



FORUM

Think Tank Basilicata

Energie per un futuro sostenibile

Matera, Palazzo Viceconte
30 gennaio 2019



PRESENTAZIONE DI
VALERIO DE MOLLI



The European House
Ambrosetti



THINK TANK BASILICATA

Energie per un futuro sostenibile

Valerio De Molli

Managing Partner & CEO

The European House – Ambrosetti

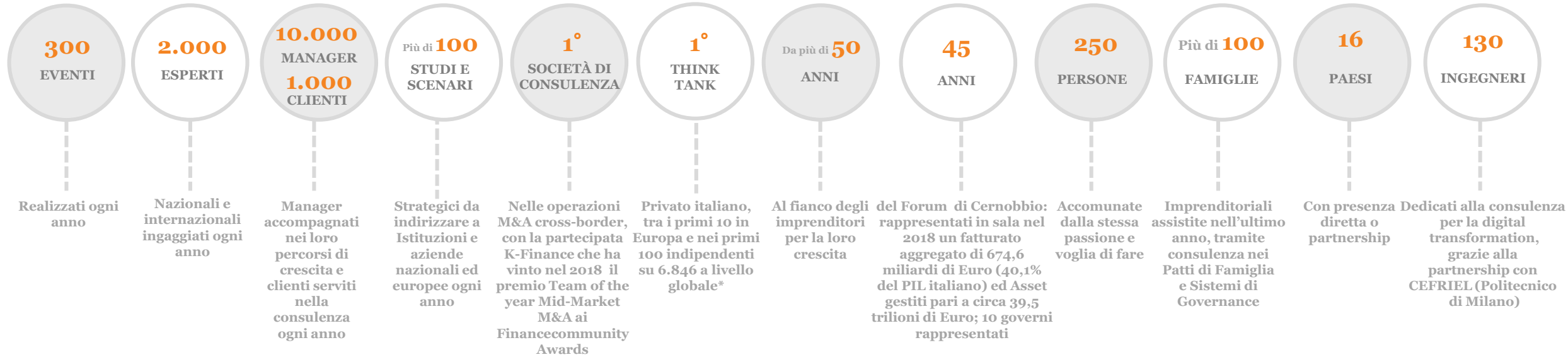
Per il quinto anno consecutivo, The European House – Ambrosetti è stata nominata - nella categoria "Best Private Think Tanks" - 1° Think Tank in Italia, tra i primi 10 in Europa e nei primi 100 indipendenti su 6.846 a livello globale nell'edizione 2017 del "Global Go To Think Tanks Report" dell'Università della Pennsylvania

© 2019 The European House - Ambrosetti S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Questo documento è stato ideato e realizzato da The European House - Ambrosetti S.p.A per il cliente destinatario, ed il suo utilizzo non può essere disgiunto dalla presentazione e/o dai commenti che l'hanno accompagnato. E' vietato qualsiasi utilizzo di tutto o parte del documento in assenza di preventiva autorizzazione scritta di The European House - Ambrosetti S.p.A.

Agenda

- **The European House – Ambrosetti**
- L'iniziativa "Think Tank Basilicata"
- I punti di forza della Basilicata
- Le criticità che la Regione deve affrontare
- La nostra proposta di visione e gli indirizzi per la Basilicata

The European House – Ambrosetti: i nostri numeri



(*) Nell'edizione 2017 del Global Go To Think Tanks Report della University of Pennsylvania



La missione della practice Scenario Sud di The European House – Ambrosetti



Affiancare le Istituzioni e le imprese nella **lettura e comprensione dell'evoluzione socio-economica del Sud Italia** e nell'**elaborazione di strategie di sviluppo sostenibili**, adottando soluzioni professionali fondate su analisi originali e in grado di supportare la competitività di tutte le Regioni del Mezzogiorno

The European House – Ambrosetti ha una esperienza di oltre 30 anni nello sviluppo dei territori

- Definizione della **visione** del futuro
- Pianificazione della **strategia competitiva** del territorio, identificando e sfruttando le competenze strategiche distintive
- Azione simultanea sulle **dimensioni della pianificazione** (economica, sociale e urbanistica/ layout del territorio)
- Definizione di iniziative di catalizzazione ("**progetti faro**") per l'attrazione di capitali (finanziari e umani)
- Massimizzazione dell'attrattività del territorio (in conformità con le competenze strategiche locali) e **misurazione dei costi e benefici** derivanti dalle azioni o dai progetti lanciati
- Integrazione del processo di pianificazione con le **attività di comunicazione/confronto** con altri territori e il coinvolgimento di tutti gli attori (Istituzioni, business community, media, società civile)

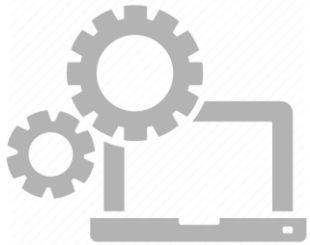
Oltre 50 iniziative
a supporto della
competitività dei
territori in Italia e
nel mondo solo
negli ultimi 3 anni

Sviluppare un territorio significa dare risposte concrete a 6 domande fondamentali

1. Perché **un'impresa** dovrebbe **insediarsi** qui e non altrove?
2. Perché **un'impresa** già presente dovrebbe decidere di **rimanervi**?
3. Perché un **contribuente/famiglia**, dovrebbe decidere di **risiedere** e **contribuire** qui e non altrove?
4. Perché un **talento** dovrebbe decidere di **lavorare** qui e non altrove?
5. Perché un **turista** dovrebbe scegliere di **venire qui** e non altrove?
6. Perché uno **studente** dovrebbe venire qui a **studiare**?



Il segreto dell'attrattività di un territorio sta nelle "Tre T"



Tecnologia



Presenza di una base tecnologica forte e innovativa, alto livello di innovazione delle imprese e buona connettività



Talenti



Stock ampio, solido e diversificato di capitale umano



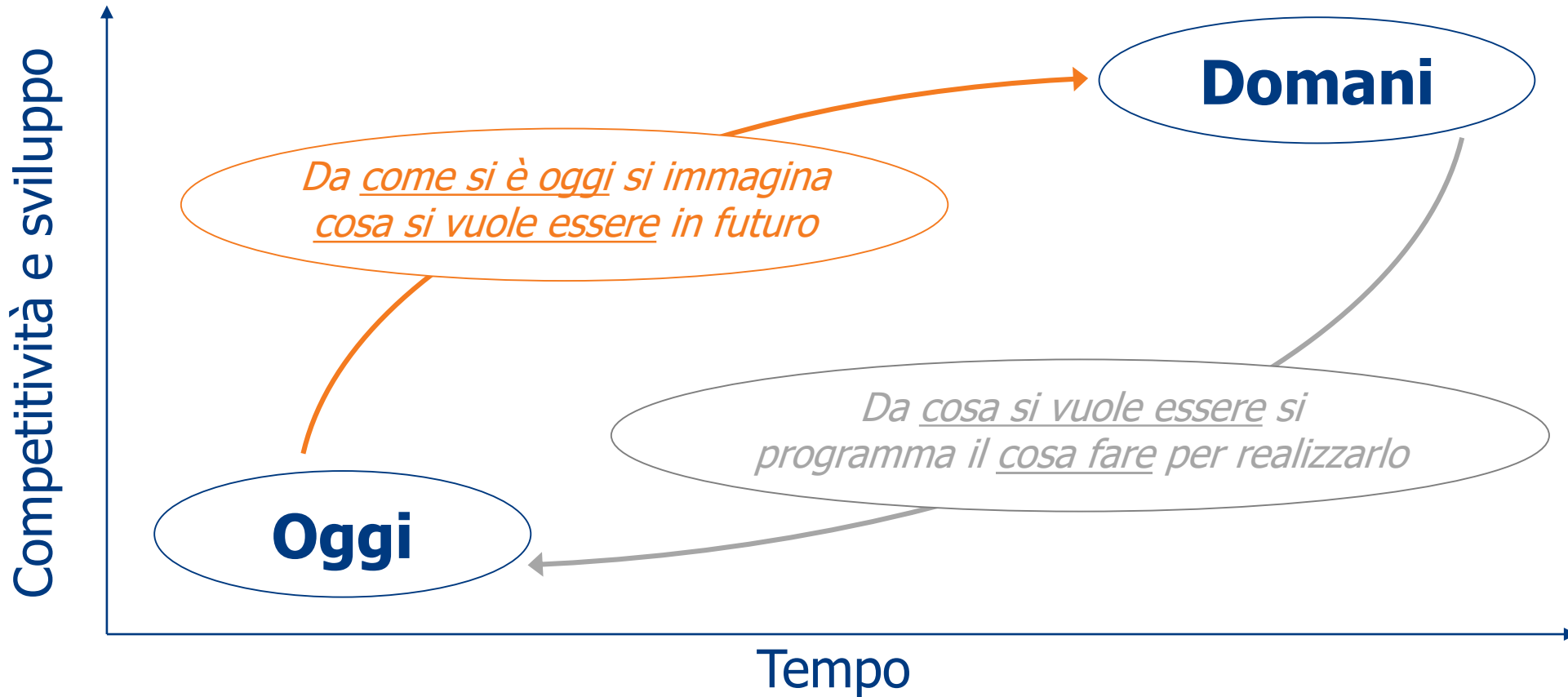
Tolleranza



Sistema sociale aperto che possa attrarre e trattenere diversi tipi di talenti e consentire loro di esprimere al massimo il loro potenziale

La visione del territorio è il punto di partenza per definire progettualità e priorità

La Visione del territorio è il punto di partenza per rispondere alle priorità dello sviluppo

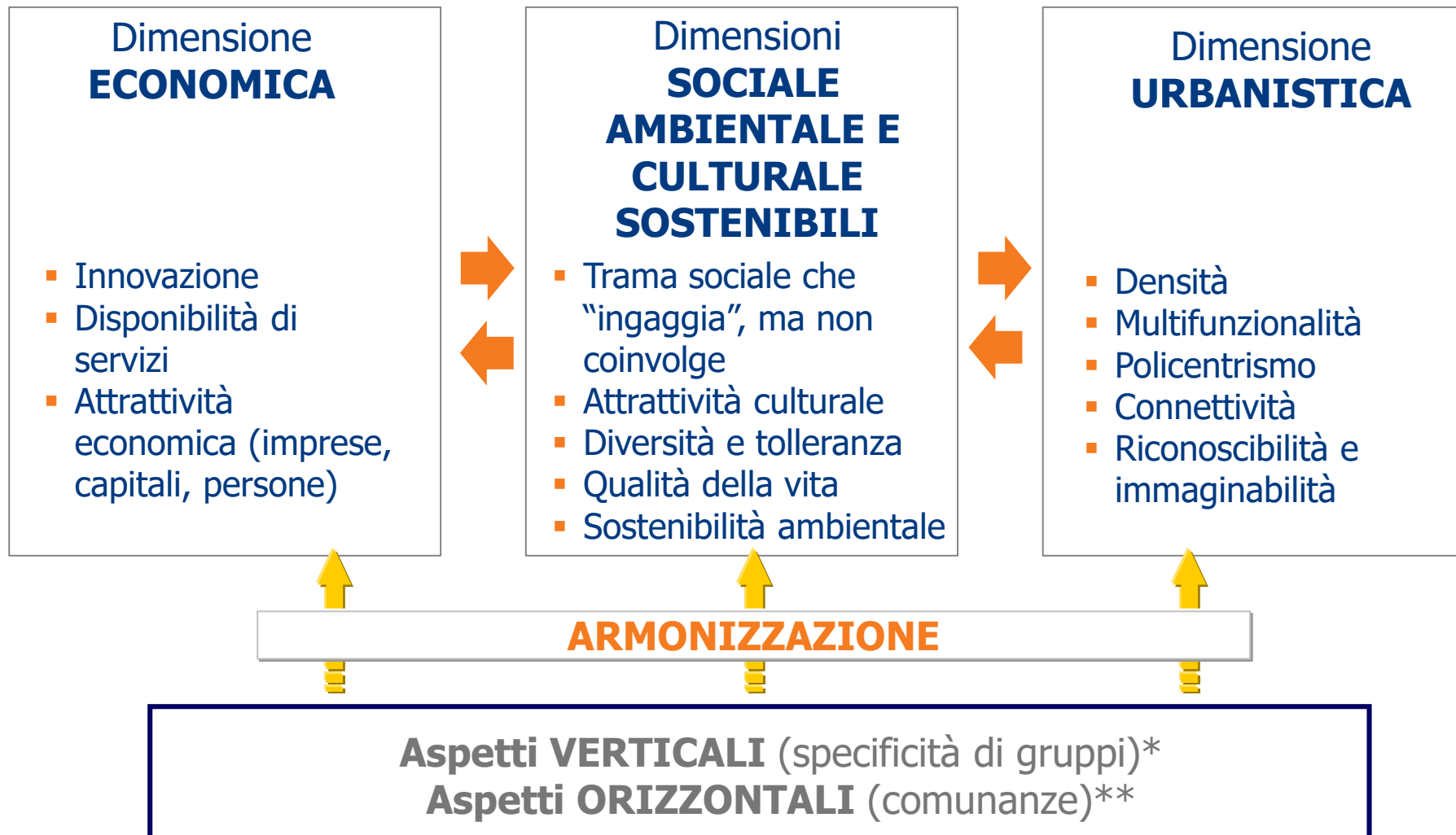


La visione deve fare leva sulle competenze strategiche territoriali...

... una **SPECIFICA ABILITÀ** del territorio in attività quali industria, servizi, educazione, ricerca, ...

- Conoscenza accumulata in gruppi di persone del territorio
- Numerosità delle persone con conoscenza accumulata
- Know-how accumulato in database fisici
- Strutture economiche (imprese, istituzioni, ecc.) che accolgono le persone con tale competenza e i rispettivi meccanismi di funzionamento (che possono facilitare o intralciare l'espressione della competenza)
- Infrastrutture fisiche e infostrutture (qualità e dotazione) e sistema burocratico-amministrativo che possono facilitare o intralciare l'espressione della competenza
- Autocoscienza della maggioranza della popolazione di possedere la competenza

Occorre un approccio integrato all'economia, al sociale, all'ambiente, alla cultura e all'urbanistica



(*) Artigianato, Commercio, Industria, Servizi (business), Turismo/Tempo libero, Cultura/Arte, Sport, ecc.

(**) Risorse umane/Competenze, Tecnologie/Innovazione tecnologica, Territorio/Bellezze naturali, Scuola, Viabilità /Accessibilità, Altre infrastrutture, Infostrutture, ecc.

Agenda

- The European House – Ambrosetti
- **L'iniziativa "Think Tank Basilicata"**
- I punti di forza della Basilicata
- Le criticità che la Regione deve affrontare
- La nostra proposta di visione e gli indirizzi per la Basilicata

L'ambizione e gli obiettivi dell'iniziativa "Think Tank Basilicata"



AMBIZIONE

Elaborare una **VISIONE** per il futuro della Basilicata, basata su nuove traiettorie di sviluppo, ingaggiando attivamente i leader imprenditoriali e istituzionali e la società civile e innescando sulle idee e proposte dell'iniziativa un processo concreto di catalizzazione delle migliori energie e risorse della Basilicata e del Sud Italia



OBIETTIVI

- Definire il **quadro dei rischi e delle opportunità** della Basilicata e una convincente visione di sviluppo a supporto della programmazione strategica di medio periodo
- Concretizzare le **progettualità** per l'eccellenza della Regione Basilicata
- Dimostrare agli attori locali e nazionali (istituzioni, imprese, società civile, ecc.), il ruolo della Basilicata come **territorio strategico** per la crescita del Paese
- Delineare le **azioni di sistema** necessarie per rendere concreto il potenziale di contribuzione della Regione per il Mezzogiorno e per l'Italia
- Massimizzare la **visibilità e il posizionamento** della Regione

I pilastri metodologici dell'iniziativa "Think Tank Basilicata"



Le tappe principali dell'iniziativa "Think Tank Basilicata"



2018

2019

MARZO - DICEMBRE

GENNAIO



Interviste, incontri e tavole rotonde con centinaia di esponenti della classe dirigente del territorio

Il Comitato Scientifico



**Michel
Bouquier**

Senior Advisor del Ministro delle Finanze e dell'Economia del Principato di Monaco; già Ministro del Turismo del Principato per nove anni; già AD di Relais &Château dove ha attivato strategie innovative che hanno poi costituito la base per la crescita internazionale del Gruppo



**Massimiliano
Cesare**

Presidente di F2I SGR; già Presidente di Invitalia – Mediocredito Centrale; con la carica di Consigliere economico e giuridico del Presidente del Consiglio nell'Esecutivo del "Governo Letta", ha rappresentato la Presidenza nei rapporti con il sottosegretariato ed i Ministeri economici



**Enrico
Giovannini**

Ordinario di Statistica Economica Università di Roma Tor Vergata; Portavoce dell'Alleanza Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile – ASviS; già Presidente ISTAT e Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali



**Gianni
Riotta**

Pirelli Visiting Professor, Princeton University; Vice Presidente esecutivo, Council for the United States and Italy; Membro permanente, Council on Foreign Relations; Editorialista, La Stampa

I casi benchmark analizzati



Criteri di identificazione dei casi studio:

- A. Benchmark riconosciuto in un campo/settore importante per la Basilicata e la sua visione
- B. Presenza di meccanismi di governance e di ingaggio degli stakeholder efficaci
- C. Strategia di comunicazione incisiva per l'immagine territoriale
- D. Sviluppo di azioni di sistema e/o progetti "bandiera" di riferimento
- E. Elementi di forte innovazione nella gestione della pianificazione territoriale

7 Paesi:

- Danimarca
- Finlandia
- Islanda
- Norvegia
- Portogallo
- Paesi Bassi
- Scozia

7 Città:

- Bitola
- Essen
- Katowice
- Londra
- Pau
- Stavanger
- Terrassa

4 Regioni:

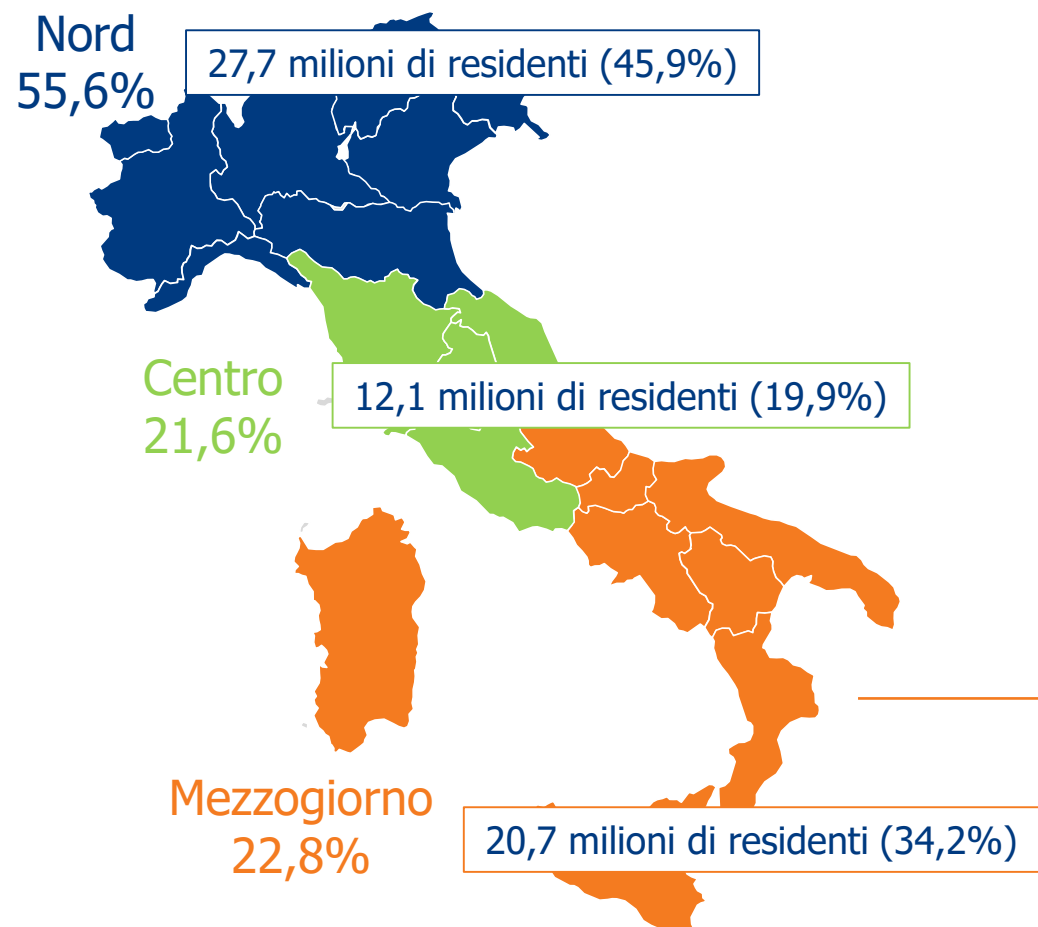
- Campania
- Emilia Romagna
- Lombardia
- Puglia

