



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

CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

MEHRJAHRESPROGRAMM

2023-2028

PROGRAMMA PLURIENNALE

Inhalt

DER KAMMERRAT 2023-2028	3
EINFÜHRUNG	6
VORWORT	7
MISSION	8
LEITBILD DER HANDELSKAMMER BOZEN PARTNER DER WIRTSCHAFT	9
GRUNDWERTE FÜR UNSER HANDELN (SELBSTVERSTÄNDNIS)	9
UNSERE TÄTIGKEITSBEREICHE.....	9
UNSERE KUNDEN/INNEN	10
UNSERE STÄRKEN	10
UNSERE MITARBEITER/INNEN	10
DIE STRATEGISCHE PROGRAMMIERUNG DER HANDELSKAMMER.....	11
STRATEGISCHER BEREICH 1: UNTERNEHMENSENTWICKLUNG	13
STRATEGISCHER BEREICH 2: FINANZIERUNG, FRAU IN DER WIRTSCHAFT	14
STRATEGISCHER BEREICH 3: AUS- UND WEITERBILDUNG, BERUFSORIENTIERUNG	15
STRATEGISCHER BEREICH 4: STANDORT.....	16
STRATEGISCHER BEREICH 5: INTERNATIONALISIERUNG, PRODUCT COMPLIANCE.....	18
STRATEGISCHER BEREICH 6: WORK IN SÜDTIROL.....	20
STRATEGISCHER BEREICH 7: INSTITUTIONELLE DIENSTE DER HANDELSKAMMER.....	22
DIE RESSOURCEN	23
IL CONSIGLIO CAMERALE 2018-2023	28
INTRODUZIONE.....	32
PREFAZIONE.....	33
MISSION	34
LINEE GUIDA DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI BOLZANO, PARTNER DELL'ECONOMIA.....	35
VALORI SU CUI SI BASA IL NOSTRO OPERATO (CONCEZIONE DELLA NOSTRA IDENTITÀ)	35
I NOSTRI SETTORI DI ATTIVITÀ	35
I/LE NOSTRI/E CLIENTI	36
I NOSTRI PUNTI DI FORZA	36
I NOSTRI COLLABORATORI E LE NOSTRE COLLABORATRICI	36
LA PROGRAMMAZIONE STRATEGICA DELLA CAMERA DI COMMERCIO.....	37
AREA STRATEGICA 3: FORMAZIONE E ORIENTAMENTO PROFESSIONALE.....	41
LE RISORSE.....	50
FONTI.....	50
IMPIEGHI	51

Der Kammerrat 2023-2028



Agostino ACCARINO
Konsumenten- und
Verbraucherschutz



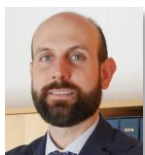
Christian GIULIANI
Handel



Michael AUER
Industrie



Michael GRUBER
Industrie



Alex BALDO
andere Sektoren



Martin HALLER
Handwerk



Thomas BAUMGARTNER
Transport- und Speditionswesen



Michael HOFER
Transport- und Speditionswesen



Giorgio BERGAMO
Unternehmensbezogene Dienste



Annemarie KASER
Landwirtschaft



Nicola CALABRÒ
Kreditwesen



Evelyn KIRCHMAIER
Unternehmensbezogene Dienste



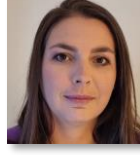
Simonetta CESARO
Unternehmensbezogene Dienste



Georg KÖSSLER
Landwirtschaft



Claudio CORRARATI
Handwerk



Monika MAIR
Unternehmensbezogene Dienste



Michl EBNER
Tourismus



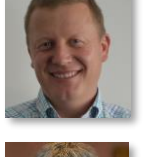
Arnold MALFERTHEINER
Unternehmensbezogene Dienste



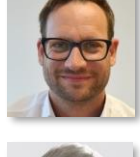
Christine FUCHSBERGER
Handel



Gianni MANTOANELLO
Tourismus



Daniel GASSER
Landwirtschaft



Dieter MAYR
Gewerkschaftsorganisationen



Federico GIUDICEANDREA
Industrie



Georg MAYR
Landwirtschaft



Sibylle MAZOLL
Landwirtschaft



Fritz PLONER
Handwerk



Philipp MOSER
Unternehmensbezogene Dienste



Markus RABANSER
Handel



Georg OBERRAUCH
Handel



Raoul RAGAZZI
Handel



Heinrich OBERRAUCH
Industrie



Judith RAINER
Tourismus



Andrea PALLAVER
Freie Berufe



Joachim REINALTER
Landwirtschaft



Giovanni PASTI
Unternehmensbezogene Dienste



Heidi RÖHLER
Handwerk



Sandro PELLEGRINI
Handel



Karin RONER
Industrie



Valentina PEZZEI
Handel



Johanna SANTA FALSER
Handwerk



Filip PICCOLRUAZ
Handwerk



Gottfried SCHGAGULER
Tourismus



Hansi PICHLER
Tourismus



Angelika STAFLENER
Tourismus



Horst PICHLER
Handwerk



Herbert VON LEON
Genossenschaftswesen



Manfred PINZGER
Tourismus



Martina ZERBINI
Industrie

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 Mai 2023 neu eingesetzten Kammerrats haben ihre Anliegen für die Südtiroler Wirtschaft ausgearbeitet und im 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. Auf der Basis des Mehrjahresprogramms wird der jährliche Voranschlag erstellt.

Das Mehrjahresprogramm 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 Mehrjahresprogramm bildet die Grundlage für die Definition der Zielsetzungen und der Jahresprogramme der Körperschaft in den nächsten fünf Jahren, welche eng mit dem „Integrierten Tätigkeits- und Organisationsplan“ (PIAO - Piano integrato di attività e organizzazione) 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 vom Kammerrat 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 2028 vereinbart worden sind.

In der weiteren Programmierung der Tätigkeiten der Handelskammer bildet das Mehrjahresprogramm die Planungsgrundlage für die Jahresprogramme.

Die strategischen Tätigkeitsfelder der nächsten Jahre sind:

- Unternehmensentwicklung
- Finanzierung, Frau in der Wirtschaft
- Aus- und Weiterbildung, Berufsorientierung
- Standort
- Internationalisierung, Product compliance
- Work in Südtirol
- Institutionelle Dienste der Handelskammer

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:

“Die Handelskammer ist Partner der Südtiroler Wirtschaft. Sie trägt durch ihre Informationstätigkeit zur Stärkung der Wirtschaftsgesinnung im Lande bei. Aufgrund der systematisch durchgeführten Wirtschaftsforschungstätigkeit liefert sie die Grundlagen für eine sachliche wirtschaftspolitische Diskussion und die entsprechenden Entscheidungen. Die Handelskammer ist eine Körperschaft öffentlichen Rechts. Ihre Tätigkeit ist in den Grundzügen durch Gesetze geregelt. Alle Unternehmen sind, mit wenigen Ausnahmen, zur Eintragung in das Handelsregister verpflichtet. Die Handelskammer genießt eine weitgehende Verwaltungsautonomie. Sie unterliegt der Aufsicht der Autonomen Provinz Bozen.“

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).

Leitbild der Handelskammer Bozen

Partner der Wirtschaft

Wir sind Partner der Südtiroler Wirtschaft. Wir sind eine Körperschaft des öffentlichen Rechts, welche die gemeinsamen Interessen der Südtiroler Unternehmen, sowohl gegenüber allen anderen Gruppen in der Gesellschaft als auch gegenüber der öffentlichen Verwaltung vertritt. Wir arbeiten als Organisation aller Unternehmen für alle Wirtschaftstreibenden aus den verschiedenen Sparten. Die Pflichteintragung aller Unternehmen im Handelsregister der Handelskammer gestattet es uns, für den Interessenausgleich einzutreten. Die Handelskammer Bozen ist ein Selbstverwaltungsorgan der Wirtschaft. Die in die Kammerorgane gewählten Unternehmer treffen die Entscheidungen, genehmigen das Tätigkeitsprogramm, das Budget und die Bilanz.

Grundwerte für unser Handeln (Selbstverständnis)

Wir treten ein für ein freies Unternehmertum im Rahmen einer sozialen Marktwirtschaft. Unser Ziel ist die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Wirtschaft sowie die langfristig positive wirtschaftliche Entwicklung und der Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes. Wir wollen Problemlöser für die Unternehmen und Impulsgeber für die wirtschaftliche Entwicklung sein und setzen uns für eine positive Wirtschaftsgesinnung im Lande ein.

Unsere Tätigkeitsbereiche

Interessenvertretung

Wir informieren aufgrund von Umfragen bei den Unternehmen über die Wirtschaftslage, erstellen Gutachten und formulieren Handlungsvorschläge. Durch Studien und Analysen untersuchen wir Stärken und Schwächen der Südtiroler Wirtschaft sowie des Wirtschaftsstandorts und unterbreiten Vorschläge für die Entscheidungsträger in Wirtschaft und Politik.

Hoheitliche Tätigkeit

Der Staat hat den Handelskammern eine Vielzahl hoheitlicher Aufgaben übertragen, die diese als Organisation der Unternehmer schneller, besser und billiger erbringen können als staatliche Behörden. Diese hoheitlichen Aufgaben umfassen die Führung des Handelsregisters, von Berufsverzeichnissen, Aufgaben im Bereich des Umweltschutzes, der Marktregelung sowie die Ausstellung von Dokumenten in der Außenwirtschaft.

Dienstleistungen für die Unternehmen

Die Handelskammer Bozen bietet den Unternehmen eine Fülle von Dienstleistungen an. Sie informiert über die eingetragenen Unternehmen, über Fragen des Gewerberechts, über die gewerblichen Schutzrechte, berät in Fragen des Umweltschutzes, der legalen Metrologie, der Produktsicherheit und des Wettbewerbsrechtes. Sie analysiert die Südtiroler Wirtschaft und informiert über die Wirtschaftslage auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene. Sie setzt sich ein für die Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft und für familienfreundliche Unternehmen. Sie setzt sich ein für Internationalisierung der Unternehmen, die Erschließung neuer Märkte und Kunden, sowie für die Steigerung des Bekanntheitsgrades und des Images der Südtiroler Qualitätsprodukte. Sie ist weiter tätig im Bereich der Weiterbildung und Personalentwicklung, Unternehmensgründung, -nachfolge, Kooperation und der sozialen Verantwortung der Unternehmen. Sie ist zudem Partner in der Umsetzung von Innovationsprojekten. Sie erfüllt Aufgaben im Bereich des Schutzes der Qualitätsweine. Für eine kompetente Konfliktbeilegung unterhält sie ein Schiedsgericht und eine Mediationsstelle. Darüber hinaus setzt sich die

Handelskammer für gute Rahmenbedingungen für die Südtiroler Wirtschaft und insbesondere für eine gute Verkehrsanbindung der Wirtschaftsregion ein.

Unsere Kunden/innen

Unsere Kunden/innen sind die Unternehmen. Im Interesse der Wirtschaft richten sich unsere Dienste an öffentliche Verwaltungen, Organisationen und Privatpersonen. Kundenorientierung steht bei der Erfüllung aller unserer Aufgaben an erster Stelle. Deshalb wollen wir die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden/innen erkennen und uns daran orientieren. Wir streben nach Kundenzufriedenheit und wollen dauerhafte Beziehungen zu unseren Kunden/innen pflegen. Im Sinne unserer Kunden/innen handeln wir aktiv und vorausschauend und suchen stets nach innovativen Lösungen.

Unsere Stärken

Wir agieren sektorenübergreifend und suchen den Interessenausgleich.

Wir nutzen Synergien durch die interne und externe Zusammenarbeit. Wir können auf viele nationale und internationale Verbindungen zurückgreifen. Wir sind nicht Gewinn orientiert.

Unsere Mitarbeiter/innen

Unsere größte Stärke sind die Mitarbeiter/innen. Engagierte und kompetente Mitarbeiter/innen sind Voraussetzung, um „Partner der Wirtschaft“ zu sein. Durch gezielte Aus- und Weiterbildung fördern wir die Entwicklung unserer Mitarbeiter/innen. Die Mitarbeiter*innen identifizieren sich mit der Handelskammer, werden laufend über Neuigkeiten informiert und in die Entscheidungsprozesse eingebunden. Den Mitarbeitern stehen moderne Arbeitsmittel zur Verfügung, um ein effizientes Arbeiten zu ermöglichen.

Die strategische Programmierung der Handelskammer

Eine der ersten und wichtigsten Aufgaben der Organe zu Beginn ihrer Amtszeit besteht darin, die Ziele und Programme der Handelskammer festzulegen und die Aktivitäten der Kammer für den Zeitraum ihrer Amtszeit zu planen.

Das DPR 254/2005 (Verordnung zur Regelung der Vermögensverwaltung und der Finanzverwaltung der Handelskammern), die regionalen Rechtsvorschriften und die Satzung der Kammer weisen dem Kammerrat die Aufgabe zu, die allgemeinen Leitlinien festzulegen und das Mehrjahresprogramm zu genehmigen, wobei die zu erreichenden Ziele und die dafür erforderlichen Mittel zu berücksichtigen sind. Das

Mehrmjahresprogramm für den Zeitraum 2023 - 2028 stellt somit den Bezugsrahmen für den gesamten Programmierungsprozess dar; in ihm legen die Kammerorgane die Handlungsprioritäten, d.h. die Bereiche, auf die sich das Handeln der Organisation konzentrieren soll, und die strategischen Ziele fest und definieren grundsätzlich die notwendigen und verfügbaren Ressourcen für deren Umsetzung.

Das Mehrjahresprogramm wird jährlich durch einen „Vorausschauenden und programmatischen Bericht“ aktualisiert, der bis zum 31. Oktober eines jeden Jahres zu genehmigen ist und in dem die im Bezugsjahr durchzuführenden Programme unter Berücksichtigung der Merkmale und der möglichen Entwicklungen der lokalen Wirtschaft und der Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Einrichtungen dargestellt werden, wobei die zu verfolgenden Ziele und die dafür bereitgestellten Mittel angegeben werden. Der vorausschauende und programmatische Bericht leitet sich aus dem Mehrjahresprogramm ab und verbindet die mittelfristige Vision mit

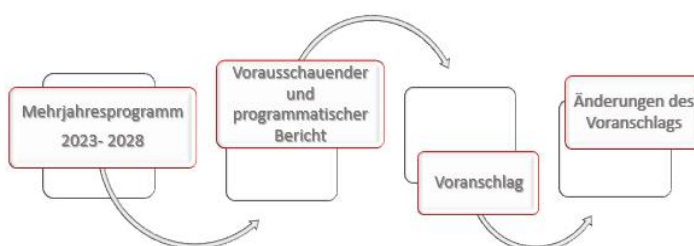
einer kurzfristigen Vision. Die Erstellung des Berichts ermöglicht die Überprüfung, ob die dem Mehrjahresprogramm zugrunde liegenden Annahmen und Szenarien noch den aktuellen Gegebenheiten entsprechen und ob die strategischen Ziele noch erreichbar sind. Sollte dies nicht der Fall sein, ermöglicht es der Bericht, die strategische Programmierung zu aktualisieren und sie wieder an

die derzeitigen Bedürfnisse anzupassen. Auf der Grundlage dieses Berichts wird der Kammerrat das jährliche Tätigkeitsprogramm genehmigen, und der Kammerausschuss wird daraufhin die Jahresprogramme schrittweise umsetzen.

