



Regione Calabria

Indirizzi Strategici per la promozione internazionale del sistema Calabria nel periodo 2017/2020

ALLEGATO 1 alla Deliberazione di Giunta Regionale n. 294 del 30.06. 2017

SOMMARIO

INTRODUZIONE	3
1. QUADRO DI RIFERIMENTO	5
1.1 LO SCENARIO ECONOMICO REGIONALE	5
1.2 GLI SCAMBI CON L'ESTERO.....	8
1.2.1 <i>L'andamento del commercio estero nel 2016</i>	8
1.2.2 <i>I principali settori del commercio estero calabrese</i>	11
1.2.3 <i>I mercati di sbocco e di approvvigionamento</i>	15
1.2.4 <i>La dinamica di medio e lungo periodo</i>	16
1.3 GLI ANDAMENTI DEI FLUSSI TURISTICI INTERNAZIONALI	18
2. STRATEGIA E LE LINEE DI INTERVENTO	20
2.1 GLI INDIRIZZI STRATEGICI.....	20
2.2 LE AZIONI PRIORITARIE.....	22
3. MODALITÀ ATTUATIVE E FONTI FINANZIAMENTO	26
3.1 LE MODALITÀ DI ATTUAZIONE	26
3.2 LE FONTI DI FINANZIAMENTO	26
4. GOVERNANCE DI SISTEMA	28
4.1 SPORTELLO SPRINT	28
4.2 OSSERVATORIO INTERNAZIONALIZZAZIONE.....	29
4.3 TAVOLO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE	30
4.4 COORDINAMENTO CON LE AMMINISTRAZIONI CENTRALI	31
4.5 PORTALE CALABRIAIMPRESA.....	32
4.6 INFORMAZIONE, ORIENTAMENTO E FORMAZIONE.....	33

INTRODUZIONE

Il presente documento di indirizzo strategico risponde allo scopo di tracciare le linee guida dell'azione regionale a sostegno dell'internazionalizzazione del sistema Calabria. Tale azione si iscrive all'interno della politica regionale per lo sviluppo perseguita dall'attuale amministrazione, trovando altresì coerenza con la Strategia regionale di Specializzazione Intelligente (*S3 - Smart Specialisation Strategy*), approvata dopo un'ampia consultazione operata con i principali attori sociali del territorio e in armonia con le priorità stabilite dalla programmazione comunitaria per il periodo 2014/2020.

L'analisi di contesto evidenzia alcuni degli elementi distintivi del posizionamento competitivo del sistema regionale in rapporto alle diverse aree di specializzazione. Il quadro descrittivo pone in evidenza i punti di forza sui quali fare leva per incoraggiare e accompagnare i processi di apertura e crescita, ma anche i punti di debolezza su cui occorre necessariamente intervenire per cogliere le opportunità che derivano dai processi di trasformazione in atto nel contesto esterno. Tra questi ultimi rientra per l'esigua capacità di esportare e attrarre investimenti oltre che la bassa incidenza dei flussi turistici provenienti dall'estero. Una debolezza che è resa palese anche dal saldo commerciale negativo, atteso che la Calabria importa merci e servizi per un valore ben superiore a quello che generano le corrispondenti esportazioni.

L'Amministrazione regionale assegna uno specifico rilievo alla proiezione del sistema produttivo verso i mercati extra regionali e al rafforzamento della capacità attrattiva del sistema regionale. Per tale ragione, si intende mettere in atto programmi pluriennali di interventi in grado di incidere significativamente sulle variabili strutturali.

Per garantire la concreta attuazione di queste azioni e delle altre che si vorranno individuare è necessario attivare una nuova "governance istituzionale" su scala regionale nell'ambito della quale sia facilitato e reso efficace il processo di identificazione, valutazione della sostenibilità economico-finanziaria e selezione di tutti i progetti che vanno a costituire l'intero programma di intervento.

La strategia delineata verrà valutata sulla base dei risultati via via conseguiti e della domanda proveniente dal territorio e potrà essere integrata sulla base degli stimoli del costituendo Tavolo per l'Internazionalizzazione.

Lo scenario istituzionale è in grande movimento. Questa è la fase della realizzazione delle riforme a livello nazionale, ma è anche la fase di concreto avvio dei Programmi dei fondi comunitari 2014-2020. Le risorse per la coesione, europee e nazionali sono determinanti per sostenere un concreto piano di investimenti per lo sviluppo e per questo non sono consentiti errori nel loro utilizzo. E' solo, infatti, attraverso la realizzazione di interventi mirati di politica pubblica, specificamente tarati sulla conoscenza e il superamento delle debolezze dei contesti locali, ma anche sulla valorizzazione delle potenzialità di sviluppo dei territori,

che il sistema economico e sociale regionale può essere traghettato oltre la stagnazione e scongiurare il perpetrarsi della recessione.

1. QUADRO DI RIFERIMENTO

1.1 Lo scenario economico regionale

In questi anni di crisi economica e di stagnazione della domanda interna, la domanda estera ha rappresentato per molte economie europee la sola opportunità di crescita, anche se la crescita del commercio mondiale è stata frenata a sua volta dalla debolezza della domanda su scala globale e dal forte ridimensionamento dell'interscambio cinese.

L'andamento dell'economia mondiale secondo quanto riportato dal Fondo monetario internazionale anche per il 2016 si è attestato al 3,1%. Secondo gli analisti del Fondo, il risultato del voto in Gran Bretagna, che ha sorpreso i mercati finanziari, ha fatto sì che si materializzasse un importante rischio al ribasso. Nell'area dell'euro, la crescita è stata più alta del previsto, 2,2% nel primo trimestre 2016, per effetto di un aumento della domanda interna, compresi gli investimenti, e avrebbe probabilmente portato a una revisione al rialzo delle stime senza l'impatto di Brexit.

L'Italia dal 2015 è tornata a crescere, seppur a ritmi ancora moderati(0,8%), e anche nel 2017 si prevede una crescita intorno all'1%¹. Il valore del PIL resta comunque inferiore di circa 8 punti percentuali rispetto ai livelli pre-crisi, valori raggiunti e superati invece in Germania, Francia e, seppure di poco, nella media dell'area euro².

Per quanto concerne l'economia regionale nel corso dell'ultimo biennio l'attività economica si è stabilizzata. Secondo Prometeia³, il PIL in termini reali nel 2015 è cresciuto dello 0,1% (era stato 0,2 nel 2014), anche se tutti i settori hanno registrato una dinamica inferiore a quella media nazionale.

Segnali incoraggianti provengono dalle statistiche relative al 2016, seppur in un quadro economico complessivo caratterizzato da persistenti fragilità: l'export delle aziende calabresi nei primi 9 mesi del 2016 ha continuato ad espandersi (+13,1% rispetto all'anno precedente), anche se rimane ancora di modesta entità (con 298 milioni di euro rappresenta lo 0,1% delle esportazioni nazionali). I prodotti che hanno maggiormente trainato la crescita sono quelli alimentari e chimici. L'Europa si conferma il principale mercato di sbocco; anche se sono in crescita le esportazioni verso i mercati asiatici e dell'America centro-meridionale.

Questi elementi positivi si combinano a quelli che caratterizzano sia l'attività industriale che il mercato del lavoro. Secondo un sondaggio promosso e realizzato da Banca d'Italia⁴, il 36%

¹ Ministero dell'Economia e delle Finanze (2017), Documento di Economia e Finanza 2017.

² Banca d'Italia (2016), *Relazione annuale anno 2015*.

³ Prometeia (2016), *Rapporto di Previsione di settembre 2016*.

⁴ Banca d'Italia (2016), *Indagine sulle imprese industriali e dei servizi nell'anno 2015* Supplementi al Bollettino Statistico - *Indagini campionarie*, www.bancaditalia.it/pubblicazioni

delle aziende regionali con almeno 20 addetti nei primi 9 mesi del 2016 ha registrato un incremento del fatturato rispetto allo stesso periodo del 2015, a fronte del 31% che ha dichiarato una flessione. I segnali positivi provengono prevalentemente dalle imprese del comparto manifatturiero, mentre nel settore delle *utilities* prevalgono le aziende che hanno registrato un decremento.

Ottimistiche sono anche le previsioni di breve periodo sia per quanto riguarda gli ordini che gli investimenti. Secondo gli analisti della Banca d'Italia questi previsioni sono connesse alle aspettative sull'implementazione dei programmi di sviluppo regionali e al miglioramento atteso nelle condizioni di finanziamento.

Per quanto riguarda le condizioni del mercato del lavoro le notizie sono a tinte chiaro-scuro. Diminuisce sia il tasso di disoccupazione giovanile (dal 65,1% del 2015 al 58,7% nel 2016) che il tasso di mancata partecipazione⁵ e aumenta lievemente il tasso di occupazione della popolazione con età compresa tra i 20-64 (da 42,1% del 2015 a 42,9% nel 2015), coerentemente con quanto rilevato nel mercato del lavoro meridionale e nazionale. Segnali meno incoraggianti provengono dall'analisi del tasso di disoccupazione caratterizzato da un lieve incremento rispetto al 2015 (da 22,9% al 23,2%) (

Fonte: elaborazione su dati Istat

Figura 1) (Figura 1).

Tabella 1 – Principali indicatori mercato del lavoro – Calabria, Mezzogiorno, Italia (2014-2016)

	Tasso di disoccupazione			Tasso di disoccupazione giovanile		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Calabria	23,4	22,9	23,2	59,7	65,1	58,7
Mezzogiorno	20,7	19,4	19,6	55,9	54,1	51,7
Italia	12,7	11,9	11,7	42,7	40,3	37,8
	Tasso di mancata partecipazione			Tasso di occupazione 20-64 anni		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016

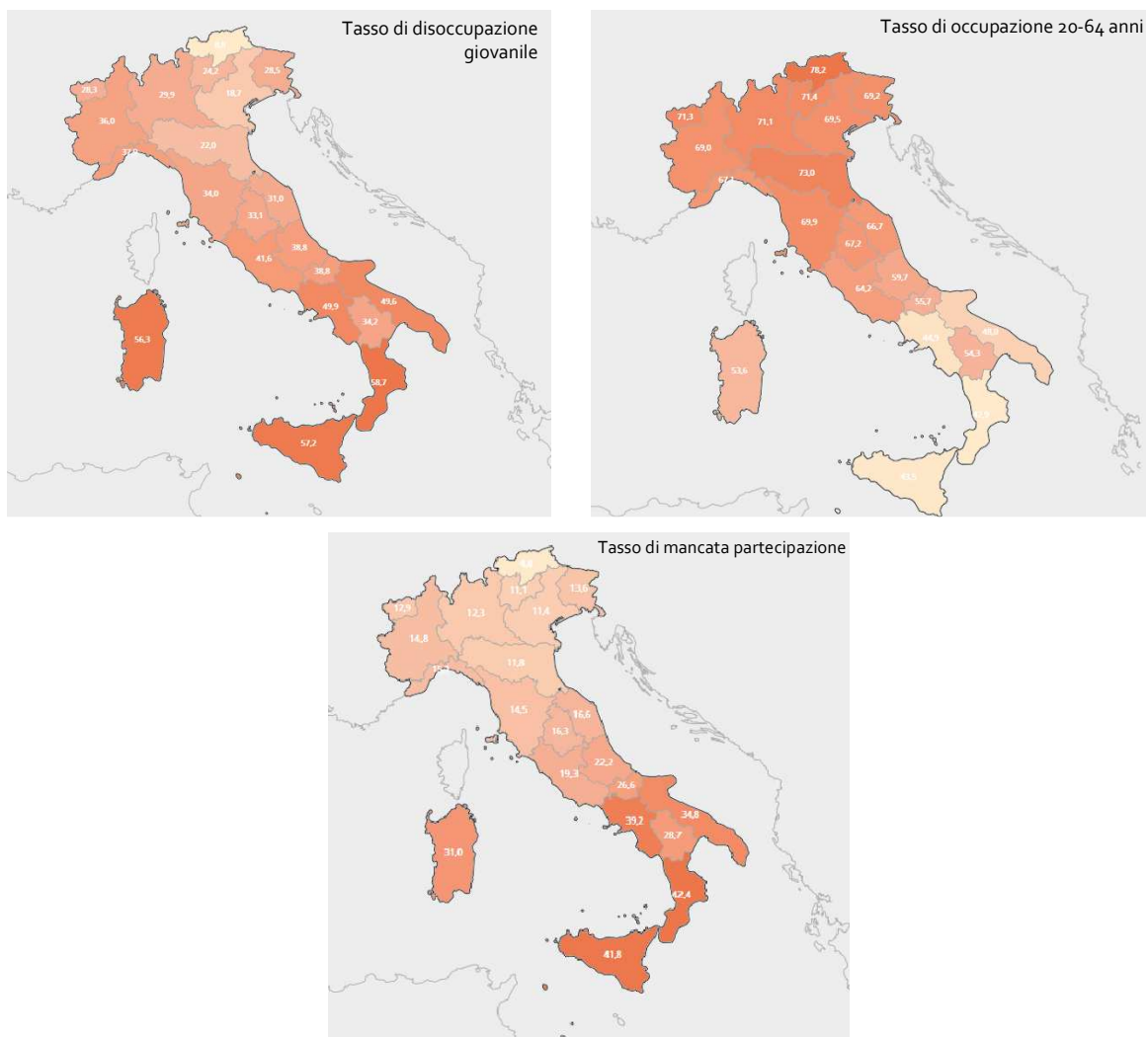
⁵ Il tasso di mancata partecipazione è riferito alla popolazione tra i 15 e 74 anni e pone al numeratore i disoccupati e gli inattivi che non cercano lavoro ma sarebbero disposti a lavorare e al denominatore quest'ultimi più le forze di lavoro. L'indicatore offre una misura più ampia della quota di persone potenzialmente impiegabili nel sistema produttivo e suggerisce la persistenza di meccanismi di scoraggiamento che deprimono l'ingresso nel mercato del lavoro di ampie fasce di popolazione.

