

Newsletter

arifl

Agenzia Regionale per l'Istruzione
la Formazione e il Lavoro

L'attrattività come leva competitiva

SOMMARIO

Editoriale, p.1

Introduzione, p.2

Perché l'attrattività, p.3

Quadro normativo nazionale, p.4

Quadro normativo regionale, p.4

I Paesi più "attrattivi", p.5

Conclusioni, p.7

I numeri, p.9

Editoriale

La crescita dell'occupazione in Lombardia, secondo i dati ufficiali di ISTAT, mostra una tendenza di lenta crescita dopo i minimi toccati nel 2010. La crescita non risulta sufficiente ad assorbire tutte le persone in cerca di occupazione e così contemporaneamente cresce la disoccupazione.

Da sempre gli investimenti esteri e la attrazione di nuovi insediamenti è vista come uno strumento per creare nuova occupazione aggiuntiva alle dinamiche del mercato interno.

Le difficoltà strutturali del paese che ostacolano gli investimenti in Italia sono note, ma meno noti e discussi sono gli strumenti ed i servizi che vengono messi a disposizione degli investitori per facilitare la comprensione delle specificità locali positive del territorio.

A questo tema è dedicato questo numero della newsletter che illustra casi ed esempi di estremo interesse anche per le esperienze in corso in Lombardia.

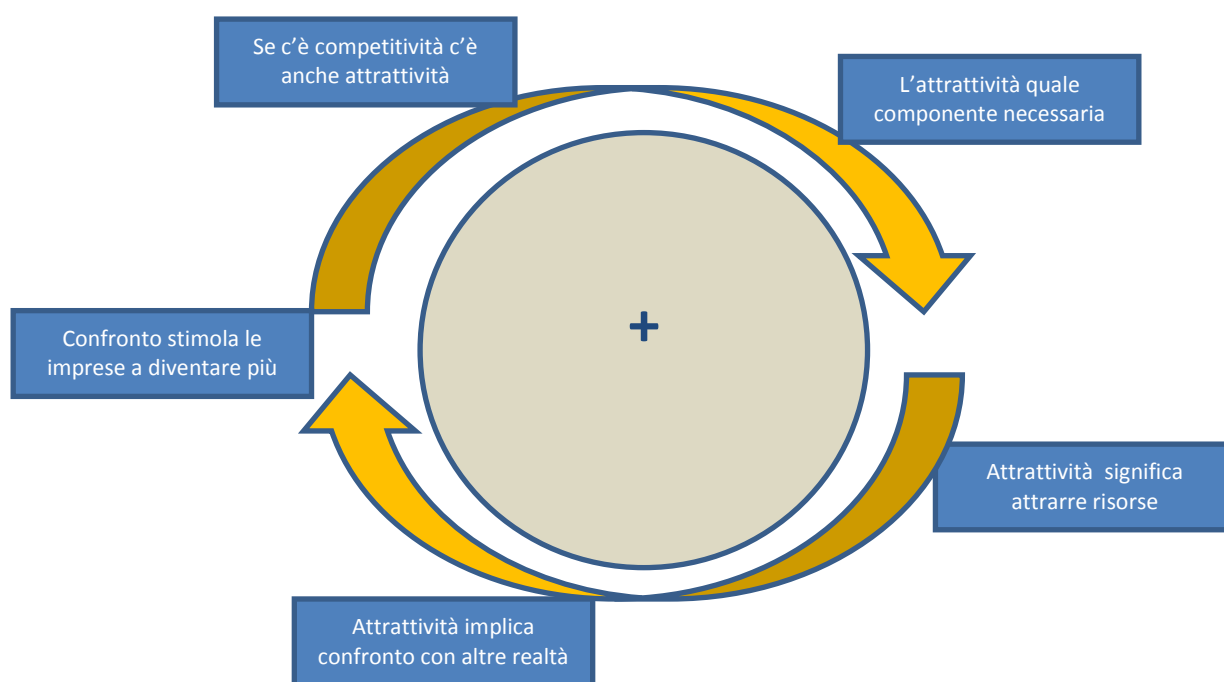
*Giampaolo Montaletti
Direttore Vicario Arifl*