Der Haushalt wird gemäß dem vorausschauenden und programmatischen Bericht vom Ausschuss erstellt und bis zum 30. November des Vorjahres, auf das sich der Haushalt bezieht, vom Kammerrat genehmigt. Anschließend werden die Budgets der Führungskräfte genehmigt und den jeweiligen Führungskräften zugewiesen.



Strategische Programmierung

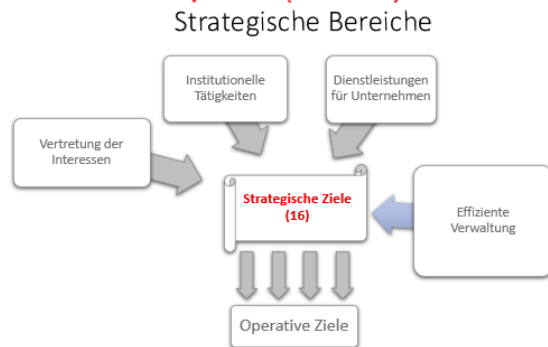


HANDELS-, INDUSTRIE-, HANDWERKS-, TOURISMUS- UND LANDWIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN
CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO, TURISMO E AGRICOLTURA DI BOLZANO

Der PIAO (Piano integrato di attività e organizzazione) - Integrierter Tätigkeits- und Organisationsplan ist ein dreijähriges Programmierungsinstrument, das jährlich aktualisiert wird. Mit dem Gesetzesdekret Nr. 80/2021, umgewandelt mit dem Gesetz Nr. 113/2021, wurde auf nationaler Ebene der sogenannte integrierte Tätigkeits- und Organisationsplan eingeführt, der die bisherigen Dreijahrespläne (wie z.B. den Leistungsplan, den Plan zur Korruptionsbekämpfung und Transparenz, den Personalbedarfsplan, den POLA (Piano organizzativo lavoro agile) – Organisationsplan für agiles Arbeiten und den dreijährigen Aktionsplan) ersetzt. Der PIAO muss jährlich bis zum

31. Januar genehmigt werden. Dieser Organisationsplan ermöglicht es der Handelskammer, die Leistung in Bezug auf die gesamte Verwaltung, auf die Organisationseinheiten oder Aufgabenbereiche, in die sie unterteilt ist, und auf die einzelnen Mitarbeiter/innen zu messen und zu bewerten. Das Hauptziel besteht dabei darin, die Öffentlichkeit an den Zielen der Kammer teilhaben zu lassen und Klarheit und Verständlichkeit gegenüber ihren Stakeholdern zu gewährleisten:

Integrierter Tätigkeits- und Organisationsplan (PIAO) - 2023 – 2025



HANDELS-, INDUSTRIE-, HANDWERKS-, TOURISMUS- UND LANDWIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN
CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO, TURISMO E AGRICOLTURA DI BOLZANO

Unternehmen, Verbände, Institutionen, Verbraucher/innen, Mitarbeiter/innen, Bürger/innen und alle relevanten Interessengruppen, wohl wissend, dass alle Tätigkeiten der Kammer transparent dargestellt und nachvollziehbar sein müssen.

Strategischer Bereich 1: Unternehmensentwicklung

Digitalisierung, Innovation und Nachhaltigkeit

Die Digitalisierung der Südtiroler Unternehmen erscheint grundsätzlich gut zu sein, dennoch gibt es noch ungenutztes Entwicklungspotenzial. Insgesamt muss die Handelskammer die Entwicklung des Spannungsbogens zwischen Digitalisierung, Entbürokratisierung, Innovation und Nachhaltigkeit bearbeiten, damit Südtirols Unternehmen sich in einem positiven Umfeld entwickeln können und die Lebensqualität für die Bürger und Bürgerinnen gewährleistet bleibt. Die Handelskammer soll als Partner der Wirtschaft entsprechende Impulse und Zeichen an die Politik weitergeben.

1.1) Künstliche Intelligenz

Die Entwicklung der „KI – Künstlichen Intelligenz“ soll den Südtiroler Unternehmen helfen, dem Mitarbeitermangel entgegenzuwirken. Das Ziel der Handelskammer ist es, den erforderlichen Strukturwandel zu begleiten, Ängste vor dieser neuen Technologie und Unsicherheiten abzubauen sowie den Unternehmen zu helfen, die neuen Herausforderungen zu meistern. Mit der Einführung der KI sind Gefahren verbunden. Die Handelskammer muss als Partner der Wirtschaft den Unternehmen beistehen, auf Gefahren hinweisen, sowie durch Aus- und Weiterbildung die Unternehmen in der Anwendung stärken zwecks Steigerung der Produktivität. Die Handelskammer soll zudem ein umfassendes Feld von *Best practice* aufbauen, damit die Wirtschaftswelt sieht, wie man mit dieser neuen Technologie umgehen kann, wie man sie benutzt und weiterentwickelt.

Die Einführung der KI ist zudem ein Kulturthema und steht in Verbindung mit sozialen Aspekten im Rahmen der Lebensqualität. Die Wirtschaft muss versuchen, durch diese Innovation einen Vorteil für die Unternehmen zu schaffen und die Mitarbeiter/innen mehr einzubeziehen. Auf diese Weise wird ein nachhaltiger Mehrwert für den Wirtschaftsraum Südtirol geschaffen. Andererseits sollte diese Entwicklung nicht mitgetragen und mitgestaltet werden, ist es unvermeidbar, dass andere Regionen und Staaten Südtirol überholen werden.

1.2) Digitale Entwicklung, Nachhaltigkeit und Zertifizierungen

Die Handelskammer soll in Zukunft die Sinnhaftigkeit der Zertifizierungen kritisch durchdenken. In Europa und weltweit kommen zahlreiche Zertifizierungen zur Anwendung, die über eine bestimmte Entwicklung eines Unternehmens aussagen, ohne dass es erforderlich ist, in Südtirol neue Zertifizierungen zu erfinden. Es wäre wichtig, jene Zertifizierungen anzustreben, welche die Nachhaltigkeit Südtirols Unternehmen im Vergleich zum internationalen Wettbewerb aufzeigen. Eine lokale Nachhaltigkeitsmarke hätte international kaum eine Wertigkeit.

1.3) Identifizierung und Förderung nachhaltiger Entwicklungen

In einigen Bereichen der lokalen Wirtschaft gibt es natürlich gewachsene nachhaltige Strukturen, die sich positiv auf die Bediensteten und den kulturellen dörflichen Raum auswirken. Solche Unternehmen haben vom Ursprung über Generation Nachhaltigkeit gelebt. Diese Vorzeigeunternehmen sollen gefördert werden. Außerdem zeigen diese Betriebe, dass die Nachhaltigkeit als Unternehmenskultur gelebt werden muss und das Thema nicht ausschließlich den politischen Entscheidungen überlassen werden darf. Die Handelskammer soll als Partner der Wirtschaft zusammen mit der Politik für Südtirol geeignete Nachhaltigkeitskriterien ausarbeiten.

1.4) Bürokratieabbau

Seit dieses Wort verwendet wird, hat Bürokratie zugenommen. Teilweise hat sogar die Digitalisierung zur Steigerung der Bürokratie beigetragen, anstatt Verwaltungsabläufe zu verbessern und zu vereinfachen. Es muss Aufgabe der Handelskammer sein, bürokratische Hürden zu identifizieren und sie abzubauen.

Strategischer Bereich 2: Finanzierung, Frau in der Wirtschaft

Finanzierungskanäle

Bisher ging man in Südtirol noch stark davon aus, dass die Finanzierung ausschließlich über Banken erfolgen kann. Dies betrifft sowohl kleine als auch Großunternehmen. Das Bankensystem wird in Zukunft weiterhin die tragende Säule bei der Unternehmensfinanzierung sein, aber es gibt zahlreiche zusätzliche Kanäle, die noch zu wenig bekannt sind. Die Aufgabe der Handelskammer liegt darin, über andere Finanzierungsinstrumente zu informieren und zu sensibilisieren, damit die lokalen Unternehmen einen besseren Zugang finden und die verschiedenen Angebote nutzen können.

2.1) Risikodiversifikation bei der Unternehmensfinanzierung

Die Handelskammer soll durch Aus- und Weiterbildung die lokalen Unternehmen verstärkt auf alternative Finanzierungsmöglichkeiten hinweisen. Außer dem Bankensystem sollen Finanzierungskanäle wie Rechnungsbevorzugung, Invoice Trading, Auflage von Minibonds, Factoring, Crowdfunding, Privat Equity, Business Angel, Euregio Plus, EU-Beiträge, Garantiegenossenschaften und Rotationsfonds angesprochen und vertieft werden. Die Handelskammer muss zu diesen Themen eine Sensibilisierungsrolle übernehmen. Das Mentoring-Angebot soll in diesem Bereich ebenfalls bearbeitet werden. Ebenso sollte die Handelskammer das Thema *ESG-linked Finance* vertiefen. Die Buchstaben ESG stehen für Environment (Umwelt), Social und Governance (Unternehmensführung). Unternehmen, die bestimmte Nachhaltigkeitskriterien einhalten, werden mit niedrigeren Zinssätzen belohnt. In der Aus- und Weiterbildung soll Theorie durch eine Vielzahl von *Best practice* ergänzt werden, weil ein praxisbezogener Ansatz die Unternehmen besser anspricht als vorgefertigte theoretische Modelle.

2.2) Frau in der Wirtschaft

Es ist der Handelskammer gelungen, in den vergangenen Jahren den Bereich „Frau in der Wirtschaft“ verbandsübergreifend gut zu positionieren. Diese Aufgabe der Sensibilisierung und Vernetzung soll die Handelskammer weiterhin stark verfolgen. Es sollte eine Auswertung gemacht werden, um zu sehen, wie viele Absolventinnen des Kurses für Verwaltungsrätinnen, nach Abschluss der Ausbildung effektiv als Verwaltungsrätin aktiv sind. Das gesamte Aus- und Weiterbildungsprogramm für Frauen und das Mentoringangebot für Frauen sind gut und umfangreich. Die Handelskammer muss diese Qualität halten und – wo möglich – ausbauen. Gleichzeitig könnte die Interaktion in den Schulen und mit dem Talentcenter verstärkt werden, um mehr Mädchen für MINT-Berufe zu gewinnen und mögliche Jungunternehmerinnen anzusprechen. Die Handelskammer soll sich als Plattform übergreifend positionieren, Netzwerkarbeiten mit bestehenden Frauenvereinigungen pflegen und als Anlaufstelle für potenzielle Unternehmerinnen, Jungunternehmerinnen und etablierte Unternehmerinnen fungieren, wobei sie Informationen verbreitet sowie Bedürfnisse sammelt. Außerdem soll die Handelskammer die Unternehmen unterstützen, geeignete Initiativen für die eigenen Mitarbeiterinnen zu ergreifen.

Strategischer Bereich 3: Aus- und Weiterbildung, Berufsorientierung

3.1) Lebenslanges Lernen fördern

In einer Welt des Umbruchs sind ständiges Lernen und kontinuierliche Weiterentwicklung erforderlich, der Innovationsdruck ist hoch. Es braucht qualifizierte Personen in allen Bereichen; dabei ist es notwendig, dass die Qualifikation allgemein steigt und nicht nur die Akademikerquote. Die Handelskammer soll das „Lebenslange Lernen“ fördern, u.a. durch Sensibilisierung und durch das Weiterbildungsangebot des WIFI. Es ist wichtig, dass alle sich weiterbilden und laufend ihre Kompetenzen ausbauen: Unternehmer/innen, Führungskräfte und Mitarbeitende. Entscheidend ist, dass Unternehmer/innen lebenslanges Lernen vorleben und Führende die Mitarbeitenden zur ständigen Weiterbildung motivieren.

3.2) Werte vermitteln

In der heutigen Gesellschaft ist Werteverfall spürbar. Z.B. wurden früher in Südtirol noch viele Verträge mit Handschlagqualität abgeschlossen und Südtirol zeichnete sich durch besondere Herzlichkeit der Menschen aus, Gemeinschaft war ein wichtiger Wert. Die Handelskammer soll sich dafür einsetzen, dass Mensch und Menschlichkeit wieder mehr in den Mittelpunkt gestellt werden. In den Familien sollen Werte vorgelebt und mitgegeben werden. Zudem braucht es Weiterbildungsmaßnahmen, in denen Werte vermittelt werden. Die Handelskammer soll eine werteorientierte Unternehmenskultur fördern und so dazu beitragen, dass in Unternehmen der Fokus nicht nur auf Rendite, sondern auch auf andere Werte gelegt wird.

Es ist wichtig, dass Menschen mit Begeisterung leben und arbeiten. Wenn in Unternehmen Begeisterung vorgelebt wird, können Mitarbeitende leichter gehalten und gewonnen werden. Dies kann ein Beitrag sein, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

3.3) Schlüsselkompetenzen entwickeln

In der Ausbildung kommen immer mehr Inhalte dazu, es braucht jedoch einen Fokus auf das Wesentliche, d.h. eine solide Basisausbildung, auf die dann die Weiterbildung aufbaut. Die Handelskammer soll im Rahmen der branchenübergreifenden Weiterbildungsmaßnahmen gezielt Schlüsselkompetenzen fördern. Es braucht Weiterbildungen zu Themen wie z.B. klare Ziele setzen, Mitarbeitende in Entscheidungen einbinden und Verantwortung teilen, Resilienz.

3.4) Kooperation & Networking

Kooperation und Networking sind wichtig, sie generieren Mehrwert, auch wenn sie manchmal zu Mehrarbeit führen. Es wäre wichtig, dass die Handelskammer Kooperation, Networking und Austausch weiterhin mit verschiedenen Maßnahmen fördert. Handelskammerintern soll die Kooperation zwischen den verschiedenen Bereichen gestärkt werden, u.a. die Zusammenarbeit der Bereiche Aus- und Weiterbildung, Berufsorientierung, Talentcenter und Berufswettbewerbe.

