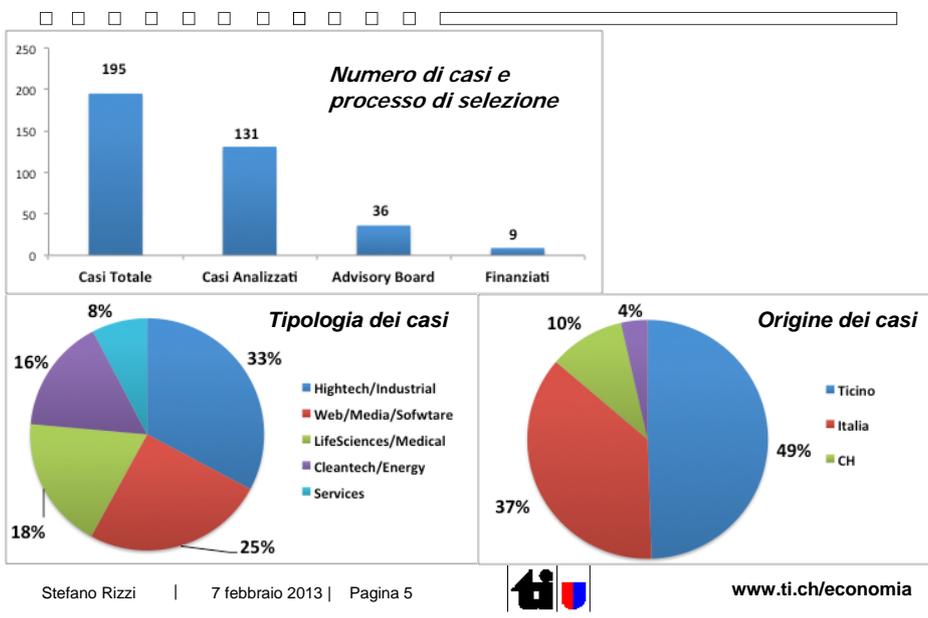






## 1. Casi Fondazione AGIRE 2011-2012



## 2. Sostegno all'auto-imprenditorialità

Servizio inter-dipartimentale DFE / DECS

[www.fondounimpresa.ch](http://www.fondounimpresa.ch)

### Strumenti

- consulenza e coaching
- corsi di gestione aziendale
- L-rilocc: copertura per i primi 2 anni degli oneri sociali del titolare, finanziamento di un accompagnamento
- prestiti per l'inizio dell'attività (OBTG, Fondi di promozione regionale)

Stefano Rizzi | 7 febbraio 2013 | Pagina 6



[www.ti.ch/economia](http://www.ti.ch/economia)







## Commento slide giornata dell'export – 7.2.2013

### Politiche di sostegno allo sviluppo economico e marketing territoriale

#### SLIDE 1

In entrata vorrei fare una doverosa precisazione, e cioè che preferiamo non più parlare di "promozione economica" perché la riteniamo una terminologia troppo generica che spesso si confonde ad esempio con un sottotema quale il marketing territoriale.

Preferiamo quindi parlare di "sviluppo economico".

Oggi, come Cantone, abbiamo dei chiari obiettivi di sviluppo economico.

1. **Aumento della capacità innovativa e della concorrenzialità delle PMI orientate all'esportazione** tramite il sostegno a settori prioritari, il trasferimento del sapere e il sostegno ad iniziative trasversali a favore delle PMI.
2. **Riposizionamento e rafforzamento del turismo cantonale** tramite la stimolazione della qualità e dell'innovazione, il perfezionamento delle strutture e offerte innovative.

#### SLIDE 2

La strategia adottata per garantire il raggiungimento degli obiettivi appena visti si basa su due principali pilastri:

1. Il primo è la politica economica regionale, che adotta una logica di sistema, favorendo quindi le migliori condizioni per intraprendere iniziative economiche. In particolare si adottano strumenti che hanno un impatto in ambito pre-competitivo e di messa in rete.
2. Il secondo pilastro è rappresentato da tutti gli strumenti a diretto sostegno di singole iniziative e delle aziende (i più importanti: L-Inn, L-Tur, L-rilocc). Ed è qui che troviamo anche le attività di sostegno alle attività economiche e il marketing territoriale su cui focalizzerò la presentazione di oggi.

A sostegno di questi pilastri non va poi dimenticata tutta l'attività di monitoraggio e di analisi della competitività dell'economia cantonale svolta con il supporto dell'Istituto di ricerche economiche dell'USI.