Agenda

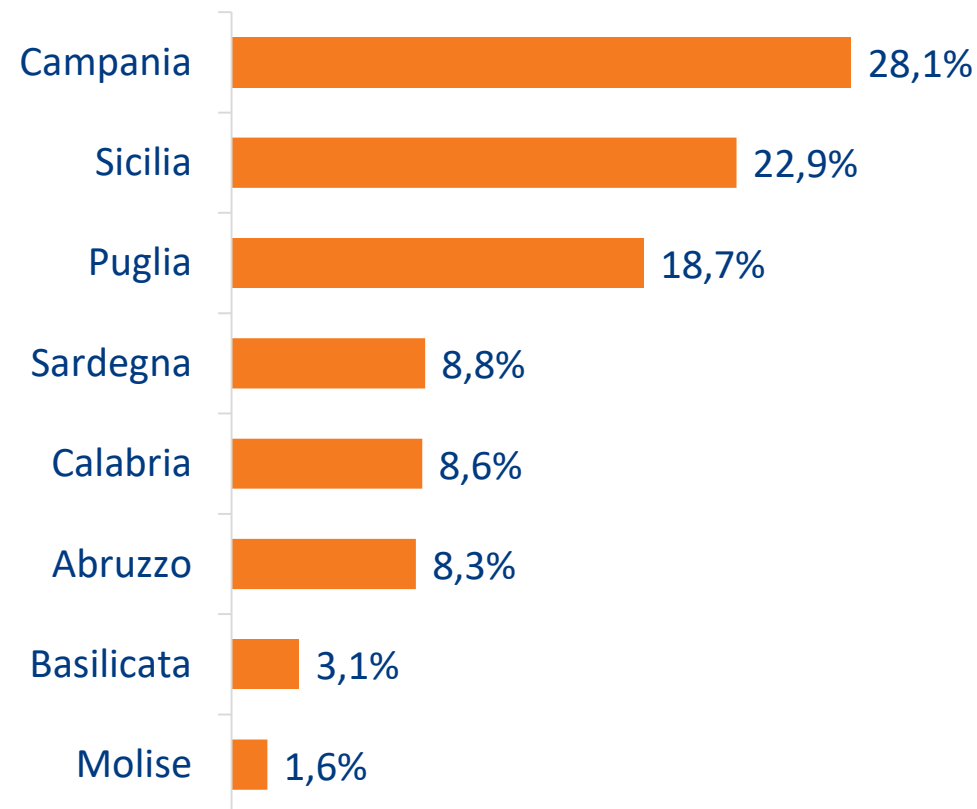
- The European House - Ambrosetti
- L'iniziativa "Think Tank Basilicata"
- **I punti di forza della Basilicata**
- Le criticità che la Regione deve affrontare
- La nostra proposta di visione e gli indirizzi per la Basilicata

Un elemento di contesto: con il 34,2% dei residenti, le Regioni del Mezzogiorno generano solo il 22,8% del PIL nazionale

Ripartizione del PIL italiano per macro-aree (% sul totale), 2016



Quota del PIL per Regione del Mezzogiorno (% sul totale Mezzogiorno), 2016



Alcuni elementi di contesto sulla Basilicata

- **PIL: 11,8 miliardi di euro**
 - $\approx 0,7\%$ del PIL italiano
 - $\approx 3,1\%$ del PIL del Mezzogiorno
- **Popolazione: 567.118 abitanti**
 - $\approx 4,0\%$ della popolazione del Sud Italia
 - Numero di abitanti inferiore alla città di Genova (580.097)
- **Estensione: 9.992 km²**
 - $\approx 3,3\%$ del territorio italiano
- **Comuni: 131**
 - 100 in Provincia di Potenza
 - 31 in Provincia di Matera
- **Densità demografica: 57 abitanti/km²**
 - vs. una media nazionale di 201 abitanti/km²
 - la seconda più bassa dopo la Valle d'Aosta (39 abitanti/km²)



I 10 punti di forza della Basilicata

1

Industria e agricoltura con un peso importante

2

Contributo dell'automotive alla crescita e all'internazionalizzazione

3

Rilevanza dell'industria estrattiva e delle royalties

4

Importante contributo del settore agricolo e alimentare

5

Bilancia commerciale in attivo

6

Patrimonio naturalistico unico al mondo

7

Attrattività per gli operatori dell'industria cinematografica

8

Turismo in rafforzamento e crescita

9

Matera "Capitale Europea della Cultura" e centro di sperimentazione del 5G

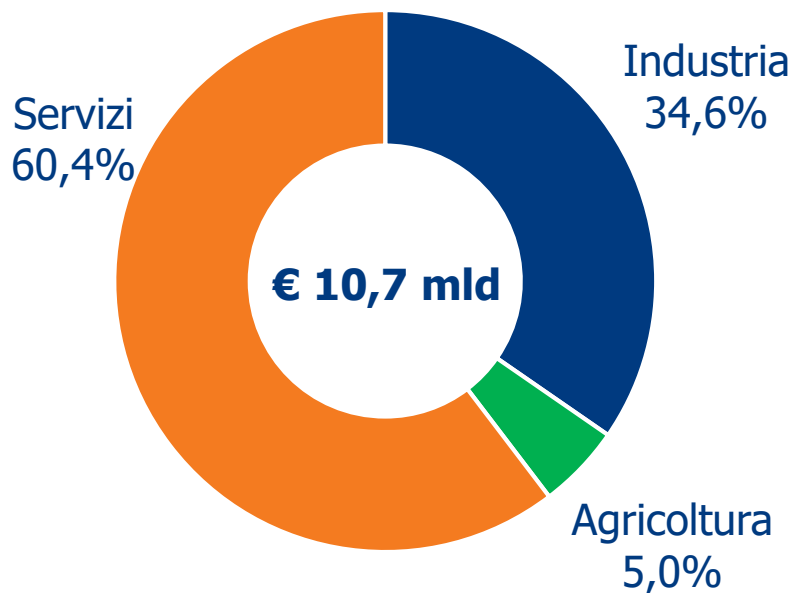
10

Green economy (fonti rinnovabili e risorse idriche)

L'industria e l'agricoltura ricoprono un ruolo centrale nel contesto economico lucano...

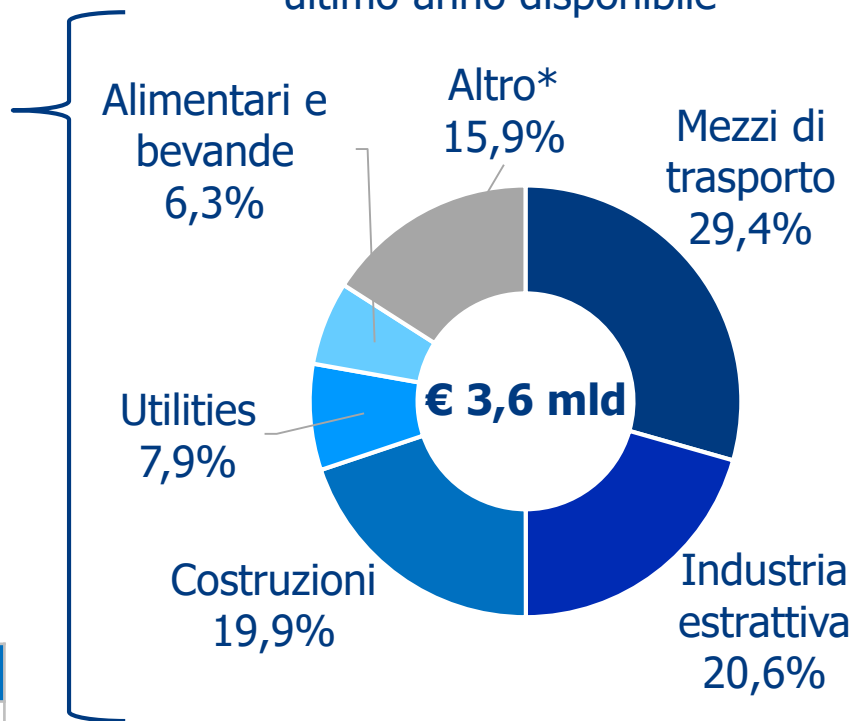
1

Valore aggiunto nei settori della Basilicata, (valori in %), ultimo anno disponibile



	Industria	Agricoltura	Servizi
Mezzogiorno	17,8%	3,8%	78,5%
Italia	24,1%	2,1%	73,8%

Valore aggiunto nell'industria della Basilicata (valori in %), ultimo anno disponibile



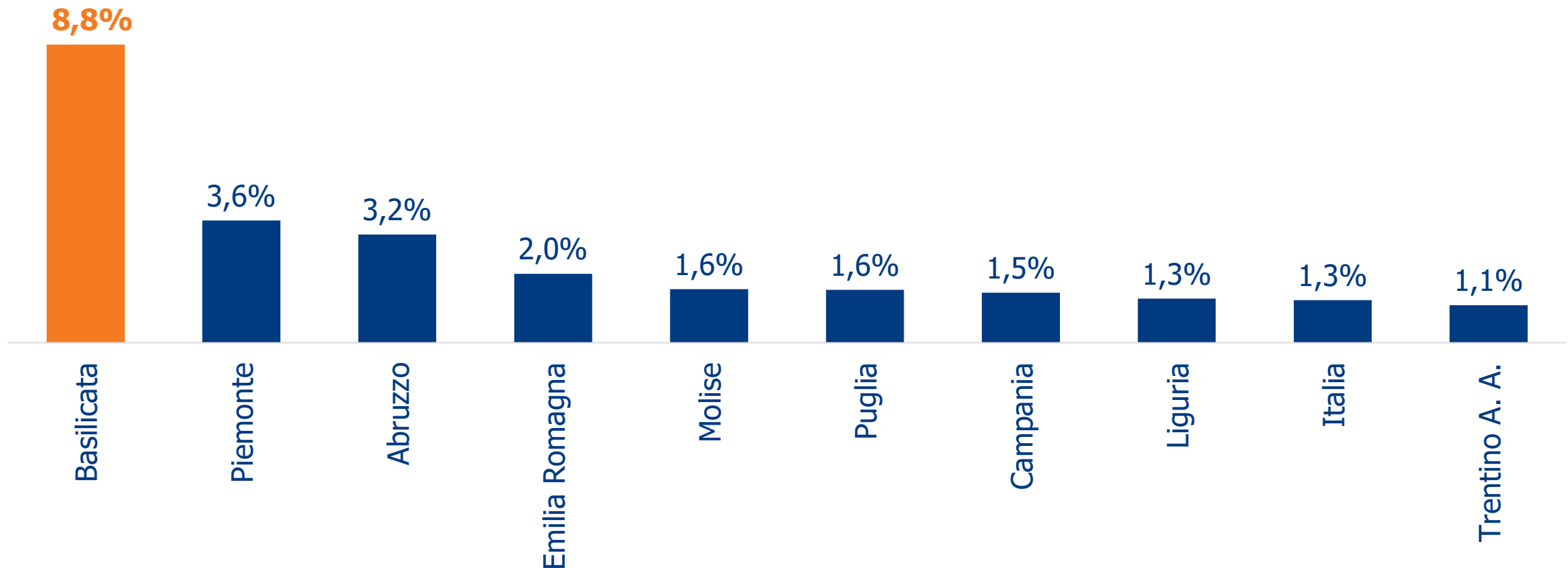
- **1° Regione in Italia** per peso relativo dell'Industria sul totale dell'economia e **3°** per l'Agricoltura
- In Basilicata il **50% del valore aggiunto** dell'Industria è generato dal settore dei **mezzi di trasporto** e dall'**industria estrattiva**

(*) Altro comprende: industrie tessili, del legno-arredo, prodotti plastici, chimici, metallurgici ed elettronici
Fonte: rielaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2019

...con l'automotive che posiziona la Basilicata al vertice delle Regioni italiane per valore aggiunto generato sul totale dell'economia...

2

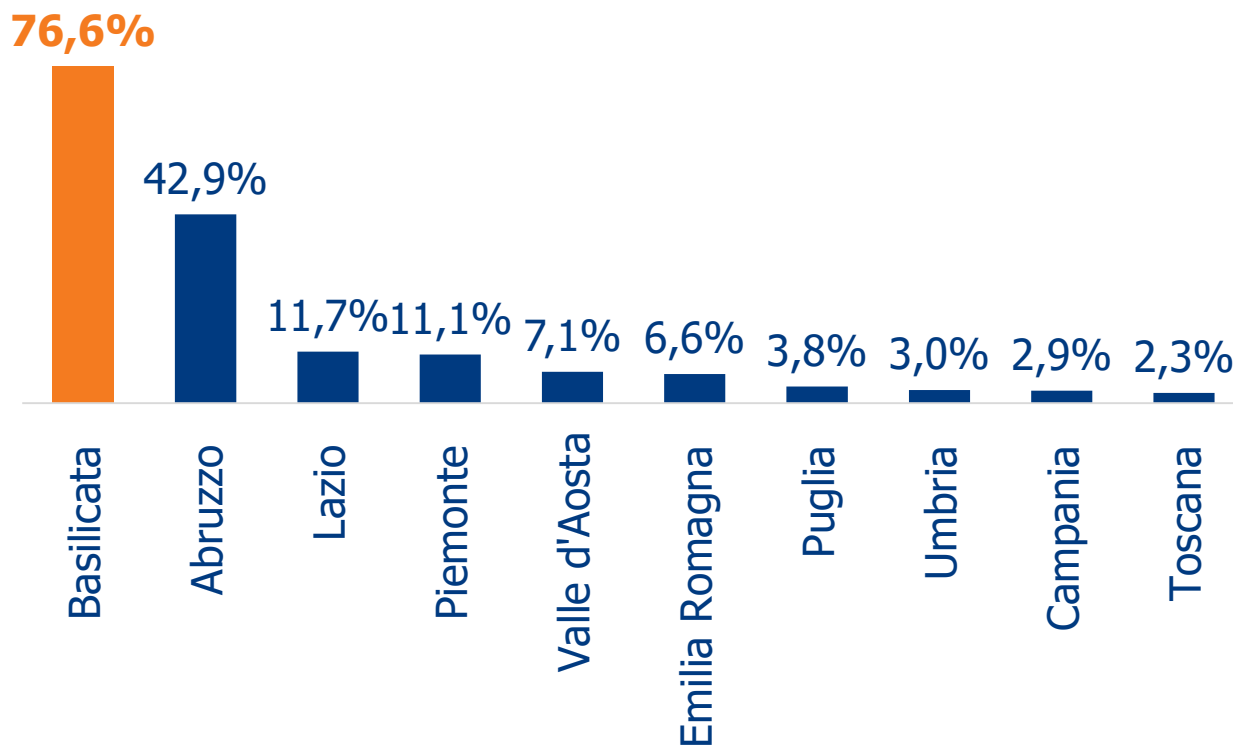
Prime 10 Regioni per incidenza del valore aggiunto del settore dei mezzi di trasporto sul totale (valori in %), 2015



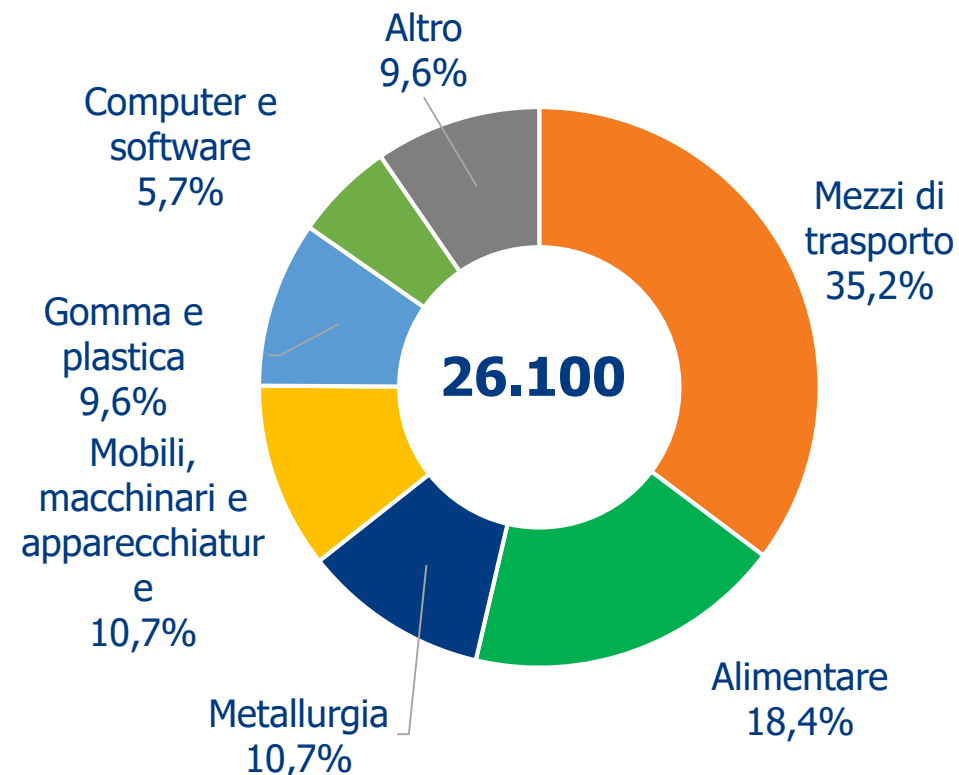
... e anche per incidenza delle esportazioni e dell'occupazione

2

Prime 10 Regioni per incidenza delle esportazioni di autoveicoli sul totale (valori in %), 2018



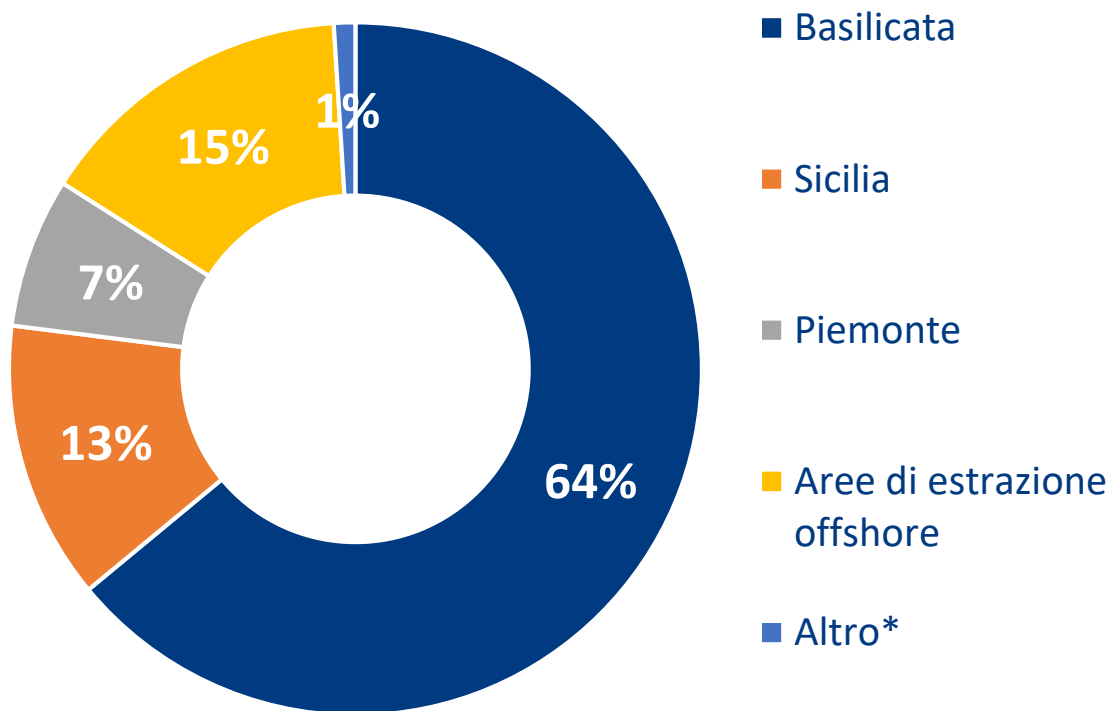
Ripartizione dell'occupazione lucana nella manifattura per settore, (valori %), 2015