3.5) Meisterausbildung

Die Handelskammer soll nach Möglichkeit weitere Module der Meisterausbildung von der Provinz Bozen übernehmen. Nach erfolgreicher Übernahme des allgemeinen Moduls „Unternehmensführung“ kann es sinnvoll sein, das Modul „Mitarbeiterführung und Lehrlingsausbildung“ zu übernehmen.

3.6) Praktika fördern

Den zukünftig Mitarbeitenden sollen Praktikumsmöglichkeiten angeboten werden, damit sie die Unternehmenswelt besser kennenlernen und sich Arbeitsmöglichkeiten eröffnen. Die Handelskammer soll Praktika in Südtirol fördern und sich für nationale und internationale Praktika einsetzen, damit ein reger Austausch stattfinden kann.

Strategischer Bereich 4: Standort

Das Thema Standort unterteilt sich in drei Makrobereiche: Mobilität, Wohnraum und Infrastruktur. Die Handelskammer soll ausgewählte Themen bearbeiten, sich positionieren und einen starken Auftritt pflegen.

4.1) Mobilität

Das Hauptziel, an dem die Handelskammer arbeiten muss, ist eine Reduzierung der Fahrverbote in Tirol und in erster Linie die Aufhebung des Nachtfahrverbots; im Rahmen der Aufhebung oder Lockerung des Nachtfahrverbots bzw. der anderen Fahrverbote, könnte man zudem besondere Fahrbedingungen für umweltfreundliche Fahrzeuge einführen mit dem Ziel, den Verkehr flüssiger zu gestalten und die Investitionen in umweltfreundliche Fahrzeuge zu fördern. Ein erster Schritt sollte die rasche und vollständige Aufhebung des Nachtfahrverbots für umweltfreundliche Fahrzeuge sein. In dieses Szenario reiht sich die erforderliche und unaufschiebbare Sanierung der Autobahn ein, was für den Transportsektor weitere Probleme verursachen wird, weshalb eine Lockerung bzw. Aufhebung der Fahrverbote essenziell wird. Der BBT-Brennerbasistunnel soll im Rahmen der Tätigkeit der Handelskammer ein permanent hervorgehobenes Thema bleiben.

Die Handelskammer könnte zudem die Überlegung der kostenlosen oder besonders günstigen öffentlichen Verkehrsmittel für Bürger und Bürgerinnen vertiefen. Es sollte nachgeforscht werden, ob bestimmte Begünstigungen den Umstieg vom eigenen Fahrzeug auf öffentliche Verkehrsmittel erleichtern würden. Außerdem sollte sich die Handelskammer für das Thema Carsharing einsetzen. Immer mehr Carsharing-Autos sind elektrobetrieben, was einen Ausbau der Ladeinfrastrukturen verlangt.

Das gesamte Thema Wasserstoff soll stärker gefördert werden, indem die Handelskammer die bestehenden Initiativen des Landes unterstützt und neue Impulse gibt.

4.2) Wohnraum

In Südtirol gibt es eine Vielzahl an leerstehenden Wohnungen, teilweise weil sich die Eigentümer/innen durch die derzeitigen Mietgesetze nicht ausreichend geschützt fühlen. Die Handelskammer sollte sich für klare und sichere Mietregeln einsetzen, damit die leerstehenden Wohnungen auf den Markt kommen. Das könnte ein Beitrag sein, um neue Arbeitskräfte nach Südtirol zu holen. Dazu kommen die leerstehenden Immobilien des Landes, die als Wohngemeinschaften für Arbeitnehmer/innen, Wohnungen für Rückkehrer/innen und/oder als Studentenwohnungen genutzt werden könnten. Im Bereich der leerstehenden Immobilien gibt es Entwicklungspotenzial und die Handelskammer soll eine Rolle übernehmen, um diese Möglichkeiten aufzuzeigen und zu nutzen.

Die Regelungen des geförderten Wohnbaus für Sozialwohnungen und für den Mittelstand sollen genauer definiert und getrennt gehalten werden, da sie unterschiedliche Bedürfnisse berücksichtigen. Mit der derzeit geltenden Regelung empfindet sich der Mittelstand als benachteiligt. Die Handelskammer soll sich mit der Politik auseinandersetzen, um Verbesserungen einzuführen.

Das Phänomen des Wohnungsverkaufs an ausländische Gäste leistet ebenfalls einen negativen Beitrag: die Preise werden in die Höhe getrieben, was dazu führt, dass ein Großteil der lokalen Bevölkerung diese nicht bezahlen kann, und zudem fehlen die verkauften Immobilien auf dem Markt, was für Einheimische eine Einschränkung darstellt. Hier sollte ein Gleichgewicht gefunden werden.

4.3) Infrastrukturen

Zum Thema Infrastrukturen muss das erste Ziel die Pflege und Instandhaltung des Bestehenden sein. Zudem muss die demografische Entwicklung betrachtet werden. Bereits jetzt, aber noch mehr in Zukunft, werden mehr

Altersheime notwendig sein. Es sollen weitere Wohnmodelle analysiert werden, wie z.B. das Co-Living, das ein gemeinschaftliches Wohnen auf Zeit in urbanen Räumen ermöglicht und es Menschen unterschiedlicher Altersgruppen erlaubt, gemeinsam kreativ zu werden und sich gegenseitig zu unterstützen. Dieses Wohnkonzept beinhaltet auch andere Mehrgenerationenprojekte, die u.a. einen Beitrag zur Bewältigung des Personalmangels leisten können, da die gegenseitige Unterstützung die Notwendigkeit an zusätzlichem Hilfspersonal verringern kann.

Ein weiteres Zuständigkeitsfeld soll dem Thema „Leistbare Gewerbeflächen“ und „Steuereinnahmen in den Gemeinden“ gewidmet werden. Hier sollte die Handelskammer aufzeigen, welche Vorteile generiert werden können, wenn mehr Steuereinnahmen in einer Gemeinde bleiben und dort zum Einsatz kommen.

Die Handelskammer soll sich für die Förderung der alternativen Energiequellen einsetzen; die Genehmigungsverfahren für Wasserkraftwerke müssen vereinfacht werden und innovative Energiequellen wie Wind und Sonnenenergie benötigen mehr Förderung, mit einem besonderen Augenmerk darauf, dass lokal erzeugte Energie in einem Kreislauf lokal eingesetzt wird.

Die Nahversorgung in den ländlichen Gebieten soll für die Handelskammer weiterhin ein prioritäres Thema bleiben, damit die Abwanderung verhindert und mehr Lebensqualität in der Peripherie gewährleistet werden.

Strategischer Bereich 5: Internationalisierung, Product compliance

Die strategischen Bereiche Internationalisierung und *Product Compliance* spielen zusammen, da sie die Teilbereiche Etikettierung, Produktsicherheit, Produktinformationen und Beratung beinhalten.

Internationalisierung

5.1) Digitalisierung

Damit die Südtiroler Wirtschaft im internationalen Wettbewerb mithalten kann, ist ein angemessener Grad an Digitalisierung erforderlich und es braucht die entsprechende Aus- und Weiterbildung dazu. Die Handelskammer hat entsprechende Dienstleistungen entwickelt und soll sie weiterhin und in aktualisierter Form den Unternehmen anbieten.

5.2) KMU im Auslandsgeschäft unterstützen

Außer der Digitalisierung benötigen vor allem KMUs entsprechende Beratung und Informationspakete, damit Hürden abgebaut werden und sie Auslandsgeschäfte erfolgreich meistern können. Die Handelskammer soll verschiedene Themen bearbeiten, wie beispielsweise Zollbarrieren, wie man Mitarbeitende korrekt ins Ausland entsendet, Entwicklung der Sprachkompetenzen, Fördergelder und Staatsbeihilfenrecht, usw. Die Unternehmen brauchen zudem gezielte Auskünfte über Märkte, steuerlich-rechtliche Aspekte, über Betriebe auf dem ausländischen Markt und allgemeine Daten über die wirtschaftliche Situation von ausländischen Märkten. Für diese Themen soll die Handelskammer entsprechende Informations- und Dienstleistungspakete schnüren.

5.3) Forschung und Entwicklung

Die aktuellen Daten scheinen aufzuzeigen, dass Südtirol im Vergleich zu Trient, zum restlichen Italien und zu Europa geringere Ressourcen in Forschung und Entwicklung investiert. Das erste Ziel der Handelskammer wird sein, diese Daten genauer zu analysieren, den Erhebungsmodus zu prüfen und nachzuforschen, wie dieses Ergebnis entstanden ist. Ein Ziel zur Steigerung von Forschung und Entwicklung könnten steuerliche Begünstigung sein und die Handelskammer wird entsprechende Impulse an die Entscheidungsträger richten.

5.4) Evaluierung der IDM

Der seinerzeit gefasste Landtagsbeschluss hat in der IDM einen Veränderungsprozess ausgelöst. Die Handelskammer wird diese Veränderung begleiten und sich bemühen, die Belange und Bedürfnisse der Wirtschaft in die Diskussion einzubringen.

Product compliance

5.5) *Verschiedene Marken in Südtirol und deren Zukunft*

Südtirol führt verschiedene Marken, die Herkunft und Qualität schützen. Diese reichen von der Dachmarke Südtirol über die Schutzmarke bis hin zu verschiedenen kleineren lokalen Marken. Es besteht der Wunsch, in der Handelskammer eine Anlaufstelle einzurichten, die sich mit der Vielfalt an Schutzmarken befasst, in erster Linie mit GGA und GGU. Die Anlaufstelle soll dafür sorgen, dass die bestehenden Qualitätsprodukte weiterhin geschützt bleiben und dass die Palette durch neue Produkte ergänzt wird, was einen definierten Qualitätsprozess und die Erstellung von entsprechenden Reglements mit sich führt.

Jedenfalls muss die Markenvielfalt koordiniert werden; es gibt Herkunfts- und Qualitätsmarken und es braucht einen Weg, diese zu fördern, damit sie einen angemessenen Bekanntheitsgrad erreichen bzw. halten.

5.6) *Produktsicherheit und Etikettierung*

Die Kammer soll weiterhin in die Produktsicherheit investieren, bzw. die Investitionen nach Möglichkeit erhöhen. Dieses Thema gehört einerseits zum Bereich Marken und andererseits zum Aspekt Rechtssicherheit für Unternehmen, da mit Produktsicherheit auch das Thema Strafen eng verbunden ist. Die Handelskammer soll zu diesen Themen das Informations- und Schulungsangebot stärken.

Strategischer Bereich 6: Work in Südtirol

Leben und Arbeiten in Südtirol

Der Arbeitskräftemangel in Südtirols Betrieben und Organisationen ist eine große Herausforderung. Der Arbeitsmarkt hat sich von einem Angebots- zu einem Nachfragemarkt entwickelt und die Unternehmen müssen in der Personalentwicklung und -akquise umdenken. Es geht darum, bestehende Mitarbeiter/innen ans Unternehmen zu binden, sie zu fördern, laufend weiterzubilden und sich gleichzeitig für potenzielle Mitarbeitende attraktiv zu machen. Dazu gehört ein modernes und qualitativ hochwertiges Umfeld sowie leistbare Wohnmöglichkeiten.

6.1) Leistbares Wohnen: Veränderung in der GIS und konkreter Vermieterschutz

Für viele Arbeitnehmer/innen und junge Menschen sind die Wohnungspreise, sowohl Miete als auch Ankauf, in Südtirol zu hoch und sie können es sich nicht leisten, in Südtirol zu wohnen. Das Problem „leistbares Wohnen“ trägt teilweise zur Verschärfung des Arbeitskräftemangels bei. Hier muss die Handelskammer Initiativen ergreifen, um diesem Phänomen entgegenzuwirken. Ein Ansatz muss die GIS sein. Zurzeit zahlen Kurzzeitvermieter/innen, wie typischerweise im Tourismussektor, einen geringeren Steuersatz als Langzeitvermieter/innen. Dieses Verhältnis muss umgekehrt werden, damit Wohnungseigentümer/innen wieder Anreiz haben, ihre Liegenschaft auf längere Zeit zu vermieten.

In Bozen, wie in ganz Südtirol gibt es zahlreiche leerstehende Wohnungen. Diese Situation kann als Marktversagen eingestuft werden, da der Mechanismus aus Angebot und Nachfrage nicht die volkswirtschaftlichen Ergebnisse bringt. Es müssen Anreize geschaffen werden, damit die Eigentümer/innen diese Wohnung dem Markt zur Verfügung stellen. Dazu gehören sichere und klare Mietgesetze, die den Eigentümer/die Eigentümerin mehr schützen. In Südtirol gibt es einen guten Mieter- und einen guten Vermieterschutz; das Problem liegt eher darin, dass die Prozesse sehr lange dauern und die Vermieter zwar juristisch geschützt sind, *de facto* es aber eine zu lange Zeit braucht, die Rechte in konkrete Taten umzusetzen.

6.2) Wohnumfeld gestalten

Die Handelskammer setzt sich bereits für eine Integration der Arbeitnehmer/innen in ein soziales Wohnumfeld ein. Das Projekt Work in Südtirol ist soeben gestartet und der Aufbau von entsprechenden Netzwerken für eine bessere soziale Einbindung der Arbeitnehmer/innen ist ein Ziel, das in den nächsten Jahren erreicht werden muss. Zusammen mit einer marktgerechten Entlohnung suchen jüngere Arbeitnehmer/innen interessantere Arbeitsbedingungen, fordernde Aufgaben, sowie Angebote für Kultur und Freizeitgestaltung in ihrem Umfeld. Zahlreiche kleiner und mittlere Betriebe bieten gute Karrierechancen und persönliche Entfaltungsmöglichkeiten, die oft nicht bekannt sind. Personen, die in Südtirol bereits arbeiten, sollen bei der Handelskammer eine Anlaufstelle finden, die bei ihrer Integration in das Südtiroler Arbeits-, Wohn- und Gesellschaftsumfeld hilft.

6.3) Senioren/innen in Arbeit

Ein Beitrag, um dem Arbeitskräftemangel entgegenzuwirken liegt in der Motivation und in der Förderung der Senioren/innen weiterhin in Arbeit zu bleiben. Das bewirkt zudem, dass im Rahmen des Betriebes wertvolles Know-how erhalten bleibt und an die junge Generation weitergeben werden kann. Diese positiven Aspekte muss die Handelskammer mit Maßnahmen unterstützen. Ein unterschiedlicher, auf die Bedürfnisse angepasster Stundenplan sowie eine Reduzierung der Lohnnebenkosten für Senioren/innen, ähnlich wie für junge Mitarbeitende, könnte ein Modell sein, das ältere Menschen anregen dürfte, noch einige Zeit zu arbeiten.

