

Delibera n° 870

Estratto del processo verbale della seduta del
17 giugno 2022

oggetto:

LR 11/2009, ART 30 QUATER, COMMA 2. PROGRAMMA DEL MARKETING TERRITORIALE DEL FRIULI VENEZIA GIULIA. APPROVAZIONE.

Massimiliano FEDRIGA	<i>Presidente</i>	<i>presente</i>
Riccardo RICCARDI	<i>Vice Presidente</i>	<i>presente</i>
Sergio Emidio BINI	<i>Assessore</i>	<i>presente</i>
Sebastiano CALLARI	<i>Assessore</i>	<i>presente</i>
Tiziana GIBELLI	<i>Assessore</i>	<i>presente</i>
Graziano PIZZIMENTI	<i>Assessore</i>	<i>presente</i>
Pierpaolo ROBERTI	<i>Assessore</i>	<i>presente</i>
Alessia ROSOLEN	<i>Assessore</i>	<i>presente</i>
Fabio SCOCCIMARRO	<i>Assessore</i>	<i>presente</i>
Stefano ZANNIER	<i>Assessore</i>	<i>presente</i>
Barbara ZILLI	<i>Assessore</i>	<i>assente</i>

Gianni CORTIULA Segretario generale

In riferimento all'oggetto, la Giunta Regionale ha discusso e deliberato quanto segue:

Vista la legge regionale 4 giugno 2009, n. 11, "Misure urgenti in materia di sviluppo economico regionale, sostegno al reddito dei lavoratori e delle famiglie, accelerazione di lavori pubblici", articolo 30 bis "Agenzia Lavoro & SviluppoImpresa" che istituisce l'Agenzia Lavoro & SviluppoImpresa, di seguito Agenzia, al fine di promuovere lo sviluppo economico e occupazionale del Friuli Venezia Giulia, quale strumento di raccordo tra le esigenze del settore produttivo e imprenditoriale e le attività dei soggetti pubblici e privati competenti in materia di attività produttive e politiche del lavoro;

Visto in particolare l'articolo 30 quater "Competenze dell'Agenzia", comma 2, che stabilisce che Agenzia Lavoro & SviluppoImpresa predispone il Programma di marketing territoriale, approvato dalla Giunta regionale su proposta dell'Assessore competente in materia di attività produttive d'intesa con l'Assessore competente in materia di lavoro e formazione, volto a promuovere l'insediamento di nuove iniziative imprenditoriali, tramite:

- a) la ricerca di investitori nazionali ed esteri;
- b) la promozione dell'immagine della regione, delle realtà produttive regionali e delle opportunità di investimento, anche tramite il portale di cui all'articolo 4 della legge regionale 3/2015 come sostituito dall'articolo 15, comma 5, lettera b), legge regionale 28 dicembre 2018, n. 29 (Legge di stabilità 2019);
- c) l'integrazione a livello di area territoriale delle politiche settoriali regionali e delle politiche locali, con particolare riguardo alla valorizzazione dell'ambiente, alla logistica, alla riqualificazione territoriale e alla formazione;
- d) la predisposizione della mappatura analitica delle aree disponibili con le informazioni utili alle valutazioni delle imprese ai fini dell'insediamento, nonché delle aree industriali dismesse ai fini della promozione al loro riutilizzo;
- e) la promozione di iniziative in materia di responsabilità sociale d'impresa;

Esaminata complessivamente la proposta di Programma del marketing territoriale, la quale:

- contiene l'analisi statistica, socioeconomica e territoriale del Friuli Venezia Giulia, con approfondimento, tra l'altro, del tessuto produttivo regionale, del sistema della formazione, innovazione e ricerca, dei cluster e dei consorzi di sviluppo economico locale regionali;
- individua la strategia di marketing, compresi gli obiettivi di marketing territoriale, promozione e di risultato e le attività di monitoraggio e valutazione delle attività e dei risultati;
- individua, in linea con quanto previsto dalla legge regionale n. 11/2009, art. 30 quater, comma 2, il piano d'azione strutturato sulle seguenti tipologie di attività principali:

- a) promozione e comunicazione, prevedendo sia un mix di iniziative in grado di promuovere il Friuli Venezia Giulia e le sue specificità ed opportunità, tenendo conto dei settori e dei Paesi prioritari individuati per l'attrazione investimenti, sia attività di comunicazione attraverso mezzi digitali (Portale del marketing, sito

internet di Agenzia, profili social) e tradizionali (brochure) per colmare il gap conoscitivo che il Friuli Venezia Giulia sconta in ambito internazionale rispetto ad altre regioni italiane;

b) ricerca di nuovi investitori (*lead generation*) nei Paesi e nei settori prioritari per l'attrazione investimenti;

c) cura e mantenimento degli investitori già presenti (*aftercare*), che consente di mantenere costante il livello di soddisfazione dell'investitore estero insediato in Friuli Venezia Giulia rispetto alla scelta insediativa effettuata nonché di favorire l'incremento degli investimenti sul territorio sostenendone i progetti di espansione o co-localizzazione;