Per chiarezza, ritengo utile indicare un qualche esempio di cosa intendiamo con:

- ⇒ ambito pre-competitivo: Fondazione AGIRE, politica dei poli di sviluppo economico, supporto all'internazionalizzazione, successione aziendale, ecc.
- ⇒ messa in rete: casa dell'innovazione, carta turistica, centro di competenza agroalimentare, ecc.
- ⇒ *Filiera bosco – legno;*
- ⇒ *Filiera agro-alimentare.*
- ⇒ *Filiera dell'audiovisivo;*
- ⇒ *Itinerari turistico-culturali;*
- ⇒ *Filiera salute e benessere.*
- ⇒ *Fondazione AGIRE: piattaforma cantonale per il trasferimento delle conoscenze, delle tecnologie e per la promozione dell'imprenditorialità.*
- ⇒ *Filiera delle scienze della vita.*
- ⇒ *Opportunità di sviluppo economico derivanti dalla messa in esercizio di Alptransit.*
- ⇒ *Centro di competenza per la mobilità sostenibile.*
- ⇒ *Filiera dell'agroalimentare*

**SLIDE 3**

- ⇒ A sostegno delle aziende e degli imprenditori ci sono molti attori e il compito del Cantone è quello di favorire un lavoro coordinato per sfruttare al massimo i grandi potenziali a disposizione (risorse umane e finanziarie).
- ⇒ Nell'ambito del sostegno alle attività economiche distinguiamo 4 compiti principali:
1. **Sostegno alle aziende start-up:** favorire la nascita di progetti con grande potenziale di sviluppo legato a modelli di business innovativi e a tecnologie all'avanguardia.
  2. **Sostegno a chi si vuole mettere in proprio (auto-imprenditorialità):** favorire l'indipendenza e la creazione di nuove micro-aziende.
  3. **Sostegno alle aziende esistenti:** favorire un ancoraggio al territorio, favorirne lo sviluppo, l'innovazione, l'internazionalizzazione e in generale la crescita o la trasmissione.
  4. **Attrazione di aziende dall'estero (marketing territoriale):** favorire una diversificazione della struttura economica cantonale rafforzandola con aziende che portano nuove competenze di alto livello e che creano posti di lavoro qualificati per residenti.

**SLIDE 4 [www.agire.ch](http://www.agire.ch)**

- ⇒ La Fondazione AGIRE è stata costituita nel 2011 con una logica di partnership tra pubblico e privato. I soci fondatori sono, oltre al Cantone Ticino: USI, SUPSI, AITI e CC-TI + ERS.
- ⇒ Lo scopo è molto chiaro e ben definito: favorire il trasferimento di tecnologia (push e pull + progetti KTI) e sostenere attivamente le start-up con attività di coaching.
- ⇒ Tramite la società Agire Invest SA opera inoltre, con la forma del *seed money*, a sostegno delle start-up più innovative, grazie a un capitale di 7 milioni di franchi stanziati dal Cantone. Generalmente investe un massimo di CHF 500'000 ed entra nel capitale (e nel CdA) delle aziende.
- ⇒ Come detto prima si tratta di un'iniziativa sviluppata e finanziata in seno alla politica economica regionale.
- ⇒ Grazie alla rete internazionale di contatti la Fondazione AGIRE ha anche un ruolo di attrazione di nuovi progetti, e svolge quindi indirettamente un'attività di marketing territoriale.
- ⇒ Strutture fisiche: Tecnopolo e futura Casa dell'innovazione (prevista in ambito politica economica regionale).

**SLIDE 5 [www.agire.ch](http://www.agire.ch)**

Dall'inizio dell'attività sono stati analizzati ca. 200 casi. I settori sono diversi, ma spiccano l'information e communication technology e l'alta tecnologia nell'industria (comprende: meccanica di precisione, elettronica, microelettronica, mecatronica, robotica, aereospaziale, ecc.). Grande importanza poi per le attività che si occupano di scienza della vita e clean-tech.

La maggior parte dei casi analizzati hanno una provenienza svizzera o ticinese ma spicca l'interesse dimostrato da iniziative provenienti dalla vicina penisola.

Dei 130 casi analizzati in dettaglio 36 sono stati approfonditi nell'advisory board e alla fine 9 sono stati finanziati.

