



Ministero per il Sud e la Coesione territoriale



The European House
Ambrosetti

LA STRATEGIA EUROPEA PER UNA NUOVA STAGIONE GEOPOLITICA, ECONOMICA E SOCIO-CULTURALE DEL MEDITERRANEO



10 MESSAGGI CHIAVE CHE EMERGONO DAL LIBRO BIANCO

I. IL MEDITERRANEO ALLARGATO È SEMPRE PIÙ UNA REGIONE STRATEGICA A LIVELLO GLOBALE, QUI DOVRANNO TROVARE SINTESI I PRINCIPALI TREND E LE PIÙ IMPORTANTI SFIDE DEL NOSTRO TEMPO

1. L'iniziativa "**Verso Sud**: La strategia europea per una nuova stagione geopolitica, economica e socio-culturale del Mediterraneo" (di seguito anche solo "Verso Sud") adotta un punto di vista innovativo per guardare al Sud Italia, identificare una nuova visione e agenda di sviluppo e, conseguentemente, modificarne il paradigma: da fanalino di coda d'Europa a snodo strategico e piattaforma di connessione per l'Europa nella macro-area di riferimento del Mediterraneo e del Mediterraneo Allargato.
2. Il Mediterraneo è una regione chiave che, dopo un periodo di marginalizzazione – quantomeno percepita – assume nuova centralità strategica sotto molteplici punti di vista. Il perimetro del Mediterraneo "Core" include, nella prospettiva di questo libro, **22 Paesi** dell'UE, dell'area balcanica, del Medio Oriente e del Nord Africa, tutti accomunati dall'aver il bacino come area di riferimento. Il Mediterraneo Allargato, invece, include un totale di **45 Paesi** e si estende dall'Oceano Atlantico al Golfo Persico. Sono qui ricompresi quei territori che non gravitano direttamente sul Mediterraneo ma che, per diversi temi e nella definizione delle proprie strategie (demografia, corridoi energetici, scambi commerciali, ...), si trovano a dover considerare e relazionarsi con l'area mediterranea.
3. Pur coprendo il Mar Mediterraneo soltanto l'1% della superficie dei mari mondiale, i Paesi del Mediterraneo Allargato accolgono il **15,5% della popolazione globale e il 14,5% del PIL**. Il Mar Mediterraneo è, inoltre, punto d'incontro di 4 grandi aree geoeconomiche: l'African Continental Free Trade Area (AfCTA), l'Unione Europea, il North American Free Trade Agreement (NAFTA) e il Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP).
4. Il Mediterraneo sta acquisendo una centralità crescente anche a causa di trend e cambiamenti strutturali in atto a livello globale. Tra gli altri, tra il 1995 e il 2019, i traffici container tra l'Europa e l'Asia sono cresciuti a un tasso medio annuo dell'8,2%, più delle due altre principali rotte: la rotta transatlantica (+4,4%) e la rotta transpacificica (+5,2%). Nel 2013 la Cina ha poi lanciato la One Belt One Road Initiative, per collegare gli hub portuali cinesi con l'Oceano Indiano e il Mediterraneo, passando attraverso gli stretti di Malacca (Malesia) e di Suez. Nel 2015, il raddoppio del Canale di Suez ha reso il Mediterraneo protagonista del **20% dello shipping globale**, del **27% dei servizi di linea container** e del 30% del traffico petrolifero. Negli ultimi anni, le guerre commerciali prima e la pandemia, poi hanno portato ad una progressiva riconfigurazione delle Catene Globali del Valore (GVCs), favorendo una ri-regionalizzazione, con iniziative di reshoring e nearsho-

ring. Ci si aspetta inoltre che la Build Back Better World (B3W), strategia lanciata nel 2021 dagli USA per lo sviluppo infrastrutturale nei Paesi a medio e basso reddito, rilanci ulteriormente gli investimenti nell'area MENA.