Introduzione

La [Legge Regionale 11/2014](#) denominata “Impresa Lombardia: per la libertà di impresa, il lavoro e la competitività”, entrata in vigore il 21.02.2014, “promuove la crescita competitiva e la capacità di innovazione del sistema produttivo e l’attrattività del contesto territoriale e sociale della Lombardia nel rispetto dei principi di responsabilità, sussidiarietà e fiducia e libertà di iniziativa economica”.

Per dare attuazione a quanto previsto nel nuovo provvedimento, viene attribuito all’Agenzia Regionale Istruzione Formazione Lavoro (Arifl) di Regione Lombardia il ruolo di supporto nell’ambito delle politiche a sostegno della promozione, dell’attrattività del territorio e dell’occupazione.

Il tema dell’attrattività si pone come elemento fondamentale per il rilancio economico del nostro territorio e delle imprese. L’attrattività innesca un circolo virtuoso che si autoalimenta: una maggiore attrattività richiama nuove risorse finanziarie, competenze umane e know-how, favorisce un incremento della competitività locale che stimola un generale miglioramento e promuove la cultura del confronto con altri Paesi, comportando un ulteriore miglioramento in termini di attrattività.



Il “Dossier analitico e quadro comparativo di realtà europee e case studies in tema di attrattività¹”, realizzato da FAST – Federazione delle Associazioni Tecnico Scientifiche nell’ambito del servizio

realizzato per ARIFL di accompagnamento all’analisi e alla definizione di proposte e percorsi per lo sviluppo, l’attrattività del territorio e l’innovazione, mira:

- ad approfondire cosa si intende per attrattività e ad individuare i fattori chiave che la determinano;

¹ Per maggiori approfondimenti sul documento, si rimanda al Dossier [\(clicca qui\)](#);

- a conoscere lo stato dell'arte in tema di attrattività dell'Italia e di Regione Lombardia;
- ad analizzare alcune misure/best practice intraprese da altri Paesi.

In questo numero della Newsletter vi proponiamo degli abstract, rimandando al documento per una lettura completa.

Perché l'attrattività

Le nazioni, le regioni e tutte le dimensioni territoriali fino al più piccolo comune, sono oggi coinvolte in un rapido processo di globalizzazione e ogni realtà lavora per attrarre e trattenere uomini e investimenti al fine di garantire lo sviluppo, il benessere e la crescita continua della propria realtà sociale.

La progressiva apertura dei mercati, la liberalizzazione di beni e persone, dà agli imprenditori la possibilità di investire nelle aree maggiormente attrattive, pertanto vi è competizione tra realtà territoriali simili.

La capacità competitiva dei sistemi territoriali dipende non solo dall'efficienza degli operatori ma anche da fattori di sistema.

La Ricerca Siemens Ambrosetti² definisce l'attrattività come l'insieme di tre componenti fondamentali:

- territorio, inteso come sistema territoriale sul quale attrarre gli investimenti;
- immagine, intesa come percezione esterna del territorio;
- promozione, intesa come insieme delle attività finalizzate a far conoscere il territorio.