Calabria	42,6	43,0	42,4	42,6	42,1	42,9
Mezzogiorno	38,6	37,9	37,0	45,3	46,1	47,0
Italia	22,9	22,5	21,6	59,9	60,5	61,6

Fonte: elaborazione su dati Istat

Figura 1– Indicatori sul mercato lavoro a livello regionale (2016)

Fonte: elaborazione su dati Istat



1.2 Gli scambi con l'estero

1.2.1 L'andamento del commercio estero nel 2016

Nel 2016 l'export calabrese ammonta a 414M€⁶. Rispetto all'anno precedente si registra un incremento del 10,4%; variazioni positive si registrano anche nel Mezzogiorno (+8,5%) e a livello nazionale (+1,2%). Le importazioni calabresi sono pari a 574M€, con una variazione congiunturale del -0,3%. Contrazioni consistenti si registrano nelle Isole (-18,2%); più contenute sono i decrementi nel meridione (-1,5%) e nel nord ovest (-0,6%); a livello nazionale si registra una contrazione del 1,3% (

Tabella 2).

Tabella 2 - Export, import, saldi (commerciali e normalizzati)
(2016) (valori in milioni di euro e variazione % congiunturale)

	Export		Import		Saldi commerciali	Saldi normalizzati
	Valore	Var. %	Valore	Var. %		
Calabria	414	10,4	574	-0,3	-161	-16
Nord Ovest	164.526	0,0	153.268	-0,6	11.259	4
Nord Est	135.444	1,8	87.409	0,5	48.035	22
Centro	68.519	2,1	64.226	5,2	4.293	3
Meridione	31.530	8,5	27.802	-1,5	3.728	6
Isole	11.281	-15,0	16.265	-18,2	-4.983	-18
Italia	417.077	1,2	365.579	-1,3	51.498	7

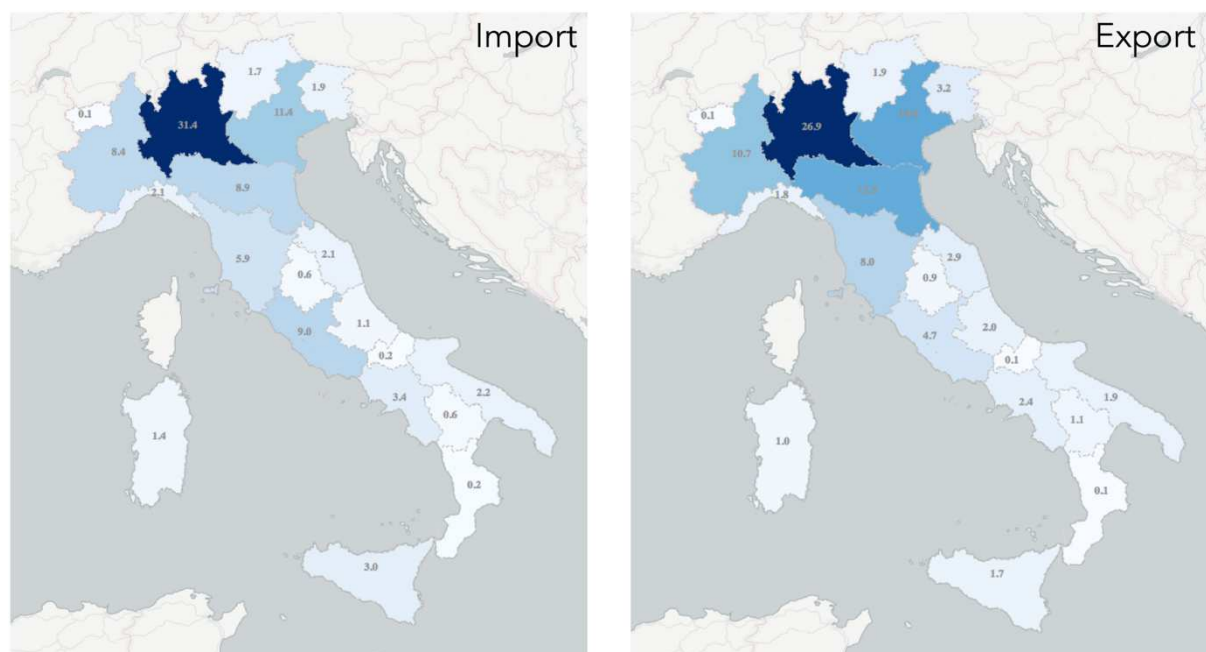
Fonte: elaborazione su dati Istat

L'export calabrese rappresenta lo 0,1% dell'export nazionale; la regione con maggiore propensione all'export si conferma anche nel 2016 la Lombardia che copre da sola oltre un quarto delle esportazioni italiane. Le altre regioni con una forte vocazione all'export sono: il Veneto (13,9%), l'Emilia Romagna (13,4%), il Piemonte (10,4%), la Toscana (7,9%) e il Lazio (4,7%).

Un quadro simile emerge dall'analisi della graduatoria delle regioni italiane relative all'import: anche in questo caso guida la classifica la Lombardia, con il 31,3% dell'import nazionale, seguita da Veneto (11,4%), Lazio (8,9%), Emilia Romagna (8,8%) e Piemonte (8,3%). L'import calabrese rappresenta lo 0,2% di quello nazionale, occupando le ultime posizioni insieme a Molise e Valle d'Aosta (Figura 2).

⁶ Istat (2016), Banca Dati Coeweb, www.coeweb.istat.it. Per maggiori approfondimenti: ICE (2016), *L'Italia nell'economia internazionale, Rapporto ICE 2015-2016*, ICE-Prometeia (2016), *L'evoluzione del commercio con l'Estero per aree e settore*; ISTAT-ICE (2016), *Commercio Estero e attività internazionali delle imprese*.

Figura 2–Import ed export delle regioni italiane: incidenza percentuale (2016)

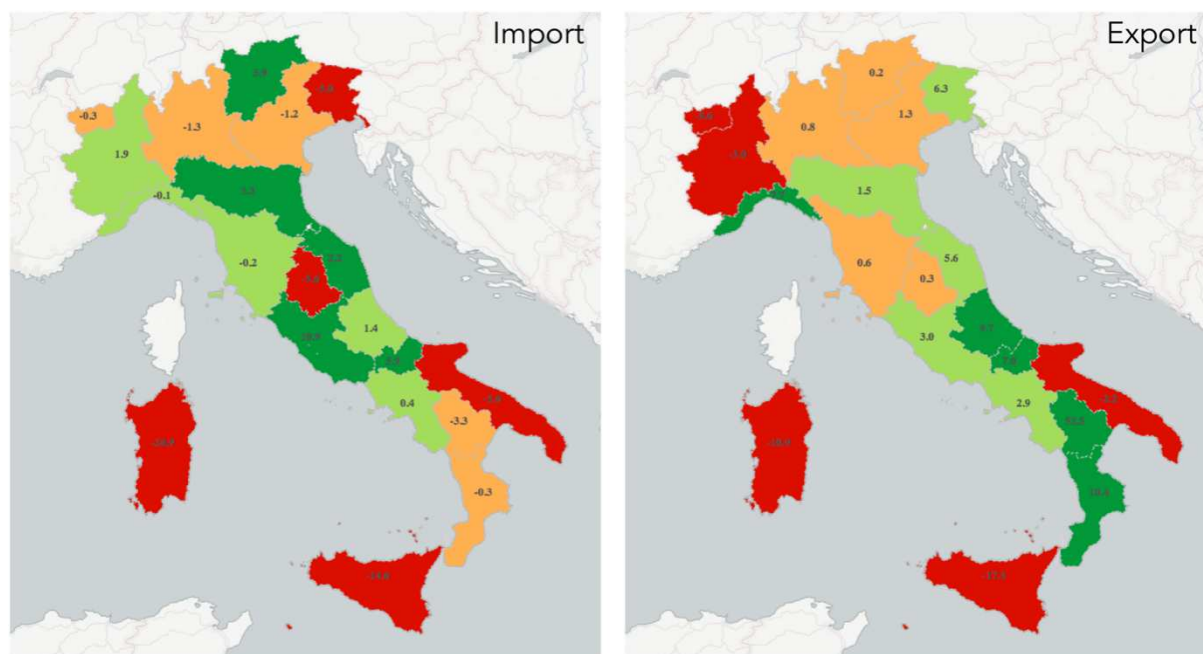


La gradazione di colore indica l'intensità dell'incidenza percentuale: maggiore è l'intensità di colore maggiore sarà il valore.

Fonte: elaborazione su dati Istat.

La Calabria si inserisce nell'alveo delle regioni che registrano dinamiche positive rispetto al 2015 insieme a: Basilicata (+53,5%), Abruzzo (9,6%), Liguria (+7,7%), Molise (7%), Friuli Venezia Giulia (6,2%), Marche (5,6%), Lazio (3%), Campania (2,8%), Emilia Romagna (1,5%), Veneto (1,2%). Le vendite all'estero sono stazionarie, invece, in Lombardia, Toscana e Umbria. In forte contrazioni le esportazioni in Sicilia (-17,2%), Sardegna (-10,8%), Valle d'Aosta (-5,6%), Piemonte (-2,9%) e Puglia (-2,2%). Nelle restanti regioni i flussi commerciali verso i mercati esteri hanno registrato un moderato calo. Per quanto riguarda le importazioni la Calabria si colloca nel cluster delle regioni che hanno registrato un leggero decremento degli acquisti di prodotti e servizi da paesi esteri, insieme a Liguria, Toscana e Valle d'Aosta (Figura 3).

Figura 3 – Import ed export delle regioni italiane: variazione % 2015-2016



La gradazione del colore indica l'intensità della variazione percentuale: maggiore è l'intensità di colore maggiore sarà il valore.

