOFER  
Landwirtschaft



Heinrich OBERRAUCH  
Industrie



Georg OBERRAUCH  
Handel



Stefan PAN  
Industrie



Sandro PELLEGRINI  
Industrie



Horst PICHLER  
Handwerk



Elio PIDUTTI  
Handwerk



Manfred PINZGER  
Tourismus



Markus RABANSER  
Handel



Joachim REINALTER  
Landwirtschaft



Karin RONER  
Industrie



Johanna SANTA FALSER  
Handwerk



Gabriele SANTO  
Tourismus



Gottfried SCHGAGULER  
Tourismus



Angelika STAFLER  
Tourismus



Alberto STENICO  
andere Sektoren



Leo TIEFENTHALER  
Landwirtschaft



Monika UNTERTHURNER  
Handel



Thomas WALCH  
Tourismus



Robert ZAMPIERI  
Genossenschaftswesen

## Einführung

Das im Sinne des Dekrets des Präsidenten der Republik Nr. 254 vom 2. November 2005 verfasste Mehrjahresprogramm legt für die Dauer der Amtszeit des neuen Kammerrats die allgemeinen Zielsetzungen der Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer Bozen fest.

Die im vorliegenden Dokument vorgesehenen strategischen Leitlinien, die Ziele und die dargestellten Tätigkeiten beziehen nicht nur die Handelskammer, sondern auch den Sonderbetrieb Institut für Wirtschaftsförderung mit ein, welcher dank der anerkannten unbürokratischen Arbeitsweise ein geeignetes Instrument für die Förderung und die Entwicklung der Südtiroler Wirtschaft darstellt.

Die Mitglieder des im Juni 2018 neu eingesetzten Kammerrats haben ihre Anliegen für die Südtiroler Wirtschaft ausgearbeitet und in diesem vorliegenden Dokument zusammengefasst. Das Mehrjahresprogramm gilt als Auftrag an die Handelskammer, die vom Kammerrat als notwendig und wichtig erachteten Maßnahmen im Interesse der Unternehmen umzusetzen. Dem Programm liegt eine zusammenfassende Darstellung über die in Bezugszeitraum zur Verfügung stehenden Mittel und deren Verwendung bei. Es wird jährlich durch den vom Kammerrat genehmigten vorausschauenden und programmatischen Bericht aktualisiert.

Aufgrund des Mehrjahresprogramms wird schließlich auch der jährliche Voranschlag erstellt. Dieses Dokument soll den Weg vorgeben, den die Handelskammer und das Institut für Wirtschaftsförderung in den kommenden Jahren beschreiten müssen, um das Ziel zu erreichen, Tätigkeiten auszuführen, die einen effektiven Mehrwert für die Südtiroler Unternehmen darstellen.

On. Dr. Michl Ebner  
Präsident

## Vorwort

Das vorliegende Programm bildet die Grundlage für die Definition der Zielsetzungen der Körperschaft in den nächsten fünf Jahren, welche eng mit dem Leistungsplan 2019 – 2021 und dessen darauffolgenden Versionen verknüpft sind. Diese Verbindung der buchhalterischen und organisatorischen Aspekte gewährt eine neue Sichtweise auf die von der Handelskammer Bozen verwalteten Dienste, die schon immer auf die Bedürfnisse der Südtiroler Unternehmen ausgerichtet waren.

Das Mehrjahresprogramm ist in strategische Bereiche unterteilt, welche von den neuen Mitgliedern des Kammerrates in einzelnen Arbeitsgruppen ausgearbeitet worden sind. Dabei sind für jeden Bereich Ziele definiert worden, welche in einer anschließenden gemeinsamen Diskussion vom Kammerrat für seine Amtszeit bis zum Jahr 2023 vereinbart worden sind.

Neben den neuen Zuständigkeiten der Kammern in den Bereichen Digitalisierung, alternative Finanzierungsinstrument und Bildung bzw. Mehrsprachigkeit sind auch die Kernproblematiken der Südtiroler Wirtschaft wie die Erreichbarkeit, Regionalität und Export, die Raumordnung sowie der Bürokratieabbau mit in das neue Mehrjahresprogramm aufgenommen worden. Diese strategischen Zielsetzungen sind schließlich noch vom Beirat für die Förderung des weiblichen Unternehmertums um die Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf ergänzt worden.

Dr. Alfred Aberer  
Generalsekretär

## Mission

Die Mission stellt die Daseinsberechtigung des Unternehmens dar und den Bereich, in welchem die Kammer in Bezug auf die politische Tätigkeit und die durchgeführten Aktionen tätig ist. Anders ausgedrückt ist sie eine zusammengefasste Interpretation der Funktion der Organisation nach außen und nach innen.

Die Handelskammer Bozen hat folgende Mission:

**“Wir sind eine Organisation aller Südtiroler Unternehmen. Als Körperschaft des öffentlichen Rechtes sind wir besonders den Prinzipien Demokratie, Transparenz und Unparteilichkeit verpflichtet. Wir unterstützen die Wirtschaftstreibenden in mehrfacher Weise, leisten im Auftrag von Staat und Land wirtschaftsrelevante Dienste und vertreten die Interessen der Betriebe gegenüber der Öffentlichkeit, den Entscheidungsträgern und Verwaltungen.”**

Das Angebot der Handelskammer umfasst dabei eine breite Palette von Dienstleistungen. Zu den primären Tätigkeiten und Dienstleistungen der Handelskammer gehören u.a. die Verwaltung des Handelsregisters, die Wirtschaftsforschung, die Weiterbildung der Unternehmer/innen und deren Mitarbeiter/innen, die Unternehmensentwicklung, die Marktregelung, der Umweltschutz und die alternative Streitbeilegung (ADR).

# Strategischer Bereich 1: Digitalisierung, Innovation, Forschung und Entwicklung

## Digitalisierung

Durch die von der italienischen Regierung umgesetzte Reform sind den Handelskammern Zuständigkeiten im Bereich der Digitalisierung übertragen worden. Um die Südtiroler Unternehmen auch in diesem Bereich in Ihrer Wettbewerbsfähigkeit zu unterstützen, werden für die kommenden Jahre folgende Ziele festgelegt:

### 1.1) Förderung der Digitalisierung

Die Handelskammer Bozen soll sich, in Absprache mit der IDM Südtirol – Alto Adige und den Wirtschaftsverbänden (um Doppelgleisigkeiten zu vermeiden), für eine verstärkte Digitalisierung aller Unternehmen Südtirols einsetzen; gerade die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen den größeren, mittleren und kleineren Unternehmen ist in diesem Bereich zielführend.

### 1.2) Hilfestellung bei der Digitalisierung

Besonders Kleinstunternehmen, KMUs, Freiberufler und Start-ups sollen unterstützt werden, sich an die gesetzlichen Auflagen im Bereich der Digitalisierung anzupassen, insbesondere was die elektronische Fakturierung betrifft. Hierbei soll die Handelskammer als Digital Promoter Hilfestellung bei der Bewältigung der gesetzlichen Auflagen bieten.

### 1.3) Ausbau des Breitbandnetzes

Ein flächendeckender Ausbau des Breitbandnetzes ist für die Wirtschaftsbeziehungen in einer digitalen Welt unerlässlich. Aus diesem Grund soll sich die Handelskammer dafür einsetzen, den Ausbau des Breitbandnetzes voran zu treiben.

### 1.4) Investitionsbeihilfen für die Digitalisierung

Kleine Unternehmen verfügen oftmals nicht über das für die Digitalisierung, also die Ausstattung mit digitalen Instrumenten erforderliche Investitionskapital. Es gibt viele Einzelunternehmen, gerade im Handwerk, die noch nicht einmal einen Computer haben, geschweige denn einen Internetauftritt. Aus diesem Grund sollte die Handelskammer Investitionsbeihilfen für die Digitalisierung kleiner Unternehmen gewähren, sofern diese im Rahmen eines umfassenden Digitalisierungsprozesses Investitionen durchführen.

### 1.5) Sensibilisierungsmaßnahmen

Vielfach müssen die Wirtschaftstreibenden noch über die Einsatzmöglichkeiten und Vorteile der Anwendung von digitalen Instrumenten informiert und dafür sensibilisiert werden. Als Digital Promoter soll die Handelskammer Unternehmen in der Umstellungsphase begleiten und ihnen die Schwellenangst vor der Digitalisierung nehmen.

## Innovation, Forschung und Entwicklung

Durch Informations- und Sensibilisierungsmaßnahmen hat die Handelskammer bereits in den vergangenen Jahren versucht, die Innovation in den heimischen Betrieben voran zu treiben. Wer auf internationalen Märkten agiert, kann nur mit innovativen Angeboten auf Dauer konkurrenzfähig sein.

### 1.6) Innovative Produkt- und Dienstleistungsangebote

Vor allem kleine Unternehmen sollen in folgende Bereichen unterstützt werden:

- Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen bzw. bei der Anbahnung der entsprechenden Kontakte;
- Inanspruchnahme von Beiträgen für Innovationsprozesse;
- Beratung und Finanzierung der Produktentwicklung, auch wenn es sich dabei um bereits bestehende Produkte handelt.

### 1.7) NOI Techpark Bozen

Die im Technologiepark angesiedelten Forschungseinrichtungen sollen nicht nur Grundlagenforschung, sondern angewandte Forschung für die Bedürfnisse der heimischen Unternehmen betreiben. Dazu soll die Auftragsforschung im NOI-Techpark formalisiert werden.

### 1.8) Internationale Anbindung des NOI-Techparks

Unternehmen brauchen rasch den richtigen Forschungspartner für ihre Problemstellung. Dazu sollte sich der Technologiepark auf der ganzen Welt vernetzen und die Unternehmen bei der Kontaktabbahnung zu den richtigen Forschungspartnern unterstützen.

„Der gesamte Bereich der Dienstleistungen wird in den kommenden Jahren weiterwachsen. Imagebildende Maßnahmen, konkret auf diese Bereiche abgestimmte Förderungen und Unterstützungsmaßnahmen sind zu entwickeln.“

Die Inhalte dieses Bereichs sind von Simone Buratti, Vinicio Biasi, Heidi Felderer, Giorgia Daprà und Joachim Reinalter in Zusammenarbeit mit Irmgard Lantschner ausgearbeitet worden.

## **Strategischer Bereich 2: Alternative Finanzierung**

Bisher geht man in Südtirol noch stark davon aus, dass die Finanzierung ausschließlich über Banken erfolgen kann. Dies betrifft sowohl kleine als auch Großunternehmen.