Agenzia Lavoro & SviluppoImpresa, per lo svolgimento delle attività sopra elencate, è organizzata per indagare ed approfondire costantemente sia l'offerta potenziale locale sia l'andamento della domanda di progetti di investimento estero. A tal fine, Agenzia:

a) aggiorna costantemente le *value proposition*, cioè le presentazioni generali e settoriali, anche mirate sui Paesi prioritari di attrazione investimenti, che evidenziano i contenuti di valore dell'offerta regionale rispetto alla domanda di investimenti esteri esistente;

b) assicura l'esercizio costante delle funzioni di *targeting*, intesa quale selezione di soggetti e componenti chiave della relazione di investimento, di prospezione internazionale per l'identificazione dei potenziali investitori di interesse e di *scouting* per la ricerca di opportunità/interlocutori;

Agenzia, inoltre, eroga costantemente i seguenti servizi rivolti ai potenziali investitori interessati a realizzare progetti di investimento, sia che siano già insediati in Friuli Venezia Giulia o meno:

a) informazione, attraverso la diffusione di materiali a vario grado di personalizzazione, da materiali standard fino a dossier localizzativi ad elevato grado di personalizzazione;

b) personalizzazione, offrendo misure e modalità di confezionamento dei materiali, informazioni, contatto, anche verbale, che consente l'individualizzazione della relazione con i potenziali investitori;

c) accompagnamento dei potenziali investitori interessati sul territorio regionale;

Tenuto conto che la proposta di Programma del marketing territoriale risponde agli elementi espressamente indicati dall'art. 30 quater, comma 2 della legge regionale n. 11/2009, in quanto:

a) **la ricerca di investitori nazionali ed esteri** è al centro della proposta sviluppata e viene svolta in modo mirato in base al Paese e al settore prioritario di attrazione investimenti in ottica sia di ricerca di nuovi investitori (*lead generation*) sia di cura e mantenimento di quelli già presenti (*aftercare*), senza dimenticare le modalità indirette di ricerca di investitori, garantite dalla collaborazione con la rete nazionale di attrazione investimenti e con la partecipazione a eventi, fiere, iniziative di sistema e progetti Paese;

b) **la promozione dell'immagine della regione, delle realtà produttive regionali e delle opportunità di investimento, anche tramite il portale di cui all'articolo 4 della legge regionale 3/2015 come sostituito dall'articolo 15, comma 5, lettera b), legge regionale 28 dicembre 2018, n. 29 (Legge di stabilità 2019)** è specificatamente oggetto delle attività di promozione e comunicazione sopra descritte;

c) **l'integrazione a livello di area territoriale delle politiche settoriali regionali e delle politiche locali, con particolare riguardo alla valorizzazione dell'ambiente, alla logistica, alla riqualificazione territoriale e alla formazione** sono profili tenuti in considerazione nella declinazione delle azioni e dei settori prioritari e nell'attenzione dedicata alle tre dimensioni chiave di Agenzia Lavoro & SviluppoImpresa:

- 1) Nuove generazioni, per diffondere la conoscenza sulle opportunità territoriali e rendere il Friuli Venezia Giulia attrattivo per le nuove generazioni, nonché fonte di occupazione coerente con i fabbisogni e i desiderata dei giovani;
- 2) Economia circolare, dando priorità a progetti di economia circolare;
- 3) Sviluppo sostenibile per privilegiare iniziative, investimenti e progetti che rispettano gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU;

d) **la predisposizione della mappatura analitica delle aree disponibili con le informazioni utili alle valutazioni delle imprese ai fini dell'insediamento, nonché delle aree industriali dismesse ai fini della promozione al loro riutilizzo** rappresenta un servizio che Agenzia realizza nel quadro dell'accompagnamento del potenziale investitore sul territorio regionale, anche attraverso la predisposizione e presentazione di dossier specifici su particolari lotti o complessi immobiliari;

e) **la promozione di iniziative in materia di responsabilità sociale d'impresa** è oggetto di specifica attività nell'ambito della proposta di Programma del marketing. Si prevede, infatti, di declinare l'edizione 2022 dell'*investment meeting* organizzato da Agenzia nell'ambito dell'attività di promozione dell'immagine della regione, delle realtà produttive regionali e delle opportunità di investimento sul tema delle società benefit e B Corp;

Su proposta dell'Assessore regionale alle attività produttive e turismo d'intesa con l'Assessore regionale al lavoro, formazione, istruzione, ricerca, università e famiglia,

La Giunta regionale, all'unanimità

Delibera

di approvare il Programma del marketing territoriale del Friuli Venezia Giulia, di cui ai documenti che ne costituiscono parte integrante:

- 1) Strategia e azioni, sub Allegato 1;
- 2) Analisi socio economica, sub Allegato 2.

IL PRESIDENTE

IL SEGRETARIO GENERALE