5. Nel 2022 la conflittualità tra Russia e Ucraina ha interrotto le rotte commerciali eurasiatiche continentali, che hanno trovato un'**alternativa** nei percorsi che raggiungono il Mediterraneo attraverso il Mar Rosso e la rotta Cina-Asia Centro-occidentale-Turchia. Anche la crisi nelle forniture, soprattutto in campo agrifood, e la crisi energetica, fanno sì che la dimensione mediterranea diventi la "taglia" minima per dare una risposta strategica di lungo respiro. Infine, sia le dinamiche demografiche che il cambiamento climatico richiedono già subito, e sempre più, risposte coordinate a livello di Mediterraneo e di Mediterraneo Allargato.

II. NELLA REGIONE DEL MEDITERRANEO ALLARGATO, IL SUD ITALIA RISULTA ESSERE COMPETITIVO E ATTRATTIVO

6. Con l'obiettivo di inquadrare il Sud Italia rispetto alla regione di riferimento del Mediterraneo e valutarne la performance in termini di attrattività e competitività, The European House – Ambrosetti, su impulso del Ministro per il Sud e la Coesione territoriale, ha realizzato un'**analisi socioeconomica** dell'area per comparare, in chiave innovativa, il Sud Italia con i Paesi del Mediterraneo e tre aree benchmark (media della sponda Nord del Mediterraneo, della Sponda Sud e del Mediterraneo Allargato) lungo 4 domini di analisi: economico, sociale, energetico e dell'innovazione. L'analisi ha studiato 22 Key Performance Indicator (KPI) per 42 Paesi e 20 Regioni su un orizzonte di 10 anni per un totale di oltre 13.600 informazioni censite. L'analisi non ha carattere di esaustività, ma vuole rappresentare un censimento di dati rispetto ai quali elaborare indirizzi e proposte tematiche per la valorizzazione del contributo del Sud Italia al rafforzamento del Paese e dell'Europa.
7. Ne è risultato un indice sintetico per ciascun dominio di analisi, che assegna un punteggio da 0 (worst performer) a 1 (best performer) a ciascun Paese. **Il Sud Italia si posiziona nella Top-10 per ciascuna delle 4 dimensioni:** sesto su 20 Paesi nel dominio economico con un punteggio di 0,39, contro una media di 0,34 per il Mediterraneo; settimo su 21 nel dominio sociale con un punteggio di 0,56, contro una media di 0,51 per il Mediterraneo; terzo su 22 paesi nel dominio energetico con un punteggio di 0,61, contro una media di 0,49 per il Mediterraneo e nono su 20 Paesi nel dominio innovazione con un punteggio di 0,39, contro una media di 0,38 per il Mediterraneo.
8. Nello specifico il Sud Italia si posiziona nelle ultime 6 posizioni in 1 solo KPI (investimenti sul PIL), mentre nelle prime 6 posizioni per 7 KPI (natalità delle imprese, energia rinnovabile, produzione di gas e petrolio, import di energia elettrica, variazione dei consumi energetici, export high-tech, medici per 1.000 abitanti). Nel complesso, la classifica restituisce un'immagine **più attrattiva del Sud Italia** di quella generalmente conosciuta e diffusa, proprio in virtù di un cambio di paradigma, che considera questo territorio con riferimento all'area del Mediterraneo e del Mediterraneo Allargato, anziché compararlo all'UE o considerare le singole regioni che lo compongono in un quadro nazionale.

III. UNA NUOVA AGENDA DI SVILUPPO PER IL SUD ITALIA DEVE BASARSI SU UNA VISIONE INNOVATIVA E CONDIVISA, CHE PARTA DAL RICONOSCIMENTO DEL RUOLO STRATEGICO E CENTRALE DEL SUD ITALIA NEL MEDITERRANEO, COME PIATTAFORMA STRATEGICA DI CONGIUNZIONE TRA LE DUE SPONDE E ATTORE CHIAVE PER VINCERE LE SFIDE CHE INTERESSANO LA REGIONE

9. Una strategia di sviluppo di un territorio che risulti efficace non può prescindere dalla definizione di una **visione di medio-lungo periodo** e dal fatto che, coerentemente con quest'ultima, siano compiute scelte mirate, concrete e integrate in campo economico, sociale e di organizzazione del territorio stesso. Secondo il modello metodologico di The European House – Ambrosetti, la visione indica il percorso da intraprendere e il **futuro orientamento** del territorio in termini di indirizzi strategici di sviluppo. Ogni territorio deve creare un posizionamento (“identità”) forte, investendo in attività produttive, competenze e strumenti di governance e comunicazione che garantiscano una fonte di vantaggio competitivo strutturale e difendibile nel tempo. In sintesi, la visione è quindi la prefigurazione di ciò che un territorio intende diventare e del suo modello di sviluppo, basato su priorità condivise, la sua vocazione e una o più competenze distintive.

