



GIUNTA REGIONALE DEL LAZIO

ESTRATTO DEL PROCESSO VERBALE DELLA SEDUTA DEL 06/02/2009

ADDI' 06/02/2009 NELLA SEDE DELLA REGIONE LAZIO, VIA CRISTOFORO COLOMBO 212 ROMA, SI E' RIUNITA LA GIUNTA REGIONALE COSI' COMPOSTA:

MARRAZZO	Pietro	Presidente	VICHERA	Daniele	Assessore
		Vice			
MONFINO	Estorino	Presidente	MANCINI	Claudio	"
ASTORRE	Bruno	Assessore	NTCHRIANGELLI	Mario	"
COPPOLINI	Anna Salome	"	NERI	Luigi	"
COSTA	Silvia	"	RODANO	Giulia	"
DALIA	Francesco	"	TIBALDI	Alessandra	"
DE ANGELIS	Francesco	"	VALENTINI	Daniela	"
DI CARLO	Mario	"	ZARACCI	Viliberto	"
DI STEFANO	Marco	"			

ASSISTE IL SEGRETARIO: Paolo IACONIS

***** OMESSIS

ASSENTI: MANCINI - NERI - TIBALDI - VALENTINI

DELIBERAZIONE N. 70

Oggetto:

Approvazione Linee di indirizzo delle attività promozionali in Italia e all'estero per l'anno 2009 in favore delle piccole e medie imprese del Lazio.



70 - 6 FEB. 2009

OGGETTO: Approvazione Linee di indirizzo delle attività promozionali in Italia e all'estero per l'anno 2009 in favore delle piccole e medie imprese del Lazio.



LA GIUNTA REGIONALE

SU PROPOSTA dell'Assessore alla Piccola e Media Impresa, Commercio e Artigianato

VISTO l'art. 117 della Costituzione Italiana;

VISTO lo Statuto della Regione Lazio,

VISTA la L.R. 18 febbraio 2002, n. 6 "Disciplina del sistema organizzativo della Giunta e del Consiglio e disposizioni relative alla dirigenza ed al personale regionale" e s.m.i.;

VISTO il R.R. 6 settembre 2002, n. 1, "Regolamento di organizzazione degli uffici e dei servizi della Giunta Regionale" e s.m.i.;

VISTA la L.R. n. 31 del 24/12/2008, "Legge finanziaria regionale per l'esercizio 2009";

VISTA la L.R. n. 32 del 24/12/2008, "Bilancio di previsione della Regione Lazio per l'esercizio finanziario 2009";

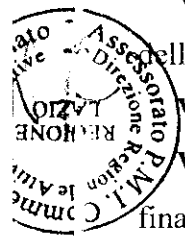
VISTA la L.R. n. 14 del 2 aprile 1991, "Disciplina e promozione delle manifestazioni fieristiche nella Regione Lazio. Valorizzazione delle piccole e medie industrie e dell'artigianato del Lazio";

VISTO, in particolare, l'art. 12 della suddetta legge per il quale la Regione, anche in rapporto al programma promozionale predisposto dal Ministero dello Sviluppo economico (già Ministero del Commercio con l'Estero), può svolgere attività promozionali dirette alla realizzazione di specifici comparti produttivi e settori merceologici e di allestire e gestire propri spazi nell'ambito delle aree di manifestazioni fieristiche che si svolgono in Italia e all'estero;

CONSIDERATO l'Accordo Quadro di Programma in materia di internazionalizzazione tra il Ministero del Commercio Internazionale (attuale Ministero Sviluppo Economico) e la Regione Lazio, sottoscritto il 19 dicembre 2007;

VISTO il decreto del 14 giugno 2007 del Ministero del Commercio Internazionale che detta le "Linee Diretrici dell'Attività Promozionale 2008-2010";

VISTA la delibera del Consiglio Regionale n. 32 del 18 dicembre 2006, recante "Adozione del Documento di Programmazione Economico Finanziaria Regionale 2007-2009" e, in particolare, il paragrafo 8.2. - Attività produttive, che individua come obiettivo della Regione Lazio quello di *"attuare una politica regionale organica al fine di incrementare l'export regionale ed il livello di proiezione internazionale del sistema delle PMI laziali."*;



70 - 6 FEB. 2009 *pa*

VISTA la L.R. n. 36 del 19 dicembre 2001, recante "Norme per l'incremento dello sviluppo economico, della coesione sociale e dell'occupazione nel Lazio. Individuazione e organizzazione dei sistemi produttivi locali, dei distretti industriali e delle aree laziali di investimento.";

CONSIDERATO che le azioni promozionali per l'anno 2009 sono finalizzate a sostenere, prevalentemente, il processo di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese e, in particolare, le dinamiche esportative che potranno essere rafforzate dalla presentazione e diffusione dei prodotti delle piccole e medie imprese del Lazio sul mercato estero;