Fonte: elaborazione su dati Istat. La gradazione del colore indica l'intensità della variazione.

Le province calabresi che nel 2016 presentano una maggiore propensione all'esportazione sono Reggio Calabria, Catanzaro e Cosenza. Nella provincia reggina l'export ammonta a 176 M€, pari al 42,7% del l'export regionale; seguono le province di Cosenza, con 87 M€ (pari al 21,2%) e Catanzaro, con 85 M€ (20,5%). Della quota restante, l'8,8% proviene da Vibo Valentia e il 6,6% da Crotona. Rispetto all'anno precedente le province che registrano variazioni positive sono Catanzaro (+28,7%), Reggio Calabria (+19,1%) e Cosenza (+6,3) (

Tabella 3)

Tabella 3 – Export, import, saldi commerciali e normalizzati (Calabria e province calabresi) (2016), (valori in milioni di euro e variazione %)

	Export		Import		Saldi commerciali	Saldi normalizzati
	Valore	Var. %	Valore	Var. %		
Cosenza	87,8	6,3	171,6	7,7	-83,8	-32,3
Catanzaro	85,1	28,7	99,4	-0,9	-14,4	-7,8
Reggio di Calabria	176,7	19,1	196,0	-8,1	-19,3	-5,2
Crotona	27,3	-5,9	39,1	-14,2	-11,8	-17,8
Vibo Valentia	36,8	-24,3	68,0	18,5	-31,2	-29,8
Calabria	413,6	10,4	574,1	-0,3	-160,5	-16,3

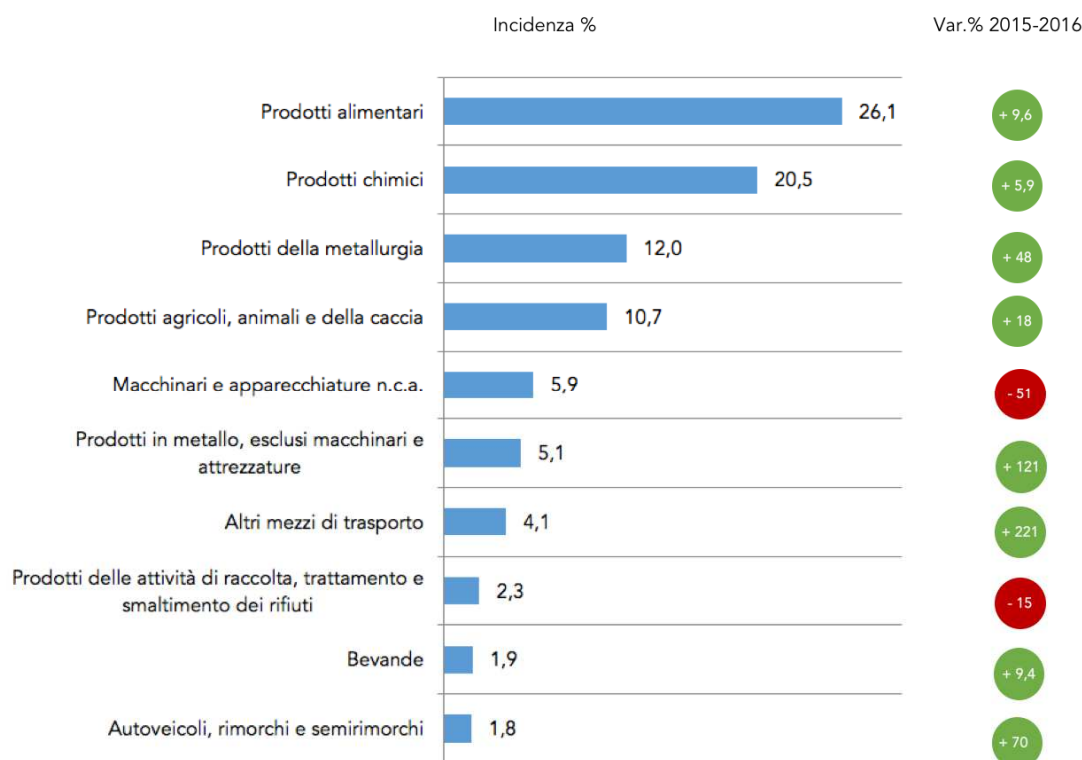
Fonte: elaborazione su dati Istat

La provincia reggina è l'ambito territoriale a cui sono diretti maggiormente i beni e servizi importati da paesi esteri: nel 2016 il valore dell'import si attesta sui 196 M€ (pari al 34% delle importazioni regionali); seguono Cosenza, con 171 M€ (29,8%), e Catanzaro, con 99 M€ (17,3%). Le province che registrano un decremento rispetto all'anno precedente sono Crotona (-14,2%), Reggio Calabria (-8,1%) e Catanzaro (-0,9%).

1.2.2 I principali settori del commercio estero calabrese

L'export calabrese è trainato dal comparto dei prodotti alimentari (26,1%) e da quello dei prodotti chimici (20,15%). Rilevanti sono anche le vendite all'estero di prodotti della metallurgia (12%) e dei prodotti agricoli, animali e della caccia (10,7%); seguono il comparto dei macchinari e apparecchiature (5,9%), dei prodotti in metallo (5,1%), degli altri mezzi di trasporto (4,1%), dei prodotti delle attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti (2,3%), delle bevande (1,9%) e degli autoveicoli, rimorchi e semirimorchi (1,8%). Nel 2016 questi settori hanno registrato un incremento delle esportazioni, ad eccezione dei prodotti delle attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti (-15%) e dei macchinari e apparecchiature (-51%) (Figura 4).

Figura 4 – Esportazioni Calabria: i primi 10 settori
(incidenza % 2016 e var. % 2015-2016)

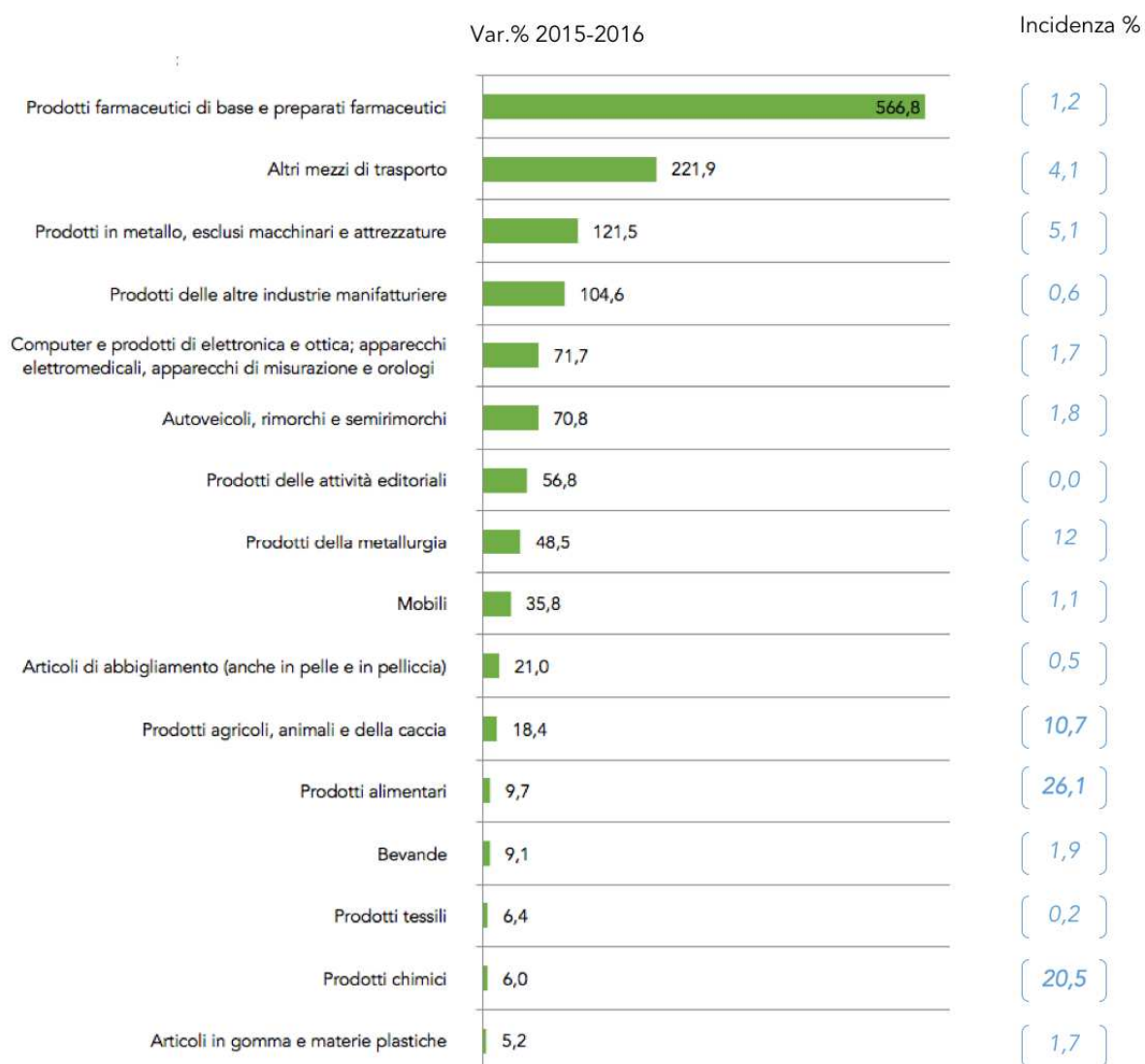


Fonte: elaborazione su dati Istat

Rispetto al 2015 incrementi degni di nota si segnalano anche nell'export di prodotti farmaceutici di base, altri mezzi di trasporto, prodotti delle altre industrie manifatturiere,

computer e prodotti di elettronica e ottica, prodotti delle attività editoriali, mobili, articoli di abbigliamento, prodotti tessili e prodotti chimici. Al contrario, marcate contrazioni si evidenziano per l'export di prodotti delle altre attività professionali, prodotti delle attività creative, artistiche e d'intrattenimento, prodotti della pesca e dell'acquacoltura, di altri minerali da cave e miniere e apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico e non elettriche e prodotti della silvicoltura. Si tratta di settori che giocano un ruolo marginale nei flussi commerciali della Calabria con l'estero (Figura 5).