² "Gli indicatori e le politiche per migliorare il sistema Italia e la sua attrattività positiva" – Siemens Ambrosetti;

Analizza poi alcuni fattori chiave sui quali i paesi competitor intervengono per migliorare l'attrattività dei loro territori:

- dotazione naturale: benessere economico, infrastrutture, cultura pro business intesa come predisposizione verso il lavoro, livello di legalità, trasparenza – capitale tecnologico innovativo – capitale umano;
- immagine e reputazione: valutazione dei potenziali investitori;
- istituzioni: livello di sviluppo del sistema economico, efficienza della Pubblica Amministrazione nel favorire il business, sistema finanziario e sistema formativo;
- politiche: incentivi e fiscalità, intesi come pressione fiscale sul sistema economico. Quest'ultimo fattore ha giocato un ruolo importante in passato sull'attrazione degli investimenti. Ora il Patto di Stabilità e l'armonizzazione fiscale ne rendono difficile l'utilizzo. Gli incentivi invece appaiono interessanti ma di difficile quantificazione. In altre parole puoi misurare quanto il territorio offre ma non quanto viene effettivamente recepito dalle imprese. La ricerca ha evidenziato che molto spesso gli incentivi esistono solo a livello teorico, in quanto le modalità di partecipazione e di erogazione li rendono quasi inutilizzabili.

Questi fattori sono quelli rilevanti per i Paesi industriali avanzati che possono attrarre investimenti ad alta intensità di conoscenza. Gli investitori non sono attirati in Italia dalla ricerca di vantaggi di costo, come invece avviene spesso per i Paesi emergenti e in via di sviluppo ma, oltre che da motivazioni di mercato e di business, dalla ricerca di specifici fattori produttivi ad alto contenuto di conoscenza (es. tecnologie, know-how di settore, manodopera specializzata, ecc.).

L'utilizzo di incentivi e agevolazioni fiscali non determinano più come in passato, nei Paesi

europei, significativi incrementi di investimenti diretti esteri. È evidente che gli incentivi, se facilmente e velocemente incassabili, sono un'utile "aggiunta" a un pacchetto di attrazione su un territorio.

Il costo del lavoro e la flessibilità sono fondamentali a parità di altre condizioni. Quindi si cerca quel territorio che, a parità di altri fattori, ottimizza anche il costo del lavoro.

Quadro normativo nazionale

Il 19 settembre 2013 il Consiglio dei Ministri ha approvato il piano "Destinazione Italia". Si tratta di un progetto per attirare gli investimenti esteri e favorire la competitività delle imprese italiane, strutturato in cinquanta misure che incidono su tutto il "ciclo di vita dell'investimento" e toccano numerosi ambiti: dal fisco al lavoro, dalla giustizia civile alla ricerca, dal rafforzamento della rete estera al miglioramento della reputazione dell'Italia all'estero.

Tre sono i punti in cui si articola il piano: *attrazione, promozione, accompagnamento*.

Attrarre investimenti è essenziale per sostenere l'economia italiana perché consente l'apertura di nuove attività e insediamenti produttivi, la riconversione di attività esistenti, la capitalizzazione e il rafforzamento finanziario delle nostre imprese, la creazione di lavoro e conoscenza.

Per attrarne di più, da un lato occorre facilitare la vita degli investitori esteri e degli imprenditori italiani, assicurando certezza del diritto, del fisco e dei tempi nelle autorizzazioni.

Occorre tornare ad attrarre capitale umano, oltre che finanziario, aprendo il Paese all'apporto di tecnici, professionisti e imprenditori stranieri.

È necessario inoltre rafforzare la promozione del sistema Italia all'estero. La promozione delle opportunità di investimento offerte dal nostro Paese e la ricerca di potenziali investitori infatti

sono complementari agli interventi di miglioramento del business.

Le misure del pacchetto sono raggruppate nelle seguenti categorie:

1	Rendere più facili gli investimenti
2	Attrarre gli investimenti
3	Investire nelle persone
4	Promuovere l'Italia nel mondo

* Ciascuna misura è dettagliata nei contenuti e viene indicata la tempistica di realizzazione.

Quadro normativo regionale

Regione Lombardia ha recentemente approvato la legge 11/2014 "Impresa Lombardia: per la libertà di impresa, il lavoro e la competitività", che introduce una serie di strumenti a sostegno dell'attrattività. L'Accordo per la competitività consistente in uno strumento negoziale sottoscritto da tutti i soggetti interessati per definire diritti e obblighi reciproci, che sostituisce tutti i procedimenti intermedi e consente di avere certezza su tempi allo scopo di sostenere investimenti privati finalizzati a favorire la realizzazione di progetti di sviluppo rilevanti.