CONSIDERATO, inoltre, che le suddette azioni promozionali contribuiranno alla formazione del "Sistema Lazio", mediante la valorizzazione dei Distretti Industriali, dei Sistemi produttivi laziali e delle Aree laziali di investimento;

RITENUTO, al fine di creare sinergie e migliorare l'efficacia dell'intervento pubblico nel processo di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese laziali, di avvalersi della collaborazione di altri Enti operanti sul territorio nel settore della promozione;

RITENUTO, inoltre, per le motivazioni sopraindicate, di realizzare sia direttamente che in collaborazione con altri soggetti pubblici o privati, iniziative volte a sostenere il processo di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese di vari settori produttivi presenti sul territorio della Regione Lazio;

RITENUTO opportuno, al fine di dare organicità alle predette iniziative, approvare le "Linee di indirizzo delle attività promozionali in Italia e all'estero per l'anno 2009 in favore delle piccole e medie imprese del Lazio", di cui all'Allegato A che forma parte integrante della presente deliberazione;

ATTESO, infine, che il presente provvedimento non è soggetto alla procedura di concertazione con le parti sociali;

all'unanimità

DELIBERA

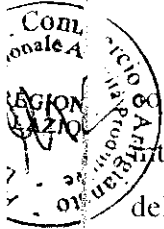
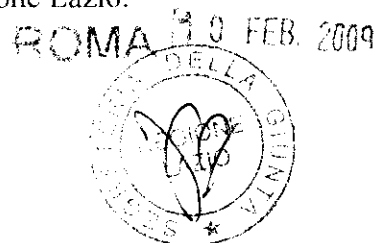
di approvare le "Linee di indirizzo delle attività promozionali in Italia e all'estero per l'anno 2009 in favore delle piccole e medie imprese del Lazio", di cui all'Allegato A che forma parte integrante della presente deliberazione.

La presente deliberazione sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio.



linee indirizzo 2009
L.14.doc

IL PRESIDENTE : F.to Pietro MARRAZZO
IL SEGRETARIO : F.to Paolo IACONIS





ALLEG. alla DELIB. N. 70 *82*
DEL -6 FEB. 2009

ALLEGATO A




**“LINEE DI INDIRIZZO DELLE ATTIVITA’ PROMOZIONALI IN
ITALIA E ALL’ESTERO PER L’ANNO 2009 IN FAVORE DELLE
PICCOLE E MEDIE IMPRESE DEL LAZIO.”**

Il presente allegato è composto da n. 5 pagine compresa la presente.

DIREZIONE REGIONALE
ATTIVITA’ PRODUTTIVE
IL DIRETTORE
Ing. Iginio Bergamini





1. Linee di indirizzo per le attività promozionali in Italia ed all'estero delle piccole e medie imprese laziali.

Le presenti Linee di indirizzo per le attività di promozione in Italia ed all'estero delle PMI laziali sono volte a favorire l'uso ottimale delle risorse disponibili con l'obiettivo di:

- a) ottimizzare la focalizzazione geografica per indirizzare l'utilizzo delle risorse sui Paesi che risultano più interessanti per la valorizzazione delle aziende e dei prodotti laziali,
- b) concentrare le iniziative promozionali sulle manifestazioni maggiormente significative a livello settoriale per non creare dispersione delle risorse.

Obiettivi generali:

- attuazione di una politica regionale organica, incremento dell'export regionale e del livello di proiezione internazionale del sistema delle PMI laziali;
- progettazione di un percorso per la creazione di "reti imprenditoriali" al fine di rafforzare l'immagine delle piccole e medie imprese del Lazio sui mercati esteri.

Obiettivi specifici:

- consolidamento delle azioni di posizionamento nei mercati esteri,
- potenziamento della rete di relazioni internazionali avviata,
- attivazione di nuove forme di promozione per le piccole e medie imprese anche attraverso la realizzazione e/o partecipazione ad eventi di rilievo sui mercati internazionali,
- massimo coinvolgimento delle imprese e degli attori economici del territorio.

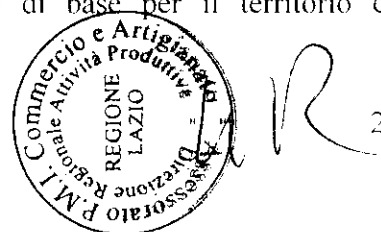
Risultati da raggiungere:

- riduzione della frammentazione eccessiva delle risorse e delle competenze,
- ottimizzazione degli interventi,
- razionalizzazione della spesa pubblica,
- promozione dei processi di aggregazione delle imprese.

2. Tipologie di intervento.

L'obiettivo generale dell'incremento dell'export regionale e del raggiungimento di un buon livello di proiezione internazionale del sistema delle PMI laziali è perseguito attraverso diverse tipologie di intervento:

- Realizzazione di iniziative promozionali dirette, partecipazione a manifestazioni fieristiche regionali in Italia e all'estero, convegni e progetti speciali realizzati direttamente o in compartecipazione con l'ICE, intesi quale veicolo promozionale di base per il territorio e l'economia laziale;





- Organizzazione della presenza della Regione e di piccole e medie imprese e/o consorzi a importanti fiere internazionali;
- Incoming di operatori esteri presso le PMI laziali.