Figura 5 – Esportazioni Calabria: variazione % 2015-2016 per settore e incidenza %

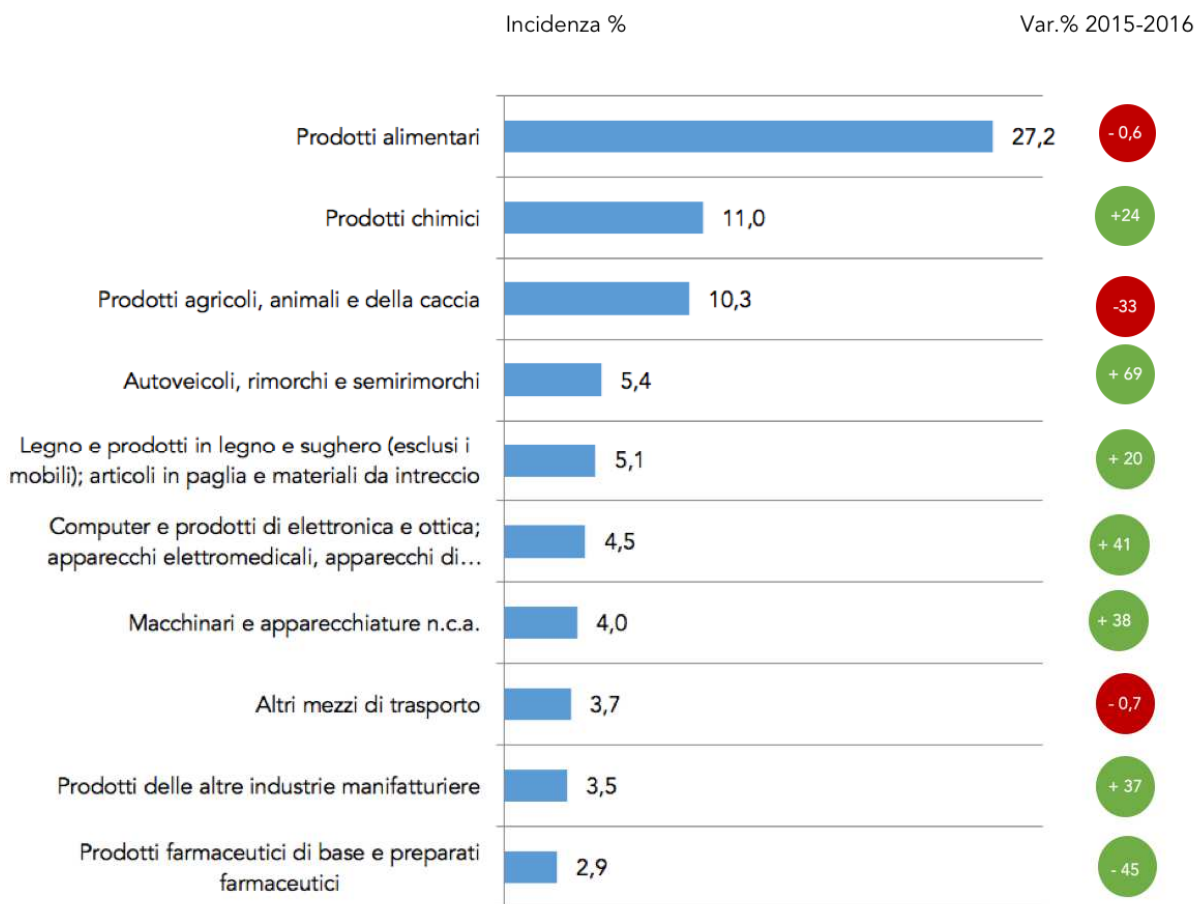


Fonte: elaborazione su dati Istat

Sul versante delle importazioni, più di un quinto dei prodotti importati afferisce al comparto alimentare, l'11% riguarda i prodotti chimici e il 10,3% i prodotti agricoli, animali e della caccia, il 5,4% gli autoveicoli, rimorchi e semirimorchi, il 5,1% i prodotti in legno e sughero, il 4% computer e prodotti di elettronica. Rispetto al 2015 tali settori hanno registrato un

incremento, ad eccezione dei prodotti alimentari (-0,6%), dei prodotti agricoli, animali e della caccia (-33%) e altri mezzi di trasporto (-0,7%) (Figura 6).

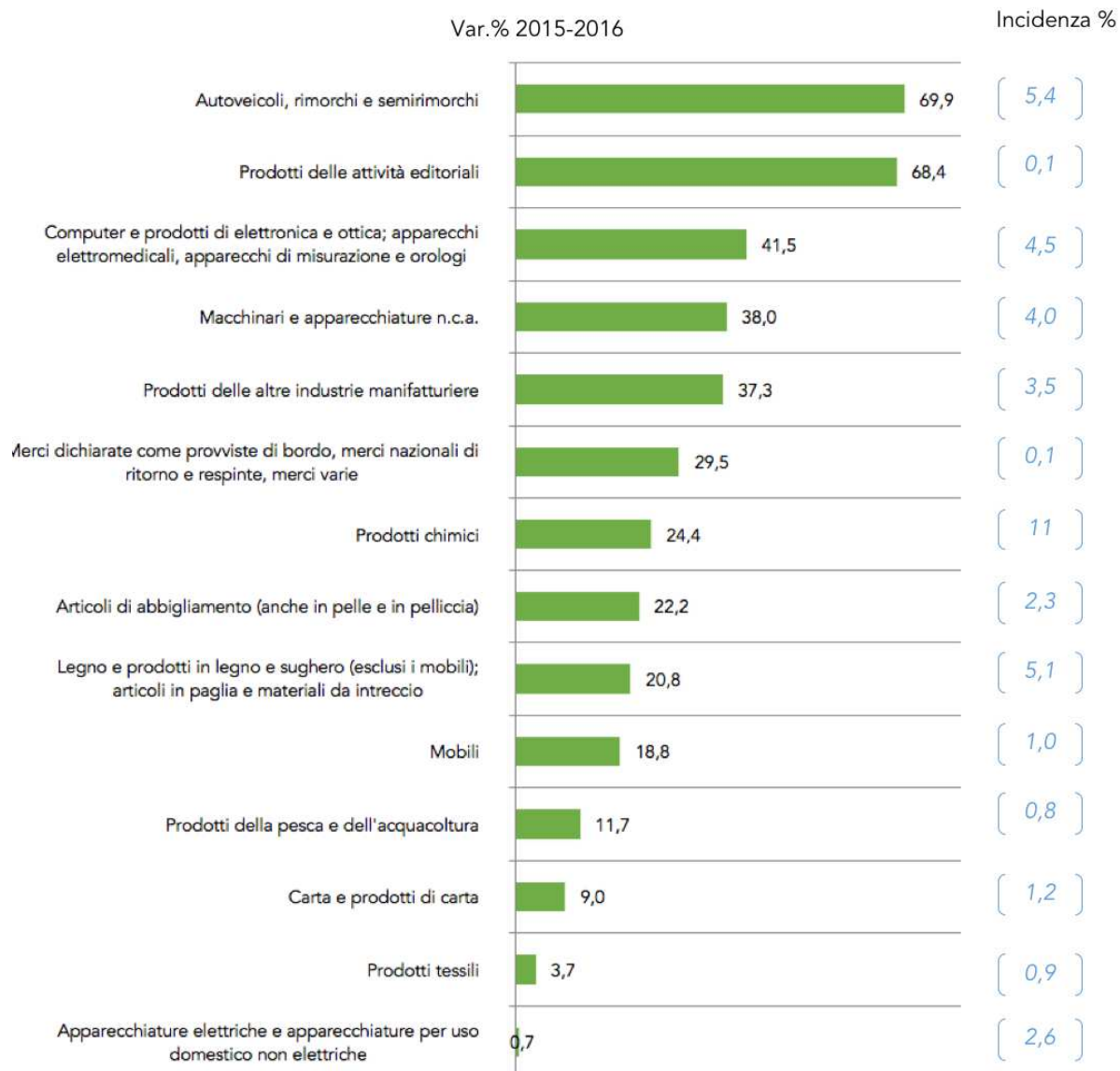
Figura 6- Importazioni Calabria: i primi 10 settori
(incidenza % 2016 e var.% 2015-2016)



Fonte: elaborazione su dati Istat

Incrementi significativi connotano anche il settore dei prodotti delle attività editoriali, degli articoli di abbigliamento, dei prodotti in legno, dei mobili e dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura. Contrazioni consistenti caratterizzano il comparto del carbone, dei prodotti delle altre attività professionali, scientifiche e tecniche, del settore del coke e dei prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio e dei prodotti della stampa e della riproduzione di supporti registrati. Anche in questo caso si tratta di settori incidono in misura non rilevate sul valore dell'import regionale (Figura 7).

Figura 7 – Importazioni Calabria: variazione % 2015-2016 per settore e incidenza %



Fonte: elaborazione su dati Istat

1.2.3 I mercati di sbocco e di approvvigionamento

I principali paesi di sbocco dell'export regionale si confermano nel 2016 la Svizzera (14,6% dell'export regionale), gli Stati Uniti (21%) e la Germania (16,2%).

A livello di area geografica, l'Europa registra la quota più alta con 253 M€, di cui gli Stati membri ne assorbono poco più dei due terzi. Più contenute sono le esportazioni verso l'Asia (14,7%), l'America settentrionale (12,7%), l'Africa (7,1%), l'America centro meridionale (3%) e l'Oceania (1,2%). Fra i partner asiatici emergono il Giappone (2,3%) Taiwan (3,9%), l'Arabia Saudita (2,1%) e la Turchia (1,5%) e fra quelli africani l'Algeria (3,5%). Nel continente americano oltre agli Stati Uniti, si segnalano il Canada (2,1%) e l'arcipelago di Panama (1,1%) (Tabella 4).

I mercati che registrano variazioni positive consistenti sono: Taiwan, con le esportazioni di altri mezzi di trasporto; Panama con l'export di computer e prodotti di elettronica e ottica, apparecchi elettromedicali e apparecchi di misurazione e orologi; l'Arabia Saudita con prodotti metallo (esclusi macchinari e attrezzature), la Svizzera con prodotti della metallurgia e prodotti farmaceutici. In calo l'export verso l'Algeria (-2,2%), l'Austria (-22,4%), l'Australia (-28,8%), la Turchia (-33,5%).

Con riferimento alle importazioni i principali mercati di approvvigionamento delle imprese calabresi si confermano nel terzo trimestre la Spagna (il 14,8%), la Germania (14,5%), la Francia (9,2%), i Paesi Bassi (8,8%) e la Cina (7,9%).

L'analisi della dinamica recente dell'import calabrese per mercato di approvvigionamento mostra un apprezzabile incremento degli interscambi commerciali fra le imprese calabresi e le imprese dell'Ungheria, della Polonia, della Svezia e dell'Argentina.

Tabella 4 – Esportazioni ed Importazioni Calabria: I primi 20 mercati di sbocco e di approvvigionamento (2016), (valori in milioni di euro, incidenza % e variazione %)

Esportazioni				Importazioni			
Paese partner	Valore	%	Var %	Paese partner	Valore	%	Var %
Svizzera	60	14,6	65,1	Spagna	85	14,8	-10,5
Stati Uniti	44	10,6	21,0	Germania	83	14,5	5,8

Esportazioni				Importazioni			
Paese partner	Valore	%	Var %	Paese partner	Valore	%	Var %
Germania	38	9,3	16,2	Francia	53	9,2	-2,2
Francia	30	7,4	24,8	Paesi Bassi	50	8,8	24,2
Regno Unito	20	4,8	2,9	Cina	45	7,9	12,1
Spagna	15	3,6	12,8	Stati Uniti	27	4,6	-26,4
Algeria	15	3,5	-2,2	Austria	18	3,2	38,2
Austria	13	3,1	-22,4	Belgio	16	2,7	11,6
Giappone	10	2,3	19,9	Grecia	14	2,4	34,2
Paesi Bassi	9	2,3	31,3	Polonia	10	1,8	121,8
Taiwan	9	2,3	2.583,8	Irlanda	9	1,6	-55,5
Arabia Saudita	9	2,1	260,4	Vietnam	9	1,5	-41,8
Canada	9	2,1	21,1	Ungheria	8	1,4	123,2
Polonia	8	2,0	30,1	Svezia	8	1,3	113,4
Grecia	8	1,8	29,7	Turchia	8	1,3	4,9
Cina	7	1,8	1,5	Brasile	7	1,2	20,2
Turchia	6	1,5	-33,5	India	7	1,2	9,4
Australia	5	1,1	-28,8	Regno Unito	7	1,2	-34,4
Panama	5	1,1	497,9	Corea del Sud	6	1,1	7,6
Belgio	4	1,1	5,3	Argentina	6	1,1	87,9
Mondo	414	100	10,4	Mondo	574	100	-0,3
EUROPA	254	61,3	16,4	EUROPA	415	72,3	3,2
PAESI EUROPEI UE	176	42,5	9,8	PAESI EUROPEI UE	395	68,8	3,0
PAESI EUROPEI NON UE	78	18,8	34,7	PAESI EUROPEI NON UE	20	3,5	5,4
AMERICA SETTENTRIONALE	52	12,7	21,1	AMERICA SETTENTRIONALE	28	4,9	-24,9
AMERICA CENTRO-MERIDIONALE	12	3,0	-28,2	AMERICA CENTRO-MERIDIONALE	22	3,8	19,7
ASIA	61	14,7	17,1	ASIA	83	14,5	-1,4
AFRICA	29	7,1	-21,4	AFRICA	20	3,6	10,6
OCEANIA	5	1,2	-29,9	OCEANIA	5	0,8	-66,6