Anche l'industria estrattiva rappresenta una risorsa per il territorio lucano

3

Ripartizione delle estrazioni petrolifere in Italia (valori in %), cumulato 2000-2017



- La Basilicata ospita il **più grande giacimento** di petrolio e gas onshore presente in Europa
- Con 62,9 mln di tonnellate di petrolio estratto nel periodo 2000-2017, la Basilicata ha contribuito per **quasi i 2/3 del totale nazionale**
- **Tempa Rossa** è il più grande progetto di esplorazione ed estrazione petrolifera nel Paese e uno dei più grandi investimenti greenfield degli ultimi 20 anni (**€3 mld di investimento totale in Basilicata e a Taranto**)

(*) Altro comprende: Emilia Romagna, Molise, Lombardia, Lazio e Abruzzo

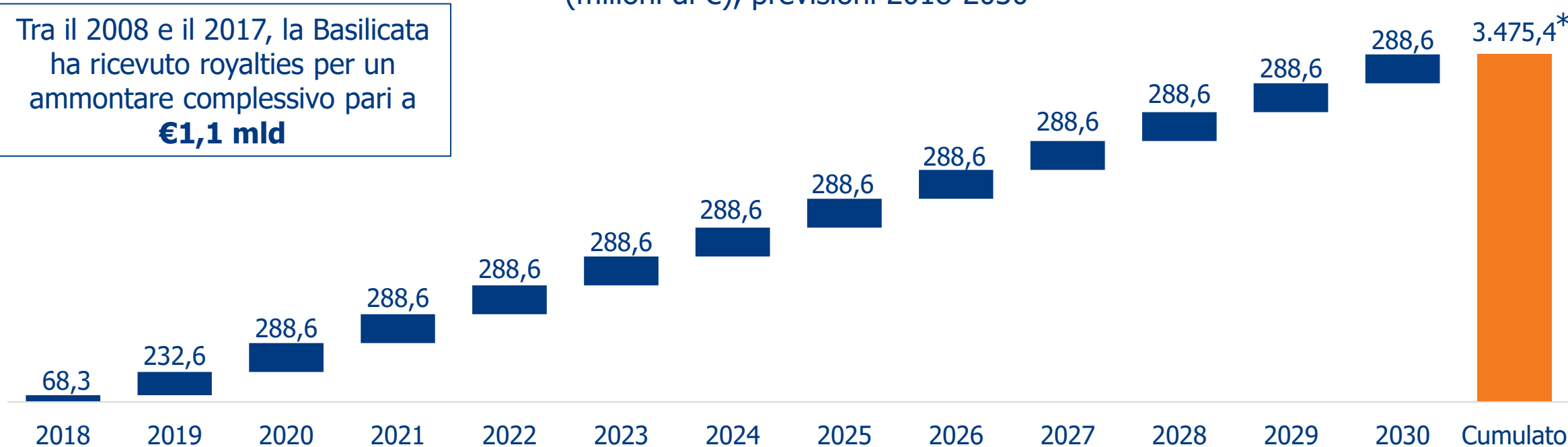
Fonte: rielaborazione The European House – Ambrosetti su dati MiSE, 2019

Se le estrazioni in Basilicata si mantenessero costanti fino al 2030, la Regione potrebbe beneficiare di oltre €3,5 mld di royalties in un decennio

3

Stima delle royalties ricevute dalla Basilicata
(milioni di €), previsioni 2018-2030

Tra il 2008 e il 2017, la Basilicata ha ricevuto royalties per un ammontare complessivo pari a **€1,1 mld**



(*) Ipotizzando una operatività piena, avviata da subito a Tempa Rossa, escludendo altri blocchi o ritardi amministrativi negli impianti di estrazione; stimiamo che nel 2019 Tempa Rossa produrrà a tre quarti del suo potenziale, sempre che la produzione si avvii a brevissimo, e andrà a regime a partire dal 2020.

Le royalties sono risorse aggiuntive che potrebbero essere messe a disposizione dello sviluppo del territorio

I 3,5 miliardi di Euro da noi stimati corrispondono per tutti i cittadini della Basilicata a:

- 3 anni e mezzo di **sanità gratuita**
- oltre 5 anni di spesa in **istruzione e formazione**
- 28 anni di spesa regionale per **trasporti e diritto alla mobilità**
- circa 2 volte il **valore dei fondi europei messi** a disposizione della Regione Basilicata nel programma 2014-2020

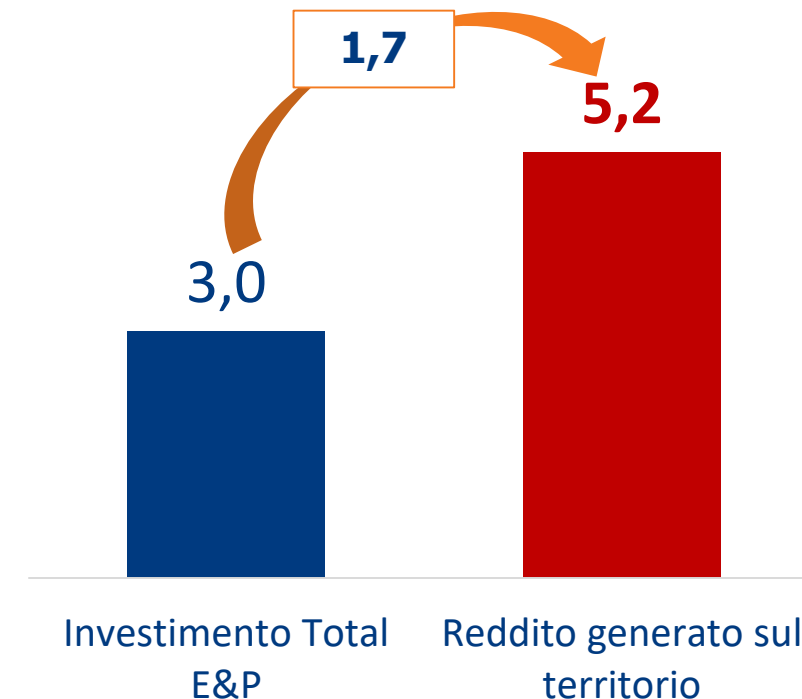
Permettono, inoltre, di coprire la totalità dei costi per l'**adeguamento della tratta ferroviaria Potenza-Foggia** (€200 mln) e per la realizzazione del **collegamento tra Matera e la rete ferroviaria nazionale** (€220 mln)

Altri impatti diretti, indiretti e indotti di Tempa Rossa

3

- Nella fase di sviluppo, Tempa Rossa ha generato ricadute positive a livello occupazionale ed economico, coinvolgendo oltre 350 imprese e più di 10.000 addetti:
 - **3.500** sui siti della concessione (80% residenti nel Mezzogiorno)
 - **6.500** in fabbriche e studi di ingegneria nel resto d'Italia
 - **300** a Taranto
- Oltre **1.000** persone saranno coinvolte per ulteriori investimenti (tra il 2019 e il 2022) già approvati nel piano di sviluppo
- La fase di produzione garantirà lavoro a circa 600 persone tra diretti e indiretti

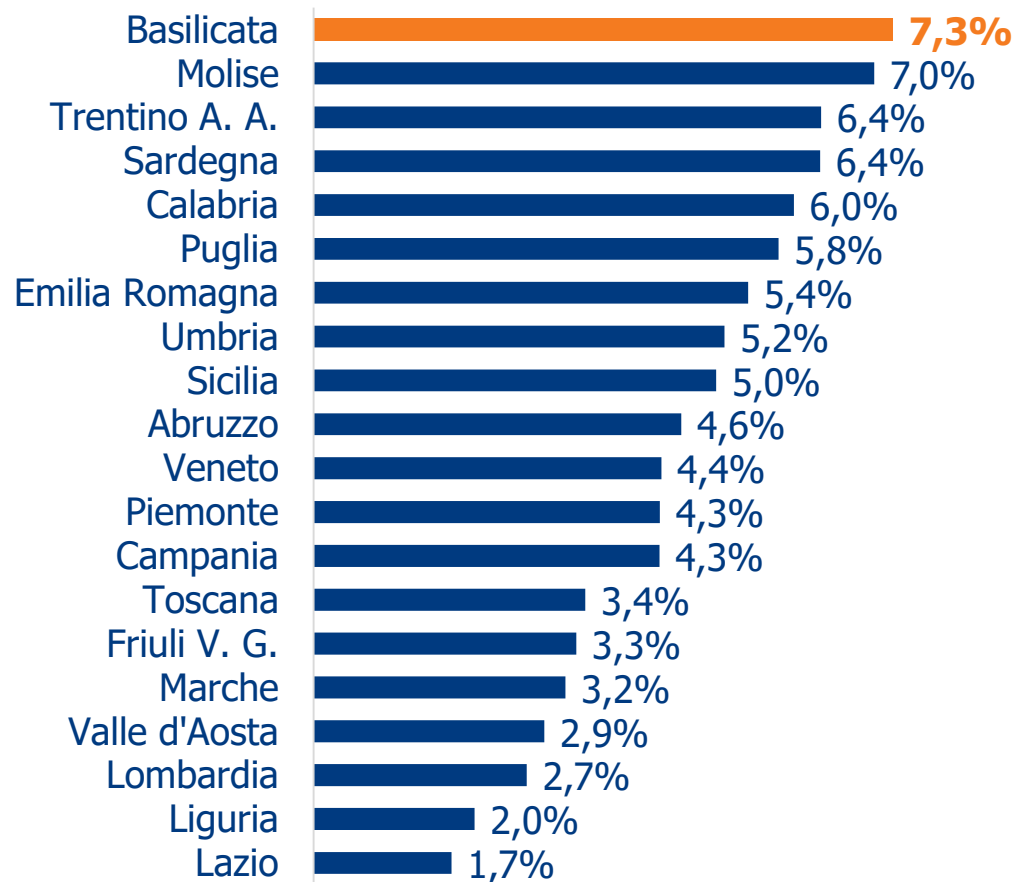
Impatto economico generato dagli investimenti realizzati a Tempa Rossa (€ mld), 2018



Il settore agroalimentare lucano è primo in Italia per valore aggiunto generato

4

Valore aggiunto del settore agroalimentare* sul totale dell'economia (valori %), 2016



- La Basilicata è:
 - 1° per numero di aziende e valore aggiunto generato dall'agroalimentare sul totale
 - 1° per superficie dedicata alla coltivazione di vino biologico (52%)
 - 2° per numero di occupati nel settore agroalimentare sul totale degli occupati
- **63 prodotti tipici e 4 distretti industriali** (su 8) dedicati al settore agroalimentare

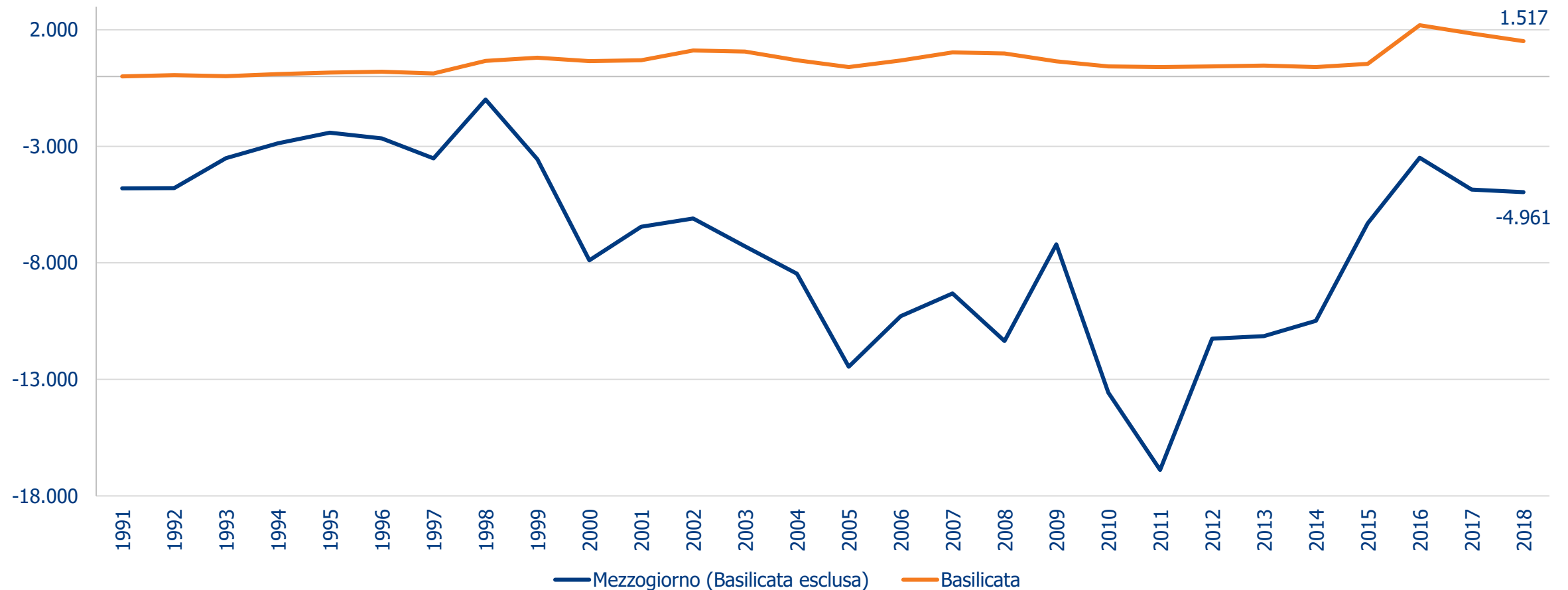
(*) Include i settori dell'agricoltura, silvicoltura e pesca e delle industrie alimentari, delle bevande e del tabacco

Fonte: rielaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2019

La bilancia commerciale della Basilicata, diversamente dal resto del Mezzogiorno, è stata sempre in attivo

5

Bilancia commerciale della Basilicata e del Mezzogiorno (milioni di Euro), 1991-2018



La Basilicata è una Regione molto ricca da un punto di vista naturalistico...

6

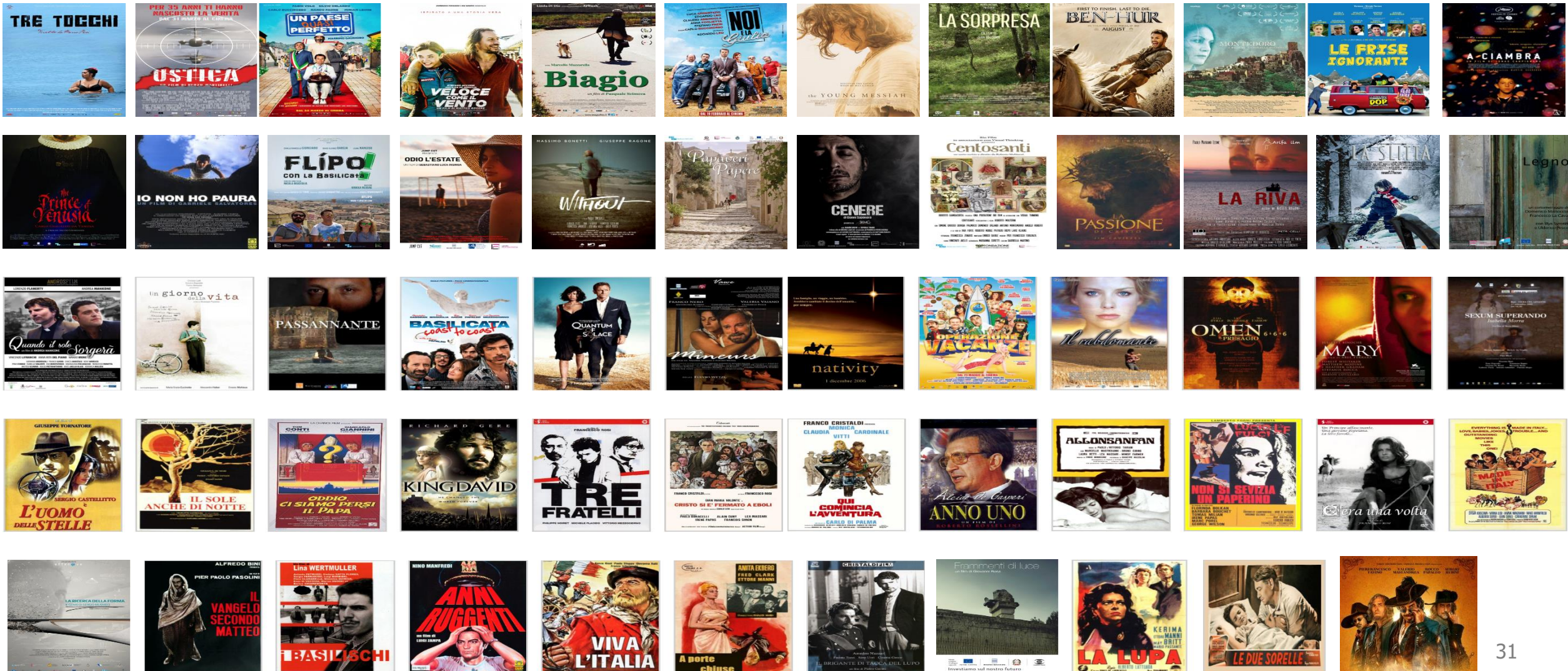
- Le aree protette occupano circa il **20% dell'intera superficie regionale** (200.000 ettari)
- La Regione può contare su:
 - 2 parchi nazionali
 - 3 parchi regionali →
 - 8 riserve statali
 - 6 riserve regionali
 - Più di 50 aree di interesse comunitario
 - 1 oasi WWF

Il Parco Nazionale del Pollino, ricompreso tra Basilicata e Calabria, è il **più esteso d'Italia**



... e le bellezze della Regione hanno spinto molte produzioni internazionali a sceglierla come set per i propri film