La legge prevede anche interventi di facilitazione dell'accesso al credito attraverso il potenziamento degli interventi di garanzia per le micro e piccole imprese, l'ottimizzazione della filiera delle garanzie, la riorganizzazione del sistema dei Confidi e la sperimentazione di modelli alternativi di accesso al credito per le medie e grandi imprese.

Sono inoltre previste agevolazioni consistenti in misure volte a sostenere la liquidità delle imprese lombarde, nonché gli investimenti delle medesime con particolare attenzione agli ambiti dell'innovazione, della ricerca, delle infrastrutture immateriali e dello sviluppo sostenibile.

E' prevista l'erogazione di incentivi, contributi, voucher e sovvenzioni e di ogni altra forma di

intervento finanziario, privilegiando quelli basati su fondi rotativi, anche a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese insediate nel territorio lombardo e dell'insediamento di imprese estere.

I PAESI PIU' "ATTRATTIVI"

Sono stati analizzati i principali driver dello sviluppo economico e dell'occupazione che muovono le leve di attrattività in sette differenti Paesi (5 europei e 2 extra europei). I Paesi presi in considerazione sono quelli il cui indice di attrattività risulta il più elevato.

Nel documento sono disponibili le schede descrittive. Ognuna di esse viene introdotta da una presentazione dell'economica del Paese evidenziando gli investimenti esteri, le misure nazionali e regionali a supporto di start up e nuove imprese nonché incentivi fiscali e sussidi per sostenere gli investimenti esteri. Per ogni scheda inoltre viene condotta un'analisi sull'Agenzia nazionale preposta alla promozione dell'attrattività.

Di seguito una sintesi delle schede Paese.

PAESE E AGENZIA NAZIONALE PER L'ATTRATTIVITÀ	FATTORI DI SUCCESSO
AUSTRIA Austrian Business Agency (ABA)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Sicurezza degli approvvigionamenti energetici e costi bassi per l'energia elettrica ad uso industriale; ❖ stabilità politica e sociale, qualità della vita alta; ❖ infrastrutture sviluppate, con l'aeroporto più efficiente verso l'Europa centrale ed orientale; ❖ base ideale per il business in Europa orientale e sud-orientale con oltre 1.000 centrali di coordinamento per l'Europa dell'Est al servizio di imprese estere; ❖ vantaggi fiscali grazie ad una bassa tassazione di gruppo e incentivi allettanti per la ricerca; ❖ location efficiente con elevata produttività lavorativa e bassi costi salariali. <p>Il panorama imprenditoriale dell'Austria è caratterizzato da piccole e medie imprese innovative, da una crescita dinamica nelle costituzioni d'impresa nonché da un aumento degli investimenti diretti. I principali rami industriali, sui quali l'ABA punta per attrarre investimenti riguardano la produzione chimica e automobilistica, la meccanica, l'elettronica, le bioscienze, le telecomunicazioni, il turismo e le tecnologie ambientali.</p>
ISRAELE Investment Promotion Center (IPC)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacità di innovazione; ❖ Forza lavoro giovane e qualificata; ❖ Eccellenza scientifica e profitto industriale; ❖ Florido venture capital market. <p>Gli ambiti di eccellenza di Israele sui quali l'IPC punta ad attrarre investimenti sono i seguenti: ICT e Telecomunicazioni, Microelettronica, Aerospazio, Nanotecnologie, Scienze naturali, Agrotecnologia ed Energie Rinnovabili.</p>
OLANDA Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Imposte sulla società più basse rispetto a quelle presenti in altri Paesi europei; ❖ sistema di tassazione particolarmente vantaggioso per coloro che vogliono stabilire un'attività nel Paese; ❖ posizione geografica privilegiata e facile accesso ai mercati "ad alto reddito" europei; ❖ attività di ricerca e sviluppo; ❖ qualità e velocità della connessione internet.