6.4) Abwanderung verringern

Die Handelskammer soll sich dafür einsetzen, dass junge Menschen zwar im Ausland studieren und Erfahrung sammeln können, dann aber motiviert sind, wieder nach Südtirol zurückzukehren. Für Medizinstudenten gibt es bereits ein funktionierendes Modell. Die Handelskammer könnte die politischen Entscheidungsträger motivieren, für andere Berufssparten ein ähnliches Modell zu erstellen. Dieses Modell muss öffentlich unterstützt werden, damit es funktionieren kann.

Strategischer Bereich 7: Institutionelle Dienste der Handelskammer

Die Handelskammer bemüht sich ständig, die eigenen Dienstleistungen zu verbessern. Dieses allgemeine Bestreben soll aufrechterhalten und wenn möglich verstärkt werden. Effizienz, Kundenorientierung, professionelles Auftreten, Freundlichkeit und Kompetenz sind Merkmale die permanent gepflegt und gelebt werden müssen. Dazu sollte in den nächsten Jahren das Augenmerk verstärkt auf vier Bereiche gerichtet werden.

7.1) „Wirtschaftlicher Eigentümer“ (Titolare effettivo)

Bis Mitte Dezember 2023 muss die entsprechende Meldung an die Handelskammer gemacht werden. Die bereits eingetragenen Unternehmen können leicht erreicht werden und sie bekommen Information und Unterstützung. Dieses neue Gesetz betrifft auch andere Rechtsträger, die nicht der Handelskammer angehören, wie z.B. Vereine. Die Handelskammer soll sich anstrengen und investieren, um vor allem mit einer intensiven Medienkampagne alle betroffenen Rechtsträger zu erreichen. Außerdem soll die Handelskammer prüfen, wie weit eine bestimmte Toleranz bei der Einhaltung von Fristen und dem Umfang der Angaben gewährt werden kann, ohne gegen das Gesetz zu verstoßen.

7.2) Musterverträge

In den letzten Jahren hat sich die Handelskammer bemüht, immer mehr Musterverträge zur Verfügung zu stellen. Dieses Angebot soll künftig ausgebaut werden. Die gesamte Baubranche sollte hier verstärkt berücksichtigt werden. Mit der Aktualisierung der Richtpreise, sollten verschiedene Musterverträge ins Auge gefasst werden.

7.3) Richtpreisverzeichnis

Die Richtpreise sind nicht nur für die Betriebe, die in einem spezifischen Sektor arbeiten wichtig, sondern interessieren indirekt eine Vielfalt von anderen Unternehmen, die womöglich nicht direkt in die Baubranche gehören, aber diesem Sektor zuarbeiten. Eine ständige und professionelle Aktualisierung der Richtpreise benötigt Ressourcen: Zeit, Geld und fachmännische Betreuung. Die Handelskammer hat viel geleistet, kann jedoch dieses delicate Großprojekt nicht allein stemmen. Sie muss Unterstützung in erster Linie vom Land bekommen und untergeordnet, als institutionelle Dienstleistung, auch von den Wirtschaftsverbänden.

7.4) SUE - SUAP

Diese zwei Dienstleistungen der Handelskammer sind zwar ein bürokratischer Aufwand und mit Problemen behaftet, bieten aber verschiedenen Vorteile. Die Handelskammer zeigt sich bemüht, diese Dienste auszubauen und zu vereinfachen. Diese Bemühungen müssen beibehalten werden; der Aufwand für die Unternehmen soll verringert und die Vorteile sollen gesteigert werden. Der eingeschlagene Weg scheint zielführend zu sein, es braucht jedoch Ausdauer, Einsatz und die entsprechenden Ressourcen.

Die Ressourcen

Im Vergleich zur Vergangenheit haben die Bilanzen der letzten Jahre zahlreiche Änderungen aufgrund von Reformen und neu übertragenen Aufgaben verzeichnet. Auf Vorschlag von Unioncamere beteiligt sich die Handelskammer Bozen für den Zeitraum 2023-2025 an den gesamtstaatlichen Projekten „Der zweifache Übergang: Digitalisierung und Umwelt“, „Bildung Arbeit“, und „Vorbereitung der KMUs auf internationale Märkte. Ab dem Jahr 2024 führt die Handelskammer nicht nur das neu eingerichtete Talentcenter, sondern hat auch die Zuständigkeit für die organisatorische Abwicklung der Berufswettkämpfe WorldSkills vom Landesverband der Handwerker (LVH) übernommen. Beide neuen Kompetenzen beeinflussen die finanzielle Entwicklung der nächsten fünf Tätigkeitsjahre. Im Laufe des Jahres 2023 ist schließlich die Immobilie in der Südtiroler Straße vom Institut für Wirtschaftsförderung an die Handelskammer übergegangen, weshalb sich die Führung und Instandhaltung derselben auf die Planung der nächsten Jahre auswirkt.

Finanzquellen

Die wichtigste Einnahmequelle bildet zum einen die Jahresgebühr. Aufgrund deren 20%iger Erhöhung zur Finanzierung von drei gesamtstaatlichen Projekten wird sich diese im Jahr 2024 auf knapp 7,4 Millionen Euro belaufen. Sollten die Projekte über das Jahr 2025 hinaus verlängert werden, werden sich die Einnahmen aus der Jahresgebühr bei ca. 8 Millionen Euro jährlich einpendeln.

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 3,8 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 bewegen sich in den nächsten fünf Jahren zwischen 10,5 Millionen und 11,1 Millionen Euro pro Jahr.

Die Einnahmen aus Dienstleistungen von 2,5 Millionen 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: neben den Dividenden, welche die Brennerautobahn AG jährlich ausschüttet, können aufgrund der derzeitigen Entwicklungen auf dem Finanzmarkt auch Zinseinnahmen eingeplant werden.

Insgesamt stehen im Fünfjahreszeitraum also Finanzmittel von durchschnittlich 25 Millionen pro Jahr zur Verfügung.

FINANZQUELLEN	2024	2025	2026	2027	2028
Jahresgebühr	7.402.000	9.397.000	8.037.000	8.050.000	8.100.000
Sekretariatsgebühr	3.785.170	3.825.070	3.825.070	3.900.000	3.950.000
Beiträge, Zuschüsse und andere Einnahmen	10.559.090	11.142.090	10.787.090	10.800.000	10.850.000
Einnahmen aus Dienstleistungen	2.485.600	2.486.900	2.491.900	2.500.000	2.500.000
Andere Einnahmen	484.050	259.050	259.050	265.000	265.000
SUMME	24.715.910	27.110.110	25.400.110	25.515.000	25.665.000

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 10 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 circa 5 Millionen pro Jahr benötigt, während die Abschreibungen und Rückstellungen etwa 2,2 Millionen jährlich ausmachen.

Für die wirtschaftlichen Maßnahmen 2024 können 7,6 Millionen Euro zur Verfügung gestellt werden. Dieser Betrag steigt in den nächsten fünf Jahren kontinuierlich an und wird sich somit im Jahr 2028 auf geschätzte 8,4 Millionen Euro belaufen.

VERWENDUNG	2024	2025	2026	2027	2028
Wirtschaftliche Maßnahmen	7.622.500	10.057.500	8.192.500	8.300.000	8.400.000
Personal	9.914.400	9.920.400	10.060.400	10.150.000	10.200.000
Betrieb der Ämter	4.941.410	4.894.610	4.899.610	5.000.000	5.000.000
Abschreibungen und Rückstellungen	2.188.500	2.188.500	2.198.500	2.185.000	2.185.000
Andere Verwendungen (außerordentliche Aufwendungen usw.)	49.100	49.100	49.100	50.000	50.000
SUMME	24.715.910	27.110.110	25.400.110	25.515.000	25.665.000

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	2024	2025	2026	2027	2028
Finanzquellen	24.715.910	27.110.110	25.400.110	25.515.000	25.665.000
Verwendung	-24.715.910	-27.110.110	-25.400.110	-25.515.000	-25.665.000
ERGEBNIS	0	0	0	0	0

Aus der folgenden Tabelle geht der Personalbestand zum 31.12.2022, getrennt nach institutionellen Funktionen (wie vom D.P.R. 254/2005 vorgesehen) hervor. Die Anzahl der Bediensteten beinhaltet auch diejenigen Mitarbeiter/innen, welche ihre Tätigkeit für die Sonderbetriebe der Kammer ausüben und mit dem Vertrag der Region eingestellt worden sind und schließt die Mitarbeiter/innen, die direkt bei den Sonderbetrieben in Vertrag stehen, nicht mit ein.

FUNKTION	GENERAL- SEKRETARIAT UND INSTITUTIONELL E ORGANE	UNTERSTÜTZE NDE DIENSTE	MELDEAMT UND MARKT- REGELUNG	STUDIEN, WEITER- BILDUNG, INFORMATION UND WIRTSCHAFTS- FÖRDERUNG	SUMME
Anzahl Mitarbeiter	4,85	32,60	70,20	33,35	141,00

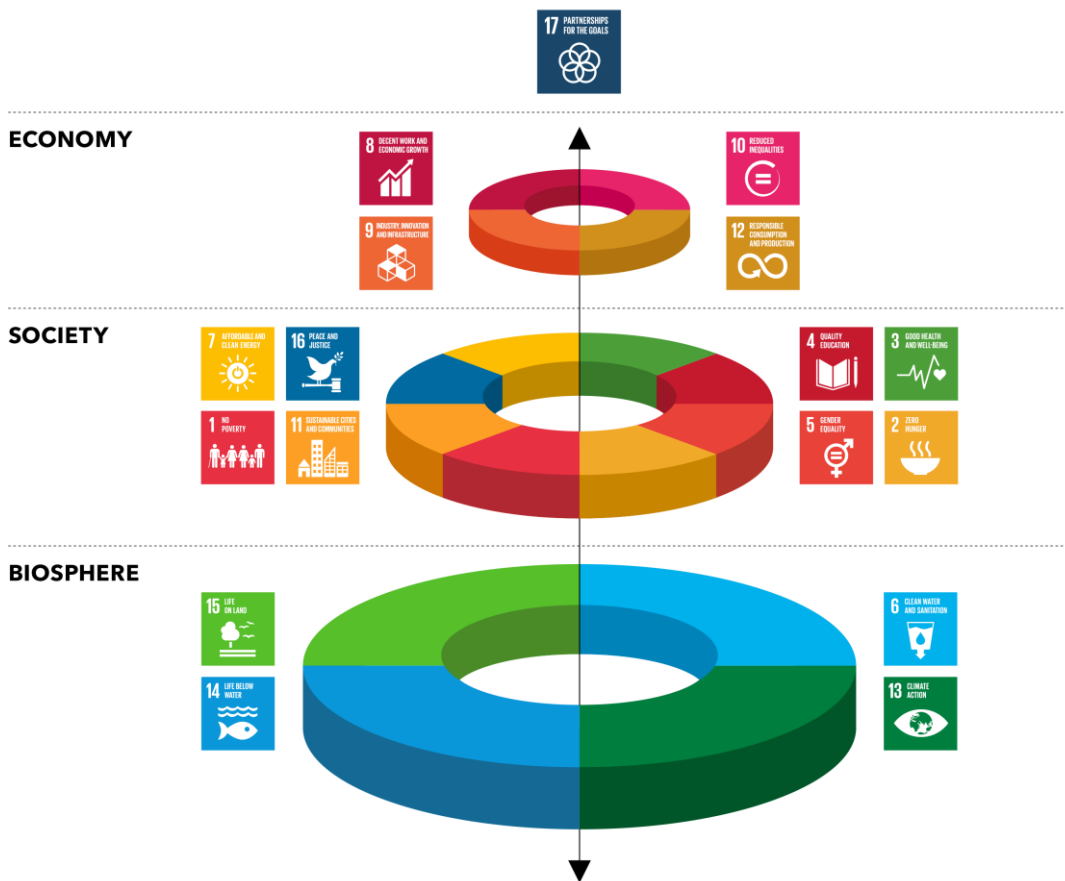
Die Handelskammer verfügt über einige strategische Beteiligungen an verschiedenen Gesellschaften. Neben den Sonderbetrieben Institut für Wirtschaftsförderung und IDM Südtirol – Alto Adige vertritt die Handelskammer das Interesse der lokalen Wirtschaftstreibenden am Allgemeinen Lagerhaus, an der Großmarkthalle 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. In den letzten Jahren neu hinzugekommen sind die Beteiligungen an Borsa Merci Telematica Italiana, Centro Studi delle CCIAA Guglielmo Tagliacarne und Innexta K.G.m.b.H.

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 31.12.2022 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.	0,4094 %
Brennerautobahn AG	0,8414 %
Ratschings-Jaufen G.m.b.H.	1,4173 %
InfoCamere K.A.G.	0,2933 %
Tecno Holding AG	0,2236 %
Tecnoservicecamere K.A.G.	0,0881 %
IC Outsourcing G.m.b.H.	0,1797 %
Centro Studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne	0,3993 %
Borsa Merci Telematica Italiana K.A.G.	0,1255 %
Uniontrasporti K.G.m.b.H.	0,7634 %
Innexta K.G.m.b.H.	3,2900 %

Nachhaltigkeit der Initiativen der Handelskammer

Die 17 Sustainable Development Goals mit ihren 169 Unterzielen sind der Kern der Agenda 2030 aller UN-Mitgliedsstaaten. Sie tragen in ausgewogener Weise der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung Rechnung. Die Handelskammer Bozen und ihr Sonderbetrieb Institut für Wirtschaftsförderung verpflichten sich, ihre Aktivitäten in Übereinstimmung mit den 17 Zielen zu organisieren und so zur nachhaltigen Entwicklung beizutragen.



This figure illustrates the intertwined nature of social-ecological systems, and, by extension, the SDGs that are designed to effect progress within these systems. Actions on the SDGs are best informed by a systemic view and thus better delivered in partnerships that

bring a broader perspective to point solutions. As Folcke, et al (2016) argue, "The focus is shifting from the environment as externality to the biosphere as precondition for social justice, economic development, and sustainability."

REDRAWN FROM SOURCE: Stockholm Resilience Centre (SRC) • SRC & IIASA, 2016 • Rockström, J and Sukhdev, P. 2016
Folke, C., R. Biggs, A. V. Norström, B. Reyers, and J. Rockström. 2016. Social-ecological resilience and biosphere-based sustainability science. *Ecology and Society* 21(3):41

www.dnvgi.com

Mit den verschiedenen Schwerpunkten, welche die Handelskammer in den kommen Jahren setzen wird, um dem Arbeitskräftemangel entgegenzuwirken, sich für leistbares Wohnen einzusetzen und Maßnahmen zur besseren Integration der Mitarbeitenden der Südtiroler Betriebe zu ergreifen, leistet die Handelskammer einen Beitrag zur Erreichung des Ziels Nr. 3: „Für ein gesundes Leben sorgen und Wohlbefinden für alle Menschen jeden Alters fördern“. Dazu gehören auch die Initiativen zur Förderung der Senioren/innen, damit sie länger in der Arbeit bleiben und ihr Know-how den jüngeren Generationen weitergeben.