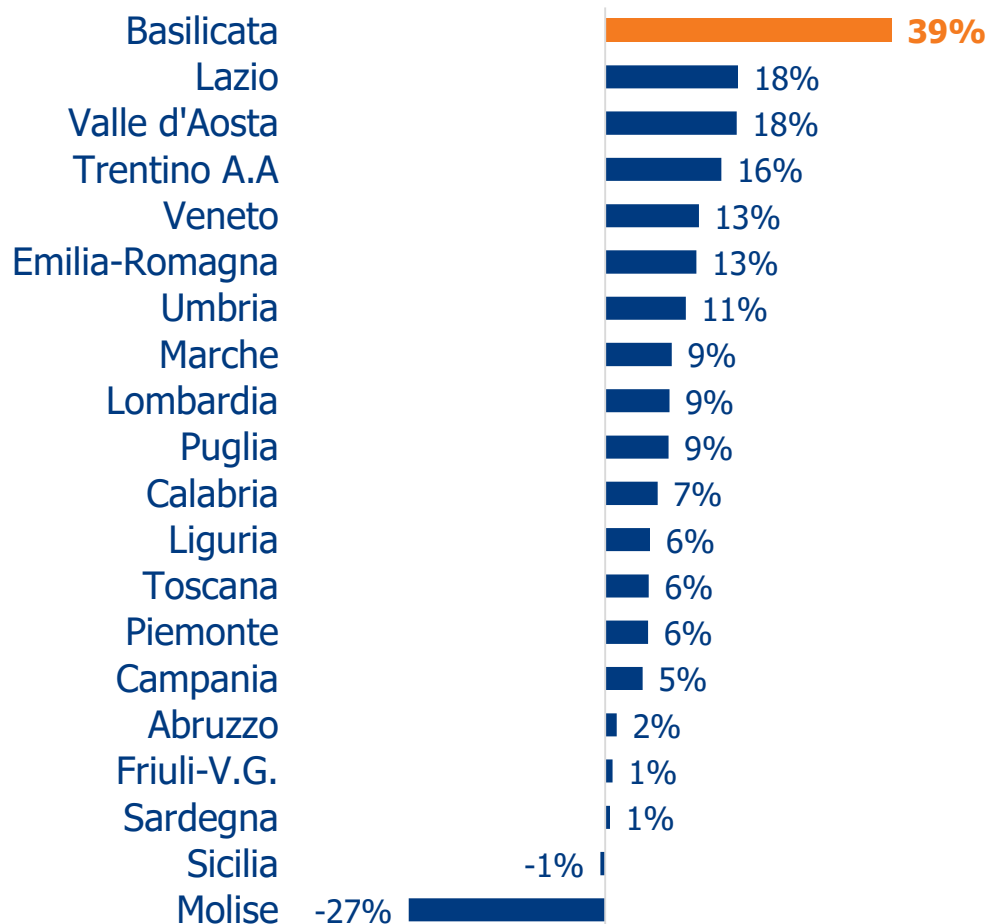
7



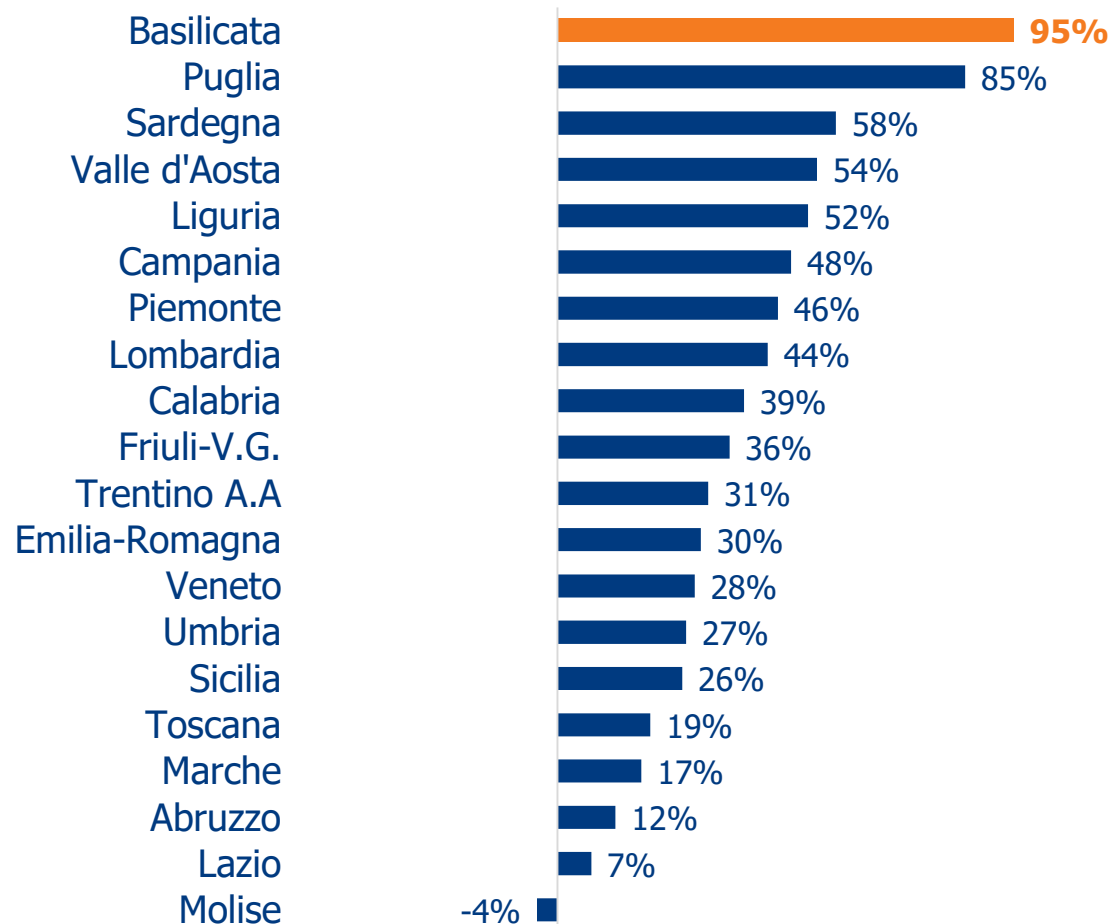
La Regione Basilicata detiene il primato in Italia per incremento degli arrivi turistici sia italiani che stranieri...

8

Crescita degli arrivi turistici italiani (valori in %),
2016 vs. 2010



Crescita degli arrivi turistici stranieri (valori in %),
2016 vs. 2010

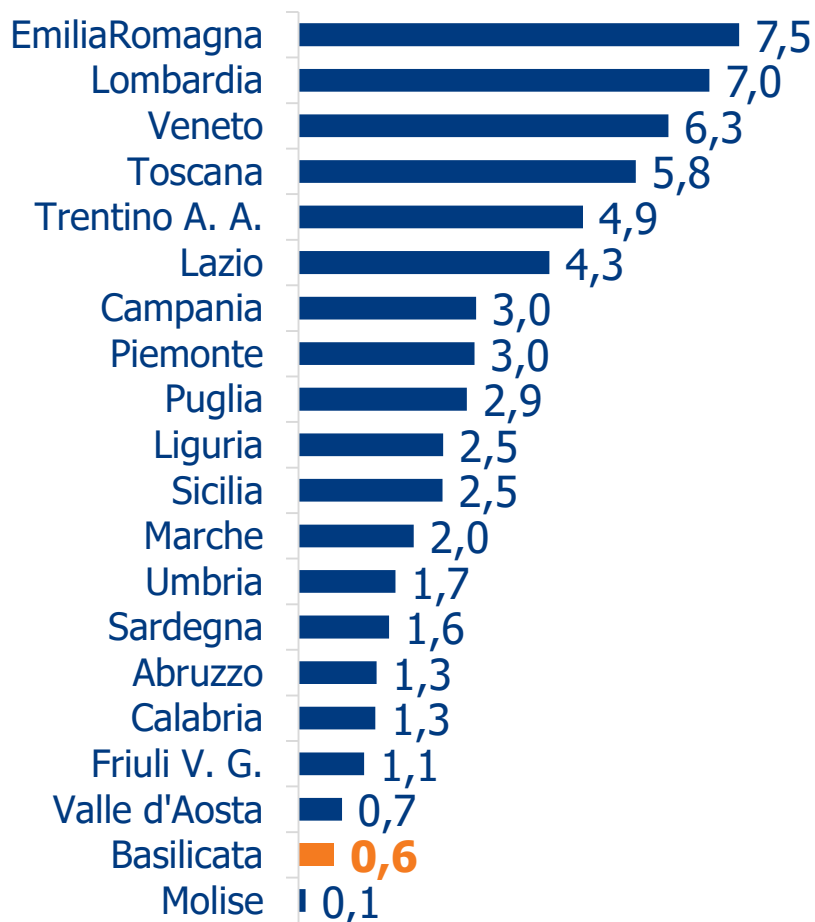


... con un enorme potenziale ancora da esprimere

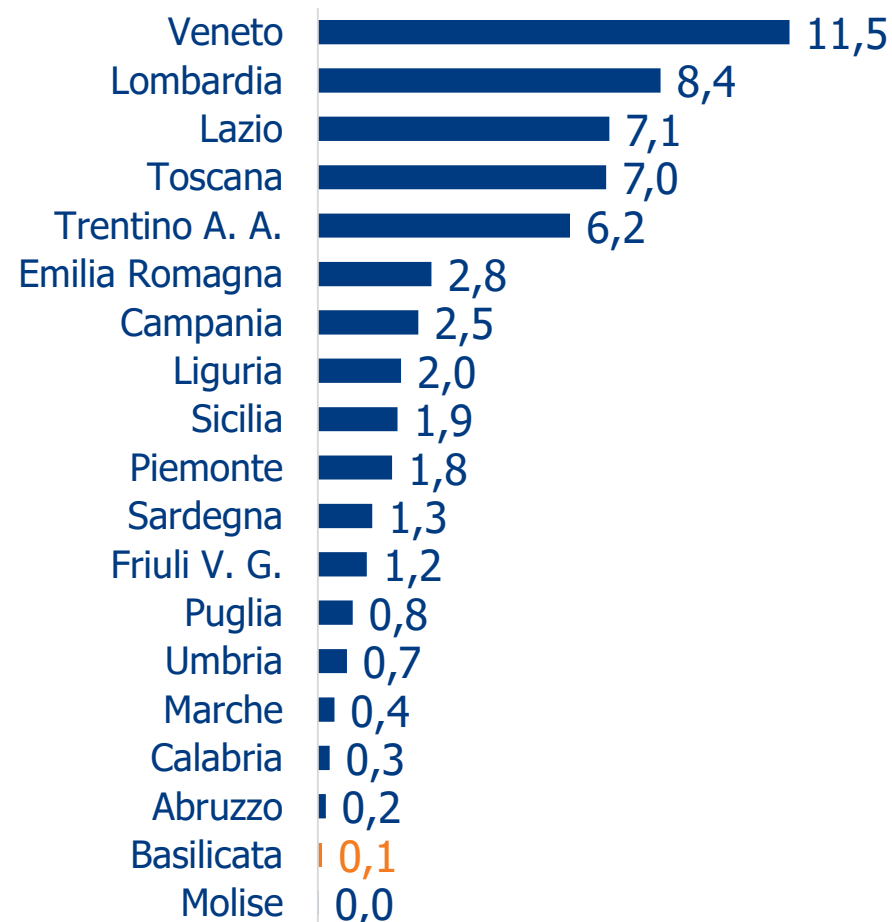


8

Arrivi turistici italiani (valori in milioni), 2016



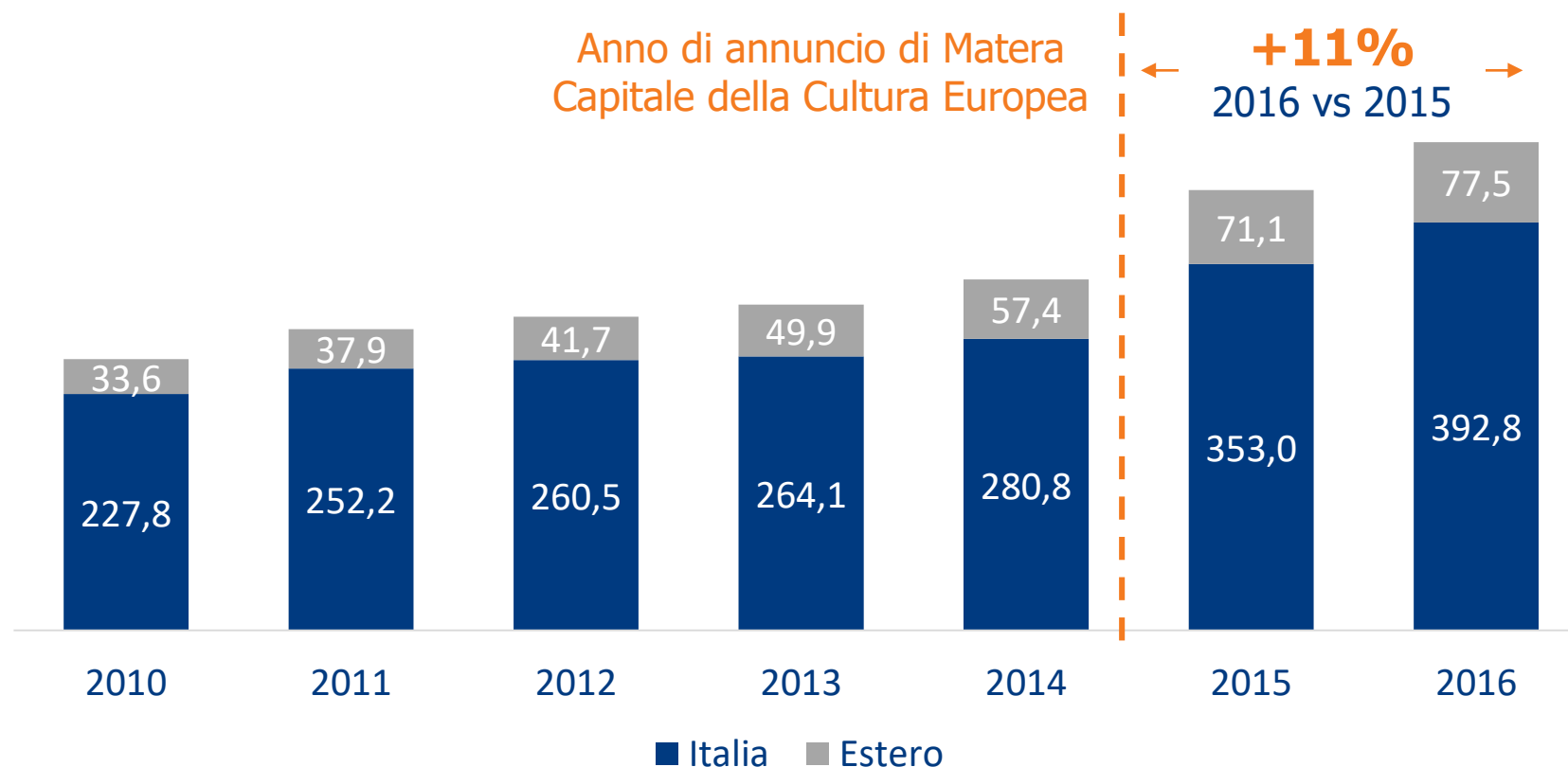
Arrivi turistici stranieri (valori in milioni), 2016



Matera si posiziona prima Provincia in Italia per incremento degli arrivi turistici, anche grazie al suo ruolo di "Capitale Europea della Cultura 2019"...

9

Andamento degli arrivi turistici dall'Italia e dall'Estero a Matera (valori in migliaia), 2008-2016



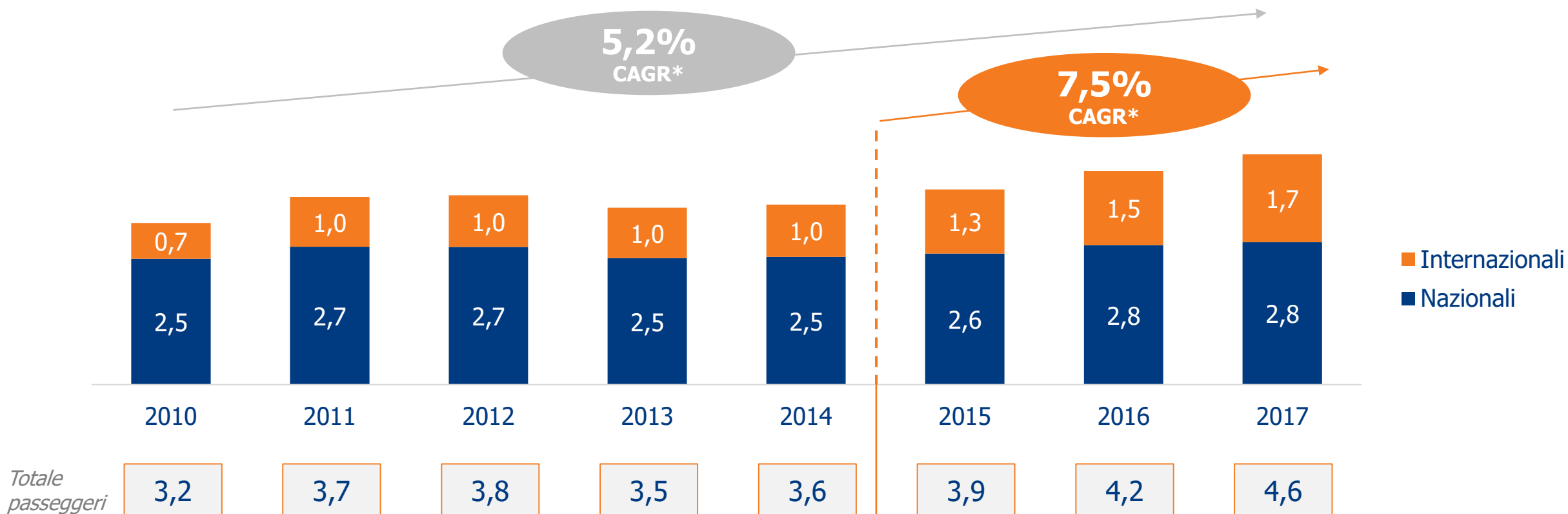
Anno di annuncio di Matera
Capitale della Cultura Europea

+11%
2016 vs 2015

- Matera è la **prima provincia** d'Italia per incremento di arrivi turistici nel periodo 2010-2016
- Nel 2016, la permanenza media dei turisti stranieri è di **2,6 giorni**
- Nel 2016, i turisti in città hanno speso **27 milioni di euro** (+42% vs 2015)

...generando una contaminazione positiva anche per la Puglia, che ha visto incrementare il numero di passeggeri in arrivo a Bari

Traffico passeggeri nell'aeroporto di Bari (valori in milioni), 2010-2017



(*) Compound Annual Growth Rate

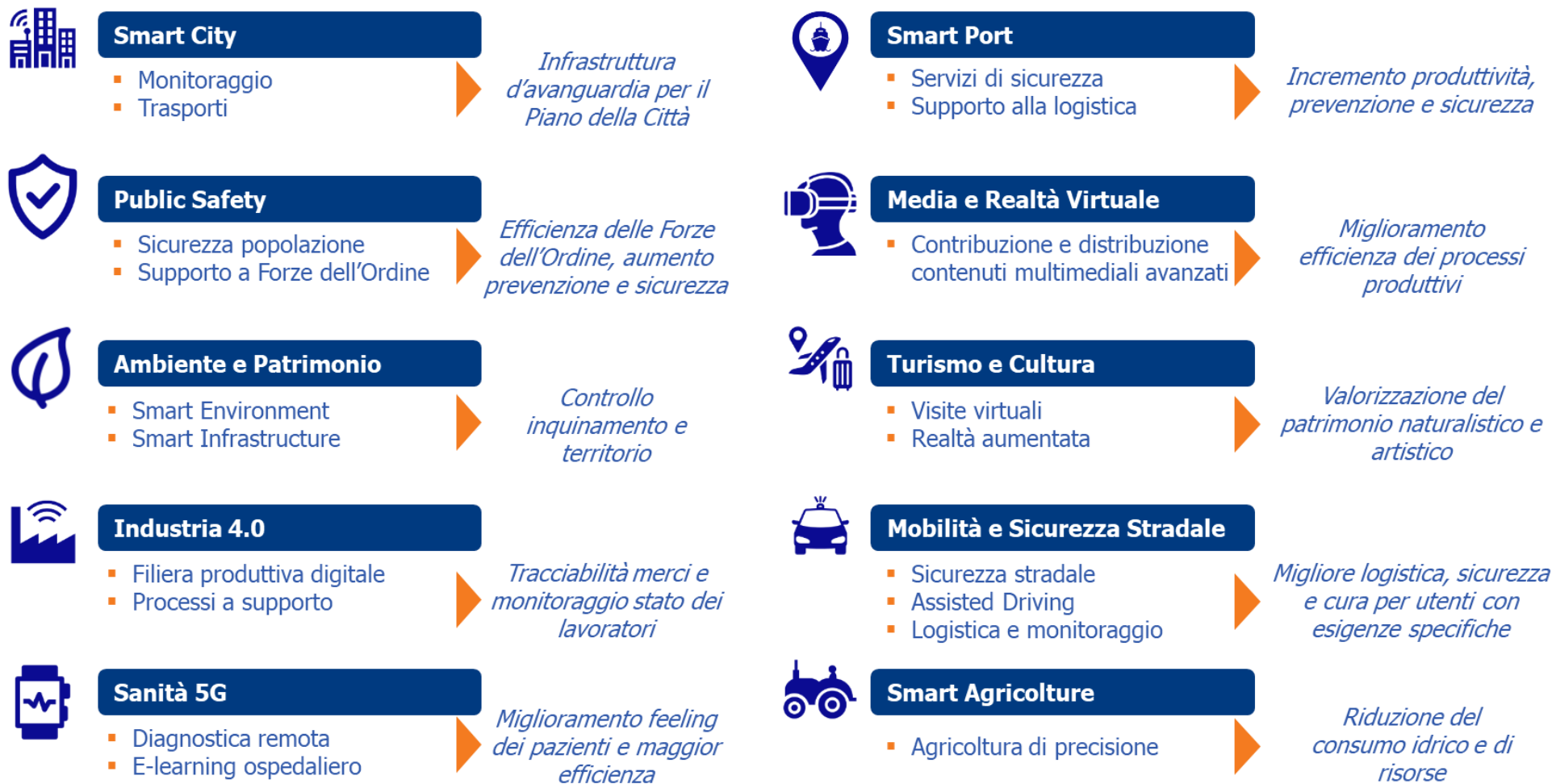
Anno di annuncio di Matera "Capitale Europea della Cultura"

La sperimentazione 5G a Matera rappresenta un'opportunità da non perdere per lo sviluppo del territorio

I Partner del progetto:

- **7** Università e Centri Ricerca
- **11** Amministrazioni Pubbliche e soggetti di interesse pubblico
- **34** Imprese (22 del territorio e 12 nazionali e internazionali)

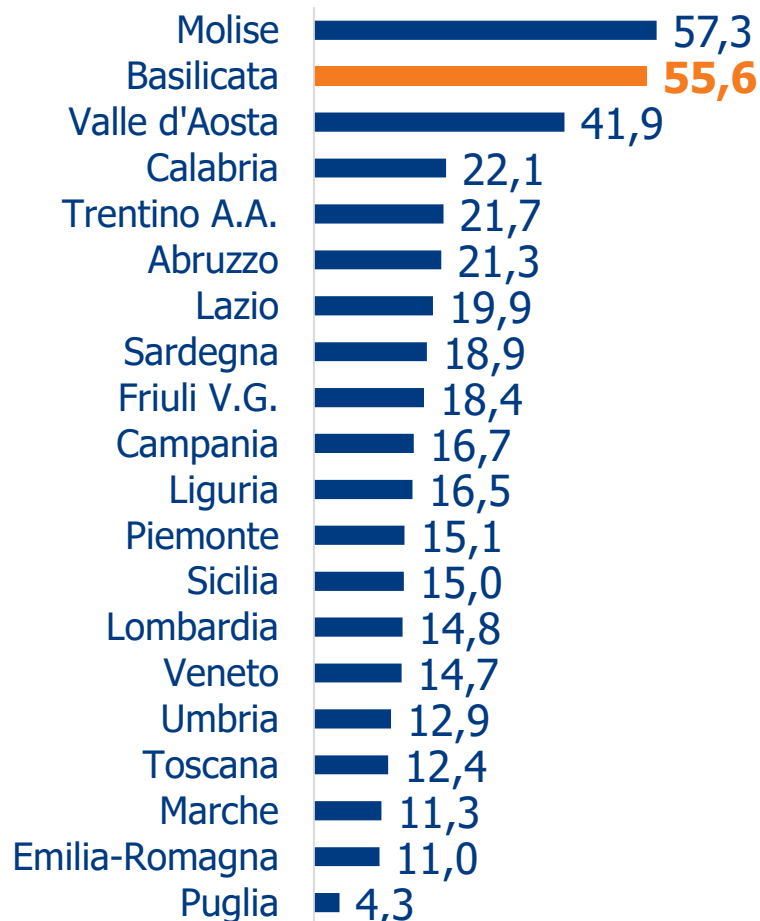
Scenari di utilizzo del 5G nella sperimentazione di Bari-Matera



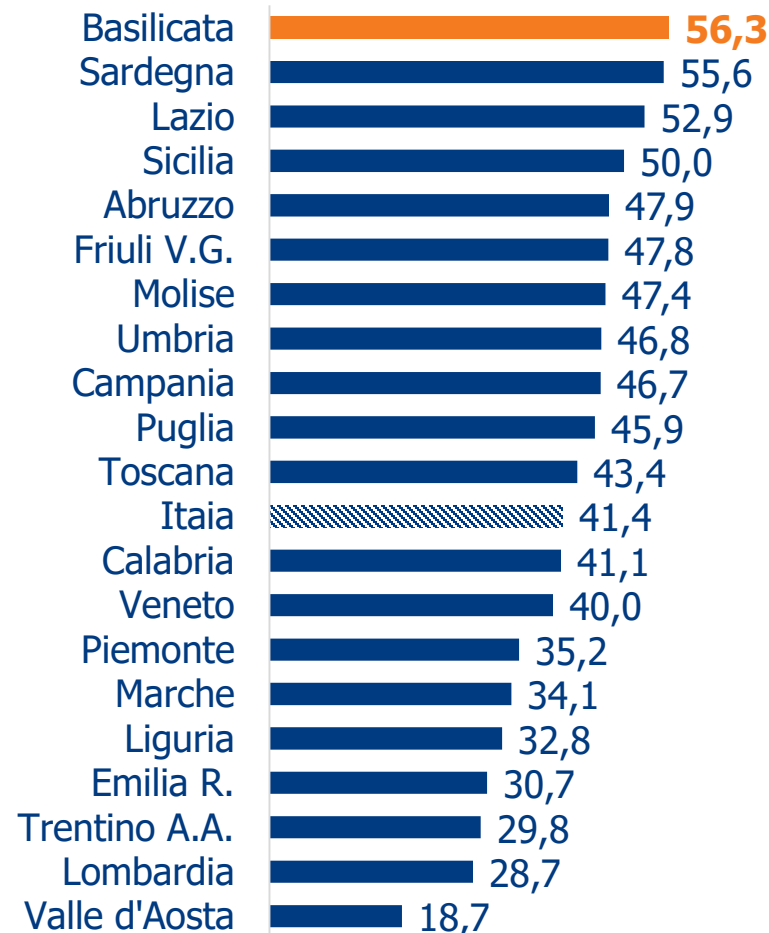
La Basilicata dispone di un enorme patrimonio idrico, anche se purtroppo con gravi dispersioni

10

Volume di acqua prelevata per uso potabile
(migliaia di metri cubi ogni 100 abitanti), 2015



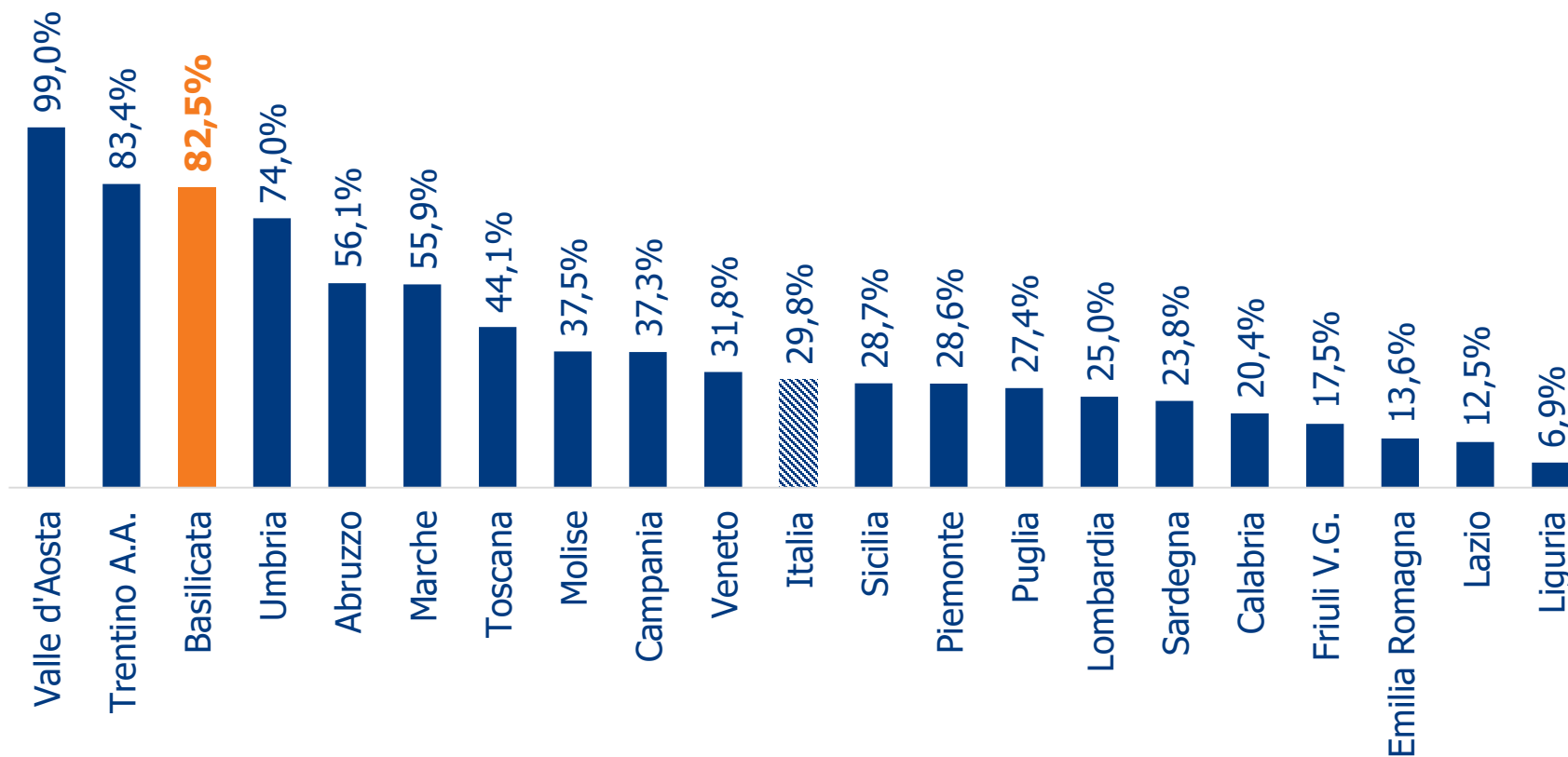
Perdite idriche nelle reti di distribuzione dell'acqua per uso potabile, (% del volume di acqua immesso in rete), 2015



La Basilicata si posiziona tra le prime tre Regioni italiane per produzione di energia rinnovabile...

10

Produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili su totale produzione, (valori %), 2017

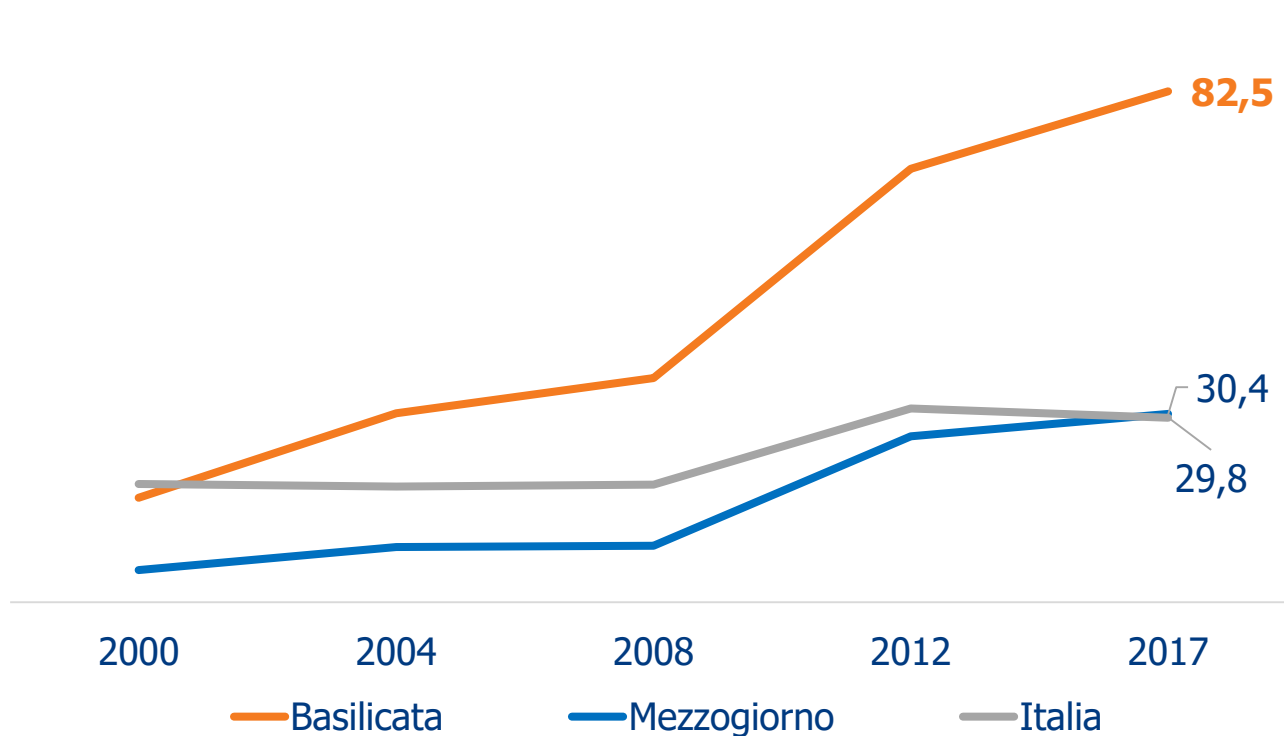


- **1° Regione** d'Italia per produzione di eolico, con l'**11%** dell' energia elettrica nazionale da fonte eolica viene prodotta in Basilicata

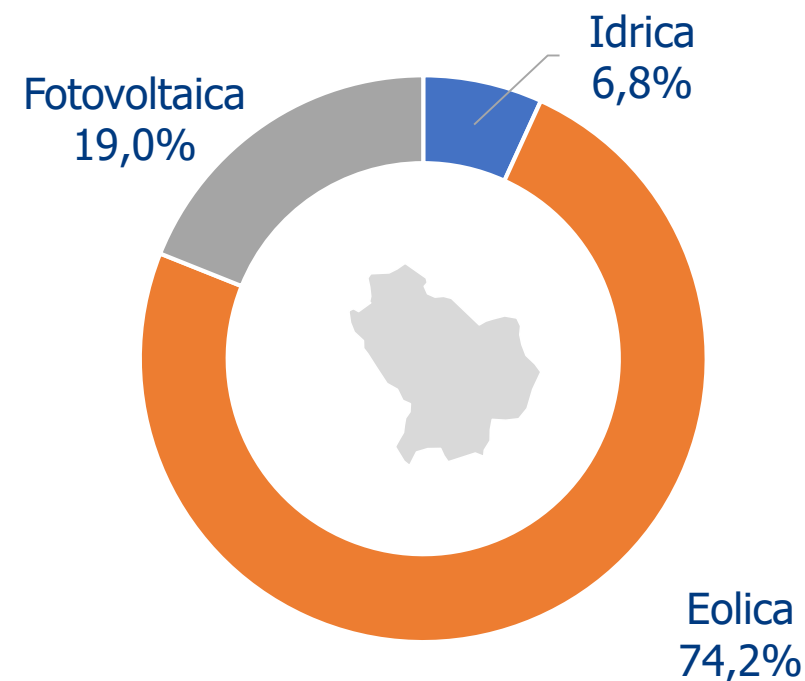
... facendo tre volte meglio dell'Italia negli ultimi 15 anni

10

Trend produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili (% su totale produzione), 2000-2017



Produzione di energia elettrica per fonte rinnovabile in Basilicata (% su totale produzione rinnovabili), 2017



Agenda

- The European House – Ambrosetti
- L'iniziativa "Think Tank Basilicata"
- I punti di forza della Basilicata
- **Le criticità che la Regione deve affrontare**
- La nostra proposta di visione e gli indirizzi per la Basilicata

Le dieci criticità della Basilicata

1 Progressivo spopolamento

2 Fuga dei giovani

3 Debolezza del sistema universitario

4 Sistema della ricerca embrionale

5 Occupazione high tech e livello di digitalizzazione troppo bassi

6 Debolezza della Pubblica Amministrazione

7 Frammentazione e difficoltà di fare squadra

8 Fragilità del territorio

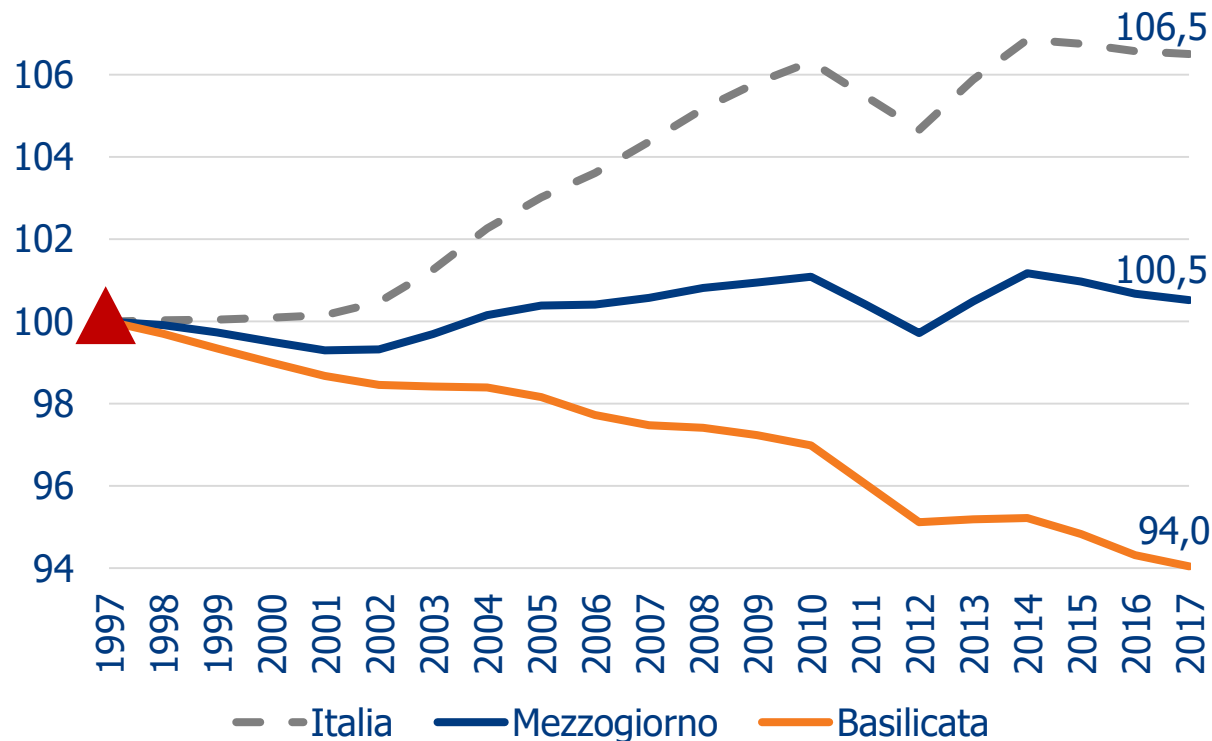
9 Decadimento della passione e dell'ottimismo

10 Inadeguatezza delle infrastrutture

La Basilicata, da 20 anni, vive un costante spopolamento che in futuro vedrà la fascia di popolazione attiva (15-64 anni) ridursi di 10 punti percentuali

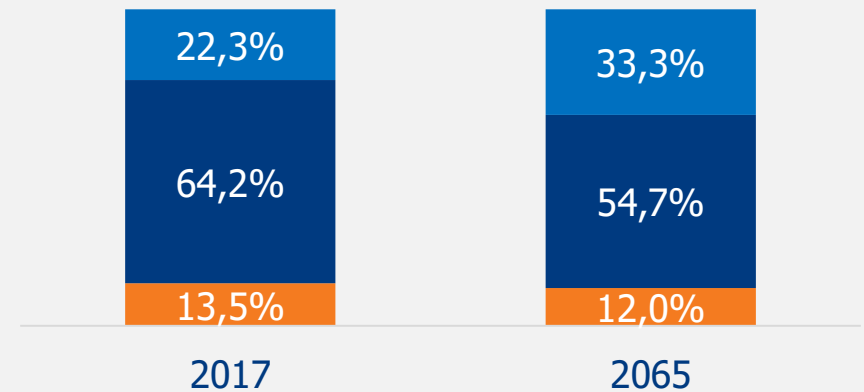
1

Popolazione residente in Italia, Mezzogiorno e Basilicata (numeri indice 1997=100), 1997-2017



PREVISIONI AL 2065

Composizione popolazione in Basilicata (valori %), 2017 e 2065



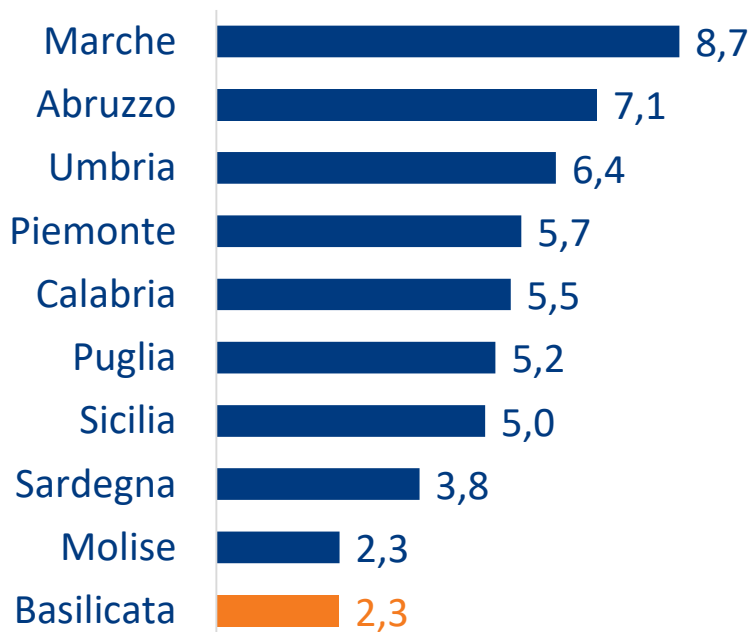
■ 0-14 anni ■ 15-64 anni ■ 65+ anni

La scarsa offerta di posti di lavoro (soprattutto ad elevata qualifica) porta e porterà all'emigrazione della fascia di popolazione in età da lavoro, più giovane e più istruita, togliendo risorse essenziali per lo sviluppo