### 2.1) Information über alternative Finanzierungsformen - Erstberatung

Es sollte mehr über alternative Finanzierungsmöglichkeiten (bspw. Crowdfunding, EU-Beiträge oder Kreditgarantiegenossenschaften) informiert werden. Die Information sollte darauf abzielen, dass der Zugang zur Fremdfinanzierung ein offenerer wird. Hierzu wäre eine Erstberatung in der Handelskammer denkbar, wo der Unternehmer eine neutrale Anlaufstelle hätte. Hier könnte man dem Unternehmer Möglichkeiten und evtl. Partner in Südtirol aufzeigen. Auch in den Schulen und Unis sollte man versuchen, den jungen Leuten die Thematik näher zu bringen. Auch KMUs, welche sich unverschuldet in Liquiditätsengpässen bzw. -schwierigkeiten befinden, sollten sich ohne Scheu an diese Stelle wenden können, um über Möglichkeiten der Überbrückung oder Umschuldung beraten zu werden.

### 2.2) Networking

Die Handelskammer sollte versuchen, die verschiedenen Player im Finanzierungsbereich zusammen zu bringen und deren Zusammenarbeit zu stärken.

### 2.3) Finanzierungsmöglichkeiten für Frauenunternehmen

Auf der Internetseite der Kammer sollten im Bereich der „Frau in der Wirtschaft“ auch sämtliche Förderungen zusammengefasst werden, welche für Frauenunternehmen zur Verfügung stehen.

Die Inhalte dieses Bereichs sind von Barbara Jäger, Johanna Santa-Falser, Andrea Bressan, Andrea Grata, Evelyn Kirchmaier und Stefano Ruele in Zusammenarbeit mit Luca Filippi ausgearbeitet worden.

## **Strategischer Bereich 3: Bildung**

Die bereits genannte Reform der Handelskammern hat den Körperschaften zahlreiche Aufgaben im Bereich der Schul- und Berufsorientierung übertragen. Diese gehen von der Führung des Registers für den Austausch zwischen Schule und Arbeitswelt über die Zertifizierung der in Praktika erworbenen Kenntnisse, die Unterstützung bei der Vermittlung von Praktikumsplätzen und Praktikanten bis hin zur Unterstützung bei der Berufswahl und beim Übergang von der Schulwelt bzw. der Universität auf den Arbeitsplatz.



### 3.1) Talente bilden

Das Schlagwort „Akademikerquote erhöhen“ soll durch „Talente bilden“ ersetzt werden. Südtirols zunehmender Arbeitskräftebedarf beschränkt sich nicht nur auf akademische Berufe, sondern betrifft immer öfters auch Fachkräfte. Dieser Trend soll berücksichtigt werden, indem jungen und auch älteren Südtirolern ans Herz gelegt wird, sich laufend und nachhaltig weiterzubilden.

Der angedachte Talentecheck für Jugendliche, ein Ort der Information und zur Feststellung von beruflichen Wünschen, persönlichen Fähigkeiten und Talenten, sowie der Plan, das Modul Unternehmensführung der Meistersausbildung zukünftig in der Handelskammer anzubieten, sind sehr gute Ansätze.

Besonders im Ausbildungsmodul Unternehmensführung könnte die Handelskammer versuchen, junge Unternehmer für nachhaltiges Wachstum zu sensibilisieren und eine ganzheitliche Persönlichkeitsbildung zu fördern. Das Modul könnte allgemein eine Basisausbildung für junge Unternehmer sein, bei dem es nicht nur um Fachkompetenz, sondern auch um die Entwicklung der Persönlichkeit geht.

### 3.2) Qualifizierte Arbeitskräfte

Konkrete Zahlen, Daten Fakten sollen erhoben werden, um den Bedarf an qualifizierten Arbeitskräften zu ermitteln und um konkrete Maßnahmen zu entwickeln, die dem Mangel an qualifizierten Arbeitskräften entgegenwirken. Eine enge Abstimmung zwischen den Bildungseinrichtungen auf allen Ebenen und den Arbeitgebern ist unerlässlich.

### 3.3) Förderung persönlicher Talente

Was die persönlichen Talente anbelangt, sollte man sich um die Wiedereinführung der sogenannten „Weißen Wochen“ bemühen. De facto geht die Zahl der einheimischen Skifahrer kontinuierlich aus Kostengründen zurück. Jugendliche sollten animiert und unterstützt werden, eine Wintersportart zu betreiben. Südtirol ist ein Tourismusland und sollte als solches auch im Sinne der Tourismusgesinnung bei der Bevölkerung wahrgenommen werden.

Die Inhalte dieses Bereichs sind von Martin Haller, Agostino Accarino, Annemarie Kaser, Michael Gruber, Thomas Walch und Georg Oberrauch in Zusammenarbeit mit Christine Platzer ausgearbeitet worden.

## **Strategischer Bereich 4: Mehrsprachigkeit**

Die Mehrsprachigkeit bildet für Südtirol mit seiner Brückenfunktion zwischen dem deutschsprachigen und italienischsprachigen Raum, mit dem Transitverkehr und dem Tourismus einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die Wirtschaft. Mehrsprachigkeit sollte in Südtirol deshalb bedeuten, dass Kenntnisse der deutschen, italienischen und englischen Sprache Standard sind.

### 4.1) Sensibilisierung für den Mehrwert Sprache

Es ist leider nicht immer selbstverständlich, dass der Mehrwert der Sprachenkenntnisse erkannt wird. Dieser Mehrwert sollte von der Handelskammer weiterhin gezielt unterstrichen und kommuniziert werden. Ein gutes Beispiel dafür war die im Jahr 2018 durchgeführte Kampagne zur Mehrsprachigkeit.

Mehrsprachigkeit ist heutzutage eine Voraussetzung für eine positive berufliche Entwicklung.

### 4.2) Austausch zur Sprachförderung

Der Austausch sollte nicht nur für das Erlernen der Sprachen, sondern auch aufgrund seiner sozialen Bedeutung gefördert werden: Auslandsaufenthalte verdeutlichen beispielsweise, dass der in Südtirol gelebte Wohlstand nicht selbstverständlich ist. Die Handelskammer könnte durch Information und Anreize Auslands- und Italienaufenthalte fördern.

### 4.3) English School

Die Handelskammer soll die Errichtung einer sogenannten English School zur Förderung der Mehrsprachigkeit unterstützen.

Die Inhalte dieses Bereichs sind von Martin Haller, Agostino Accarino, Annemarie Kaser, Michael Gruber, Thomas Walch und Georg Oberrauch in Zusammenarbeit mit Christine Platzer ausgearbeitet worden.

## **Strategischer Bereich 5: Erreichbarkeit**

Die Erreichbarkeit Südtirols für Personen, Waren und Daten ist von ausschlaggebender Wichtigkeit für die Wirtschaft des Landes. Der Verkehr wird in den nächsten 5 bis 10 Jahren schätzungsweise um weitere 30 % zunehmen. Aus diesem Grund ist es besonders in diesem Bereich wichtig, dass alle betroffenen Stellen an einem gemeinsamen Strang ziehen bzw. dieselben Ziele verfolgen.

### 5.1) Erreichbarkeit in der Kommunikation

In diesem Bereich herrscht nach wie vor Nachholbedarf. Als langfristiges Ziel ist es deshalb unerlässlich, dass im Bereich des Datenaustausches jeweils die weltweit besten technischen Lösungen genutzt werden können. Und dies gilt nicht nur punktuell für Städte, sondern für das gesamte Land. Der Ausbau des Breitbandnetzes muss deshalb zügig vorangetrieben werden und in diesem Bereich sollten auch Privatinitiativen zugelassen werden, um die Internet-Anbindungsverfahren schneller und unbürokratischer zu machen.

Auch im Bereich des Mobilfunks ist ein Ausbau notwendig. Die Tunnels sollten für die Netze erreichbar gemacht werden und die bestehenden Mobilfunklöcher müssen Schritt für Schritt beseitigt werden. Weiter müssen die notwendigen Vorkehrungen für den neuen Mobilfunkstandard 5G getroffen werden

### 5.2) Erreichbarkeit im Warenverkehr

Die Infrastrukturen dienen nicht nur dazu, In- und Export von und nach Südtirol zu gewährleisten. Unser Land liegt auf einer Transitachse, über welcher der größte Warenaustausch zwischen Zentral- und Nordeuropa und Italien erfolgt. Es müssen also alle verfügbaren Möglichkeiten für den Warenaustausch genutzt werden. Diese beschränken sich natürlich auf Straße und Schiene, eine Warenaustausch im Flugverkehr oder Binnenschifffahrt ist in Südtirol nicht möglich.

Langfristig müssen hierzu weitere Kapazitäten geschaffen werden, nicht nur um den In- und Export zu bewerkstelligen, sondern auch um den Transit handhaben zu können. Es muss sichergestellt werden, dass die Erreichbarkeit gewährleistet ist und nicht durch Kapazitätsengpässe gefährdet wird.

Was den Warenverkehr auf der Schiene betrifft, muss festgestellt werden, ob der Brennerbasistunnel zur Erreichung dieser Ziele genügen kann. Kurzfristig ist ein moderneres und besseres Infrastrukturmanagement erforderlich. Auf der Schiene würde sicherlich mehr Wettbewerb helfen. Es braucht neue Umladebahnhöfe im Raum Verona und in Deutschland, aber auch die Option der Realisierung eines Verladebahnhofes in Südtirol.

Auf der Straße ist die Situation momentan, dass die vorhandenen Kapazitäten schlecht genutzt werden. Nachfahrverbote müssten aufgehoben werden und eine bessere Koordination der Baustellen sowie Feiertags- und Wochenendfahrverbote ist unerlässlich. Um die Umweltbelastung zu reduzieren und trotzdem die Erreichbarkeit im Warenverkehr zu garantieren, sollte man anstelle von Verboten versuchen, die modernsten und umweltfreundlichsten Techniken im Fahrzeugbau zu nutzen.

Die heimische Berufsgruppe der LKW-Fahrer wird auch in den nächsten Jahren zusehends abnehmen, da die Generation, welche die erforderlichen Führerscheine noch im Wehrdienst erworben hat, zusehends in Rente versetzt werden. Dies ist ein weiterer Grund, eine Optimierung der Logistik oder gar wiederum größere Lager vorzusehen.

### 5.3) Erreichbarkeit im Personenverkehr

Das mittlerweile erreichte Verkehrsaufkommen in Südtirol stößt nicht nur an die Kapazitäts-, sondern auch an die Toleranzgrenzen der Südtiroler Bevölkerung. Aus diesem Grund ist Information und Sensibilisierung in diesem Zusammenhang unerlässlich.