Die bereichsübergreifende Stärkung des Informations- und Schulungsangebots sowie die intensive Forschungsarbeit, das Talentcenter und die gezielten Maßnahmen für die Jugend reihen sich in das Ziel Nr. 4 ein: „Gewährleistung einer inklusiven und gleichrangigen Bildung und Förderung der Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle“. Die Handelskammer soll ihr Aus- und Weiterbildungsangebot, sowie die verschiedenen Information- und Auskunftstätigkeiten gezielt auf die unterschiedlichen Zielgruppen zuschneiden, damit wertvolle Informationen ankommen und zielführend genutzt werden können. Die verschiedenen Initiativen rund um die

Berufsmeisterschaften fördern die Jugendlichen, regen den internationalen Vergleich an und bieten einen intensiven Austausch.

Die Verfolgung des Ziels Nr. 5: „Gleichstellung der Geschlechter und Stärkung aller Frauen und Mädchen“ ist für die Handelskammer eine Selbstverständlichkeit. Gezielte Maßnahmen für Mädchen und Frauen, Weiterbildung, Mentoringprogramme, die Teilnahme an nationalen und europäischen Projekten und Best Practice Beispiele sollen dazu dienen, den Fokus immer wieder auf dieses Thema zu lenken.

Die verschiedenen Maßnahmen, welche die Handelskammer zusammen mit den Wirtschaftsverbänden und dem Land Südtirol in den nächsten Jahren entwickeln wird, dienen bereichsübergreifend dem Ziel 8: Förderung eines dauerhaften, integrativen und nachhaltigen Wirtschaftswachstums, produktiver Vollbeschäftigung und menschenwürdiger Arbeit für alle“. Die Gestaltung eines interessanten und attraktiven Arbeits-, Wohn- und Gesellschaftsumfeld soll Mitarbeitende nach Südtirol holen, die Abwanderung verringern und das Wohlbefinden der Bevölkerung stärken.

Einen Beitrag zur Erreichung des Zieles Nr. 9: „Aufbau einer widerstandsfähigen Infrastruktur, Förderung einer inklusiven und nachhaltigen Industrialisierung und Förderung von Innovationen“ findet man in den zahlreichen Projekten zum Thema Internationalisierung, Abwicklung von Auslandsgeschäften, und in der gesamten Informations- und Förderungsthematik der Handelskammer.

Die Handelskammer ist satzungsmäßig eine lokale Körperschaft, die institutionelle Aufgaben verfolgt und die Interessen der gesamten Wirtschaft vertritt, um das allgemeine Wohlbefinden der Unternehmen und der Bevölkerung in ihrem Einzugsgebiet zu schützen und zu verbessern. Sie kann verschiedene Initiativen ergreifen, um in der Raumplanung und in der Entwicklung Südtirols mitzusprechen; die Handelskammer fördert Kultur, indem sie ein Museum führt und Mitglied in kulturellen Vereinen ist und unterstützt Freizeitangebote. Diese Bemühungen zielen auf die Goals Nr. 11: „Realisierung inklusiver, sicherer, flexibler und nachhaltiger Städte und menschlicher Siedlungen“, sowie Nr. 12: „Sicherstellung eines nachhaltigen Konsum- und Produktionsmusters“.

Durch eine Stärkung der eigenen Geothermieanlage, die Nutzung von Fotovoltaik, eines steigenden Einsatzes von Car-Sharing für Dienstfahrten und durch eine besondere Achtung für die Bedürfnisse der Pendler/innen leistet die Handelskammer zudem einen bescheidenen Beitrag zur Erreichung des Ziels Nr. 13: „Dringende Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Folgen“.

Erfolgreiche Bemühungen für eine zunehmende Nachhaltigkeit stellen die Mitarbeitenden der Handelskammer in den Mittelpunkt. Die Handelskammer ist ein Dienstleister und die Qualität der angebotenen Dienstleistungen beruht auf Qualifikation und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden. Die Handelskammer wird sich somit weiter bemühen, das Wohlbefinden und das Engagement aller Bediensteten zu fördern.

Il Consiglio camerale 2018-2023



Agostino ACCARINO
tutela consumatori e utenti



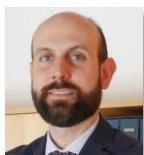
Christian GIULIANI
commercio



Michael AUER
industria



Michael GRUBER
industria



Alex BALDO
altri settori



Martin HALLER
artigianato



Thomas BAUMGARTNER
trasporti e spedizioni



Michael HOFER
trasporti e spedizioni



Giorgio BERGAMO
servizi alle imprese



Annemarie KASER
agricoltura



Nicola CALABRÒ
credito



Evelyn KIRCHMAIER
servizi alle imprese



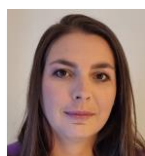
Simonetta CESARO
servizi alle imprese



Georg KÖSSLER
agricoltura



Claudio CORRARATI
artigianato



Monika MAIR
servizi alle imprese



Michl EBNER
turismo



Arnold MALFERTHEINER
servizi alle imprese



Christine FUCHSBERGER
commercio



Gianni MANTOANELLO
turismo



Daniel GASSER
agricoltura



Dieter MAYR
Organizzazioni sindacali



Federico GIUDICEANDREA
industria



Georg MAYR
agricoltura



Sibylle MAZOLL
agricoltura



Fritz PLONER
artigianato



Philipp MOSER
servizi alle imprese



Markus RABANSER
commercio



Georg OBERRAUCH
commercio



Raoul RAGAZZI
commercio



Heinrich OBERRAUCH
industria



Judith RAINER
turismo



Andrea PALLAVER
liberi professionisti



Joachim REINALTER
agricoltura



Giovanni PASTI
servizi alle imprese



Heidi RÖHLER
artigianato



Sandro PELLEGRINI
commercio



Karin RONER
industria



Valentina PEZZEI
commercio



Johanna SANTA FALSER
artigianato



Filip PICCOLRUAZ
artigianato



Gottfried SCHGAGULER
turismo



Hansi PICHLER
turismo



Angelika STAFLENER
turismo



Horst PICHLER
artigianato



Herbert VON LEON
cooperazione



Manfred PINZGER
turismo



Martina ZERBINI
industria

Introduzione

Il programma pluriennale, redatto ai sensi del decreto del Presidente della Repubblica il 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 maggio 2023 hanno espresso le loro priorità 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 risorse e degli impieghi per il periodo considerato e verrà aggiornato, annualmente, dal Consiglio camerale con la Relazione previsionale e programmatica. Il programma pluriennale è la base sulla quale viene redatto annualmente il preventivo.

Il programma pluriennale vuole indicare il percorso che la Camera di commercio e l'Istituto per la promozione dello sviluppo economico dovranno intraprendere nei prossimi anni per raggiungere l'obiettivo di realizzare attività che rappresentino un effettivo valore aggiunto per le imprese altoatesine.

On. Michl Ebner
Presidente

Prefazione

Il presente programma pluriennale costituisce la base per la definizione degli obiettivi e dei bilanci annuali di previsione dell'ente per il prossimo quinquennio, che sono strettamente legati al "Piano integrato di attività e organizzazione" (PIAO). Questa combinazione di aspetti contabili e organizzativi offre una nuova prospettiva ai servizi gestiti dalla Camera di commercio di Bolzano, da sempre orientati alle esigenze delle imprese altoatesine.

Il programma pluriennale è articolato per aree strategiche, elaborate dal nuovo Consiglio camerale suddiviso in diversi gruppi di lavoro. Per ogni area sono stati definiti degli obiettivi che dovranno essere raggiunti entro l'anno 2028, e questi obiettivi, elaborati dai gruppi, sono stati discussi e concordati in una riunione plenaria immediatamente successiva.

Nell'ulteriore programmazione delle attività della Camera di commercio, il programma pluriennale costituisce la base per definire i programmi annuali.

Le aree strategiche di attività per i prossimi anni sono:

- Sviluppo d'impresa
- Finanziamento d'impresa, Donna nell'economia
- Formazione e orientamento professionale
- Localizzazione
- Internazionalizzazione, Product compliance
- Work in Alto Adige
- Servizi istituzionali della Camera di commercio

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 Camera di Commercio di Bolzano ha la seguente mission:

“La Camera di commercio è partner dell'economia altoatesina. Attraverso la sua attività informativa, essa contribuisce a rafforzare un atteggiamento positivo della comunità nei confronti dell'economia. Mediante una sistematica ricerca economica e il continuo aggiornamento dei principali dati strutturali e congiunturali, essa getta le basi per una discussione oggettiva di politica economica e per le relative decisioni. La Camera di commercio è un ente di diritto pubblico. Fondamentalmente, la sua attività è pertanto disciplinata da leggi. Per tutte le imprese, con rare eccezioni, sussiste l'obbligo d'iscrizione al Registro delle imprese. La Camera di commercio gode di un'ampia autonomia amministrativa. Essa è sottoposta alla vigilanza della Provincia autonoma di Bolzano. “

Le attività della Camera di commercio comprendono una vasta offerta di servizi. Tra le attività principali ci sono la gestione del registro delle 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).

Linee guida della Camera di commercio di Bolzano, Partner dell'economia

Siamo partner dell'economia altoatesina. Siamo un ente di diritto pubblico che rappresenta gli interessi comuni delle imprese altoatesine verso la popolazione e la pubblica amministrazione. In quanto organizzazione di tutte le imprese, lavoriamo per gli operatori economici di tutti i settori. L'iscrizione alla Camera di commercio, obbligatoria per tutte le imprese, ci permette di difendere un equilibrio tra i vari interessi. La Camera di commercio è un organo di autogoverno dell'economia. Gli imprenditori che fanno parte degli organi camerali adottano delibere, approvano il programma di attività, il budget e il bilancio.

Valori su cui si basa il nostro operato (concezione della nostra identità)

Sosteniamo un'imprenditoria libera all'interno di un'economia sociale di mercato. Il nostro obiettivo è migliorare le condizioni generali dell'economia, favorire uno sviluppo economico positivo anche a lungo termine e aumentare la competitività della nostra provincia. Intendiamo proporre soluzioni ai problemi del mondo imprenditoriale e fornire impulsi per lo sviluppo economico, favorendo in Alto Adige il consolidamento di un atteggiamento positivo verso l'economia.

I nostri settori di attività

Rappresentanza degli interessi

Eseguiamo sondaggi presso le imprese per informare sulla situazione economica, elaboriamo pareri e proponiamo nuove iniziative. Con appositi studi e analisi focalizziamo i punti di forza e i punti deboli dell'economia altoatesina e della sua localizzazione geografica, per sottoporre proposte ai responsabili del mondo economico e politico.

Attività istituzionali

Lo Stato ha conferito diversi compiti istituzionali alle Camere di commercio, in quanto organizzazioni degli imprenditori, le Camere vi possono provvedere in modo più rapido, efficiente e meno oneroso delle istituzioni statali. Questi compiti comprendono la gestione del registro delle imprese, dei ruoli professionali, varie attività nel settore ambientale e della regolazione dei mercati, nonché il rilascio di documenti per il commercio estero.

Servizi alle imprese

La Camera di commercio di Bolzano offre alle imprese una vasta gamma di servizi. Fornisce informazioni sulle imprese iscritte, su questioni di diritto aziendale, di tutela della proprietà industriale, offre consulenza in questioni ambientali, su metrologia legale, sicurezza dei prodotti e diritto di concorrenza. La Camera di commercio analizza l'economia altoatesina e informa sulla situazione economica a livello locale, nazionale ed internazionale. Promuove la collaborazione tra l'economia e il mondo della scuola e la conciliazione tra imprese e famiglia. Sostiene l'internazionalizzazione delle imprese, la conquista di nuovi mercati e clienti e promuove la notorietà e immagine dei prodotti altoatesini di qualità. Opera nei settori formazione e sviluppo del personale, creazione e successione d'impresa, cooperazione e responsabilità sociale delle imprese. La Camera di commercio si offre inoltre anche come partner nella realizzazione di progetti di innovazione. Collabora alla tutela dei vini di qualità, e gestisce una camera arbitrale e un servizio di mediazione per la risoluzione competente di conflitti vari. Oltre a ciò, la Camera di commercio si adopera per garantire ottime condizioni generali all'economia altoatesina e, in particolare, buoni collegamenti viari all'intera area economica.

I/Le nostri/e clienti

I nostri clienti sono le imprese. Nell'interesse dell'economia indirizziamo i nostri servizi anche alle amministrazioni pubbliche, ad organizzazioni e privati. Al centro di tutte le nostre attività c'è sempre il/la cliente. Pertanto, cerchiamo di individuare il fabbisogno e le aspettative dei/delle clienti per offrire servizi orientati ad essi. Il nostro obiettivo è soddisfare e mantenere sempre buoni rapporti con l'utenza. Ci attiviamo per i/le nostri/e clienti con iniziative lungimiranti e cercando sempre soluzioni innovative.

I nostri punti di forza

Ci adoperiamo per tutti i settori, cercando di garantire un equilibrio tra i vari interessi. Attraverso collaborazioni interne ed esterne sfruttiamo utili sinergie. Inoltre, possiamo contare su una vasta rete di collegamenti nazionali ed internazionali. Il nostro obiettivo non è il profitto economico.

I nostri collaboratori e le nostre collaboratrici

La nostra più grande forza è il nostro personale. Dipendenti impegnati e competenti sono un prerequisito per essere un "partner dell'economia". Promuoviamo lo sviluppo del nostro personale attraverso formazioni e aggiornamenti mirati. I/Le dipendenti si identificano con la Camera di commercio, sono costantemente informati/e sulle novità e sono coinvolti/e nei processi decisionali. I/Le dipendenti hanno accesso a moderne attrezzature di lavoro che consentono loro di lavorare in modo efficiente.

La programmazione strategica della Camera di commercio

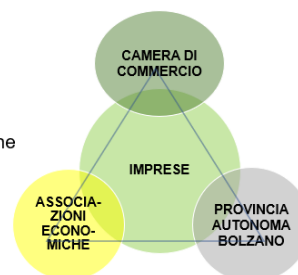
Uno dei primi e più importanti compiti degli organi all'inizio del loro mandato è quello di definire gli obiettivi e i programmi della Camera di commercio e di programmare l'attività della Camera per il periodo del loro mandato.