*Primi 20 mercati di sbocco/approvigionamento della regione nel 2016 per valore delle esportazioni/importazioni; la somma per area geografica potrebbe non coincidere con il valore complessivo dell'export/import in quanto una quota è destinata ad "aree diverse e non specificate"

+++ = Variazioni superiori a 999,9 per cento

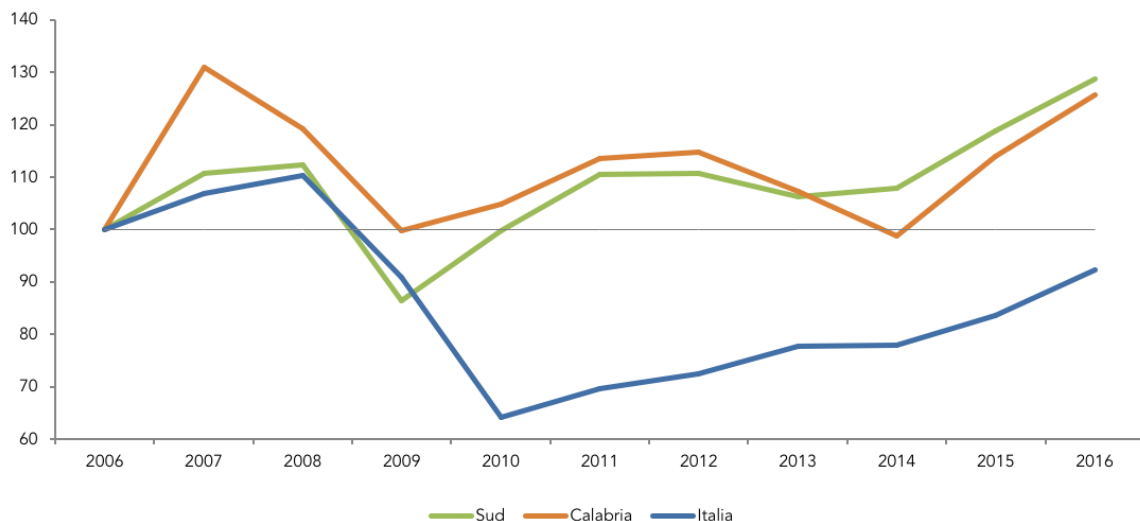
Fonte: elaborazione su dati Istat

1.2.4 La dinamica di medio e lungo periodo

L'analisi delle esportazioni nel periodo 2006-2016, considerando il 2006 come anno indice (2006=100), evidenzia un trend altalenante: nel 2007 si rileva un picco, con un valore delle esportazioni pari a 430 milioni di euro. Fasi altalenanti, derivanti anche dagli andamenti

recessivi nazionali ed internazionali, caratterizzano gli anni successivi. A partire dal 2014 segnali di controtendenza emergono sia per l'economia regionale che per l'economia meridionale e nazionale (Figura 8).

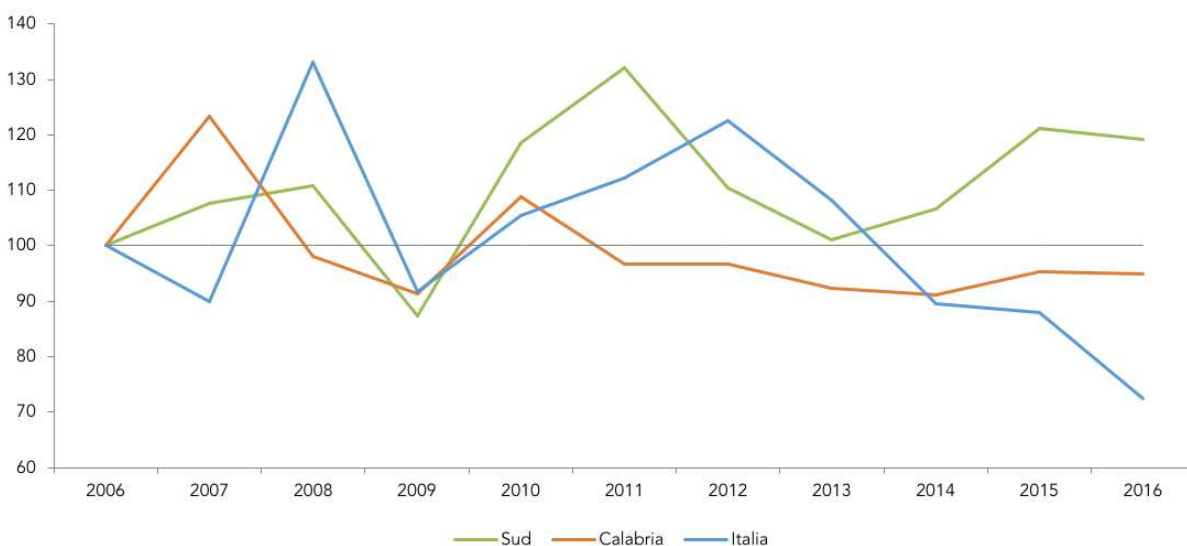
Figura 8 – Esportazioni Calabria, Sud e Italia
(2006-2016) (2006=100)



Fonte: elaborazione su dati Istat

L'analisi dell'evoluzione delle importazioni calabresi nel periodo 2006-2016, considerando il valore dell'import del 2006 pari a 100, evidenzia un andamento a gradini: l'acquisto di merci e servizi da altri Paesi cresce tra il 2006 ed il 2007, anno in cui il valore dell'import raggiunge un picco; nel biennio successivo le importazioni decrescono per raggiungere un picco nel 2010; negli anni successivi il valore dell'import si mantiene pressoché costante fino al 2016 (Figura 9).

Figura 9 – Importazioni Calabria, Sud e Italia
(2006-2016) (2006=100)



Fonte: elaborazione su dati Istat

La bilancia commerciale della Calabria nel periodo 2006-2016 è sempre "in rosso": il saldo commerciale – ovvero la differenza tra le esportazioni e le importazioni – ammonta nel 2016 a -161 M€ e nel 2006 a -232 M€. Un disavanzo commerciale consistente si è registrato nel 2007 e nel 2010 (-314 M€ rispettivamente). Nel Mezzogiorno il saldo commerciale è positivo, ad eccezione del 2010 e del 2011. A livello nazionale il saldo commerciale è positivo a partire dal 2012 e nel 2016 si attesta sui 51.498 M€.

1.3 Gli andamenti dei flussi turistici internazionali

Il 2016 è stato un altro anno favorevole per il turismo internazionale: secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) gli arrivi internazionali sono stati 1,235 miliardi con un incremento pari al 4,1%, ovvero 49 milioni in più rispetto al 2015.

L'Europa - che si conferma l'area più visitata del mondo - ha raggiunto quota 615 milioni di arrivi, con 7,5 milioni di turisti in più rispetto al 2015; la presenza turistica è apprezzabile anche nell'Europa Meridionale/Mediterranea con 54 milioni di arrivi.

La Calabria ha un bacino di attrazione prevalentemente nazionale: l'80% delle presenze e l'83% degli arrivi proviene, infatti, dalle regioni italiane. Rispetto al 2015 si rilevano dinamiche positive: +4,8% in termini di presenze e + 6,2% in termini di arrivi nel consuntivo 2016.

Nel 2016 i turisti stranieri che per motivi di lavoro o personali hanno soggiornato in Calabria sono 225 mila⁷, di cui una quota consistente proviene dai paesi dell'Unione Europea, ed in modo particolare dalla Germania e Francia. Le località di interesse turistico, rappresentano la meta preferita dai turisti che prediligono in modo particolare le località marine. Più contenuto è il turismo montano che termale. Rispetto al 2014 si è registrato in Calabria un incremento del 20%, superiore a quello medio nazionale pari al 10%.

Complessivamente nel 2016 il numero di notti trascorse in Calabria dai turisti stranieri è di 2,5 milioni, con un decremento del 12% rispetto al dato del 2014, a testimonianza di una riduzione delle giornate medie di vacanza. Il 38,6% (pari a 939 mila presenze) è relativo alla provincia di Cosenza, il 27% (pari a 671 mila presenze) alla provincia reggina, il 15% (pari a 379 mila) alla provincia catanzarese, l'11% alla provincia di Crotone e infine l'8% riguarda la provincia di Vibo Valentia.

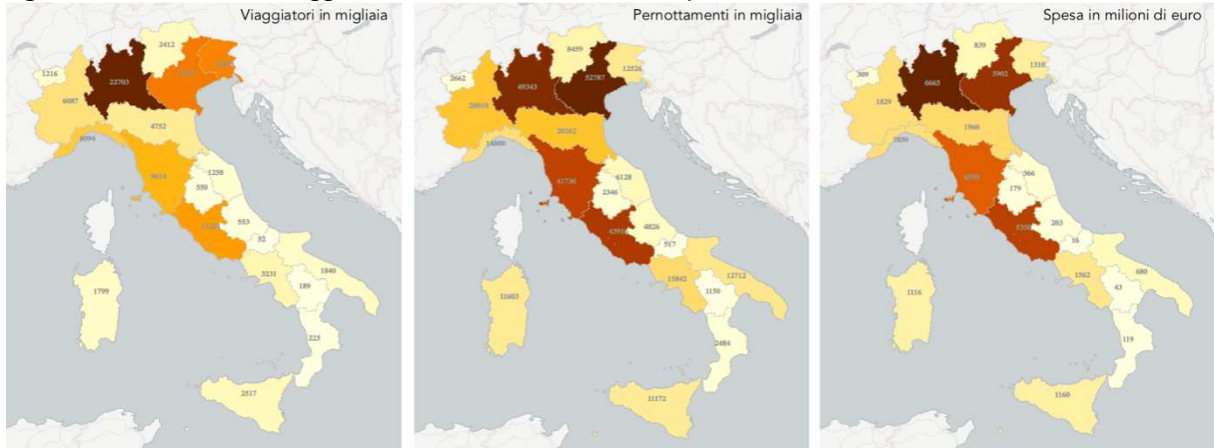
La spesa turistica media, intesa come la spesa totale in beni e servizi sostenuta dal viaggiatore straniero, ammonta a 119 milioni di euro, appena lo 0,3% della spesa media nazionale. I turisti stranieri che hanno soggiornato nelle località della provincia cosentina hanno speso mediamente 42 milioni di euro e quelli della provincia reggina 26 milioni di

⁷Dal 1996 la Banca d'Italia realizza un'indagine campionaria sul turismo internazionale basata su interviste e conteggi di viaggiatori residenti e non residenti in transito alle frontiere italiane (valichi stradali e ferroviari, porti e aeroporti internazionali).

euro. Più contenuta la spesa media nelle altre province calabresi che si attesta sui 21 milioni di euro nella provincia catanzarese, sui 19 milioni di euro nel vibonese e sui 12 milioni di euro nel crotonese.

