

3.4 - PROGRAMMA N. 110 - POLITICHE PER LE IMPRESE E MARKETING TERRITORIALE

Responsabile: **Ass. Giorgio Razzoli, Ass. Daniele Sitta, Ass. Mario Lugli**

Macroprogetti:

- 110.1 Ricerca, innovazione, internazionalizzazione delle imprese
- 110.2 Infrastrutture e servizi per le imprese
- 110.3 Semplificazione dei rapporti fra imprese e P.A.
- 110.4 Marketing territoriale

3.4.1 - Descrizione del programma

SVILUPPO DELL'ECONOMIA LOCALE, RICERCA, INNOVAZIONE E INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE – MARKETING TERRITORIALE

3.4.2 - Motivazione delle scelte

Sviluppo dell'economia locale, ricerca, innovazione e internazionalizzazione delle imprese

Il sistema economico modenese ha raggiunto negli ultimi decenni un elevato livello di sviluppo, a cui ha contribuito il ricco tessuto di imprese piccole e piccolissime. Ora è necessario operare per consolidare e qualificare i livelli di benessere raggiunti in un contesto internazionale sempre più competitivo.

Le piccole e medie imprese per restare sul mercato e rispondere alla sfida della globalizzazione devono attuare profondi cambiamenti, puntando sull'innovazione di prodotto e di processo, adottando le nuove tecnologie per lavorare in rete, valorizzando le risorse umane e consolidando la struttura finanziaria.

In questa direzione, gli Enti locali sono chiamati a svolgere un ruolo fondamentale di promotori e coordinatori dello sviluppo, anche sulla base della recente legislazione che assegna agli Enti Locali nuove competenze nel campo delle politiche per le imprese e lo sviluppo.

In un'epoca globalizzata, in cui la competizione è sempre più tra sistemi e non tra imprese, per conseguire obiettivi di sviluppo non bastano le performance delle singole imprese, ma occorre che il territorio sia capace di agire come sistema.

In particolare, nell'area modenese caratterizzata dalla presenza di imprese piccole e medie, fortemente esposte ai mercati internazionali, la diffusione dell'innovazione è particolarmente difficile, ma è al tempo stesso necessaria per mantenere e consolidare i livelli di sviluppo raggiunto. Anche la Regione ha inteso sostenere, con il Programma Regionale per la Ricerca Industriale, l'Innovazione ed il Trasferimento Tecnologico (PRIITT) in attuazione della legge regionale sull'innovazione (L.R. 7/2002), lo sviluppo di attività per la ricerca applicata e l'innovazione tecnologica, puntando ad una maggior integrazione tra le strutture esistenti e gli attori locali dello sviluppo. In questo scenario, gli Enti Locali, insieme ad Università, Associazioni, Camere di Commercio, sono chiamati ad un maggior impegno nel sostenere e collegare i Centri di servizio e di trasferimento tecnologico presenti sul loro territorio e per facilitare l'accesso all'innovazione.

Marketing territoriale

In un'economia globalizzata la competizione non si gioca più tra singole imprese ma tra aree e sistemi territoriali, e in Europa vi sono oggi almeno 500 città e regioni avanzate e forti come la nostra, in competizione tra loro per attrarre investimenti. Per garantire anche in futuro le buone performance del nostro sistema economico è quindi necessario da un lato diffondere innovazione, e dall'altro attirare investimenti innovativi e qualificati sul nostro territorio.

3.4.3 - Finalità da conseguire

Sviluppo dell'economia locale, ricerca, innovazione e internazionalizzazione delle imprese

Gli interventi programmati hanno come obiettivo generale quello di sostenere la competitività del sistema economico modenese e sono suddivisi in tre linee di intervento, definite a partire dalle criticità rilevate ed in coerenza con il Programma Regionale delle Attività Produttive.