Il DPR 254/2005 (Regolamento sulla gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di commercio), la normativa regionale e lo Statuto camerale assegnano al Consiglio camerale il compito di stabilire gli indirizzi generali e di approvare il programma pluriennale, tenendo conto degli obiettivi da raggiungere e delle risorse necessarie per realizzarli. Il programma pluriennale per il periodo 2023-2028 costituisce quindi il quadro di riferimento per l'intero processo di programmazione. In esso gli organi camerale definiscono le priorità

d'azione, ovvero i settori su cui concentrare l'azione dell'organizzazione e gli obiettivi strategici, e definiscono sostanzialmente le risorse necessarie e disponibili per la loro attuazione. Il programma pluriennale viene aggiornato annualmente attraverso una "relazione previsionale e programmatica" da approvare entro il 31 ottobre di ogni anno, che illustra i programmi da attuare nell'anno di riferimento, tenendo conto delle caratteristiche e dei possibili

Programma pluriennale 2023 – 2028

- Workshop a ottobre
- Redazione di un catalogo di obiettivi
- Integrazione degli obiettivi nella programmazione annuale degli esercizi 2023 - 2028



HANDELS-, INDUSTRIE-, HANDWERKS-, TOURISMUS- UND LANDWIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN
CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO, TURISMO E AGRICOLTURA DI BOLZANO

Programmazione strategica



HANDELS-, INDUSTRIE-, HANDWERKS-, TOURISMUS- UND LANDWIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN
CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO, TURISMO E AGRICOLTURA DI BOLZANO

sviluppi dell'economia locale e della collaborazione con soggetti pubblici e privati, e indica gli obiettivi da perseguire e le risorse ad essi destinate. La relazione previsionale e programmatica deriva dal programma pluriennale e combina la visione a medio termine con una visione a breve termine. La redazione della relazione consente di verificare se le ipotesi e gli scenari alla base del programma pluriennale corrispondono ancora alle circostanze attuali e se gli obiettivi strategici sono ancora raggiungibili. In caso contrario, la relazione consentirà di aggiornare la programmazione strategica e di riportarla in linea con le esigenze attuali. Sulla base di questa relazione, il Consiglio camerale approverà il programma annuale delle attività e la Giunta camerale attuerà i programmi annuali passo dopo passo.

Il budget annuale è redatto dalla Giunta in conformità alla relazione previsionale e programmatica e approvato dal Consiglio camerale entro il 30 novembre dell'anno precedente al quale il budget si riferisce. Successivamente vengono approvati i budget direzionali assegnandoli ai rispettivi dirigenti di ripartizione.

Il PIAO (Piano integrato di attività e organizzazione) è uno strumento di programmazione triennale che viene aggiornato annualmente. Il Decreto Legislativo 80/2021, convertito con Legge 113/2021, ha introdotto a livello nazionale il cosiddetto Piano integrato di attività e organizzazione, che sostituisce i precedenti piani triennali (come il Piano della performance, il Piano anticorruzione e trasparenza, il Piano del fabbisogno delle risorse umane, il POLA (Piano organizzativo lavoro agile) e il Piano di azione triennale. Il PIAO deve essere approvato annualmente



entro il 31 gennaio. Il piano organizzativo consente alla Camera di commercio di misurare e valutare la performance in relazione all'intera amministrazione, alle unità organizzative o aree di competenza in cui è suddivisa e ai singoli dipendenti/alle singole dipendenti. L'obiettivo principale è quello di condividere gli obiettivi della Camera con il pubblico e di garantire chiarezza e comprensibilità nei confronti dei

suoi stakeholder: imprese, associazioni, istituzioni, consumatori/consumatrici, dipendenti, cittadini/e e tutti i soggetti interessati, nella consapevolezza che tutte le attività della Camera devono essere presentate in modo trasparente e comprensibile.

Area strategica 1: Sviluppo d'impresa

Digitalizzazione, innovazione e sostenibilità

La digitalizzazione delle aziende altoatesine appare fundamentalmente buona, ma presenta ancora potenziale di sviluppo inutilizzato. Nel complesso, la Camera di commercio dovrà intervenire su vari fronti, che si estendono dalla digitalizzazione per giungere alla sburocratizzazione, innovazione e sostenibilità, affinché le imprese altoatesine possano svilupparsi in un ambiente positivo e resti garantita la qualità della vita di tutti i cittadini e di tutte le cittadine. In quanto partner dell'economia, la Camera di commercio dovrebbe trasmettere impulsi e segnali adeguati ai decisori politici.

1.1) Intelligenza artificiale

Lo sviluppo dell'"AI - Artificial Intelligence" dovrebbe aiutare le imprese altoatesine a contrastare la mancanza di personale. L'obiettivo della Camera di commercio è quello di accompagnare il necessario cambiamento strutturale, di ridurre le paure e le incertezze nei confronti di questa nuova tecnologia, e di aiutare le aziende a gestire le nuove sfide. L'introduzione dell'IA comporta dei pericoli. In qualità di partner dell'economia, la Camera di commercio deve assistere le aziende, segnalare i pericoli e rafforzare le imprese nell'applicazione dell'IA attraverso istruzione e formazione, al fine di aumentare la produttività. La Camera di commercio dovrebbe, inoltre, creare una raccolta ampia di *best practice*, in modo che il mondo delle imprese possa vedere come affrontare questa nuova tecnologia, come utilizzarla e come svilupparla ulteriormente.

L'introduzione dell'IA è anche una questione culturale ed è legata ad aspetti sociali nel contesto della qualità della vita. L'economia deve cercare di creare un vantaggio per le aziende attraverso questa innovazione e di coinvolgere maggiormente i/le dipendenti. In questo modo si crea un valore aggiunto sostenibile per l'area economica dell'Alto Adige. D'altra parte, se questo sviluppo non viene sostenuto e plasmato, è inevitabile che altre regioni e Stati superino l'Alto Adige.

1.2) Sviluppo digitale, sostenibilità e certificazioni

In futuro, la Camera di Commercio dovrebbe riflettere criticamente sul significato delle certificazioni. In Europa e nel mondo vengono utilizzate numerose certificazioni che indicano un certo sviluppo di un'azienda, senza che sia necessario inventarne di nuove in Alto Adige. Sarebbe importante puntare su quelle certificazioni che mostrano la sostenibilità delle aziende altoatesine rispetto ai concorrenti internazionali. Un marchio di sostenibilità locale difficilmente avrebbe valore a livello internazionale.

1.3) Individuare e promuovere sviluppi sostenibili

In alcune aree dell'economia locale, esistono strutture sostenibili cresciute naturalmente che esercitano un impatto positivo sul proprio personale, così come sull'impronta culturale del contesto urbano nel quale sono inserite. Queste imprese hanno vissuto la sostenibilità fin dalla loro fondazione, tramandando questo valore di generazione in generazione. Queste aziende modello devono essere valorizzate. Inoltre, esse dimostrano che la sostenibilità deve essere vissuta come cultura aziendale e che il tema non deve essere lasciato esclusivamente alle decisioni politiche. La Camera di commercio, in quanto partner dell'economia, dovrebbe elaborare, insieme ai rappresentanti politici/alle rappresentanti politiche, criteri di sostenibilità adeguati all'Alto Adige.

1.4) Ridurre la burocrazia

Da quando è stata usata questa parola, la burocrazia è aumentata. In alcuni casi, la digitalizzazione ha addirittura contribuito ad aumentare la burocrazia invece di migliorare e semplificare i processi amministrativi. Deve essere compito della Camera di commercio individuare gli ostacoli burocratici e rimuoverli.

Area strategica 2: Finanziamento d'impresa, Donna nell'economia

Canali di finanziamento

Finora in Alto Adige spesso si dava per scontato che i finanziamenti potessero arrivare solo dalle banche. Ciò riguarda sia le piccole che le grandi aziende. Anche in futuro il sistema bancario continuerà a rappresentare il pilastro del finanziamento alle imprese, ma esistono numerosi altri canali non ancora sufficientemente conosciuti. Compito della Camera di commercio è quello di informare e sensibilizzare sugli altri strumenti di finanziamento affinché le imprese locali possano trovare un migliore accesso a canali alternativi di finanziamento e usufruire delle diverse offerte.

2.1) Diversificazione del rischio nel finanziamento alle imprese

La Camera di commercio dovrebbe fornire alle imprese locali maggiori informazioni sulle varie forme di finanziamento alternative attraverso iniziative di formazione e di aggiornamento. Oltre al sistema bancario, dovrebbero essere affrontati e approfonditi canali di finanziamento come l'anticipo su fattura, l'invoice trading, l'emissione di mini-bond, il factoring, il crowdfunding, il private equity, i business angels, l'Euregio Plus, i contributi dell'UE, le cooperative di garanzia e i fondi di rotazione. La Camera di commercio deve svolgere un ruolo di sensibilizzazione su questi temi. Anche l'offerta di mentoring in questo ambito dovrebbe essere sviluppata. Allo stesso modo, la Camera di commercio dovrebbe approfondire il tema della finanza legata agli ESG. Le lettere ESG stanno per Environment (ambiente), Social e Governance (gestione aziendale). Le aziende che rispettano determinati criteri di sostenibilità e responsabilità sociale vengono premiate con tassi di interesse più bassi. Le proposte formative e di aggiornamento dovrebbero essere integrate da una serie di *best practice*, perché un approccio basato sulla pratica ha un impatto maggiore sulle imprese rispetto a modelli teorici precostituiti.

2.2) Donna nell'economia

Negli ultimi anni, la Camera di commercio è riuscita a posizionare bene l'area "Donna nell'economia" in tutta l'economia locale. La Camera di commercio dovrebbe continuare a perseguire con forza questo obiettivo di sensibilizzazione e networking. Si dovrebbe fare una valutazione, per vedere quante donne diplomate al corso per membri di Consigli di amministrazione sono effettivamente entrate in vari Consigli di amministrazione dopo aver completato la formazione. L'intero programma di istruzione, formazione e di mentoring per le donne è ampio e si è dimostrato valido. La Camera di commercio deve mantenere questa qualità e, ove possibile, ampliarla. Allo stesso tempo, l'interazione con le scuole e con il Talentcenter potrebbe essere rafforzata per attirare più ragazze verso le professioni STEM e per rivolgersi a potenziali giovani imprenditrici. La Camera di commercio dovrebbe posizionarsi come piattaforma trasversale, in rete con le associazioni femminili esistenti e fungere da punto di riferimento per le potenziali imprenditrici, le giovani imprenditrici e le imprenditrici affermate, divulgando informazioni e raccogliendo le varie esigenze. La Camera di commercio dovrà anche sostenere le imprese nell'adozione di iniziative adeguate alle proprie dipendenti donne.

Area strategica 3: Formazione e orientamento professionale

3.1) Promuovere la formazione continua

In un mondo che cambia rapidamente sono necessari un apprendimento costante e uno sviluppo continuo, perché la spinta innovativa è molto alta. Servono persone qualificate in tutti i settori; è necessario aumentare la qualificazione in generale e non solo la percentuale di laureati/laureate. La Camera di commercio dovrebbe promuovere questa formazione continua attraverso una maggiore sensibilizzazione e il programma di formazione del WIFI. È importante che tutti/tutte continuino a formarsi e a sviluppare con costanza le proprie competenze: imprenditori/imprenditrici, manager e dipendenti. È fondamentale che gli imprenditori/le imprenditrici diano l'esempio con la propria formazione continua e che i/le dirigenti motivino il proprio personale a impegnarsi in una formazione continua.

3.2) Trasmettere valori

Nella società contemporanea si nota un declino dei valori. Ad esempio, in passato in Alto Adige molti contratti venivano conclusi con una stretta di mano e l'Alto Adige era caratterizzato dal calore della sua gente, la comunità era un valore importante. La Camera di commercio dovrebbe adoperarsi affinché le persone e un generale senso di umanità tornino ad essere al centro dell'attenzione. I valori devono essere modellati e trasmessi nelle famiglie. Sono inoltre necessari ulteriori programmi di formazione che insegnino i valori. La Camera di commercio dovrebbe promuovere una cultura aziendale orientata ai valori, contribuendo così a far sì che le imprese non si concentrino solo sui profitti, ma anche su altri valori.

È importante che le persone vivano e lavorino con entusiasmo. Se all'interno di un'azienda si lavora con entusiasmo, sarà più facile trattenere e attrarre personale. Ciò può contribuire a contrastare la carenza di manodopera qualificata.

3.3) Sviluppare competenze chiave

I programmi di formazione propongono sempre più contenuti, ma è necessario concentrarsi sull'essenziale, ossia su una solida formazione di base su cui costruire la formazione successiva. La Camera di commercio dovrebbe promuovere specificamente le competenze chiave come parte delle misure di formazione intersettoriale. Sono, inoltre, necessari ulteriori percorsi formativi su temi quali la definizione di obiettivi chiari, il coinvolgimento dei/delle dipendenti nel processo decisionale e la condivisione delle responsabilità, la resilienza.

3.4) Cooperazione & Networking

La cooperazione e il networking sono importanti, generano valore aggiunto, anche se a volte comportano lavoro supplementare. Sarebbe importante che la Camera di commercio continuasse a promuovere la cooperazione, il networking e lo scambio di conoscenze attraverso varie misure mirate. La cooperazione dovrebbe essere rafforzata anche all'interno della Camera di commercio tra le diverse aree, come ad esempio una maggiore collaborazione tra i settori della formazione, dell'orientamento professionale, il Talentcenter e i campionati professionali.

3.5) Formazione dei Maestri professionali

Per quanto possibile, la Camera di commercio dovrebbe rilevare dalla Provincia autonoma di Bolzano ulteriori moduli della formazione per Maestri professionali. Dopo aver rilevato con successo il modulo generale "Gestione aziendale", la Camera potrebbe occuparsi dell'organizzazione del modulo "Gestione del personale e formazione degli apprendisti/delle apprendiste".

3.6) Promuovere tirocini

Ai futuri collaboratori e alle future collaboratrici dovrebbero essere offerte opportunità di stage per conoscere meglio il mondo delle imprese e presentare opportunità di lavoro. La Camera di commercio dovrebbe promuovere gli stage in Alto Adige e sostenere le possibilità di tirocinio a livello nazionale e internazionale, in modo da favorire un vivace scambio.

Area strategica 4: Localizzazione

Il tema della localizzazione è suddiviso in tre macroaree: mobilità, aree residenziali e infrastrutture. La Camera di commercio dovrebbe lavorare su temi selezionati, posizionarsi e mantenere una forte presenza.