PAESE E AGENZIA NAZIONALE PER L'ATTRATTIVITÀ	FATTORI DI SUCCESSO
GRAN BRETAGNA InvestUK	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Stabilità economica e politica; ❖ posizione strategica verso il resto d'Europa; ❖ tempi brevi richiesti per avviare un'impresa; ❖ sistema legale considerato tra i più efficienti al mondo ❖ contesto che promuove e favorisce l'innovazione, attraverso incentivi fiscali e specifiche misure ❖ regime fiscale favorevole per Ricerca & Sviluppo e proprietà intellettuale; ❖ più grande centro finanziario in Europa.
IRLANDA Industrial Development Authority (IDA)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Economia competitiva e un contesto finanziario vantaggioso, che comprende un sistema fiscale favorevole e una forza lavoro giovane e qualificata; ❖ alti livelli di produttività; ❖ Posizione geografica facilmente accessibile e ben collegata con il resto d'Europa; ❖ Sistema scolastico prestigioso; <p>Le aree principali sulle quali l'IDA punta per attrarre gli investimenti esteri sono: Ricerca e Sviluppo, Servizi Finanziari, Innovazione e settore Manifatturiero (High End Manufacturing). Gli ambiti chiave all'interno di queste aree sono le Scienze (farmaceutica, biofarmaceutica e tecnologie mediche), l'ICT, Ingegneria, Servizi Professionali, Media digitali, servizi internazionali e consumer brands, mentre per il futuro l'agenzia punta su Tecnologie Pulite, Innovazione di Servizi e Accordi internazionali.</p>
SVIZZERA Switzerland. Trade & Investment Promotion	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Creazione d'impresa semplice, procedure burocratiche efficienti e a densità normativa contenuta, non ci sono leggi anti-dumping; ❖ stretta rete internazionale e relazioni di fiducia con l'Europa, importante partner commerciale; ❖ infrastrutture di prim'ordine ed elevata qualità della vita; ❖ cluster economico leader nel mondo, importante piazza finanziaria; ❖ mercato del lavoro flessibile e alta produttività; ❖ forza lavoro qualificata con esperienze internazionali superiori alla media degli altri paesi europei; ❖ moderata imposizione fiscale che prevede aliquote fiscali concorrenziali a livello europeo, tasse contenute e alta stabilità dei prezzi.
CANADA Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Forte crescita economica; ❖ facile accesso al mercato; ❖ forza lavoro altamente qualificata; ❖ sistema di aliquote d'imposta favorevole (effettiva aliquota d'imposta pari al 17%); ❖ stabilità finanziaria e ambiente favorevole per vivere e investire.

Confronto con l'Italia

A livello nazionale l'attrazione degli investimenti esteri passa da Invitalia, Agenzia nazionale che agisce su esplicito mandato del Governo. Sul sito di Invitalia³

è possibile reperire informazioni generali sul Paese, il sistema di governo, la tassazione, il mercato del lavoro, le aree di sviluppo. Queste le motivazioni per

³ <http://www.invitalia.it>;

cui un imprenditore straniero dovrebbe scegliere il nostro Paese per avviare un'attività:

“Scegliere l'Italia

- la posizione strategica in Europa e nel Mediterraneo;
- la capillarità delle infrastrutture;
- l'ambiente economico favorevole alla creazione di business;
- le opportunità per le imprese in espansione;
- le facilitazioni e l'accoglienza degli investitori esteri;
- il sistema della conoscenza;
- la disponibilità di capitale umano altamente qualificato;
- la qualità e lo stile di vita”.