1. Progetti e iniziative a supporto dell'innovazione e dell'internazionalizzazione delle imprese

Al fine di sostenere la competitività del sistema economico modenese verrà istituito, in sinergia con la Provincia ed altri attori istituzionali locali, un **Fondo per l'Innovazione** finalizzato al sostegno e al finanziamento dei processi di ricerca e innovazione delle PMI modenesi. Il progetto dovrà perseguire due macro aree di intervento:

- la costituzione di un fondo finanziario da destinare a progetti di R&S e trasferimento tecnologico nelle PMI;
- la riprogettazione organizzativa e funzionale di tutte le iniziative di sostegno già esistenti in materia, attraverso l'individuazione di nuove forme di cooperazione tra i soggetti (pubblici e privati) preposti all'offerta di R&S, trasferimento tecnologico ed internazionalizzazione delle PMI.

Tale progetto dovrà prevedere una fase iniziale tesa a valutare la reale domanda ed offerta di ricerca, innovazione e trasferimento tecnologico nell'area modenese, anche sulla base degli esiti e delle indicazioni programmatiche sia del Programma Regionale per la Ricerca Industriale, l'Innovazione e il Trasferimento Tecnologico (PRRIITT) che del VI Programma Quadro europeo.

Tale processo non potrà prescindere da un confronto sinergico con le Associazioni di categoria, l'Università e le Parti sociali; in questa direzione è auspicabile la costituzione di un apposito Comitato scientifico al quale parteciperanno, in forma stabile, i rappresentanti delle suddette organizzazioni.

Al termine di questa fase di ricognizione dei bisogni del territorio, l'obiettivo prioritario e strategicamente rilevante, sarà quello di individuare efficaci e celeri modalità di finanziamento delle PMI individuate, appunto, in questa prima fase dell'intervento.

All'interno di questo percorso teso verso forme di intervento celeri ed efficaci, anche congiuntamente con il sistema economico e scientifico, si individueranno le priorità di azione, tra le diverse perseguibili:

- sperimentazione di prodotti e processi di produzione innovativi (studi di fattibilità, progetto di ricerca industriale e pre-competitiva, ecc.);
- trasferimento tecnologico e di know how (acquisto brevetti, cooperazione con imprese e/o istituzioni pubblico-private, utilizzo di tecnologie sviluppate in altri settori, ecc.);
- cooperazione tra imprese, università, istituti di ricerca e centri di competenza tecnologica;
- promozione di networks e reti di imprese attraverso l'attivazione di partnership scientifico-tecnologiche anche a livello internazionale;
- sviluppo di rete, inteso nell'accezione di condivisione di know how (acquisto di brevetti, utilizzo di tecnologie sviluppate in altri settori, ecc.), di laboratori, di risorse umane e di cooperazione tra i vari soggetti preposti all'innovazione (ovvero imprese, università, istituti di ricerca, centri per l'innovazione);
- sostegno alla nascita di imprese innovative, con la priorità da accordare ad imprese che si configurino come una naturale prosecuzione dell'attività di ricerca svolta nelle università (spin off) e quelle che creino a loro volta attività di ricerca e sviluppo;
- integrazione, se possibile, di iniziative già esistenti e provenienti da soggetti a diversi livelli (Unione europea, Ministero Attività Produttive, Regione, ecc.)

La mancanza di capitali e le difficoltà di accesso al credito costituiscono, talvolta, un limite alle capacità innovative delle PMI. Per questo motivo sarà perseguito il coinvolgimento del sistema bancario anche al fine di consentire un'analisi dettagliata sui vincoli e sulle opportunità di accesso al credito, anche in riferimento all'applicazione delle regole previste nell'accordo di Basilea 2.

Inoltre, il sistema bancario potrà divenire un importante partner del Fondo per l'Innovazione, attraverso la costruzione di sinergie organizzative e/o finanziarie.

Al fine di contribuire alla diffusione dell'innovazione tecnologica delle PMI, oltre al Fondo per l'Innovazione, verranno implementate importanti azioni di sistema, con particolare riferimento all' **attività di potenziamento dei centri servizi per le imprese**.