**SLIDE 6 [www.fondounimpresa.ch](http://www.fondounimpresa.ch)**

- ⇒ Al fine di garantire le migliori condizioni per la nascita e lo sviluppo di microimprese è necessario fornire in maniera integrata tutti gli strumenti disponibili. Per questo DFE e DECS collaborano attivamente per unire in maniera funzionale tutta l'esperienza e gli strumenti sviluppati a favore di chi si vuole mettere in proprio.
- ⇒ Grazie a questo approccio è stato così possibile ottimizzare ulteriormente gli strumenti a disposizione e affinare le procedure di collaborazione.
- ⇒ Importante in questo contesto anche la buona collaborazione con tutte le associazioni no-profit che fanno un grande lavoro di sostegno a chi si vuole mettere in proprio.
- ⇒ E' così che è nato il servizio interdipartimentale conosciuto come **fondounimpresa.ch** (che è anche il portale di riferimento).
- ⇒ Strumenti:
- Consulenza e coaching;
  - Corsi di gestione aziendale;
  - L-rilocc: copertura per i primi 2 anni degli oneri sociali del titolare, finanziamento di un accompagnamento professionale nella fase di avvio.
  - Prestiti per l'inizio dell'attività
    - OBTG
    - Fondi di promozione regionale gestiti dalle Agenzie regionali di sviluppo con capitali messi a disposizione dal Cantone nell'ambito della Politica economica regionale).

**SLIDE 7**

- ⇒ Con la L-rilocc nel 2012 sono state promosse 110 nuove attività indipendenti.
- ⇒ Sono stati aperti due sportelli: per il sopraceneri uno presso il Centro d'Arti e Mestieri di Bellinzona e per il sottoceneri presso il Centro Professionale di Trevano.
- ⇒ Dall'inizio dell'attività i formatori hanno preso a carico 190 richieste di sostegno o di consulenza.
- ⇒ Dall'inizio del progetto 378 persone hanno seguito i corsi di gestione aziendale

**SLIDE 8**

Prima di entrare nei dettagli degli ambiti "sostegno alle aziende esistenti" e "attrazione di aziende dall'estero" è importante ricordare il recente accordo siglato tra il Consiglio di Stato e la Camera di commercio del Cantone Ticino per condividere le attività di marketing territoriale ed internazionalizzazione.

Lo scopo principale dell'accordo è quello di creare una rete di contatti che permetta ai vari attori di svolgere al meglio il proprio compito, sfruttando in maniera ottimale le conoscenze presenti sul terreno, sempre ovviamente nel rispetto assoluto dei rispettivi ruoli.

In questo senso l'autorità cantonale mantiene la funzione di leader nell'ambito della promozione del territorio (marketing territoriale), con il supporto dei privati, per attirare nuove aziende. Per la parte concernente l'attività dalla Svizzera verso l'estero (esportazione, missioni economiche all'estero, ecc.), la leadership è invece del privato, con il sostegno istituzionale del Cantone.

**SLIDE 9** [www.ti.ch/sviluppo-economico](http://www.ti.ch/sviluppo-economico)

- ⇒ Le aziende esistenti sono l'ossatura della nostra economia cantonale e ce ne dobbiamo occupare in maniera attenta.
- ⇒ Si parte con i contatti regolari con le maggiori società insediate in Ticino
  - con la Consigliera di Stato;
  - tramite i servizi di sviluppo economico dei maggiori centri e tramite le Agenzie regionali di sviluppo (su mandato del Cantone).
- ⇒ Legge per l'innovazione economica (credito quadro di CHF 32+4 mio per 4 anni):
  - Incentivi all'innovazione nel settore industriale o terziario avanzato connesso all'industria
    - Con contributi finanziari su parte degli investimenti.
    - Con contributi per partecipare a progetti di ricerca.
  - Incentivi all'internazionalizzazione:
    - Incentivi finanziari per la partecipazione a fiere.
    - Contributi finanziari per la consulenza dell'OSEC per la valutazione di nuovi possibili mercati.
  - Altri strumenti saranno sviluppati nell'ambito dell'attuale revisione in corso (per esempio incentivi nell'ambito della successione aziendale).
- ⇒ Favorire l'innovazione grazie al trasferimento tecnologico aziende – istituti di ricerca e viceversa (ex TicinoTransfer, ora Fondazione AGIRE)
- ⇒ Fideiussione per accesso al credito bancario:
  - Cooperativa di fideiussione della Svizzera orientale OBTG che serve anche le aziende ticinesi con un consulente che parla italiano.
  - Fondo di BancaStato con fideiussione cantonale per erogare crediti a PMI votate all'esportazione e strutturalmente sane (inserito nel pacchetto anticrisi 2009-2011 e poi anche nel secondo pacchetto varato nel dicembre scorso per far fronte alle conseguenze della sopravvalutazione del franco).
- ⇒ Guida lavorare in Italia ([www.ti.ch/lavorareinitalia](http://www.ti.ch/lavorareinitalia)).
- ⇒ Legge sul turismo: contributi finanziari destinati agli investimenti negli alloggi turistici (alberghi, garni, ecc.) e nelle infrastrutture turistiche (offerte ricreative e di svago).
- ⇒ Decreto rustici.
- ⇒ Legge sull'artigianato.