3. Mercati.

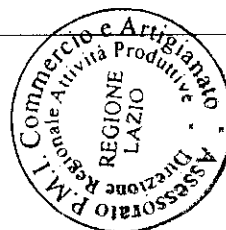
Dal punto di vista del raggiungimento degli obiettivi prefissati, una buona strategia non può prescindere dalla selezione dei mercati per i quali appare utile ed efficace coadiuvare il sistema.

In tale ottica il **mercato nazionale** rimane il mercato di riferimento fondamentale soprattutto per alcuni settori e per molte piccole imprese, mentre l'**Europa** resta il mercato tradizionale nel quale si svolge il più ampio numero di operazioni commerciali. D'altronde l'Europa è un mercato conosciuto e consolidato, ampiamente sperimentato dalle imprese. L'intervento pubblico per assistere le PMI nel percorso di internazionalizzazione va dunque indirizzato prioritariamente verso aree-mercato che giustifichino la necessità del supporto pubblico.

Nella scelta delle aree geografiche su cui indirizzare le iniziative promozionali per il 2009, si è tenuto conto delle necessità di "consolidare" progetti aree già in passato oggetto di interventi (Stati Uniti, Federazione Russa, Mercosur, Mediterraneo, Canada) ed attività di internazionalizzazione, sia quelle con le quali sono in corso iniziative (Europa Orientale, Balcani), nonché "esplorare" le aree promettenti (emirati Arabi, Asia) relativamente favorevoli allo sbocco del "sistema Lazio". Non sono stati comunque tralasciati i "mercati complessi ed emergenti" (Africa e Paesi ex Unione Sovietica), quelli per i quali l'intervento pubblico di diplomazia economica e l'intervento indiretto diventano di fondamentale importanza per la piccola e media impresa.

Grande importanza viene data alle aree prioritarie quali scelte operate dal Ministero dello Sviluppo Economico e dall'ICE, partner privilegiati in seno all'Accordo di Programma.

AREE GEOGRAFICHE	PAESI
MEDITERRANEO	Tunisia, Egitto, Turchia, Israele, Marocco
EUROPA ORIENTALE E BALCANI	Federazione Russa, Romania, Montenegro, Moldavia, Albania
ASIA	Giappone, Cina, India, Emirati Arabi



NORD AMERICA	Canada, Stati Uniti
SUD AMERICA	Brasile, Argentina, Messico
OCEANIA	Australia

Potranno essere organizzati interventi di sistema in **economie emergenti** soprattutto per quanto attiene a missioni esplorative ed analisi conoscitive al fine di valutarne le potenzialità.

4. Settori merceologici.

Per valorizzare adeguatamente le piccole e medie imprese della Regione sono stati individuati per il 2009 i comparti produttivi di seguito elencati, che appaiono di rilevante interesse e maggiore diffusione sul territorio laziale. I settori prioritari sono da ricercare nell'ambito dei **distretti industriali e dei sistemi produttivi locali** riconosciuti a livello regionale e nazionale presenti sul territorio. L'intervento settoriale mira al consolidamento e allo sviluppo delle strategie già attuate con ulteriori implementazioni per singoli Paesi.

Verranno inoltre predisposti **Progetti settoriali prioritari** di valorizzazione internazionale.

SETTORI DISTRETTUALI	SETTORI PRIORITARI
➤ Lapidario	➤ Biotecnologie
➤ Agro-alimentare	➤ Audiovisivo-cinematografico-animazione
➤ Nautico	➤ ICT
➤ ICT	➤ Nautica
➤ Aerospaziale	➤ Gioielleria
➤ Audiovisivo	➤ Tessile-abbigliamento
➤ Chimico-farmaceutico	➤ Meccanica
➤ Tessile-moda	➤ Editoria
➤ Carta	
➤ Ceramica	
➤ Elettronica	
➤ Beni culturali	
➤ Bioscienze	

Si ritiene opportuno, infatti, continuare a sostenere i comparti più maturi dell'export quali, in particolare, il settore moda e l'agro-alimentare, cui corrispondono posizioni di eccellenza sui mercati mondiali anche a livello di sistema – Italia e, contemporaneamente, realizzare iniziative



[Handwritten signature]

promozionali a supporto di settori *focus* come l'audiovisivo e la nautica, che presentano notevoli potenzialità di espansione sui mercati internazionali.

Particolare attenzione dovrà, infine, essere rivolta a iniziative promozionali che prevedano aggregazioni di filiera o di distretto per superare il vincolo dimensionale che spesso costituisce un limite alla capacità delle nostre imprese di competere all'estero.



DIREZIONE REGIONALE
ATTIVITA' PRODUTTIVE
IL DIRETTORE
Ing. Igino Bergamini



A handwritten signature in black ink, appearing to be "Igino Bergamini".