In questa direzione si pone il progetto finalizzato ad individuare, in collaborazione alle diverse realtà istituzionali interessate, un soggetto unico per l'attività di trasferimento tecnologico alle imprese, attraverso l'aggregazione di DemoCenter e CRIT (ex SIPE), così da razionalizzare strutture e costi, organizzare e valorizzare le risorse professionali esistenti nonché il rapporto con Università e Centri di ricerca e sviluppando, altresì, progetti e attività in collaborazione con Promo e le società partecipate.

In tale contesto si inserirà, in collaborazione con gli altri enti soci, la ridefinizione della mission e dei programmi di attività della **società Promo**, società di sviluppo locale che si occupa di marketing territoriale ed azioni volte ad accrescere la competitività del territorio. L'azione dell'amministrazione comunale si indirizzerà in particolare verso la valorizzazione del ruolo di Promo come strumento per la definizione congiunta fra gli enti locali e le forze economiche delle linee strategiche di sviluppo e di promozione del territorio e dell'economia modenese.

2. Progetti e iniziative per lo sviluppo dell'economia locale

Il sistema economico locale è caratterizzato da piccole e piccolissime imprese, spesso a gestione familiare, che se da un lato presentano l'innegabile vantaggio della flessibilità, della specializzazione e della capacità di lavorare in rete, dall'altro hanno difficoltà ad accedere ai risultati della ricerca e a sfruttarli per introdurre innovazione, sono scarsamente capitalizzate e trovano difficoltà a radicarsi nei mercati emergenti.

Gli interventi che verranno promossi, anche utilizzando gli strumenti approntati da Regione e Provincia per sostenere la competitività delle imprese di dimensione medio piccola, si porranno in sinergia con i Centri Servizi per le imprese presenti sul territorio, e si concretizzano in:

- **Attività a sostegno delle piccole e medie imprese:** le PMI sono il perno su cui si è sviluppata e attorno al quale ruota l'economia modenese. Per contribuire alla loro competitività, il Comune può intervenire con diverse azioni volte a diffondere la cultura di impresa, a migliorare le opportunità di accesso al credito, a valorizzare il capitale umano, a informare sulle opportunità di finanziamento. Tutti questi interventi si dovranno caratterizzare per qualità e selettività;
- **Attività di monitoraggio e analisi del mercato del lavoro:** si ritiene opportuno effettuare analisi di tipo strategico sul mercato del lavoro, nelle quali le informazioni statistiche derivanti dalla Lettera sull'Occupazione siano contestualizzate nel quadro provinciale e siano utilizzate per proporre linee di intervento e azioni concrete, per favorire l'incrocio tra domanda e offerta di lavoro e per sostenere un equilibrato sviluppo del mercato del lavoro locale;
- **Attività di monitoraggio e analisi dei singoli settori dell'economia locale:** la conoscenza della realtà economica locale costituisce uno strumento indispensabile per la programmazione delle politiche. In tal senso si intende potenziare le azioni di analisi e monitoraggio dell'economia locale a partire dalla costituzione di un osservatorio permanente sul Commercio. Partendo dal quadro aggiornato e approfondito della situazione del commercio, illustrato nel rapporto del 2003 intitolato "Il commercio e la città", si intende progettare un osservatorio permanente sul commercio da utilizzare nella progettazione della rete distributiva e di supporto al ruolo propulsore del Comune per lo sviluppo del settore commerciale.
- **Attività a supporto della nascita di nuove imprese:** si ritiene fondamentale operare per preservare tra le nuove generazioni la cultura d'impresa supportando la creazione di progetti mirati, tanto dal punto di vista promozionale quanto dal punto di vista formativo, in collaborazione con le associazioni imprenditoriali;
- **Attività a sostegno del credito tramite i Consorzi Fidi:** saranno attuate convenzioni con i diversi Consorzi Fidi e cooperative di garanzia presenti sul territorio nell'intento di migliorare, sempre secondo principi di qualità e selettività, l'accesso al credito e il rating delle PMI modenesi anche in vista di Basilea 2;
- **Attività a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese:** in un quadro di riferimento in cui la competizione si gioca sempre più fra singoli territori si ritiene di fondamentale importanza progettare ed organizzare relazioni finalizzate all'instaurazione di relazioni commerciali all'interno di nuovi mercati. In tale ottica si opererà, in stretta sinergia con Provincia e Camera di Commercio, per la creazione di partnership internazionali a supporto delle imprese modenesi.