**SLIDE 10**

Non è questa la sede per entrare in tutti i dettagli per questo fornisco solo alcune cifre per quanto riguarda la L-Inn.

Trovate altre interessanti informazioni nei vari messaggi ma soprattutto anche nel rendiconto annuale del Consiglio di Stato di cui consiglio una consultazione.

Tra il 1998 e il 2012 in base alla Legge per l'innovazione economica sono stati stanziati 121 milioni di franchi, andati a beneficio di 207 aziende esistenti e 132 nuove imprese, che hanno sostenuto un investimento totale di 2.4 miliardi di franchi e consentito la creazione di oltre 4'200 posti di lavoro.

**SLIDE 11**

- ⇒ Come detto in entrata, spesso si parla di “promozione economica” per intendere “marketing territoriale”.
- ⇒ Il compito di marketing territoriale è svolto dal Cantone in collaborazione con la Confederazione.
- ⇒ Il confronto con le attività di altri Cantoni è sempre difficile.
- ⇒ Lucerna: modello facile da capire, Cantone ha delegato il compito di marketing territoriale e la stessa organizzazione che si occupa del marketing fa l'aggancio con il mondo consulenziale locale. Se poi è necessario un contatto con l'amministrazione cantonale (per risolvere problemi o per applicare strumenti di sviluppo economico come ad es. agevolazioni fiscali) viene aperto un contatto.
- ⇒ **Ticino – Copernico ([www.copernico.ch](http://www.copernico.ch)):**
  - Copernico non è un prodotto, non è un pacchetto, non è uno strumento per concedere aiuti o agevolazioni. E' un **programma di marketing territoriale**. Quindi quando un potenziale investitore ha deciso di valutare un investimento in Ticino lo scopo è stato raggiunto (finire sugli schermi radar).
  - Ci sono vari attori privati che ultimamente fanno attività di “marketing territoriale” verso il Ticino senza il nostro coinvolgimento. Va bene, però con le nostre risorse ci focalizziamo su target ben precisi.
  - Considerata l'attrattività del territorio tanti investimenti si realizzano senza un nostro coinvolgimento, se non magari indirettamente. Questo è normale ed è anzi molto positivo. Spesso è giustamente sufficiente essere ben accompagnati con un partner locale (fiduciaria, immobiliare, ecc.) e nei casi che lo richiedono avere un franco e aperto dialogo con l'autorità fiscale.
  - **Ben vengano nuove imprese, ma il nostro compito è quello di attrarre imprese innovative, capaci di interagire con il tessuto produttivo, con la ricerca a livello locale e che creano posti di lavoro di qualità a beneficio in particolare dei residenti.**
  - Il programma di marketing territoriale Copernico si rivolge in particolare (ma non esclusivamente) a questi settori: elettronica, mecatronica, ICT, life science, energie rinnovabili, centri direzionali internazionali.
  - Eventi di marketing territoriale possono essere di diversa natura: organizzati in proprio dal Cantone, organizzati congiuntamente a partner esterni, organizzati da OSEC Svizzera con cui abbiamo un contratto di prestazione (vedi recenti partecipazioni in Russia e in India). OSEC propone varie manifestazioni in Germania, Francia, Russia, America, Cina, India e Giappone.
  - L'Ufficio per lo sviluppo economico (USE) partecipa attivamente in particolare agli eventi in Germania e India, mentre per quel che riguarda gli altri Paesi è l'OSEC stessa che rappresenta gli interessi del Ticino.
  - Dato che il Cantone non ha delegato il compito di marketing territoriale da subito il primo interlocutore è quindi direttamente l'amministrazione cantonale. In caso di un potenziale interessante, dopo i primi incontri in cui si presentano le condizioni quadro e vengono fatte le prime valutazioni con i consulenti dell'Ufficio per lo sviluppo economico, tramite la CC-TI (con cui abbiamo un accordo di collaborazione) si scelgono i partner migliori per fare il vero e proprio accompagnamento (ricerca terreni, elaborazione business plan, trasloco delle famiglie, ricerca scuole per i figli ecc.). Grazie al contatto con il Cantone possiamo da subito capire se ci sono gli estremi per l'applicazione di strumenti di sviluppo economico ed in ogni caso spingiamo per privilegiare l'assunzione di residenti (L-rilocc). Restiamo in seguito a disposizione per affrontare eventuali problemi o richieste in cui è coinvolto il

pubblico (contatto con l'autorità fiscale, permessi di lavoro, rapporti con servizi del Dipartimento del territorio, ecc.)