Auch beim Personenverkehr gilt, dass in allen Bereichen investiert werden muss, um die Anforderungen zu erfüllen. Um beispielsweise das Verkehrsproblem an den Wochenenden anzugehen, wäre eine dritte Spur auf der Autobahn von Bozen in Richtung Süden wünschenswert. Um die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Südtiroler Betriebe jedoch nicht zu beeinträchtigen, soll auf eine Erhöhung der Maut oder ähnliche Maßnahmen verzichtet werden. Diese würden lediglich zu einer Verteuerung der Waren und der Transporte führen.

Im Schienenverkehr ist es notwendig, neue, modernere und schnellere Zugverbindungen zu schaffen. Auch sollten für Touristen wieder Autozüge von und nach Nordeuropa und Süditalien angeboten werden. Zu diesem Zweck soll die Zusammenarbeit in der 2017 ins Leben gerufenen Arbeitsgruppe für den Personentransport zwischen der Autonomen Provinz Bozen, IDM Südtirol – Alto Adige, der ÖBB, DB und italienischen Eisenbahn verbessert werden.

Neben Straße und Schiene ist hier auch der Flugverkehr zu berücksichtigen. Diesbezüglich ist es erforderlich, den Flughafen wieder zu aktivieren und Klarheit für die Zukunft zu schaffen.

Um dem Gast die Fahrt nach Südtirol mit der Bahn oder mit dem Flugzeug im Sinne schmackhaft zu machen und damit eine Verkehrsminderung zu erzielen, muss eine bequeme Anbindung bis zum Urlaubsziel gewährleistet werden können (car-sharing, Autoverleih, Potenzierung der Busfahrpläne, Taxiservice, usw.).

Die Inhalte dieses Bereichs sind von Thomas Baumgartner, Marlene Dorfer Waldner, Werner Gramm, Elmar Morandell und Horst Pichler in Zusammenarbeit mit Ivo Morelato ausgearbeitet worden.

## **Strategischer Bereich 6: Regionalität und Export**

Auch in diesem Bereich hat die Reform aus dem Jahr 2016 die Kompetenzen der Handelskammern betreffend die Unterstützung und Hilfestellung für KMUs zur Vorbereitung auf internationale Märkte sowie die Qualifizierung der Betriebe und der Produkte bestätigt.

### 6.1) Export

Die Waren müssen zeitgerecht und zuverlässig zugestellt werden können. Das hohe Verkehrsaufkommen bringt den Warentransport jedoch teilweise zum Erliegen oder verursacht erhebliche Verzögerungen. Daher bedarf es einiger Verkehrsmaßnahmen bzw. Verbesserungen der Infrastrukturen, um weiterhin erfolgreich exportieren zu können.

Zudem muss die Exportfähigkeit von Unternehmen unabhängig von deren Größe und vom jeweiligen Wirtschaftssektor garantiert werden.

### 6.2) Regionalität

Was das Thema Regionalität anbelangt wäre es sehr wichtig, alle Wirtschaftssektoren mit einzubeziehen und bei der einheimischen Bevölkerung das Bewusstsein für die Regionalität zu stärken. Aufgrund des Erreichbarkeitsproblems erscheint es sinnvoll, hochwertige Absatzmärkte zu finden und auszubauen.

Folgende Maßnahmen werden daher vorgeschlagen:

- Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur
- Bürokratieabbau
- Verbesserung/Ausbau der Anlaufstellen zur Information für Exportbestimmungen
- Werbemaßnahmen für qualitativ hochwertige Produkte
- Plattform zum Informationsaustausch für Produkte und Dienstleistungen zwischen den Sektoren

Das Bewusstsein der Bevölkerung für die Wichtigkeit der Wirtschaftskreisläufe ist mit entsprechenden Werbemaßnahmen zu steigern. Insbesondere soll vermittelt werden, dass die Vielfalt und die lokale Präsenz im stationären Einzelhandel auf Dauer nur erhalten werden kann, wenn die lokale Kaufkraft bewusst dort hinfließt.

Der Trend zeigt ganz deutlich auf, dass Online-shops hoch im Trend liegen. Für die Errichtung einer online-shop Internetseite für Südtiroler Unternehmen könnten verschiedene Maßnahmen angedacht werden, damit die Kaufkraft der Südtiroler/innen bei einem einheimischen Unternehmen bleibt.

Die Inhalte dieses Bereichs sind von Angelika Stafler, Christine Fuchsberger, Karin Roner und Leo Tiefenthaler in Zusammenarbeit mit Urban Perkmann ausgearbeitet worden.

## **Strategischer Bereich 7: Raumordnung**

Südtirol steht zwar im Vergleich zu umliegenden Regionen sehr gut da, dies bedeutet aber nicht, dass es keinen Verbesserungsbedarf gibt: dies reicht von der Abwanderung qualifizierter Arbeitskräfte über den zunehmenden Mangel an sozialen Kontakten bis hin zum Druck der Globalisierung auf die einzelnen Betriebe.

Um die Städte und Orte lebendig (vital) zu erhalten, braucht es mit allen Akteuren abgestimmte Orts- und Stadtentwicklungsmaßnahmen. Das Zusammenwirken aller Akteure sollte mit entsprechenden Förderungen unterstützt werden.

### 7.1) Verbesserung der Infrastrukturen

Hervorzuheben ist hier vor allem das Glasfasernetz, welches in Südtirol noch nicht flächendeckend vorhanden ist.

### 7.2) Verbesserung der Dienstleistung der Post

Eine Möglichkeit wäre hier „Minipostämter“ in den Lebensmittelgeschäften zu schaffen.

### 7.3) Neues Raumordnungsgesetz

Mit dem neuen Raumordnungsgesetz ist zu erwarten, dass die Zuständigkeit in den einzelnen Gemeinden im Vergleich zum Land steigen. Dies könnte dazu führen, dass man in Südtirol große Unterschiede in der Raumordnung verursacht.

### 7.4) Grundstrukturen im ländlichen Raum

In Zukunft muss für den ländlichen Raum die Grundstruktur möglichst gut erhalten bzw. ausgebaut werden. Ansonsten läuft man Gefahr, dass Geschäfte zusperren bzw. eine Abwanderung stattfindet.

### 7.5) Die bestehenden Gemeindezentren sollten als solche möglichst vital erhalten bleiben und nicht neue Zentren errichtet werden, welche dann wiederum neue Infrastrukturen benötigen.

In diesem Zusammenhang sollen Maßnahmen ergriffen werden um das Wohnen leistbar zu gestalten und Gewerbegebiete, welche auch künftig vor allem Produktion vorbehalten sein sollen, aufzuwerten.

Die Inhalte dieses Bereichs sind von Michl Ebner, Georg Mayr und Hans Peter Federer in Zusammenarbeit mit Georg Lun ausgearbeitet worden.

## **Strategischer Bereich 8: Bürokratieabbau und öffentliche Verwaltung**

Dieser Bereich ist eng mit der Digitalisierung verknüpft. Zudem bildet der Bürokratieabbau in der öffentlichen Verwaltung ein nützliches Instrument für die Beschleunigung der Verfahren, die unparteiliche Abwicklung derselben und damit eine Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

### 8.1) Digitalisierung von Verwaltungsverfahren

Der Bürokratieabbau hängt sehr stark mit der Digitalisierung zusammen. Daher sollten möglichst viele Verwaltungsverfahren der Handelskammer in Zukunft über einen Online-Schalter abgewickelt werden.

Die Handelskammer könnte hier versuchen, die Zusammenarbeit der verschiedenen öffentlichen Stellen (Gemeinde, Provinz, Sanität usw.) zu forcieren um zu gewährleisten, dass dann möglichst viele Verwaltungsverfahren über den existierenden Einheitsschalter (SUAP) abgewickelt werden können. Dieser Online-Schalter muss natürlich mehrsprachig aufgebaut sein.

Im Zuge dieser Digitalisierung der Verwaltungsverfahren soll die Möglichkeit wahrgenommen werden, Verfahren nicht lediglich zu digitalisieren, sondern diese zu überdenken, zu verschlanken oder gar abzuschaffen.

### 8.2) Förderung des Landesportals für öffentliche Aufträge

Unternehmen sollten dazu animiert werden, sich in das Landesportal für öffentliche Aufträge einzutragen, um Aufträge für die öffentliche Hand ausführen zu können. Oftmals kann die öffentliche Hand Aufträge nicht an heimische Betriebe vergeben, da diese nicht im Landesportal eingetragen sind.

In der Vergangenheit hat man leider allzu oft feststellen müssen, welche Folgen es hat, wenn Betriebe außerhalb der Region den Zuschlag erhalten.

Aus diesem Grund muss in diesem Bereich erhebliche Sensibilisierungs- bzw. Informationstätigkeit durchgeführt und wenn nötig auch kurze Ausbildungseinheiten über die Plattform angeboten werden.

### 8.3) Vereinfachung von Vergabeverfahren

Aufträge der öffentlichen Verwaltungen sollten im Sinne des Bürokratieabbaus bis zu einem Ausmaß von 1.000 Euro frei vergeben werden können, ohne Ausschreibungsverfahren abwickeln zu müssen. Diesbezüglich soll auf gesamtstaatlicher Ebene eine Gesetzesänderung angestrebt werden.

### 8.4) Vereinfachung von Finanztransaktionen

Finanztransaktionen, vor allem für das einfache, alltägliche Zahlen von Rechnungen sollen vereinfacht werden. Das bereits bestehende System PagoPA sollte ausgebaut und verbessert werden. Das System könnte so angepasst werden, dass man die Überweisungsdaten, welche im Idealfall aus der elektronischen Rechnung übernommen werden, nur mehr bestätigen und die Daten nicht mehr ins System einspeisen muss.

### 8.5) Geringere Steuerbelastung

Die Steuerbelastung der Betriebe muss so niedrig wie möglich gehalten werden. Eine niedrige Steuerbelastung ist für die wirtschaftliche Entwicklung der gesamten Region wichtig.

Die Inhalte dieses Bereichs sind von Sybille Mazoll und Elio Pidutti in Zusammenarbeit mit Daniel Hofmann ausgearbeitet worden.

## **Strategischer Bereich 9: Vereinbarkeit Familie/Beruf**

Die Handelskammer Bozen unterstützt seit Jahren Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf und fördert die Umsetzung solcher Maßnahmen in Südtiroler Betrieben.