4.1) Mobilità

L'obiettivo principale su cui la Camera di commercio deve lavorare è la riduzione dei divieti di circolazione in Tirolo e, in primo luogo, l'abolizione del divieto di transito notturno; in questo contesto di una eventuale abolizione o quantomeno di un allentamento del divieto di transito notturno o degli altri divieti di circolazione, potrebbero essere introdotte anche condizioni premiali per veicoli ecologici, con l'obiettivo di rendere il traffico più fluido e promuovere gli investimenti in veicoli ecologici. Un primo passo dovrebbe essere l'urgente e completa abolizione del divieto di transito notturno per i veicoli ecologici. Questo scenario include la necessaria e urgente ristrutturazione dell'autostrada, che con i suoi cantieri causerà ulteriori problemi al settore dei trasporti, rendendo indispensabile un allentamento o una revoca dei divieti di circolazione. Il tunnel di base del Brennero BBT deve rimanere un tema prioritario nelle attività della Camera di commercio.

La Camera di commercio potrebbe anche esplorare l'idea di un trasporto pubblico gratuito o particolarmente economico per i/le residenti. Dovrebbero essere condotte delle ricerche per verificare se la concessione di alcuni vantaggi potrebbe facilitare il passaggio dall'auto privata al trasporto pubblico. La Camera di commercio dovrebbe anche promuovere il car sharing. Sempre più auto in car sharing sono elettriche, il che richiede un ampliamento delle infrastrutture di ricarica.

L'intero tema dell'idrogeno dovrebbe essere promosso con più forza dalla Camera di commercio sostenendo le iniziative che la Provincia ha già introdotto e promuovendo nuovi impulsi.

4.2) Aree residenziali

In Alto Adige ci sono molti appartamenti sfitti, anche perché i proprietari/le proprietarie non si sentono sufficientemente tutelati/e dalle attuali leggi sugli affitti. La Camera di commercio dovrebbe promuovere la definizione di regole chiare e sicure per le locazioni, in modo che gli appartamenti sfitti vengano messi sul mercato. Questo potrebbe contribuire a portare nuovi lavoratori e nuove lavoratrici in Alto Adige. Inoltre, la Provincia autonoma è proprietaria di immobili sfitti che potrebbero essere utilizzati come appartamenti condivisi per lavoratori/lavoratrici, oppure come soluzioni abitative da destinare a altoatesini e altoatesine che da fuori provincia desiderano ritornare e/o come appartamenti per studenti e studentesse. Esiste un potenziale di sviluppo nell'area degli immobili sfitti e la Camera di commercio dovrebbe svolgere un ruolo nell'identificare e sfruttare queste opportunità.

I regolamenti relativi agli alloggi sovvenzionati per l'edilizia sociale e per la classe media dovrebbero essere definiti con maggiore precisione e mantenuti distinti, poiché tengono conto di esigenze diverse. Con l'attuale normativa, la classe media si sente svantaggiata. La Camera di commercio dovrebbe impegnarsi con i decisori politici per introdurre miglioramenti.

Anche il fenomeno della vendita di appartamenti a ospiti stranieri contribuisce negativamente: i prezzi vengono spinti verso l'alto con la conseguenza che gran parte della popolazione locale non può permettersi l'acquisto di un alloggio; inoltre, gli immobili alienati non sono più disponibili sul mercato, riducendo in questo modo l'offerta per la popolazione residente. È necessario trovare un equilibrio.

4.3) Infrastrutture

Per quanto riguarda le infrastrutture, il primo obiettivo deve essere la cura e la manutenzione di ciò che già esiste. Inoltre, bisogna considerare lo sviluppo demografico. Già ora, ma ancora di più in futuro, saranno necessarie più case di riposo. Si dovrebbero analizzare altri modelli abitativi, come il co-living, che consente di co-abitare per un periodo limitato di tempo nelle aree urbane e permette a persone di diverse fasce d'età di convivere, arricchendosi reciprocamente con idee creative, e di sostenersi a vicenda. Questo concetto di abitazione include anche altri progetti multigenerazionali che possono, tra l'altro, contribuire a superare la carenza di personale, poiché il sostegno reciproco può ridurre la necessità di personale assistenziale aggiuntivo.

Un altro ambito di competenza dovrebbe essere dedicato ai temi “spazi produttivi a prezzi accessibili” e “entrate fiscali nei comuni”. In questo caso la Camera di commercio dovrebbe mostrare quali vantaggi si possono ottenere se una parte più cospicua di entrate fiscali rimane a disposizione del comune dove vengono generate e dove possono essere utilizzate.

La Camera di commercio dovrebbe lavorare per promuovere le fonti energetiche alternative. Le procedure di approvazione per le centrali idroelettriche devono essere semplificate e le fonti energetiche innovative, come l'energia eolica e solare, necessitano di maggiore sostegno con particolare attenzione a garantire che l'energia generata localmente venga anche utilizzata localmente.

L'approvvigionamento di vicinato nelle zone rurali dovrebbe rimanere una questione prioritaria per la Camera di commercio al fine di prevenire l'emigrazione e garantire una migliore qualità della vita nella periferia.

Area strategica 5: Internazionalizzazione, Product compliance

Le aree strategiche dell'internazionalizzazione e della *product compliance* sono collegate perché comprendono le sotto-aree etichettatura, sicurezza del prodotto, informazione sui prodotti e consulenza.

Internazionalizzazione

5.1) Digitalizzazione

Affinché l'economia altoatesina possa tenere il passo con la concorrenza internazionale è necessario un adeguato livello di digitalizzazione, nonché una formazione e un perfezionamento adeguati. La Camera di commercio ha sviluppato servizi mirati e dovrà continuare ad offrirli alle imprese in forma aggiornata.

5.2) Sostenere le PMI nel business estero

Oltre alla digitalizzazione, le PMI, in particolare, hanno bisogno di consulenze e pacchetti informativi adeguati, in modo da poter rimuovere gli ostacoli e riuscire a gestire con successo le attività all'estero. La Camera di commercio dovrebbe occuparsi di vari argomenti come: barriere doganali, il corretto invio di dipendenti all'estero, lo sviluppo delle competenze linguistiche, le sovvenzioni e la normativa sugli aiuti di Stato, ecc. Le imprese hanno anche bisogno di informazioni specifiche sui mercati, sugli aspetti fiscali, sulle aziende presenti sul mercato estero e di dati generali sulla situazione economica dei mercati esteri. La Camera di commercio dovrebbe mettere a punto pacchetti di informazioni e servizi adeguati per soddisfare queste esigenze.

5.3) Ricerca e sviluppo

I dati attuali sembrano dimostrare che l'Alto Adige investe meno risorse in ricerca e sviluppo rispetto al Trentino, al resto d'Italia e all'Europa. Il primo obiettivo della Camera di commercio sarà quello di analizzare più nel dettaglio questi dati, esaminare la modalità di raccolta e indagare come si è arrivati a questo risultato. Un obiettivo per incrementare la ricerca e lo sviluppo potrebbe essere rappresentato da agevolazioni fiscali e la Camera di commercio indirizzerà adeguati impulsi ai responsabili delle decisioni.

5.4) Valutazione dell'IDM

La deliberazione adottata a suo tempo dal Consiglio provinciale ha innescato un processo di cambiamento nell'IDM. La Camera di commercio accompagnerà questo cambiamento e si impegnerà a rappresentare le esigenze delle imprese nell'ambito di questo percorso di rinnovamento.

Product compliance

5.5) *Diversi marchi in Alto Adige e il loro futuro*

In Alto Adige esistono diversi marchi che tutelano l'origine e la qualità dei prodotti. Si tratta del marchio ombrello Südtirol-Alto Adige, del marchio di tutela e di vari marchi locali più piccoli. L'economia vorrebbe istituire presso la Camera di commercio uno sportello che si occupi della varietà dei marchi, in primo luogo dei marchi IGP e DOP. Questo sportello avrebbe lo scopo di garantire che i prodotti di qualità esistenti possano mantenere il loro status di prodotto tutelato e che la gamma venga ampliata con nuovi prodotti tutelati, il che implica un processo di certificazione definito e la creazione di regolamenti dedicati.

In ogni caso, la diversificazione dei marchi deve essere gestita e coordinata. Esistono marchi di origine e di qualità ed è necessario determinare un percorso di promozione affinché raggiungano o mantengano un adeguato livello di notorietà.

5.6) *Sicurezza ed etichettatura del prodotto*

La Camera dovrebbe continuare a investire nella sicurezza dei prodotti o, se possibile, aumentare gli investimenti. Questo argomento appartiene da un lato al settore dei marchi e dall'altro, all'aspetto della certezza del diritto per le aziende, poiché anche il tema delle sanzioni è strettamente legato alla sicurezza dei prodotti e alla corretta etichettatura. La Camera di commercio dovrebbe rafforzare l'offerta informativa e formativa su questi temi.

Area strategica 6: Work in Alto Adige

Vivere e lavorare in Alto Adige

La carenza di manodopera nelle aziende e nelle organizzazioni altoatesine rappresenta una sfida importante. Il mercato del lavoro si è trasformato da mercato dell'offerta a mercato della domanda e le aziende devono ripensare le loro strategie di assunzione e sviluppo del personale. È importante riuscire a trattenere il personale in servizio, promuoverlo, formarlo continuamente e allo stesso tempo rendersi attraenti per potenziali nuovi collaboratori e nuove collaboratrici. Ciò include un ambiente moderno e di alta qualità, nonché alloggi a prezzi accessibili.

6.1) Alloggi a prezzi accessibili: cambiamenti nel GIS e protezione concreta dei proprietari

Per molti/molte lavoratori/lavoratrici e giovani i prezzi degli alloggi, sia in affitto che in acquisto, sono troppo alti in Alto Adige e molte persone non possono permettersi di restare a vivere in provincia. Il problema degli "alloggi a prezzi accessibili" contribuisce in parte ad aggravare la carenza di manodopera. La Camera di commercio deve adottare iniziative per contrastare questo fenomeno. Un approccio deve essere l'IMI. Attualmente i locatori e le locatrici che affittano i loro immobili a breve termine, tipicamente nel settore turistico, pagano un'aliquota fiscale inferiore rispetto alle locazioni a lungo termine. Questo rapporto deve essere invertito, in modo che i proprietari e le proprietarie di appartamenti siano incentivati/e ad affittare le loro proprietà per periodi più lunghi.

A Bolzano, come in tutto l'Alto Adige, ci sono numerosi appartamenti sfitti. Questa situazione può essere considerata un fallimento del mercato, in quanto il meccanismo della domanda e dell'offerta non produce i risultati previsti. È necessario creare degli incentivi affinché i proprietari e le proprietarie mettano questi alloggi a disposizione del mercato. Ciò include leggi sicure e chiare sugli affitti che tutelino maggiormente i proprietari e le proprietarie. In Alto Adige le tutele sia degli inquilini sia della proprietà sono adeguate; il problema è rappresentato dai processi che richiedono tempi molto lunghi e, sebbene la proprietà sia giuridicamente tutelata, in realtà ci vuole troppo tempo per tradurre i diritti in azioni concrete.

6.2) Progettare il contesto abitativo

La Camera di commercio sta già lavorando per favorire l'integrazione di lavoratori e lavoratrici in un contesto abitativo e sociale adeguato. Il progetto "Work in Südtirol" è stato appena lanciato e la creazione di reti idonee per favorire una più efficace integrazione sociale dei lavoratori e delle lavoratrici è un obiettivo da raggiungere nei prossimi anni. Oltre a stipendi conformi al mercato, i lavoratori e le lavoratrici più giovani sono alla ricerca di condizioni di lavoro più interessanti, di mansioni stimolanti e di offerte culturali e per il tempo libero nel loro contesto abitativo. Numerose piccole e medie imprese offrono buone opportunità di carriera e possibilità di sviluppo che spesso non sono conosciute. Chi lavora già in Alto Adige dovrebbe trovare nella Camera di commercio un punto di contatto che lo aiuti a integrarsi nel contesto lavorativo, abitativo e sociale altoatesino.

6.3) Anziani al lavoro

Un contributo per contrastare la carenza di manodopera risiede nel motivare e incoraggiare le persone più anziane a continuare a lavorare. Ciò comporta, come valore aggiunto, che il prezioso know-how rimane all'interno dell'azienda e può essere trasmesso alle generazioni più giovani. La Camera di commercio deve sostenere con iniziative mirate questi aspetti positivi. Un orario diversificato, adattato alle specifiche esigenze e una riduzione degli oneri sociali per le persone anziane, in analogia alle agevolazioni già in essere per i/le giovani, potrebbero essere un modello che incoraggerebbe le persone anziane a continuare a lavorare per un certo periodo.

6.4) Ridurre l'emigrazione

La Camera di commercio dovrebbe lavorare affinché i/le giovani possano studiare all'estero e fare esperienza, ma siano poi motivati/e a ritornare in Alto Adige. Esiste già un modello funzionante per gli studenti e le studentesse di medicina. La Camera di commercio potrebbe motivare i decisori politici a creare un modello simile per altri settori professionali. Questo modello deve essere sostenuto con fondi pubblici affinché funzioni.

Area Strategica 7: Servizi istituzionali della Camera di commercio

La Camera di Commercio è costantemente impegnata a migliorare i propri servizi. Questo sforzo generale dovrebbe essere mantenuto e, se possibile, rafforzato. Efficienza, orientamento alla clientela, professionalità, cordialità e competenza sono caratteristiche che devono essere costantemente mantenute e vissute. A tal fine, nei prossimi anni si dovrebbe prestare maggiore attenzione a quattro ambiti.

7.1) Titolare effettivo

Entro la metà di dicembre 2023 deve essere effettuata la relativa dichiarazione presso la Camera di commercio. Le imprese già iscritte al Registro delle imprese potranno essere facilmente raggiunte e riceveranno informazioni e supporto. Questa nuova legge riguarda, però, anche altre persone giuridiche che non sono iscritte alla Camera di commercio, come per esempio le associazioni. La Camera di commercio dovrebbe compiere sforzi e investimenti per raggiungere tutte le persone giuridiche interessate, soprattutto attraverso un'intensa campagna mediatica. Inoltre, la Camera dovrebbe esaminare fino a che punto sia possibile concedere una certa tolleranza in termini di rispetto delle scadenze e di completezza delle informazioni senza violare la legge.

7.2) Contratti tipo

Negli ultimi anni la Camera di commercio si è impegnata a fornire sempre più contratti tipo. Questa offerta sarà ampliata in futuro. Sarà necessario dedicare maggiore attenzione all'intero settore edile. In occasione dell'aggiornamento dei listini dei prezzi di riferimento, dovrebbero essere presi in considerazione anche vari contratti tipo.