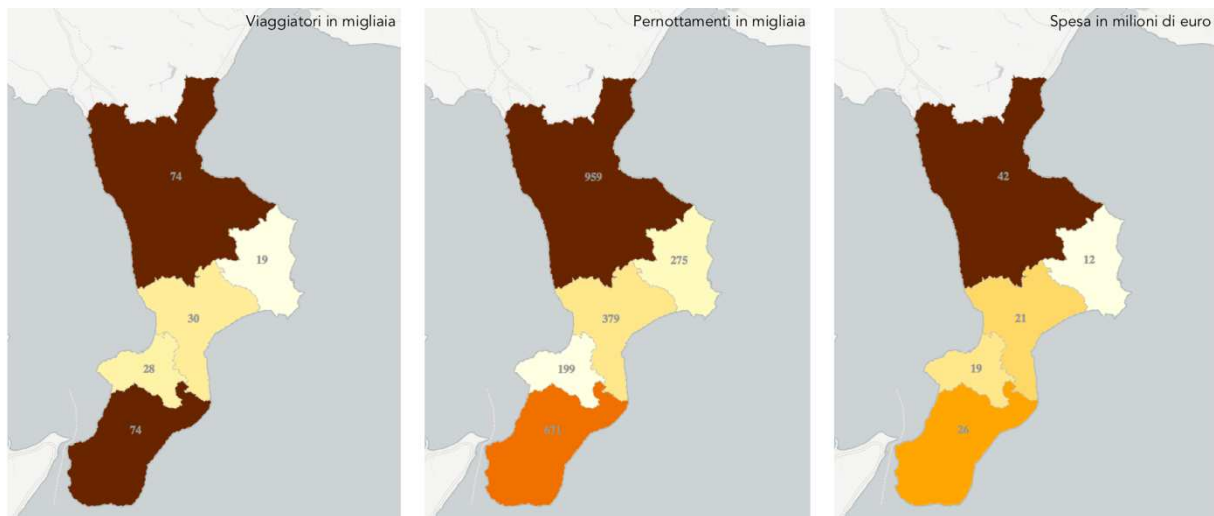
La spesa media per viaggiatore è pari a 519 euro, nettamente superiore a quella registrata in Italia pari a 344 euro.

Figura 10 - Movimento dei viaggiatori stranieri in Italia e livello di spesa effettuata nel 2016



Fonte: elaborazione su dati Banca d'Italia, 2017. Le regioni con tonalità di colore più scuro sono quelle con i valori più alti.

Figura 11 - Movimento dei viaggiatori stranieri in Calabria e livello delle spese effettuate nel 2016



Fonte: elaborazione su dati Banca d'Italia, 2017. Le province con tonalità di colore più scuro sono quelle con i valori più alti.

2. STRATEGIA E LE LINEE DI INTERVENTO

2.1 Gli indirizzi strategici

La sfida che si intende lanciare è quella di inserire a pieno titolo la Calabria nel contesto internazionale, valorizzando le vocazioni e i punti di forza: le produzioni tipiche e l'artigianato di qualità, il mare e il sistema delle aree protette, il fenomeno importante delle start-up e delle piccole imprese innovative, il capitale umano di eccellenza, il sistema della ricerca pubblica e l'industria culturale.

Tutti questi elementi vanno supportati mettendo in piedi strumenti e azioni innovative, riconducendo ad unitarietà gli eventi promozionali e fieristici, per evitare sovrapposizioni e per aumentarne l'efficacia, e rafforzando le strutture regionali che si occupano di internazionalizzazione. Nel contempo, bisogna abbandonare modelli che si sono dimostrati costosi, inefficaci e che non sono riusciti a definire un **approccio unico e coordinato**, proiettato **su base pluriennale**, coerente con le iniziative nazionali.

Le debolezze strutturali condizionano enormemente il livello di apertura e la capacità di competere sui mercati esteri della nostra regione. Ma la Calabria è in grado di generare innovazione, di produrre prodotti di qualità, di prendersi cura in maniera innovativa delle persone, delle bellezze naturali e storiche. Vivere e investire in Calabria significa beneficiare di un diffuso patrimonio storico e culturale che alimenta la creatività, migliora la qualità della vita e può aumentare il valore aggiunto delle imprese. Per questa ragione è necessaria una svolta cercando di giocare un ruolo da protagonista a livello europeo e globale.

Bisogna lasciarsi alle spalle i pregiudizi e le semplificazioni giornalistiche che subisce la nostra regione, senza negare le difficoltà e i problemi che interessano questo territorio. Bisogna offrire a livello politico-burocratico certezze, regole e tempi. Bisogna valorizzare meglio l'unicità del territorio, i suoi *asset* distintivi e la ricchezza delle relazioni umane. Bisogna puntare sul talento e sui giovani calabresi, ma al contempo è necessario attrarre, sfruttando le reti di relazioni nel mondo, talenti dall'esterno aprendo così la regione, anche culturalmente, all'apporto di competenze, professionalità e idee. Bisogna convincere il Paese e la comunità internazionale che la Calabria si è incamminata su un percorso nuovo.

E' necessario che questa regione sia individuata e percepita come una destinazione competitiva, attraverso la definizione di una strategia di intervento e di scelte operative sia di adeguamento dei servizi, che della *governance* e della comunicazione.

I pilastri su cui è costruito il nostro ambizioso modello di intervento è **apertura e attrattività**. Da un lato, vogliamo aiutare le nostre imprese e i nostri prodotti a raggiungere i mercati globali e, dall'altro, vogliamo rendere più attrattivo il nostro territorio per investimenti stranieri.

Il nostro sistema produttivo che, accanto a una solida tradizione agricola e artigiana, vede la presenza di aziende impegnate nei settori di frontiera dell'hi-tech, deve essere sostenuto con continuità per superare l'ostacolo geografico ed entrare in contatto con player internazionali.☒

La vocazione culturale e turistica della regione è sotto gli occhi di chiunque si confronti con la nostra storia. Ma questa storia diventa e diventerà sempre più invisibile se non sarà più fruibile per tutti, se non sarà un fattore di sviluppo e di occupazione. I consumi turistici sono in forte crescita a livello globale, ma la Calabria non è in cima ai desideri di viaggio. Bisogna ripensare la strategia per la promozione turistica, puntando a nuovi mercati come quelli asiatici, lanciando nel contempo un programma per la riqualficazione dell'offerta ricettiva e per la crescita dimensionale delle aziende del settore. Bisogna incentivare le attività turistiche a basso impatto ambientale, capaci di generare forti flussi economici con limitati investimenti pubblici, e puntare sulla crescita delle abilità e delle competenze.

Nella competizione globale sempre di più vincono i territori con una identità storica e culturale forte. Il patrimonio artistico e culturale rappresenta un naturale vantaggio competitivo della nostra regione. Occorre sviluppare un modello diffuso e sostenibile di sviluppo del mercato culturale e di occupazione qualificata, basato non più solo sui finanziamenti pubblici e sui grandi eventi, ma anche sulla progettazione e la riorganizzazione della crescita dei territori. L'industria culturale ha enormi potenzialità per farsi volano di attrazione di investimenti esteri e di crescita economica e occupazionale, ma sono ancora troppo pochi i progetti che riescono a coinvolgere capitali privati.

Bisogna rinforzare i rapporti con la comunità calabrese all'estero per veicolare iniziative idonee a favorire un rinnovato interesse, specie da parte delle nuove generazioni, alla scoperta del patrimonio turistico, culturale, artistico e naturale della terra d'origine. Attraverso queste comunità bisogna, inoltre, promuovere l'offerta turistica e la commercializzazione dei prodotti tipici calabresi.

I centri di ricerca sono gli *hub* dove si sperimenta il lavoro di domani. Oggi, nel panorama internazionale, sono soprattutto i territori che offrono un circuito virtuoso e consolidato tra università, ricerca e impresa ad attirare la maggiore attenzione per investimenti di lungo termine, con grande impatto sull'indotto. La presenza di un ricco tessuto di ricerca pubblico è un fattore decisivo nelle scelte di localizzazione degli investimenti. Per questo è importante connettere sempre di più il sistema della ricerca di base calabrese con quello produttivo, qualificando l'offerta di incubatori e poli tecnologici, e valorizzando le numerose aziende spin-off della ricerca universitaria e puntando sulla creatività e l'imprenditorialità diffusa.

L'Amministrazione ha avviato sin dall'inizio della legislatura, anche in sintonia con la costruzione di alcune fondamentali azioni strategiche come il Programma Operativo FESR e FSE 2014/2020 e il Programma di Sviluppo Rurale, importanti interventi in questo ambito e

intende effettuare un ulteriore e importante salto in avanti indicando direzione, tempi e risorse.

Si intende agire in collaborazione con gli attori dello sviluppo, in un confronto aperto con le associazioni, le parti sociali, le organizzazioni rappresentative del mondo del lavoro, dell'impresa e dell'università.

Dovranno essere scelti i Paesi obiettivo e le azioni strategiche, a partire dal mercato comunitario che rappresenta il principale mercato di sbocco delle imprese calabresi, a quello nord-americano e dell'America latina, dove la presenza nelle istituzioni locali di molti illustri calabresi può essere veicolo per facilitare la promozione, gli scambi e lo sviluppo di partenariati economici e commerciali.

Si tratta dell'articolazione di una politica, che è più della sommatoria di una serie di interventi specifici, che va oltre i meri incentivi, ma che intende modificare comportamenti e mettere a sistema, dettando orizzonti e scadenze precise, azioni capaci di consentire il rilancio dell'economia regionale e l'attrazione di nuove attività e investimenti.

2.2 Le azioni prioritarie

Da un punto di vista operativo sono cinque gli ambiti di intervento su cui articolare i prossimi programmi di intervento:

- I. interventi diretti a sostenere i processi di internazionalizzazione promossi dalle imprese;
- II. iniziative coordinate dalla Regione per rafforzare la capacità del sistema Calabria di operare nei contesti internazionali;
- III. consolidamento della collaborazione con i soggetti istituzionali del sistema Italia, in un'ottica di integrazione delle politiche e di ottimizzazione delle risorse;
- IV. rafforzamento di rapporti istituzionali ed economici con alcuni Paesi target (es. Canada, Mediterraneo, Svizzera, Germania, Usa, America Latina), per veicolare la creazione di relazioni istituzionali, industriali, commerciali e partnership di ricerca;
- V. revisione della *governance* della strategia di internazionalizzazione e promozione regionale.

I programmi di intervento che saranno attuati in forza dei presenti indirizzi strategici dovranno privilegiare lo sviluppo di un *approccio di sistema*, incentrato su iniziative selezionate e a reale valore aggiunto.

Le azioni devono essere prioritariamente finalizzata a superare le barriere informative che scaturiscono sia dagli assetti normativi e istituzionali tipici di ogni Paese che dalle differenti culture: al di là della forma di internazionalizzazione perseguita (dalla semplice esportazione dei prodotti finiti/intermedi ad accordi di alleanza strategica, allo sviluppo di

rete produttive e commerciali), le imprese *export oriented* devono investire risorse economiche e umane per intessere reti relazionali con partner ed istituzioni straniere. Difficoltà linguistiche, insufficienti capacità organizzative, scarsa conoscenza dei mercati esteri, eccessiva prudenza nella definizione delle linee strategiche, una bassa propensione al rischio sono esempi di barriere informative interne alle imprese regionali che rendono complessa e onerosa l'internazionalizzazione.

Per rispondere a queste esigenze è stato promosso nel 2016 un primo intervento basato sulla concessione di voucher finalizzati ad incrementare e qualificare la quota di esportazione dei prodotti e dei servizi delle imprese regionali sui mercati esteri, favorendo l'apertura del sistema produttivo calabrese, attraverso la partecipazione a fiere, la creazione di sale espositive all'estero, la realizzazione di azioni promozionali, incontri bilaterali e campagne di comunicazione sul mercato target.