- o *Strumenti:* la L-Inn prevede la possibilità di concedere agevolazioni fiscali per nuove aziende attive nel settore industriale o nel terziario avanzato connesso all'industria.
- o In questo ambito si segnalano anche tanti contatti spontanei, dei quali parecchi non vengono seguiti attivamente in quanto si tratta di realtà che non si vuole favorire (piccoli imprenditori interessati al mercato locale, attività senza valore aggiunto, attività che fanno concorrenza ad aziende già presenti sul territorio, ecc.). Questo genere di contatti ricevono solo informazioni generiche (via e-mail o telefono).

⇒ **Ticino – Ticino for Finance ([www.ticinoforfinance.ch](http://www.ticinoforfinance.ch)):**

- o In seguito ai diversi stravolgimenti nel settore finanziario (attacco al segreto bancario, scudi fiscali, adeguamento alle normative europee, perdita di posti di lavoro, ecc.) il Cantone ha deciso di farsi promotore di un'iniziativa di marketing territoriale appositamente pensata per attrarre attività nel settore finanziario e favorire la creazione di nuove opportunità anche per gli addetti del settore.
- o In stretta collaborazione con l'Associazione bancaria ticinese e con il coinvolgimento di tutti gli attori istituzionali del settore è stata costituita l'Associazione per la promozione della piazza finanziaria (febbraio 2011).
- o All'associazione il Cantone ha delegato il compito di fare marketing territoriale per il settore finanziario. In questo caso il modello è molto simile a quello lucernese, dato che è l'Associazione stessa che fa i primi colloqui con i potenziali interessati e poi mette in rete con i professionisti locali che possono fare l'accompagnamento all'insediamento.
- o Si tratta di una partnership pubblico – privato con la partecipazione di questi partner (oltre ABT e Cantone): Città di Lugano, Città di Bellinzona, Città di Chiasso, Città di Locarno, Camera di commercio, Associazione dei gestori patrimoniali, Federazione delle associazioni di fiduciari e Ordine degli avvocati.
- o Target: gestori di fondi Hedge, fondi di Private Equity, fondi tradizionali, family office e società di trading. Ci interessano inoltre in particolare operatori italiani attivi su Londra o anche sulla piazza italiana, per i quali l'attrattività del Canton Ticino potrebbe essere amplificata da fattori quali la prossimità geografica, la lingua, il clima e l'italianità dello stile di vita.
- o Eventi chiave:
  - 25 novembre 2011 a Lugano (al posto di Milano).
  - 18 aprile 2012 a Londra.

⇒ **Progetto PPP:** in fase di valutazione, anche nell'ambito della revisione della L-Inn, l'adozione anche in Ticino di un modello PPP simile a quello adottato nel Canton Lucerna che possa raccogliere tutte le iniziative in essere e quelle a cui si sta lavorando (moda, med-tech, head quarter, ecc.).

⇒ **Disponibilità terreni:**

- o L'ufficio per lo sviluppo economico tiene un registro di aree o stabili in vendita di grandi dimensioni.
- o La banca dati è in fase di ampliamento grazie alla collaborazione delle Agenzie regionali di sviluppo che hanno un monitoraggio più puntuale del territorio.
- o A questo scopo è stato sviluppato uno strumento cantonale quale banca dati centralizzata a cui gli ERS hanno accesso diretto.
- o Politica economica regionale: predisporre siti particolarmente attrattivi per l'insediamento e lo sviluppo di attività economiche.
- o Scheda di piano direttore R7: individuati 10 siti potenzialmente idonei per diventare dei poli di sviluppo economico.

**SLIDE 12**

⇒ 2012: 11 aziende seguite attivamente dal Cantone si sono insediate e una ha fatto richiesta per un'agevolazione L-Inn.

⇒ Queste dovrebbero creare oltre un centinaio di posti di lavoro nei prossimi anni.