Una Regione che vuole essere attrattiva non può prescindere da un sistema ricettivo all'altezza e non può essere ultima per densità di alberghi sul territorio

1

Ultime 10 Regioni per densità di esercizi alberghieri (alberghi per km²), 2017



Numero di esercizi recettivi in Basilicata per tipologia, 2014-2017

	2014	2015	2016	2017
Alberghi a 5	5	5	5	6
Alberghi a 4 stelle	49	50	52	54
Alberghi a 3 stelle	114	112	114	116
Alberghi a 2 e 1 stelle	56	53	46	49
Campeggi, villaggi e RTA	25	25	26	23
Affittacamere e case vacanze	170	273	437	545
Agriturismi	146	146	146	137
Ostelli della gioventù e case religiose	13	13	14	16
B&B	230	280	335	380
Totale	808	957	1.175	1.326

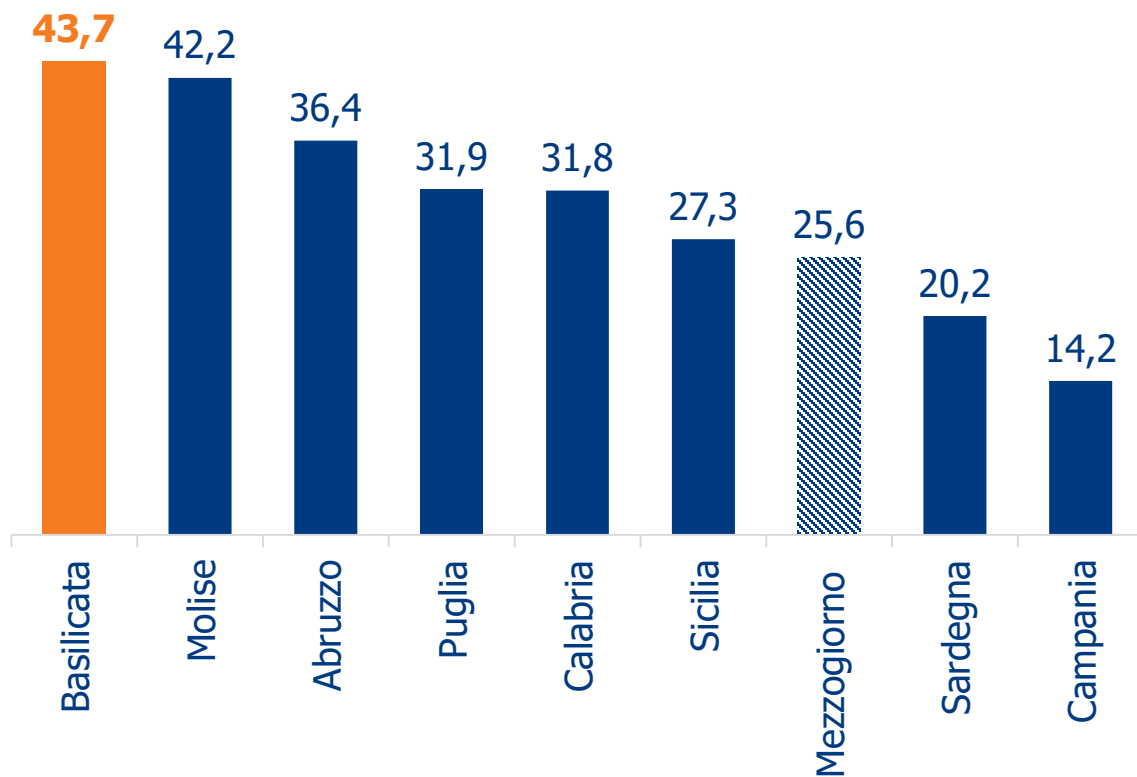
La ricettività turistico-alberghiera non può basarsi solo su affittacamere, bed & breakfast, ostelli e agriturismi, ma deve essere riqualficata anche sul piano dell'accoglienza alberghiera

La combinazione di basso tasso di natalità e fuga di giovani ha fatto perdere 25.000 giovani negli ultimi 20 anni (4,4% della popolazione)

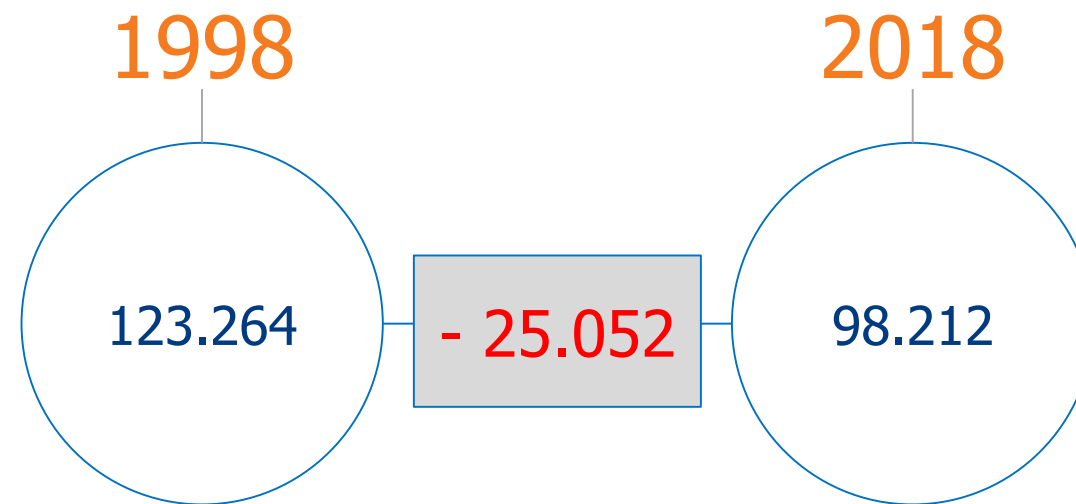
2



Studenti residenti nelle Regioni del Mezzogiorno che si iscrivono nelle Università del Centro-Nord, (valori percentuali), 2017



Giovani di età compresa tra 18 e 30 anni*



(*) Si considerano i giovani residenti

La bassa qualità del sistema universitario spinge i giovani nelle università del Centro-Nord, facendo perdere risorse alle Regioni del Mezzogiorno

3

- Su 61 Università italiane, l'Università degli Studi della Basilicata, risulta:
 - **19°** per mobilità internazionale
 - **28°** per attrattività
 - **30°** per competitività della ricerca
 - **32°** per dispersione
 - **40°** per qualità della produzione scientifica
 - **41°** per occupazione
 - **43°** per qualità dei dottorandi

L'emigrazione studentesca, causata dalla bassa competitività delle università del Mezzogiorno, determina una perdita complessiva di circa **3 miliardi di Euro** ogni anno* per tutte le Regioni del Sud.

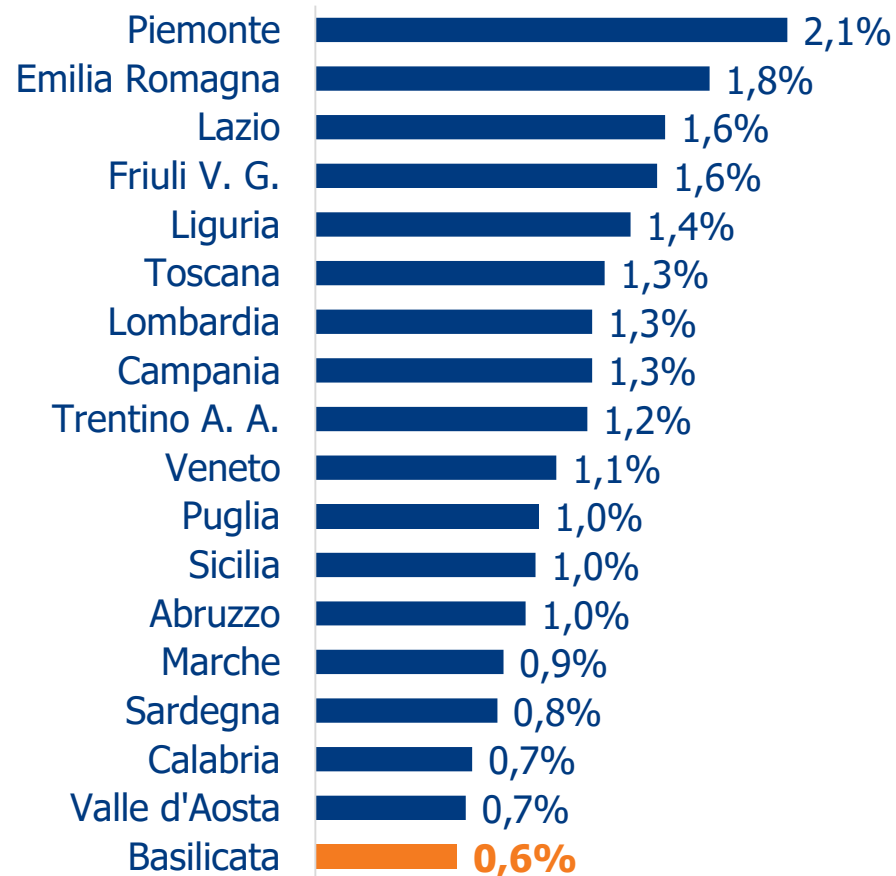
Significa un trasferimento netto di risorse dal Mezzogiorno al Nord del Paese

(*) Tale perdita è causata dalle minori risorse che è necessario trasferire alle Università del Mezzogiorno per il minor numero di studenti presenti e dalle minori spese private sostenute dagli studenti nella città in cui studiano

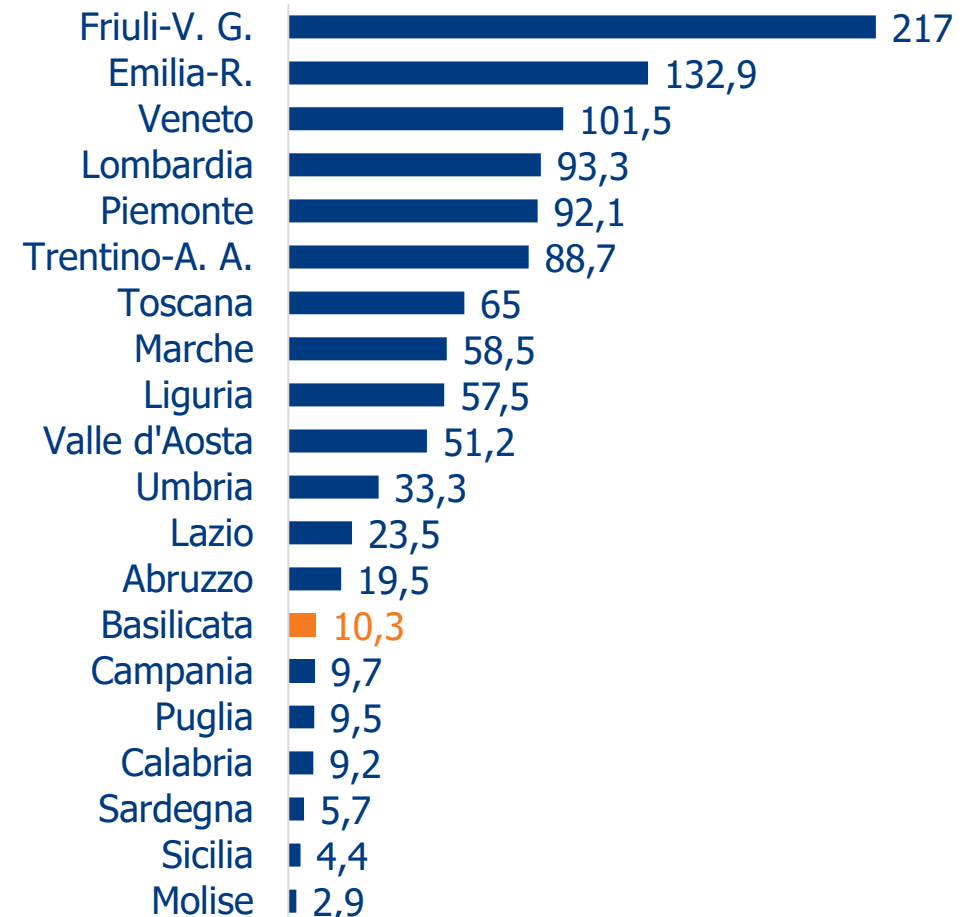
Ricerca e innovazione rappresentano un'altra grave debolezza per l'intero Mezzogiorno e per la Basilicata

4

Spesa in R&S sul PIL nelle Regioni italiane,
(valori %), 2015



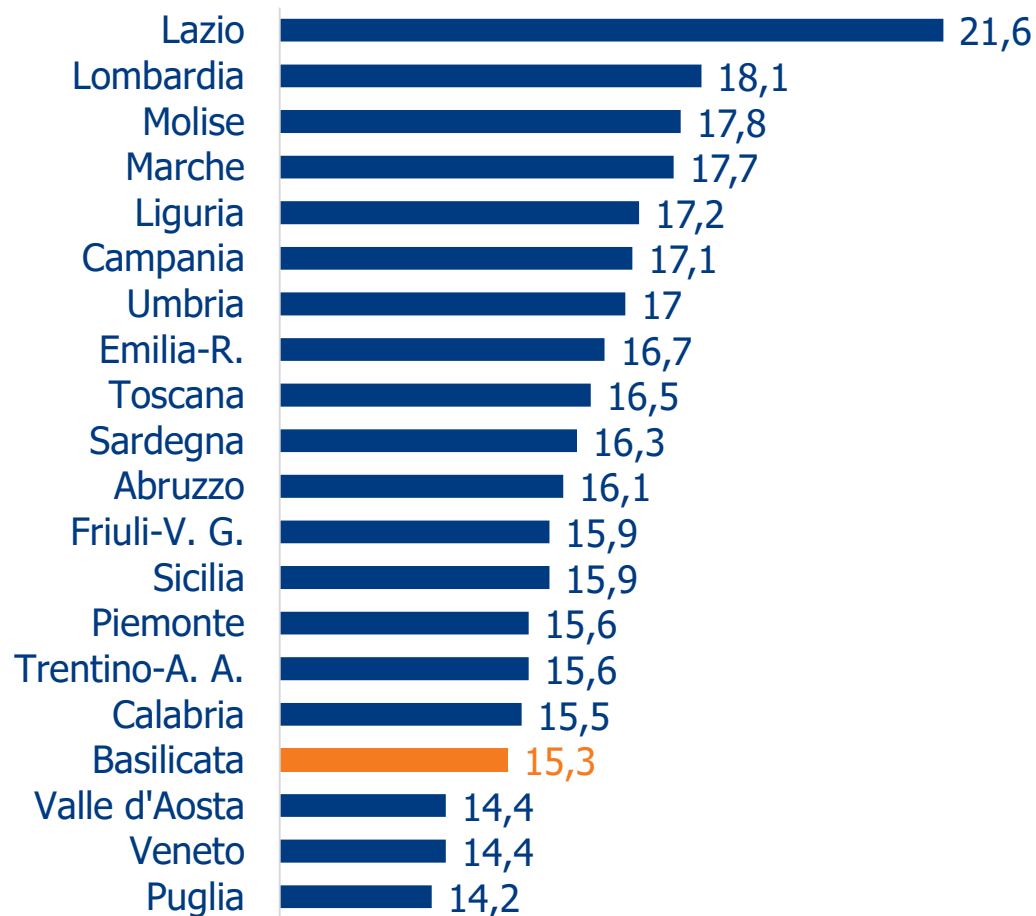
Intensità brevettuale delle imprese,
(domande di brevetto per milione di abitanti), 2012



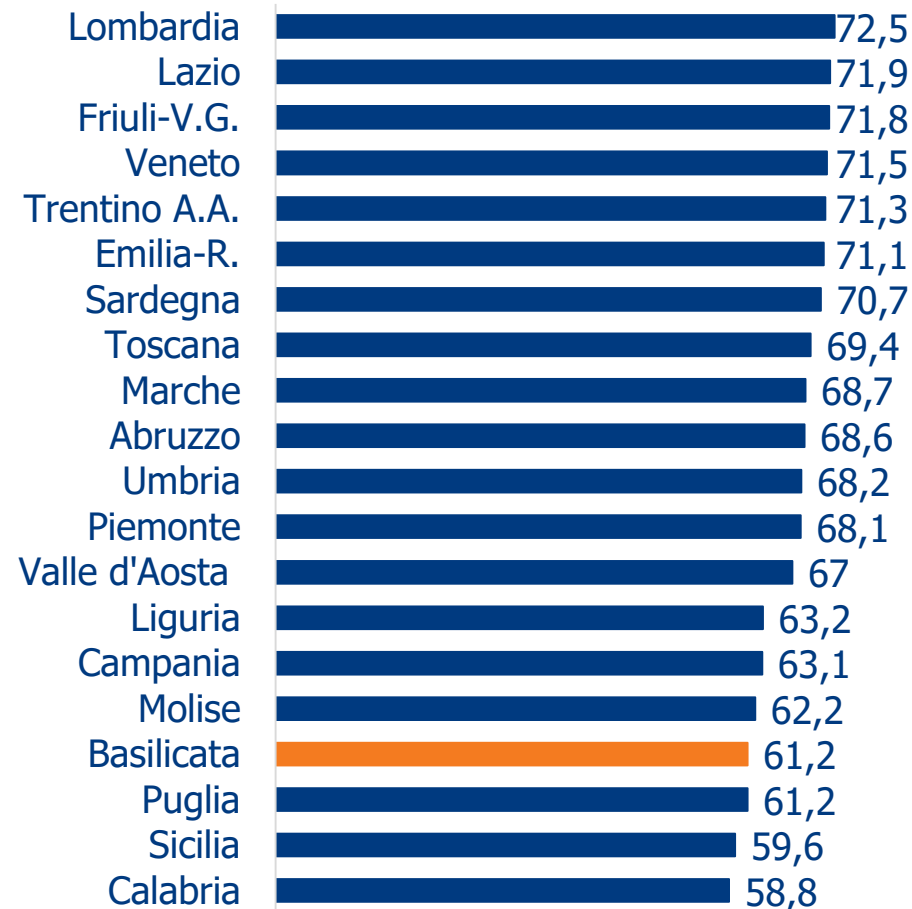
La Regione è in ritardo rispetto all'occupazione in settori ad alta tecnologia e infrastrutture digitali

5

Occupati con istruzione in professioni Scientifico-Tecnologiche, (valori %), 2017