3. Iniziative e contributi per la promozione del settore agroalimentare

Pur guardando con attenzione a tutti i settori dell'economia locale si intende confermare in particolare alcune azioni dedicate alla valorizzazione del settore agroalimentare operando in stretto coordinamento con l'amministrazione provinciale attraverso azioni di promozione dei prodotti enogastronomici locali e interventi di diffusione di informazioni agroalimentari.

Le azioni proposte a sostegno del settore si articolano in tre direzioni:

- **Interventi rivolti allo sviluppo delle piccole e medie imprese agroalimentari:** per rispondere ai problemi avvertiti dai produttori del settore quali mancanza di ricambio generazionale, difficoltà di accesso ai mercati esteri, riproducibilità e trasmissione delle competenze.
- **Valorizzazione dei prodotti tipici:** in sinergia con la Provincia e le associazioni imprenditoriali, si intende lavorare per progettare e realizzare un piano di interventi integrato per sviluppare il turismo enogastronomico e di promozione del territorio, coordinando e mettendo a sistema le diverse azioni già in essere.
- **Informazione ed educazione in materia agroalimentare:** in un ambito così importante qual'è quello della sicurezza e dell'informazione alimentare, l'amministrazione continuerà ad investire in azioni di informazione ed educazione in materia agroalimentare per rafforzare il servizio già avviato e inserirlo in un circuito più vasto e coordinato.

Marketing territoriale

Per strutturare un vero e proprio percorso di marketing territoriale non si può prescindere da un'analisi del posizionamento competitivo del Sistema Modena rispetto ad altre realtà produttive comparabili, in un'ottica sostenibile che analizzi variabili economiche e sociali.

La definizione dei punti di forza e delle criticità dell'economia locale fa da prelude ad attività di marketing volte alla promozione, sia nazionale che internazionale, del territorio. In questa ottica l'intenzione è costruire una rete di relazioni con potenziali investitori nazionali ed internazionali, per attirare nell'area investimenti di alto profilo in grado di dare nuovo impulso ai nostri distretti, e per supportare l'internazionalizzazione delle imprese attraverso la promozione dell'economia modenese.

La struttura di marketing territoriale potrebbe essere un punto di riferimento nel panorama delle attività di promozione del territorio svolta dagli enti locali, con l'intento di creare un percorso comune di promozione del territorio.

Grande attenzione dovrà essere posta sulle relazioni nazionali ed internazionali sia per supportare il sistema produttivo nella creazione di nuove relazioni economiche, sia per orientare la stessa politica economica verso esperienze di eccellenza. Le relazioni nazionali ed internazionali perseguiranno anche l'obiettivo di sperimentare e individuare nuove forme di finanziamento dei progetti, attraverso la ricerca di fonti finanziarie regionali, nazionali o comunitarie.

In questa direzione verranno promosse, inoltre, partnership internazionali in ambito economico per condividere e valorizzare esperienze con realtà che presentano affinità e complementarità con il sistema economico modenese, privilegiando azioni coordinate con gli altri attori istituzionali e le forze economico-sociali della città.

3.4.3.1 – Investimento

V. Programma Triennale dei Lavori Pubblici e interventi della parte in conto capitale del bilancio

3.4.3.2 – Erogazione di servizi di consumo

Vedasi bilancio di previsione 2005/07

3.4.4 - Risorse umane da impiegare

Vedasi PEG 2005

3.4.5 - Risorse strumentali da utilizzare

Vedasi PEG 2005

3.4.6 - Coerenza con il/i piano/i regionale/i di settore

Coerente