

RIVIERE DI LIGURIA & BLUE ECONOMY

ANALISI E LINEE DI SVILUPPO

Camera di Commercio
Riviere di Liguria
Imperia La Spezia Savona

BLUE HUB
AZIENDA SPECIALE

Camera di Commercio
Riviere di Liguria
Imperia La Spezia Savona

Il Progetto **Blue Economy** costituisce l'individuazione e l'integrazione di più elementi :

- la conoscenza del settore economico
- l'individuazione delle potenzialità
- l'individuazione delle esigenze
- la definizione di un percorso di sviluppo
- la determinazione degli strumenti di intervento
- l'avvio di una politica specifica di export
- l'inizio di un percorso

L'indagine realizzata, assai analitica, ha consentito di ricostruire la realtà produttiva, suddivisa per molteplici parametri, esistente nelle tre province di La Spezia, Savona, Imperia, tra loro peraltro distinte.

Forse possiamo sostenere di aver avuto in precedenza la conoscenza analitica delle potenzialità e dei conseguenti limiti?

Per alcuni segmenti produttivi stiamo parlando di sistemi economici, connessi al mare tra i più importanti d'Italia.

In altri termini, l'individuazione dell'**offerta blue economy** delle aree geografiche interessate.

Una ricerca realizzata attraverso i "numeri", ma anche mediante la somministrazione di questionari ed interviste alle imprese, che hanno risposto davvero al di là delle aspettative.

Ed altro elemento importante per il domani, una iniziativa partita in modo distinto è poi stata gestita in maniera unitaria tra la Camera di Commercio, il Comune della Spezia, l'Associazione Industriali.

Le possibilità di utilizzo del patrimonio conoscitivo possono essere molteplici.

- In termini di potenzialità di mercato, attivare politiche dedicate e specifiche di export
- Oppure politiche commerciali interne all'Italia, anche in termini di integrazioni e collaborazioni
- Rendere effettiva la filiera della blue economy territoriale, rendendo sempre più compiuta l'integrazione tra le grandi imprese e l'indotto locale
- Cercare di incrementare i livelli produttivi, dunque le potenzialità di sviluppo anche commerciale, anche sostenendo la creazione di strumenti dedicati, ad esempio le reti di impresa
- Individuare le esigenze delle imprese, siano esse logistiche, finanziarie, produttive, di marketing

Siamo dunque semplicemente al primo passo, l'inizio di un percorso.

Importante è l'integrazione delle capacità e dei ruoli tra Istituzioni pubbliche e private, il che moltiplica le possibilità reali di intervento, in termini sia progettuali che operativi, nel rispetto dei singoli ruoli.

Le risorse professionali ed economiche sono sempre per definizione limitate, le specializzazioni diventano sempre più elemento qualificante.

Camera di Commercio, Associazione Industriali, Comune della Spezia, Assocamere Estero ed ora Unioncamere Nazionale, le Associazioni Artigiane, che a loro volta stanno sviluppando iniziative tematiche, e quelle del Commercio per realizzare non un singolo progetto ma per costruire un sistema operativo, continuativo nel tempo.

Inserendo sempre risorse professionali ed economiche nuove, anche di altre aree territoriali e produttive, perché il mondo e le potenzialità sono tendenti all'infinito così come la strada che dobbiamo percorrere per crescere.

Sapendo che dobbiamo distinguere in termini operativi almeno tra macro settori, laddove il turismo ed il commercio in senso stretto possiedono dimensioni e seguono regole e strumentazioni differenti da quelle ad esempio della cantieristica o della meccanica.

La prima sperimentazione riguarda l'export, ed in particolare il rapporto domanda/offerta con la blue economy di Egitto, Marocco, Tunisia.

Tre aree scelte di comune accordo con le Categorie imprenditoriali, che le hanno individuate tra le principali destinazioni di mercato a livello mondiale, e non solamente per vicinanza geografica.

Le Camere di Commercio Estere dei relativi Paesi hanno censito la **domanda**, ossia le esigenze/opportunità sia strategiche sia attuali inerenti il settore, aprendo la strada ad un confronto operativo di merito.

Oggi inizia il confronto, nel pomeriggio con i primi incontri con le imprese, che deve necessariamente essere approfondito e reso strutturale già nel prossimo anno.

L'incontro tra domanda ed offerta deve superare il concetto della singola manifestazione/evento per approdare ad un reale sistema di interrelazione tra le parti.