Gli indicatori internazionali tuttavia segnalano una bassa attrattività dell'Italia: secondo l'Indicatore potenziale attrattivo (Unctad 2012) l'Italia è un paese con alto potenziale e bassi risultati.

Il Global Competitiveness Indicator (World Economic Forum 2013) classifica l'Italia 49a su 148 paesi mentre l'Indicatore Doing Business (Banca Mondiale 2014) classifica l'Italia 65a nel mondo su 189 paesi per facilità di fare impresa (Germania 21a, Francia 38a, Spagna 52a, UK 10a).

Le ragioni che portano a tali risultati sono diverse.

Uno studio della Banca d'Italia⁴ rileva in particolare che alcuni fattori più di altri determinano l'inferiore attrattività dell'Italia rispetto a quella di altri Paesi. Tra questi fattori ci sono: i tempi troppo lunghi per l'avvio d'impresa, la tutela del credito e il rispetto dei contratti, l'efficienza nella risoluzione delle dispute commerciali, il funzionamento della giustizia civile e delle amministrazioni locali, la corruzione.

A livello nazionale il processo di incentivazione agli investimenti dall'estero è in corso: le misure previste dal Decreto Destinazione Italia sono state approvate dal Senato nel febbraio 2014 e introducono una serie

di agevolazioni che vanno dal credito d'imposta per gli investimenti in ricerca nelle imprese alla facilitazione dell'ingresso e del soggiorno in Italia per ricercatori o investitori in start up innovative. L'attuazione di molte misure rimane, tuttavia, vincolata all'emanazione di decreti ministeriali e per alcune di esse non vi è copertura finanziaria per l'anno in corso. Il processo di avvicinamento a modelli stranieri più attivi ed efficienti nelle modalità di attrazione di risorse dall'estero si prospetta dunque attuabile in un arco temporale non breve.

A livello lombardo, si segnala l'iniziativa Invest in Lombardy⁵, promossa da Regione Lombardia in collaborazione con Unioncamere Lombardia e Promos, che, attraverso un sito articolato e la pubblicazione “Handbook for foreign Investors”, presenta le opportunità di investimento sul territorio e tutti i passaggi necessari per l'avvio d'impresa, con una panoramica dettagliata delle diverse tipologie di impresa e del relativo regime fiscale. Sempre a livello regionale, la legge 11 approvata dalla Giunta di Regione Lombardia nel febbraio 2014 muove importanti passi nella direzione della semplificazione burocratica e amministrativa, contribuendo in modo significativo a rendere il territorio lombardo più attraente per potenziali investitori stranieri.

Per quanto riguarda le iniziative a livello provinciale, è interessante menzionare quella della Camera di Commercio di Milano, che, attraverso l'azienda speciale Promos, svolge il ruolo di *business integrator* nell'ambito dell'iniziativa “Invest in Milan”⁶, fornendo ai potenziali investitori stranieri servizi dedicati per favorire l'insediamento sul territorio e assistenza nella fase di post insediamento.

Conclusioni

A livello internazionale l'Italia non figura tra i paesi più attrattivi per quanto riguarda gli investimenti diretti esteri a causa di condizioni di tipo fiscale, amministrativo e culturale ritenute non

⁴Discussione di quattro articoli su “Attrattività e investimenti dall'estero in Italia” - Giorgia Giovannetti, Banca d'Italia, 27 febbraio 2014;

⁵ <http://www.investinlombardy.com>

⁶ <http://www.investinmilan.it>

particolarmente vantaggiose. Tuttavia, a livello nazionale si sono intraprese importanti misure volte ad incoraggiare gli investimenti esteri nel paese, facilitando l'ingresso ed il soggiorno a ricercatori, investitori, start up innovative ecc.