### 9.1) Frauenförderung

Gemeinsam mit der neuen Landesregierung sollte das Thema Frauenförderung wieder aufgegriffen werden, um die gestrichenen Subventionen für Unternehmerinnen wieder einzuführen.

## 9.2) Co-Manager-System

Dieses Projekt soll neu aufgegriffen und konkretisiert werden. Der Beirat für die Förderung des weiblichen Unternehmertums ist die Thematik „Zeitbank“ schon einmal in Zusammenarbeit mit der Kammer der Wirtschaftsprüfer und Steuerberater angegangen und möchte nun mit einer Expertin weitere Schritte in diese Richtung unternehmen.

## 9.3) Frauenportraits

Für einen großen Teil der Bevölkerung ist das Thema Wirtschaft immer noch männlich besetzt. Erfolgreiche Frauen in der Wirtschaft sind zwar bekannt, aber immer noch die Ausnahme. Dabei gibt es sehr viele positive Beispiele von erfolgreichen Unternehmerinnen, die Inhaberinnen bzw. Mitinhaberinnen sind oder eine leitende Funktion im Unternehmen haben. Die Initiative für die Veröffentlichung der Frauenportraits, von erfolgreichen Frauen in der Südtiroler Wirtschaft soll deshalb als Sensibilisierungsmaßnahme fortgeführt werden.

## 9.4) Informationsplattform

Für das weibliche Unternehmertum soll in Zusammenarbeit mit dem Land eine einheitliche Informationsplattform geschaffen werden, welche z.B. Informationen zu Förderungen und Maßnahmen enthält.

## 9.5) Jährliche Events

Es sollen regelmäßig Events organisiert werden, bei welchen Spitzenreferenten auf die Thematik der Frau in der Wirtschaft eingehen. Dies könnte beispielsweise im Rahmen einer „Frauenmesse“ erfolgen.

## 9.6) Schenke Zeit – ernte Freude

Dieses Projekt ist aus einer gemeinsamen Aktion der Beiräte des weiblichen Unternehmertums der Handelskammern Bozen, Trient und Tirols entstanden. Über die Internetseite [www.happywomen.info](http://www.happywomen.info) besteht die Möglichkeit, eine Briefvorlage herunterzuladen. Mit dieser Vorlage kann man an einen lieben Menschen ein paar Zeilen der Dankbarkeit, Bewunderung, Liebe, Hochachtung oder Wertschätzung senden. Das Projekt findet großen Anklang und soll durch Pressemitteilungen u. ä. weiter beworben werden. Außerdem sollen die Verbände über die Aktion informiert werden.

Die Inhalte dieses Bereichs sind vom Beirat für die Förderung des weiblichen Unternehmertums der Handelskammer Bozen ausgearbeitet worden.

## Die Ressourcen

Die im folgenden Bericht enthaltenen Daten über die Ressourcen sind zum Teil bereits mit Beschluss des Kammerrats Nr. 14 vom 22. November 2018 genehmigt worden, um den Voranschlag für das Geschäftsjahr 2019 rechtzeitig innerhalb Jahresende verabschieden zu können.

Im Vergleich zur Vergangenheit haben die Bilanzen der letzten Jahre zahlreiche Änderungen aufgrund von Reformen und neu übertragenen Aufgaben verzeichnet. Die mit Gesetzesdekret Nr. 90 vom 24. Juni 2014 eingeführte schrittweise Reduzierung der Jahresgebühren um 50 %, die darauffolgende Erhöhung um 20 % zur Finanzierung gesamtstaatlicher Projekte, die anfängliche Kürzung und anschließende Erhöhung der Finanzierung laut Regionalgesetz Nr. 5/1999, die verpflichtende Einführung des Einheitsschatzamtes für die Handelskammer und die damit einhergehende Streichung der Aktivzinsen und auch die jahrelang aufgeschobene Erneuerung des Kollektivvertrages der Bediensteten der Handelskammer sollten sich mittlerweile jedoch eingependelt haben, um eine vorsichtige Schätzung der in den nächsten Jahren zur Verfügung stehenden Finanzmittel durchführen zu können.

### Finanzquellen

Die wichtigste Einnahmequelle bildet zum einen die Jahresgebühr. Aufgrund deren 20%iger Erhöhung zur Finanzierung von zwei gesamtstaatlichen Projekten wird sich diese im Jahr 2019 noch auf knapp 7 Millionen Euro belaufen und, sofern vom keine neue projektbezogene Erhöhung vorgesehen wird, ab 2020 auf etwa 5,8 Millionen Euro pro Jahr sinken.

Die Sekretariatsgebühren sollten bereits seit Jahren aufgrund von Standardkosten neu definiert werden. Solange die entsprechende Bestimmung jedoch nicht verabschiedet wird, bleiben die Einnahmen relativ stabil und belaufen sich auf gut 3 Millionen Euro jährlich.

Die Beiträge, Zuschüsse und anderen Einnahmen bestehen aus der regionalen Finanzierung laut R.G. Nr. 5/1999, aus der Finanzierung aufgrund des L.G. Nr. 7/2000, aus der Spesenrückerstattung durch die Sonderbetriebe, den Mieteinnahmen und anderen Einnahmen aus institutioneller Tätigkeit und belaufen sich etwa auf 8,5 Millionen Euro pro Jahr. Im Jahr 2023 geht das Fruchtgenussrecht an der Immobilie in der Südtiroler Straße vom Sonderbetrieb Institut für Wirtschaftsförderung an die Handelskammer über, sodass die entsprechenden Mieteinnahmen in der Kammerbilanz ansteigen werden.

Die Einnahmen aus Dienstleistungen von über 800.000 Euro jährlich beziehen sich auf sämtliche von der Kammer fakturierten Dienste wie die Kontrollen für D.O.C.-Weine, die Eichkontrollen, Aufsichtstätigkeiten bei Gewinnspielen, Mediationsverfahren usw. und verzeichnen, sofern keine neuen Zuständigkeiten übernommen werden, einen recht stabilen Verlauf.

Die anderen Finanzquellen bestehen hauptsächlich aus den Finanzeinnahmen. Aufgrund der geplanten Umwandlung der Brennerautobahn AG in eine öffentliche Gesellschaft und der damit einhergehenden Streichung der bisher ausgeschütteten Dividenden ist eine erhebliche Reduzierung zu erwarten.

Insgesamt stehen im Fünfjahreszeitraum also Finanzmittel von durchschnittlich 19 Millionen pro Jahr zur Verfügung.

FINANZQUELLEN	2019	2020	2021	2022	2023
Jahresgebühr	6.992.180	5.861.300	5.890.420	5.919.540	5.948.660
Sekretariatsgebühr	3.200.000	3.190.500	3.173.000	3.184.000	3.195.000
Beiträge, Zuschüsse und andere Einnahmen	8.811.200	8.735.800	8.746.400	8.757.000	10.116.600
Einnahmen aus Dienstleistungen	925.650	925.450	925.550	925.650	925.750
Andere Quellen	382.000	122.000	109.000	109.000	109.000
<b>SUMME</b>	<b>20.311.030</b>	<b>18.835.050</b>	<b>18.844.370</b>	<b>18.895.190</b>	<b>20.295.010</b>

## Verwendung

Die zur Verfügung stehenden Mittel werden zum einen Teil für laufend anfallende Ausgaben wie für das Personal und den Betrieb der Ämter, die Abschreibungen und die Rückstellungen benötigt. Der verbleibende Teil kann jedoch gänzlich für die Deckung der Ausgaben für wirtschaftliche Maßnahmen verwendet werden.

Die Personalausgaben belaufen sich aufgrund der momentanen Personalsituation und der geltenden Kollektivverträge auf durchschnittlich 7,8 Millionen Euro pro Jahr. Für den Betrieb der Ämter, also beispielsweise die Inanspruchnahme von Dienstleistungen, die Nutzung von Gütern Dritter, für Verwaltungskosten und die institutionellen Organe werden über 4,7 Millionen pro Jahr benötigt, während die Abschreibungen und Rückstellungen etwa 1,2 Millionen jährlich ausmachen.

Für die wirtschaftlichen Maßnahmen 2019 können dank der Erhöhung der Jahresgebühr für die zwei Projekte zur Digitalisierung der Unternehmen und für die Alternanz Schule – Arbeitswelt noch über 6 Millionen Euro zur Verfügung gestellt werden. Durch die Reduzierung der Jahresgebühr verringert sich dieser Betrag ab 2020 jedoch auf 5 Millionen Euro jährlich.

VERWENDUNG	2019	2020	2021	2022	2023
Wirtschaftliche Maßnahmen	6.400.600	5.225.000	5.165.000	5.165.000	5.775.000
Personal	7.892.000	7.740.000	7.797.000	7.854.000	7.912.000
Betrieb der Ämter	4.772.930	4.754.750	4.769.070	4.772.890	4.671.710
Abschreibungen und Rückstellungen	1.189.600	1.069.600	1.069.600	1.059.600	1.892.600
Andere Verwendungen (außerordentliche Aufwendungen usw.)	55.900	45.700	43.700	43.700	43.700
<b>SUMME</b>	<b>20.311.030</b>	<b>18.835.050</b>	<b>18.844.370</b>	<b>18.895.190</b>	<b>20.295.010</b>

Aus der folgenden Tabelle ist ersichtlich, dass die in den nächsten Jahren zu erwartenden Ausgaben vollständig durch die Einnahmen gedeckt werden können und der Haushalt damit jeweils im Ausgleich schließen wird.

SALDEN	2019	2020	2021	2022	2023
Finanzquellen	20.311.030	18.835.050	18.844.370	18.895.190	20.295.010
Verwendung	-20.311.030	-18.835.050	-18.844.370	-18.895.190	-20.295.010
<b>ERGEBNIS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Aus der folgenden Tabelle geht der Personalbestand zum 31.12.2018, getrennt nach institutionellen Funktionen (wie vom D.P.R. 254/2005 vorgesehen) hervor. Die Anzahl der Bediensteten beinhaltet auch diejenigen Mitarbeiter, welche ihre Tätigkeit für die Sonderbetriebe der Kammer ausüben und mit dem Vertrag der Region eingestellt worden sind und schließt die Mitarbeiter, die direkt bei den Sonderbetrieben in Vertrag stehen, nicht mit ein.