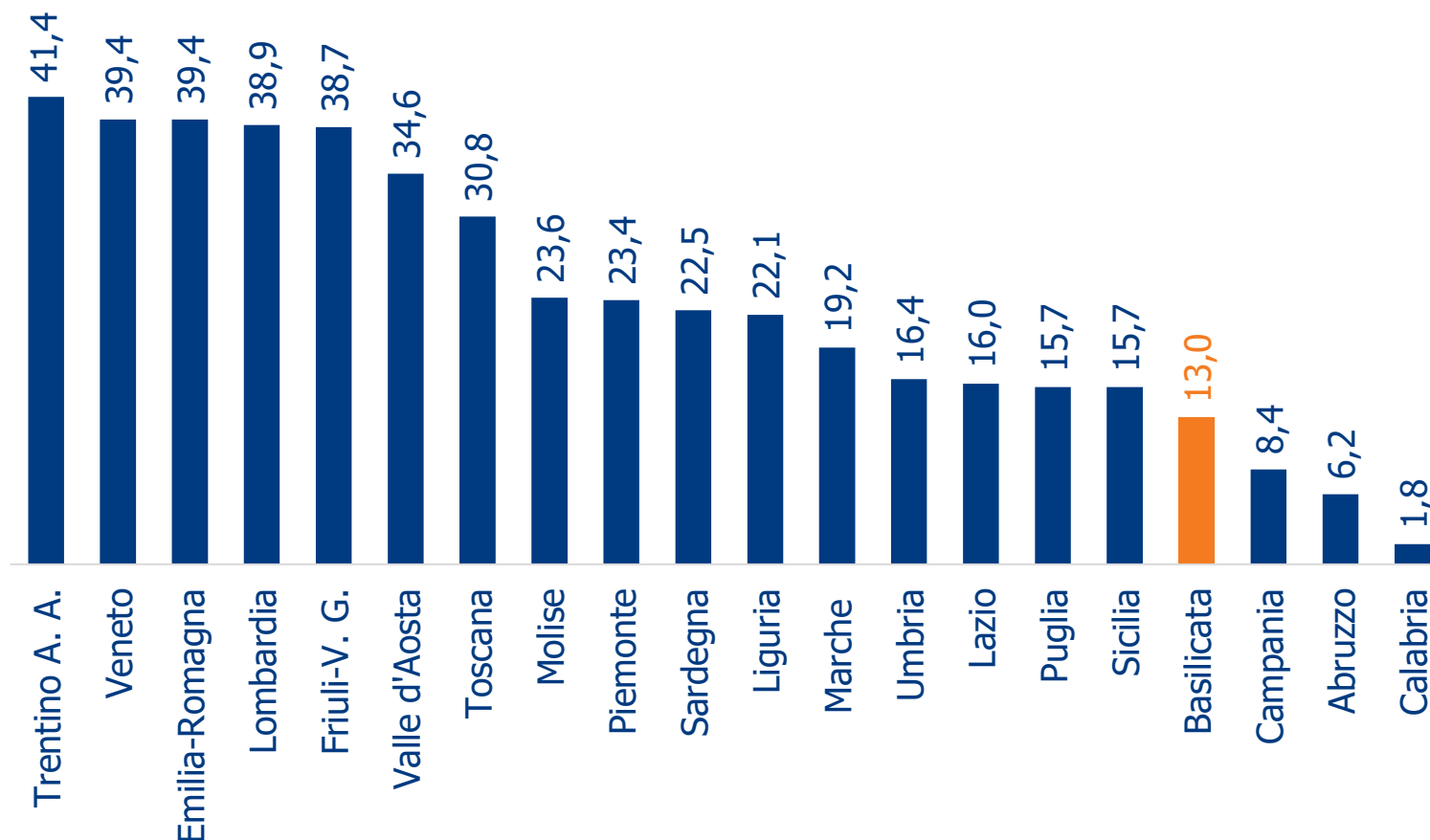
Famiglie che dispongono di accesso alla banda larga, (% su totale famiglie), 2016



Lo European Quality of Government Index* (EQI, 2017) lascia la Basilicata quart'ultima fra le Regioni italiane come qualità della PA

6

European Quality of Government Index,
(numeri indice, 100=Regione Åland, Finlandia), 2017



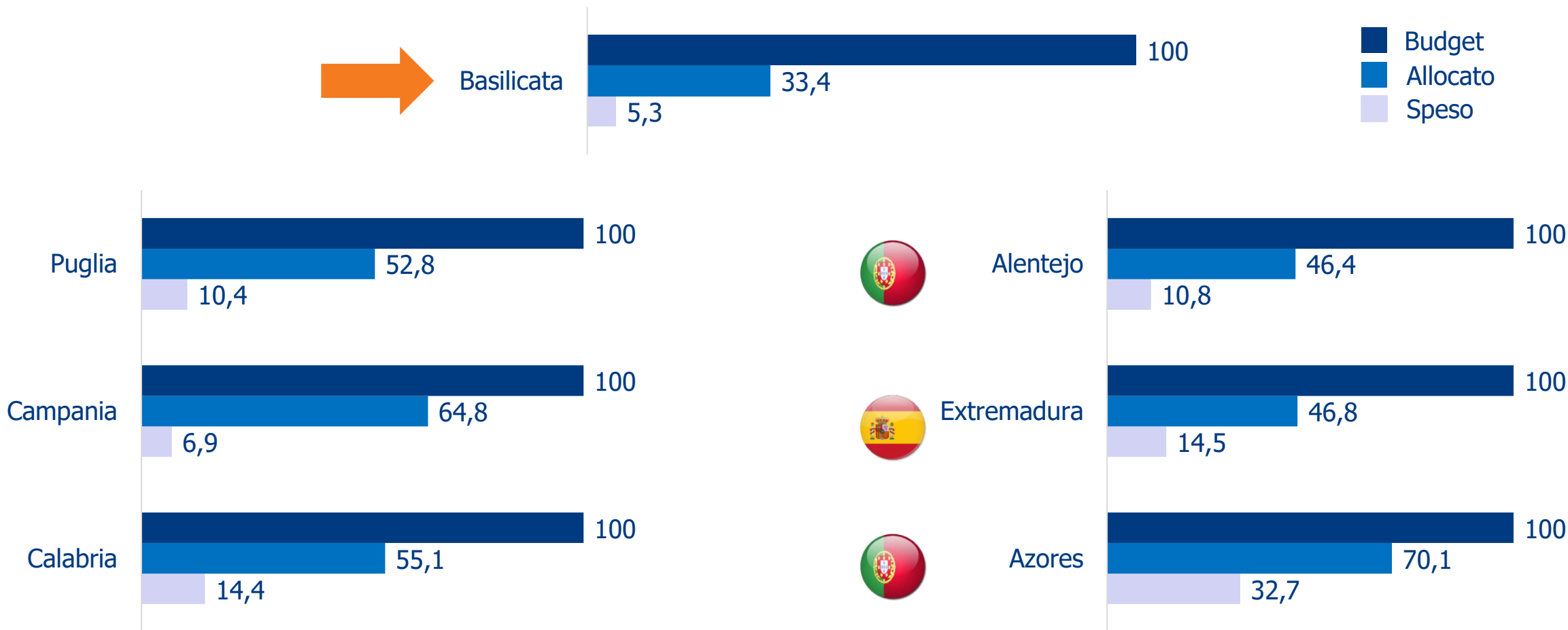
- I Key Performance Indicator su cui la Basilicata ottiene i risultati peggiori sono:
 - Percezione della **corruzione** (7,7/100 - penultima fra le regioni italiane)
 - **Qualità dei servizi** offerti (19,7 - quartultima regione in Italia)
- Risultati migliori si registrano solo nell'imparzialità della PA (38,2/100 9° Regione)

(*) L'EQI misura la percezione dei cittadini riguardo all'efficienza della PA in 202 regioni della UE. È realizzato dall'Università di Göteborg per la Commissione Europea

La capacità di spesa dei fondi pubblici europei della Basilicata è inferiore sia alle altre Regioni del Sud sia ad alcune Regioni europee

6

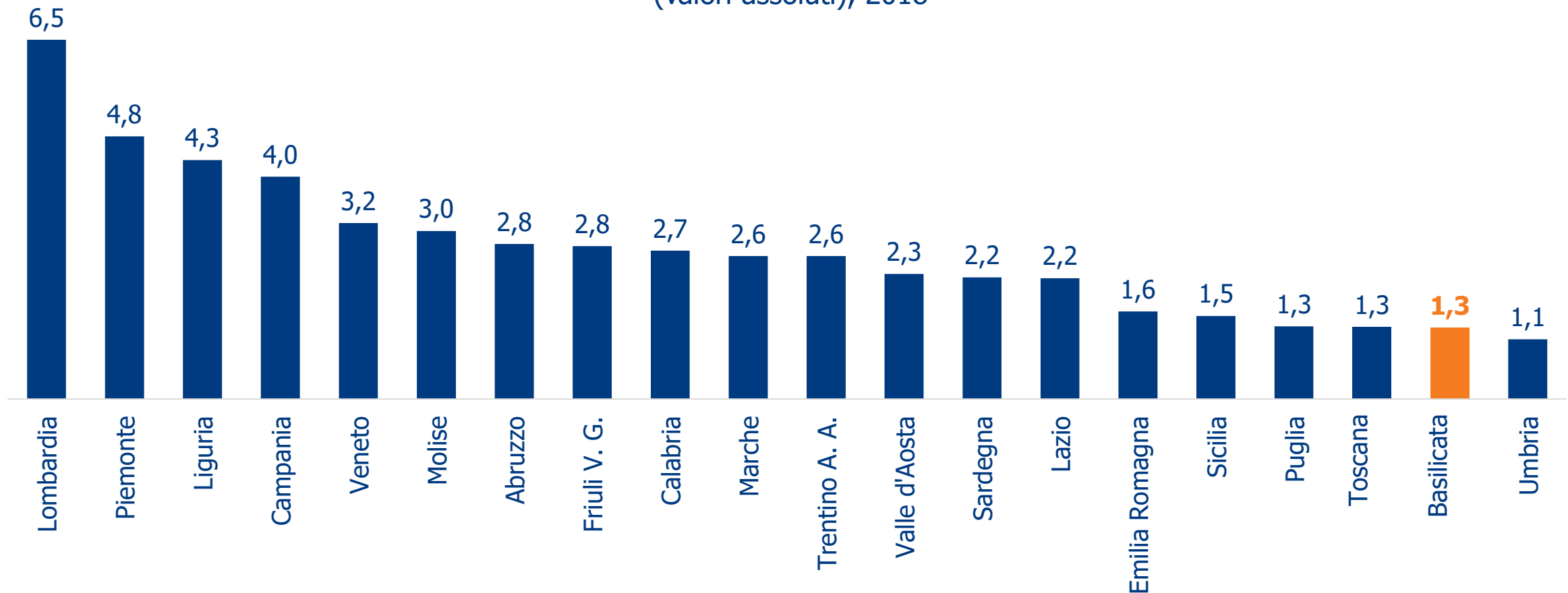
Utilizzo dei fondi europei (FES + FESR + Sviluppo Rurale) 2014-2020 (valori percentuali), 2017



Il grado di isolamento dei comuni e la frammentazione inibiscono la capacità di fare squadra...

7

Grado di isolamento dei comuni nelle Regioni italiane, comuni ogni 100 km²
(valori assoluti), 2018



... creando rilevanti fenomeni di campanilismo

7

Campanilismo? Forse sfugge il senso della protesta che sta divampando a Matera

È SOLO CAMPANILISMO?

HYPERBROS URBAN BLOG · SABATO, 23 LUGLIO, 2016

La Basilicata dei campanili e la politica di seconda mano

Matera contro Potenza, un campanilismo che non porta a nulla di buono

Il sindaco interviene sulle polemiche per il capodanno

**Materano o potentino?
Ecco il doppio identikit**

Dalle feste, alla tifoseria, agli improperi: sui socialnetwork non c'è niente che accomuna. La rissa alla sfilata dei turchi è il segno di un campanilismo mai sopito tra le due città

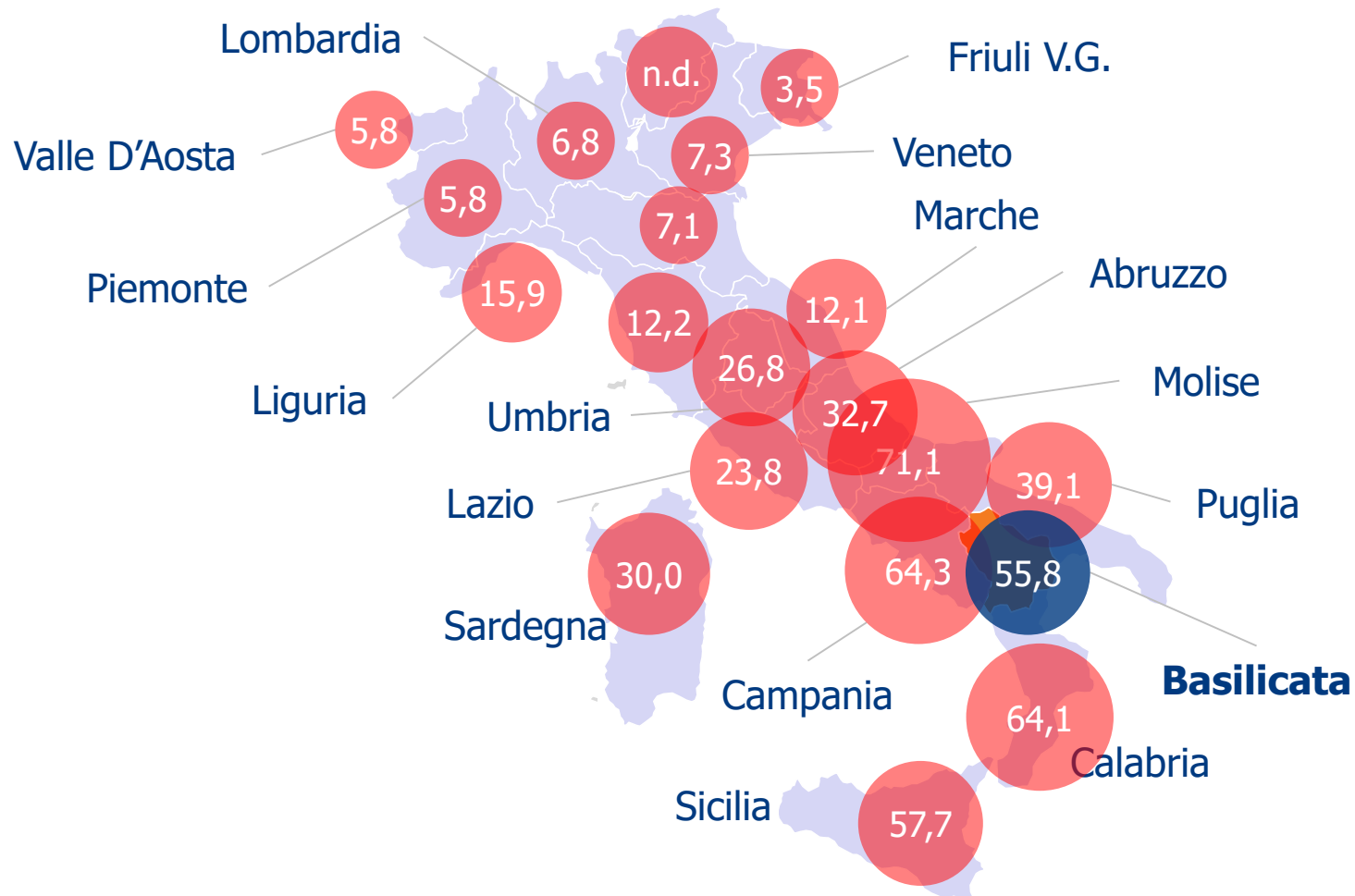
Da una guida turistica di Potenza

Se ci sono due città totalmente contrapposte, queste sono Matera e Potenza, per secoli e millenni appartenute a storie e culture diverse. Solo da 350 anni sono forzatamente unite in una stessa regione. Questo non significa che non possano stare insieme.

Il territorio, già fragile, è messo sotto pressione dalla presenza di costruzioni abusive

8

Costruzioni abusive ogni 100 autorizzate nelle Regioni italiane, (valori assoluti), 2016

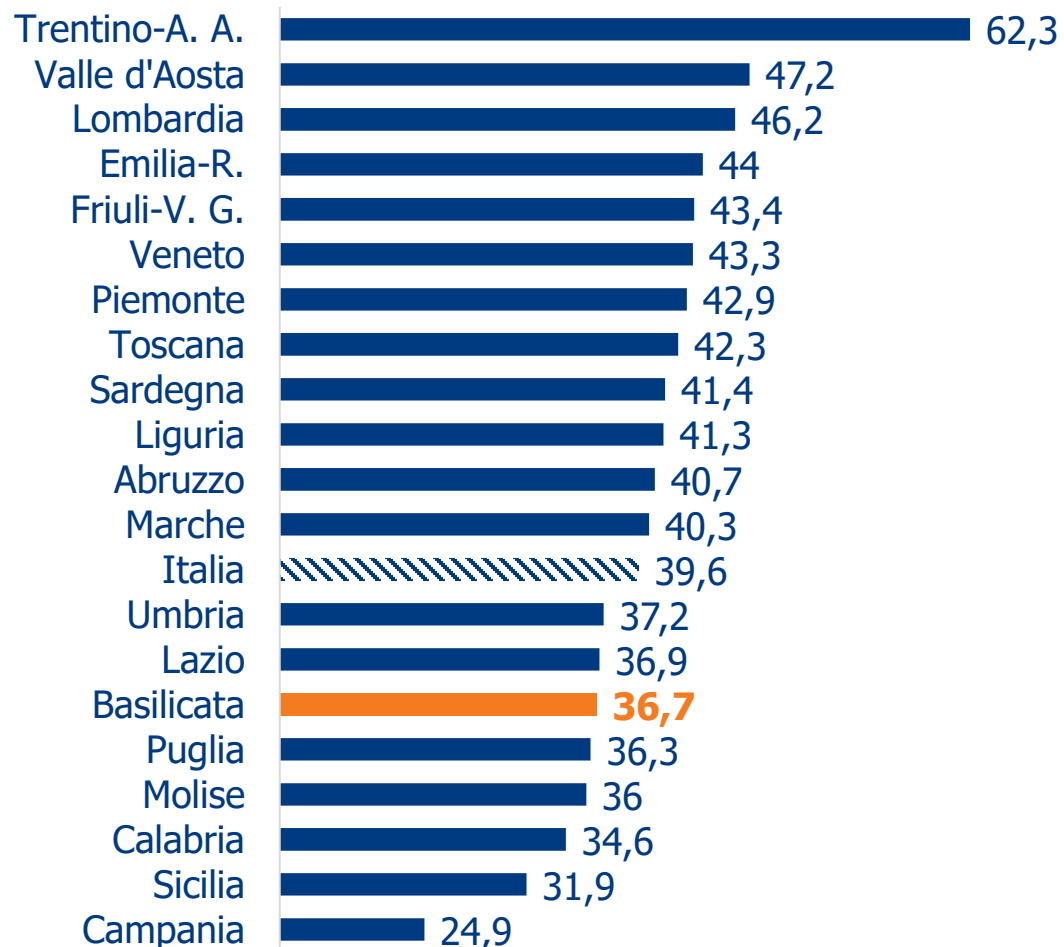


- **1°** Regione per superficie a rischio frane
- **4°** peggiore Regione d'Italia per abusivismo edilizio
- **5°** Regione in Italia per quota di edifici a rischio frane (7,5%), con ben il 96,2% a rischio sismico medio-alto

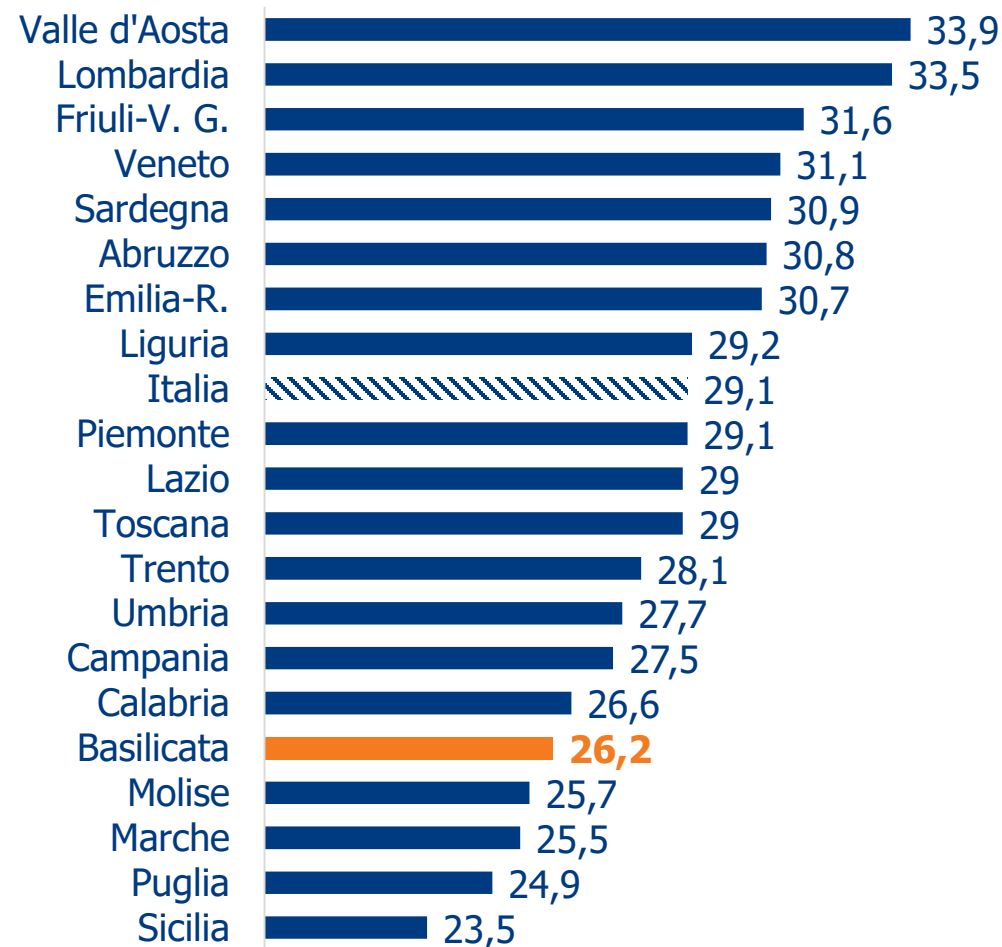
Il decadimento della passione e dell'ottimismo rappresentano un ostacolo allo sviluppo