7.3) Listino prezzi di riferimento

I prezzi di riferimento non sono importanti solo per le aziende che operano in un settore specifico, ma sono indirettamente interessanti per una serie di altre aziende che possono non essere direttamente coinvolte nel settore delle costruzioni, ma che forniscono beni e servizi per detto settore. Un aggiornamento costante e professionale dei prezzi indicativi richiede risorse: tempo, denaro e supporto professionale. La Camera di commercio ha fatto molto, ma non può gestire da sola questo delicato progetto. Deve ricevere il sostegno innanzitutto della Provincia e, in seconda battuta, come servizio istituzionale, anche delle associazioni di categoria.

7.4) SUE - SUAP

Questi due servizi forniti dalla Camera di commercio comportano un carico burocratico e generano qualche problema, ma offrono diversi vantaggi. La Camera di commercio si sta impegnando per ampliare e semplificare questi servizi. Questi sforzi devono essere mantenuti, riducendo gli oneri per le imprese e aumentando i benefici. La strada intrapresa sembra essere quella giusta, ma necessita di perseveranza, impegno e risorse adeguate.

Le risorse

Rispetto al passato i bilanci degli ultimi anni hanno subito numerose variazioni dovute a riforme e nuove competenze assegnate all'ente. Su proposta di Unioncamere la Camera di commercio di Bolzano partecipa, anche nel triennio 2023-2025, ai progetti promossi a livello nazionale in materia di "doppia transizione digitale ed ecologica", "alternanza scuola – lavoro" e "preparazione delle PMI ad affrontare i mercati internazionali". A partire dall'anno 2024 la Camera di commercio si occupa per il primo anno non solo del Talentcenter, ma organizzerà anche le competizioni professionali Worldskills, una competenza che fino adesso è stata gestita dall'associazione provinciale dell'artigianato (APA). Entrambe le nuove competenze hanno un impatto importante sull'andamento finanziario dell'ente. A seguito del trasferimento dell'immobile dall'Istituto per la promozione dello sviluppo economico alla Camera di commercio nel corso dell'anno 2023, anche la gestione e la manutenzione dell'immobile impattano sulla programmazione finanziaria dei prossimi anni.

Fonti

Una delle risorse finanziarie più importanti è il diritto annuale. A seguito della maggiorazione del 20% per finanziare tre progetti nazionali, nel 2024 ammonterà quasi 7,4 milioni e, se i progetti saranno confermati anche dopo l'anno 2025, le entrate dal diritto annuale ammonteranno a circa 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 3,8 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 e si attesteranno tra i 10,5 e gli 11,1 milioni di euro all'anno nei prossimi cinque anni.

I proventi da servizi di oltre 2,5 milioni di 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: oltre ai dividendi che l'Autobrennero riconosce annualmente alla Camera di commercio, l'ente può anche prevedere entrate da interessi bancari, tenendo conto degli sviluppi positivi sui mercati finanziari.

Le risorse finanziarie annue a disposizione nel quinquennio risultano mediamente di 25 milioni.

FONTI	2024	2025	2026	2027	2028
Diritto annuale	7.402.000	9.397.000	8.037.000	8.050.000	8.100.000
Diritti di segreteria	3.785.170	3.825.070	3.825.070	3.900.000	3.950.000
Contributi, trasferimenti ed altre entrate	10.559.090	11.142.090	10.787.090	10.800.000	10.850.000
Proventi da servizi	2.485.600	2.486.900	2.491.900	2.500.000	2.500.000
Altre fonti	484.050	259.050	259.050	265.000	265.000
TOTALE	24.715.910	27.110.110	25.400.110	25.515.000	25.665.000

Impieghi

Le fonti a disposizione sono impiegate, in parte, per gli oneri correnti come il personale ed il funzionamento degli uffici, gli ammortamenti e 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 10 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 circa 5 milioni all'anno, mentre gli ammortamenti e accantonamenti ammontano a 2,2 milioni.

Per gli interventi economici nel 2024 l'ente dispone di 7,6 milioni di euro. Questo importo aumenterà costantemente nei prossimi cinque anni fino a raggiungere 8,4 milioni di euro nell'anno 2028.

IMPIEGHI	2024	2025	2026	2027	2028
Interventi economici	7.622.500	10.057.500	8.192.500	8.300.000	8.400.000
Personale	9.914.400	9.920.400	10.060.400	10.150.000	10.200.000
Funzionamento degli uffici	4.941.410	4.894.610	4.899.610	5.000.000	5.000.000
Ammortamenti ed accantonamenti	2.188.500	2.188.500	2.198.500	2.185.000	2.185.000
Altri impieghi (oneri straordinari ecc.)	49.100	49.100	49.100	50.000	50.000
TOTALE	24.715.910	27.110.110	25.400.110	25.515.000	25.665.000

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	2024	2025	2026	2027	2028
Fonti	24.715.910	27.110.110	25.400.110	25.515.000	25.665.000
Impieghi	-24.715.910	-27.110.110	-25.400.110	-25.515.000	-25.665.000
RISULTATO	0	0	0	0	0

Nella seguente tabella è esposta la strutturazione del personale al 31.12.2022 suddivisa per funzioni istituzionali (così come previsto nel DPR 254/2005). Il numero del personale è comprensivo dei collaboratori/delle collaboratrici che operano nelle aziende speciali camerali con contratto regionale e non comprende i collaboratori/le collaboratrici 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	4,85	32,60	70,20	33,35	141,00

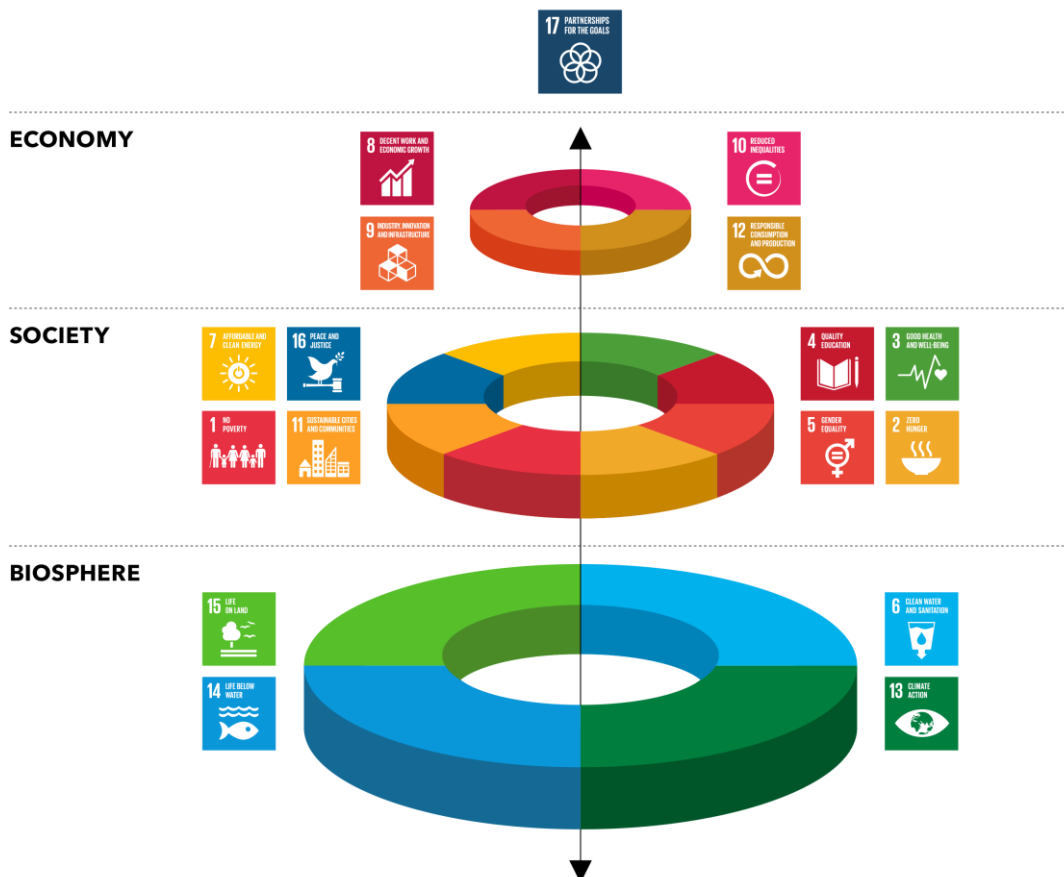
La Camera di commercio dispone di partecipazioni strategiche a diverse società. Oltre alle aziende speciali Istituto per la promozione dello sviluppo economico e IDM Südtirol – Alto Adige la Camera di commercio rappresenta anche l'interesse dell'economia locale ai Magazzini Generali, al Mercato Generale 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. Negli ultimi anni la Camera di commercio ha assunto nuove partecipazioni in Borsa Merci Telematica Italiana, Centro Studi delle CCIAA Guglielmo Tagliacarne e Innexa S.cons. a.r.l.

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 31.12.2022.

IMPRESA	QUOTA
Istituto per la promozione dello sviluppo economico	100,0000 %
IDM Südtirol – Alto Adige	40,0000 %
Ente autonomo Magazzini 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.	0,4094 %
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.	0,2236 %
Tecnoservicecamere S.c.p.A.	0,0881 %
IC Outsourcing S.r.l.	0,1797 %
Centro studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne	0,3993 %
Borsa Merci Telematica Italiana S.c.p.A.	0,1255 %
Uniontrasporti S.cons. a r.l.	0,7634 %
Innexa S.cons. a.r.l.	3,2900 %

Sviluppo sostenibile delle attività

I 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile con i loro 169 sotto-obiettivi sono il fulcro dell'Agenda 2030 di tutti gli Stati membri delle Nazioni Unite. Tengono conto in modo equilibrato delle dimensioni economica, sociale ed ecologica dello sviluppo sostenibile. La Camera di commercio di Bolzano e la sua azienda speciale Istituto per la promozione dello sviluppo economico si impegnano ad organizzare le proprie attività in conformità con i 17 obiettivi e contribuire così allo sviluppo sostenibile.



This figure illustrates the intertwined nature of social-ecological systems, and, by extension, the SDGs that are designed to effect progress within these systems. Actions on the SDGs are best informed by a systemic view and thus better delivered in partnerships that

bring a broader perspective to point solutions. As Folcke, et al (2016) argue, "The focus is shifting from the environment as externality to the biosphere as precondition for social justice, economic development, and sustainability."

REDRAWN FROM SOURCE: Stockholm Resilience Centre (SRC) • SRC & IIASA, 2016 • Rockström, J and Sukhdev, P. 2016

Folke, C., R. Biggs, A. V. Norström, B. Reyers, and J. Rockström. 2016. Social-ecological resilience and biosphere-based sustainability science. *Ecology and Society* 21(3):41

www.dnvgi.com

Con le varie priorità che la Camera di commercio si prefigge nei prossimi anni per contrastare la carenza di manodopera, per sostenere l'edilizia abitativa a prezzi accessibili e per adottare misure per una migliore integrazione del personale delle imprese altoatesine, la Camera di commercio contribuisce al raggiungimento dell'obiettivo n. 3: "Garantire una vita sana e promuovere il benessere per tutte le persone di ogni età". Ciò include anche iniziative volte a incoraggiare le persone anziane a rimanere più a lungo al lavoro e a trasmettere il loro know-how alle giovani generazioni.

Il rafforzamento intersettoriale dell'offerta informativa e formativa, così come l'intenso lavoro di ricerca, il Talentcenter e le misure mirate per i/le giovani sono inclusi nell'obiettivo n. 4: "Garantire un'istruzione inclusiva e paritaria e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti". La Camera di commercio dovrebbe adattare le sue offerte di istruzione e formazione, così come le varie attività di informazione e sensibilizzazione, ai diversi gruppi target, in modo che le informazioni preziose li raggiungano e possano essere utilizzate in modo

mirato. Le varie iniziative intorno ai campionati professionali promuovono i/le giovani, incoraggiano il confronto internazionale e offrono un intenso scambio.

Il perseguimento dell'obiettivo numero 5: "Parità di genere e emancipazione di tutte le donne e le ragazze" è una cosa ovvia per la Camera di commercio. Misure mirate per le ragazze e le donne, formazione continua, programmi di tutoraggio e mentoring, partecipazione a progetti nazionali ed europei e *best practice*, dovrebbero servire a mantenere l'attenzione su questo tema.

Le varie misure che la Camera di commercio svilupperà insieme alle associazioni economiche e alla Provincia di Bolzano nei prossimi anni servono trasversalmente all'obiettivo 8: "Promuovere una crescita economica sostenibile, inclusiva e duratura, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti/tutte". La creazione di un ambiente lavorativo, abitativo e sociale interessante e attraente dovrebbe attirare lavoratori e lavoratrici in Alto Adige, ridurre l'emigrazione e rafforzare il benessere della popolazione.

Un contributo al raggiungimento dell'obiettivo n. 9: "Costruire un'infrastruttura resiliente, promuovere un'industrializzazione inclusiva e sostenibile e favorire l'innovazione" è riscontrabile nei numerosi progetti sul tema dell'internazionalizzazione, sulla gestione di affari all'estero e nell'ambito delle attività di informazione e promozione organizzate dalla Camera di commercio.

La Camera di commercio è, per statuto, un ente locale che persegue compiti istituzionali e rappresenta gli interessi dell'intera comunità imprenditoriale al fine di tutelare e migliorare il benessere generale delle imprese e della popolazione del proprio territorio di competenza. Può intraprendere diverse iniziative per avere voce in capitolo nella pianificazione urbanistica e nello sviluppo dell'Alto Adige; la Camera di commercio promuove la cultura gestendo un museo e facendo parte di associazioni culturali e sostiene anche attività ricreative. Questi sforzi sono finalizzati agli obiettivi n. 11: "Realizzare città e insediamenti umani inclusivi, sicuri, flessibili e sostenibili" e n. 12: "Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili".

Potenziando il proprio sistema geotermico, utilizzando il fotovoltaico, incrementando l'utilizzo del car sharing per gli spostamenti di lavoro e prestando particolare attenzione alle esigenze dei/delle pendolari, la Camera di commercio contribuisce in misura modesta anche al raggiungimento dell'obiettivo n. 13: "Misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze".

Per generare iniziative di successo destinate ad aumentare la sostenibilità la Camera di commercio pone al centro dell'attenzione il proprio personale. Sono le persone che lavorano presso l'ente a fornire i servizi, e la qualità dei servizi offerti si basa sulla preparazione e sulle prestazioni dei dipendenti. L'ente continuerà quindi a impegnarsi per promuovere il benessere e l'impegno di tutto il personale.