FUNKTION	GENERAL-SEKRETARIAT UND INSTITUTIONELLE ORGANE	UNTERSTÜTZENDE DIENSTE	MELDEAMT UND MARKT-REGELUNG	STUDIEN, WEITERBILDUNG, INFORMATION UND WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNG	SUMME
Anzahl Mitarbeiter	3,8	28,85	59,97	31,38	124

Die Handelskammer verfügt über einige strategische Beteiligungen an verschiedenen Gesellschaften. Neben den Sonderbetrieben Institut für Wirtschaftsförderung und IDM Südtirol – Alto Adige vertritt die Handelskammer auch das Interesse der lokalen Wirtschaftstreibenden am Allgemeinen Lagerhaus, an der Großmarkthalle Bozen sowie an der Messe Bozen. Die Kammer vertritt die öffentliche Verwaltung im Rahmen der Südtiroler Qualitätskontrolle und profitiert von den Angeboten der Inhouse-Gesellschaften des italienischen Kammersystems Ecocerved, InfoCamere, Tecno Holding, Tecnoservicecamere, IC Outsourcing, Job Camere und Uniontrasporti.



Der Ausschuss überprüft regelmäßig die gehaltenen Anteile und bewertet diese aufgrund der Ergebnisse der Gesellschaften, deren Tätigkeiten und strategischen Zwecken für die Ziele der Körperschaft. Sollte eine Beteiligung aus verschiedensten Gründen nicht mehr benötigt werden, wird diese umgehend abgetreten. Aus der folgenden Tabelle gehen die Beteiligungen der Körperschaft zum 31.12.2018 hervor.

UNTERNEHMEN	ANTEIL
Institut für Wirtschaftsförderung	100,0000 %
IDM Südtirol – Alto Adige	40,0000 %
Autonome Körperschaft allgemeines Lagerhaus	35,0000 %
Konsortium für die Führung der Großmarkthalle G.m.b.H.	70,6000 %
Messe Bozen AG	4,7913 %
SQ – Südtiroler Qualitätskontrollen	11,1111 %
Ecocerved G.m.b.H.	0,4077 %
Brennerautobahn AG	0,8414 %
Ratschings-Jaufen G.m.b.H.	1,4173 %
InfoCamere K.A.G.	0,2933 %
Tecno Holding AG	0,2077 %
Tecnoservicecamere K.A.G.	0,0881 %
IC Outsourcing G.m.b.H.	0,1773 %
Job Camere G.m.b.H.	0,1989 %
Borsa Merci Telematica Italiana K.A.G.	0,1255 %
Uniontrasporti K.G.m.b.H.	0,7634 %

## Il Consiglio camerale 2018-2023



Agostino ACCARINO  
tutela consumatori e utenti



Walter AMORT  
servizi alle imprese



Thomas BAUMGARTNER  
trasporti e spedizioni



Giorgio BERGAMO  
artigianato



Rudi BERTAGNOLLI  
liberi professionisti



Vinicio BIASI  
servizi alle imprese



Renato BONSIGNORI  
servizi alle imprese



Andrea BRESSAN  
commercio



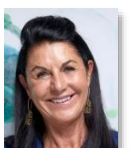
Simone BURATTI  
commercio



Nicola CALABRÒ  
credito



Tania CAVINI  
artigianato



Marlene DORFER-WALDNER  
turismo



Michl EBNER  
turismo



Heidi FELDERER  
artigianato



Christine FUCHSBERGER  
commercio



Federico GIUDICEANDREA  
industria



Werner GRAMM  
commercio



Andrea GRATA  
servizi alle imprese



Michael GRUBER  
industria



Martin HALLER  
artigianato



Ivo INSAM  
artigianato



Barbara JÄGER  
servizi alle imprese



Annemarie KASER  
agricoltura



Evelyn KIRCHMAIER  
servizi alle imprese



Dieter MAYR  
organizzazioni sindacali



Georg MAYR  
agricoltura



Sibylle MAZOLL  
agricoltura



Elmar MORANDELL  
trasporti e spedizioni



Thomas OBERHOFER  
agricoltura



Heinrich OBERRAUCH  
industria



Georg OBERRAUCH  
commercio



Stefan PAN  
industria



Sandro PELLEGRINI  
industria



Horst PICHLER  
artigianato



Elio PIDUTTI  
artigianato



Manfred PINZGER  
turismo



Markus RABANSER  
commercio



Joachim REINALTER  
agricoltura



Karin RONER  
industria



Johanna SANTA FALSER  
artigianato



Gabriele SANTO  
turismo



Gottfried SCHGAGULER  
turismo



Angelika STAFLER  
turismo



Alberto STENICO  
altri settori



Leo TIEFENTHALER  
agricoltura



Monika UNTERTHURNER  
commercio



Thomas WALCH  
turismo



Robert ZAMPIERI  
cooperazione

## Introduzione

Il programma pluriennale, redatto ai sensi del decreto del Presidente della Repubblica 2 novembre 2005, n. 254, determina gli indirizzi generali della Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Bolzano per il periodo corrispondente alla durata del mandato del nuovo Consiglio camerale.

Il presente documento definisce, quindi, le linee strategiche, gli obiettivi e le azioni da intraprendere, coinvolgendo non solo la Camera di commercio ma anche l'azienda speciale Istituto per la promozione dello sviluppo economico che, grazie alla sua riconosciuta agilità operativa, costituisce lo strumento più adatto per la gestione delle attività di promozione e di sviluppo dell'economia provinciale.

I membri del nuovo Consiglio camerale insediato a giugno 2018 hanno elaborato delle misure per l'economia dell'Alto Adige che sono state riassunte nel presente documento. Il programma pluriennale rappresenta l'incarico alla Camera di commercio di realizzare le iniziative che il Consiglio camerale ritiene opportune e necessarie per le imprese. Il documento è corredato da una sintetica proiezione delle fonti e degli impieghi per il periodo considerato e verrà aggiornato, annualmente, dal Consiglio camerale con la Relazione previsionale e programmatica.

In base al programma pluriennale verrà predisposto, infine, il preventivo economico annuale. È viva la speranza che questo documento riesca a tracciare il sentiero da seguire per la Camera di commercio e per la sua Azienda speciale negli anni a venire con l'obiettivo di fissare le direttrici necessarie per uno sviluppo sostenibile dell'economia altoatesina.

On. Dr. Michl Ebner  
Presidente

## Premessa

Il presente programma rappresenta la base per la definizione degli obiettivi dell'ente nei prossimi cinque anni ed è, quindi, strettamente legato al Piano della prestazione organizzativa 2019 – 2021 e le sue versioni successive. I due aspetti, contabile ed organizzativo, vengono quindi interconnessi in modo da offrire agli organi una chiave di lettura nuova dei servizi gestiti dalla Camera di commercio di Bolzano, improntati, da sempre, alle esigenze delle imprese altoatesine.

Il programma pluriennale è articolato per aree strategiche, elaborate dai nuovi membri del Consiglio camerale in diversi gruppi di lavoro. Per ogni area sono stati definiti degli obiettivi che dovranno essere raggiunti fino all'anno 2023, i quali sono stati condivisi da tutto il Consiglio camerale in una riunione successiva.

Oltre alle nuove competenze delle Camere di commercio in materia di digitalizzazione, strumenti alternativi di finanziamento, istruzione e plurilinguismo anche le questioni fondamentali dell'economia dell'Alto Adige come la raggiungibilità, la regionalità e l'export, la gestione del territorio nonché la riduzione del carico burocratico sono stati inseriti nel nuovo Programma pluriennale. Questi obiettivi strategici sono stati completati dal Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile con la tematica della conciliabilità famiglia e lavoro.

Dr. Alfred Aberer  
Segretario generale

## Mission

La mission identifica la ragion d'essere e l'ambito in cui la Camera opera in termine di politiche e azioni perseguite. È, in altre parole, un'interpretazione sintetica del ruolo dell'Ente rispetto all'organizzazione interna e verso i terzi.

La nostra Camera di Commercio si è data la seguente mission:

**“Siamo un'organizzazione che comprende tutte le imprese altoatesine. Quale ente di diritto pubblico dobbiamo rispettare particolarmente i principi della democrazia, trasparenza e indipendenza politica. Noi sosteniamo gli operatori economici in vari modi, prestiamo importanti servizi per conto dello Stato e della Provincia e rappresentiamo gli interessi delle aziende nei confronti del pubblico, degli organi decisionali e delle amministrazioni.”**

Le attività della Camera comprendono una vasta offerta di servizi. Tra le attività principali ci sono la gestione del Registro imprese, la ricerca economica, la formazione delle imprenditrici/imprenditori e delle collaboratrici/collaboratori, lo sviluppo d'impresa, la regolazione del mercato, la tutela dell'ambiente e la giustizia alternativa (ADR).

## Area strategica I: Digitalizzazione, innovazione, ricerca e sviluppo

### Digitalizzazione

La riforma introdotta dal Governo italiano ha assegnato alle Camere di commercio delle competenze in materia di digitalizzazione. Per supportare la competitività delle imprese altoatesine anche in questo ambito per i prossimi anni sono stati definiti i seguenti obiettivi:

#### 1.1) Promozione della digitalizzazione

La Camera di commercio dovrà impegnarsi, di concerto con IDM Südtirol – Alto Adige e le associazioni di categoria (per evitare doppi lavori) a intensificare la digitalizzazione di tutte le imprese locali; proprio in questo ambito sarebbe opportuna una maggiore collaborazione tra le grandi, medie e piccole imprese.

#### 1.2) Assistenza per la digitalizzazione

In particolare le micro, piccole e medie imprese, i liberi professionisti e le start-up dovrebbero essere incoraggiati ad adeguarsi ai requisiti normativi nel settore della digitalizzazione, in particolare per quanto riguarda la fatturazione elettronica. Come Digital Promoter la Camera di commercio dovrà assisterle in questa fase.

#### 1.3) Ampliamento della rete a banda larga

Un ampliamento della rete a banda larga è indispensabile per le relazioni economiche in un mondo digitalizzato. La Camera di commercio dovrà impegnarsi per promuovere l'ampliamento della rete a banda larga in Alto Adige.

#### 1.4) Contributi per investimenti in materia di digitalizzazione

Le piccole imprese spesso non dispongono del capitale necessario per investimenti nella digitalizzazione, la dotazione dell'impresa di strumenti digitali. Numerose piccole imprese, soprattutto nel settore dell'artigianato, non possiedono neppure un computer e tanto meno di un proprio sito internet. Per tale motivo la Camera di commercio dovrà concedere dei contributi per la digitalizzazione delle piccole imprese, a condizione che l'investimento avvenga in un processo completo di digitalizzazione.