9

Soddisfazione per la propria vita nelle Regioni italiane, (valori %), 2017

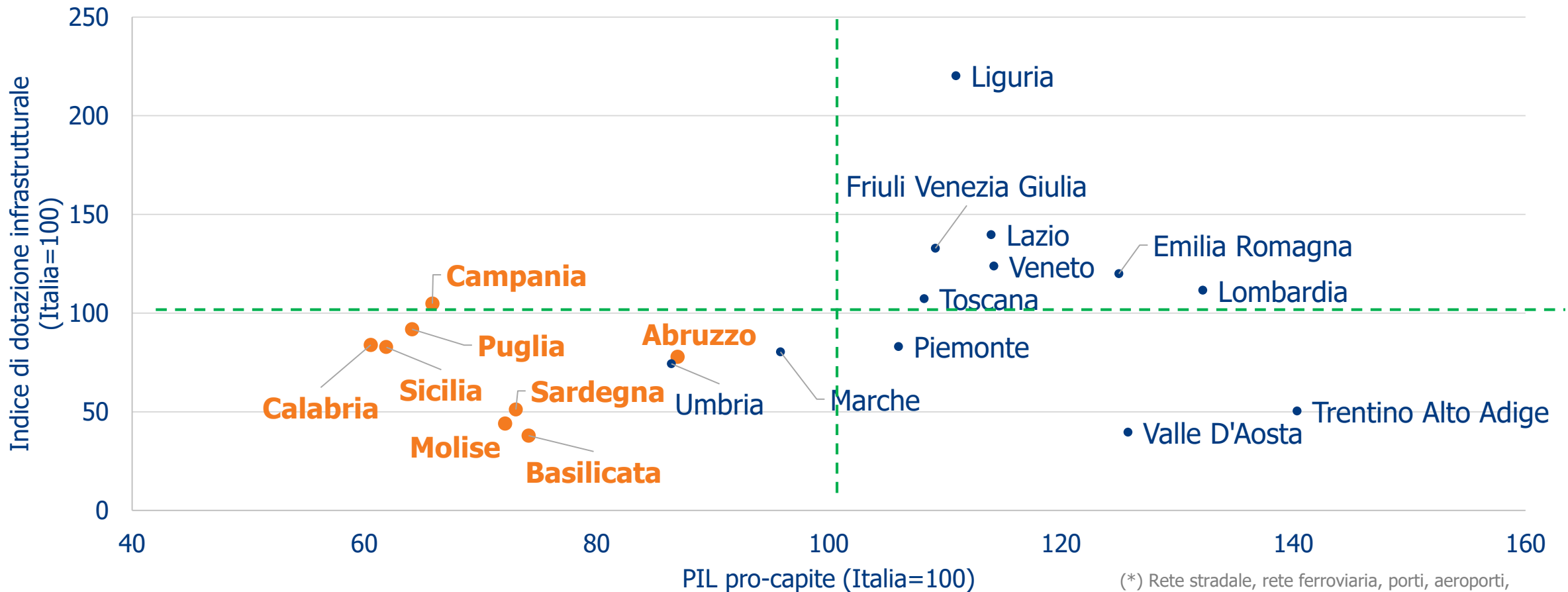


Giudizio positivo sulla situazione personale a 5 anni nelle Regioni italiane, (valori %), 2017



Ultima in Italia per dotazione infrastrutturale e con pochi segni di miglioramento...

Dotazione infrastrutturale* e PIL pro-capite delle Regioni italiane (Italia=100), 2016



(*) Rete stradale, rete ferroviaria, porti, aeroporti, reti energetiche-ambientali, reti per la telefonia e la telematica, reti bancarie e servizi vari.

... con soluzioni di trasporto pubblico particolarmente inefficienti

10



Per percorrere con il treno i **131 km** che separano Potenza da Bari si impiegano **circa 4 ore** con passaggio obbligato da Foggia o da Taranto e la frequente necessità di usare bus sostitutivi ai treni



Agenda

- The European House – Ambrosetti
- L'iniziativa "Think Tank Basilicata"
- I punti di forza della Basilicata
- Le criticità che la Regione deve affrontare
- **La nostra proposta di visione e gli indirizzi per la Basilicata**

Le **10 esigenze strategiche** della Basilicata in sintesi

Le **10 esigenze strategiche** della Regione Basilicata

1. Rafforzamento e valorizzazione della **competitività dell'industria** nei settori strategici per il territorio
2. Valorizzazione delle **filiere dell'agroalimentare e del turismo** quali "attrattori" locali, nazionali e internazionali
3. Necessità di **"ibridazione" di settori tradizionali** e della Pubblica Amministrazione attraverso innovazione e tecnologia
4. Realizzazione di **hub formativi e/o centri di eccellenza di Innovazione & Ricerca**
5. Contrasto ai **flussi migratori** giovanili in uscita dal territorio
6. Rigenerazione del **tessuto urbano e del patrimonio naturalistico e ambientale** come strumenti a sostegno della vocazione turistica del territorio
7. Realizzazione di progettualità di contrasto al **decadimento della passione e dell'ottimismo**
8. Miglioramento dei processi di **governance e più "gioco di squadra"** anche con le Regioni limitrofe
9. Ottimizzazione nell'allocazione e gestione dei **fondi pubblici per lo sviluppo**
10. Potenziamento del **sistema infrastrutturale**

La nostra proposta di visione per la Basilicata

Diventare tra le Regioni più **sostenibili** in Italia e in Europa, costantemente impegnata nella costruzione di una **società inclusiva**, nella tutela dell'**ambiente** e nella valorizzazione della **filiera agricola e alimentare** e del **turismo**, facendo leva sugli asset naturalistici e culturali e sul contributo dei **giovani** e dell'**industria** all'attrattività, all'innovazione e alla crescita

"Motto" per sintetizzare la Visione

**Basilicata:
energie per un
futuro sostenibile**

La nostra proposta di visione risponde alle sei domande fondamentali ...

- 1 Perché un'impresa dovrebbe **insediarsi** qui e non altrove?

 Per la presenza di un tessuto industriale organizzato in distretti specializzati e con una vocazione per la ricerca e l'innovazione in ambito ambientale
- 2 Perché un'impresa già presente dovrebbe decidere di **rimanervi**?

 Per beneficiare dell'esistenza di network di imprese dello stesso settore in grado di generare ricadute positive verso tutto il sistema economico
- 3 Perché un contribuente/famiglia, dovrebbe decidere di **risiedere** e **contribuire** qui e non altrove?

 Per l'alta qualità della vita, l'attenzione al territorio in un contesto naturale integro e in grado di offrire servizi di alto livello
- 4 Perché un **talento** dovrebbe decidere di lavorare qui e non altrove?

 Per l'ecosistema industriale e della ricerca di livello internazionale focalizzato su tutte le aree dello sviluppo sostenibile
- 5 Perché un **turista** dovrebbe scegliere di venire qui e non altrove?

 Per un'offerta turistica completa e integrata alla vocazione agroalimentare e gastronomica del territorio
- 6 Perché uno **studente** dovrebbe venire qui a studiare?

 Perché la Basilicata presenta un'offerta formativa fortemente specializzata nelle aree espressione delle competenze strategiche della Regione

... e consente alla Basilicata di porsi all'avanguardia in Italia in tutti i temi collegati allo sviluppo sostenibile

Le Nazioni Unite hanno predisposto un'agenda per lo sviluppo sostenibile del pianeta definendo 17 obiettivi



Per raggiungere gli obiettivi della Visione è necessario intervenire su tre livelli (1/3)

1. RAFFORZARE I FATTORI ABILITANTI DELLO SVILUPPO ("RIDURRE LE DISTANZE CON I COMPETITORI")

INDIRIZZI



Migliorare la retention delle imprese e **attrarre investimenti** e imprenditorialità



Modernizzare l'**offerta turistica** regionale



Migliorare l'**offerta universitaria** (scegliere in quale campo si vuole eccellere) e potenziare il sistema della ricerca



Lanciare un piano per il **potenziamento delle infrastrutture** e la mobilità

Per raggiungere gli obiettivi della Visione è necessario intervenire su tre livelli (2/3)

2. GUADAGNARE VANTAGGI COMPETITIVIT ("CHIAVI DI SUCCESSO")

INDIRIZZI



Creare un fondo pubblico per la **gestione** centralizzata **delle royalties** a favore degli obiettivi di sviluppo sostenibile



Creare un **Hub di innovazione** e ricerca focalizzato sul settore energetico e sugli ambiti di sviluppo sostenibile



Attrarre **fondi di Venture Capital** di sostegno all'imprenditorialità diffusa



Istituire una **Scuola di Alta Formazione per la P.A.**

Per raggiungere gli obiettivi della Visione è necessario intervenire su tre livelli (3/3)

3. INGAGGIARE IL TERRITORIO NEL PERCORSO DI SVILUPPO TRACCIATO ("COMUNICAZIONE")

INDIRIZZI



Creare **piattaforme di co-progettazione** tra gli attori del territorio e le Istituzioni per l'implementazione della Visione e la programmazione territoriale



Attivare una **campagna di marketing** virale a livello regionale, nazionale e internazionale, che consenta di attrarre imprese, persone e centri di ricerca



Inserire la **visione nello Statuto regionale** e la dichiarazione aperta delle Istituzioni locali per la realizzazione dell'Agenda 2030



Istituire formalmente la "**Conferenza unificata delle Regioni italiane per l'Agenda dello sviluppo sostenibile**" con indirizzo strategico



Think Tank Basilicata

Valerio De Molli

Managing Partner e CEO, The European House – Ambrosetti

Sito: www.ambrosetti.eu

E-mail: valerio.de.molli@ambrosetti.eu

Twitter: @ValerioDeMolli



Hashtag: #ThinkTankBasilicata

Allegato

Referenze di competitività territoriale

Alcune delle iniziative di competitività territoriale realizzate negli anni da The European House – Ambrosetti (1/8)

- «Masterplan per la Provincia di Cremona», piano strategico di sviluppo realizzato per Confindustria Cremona – in corso
- «Liguria 2022: scenari strategici per un nuovo modello di sviluppo economico e sociale della Regione Liguria», scenario strategico realizzato per Regione Liguria e un pool di Promotori privati, lanciato nel 2016 – in corso
- «Global Attractiveness Index. Il vero termometro dell'attrattività Paese», scenario strategico realizzato per ABB, Toyota e Unilever, lanciato nel 2016 – in corso
- «Masterplan Roma Futura 2030-2050», documento di orientamento strategico realizzato per Unindustria Lazio, 2017-2018
- «Il futuro della mobilità urbana. Integrazione e nuovi modelli di gestione nel caso italiano», position paper realizzato per Ferrovie dello Stato Italiane, 2017
- «E-MOBILITY REVOLUTION. Gli impatti sulle filiere industriali e sul sistema-Paese: quale Agenda per l'Italia», studio strategico realizzato per ENEL, 2017
- «Start City – Libro Bianco delle Città Metropolitane: le Città Metropolitane, il rilancio parte da qui», realizzato per Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) e Intesa Sanpaolo, 2016

Alcune delle iniziative di competitività territoriale realizzate negli anni da The European House – Ambrosetti (2/8)

- «Masterplan per il rilancio del sistema manifatturiero di Terni e Narni», realizzato per Confindustria Terni-Narni, in collaborazione con Sviluppumbria, 2015-2016
- «Se fallisce il Mezzogiorno, fallisce il Paese. Condizioni e proposte per il rilancio del Sud», studio strategico realizzato per Banca del Mezzogiorno - Mediocredito Centrale, 2015
- «Il sistema manifatturiero di Monza e della Brianza: quale visione per il futuro», studio strategico realizzato per Confindustria Monza e Brianza, 2015
- «Linee guida per la valorizzazione del Parco di Monza, della Villa Reale e dell'area Autodromo», masterplan realizzato per Confindustria Monza e Brianza, 2015
- «Realizzare l'Unione Energetica Europea. Proposte e raccomandazioni di policy per dare energia alla competitività dell'Europa», scenario strategico realizzato per ENEL, 2015
- «L'Unione Energetica Europea – Quali benefici per i consumatori», working paper realizzato per GDF Suez, 2015
- «Comunicare meglio l'Italia per tornare a crescere», ricerca realizzata per WPP Italia, dal 2012 – in corso
- «The Connected Banking Report. Opportunità emergenti attraverso l'innovazione digitale», scenario strategico realizzato per Hewlett-Packard Italia, 2015 e 2016

Alcune delle iniziative di competitività territoriale realizzate negli anni da The European House – Ambrosetti (3/8)

- «Torino 2025 – Il processo di trasformazione di Torino e la nuova visione per il futuro del territorio metropolitano», documento di orientamento strategico realizzato per Comune di Torino e Torino Strategica, 2014
- «La Piattaforma Logistica Nazionale - Un progetto di sistema per la competitività della filiera logistica italiana», documento di orientamento strategico realizzato per UIRNet, 2014
- «L'educazione per il 21° Secolo - La chiave per il rilancio e la competitività dell'Italia», scenario strategico realizzato per Hewlett-Packard Italia, 2014
- «La valorizzazione del Monferrato per lo sviluppo della Provincia di Alessandria», scenario strategico e Forum realizzato per Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria e Fondazione "Gianfranco Pittatore", 2010-2013 (tre edizioni)
- «L'eccellenza della filiera della plastica per il rilancio industriale dell'Italia e dell'Europa», studio strategico realizzato per PlasticsEurope Italia, 2013
- «Il rilancio della portualità e della logistica italiana come leva strategica per la crescita e la competitività del Paese», documento di indirizzo strategico e Forum realizzato per Assoport, Fedespedi, Federagenti, 2013

Alcune delle iniziative di competitività territoriale realizzate negli anni da The European House – Ambrosetti (4/8)

- «Stato, cittadini e imprese nell'era digitale - piano d'azione strategica per la digitalizzazione dell'Italia», studio strategico realizzato per Poste Italiane, 2013
- «Smart Cities in Italia: un'opportunità nello spirito del rinascimento per una nuova qualità della vita», studio strategico realizzato per ABB, 2012
- «Idee e progetti di sviluppo per il Sulcis Iglesiente», documento di orientamento strategico realizzato per Provincia di Carbonia-Iglesias, 2012
- «Piano strategico per l'attrazione di investimenti», documento di orientamento strategico realizzato per Regione Valle d'Aosta, 2011
- «Strategie per attrarre investimenti a Panama», action plan realizzato per Governo di Panama, 2010
- «Strategy for industrial park development in Wuxi», masterplan realizzato per Municipalità di Wuxi (Cina), 2010
- «Una visione strategica per lo sviluppo della Provincia di Reggio Emilia», scenario strategico realizzato per Comune di Reggio Emilia, 2008 - 2010

Alcune delle iniziative di competitività territoriale realizzate negli anni da The European House – Ambrosetti (5/8)

- «Advisory Board San Marino: innovare e competere per il futuro», scenario strategico e Forum realizzati per Fondazione San Marino-Cassa di Risparmio della Repubblica di San Marino, Ente Cassa di Faetano, Associazione Nazionale dell'industria Sammarinese, 2007-2009 (tre edizioni)
- «Definizione della visione strategica per il territorio di Macerata», documento di orientamento strategico e Forum realizzati per Confindustria di Macerata, 2009-2007
- «Parco tecnologico per l'outsourcing di Dalian», masterplan realizzato per Municipalità di Dalian (Cina), 2009
- «Il futuro del sistema del trasporto aereo: una sfida chiave per lo sviluppo dell'Italia e dell'Europa», studio strategico realizzato per SEA-Aeroporti di Milano, 2008
- «Il futuro del settore manifatturiero nella Provincia di Lecco», scenario strategico realizzato per Confindustria Lecco, 2008
- «Advisory Board per il Sistema Turismo Italiano - proposte per vincere», studio strategico e Forum realizzati per pool di sponsor vari, 2007-2008 (2 edizioni)
- «Lo sviluppo del sistema di trasporto aereo nel Nord Italia», scenario strategico realizzato per SEA-Aeroporti di Milano, 2007

Alcune delle iniziative di competitività territoriale realizzate negli anni da The European House – Ambrosetti (6/8)

- «Lead generation Cina e USA: attrarre investimenti da Cina e Stati Uniti in Toscana», action plan realizzato per Toscana Promozione, 2007
- «Provincia di Savona: Piano per lo sviluppo strategico allo scopo di attrarre investimenti», action plan realizzato per Provincia di Savona, 2007
- «Competitività e sviluppo della Regione Friuli Venezia Giulia», masterplan realizzato per Regione Friuli Venezia Giulia, 2006
- «Riflessioni e proposte per il futuro di Milano - una visione per Milano», documento di orientamento strategico e Forum realizzati per Assimpredil, 2006
- «Lo sviluppo delle infrastrutture per la competitività italiana», scenario strategico realizzato per Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, 2006
- «Rimini e i creativi - risorse, territorio, vivibilità, strategie, sviluppo», scenario strategico realizzato per Confindustria Rimini e Associazione dei Costruttori Edili di Rimini, 2006
- «Una visione strategica per lo sviluppo del territorio di Ascoli Piceno», documento di orientamento strategico realizzato per Fondazione Cassa di Risparmio di Ascoli Piceno, Confindustria Ascoli Piceno, 2006
- «Il futuro di Roma - una visione per Roma», documento di orientamento strategico e Forum realizzati per Associazione Costruttori Edili di Roma e Provincia, 2006

Alcune delle iniziative di competitività territoriale realizzate negli anni da The European House – Ambrosetti (7/8)

- «Definizione del Piano Strategico per la Provincia di Benevento», masterplan realizzato per Provincia di Benevento, 2006
- «Ristrutturare il Piano Strategico dei centri di competenza e eccellenza regionale in Campania», action plan realizzato per Regione Campania, 2006
- «Linee guida per il Piano di Sviluppo Generale 2005-2009 per la città di Prato», masterplan realizzato per Comune di Prato, 2006
- «Città dei creativi - Le città che attraggono la creatività: quali, perché e le politiche per migliorarle», scenario strategico e Forum realizzati per ANCE - Associazione Nazionale Costruttori Edili, 2005
- «Suggerimenti per la competitività dell'Unione Europea», scenario strategico realizzato per Banca Intesa - Telecom Italia, 2005
- «Attrarre investimenti a Parma - Business Plan e Piano d'Azione per Parma», masterplan realizzato per SPIP - Comune di Parma, 2005
- «Napoli: strategie e proposte per un possibile futuro - una visione per Napoli», documento di orientamento strategico e Forum realizzati per ACEN - Associazione Nazionale Costruttori Edili, 2005

Alcune delle iniziative di competitività territoriale realizzate negli anni da The European House – Ambrosetti (8/8)

- «Assistenza per lo sviluppo del Piano Strategico ASC - Associazione per lo Sviluppo della Campania», action plan realizzato per ASC, 2005
- «Misurare la cultura pro-business dell'Italia per aumentare l'attrattività e la competitività», ricerca realizzata per Siemens Italia, 2005
- «Riflessioni e proposte per Torino - una visione per Torino», documento di orientamento strategico e Forum realizzati per Associazione dei Costruttori Edili di Torino, 2005
- «Riflessioni e proposte per il futuro di Palermo - una visione per Palermo», documento di orientamento strategico e Forum realizzati per Associazione dei Costruttori Edili di Palermo e Provincia, 2005
- «Creare valore per l'Europa, le sue imprese e le sue istituzioni», ricerca realizzata per Banca Intesa, Novartis, Siemens, Telecom Italia, 2004
- «Indicatori e politiche per migliorare la competitività italiana e la sua attrattività», ricerca realizzata per Siemens Italia, 2003