Anche a livello regionale se sul fronte dell'export le performance di Regione Lombardia sono allineate a quelle delle altre regioni sviluppate del Nord (32,6% contro 28,7% dato medio italiano - fonte ISTAT,DPS 2012), i dati relativi agli investimenti esteri in entrata mostrano un andamento leggermente inferiore rispetto alle altre regioni del nord, nonostante la lieve ripresa registrata nel triennio 2008-2011 (ISTAT –PDS 2011). Per questo già nel Programma Operativo FESR 2014-2020 Regione Lombardia prevede misure specifiche per avviare una strategia di attrazione di potenziali investitori esteri. In questa direzione va anche la legge regionale 11/2014.

Il documento propone un quadro sinottico che mette a confronto i servizi base offerti dalle Agenzie per l'attrattività operanti nei paesi selezionati.

Dalla matrice si può constatare che tutte le Agenzie estere offrono il servizio di Ricerca di potenziali partner locali. Sei agenzie su sette offrono servizi informativi su tematiche di natura fiscale e amministrativa per la costituzione di una nuova società: tale servizio è parzialmente offerto dal portale camerale Invest in Milan. Seguono, per rilevanza, i Servizi di intermediazione tra aziende ed enti governativi e Università e i Servizi di accompagnamento per l'individuazione di finanziamenti pubblici e/o privati.

In conclusione, i principali fattori di successo che rendono un'agenzia per l'attrattività efficiente sono:

- ❖ *il capitale umano*: uno staff preparato;
- ❖ *i servizi offerti*: valutazione della struttura aziendale ottimale e illustrazione del sistema fiscale nazionale; supporto nella scelta della business location più vantaggiosa;

- ❖ *la presenza di una banca dati per gli investimenti*: una banca dati per la mappatura di potenziali intermediari e stakeholders;
- ❖ *la chiarezza e completezza del sito internet*: sito disponibile in diverse lingue, ricchezza di ricerche/indagini e materiale di interesse per gli investitori; presentazione e descrizione chiara e concisa dei vari settori; servizi precisi e accurati di customer care;
- ❖ *il network*: capacità di creare contatti con i diversi stakeholders interessati.



Lombardia in numeri

	II trim 2013	III trim 2013	IV trim 2013	I trim 2014	II trim 2014
Popolazione*	10.000	10.015	10.028	10.039	10.052
Maschi	4.902	4.911	4.918	4.924	4.931
Femmine	5.098	5.105	5.110	5.115	5.121
Tasso di attività 15-64**	70.4	70.5	71.0	70.7	70.9
Maschi	63.0	78.4	78.7	78.6	78.6
Femmine	63.4	62.5	63.1	62.7	63.1
Tasso di occupazione 15-64**	65.0	65.2	64.7	64.4	65.1
Maschi	72.0	72.8	72.0	71.7	72.2
Femmine	57.9	57.5	57.2	56.9	57.9
Tasso di disoccupazione**	7.6	7.4	8.7	8.9	8.0
Maschi	7.2	6.9	8.3	8.6	8.0
Femmine	8.0	8.0	9.2	9.2	8.1
Numero occupati*	4.320	4.331	4.298	4.284	4.333
Maschi	2.435	2.457	2.432	2.433	2.446
Femmine	1.885	1.873	1.866	1.851	1.887
Numero disoccupati*	353	346	411	416	379
Maschi	188	183	221	229	213
Femmine	165	162	190	187	166

Fonte: ISTAT (Rcfl IV trim 2013 e II trim 2014). Valori espressi in migliaia (*) e in percentuale (**)

LINK UTILI

Newsletter Mercato del Lavoro

Per accedere all'archivio [clicca qui](#)

Report Mercato del Lavoro

Per accedere all'archivio [clicca qui](#)

Rassegna stampa Mercato del Lavoro

Per iscriverti [clicca qui](#)

Iscrizione Newsletter Arifl

Per iscriversi al servizio newsletter [clicca qui](#)

Arifl

Via T.Taramelli, 12

Milano, 20124

Tel. 02 667431

redazione@arifl.it

www.arifl.it

Riproduzione autorizzata con citazione della fonte.