BURC n° 03 del 14 gennaio 2002

REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 15 novembre 2001 - Deliberazione n. 6117 - Area Generale di Coordinamento Sviluppo Attività Settore Secondario - **Agenzia di Marketing Territoriale (art. 26 legge di Bilancio) "Approvazione Statuto" - Per l'invio al Consiglio.**

omissis

PREMESSO che

• la Regione Campania è impegnata nella definizione ed attivazione di azioni specifiche dirette a favorire e sostenere lo sviluppo culturale, sociale ed economico del territorio campano;

• gli interventi si fondano su un'attenta analisi dei bisogni, su azioni di benchmarking delle esperienze nazionali ed internazionali e su una oggettiva valutazione degli strumenti e dei soggetti già presenti sul territorio operanti in questo settore, al fine di predisporre un disegno di intervento che tenda a realizzare un progetto di sviluppo territoriale;

• i fenomeni di giobarizzazione ed internazionalizzazione impongono una competizione non soltanto tra le imprese, o sistemi di imprese, ma, soprattutto, tra sistemi territoriali;

• la sfida di diventare competitivi con gli altri, sistemi territoriali nazionali ed internazionali nel campo dell'attrazione degli investimenti di provenienza esterna alla regione è riconosciuta fondamentale per lo sviluppo socio-economico e per l'internazionalizzazione del territorio, attraverso la collaborazione di tutti gli attori istituzionali ed economici locali;

CONSIDERATO che

• la Campania da sempre attiva nel promuovere nel mondo l'attività delle proprie imprese, sconta, investe, forti ritardi nell'attrazione di investimenti provenienti da altre zone di Italia e dall'estero, a causa non solo del gap di competitività, ma anche dell'assoluta assenza di iniziative nel settore della promozione e della comunicazione all'esterno del "territorio - Campania";

• il territorio regionale, infatti, è ancora troppo poco e male conosciuto presso i grandi operatori nazionali ed internazionali, necessitando di adeguate ed utili strategie di promozione e comunicazione, relative alle opportunità localizzative e a vantaggi fiscali e finanziari, finalizzate a correggere e migliorare la percezione del territorio;

RITENUTO che

• inserire la Campania tra i poli di attrazione di nuovi investimenti è, altresì, strumento fondamentale sia per prevenire casi di delocalizzazione che di sostegno a progetti di sviluppo,

• le attività di promozione e comunicazione costituiscono, attraverso il rapporto diretto con il sistema imprese e con altri soggetti che intervengono ed influenzano il processo decisionale relativo alla localizzazione di investimenti, strumento indispensabile per indirizzare le suddette azioni della Regione stessa e di tutti gli altri soggetti pubblici e privati, nel creare le condizioni migliori per la realizzazione degli investimenti;

CONSIDERATO che

• la Regione Campania, per i suindicati motivi, intende predisporre un progetto per la creazione di un'Agenzia di marketing territoriale per lo sviluppo di attività produttive sul territorio regionale, così come previsto dall'art. 26 della Legge Regionale n. 10 del 11 agosto 2001 recante "Disposizioni di Finanza Regionale anno 2001, pubblicata sul B.U.R.C. N. 44 del 29 del agosto 2001;

• il ragionare in termini di progetto intende sottolineare appunto che l'enfasi è posta sulle funzioni e sui contenuti piuttosto che sulle forme;

• nel progetto di Agenzia Regionale potranno trovare sbocco e collegamento, nonché adeguata valorizzazione, le azioni promosse dai singoli Assessorati relative ad aspetti specifici dello sviluppo regionale ma indissolubilmente connessi in una logica di sistema;

• le attività principali dell'Agenzia saranno:

- far conoscere e promuovere il Sistema Produttivo della Campania;

- promuovere e sviluppare nuove opportunità di investimenti provenienti dall'esterno sia nazionali che internazionali, con particolare attenzione alle aree interessate da fenomeni del declino industriale;

- promuovere ed attrarre sul territorio regionale investimenti e partnerships di società esterne in società campane;

- promuovere azioni di marketing urbano e territoriale, finalizzate alla valorizzazione delle opportunità immobiliari della regione e delle aree metropolitane;

- curare le attività di accoglienza, offrendo, attraverso uno sportello integrato, un'assistenza globale alle attività in via di insediamento;

- le suddette attività verranno svolte in stretta collaborazione con tutti gli attori istituzionali ed economici locali, mirando ad una opportuna integrazione, mediante la istituzione di un Comitato consultivo, nominato dal Presidente della Giunta Regionale, composto anche dai rappresentanti delle Camere di Commercio regionali, dalle associazioni di categoria, dalle rappresentanze sindacali e dagli Enti locali;

RILEVATO che

• l'Agenzia acquista personalità giuridica ed autonomia imprenditoriale con l'approvazione dello Statuto da parte del Consiglio regionale;

• con Regolamento approvato dal Consiglio Regionale e sentite le Commissioni Consiliari competenti, saranno individuate organizzazione e modalità di funzionamento dell'Agenzia medesima;

• all'onere relativo alla istituzione e funzionamento per l'esercizio finanziario 2001, trova capienza per lire 10 miliardi nello stanziamento del capitolo n. 4048 di nuova istituzione del Bilancio di Previsione dell'Ente regionale denominato "Fondo per la costituzione dell'Agenzia del Marketing Territoriale per lo sviluppo di attività produttive sul territorio regionale";

RITENUTO lo schema di statuto meritevole di approvazione con conseguente mandato al Presidente della Giunta di procedere alla stipula dell'atto costitutivo;

PROPONE e la Giunta in conformità a voti unanimi

DELIBERA

Per i motivi di cui in narrativa e che si intendono qui riproposti e riscritti e che costituiscono parte integrante della presente deliberazione:

- di approvare lo schema di Statuto allegato;

- di sottoporre lo Statuto all'approvazione del Consiglio Regionale;

- di dare mandato al Presidente della Giunta Regionale.

a) di istituire, a supporto dell'Agenzia, un Comitato consultivo composto anche dai rappresentanti delle Camere di Commercio regionali, dalle Associazioni di categoria, dalle rappresentanze sindacali e degli Enti locali;

b) di provvedere, con separati atti, agli adempimenti consequenziali;

- di prendere atto che l'onere relativo alla istituzione e funzionamento per l'esercizio finanziario 2001, trova capienza per lire 10 miliardi nello stanziamento del capitolo n 4048 di nuova istituzione del Bilancio di Previsione dell'Ente regionale denominato «Fondo per la costituzione dell'Agenzia di Marketing Territoriale per lo sviluppo di attività produttive sul territorio regionale";

- di effettuare con tale provvedimento l'impegno di spesa pari a lire 10 miliardi per l'istituzione e funzionamento dell'Agenzia;

- di trasmettere il presente provvedimento, unitamente all'allegato, al Consiglio Regionale per l'approvazione dello Statuto, all'AGC Bilancio, Ragioneria e Tributi per l'impegno, all'AGC Sviluppo Settore Secondario per competenza, all'AGC Demanio e Patrimonio e al Settore Stampa e Documentazione per gli atti connessi.

Il Segretario	Il Presidente
Di Giacomo	*Bassolino*