#### 1.5) Sensibilizzazione

Gli imprenditori devono tuttora essere informati e sensibilizzati riguardo l'utilizzo e i vantaggi dell'adozione di strumenti digitali. Come Digital Promoter la Camera di commercio dovrà accompagnare le imprese in questo cambiamento e toglierle il timore dalla digitalizzazione.

### Innovazione, ricerca e sviluppo

Già in precedenza la Camera di commercio ha cercato di promuovere l'innovazione nelle imprese locali attraverso interventi di informazione e sensibilizzazione. Chi agisce su mercati internazionali a lungo termine può avere successo solo con offerte innovative.

#### 1.6) Offerta di prodotti e servizi innovativi

Soprattutto le piccole imprese dovranno essere supportate nei seguenti ambiti:

- collaborazione con istituti di ricerca e avvio dei relativi contatti;
- ricorso a contributi per processi di innovazione;
- consulenza e finanziamento dello sviluppo di prodotti, anche per prodotti già esistenti.

#### 1.7) NOI Techpark Bolzano

Gli istituti di ricerca collocati al parco tecnologico non dovranno svolgere solo ricerca di base, ma anche ricerca applicata per le esigenze delle imprese locali. Sarà, quindi, necessario formalizzare nel NOI-Techpark la ricerca su incarico di terzi.

## 1.8) Collegamento internazionale del NOI-Techpark

Le imprese hanno bisogno di trovare rapidamente il giusto partner di ricerca per le loro problematiche. Una rete internazionale del parco tecnologico con strutture simili in tutto il mondo permetterebbe di sostenere le imprese nel cercare il giusto partner di ricerca.

„L'intera gamma di servizi continuerà a crescere nei prossimi anni. Dovranno essere sviluppate misure per la creazione dell'immagine, sovvenzioni specifiche per questi settori e misure di sostegno.“

I contenuti di questa area sono stati elaborati da Simone Buratti, Vinicio Biasi, Heidi Felderer, Giorgia Daprà e Joachim Reinalter in collaborazione con Irmgard Lantschner.

## **Area strategica II: Finanziamenti alternativi**

Attualmente in Alto Adige la gran parte della popolazione è dell'opinione che i finanziamenti sono di esclusiva competenza degli istituti bancari. Questo riguarda sia le piccole, sia le grandi imprese.

### 2.1) Informazione su strumenti alternativi di finanziamento – prima consulenza

Ci dovrebbe essere più informazione su strumenti alternativi di finanziamento (es. Crowdfunding, Contributi UE, Garfidi o Confidi). L'informazione dovrà essere mirata ad ottenere una percezione più aperta dei finanziamenti. A tale scopo sarebbe utile una prima consulenza presso la Camera di commercio dove l'imprenditore potrebbe trovare un interlocutore neutrale. In questa occasione si potrebbero illustrare all'imprenditore diverse opportunità e dei partner in Alto Adige. Nelle scuole e università si potrebbe cercare di informare i giovani sulla tematica. Anche le PMI che devono affrontare dei problemi di liquidità, senza esitazioni potranno rivolgersi a questo punto d'informazione, per ottenere una consulenza sulla possibilità di colmare o rinegoziare i debiti.

### 2.2) Networking

La Camera dovrebbe tentare di unire i diversi player del mondo finanziario e rafforzare la loro collaborazione.

### 2.3) Strumenti di finanza alternativa per imprese femminili

Sul sito internet della Camera di commercio, all'interno del settore "Donna nell'economia" dovranno essere riassunti anche tutti gli strumenti di promozione a disposizione di imprese femminili.

I contenuti di questa area sono stati elaborati da Barbara Jäger, Johanna Santa-Falser, Andrea Bressan, Andrea Grata, Evelyn Kirchmaier e Stefano Ruele in collaborazione con Luca Filippi.

## **Area strategica III: Istruzione**

La citata riforma delle Camere di commercio ha assegnato all'ente numerosi compiti in materia di orientamento scolastico e professionale. Questi vanno dalla gestione del Registro per l'alternanza scuola – lavoro alla certificazione delle conoscenze raggiunte attraverso i tirocini, dal supporto nella domanda e offerta di tirocinio fino alla consulenza in occasione della scelta di una professione o nel momento di transizione dalla scuola all'università o al posto di lavoro.

### 3.1) Formare talenti

La parola d'ordine „Aumentare il numero dei laureati“ dovrà essere sostituita con “Formare talenti”. Il fabbisogno di manodopera in Alto Adige non si limita alle professioni per laureati, ma riguarda anche i lavoratori qualificati. Questo trend deve essere tenuto in considerazione. L'obiettivo è quello di incoraggiare sia i giovani che gli adulti altoatesini a continuare la loro formazione in modo continuativo e sostenibile.

Sia il Talent Center previsto per gli studenti, un luogo di informazione e di accertamento delle proprie aspirazioni professionali, di competenze e talenti personali, sia l'intenzione di offrire in futuro il modulo gestione d'impresa della formazione dei maestri professionali presso la Camera di commercio rappresentano dei buoni punti di partenza.

In particolare nel modulo di formazione gestione d'impresa la Camera di commercio dovrebbe cercare di sensibilizzare i giovani imprenditori ad uno sviluppo sostenibile e una formazione della personalità. Questo modulo di gestione dell'impresa, in generale, potrebbe diventare una formazione di base per giovani imprenditori, che riguarda non solo la competenza professionale, ma anche lo sviluppo della personalità.

### 3.2) Manodopera qualificata

Dovranno essere rilevati numeri concreti, dati e fatti per determinare il fabbisogno di manodopera qualificata e per sviluppare misure concrete per affrontare la carenza di personale qualificato. È indispensabile uno stretto coordinamento tra gli istituti di formazione e i datori di lavoro.

### 3.3) Promozione di talenti personali

Per quanto riguarda i talenti personali, si dovrebbero compiere sforzi per reintrodurre le cosiddette "Settimane bianche". Di fatto, il numero di sciatori locali è in continua diminuzione per motivi di costo. I giovani dovrebbero essere incoraggiati e sostenuti nella pratica di uno sport invernale. L'Alto Adige è un paese turistico e dovrebbe essere percepito come tale da parte della popolazione in termini di etica turistica.

I contenuti di questa area sono stati elaborati da Martin Haller, Agostino Accarino, Annemarie Kaser, Michael Gruber, Thomas Walch e Georg Oberrauch in collaborazione con Christine Platzer.

## **Area strategica IV: Plurilinguismo**

Il plurilinguismo per l'Alto Adige con la sua funzione di collegamento tra il mondo tedesco e quello italiano, con il transito ed il turismo rappresenta un fattore di successo per l'economia. Plurilinguismo in Alto Adige significa, quindi, una conoscenza delle lingue tedesco, italiano e inglese come standard.

### 4.1) Sensibilizzazione sul valore delle lingue

Non è scontato che il valore di conoscenza delle lingue sia riconosciuto. Questo valore dovrà essere evidenziato e comunicato dalla Camera di commercio. Un buon esempio era la campagna per il plurilinguismo del 2018.

Il plurilinguismo al giorno d'oggi è un presupposto per uno sviluppo professionale di successo.

### 4.2) Promozione di soggiorni linguistici

Gli studenti dovranno essere incoraggiati a fare soggiorni linguistici. Questo non è utile soltanto per l'apprendere delle lingue, ma anche per fare vedere la componente sociale. Soggiorni all'estero possono dimostrare, ad esempio, che il benessere vissuto in Alto Adige non è uno standard in tutto il mondo. Attraverso informazione e incentivi la Camera di commercio potrebbe promuovere soggiorni all'estero ed in Italia.

### 4.3) English School

Dovrà essere sostenuta, infine, la fondazione di una cosiddetta English School per la promozione del plurilinguismo.

I contenuti di questa area sono stati elaborati da Martin Haller, Agostino Accarino, Annemarie Kaser, Michael Gruber, Thomas Walch e Georg Oberrauch in collaborazione con Christine Platzer.

## **Area strategica V: Raggiungibilità**

La raggiungibilità dell'Alto Adige per persone, merci e dati è di fondamentale importanza per l'economia locale. Secondo delle stime il traffico dei prossimi 5 – 10 anni aumenterà di un ulteriore 30%. Quindi è molto importante che tutti gli interlocutori di questo settore uniscano le loro forze per raggiungere li stessi obiettivi.



### 5.1) Raggiungibilità nella comunicazione

In questo campo c'è necessità di recupero. L'obiettivo a lungo termine deve essere quello che in Alto Adige vengano adottate le tecnologie più avanzate al mondo per lo scambio dei dati. Questo non deve valere solo per le città ma per tutta la provincia. Per tale motivo l'ampliamento della rete a banda larga deve procedere rapidamente. In questo ambito devono essere consentite anche iniziative private, per rendere le procedure di allacciamento alla rete meno burocratiche e più veloci.

Anche il settore della rete mobile necessita di un'espansione. Le gallerie devono essere connesse alla rete e le zone di non raggiungibilità per la telefonia mobile devono essere eliminati passo dopo passo. Inoltre, dovranno essere adottate le misure preventive necessarie per il nuovo standard di telefonia mobile 5G.

### 5.2) Raggiungibilità nel trasporto delle merci

Le infrastrutture non solo servono a garantire l'importazione e l'esportazione da e verso l'Alto Adige, ma sono anche situate su un asse di transito su cui avviene il maggior scambio di merci tra l'Europa centrale e settentrionale e l'Italia. Occorre, pertanto, utilizzare tutti i mezzi possibili per lo scambio di merci. Si tratta di strade e ferrovie, uno scambio di merci nel traffico aereo o nella navigazione interna è esclusa in Alto Adige.

A lungo termine occorre creare capacità non solo per gestire le importazioni e le esportazioni, ma anche per gestire il transito. È, pertanto, necessario garantire che l'accessibilità non sia compromessa da vincoli di capacità.

Per quanto riguarda il trasporto ferroviario delle merci sarà necessario verificare se la Galleria di base del Brennero può bastare per raggiungere questi obiettivi. A breve termine si rende necessaria una gestione più moderna ed efficace delle infrastrutture. Una maggiore concorrenza sulle ferrovie sarebbe certamente d'aiuto. In generale sarebbe sicuramente utile disporre di un coordinamento dei cantieri anche con l'estero e di nuove stazioni di trasbordo nei pressi di Verona ed in Germania, ma anche dell'opzione di una stazione di trasbordo in Alto Adige.