Le analisi svolte suggeriscono di rafforzare, ampliare e integrare questa tipologia di interventi attraverso azioni specifiche volte a:

- *Potenziare la governance di sistema*: riconducendo ad unitarietà gli eventi promozionali e fieristici, per evitare sovrapposizioni e per aumentarne l'efficacia, e rafforzando le strutture regionali che si occupano di internazionalizzazione. Nel contempo, bisogna abbandonare modelli che si sono dimostrati costosi, inefficaci e che non sono riusciti a definire un approccio unico e coordinato, proiettato su base pluriennale, coerente con le iniziative nazionali.
- *Rafforzare le relazioni commerciali*: l'export regionale è prevalentemente indirizzato verso i Paesi europei, anche se si sono intensificati gli scambi commerciali anche in altre aree. Gli interventi in questo ambito devono essere orientati a sostenere ed incrementare le relazioni commerciali con quei "mercati emergenti" che presentano le migliori prospettive di crescita nei prossimi anni, individuando modalità di presidio e strumenti specifici (es. sottoscrizione di accordi di cooperazione istituzionale, avvio di relazioni industriali e partnership di ricerca).
- *Sostenere l'export per filiere produttive*: l'attuale scenario si caratterizza per processi di esportazione che seguono logiche di filiera produttiva e non di singolo prodotto. A tal fine è prioritario sostenere, accanto all'agroalimentare, una maggiore apertura delle altre filiere produttive: moda (oreficeria), sistema arredo-casa (design, mobili-arredo, lapideo), sistema della ricerca e alta tecnologia (ICT, nano-biotecnologie, materiali) nel rispetto degli indirizzi della Strategia della Strategia di Specializzazione Intelligente – S3.
- *Definire iniziative e azioni correlate alle tipologie di imprese coinvolte*: i fabbisogni delle imprese che già operano nei mercati esteri sono differenti dai fabbisogni delle imprese orientate prevalentemente al soddisfacimento della domanda interna. Tuttavia per

stimolare la crescita dell'export è necessario promuovere iniziative rivolte ad entrambe le tipologie di azienda. Nel primo caso, vi rientrano le iniziative promozionali come, ad esempio, la partecipazione a manifestazioni fieristiche, missioni di *incoming* di operatori esteri, azioni di comunicazione sulle reti di intermediazioni estere, avvio di partenariati internazionali, ecc... Nel secondo caso, si inseriscono, ad esempio, le azioni di tutoraggio e formazione finalizzate a qualificare il capitale umano per favorire il processo di proiezione dell'impresa calabrese sui mercati esteri.

- *Sviluppare un portafoglio di offerta territoriale*: è necessario attivare interventi finalizzati alla valorizzazione delle vocazioni produttive e delle aree di specializzazione regionali/provinciali e costruire un portafoglio di offerta territoriale adatto ad essere promosso presso gli investitori internazionali del comparto turistico e culturale.
- *Costruire un organico sistema di partecipazione a fiere ed eventi internazionali* per la promozione del brand Calabria. L'individuazione delle fiere e degli eventi dovrà essere realizzata a partire dalle istanze del mondo produttivo, sulla base di analisi del potenziale turistico e commerciale e delle potenziali ricadute.
- *Svolgere attività promozionale congiunta per favorire gli investimenti diretti esteri*: in coordinamento con il Ministero dello Sviluppo Economico e l'ICE-Agenzia, la Regione dovrà provvedere a delineare una strategia promozionale concordata per l'attrazione degli investimenti esteri, tenendo conto dell'attuale posizionamento competitivo. In tale ambito, verranno realizzate attività di *lead generation*, *targeting* e *scouting* per la ricerca di potenziali investitori industriali e istituzionali interessati a diverse tipologie di attività d'impresa (manifatturiera, R&S, marketing e vendite, servizi di supporto, ecc.);
- *Definire un programma di internazionalizzazione delle start-up hi-tech e del sistema regionale dell'innovazione*: le Università calabresi sono sempre più attive sul piano internazionale per favorire la mobilità di ricercatori, studenti e docenti, e per sostenere i processi di trasferimento della conoscenza. Il panorama regionale delle start-up innovative sta diventando sempre più attrattivo e di interesse da parte di player internazionali. In tale quadro, l'impegno in questo ambito dovrà essere finalizzato a: i) facilitare le relazioni tra i diversi interlocutori del sistema regionale della ricerca per definire azioni organiche di promozione del sistema scientifico e tecnologico; ii) pianificare azioni congiunte tese a ottimizzare la performance del sistema dell'innovazione sullo scenario internazionale; iii) sostenere i processi di apertura internazionale delle *start-up hi-tech* regionali.
- *Costituire un Fondo Unico per l'Internazionalizzazione* quale strumento finanziario innovativo volto a sostenere i progetti di internazionalizzazione da parte del sistema produttivo e da parte di imprese esterne che intendono localizzarsi in Calabria;

- *Promuovere azioni di cooperazione interregionale* per rafforzare l'efficacia delle politiche di apertura internazionale e per promuovere la creazione di "reti lunghe" sui temi della ricerca, della competitività delle imprese, dell'ambiente e dello sviluppo urbano e rurale;
- *Incrementare e valorizzare le relazioni con le comunità di origine calabrese all'estero* attraverso: i) il sostegno ad iniziative di collaborazione istituzionale negli Stati di residenza dei calabresi all'estero, ii) la realizzazione, con il coinvolgimento attivo dell'associazionismo calabrese all'estero, di interventi finalizzati allo sviluppo delle relazioni sociali, economiche e culturali, iii) lo sviluppo di attività di informazione e comunicazione sulla realtà storica, economica, sociale, turistica e culturale della Calabria nei paesi d'emigrazione.

3. MODALITÀ ATTUATIVE E FONTI FINANZIAMENTO

3.1 Le modalità di attuazione

I presenti indirizzi strategici dovranno essere attuati mediante la messa in atto di Programmi pluriennali predisposti dal competente Settore 7 Internazionalizzazione del Dipartimento Presidenza.

In particolare, le modalità d'attuazione saranno le seguenti:

- a) *Avvisi pubblici per la concessione di aiuti a PMI.* Gli importi degli aiuti saranno commisurati ai regimi di riferimento applicabili, in particolare all'articolo 19 "Aiuti alle PMI per la partecipazione alle fiere" del Regolamento Generale di Esenzione per Categoria (Reg. UE 651/2014 e successive modificazioni) e al Regime de minimis, laddove applicabile. Eventuali fattispecie di aiuti diverse da quelli indicati saranno riconosciute nei limiti massimi d'intensità applicabili dal regime di riferimento adottato.
- b) *Acquisizione di servizi di promozione, formazione, informazione e comunicazione* per l'internazionalizzazione offerti da operatori qualificati nel rispetto delle norme del Codice degli Appalti.
- c) *Accordi di partenariato* con soggetti attuatori individuati dalla Regione, a valle di specifiche intese - sottoscritte o da sottoscrivere - con soggetti istituzionali esplicitamente individuati all'interno dei Programmi attuativi ovvero in apposite deliberazioni di Giunta Regionale.
- d) *Attuazione diretta* attraverso specifici provvedimenti amministrativi di approvazione di progetti/iniziative, individuando le procedure di assegnazione, i soggetti attuatori, le risorse assegnate e le relative coperture finanziarie.

In fase di definizione dei Piani di Azione e con riferimento alle attività di cui ai precedenti punti, gli interventi saranno realizzati in coerenza con le pertinenti disposizioni attuative dei programmi di riferimento. In particolare, le disposizioni in materia di selezione delle operazioni saranno stabilite con i successivi provvedimenti amministrativi di approvazione dei singoli avvisi pubblici e procedure di acquisizione di servizi, in linea con i criteri di ammissibilità/valutazione generali e specifici per l'Azione di riferimento sulla quale graveranno gli interventi.

3.2 Le fonti di finanziamento

I Programmi attuativi potranno fare riferimento alle risorse della programmazione regionale dei fondi strutturali 2014-2020. Si potrà, inoltre, fare ricorso alle risorse del Programma di Azione e Coesione complementare alla Programmazione europea 2014-2020 (ex Delibera CIPE n. 10/2015). In tale contesto, il complesso delle risorse attivabili nel 2017/2020 si

riferisce alle prioritariamente alle seguenti Azioni, Misure e Assi dei Programmi indicati nel quadro riepilogativo seguente.

Programmi
<i>POR Calabria FESR-FSE 2014/2020</i>
Azione 1.2.1 - Azioni di sistema per il sostegno alla partecipazione degli attori dei territori a piattaforme di concertazione e reti nazionali e di specializzazione tecnologica e ad altri progetti finanziati con altri programmi europei per la ricerca e l'innovazione (es. Horizon)
Azione 3.1.3 - Attrazione di investimenti in grado di assicurare una ricaduta sulle PMI a livello territoriale
Azione 3.4.2 - Incentivi all'acquisto di servizi per l'internazionalizzazione delle PMI
Azione 3.5.1 - Interventi di supporto alla nascita di nuove imprese sia attraverso incentivi diretti, sia attraverso l'offerta di servizi, sia attraverso interventi di micro-finanza
Azione 6.6.1 - Interventi per la tutela e la valorizzazione di aree di attrazione naturale di rilevanza strategica (parchi e aree protette in ambito terrestre e marino, paesaggi tutelati) tali da consolidare e promuovere processi di sviluppo
Azione 6.7.1 - Interventi per la tutela, la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree di attrazione di rilevanza strategica tale da consolidare e promuovere processi di sviluppo
Azione 6.7.2 - Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di identificati attrattori culturali e naturali del territorio, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici" (Azione 3.3.2)
Azione 6.8.3 - Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche
Azione 14.1.5 - Informazione e comunicazione
<i>PAC 2014/2020</i>
Asse 3 - Competitività dei sistemi produttivi
<i>PSR Calabria 2014/2020</i>
Misura 1 - Trasferimento di conoscenze e azioni di informazione

4. GOVERNANCE DI SISTEMA

4.1 Sportello Sprint

Al fine di sostenere i processi di internazionalizzazione del sistema produttivo regionale, la Regione Calabria provvederà a potenziare lo sportello SPRINT allocato presso il Settore 7 Internazionalizzazione del Dipartimento Presidenza favorendo il raccordo con il Ministero dello Sviluppo Economico, con il Ministero degli esteri e la sua rete diplomatico consolare, nonché con gli uffici dell'Agencia ICE all'estero.

Lo SPRINT incentrerà le sue attività su:

- assistenza sulle modalità di accesso e di utilizzo degli strumenti promozionali, finanziari e assicurativi disponibili;
- supporto per l'accesso alle agevolazioni pubbliche in materia di internazionalizzazione;
- assistenza legale, fiscale e amministrativa in materia di commercio estero;
- supporto al riposizionamento competitivo dei sistemi produttivi locali e all'attrazione di potenziali investitori;
- supporto e guida nella selezione dei mercati esteri, nella scelta di partner in progetti di investimento;
- supporto alla partecipazione a fiere e missioni all'estero;
- attività di *scouting* e penetrazione sui mercati esteri;
- progettazione e organizzazione di interventi di promozione, di informazione e di formazione manageriale e tecnica.

La struttura opererà in stretto coordinamento con il sistema delle Camere di Commercio, nonché con i soggetti che, a livello locale, operano nel campo dell'internazionalizzazione, quali: associazioni di categoria e imprenditoriali, enti strumentali regionali, banche, università.

La struttura organizzativa dello sportello farà riferimento, oltre al personale regionale, alle seguenti *expertice* da individuare attraverso procedure di evidenza pubblica per ciascuno dei seguenti profili:

- assistenza tecnico-economica alle imprese per l'internazionalizzazione;
- assistenza per la promozione degli investimenti esteri in Calabria;
- contrattualistica internazionale e supporto legale per accordi di cooperazione industriale/commerciale;

- organizzazione e assistenza in eventi/progetti di promozione e comunicazione a carattere internazionale;
- promozione del sistema scientifico e tecnologico regionale;
- comunicazione e *web marketing*;
- web e mobile app ad utilità di promozione internazionale.

Tutti gli esperti dovranno possedere un'ottima padronanza della lingua inglese.

4.2 Osservatorio Internazionalizzazione

La conoscenza documentata e aggiornata degli interscambi commerciali e delle dinamiche sia a livello territoriale che settoriale rappresenta un elemento conoscitivo strategico sia per le imprese che per i policy maker.

Questi dati e informazioni sono utili per le imprese internazionalizzate poiché possono valutare l'efficacia dei loro investimenti sui mercati esteri; sono determinanti per le aziende che intendono avviare processi di apertura internazionale poiché recepiscono informazioni utili per la costruzione della propria strategia di sviluppo; sono essenziali per i policy maker che ampliano il set di informazioni per pianificare le politiche sull'internazionalizzazione.

Partendo da questi presupposti, la Regione Calabria intende realizzare una piattaforma in grado di valorizzare l'immenso patrimonio di dati pubblici sul settore internazionalizzazione consentendo di:

- accompagnare i diversi operatori/imprese regionali nel processo di apertura internazionale, attraverso la messa in disponibilità di dati e informazioni sul commercio estero, sui trend di consumo nei mercati target, sui fattori di posizionamento competitivo, ecc.;
- favorire la diffusione di informazioni strutturate sul sistema economico regionale, nell'ottica dell'attrazione di impresa e della cooperazione produttiva;
- supportare i vari settori dell'Amministrazione nella definizione e implementazione di politiche efficaci a supporto delle imprese.

La piattaforma fungerà quindi da Osservatorio per l'internazionalizzazione della Regione Calabria potenziando, da un lato, la capacità istituzionale e amministrativa regionale e garantendo, dall'altro lato, l'erogazione di servizi informativi tempestivi a supporto dei sistemi di imprese regionali.

L'avvio della piattaforma è strettamente coerente alla realizzazione di un modello di open government regionale basato sul libero accesso ai dati pubblici come acceleratore economico per il territorio, alla connessione degli open data con il ciclo delle politiche

pubbliche e all'incentivazione delle aziende al riutilizzo, anche a scopi commerciali, delle informazioni pubbliche e alla creazione di applicazioni innovative basate su questi dati.

4.3 Tavolo per l'internazionalizzazione

Con apposita deliberazione di Giunta Regionale verrà istituito il Tavolo regionale per l'Internazionalizzazione con lo scopo di coordinare gli interventi in tema di internazionalizzazione, di supportare con i propri indirizzi l'attività di programmazione della Regione e di favorire il coordinamento fra i soggetti operanti sul territorio regionale sui temi della promozione dell'internazionalizzazione del Sistema Calabria.

Il Tavolo è presieduto dal Presidente della Giunta Regionale o suo delegato e prevede la partecipazione dei seguenti Dipartimenti Regionali, Ministeri, Enti, Associazioni e Università:

- Dipartimento n. 2 - Presidenza, Dirigente pro-tempore Settore Internazionalizzazione;
- Dipartimento n. 5 - Programmazione Nazionale e Comunitaria, Dirigente pro-tempore Settore Programmazione, Cooperazione e Capacità Istituzionale;
- Dipartimento n. 7 - Sviluppo Economico, Lavoro, Formazione e Politiche Sociali, Dirigente pro-tempore Settore Attività Economiche e Incentivi alle Imprese;
- Dipartimento n. 8 – Agricoltura e Risorse Agroalimentari, Dirigente pro-tempore Settore Qualità e promozione delle Produzioni Agricole Agrituristiche, Agricoltura e Sociale;
- Dipartimento n. 10 – Turismo e Beni Culturali, Dirigente pro-tempore Settore Valorizzazione del Territorio e Promozione Turistica;
- Un rappresentante del Ministero dello Sviluppo Economico;
- Un rappresentante dell'ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane;
- Un rappresentante della Consulta Calabresi all'estero;
- Un rappresentante di Unioncamere Calabria;
- Quattro rappresentanti delle Associazioni rappresentative, a livello regionale, dell'industria, dei servizi, dell'artigianato e della cooperazione;
- Un rappresentante del sistema bancario;
- Un rappresentante del sistema universitario.

Le funzioni di segretario del Tavolo sono svolte dal Dirigente pro-tempore del Settore Internazionalizzazione del Dipartimento Presidenza.

4.4 Coordinamento con le Amministrazioni Centrali

Il Governo, ed in particolare la Presidenza del Consiglio dei Ministri in raccordo con il Ministero dello Sviluppo Economico, sta attuando una strategia nazionale per l'attrazione di investimenti esteri in Italia, individuando nell'ICE-Agenzia il soggetto deputato ad agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero - con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese, nonché ad accompagnare e assistere gli investitori esteri in Italia.

La Conferenza delle Regioni sta predisponendo, a sua volta, un programma pluriennale di azioni congiunte delle Regioni da concordare con il Governo.

La Regione Calabria si intende dotare di un sistema strutturato di promozione e *governance* degli investimenti esteri, in grado di proporre soluzioni personalizzate sia alle imprese straniere presenti nel territorio che a nuovi investitori. La Regione intende operare sia sulla domanda attuale e potenziale degli investitori, che sullo sviluppo di un'offerta mirata tramite pacchetti promozionali ed informativi per specifici settori industriali, fasi della catena del valore, aree geografiche/paesi, nonché sia mappando aree pubbliche e private disponibili per insediamenti, sia attivando sistemi promozionali via web, social media o con eventi dedicati.

Su questa base, al fine di favorire il coordinamento delle strategie di intervento e delle attività dei diversi soggetti istituzionali nel campo dell'attrazione investimenti esteri e di rendere più efficace ed efficiente l'azione delle istituzioni centrali e locali volta a favorire la presenza di operatori esteri in Calabria, si provvederà a sottoscrivere un apposito Protocollo di Intesa.

Il Protocollo si proporrà di:

- sperimentare un sistema congiunto di *governance* degli investimenti esteri tra Amministrazioni centrali e regionali individuando la Regione Calabria come uno dei laboratori territoriali in cui sviluppare buone pratiche inter-istituzionali estendibili anche ad altre regioni interessate ad investire in politiche di attrazione di investimenti esteri.
- ricercare potenziali investitori a livello internazionale nonché di facilitare e accompagnare gli investimenti esteri in Calabria, nell'ambito delle politiche nazionali e regionali per favorire l'insediamento di nuovi investitori sia industriali che istituzionali, nonché il mantenimento di quelli esistenti.
- sviluppare strumenti a favore dell'attrazione degli investimenti esteri condividendo le rispettive esperienze progettuali ed operative.

4.5 Portale CalabriaImpresa

Nell'ambito delle azioni previste dal Progetto Strategico Regionale "CalabriaImpresa – Accesso unico ai servizi e agli strumenti digitali dell'Amministrazione regionale per lo sviluppo imprenditoriale", la Regione Calabria, con il supporto di Fincalabra Spa, ha avviato le procedure per la realizzazione del nuovo portale CalabriaImpresa che dovrà rappresentare il "punto di ingresso" principale per aspiranti imprenditori, imprese regionali ed extra-regionali, per la fruizione di servizi di *e-government* associati alla digitalizzazione dei processi amministrativi regionali.

Il nuovo portale comprenderà gli attuali contenuti e servizi erogati dall'attuale portale www.calabriasuap.it, potenziandone le caratteristiche funzionali e integrando nuovi servizi, anche con riferimento all'attrazione di imprese esterne.

Si prevede, in particolare, la definizione e lo sviluppo un set di servizi e strumenti a supporto delle imprese esistenti e/o di potenziali imprenditori/investitori, tra cui:

- Accompagnamento all'avvio dell'impresa (supporto informativo per la valutazione del potenziale di imprenditorialità, indicazione sulle decisioni chiave da prendere, descrizione del mercato di riferimento, accesso a dati e statistiche, supporto nella scelta della tipologia di business e nella ricerca di mentor);
- Servizi informativi relativi all'avvio dell'attività economica e agli obblighi di carattere legale-amministrativo da adempiere (scelta della forma giuridica dell'impresa e della struttura di business più appropriata, registrazione presso la Camera di Commercio, ottenimento eventuale di licenze e permessi, ecc.), alla normativa che regola l'attività di impresa (proprietà intellettuale, privacy, sicurezza, diritto del lavoro, contrattualistica, chiusura, ecc.);
- Supporto alla redazione del business plan (descrizione dell'azienda, analisi del mercato, organizzazione e management, ciclo di vita del prodotto/servizio, marketing e vendite, proiezioni finanziarie, stima dei costi, analisi di cash flow, analisi di breakeven, ecc.);
- Offerta di dati e statistiche su mercato, domanda, key players e supporto all'interpretazione;
- Supporto alla ricerca di opportunità di finanziamento tramite apposito tool (incentivi governativi, bandi regionali, venture capitalist, ecc.);
- Supporto alla conduzione d'impresa (guide e tutorial disponibili relativamente a specifiche aree tematiche quali contabilità, marketing, vendite, risorse umane, tecnologia, efficienza energetica, ecc.);

- Assistenza e consulenza per lo scouting di opportunità derivanti dal mercato estero (analisi esportazioni per settore, casi di successo, tool per pianificare l'entrata nel mercato estero, incentivi pubblici, ricerca partner, ecc.);
- Assistenza alla localizzazione di imprese esterne e alla individuazione di partner commerciali/industriali e nell'ambito della ricerca pubblica.

4.6 Informazione, orientamento e formazione

Un elemento indispensabile per garantire l'efficacia delle politiche di internazionalizzazione è, da un lato, quello di fornire servizi di informazione, orientamento e formazione alle aziende regionali sui temi dell'internazionalizzazione e sulle attività di supporto promosse dalla Regione, ma anche da altri attori nazionali, ove riguardino comunque la Calabria.

Dall'altro, è necessario pervenire ad immagine integrata del sistema Calabria per consentire di: i) promuovere e valorizzare l'identità del territorio e dei suoi prodotti d'eccellenza, nei mercati tradizionali ed in quelli emergenti; ii) potenziare l'immagine regionale a livello turistico, enogastronomico, culturale; iii) supportare adeguatamente le imprese nel loro approccio al mercato internazionale.

Le attività potranno essere distinte nelle seguenti tipologie:

- orientamento e formazione*, promozione e organizzazione di incontri sia su tematiche orizzontali nel campo dell'internazionalizzazione (export management, marketing internazionale, contrattualistica internazionale, gestione logistica...), sia su strategie di innovazione alternative (percorsi di open innovation, design thinking). Dal punto di vista operativo, si prevede di ricorrere a diverse modalità: incontri, seminari, corsi on-line, webinar, ecc., secondo un'impostazione flessibile e modulare che punterà a privilegiare attività complementari alle altre azioni promosse dal programma e comunque a definire l'agenda delle attività alla luce delle esigenze rilevate nell'ambito delle iniziative di confronto e consultazione del territorio;
- immagine coordinata*, strutturazione di un brand Calabria che sia in grado di fornire omogeneità e riconoscibilità ai contenuti diffusi, declinato per ambito o tema, al materiale promozionale, comunicativo ed informativo realizzato dalla Regione per la partecipazione a manifestazioni e ad eventi realizzati sia in Italia che all'estero. Tale attività sarà realizzata in correlazione alle attività di rivisitazione dei contenuti del portale turistico regionale;
- eventi e manifestazioni*, organizzazione, partecipazione e promozione di eventi nazionali ed internazionali, sviluppati anche in collaborazione con altri soggetti, finalizzati a presentare le opportunità esistenti in specifiche aree e/o per specifici settori, nonché a valorizzare i prodotti di eccellenza e le tipicità regionali;

- d. *comunicazione editoriale e multimediale*, produzione di contenuti a supporto delle attività di promozione e sviluppo di strumenti editoriali e multimediali (es. video promozionali, spot, app, ecc);
- e. *campagne media e pubblicità*, nell'ambito di una strategia coordinata di comunicazione saranno attivate le procedure per l'acquisto di spazi su televisioni, siti di informazione, blog, quotidiani, riviste di settore. Si potranno prevedere, ad esempio in prossimità di grandi eventi, campagne radiofoniche, televisive, web e/o publiredazionali su riviste o in trasmissioni specializzate.

Le azioni sopra elencate, saranno oggetto di uno specifico approfondimento nell'ambito dei rispettivi piani di azione in relazione all'Azione di sostegno e alla relativa fonte di finanziamento.