Sulle strade la situazione attuale è che le capacità esistenti sono utilizzate in modo inadeguato. I divieti di circolazione notturna dovrebbero essere revocati e dovrebbe esserci un migliore coordinamento dei cantieri, nonché dei divieti di circolazione nei giorni festivi e nei fine settimana. Per ridurre l'inquinamento ambientale e garantire l'accessibilità al traffico merci, si dovrebbe sempre cercare di utilizzare le tecnologie più moderne ed ecocompatibili nella costruzione dei veicoli, prima di imporre divieti.

La vecchia generazione di autisti, che avevano la possibilità di ottenere la patente di guida di camion durante il servizio militare, nei prossimi 5 anni andrà lentamente in pensione e molti autisti saranno dispersi a causa del numero esiguo di subentri. Da qui l'appello ai vari settori economici a organizzare meglio la logistica o di mantenere nuovamente magazzini più grandi.

### 5.3) Raggiungibilità nel trasporto delle persone

Il volume di traffico in Alto Adige ha raggiunto il limite di capacità ed anche il limite di tolleranza da parte della popolazione altoatesina. È, quindi, assolutamente necessaria l'informazione e la sensibilizzazione.

Anche per quanto riguarda il trasporto delle persone vale il principio che sarà necessario investire in tutti i settori per soddisfare i requisiti richiesti. Ad esempio, per affrontare il problema del traffico nei fine settimana, sarebbe auspicabile una terza corsia autostradale da Bolzano in direzione sud. Ai fini della competitività internazionale è importante che l'Alto Adige rinunci ad aumentare i pedaggi o di introdurre misure analoghe, che comporterebbero un aumento dei prezzi dei prodotti altoatesini ed una conseguente riduzione della competitività.

Nel traffico ferroviario è necessario creare nuovi collegamenti più moderni e più rapidi. Inoltre, anche i treni di macchine tra l'Europa del Nord e l'Italia meridionale dovranno essere reintrodotti. A tal fine la collaborazione nel gruppo di lavoro insediato nel 2017 da Provincia autonoma di Bolzano, IDM Südtirol – Alto Adige, ÖBB, DB e le Ferrovie italiane dovrà essere migliorata.

Oltre alle strade ed alle ferrovie bisogna tenere conto anche del traffico aereo. In tal merito è necessario riattivare l'aeroporto e creare chiarezza sul futuro.

Per rendere il viaggio verso l'Alto Adige in treno o in aereo attraente per l'ospite e ridurre il traffico, bisognerebbe garantire un collegamento confortevole fino alla destinazione della sua vacanza (car-sharing, noleggio auto, potenziamento degli orari degli autobus, servizio taxi, ecc.)

I contenuti di questa area sono stati elaborati da Thomas Baumgartner, Marlene Dorfer Waldner, Werner Gramm, Elmar Morandell e Horst Pichler in collaborazione con Ivo Morelato.

## Area strategica VI: Regionalità ed export

Anche per quanto riguarda questa area tematica, la riforma del 2016 ha confermato le competenze delle Camere di commercio in materia di supporto e assistenza alle PMI per la loro preparazione ai mercati internazionali, nonché in materia di qualificazione delle imprese e dei prodotti.

### 6.1) Export

Deve essere garantita la possibilità di consegnare merci in modo puntuale e affidabile. L'elevato volume di traffico a volte causa, però, un blocco del traffico o gravi ritardi. Sono pertanto necessarie alcune misure per il traffico e miglioramenti infrastrutturali per poter continuare ad esportare con successo.

Inoltre, la capacità di esportazione dovrebbe essere indipendente dalle dimensioni delle imprese e dal settore economico di appartenenza.

### 6.2) Regionalità

Per quanto riguarda la questione della regionalità, sarebbe molto importante includere tutti i settori economici e sensibilizzare la popolazione locale.

A causa del problema dell'accessibilità, sembra ragionevole trovare e sviluppare mercati di vendita di alta qualità.

Vengono quindi proposte le seguenti misure:

- Miglioramento delle infrastrutture di traffico
- Riduzione del carico burocratico
- Miglioramento/Ampliamento dei punti d'informazione per la normativa in materia di esportazione
- Misure pubblicitarie per prodotti di alta qualità
- Piattaforma per lo scambio di informazioni su prodotti e servizi tra i diversi settori

La consapevolezza nella popolazione sull'importanza di circuiti regionali dovrà essere aumentata con adeguate misure pubblicitarie. In particolare occorre comunicare che la molteplicità e la presenza locale del commercio al dettaglio può essere mantenuta solo se il potere d'acquisto locale va in quella direzione.

La tendenza mostra chiaramente che i negozi online sono molto popolari. Potrebbero essere prese in considerazione diverse misure per la creazione di un online-shop per le aziende altoatesine, al fine di mantenere il potere d'acquisto presso le imprese locali.

I contenuti di questa area sono stati elaborati da Angelika Stafler, Christine Fuchsberger, Karin Roner e Leo Tiefenthaler in collaborazione con Urban Perkmann.

## Area strategica VII: Gestione del territorio

L'Alto Adige si trova in un'ottima posizione rispetto alle regioni circostanti, ma ciò non significa che non ci sia bisogno di miglioramenti. Ad esempio la perdita di lavoratori altamente qualificati, la mancanza di contatti sociali e la pressione che la globalizzazione mette alle singole imprese.

Per mantenere in vita le città e i luoghi, sarà necessario seguire delle misure di sviluppo locale coordinate con tutte le parti interessate. La cooperazione dei vari attori dovrà essere sostenuta con finanziamenti adeguati.

### 7.1) Miglioramento delle infrastrutture

Si evidenzia, in particolare, la rete a banda larga che non è ancora presente in tutto l'Alto Adige.

### 7.2) Miglioramento dei servizi postali

Una possibilità sarebbe quella di creare dei mini uffici postali presso i negozi dei paesi.

### 7.3) Nuova legge sulla pianificazione territoriale

Con la nuova legge sulla pianificazione territoriale probabilmente aumenteranno le competenze dei comuni rispetto a quelle della Provincia. Ciò potrebbe portare a grandi differenze nella pianificazione territoriale dell'Alto Adige.

### 7.4) Infrastrutture nelle zone rurali

Anche per le zone rurali dovranno essere fatti investimenti nelle infrastrutture al fine di conservarle ed ampliarle. Altrimenti c'è il rischio che le imprese dovranno chiudere e le persone migrino.

### 7.5) Gli esistenti centri comunali dovrebbero rimanere il più possibile vitali e non dovranno essere costruiti nuovi centri che a loro volta necessiterebbero di nuove infrastrutture.

In questo contesto dovranno essere intraprese misure per rendere gli alloggi accessibili e per riqualificare le zone industriali, che in futuro continueranno ad essere principalmente riservate alla produzione.

I contenuti di questa area sono stati elaborati da Michl Ebner, Georg Mayr e Hans Peter Federer in collaborazione con Georg Lun.

## **Area strategica VIII: Riduzione della burocrazia e pubblica amministrazione**

Questa area è strettamente legata alla digitalizzazione. La riduzione del carico burocratico nella pubblica amministrazione rappresenta, inoltre, uno strumento utile per l'accelerazione dei procedimenti e la gestione oggettiva degli stessi e porta, nello stesso momento, ad un potenziamento della competitività delle imprese.

### 8.1) Digitalizzazione di procedimenti amministrativi

La riduzione della burocrazia è strettamente legata alla digitalizzazione. Per questo motivo, in futuro il maggior numero possibile di procedure amministrative della Camera di Commercio dovrebbe essere gestito tramite uno sportello online.

La Camera di Commercio in questo ambito, dovrebbe cercare di promuovere la collaborazione fra diversi enti pubblici (Comuni, Provincia, Sanità ecc.) per garantire che il maggior numero possibile di procedimenti amministrativi potrà essere gestito tramite lo sportello unico (SUAP). Questo sportello unico dovrà, ovviamente, essere multilingue.

Nel corso di questa digitalizzazione delle procedure amministrative, si deve cogliere l'opportunità non solo di digitalizzare le procedure stesse, ma anche di rivalutarle, semplificarle o addirittura abolirle.

### 8.2) Promozione del portale provinciale dei contratti pubblici

Le imprese dovrebbero essere incoraggiate a registrarsi sul portale provinciale dei contratti pubblici per poter ricevere incarichi da parte della pubblica amministrazione. Spesso le amministrazioni pubbliche non possono aggiudicare contratti alle imprese locali, in quanto queste non sono registrate nel portale provinciale.

In passato, si è visto ciò che può accadere se un'impresa esterna alla provincia ottiene un incarico pubblico. Ciò richiede generalmente informazioni, ma potrebbe essere offerto un breve corso di formazione.

In questa materia sarà, quindi, necessaria una forte attività di sensibilizzazione o informazione ed eventualmente anche l'organizzazione di brevi corsi di formazione sull'utilizzo della piattaforma.

### 8.3) Semplificazione di procedure di affidamento

Per ridurre il carico burocratico sarebbe auspicabile permettere alla Camera di commercio nonché alle altre amministrazioni pubbliche di poter concedere degli incarichi fino a 1.000 Euro senza dover gestire delle procedure di affidamento. A tal fine bisognerebbe intervenire per chiedere una modifica di legge a livello nazionale.

### 8.4) Semplificazione di transazioni finanziarie

Le transazioni finanziarie, soprattutto quelle di ogni giorno riguardanti il semplice pagamento di fatture dovrebbero essere semplificate. Il sistema pagoPA esistente dovrebbe essere ampliato e migliorato. Il sistema potrebbe essere adattato in modo tale che i dati necessari per il bonifico, che idealmente vengono ripresi dalla fattura elettronica, devono solo essere confermati e quindi non più inseriti nel sistema.

### 8.5) Riduzione del carico fiscale

Gli oneri fiscali che gravano sulle imprese devono essere mantenuti quanto più basso possibile. Un basso carico fiscale è importante per lo sviluppo economico dell'intera regione.

I contenuti di questa area sono stati elaborati da Sybille Mazoll e Elio Pidutti in collaborazione con Daniel Hofmann.

## **Area strategica IX: Conciliabilità famiglia/lavoro**

Già da anni la Camera di commercio promuove delle misure per la conciliabilità di famiglia e lavoro e la realizzazione di tali misure all'interno delle imprese locali.

### 9.1) Promozione delle donne nell'economia

Insieme alla nuova Giunta provinciale dovrà essere affrontata la tematica della promozione delle donne nell'economia per reintrodurre le sovvenzioni cancellate a favore delle imprenditrici.

### 9.2) Co-Manager-System

Questo progetto deve essere ripreso e concretizzato. Il Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile ha già affrontato la tematica di questa particolare tipologia di "banca del tempo" in collaborazione con l'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili e vorrebbe continuare verso questa direzione con la consulenza da parte di un'esperta.

### 9.3) Interviste a imprenditrici

Per una gran parte della popolazione l'economia è ancora un territorio maschile. Donne di successo nell'economia esistono, vengono viste però come un'eccezione. Eppure esistono molti esempi positivi d'imprenditrici di successo, titolari o contitolari, o di donne in posizioni dirigenziali nelle aziende. L'iniziativa per la pubblicazione di interviste a imprenditrici dell'economia altoatesina dovrà essere continuata come misura di sensibilizzazione.

### 9.4) Piattaforma informativa

Il collaborazione con la Provincia dovrà essere realizzata una piattaforma informativa per le imprese femminili, contenente ad esempio informazioni su finanziamenti e misure a loro favore.

### 9.5) Eventi annuali

Regolarmente dovranno essere organizzati eventi dove relatori di spicco trattano tematiche relative alle donne nell'economia. A tal fine si potrebbe organizzare, ad esempio, una "Fiera della donna".

## 9.6) Dona tempo – raccogli gioia

Questo progetto è nato da un'azione comune dei Comitati per la promozione dell'imprenditoria femminile delle Camere di commercio di Bolzano, Trento e del Tirolo. Dal sito internet [www.happywomen.info](http://www.happywomen.info) è possibile scaricare un modello di lettera personalizzato e indirizzarlo ad un'imprenditrice a cui si voglia esprimere parole di gratitudine, ammirazione o stima. Il progetto è molto richiesto e dovrà essere ancora pubblicizzato attraverso comunicati stampa ecc. Anche le associazioni di categoria dovranno essere informate.

I contenuti di questa area sono stati elaborati dal Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile della Camera di commercio di Bolzano.

## **Le risorse**

I dati contenuti nella seguente relazione sono stati parzialmente già approvati con deliberazione del Consiglio camerale del 22 novembre 2018, n. 14, per permettere una puntuale redazione ed approvazione del preventivo per l'esercizio 2019 entro la fine dell'anno.

Rispetto al passato i bilanci degli ultimi anni hanno subito numerose variazioni dovute a riforme e nuove competenze assegnate all'ente. La riduzione del diritto annuale del 50%, introdotta dal decreto legge 24 giugno 2014, n. 90, la successiva maggiorazione del 20% per finanziare progetti nazionali, l'iniziale riduzione ed il successivo aumento del finanziamento ai sensi della legge regionale n. 5/1999, l'obbligo di introduzione della tesoreria unica per le Camere di commercio e la conseguente cancellazione di interessi attivi, ma anche il rinnovo del contratto collettivo dei dipendenti della Camera di commercio, rimandato per anni, ora hanno portato ad una situazione abbastanza stabile per permettere una prudente stima delle risorse finanziarie a disposizione nei prossimi anni.

### Fonti

Una delle risorse finanziarie più importanti è il diritto annuale. A seguito della maggiorazione del 20% per finanziare due progetti nazionali, nel 2019 ammonterà sempre a quasi 7 milioni e, se non verrà prevista nessuna ulteriore maggiorazione per dei nuovi progetti, dal 2020 sarà ridotta a circa 5,8 milioni di Euro all'anno.

Già da anni i diritti di segreteria dovrebbero essere rideterminati in base ai costi standard. Fino a quando le relative disposizioni non verranno modificate, il ricavo rimane abbastanza stabile ed ammonta a oltre 3 milioni di Euro all'anno.

I contributi, trasferimenti e le altre entrate riguardano il finanziamento regionale di cui alla l.r. n. 5/1999, il finanziamento previsto dalla l.p. n. 7/2000, il rimborso delle spese sostenute per le aziende speciali, i fitti attivi ed altri ricavi da attività istituzionali ed ammontano a circa 8,5 milioni di Euro annui. Nel 2023 il diritto di usufrutto relativo all'immobile in via Alto Adige passa dall'azienda speciale Istituto per la promozione dello sviluppo economico alla Camera di commercio e, pertanto, aumenteranno i fitti attivi contabilizzati nel bilancio camerale.

I provvinti da servizi di oltre 800.000 Euro annui si riferiscono a tutte le attività fatturate dalla Camera come i controlli di vini a denominazione di origine, le verifiche metriche, la sorveglianza di concorsi a premio, i procedimenti di mediazione ecc. La voce è abbastanza stabile e potrebbe aumentare a seguito dell'attribuzione di nuove competenze alle Camere di commercio.

Le altre risorse riguardano soprattutto i ricavi finanziari. A seguito della prevista trasformazione della società per l'Autostrada del Brennero p.A. in una società pubblica e la conseguente mancanza dei dividendi liquidati finora, i ricavi finanziari subiranno una riduzione notevole.

Le risorse finanziarie annue a disposizione nel quinquennio risultano mediamente di 19 milioni.

FONTI	2019	2020	2021	2022	2023
Diritto annuale	6.992.180	5.861.300	5.890.420	5.919.540	5.948.660
Diritti di segreteria	3.200.000	3.190.500	3.173.000	3.184.000	3.195.000
Contributi, trasferimenti ed altre entrate	8.811.200	8.735.800	8.746.400	8.757.000	10.116.600
Proventi da servizi	925.650	925.450	925.550	925.650	925.750
Altre fonti	382.000	122.000	109.000	109.000	109.000
<b>TOTALE</b>	<b>20.311.030</b>	<b>18.835.050</b>	<b>18.844.370</b>	<b>18.895.190</b>	<b>20.295.010</b>

### Impieghi

Le fonti a disposizione sono impiegate, in parte, per gli oneri correnti come il personale ed il funzionamento degli uffici, gli ammortamenti ed accantonamenti. La parte rimanente può essere utilizzata, invece, interamente per la copertura degli oneri legati agli interventi economici.

Gli oneri per il personale ammontano, in base alla situazione attuale del personale dipendente ed in base all'attuale contratto collettivo, a mediamente 7,8 milioni annui. Per il funzionamento degli uffici, quindi ad esempio per la prestazione di servizi, per il godimento di beni di terzi, per gli oneri diversi di gestione e gli organi istituzionali servono oltre 4,7 milioni all'anno, mentre gli ammortamenti ed accantonamenti ammontano a 1,2 milioni.

Grazie all'aumento del diritto annuale per finanziare i due progetti sulla digitalizzazione delle imprese (PID) e l'alternanza scuola – lavoro sono a disposizione oltre 6 milioni per gli interventi economici del 2019. A seguito della riduzione del diritto annuale dal 2020 tale importo si riduce a 5 milioni di Euro annui.

IMPIEGHI	2019	2020	2021	2022	2023
Interventi economici	6.400.600	5.225.000	5.165.000	5.165.000	5.775.000
Personale	7.892.000	7.740.000	7.797.000	7.854.000	7.912.000
Funzionamento degli uffici	4.772.930	4.754.750	4.769.070	4.772.890	4.671.710
Ammortamenti ed accantonamenti	1.189.600	1.069.600	1.069.600	1.059.600	1.892.600
Altri impieghi (oneri straordinari ecc.)	55.900	45.700	43.700	43.700	43.700
<b>TOTALE</b>	<b>20.311.030</b>	<b>18.835.050</b>	<b>18.844.370</b>	<b>18.895.190</b>	<b>20.295.010</b>

Dalla seguente tabella risulta che gli oneri attesi nei prossimi anni sono interamente coperti dai ricavi e che i preventivi chiudono, quindi, in pareggio.

SALDI	2019	2020	2021	2022	2023
Fonti	20.311.030	18.835.050	18.844.370	18.895.190	20.295.010
Impieghi	-20.311.030	-18.835.050	-18.844.370	-18.895.190	-20.295.010
<b>RISULTATO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Nella seguente tabella è esposta la strutturazione del personale al 31.12.2018 suddivisa per funzioni istituzionali (così come previsto nel DPR 254/2005). Il numero del personale è comprensivo dei collaboratori che operano nelle aziende speciali camerale con contratto regionale e non comprende i collaboratori alle dirette dipendenze delle aziende medesime.

FUNZIONE	SEGRETERIA CAMERALE E ORGANI ISTITUZIONALI	SERVIZI DI SUPPORTO	ANAGRAFE E SERVIZI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO	STUDI, FORMAZIONE, INFORMAZIONE E PROMOZIONE ECONOMICA	TOTALE
Numero collaboratori	3,8	28,85	59,97	31,38	124

La Camera di commercio dispone di partecipazioni strategiche a diverse società. Oltre alle aziende speciali Istituto per la promozione dello sviluppo economico e IDM Südtirol – Alto Adige la Camera di commercio rappresenta anche l'interesse dell'economia locale ai Magazzi Generali, al Mercato Generale all'ingrosso di Bolzano nonché alla Fiera di Bolzano. La Camera rappresenta la pubblica amministrazione all'interno del Consorzio controllo di qualità Alto Adige e approfitta dell'offerta delle società inhouse del sistema camerale Ecocerved, InfoCamere, Tecno Holding, Tecnoservicecamere, IC Outsourcing, Job Camere e Uniontrasporti.

Periodicamente la Giunta verifica le quote detenute e le valuta in base ai risultati conseguiti dalle società, in base alle loro attività e se risultano strategiche per l'ente. Qualora, per qualsiasi motivo, una partecipazione non dovesse più servire la Camera di commercio procede senza indugio alla cessione. Nella tabella che segue vengono riportate le partecipazioni di cui è titolare l'Ente al 31.12.2018.

IMPRESA	QUOTA
Istituto per la promozione dello sviluppo economico	100,0000 %
IDM Südtirol – Alto Adige	40,0000 %
Ente autonomo Magazzi Generali	35,0000 %
Consorzio per la realizzazione e la gestione del Mercato Generale all'ingrosso di Bolzano S.r.l.	70,6000 %
Fiera di Bolzano S.p.A.	4,7913 %
SQ – Consorzio controllo di qualità Alto Adige	11,1111 %
Ecocerved S.r.l.	0,4077 %
Autostrada del Brennero S.p.A.	0,8414 %
Racines-Giovo S.r.l.	1,4173 %
InfoCamere S.c.p.A.	0,2933 %
Tecno Holding S.p.A.	0,2077 %
Tecoservicecamere S.c.p.A.	0,0881 %
IC Outsourcing S.r.l.	0,1773 %
Job Camere S.r.l.	0,1989 %
Borsa Merci Telematica Italiana S.c.p.A.	0,1255 %
Uniontrasporti S.cons. a r.l.	0,7634 %