10. A seguito dell'analisi della macro-area del Mediterraneo Allargato – e integrando gli elementi emersi dall'ascolto di stakeholder qualificati – abbiamo elaborato la seguente proposta di visione per un Sud Italia protagonista dello scenario Euro-Mediterraneo: ***“Essere cerniera tra Europa e Mediterraneo Allargato, contribuendo costantemente a disegnare, interpretare e realizzare il piano di un'Europa protagonista dei grandi cambiamenti geopolitici, economici e sociali che influenzano la costruzione di una società mediterranea vasta più forte, giusta e coesa.”***

11. Questa visione fa leva sugli **asset di cui l'Italia dispone nel Sud Italia**, non crea competizione tra le singole Regioni meridionali e intende valorizzare il Sud Italia come **luogo di opportunità** ma anche di sperimentazione di buone pratiche. Al centro di questa visione vi è:
 - la consapevolezza della **posizione geografica privilegiata** – di cerniera tra Europa e Africa e centro della macro-area del Mediterraneo Allargato – del Sud Italia, e, di conseguenza, della sua potenziale transizione da periferia a centro globale, insieme e sinergicamente alla sempre maggior centralità acquisita dal bacino del Mediterraneo;
 - l'urgenza di individuare delle risposte concrete e pratiche ai cantieri di lavoro della sicurezza che si aprono in Europa stimolando una crescente **collaborazione sovra-nazionale tra i Paesi del Mediterraneo e adottando un piano di Politica Industriale** più moderno, coraggioso e poli-centrico;
 - il **desiderio** censito delle imprese, delle Università e dei cittadini del Sud Italia di partecipare alla nuova agenda di sviluppo del Sud Italia, per innescare un grande percorso di rilancio dell'Italia e dell'Europa nella macro-regione mediterranea. Per realizzarla, è imprescindibile un **impegno costante** del Governo nazionale, delle Regioni e della leadership europea, in **otto ambiti identificati dall'Advisory Board dell'iniziativa**.

12. Gli otto ambiti identificati includono sei temi-guida per il rilancio del Sud nel quadro euro-mediterraneo:
- il ruolo centrale dell'**Economia del Mare** per la competitività, attrattività e crescita del Sud Italia e del Mediterraneo;
 - i nuovi **corridoi energetici** e la sfida della green transition come cardini del Mediterraneo del futuro;
 - gli **investimenti infrastrutturali** e il nuovo modello di valutazione per dispiegarne gli effetti positivi;
 - lo sviluppo del **settore turistico** a beneficio dei territori, per un Sud più attrattivo nel Mediterraneo;
 - le **specializzazioni produttive** nelle nuove catene globali del valore;
 - il Sud Italia come centro di competenze per le **Università** dell'area del Mediterraneo.

A questi si aggiungono due ambiti trasversali, cruciali per realizzare la visione: la **comunicazione** della nuova visione e del nuovo ruolo per il Sud Italia e la **governance** necessaria per realizzare la nuova visione e massimizzarne i benefici.

IV. IL SUD ITALIA, ALLA LUCE DELL'IMPORTANZA DEI SUOI PORTI, DEL SUO POSIZIONAMENTO E DELLE SUE COMPETENZE DISTINTIVE, DEVE AFFERMARSI COME PIATTAFORMA MARITTIMA DI CONGIUNZIONE TRA EUROPA E MEDITERRANEO, E DIVENTARE LEADER NELL'ECONOMIA DEL MARE NEL SETTORE DEI TRASPORTI, DELLA CANTIERISTICA E DELLA FORMAZIONE

13. **L'Economia del Mare** rappresenta già oggi un comparto particolarmente rilevante per il Sud Italia. Questo macrosettore economico incide sul Valore Aggiunto del Sud Italia per il **4,4%** contro il 3% a livello nazionale. Allo stesso modo incide per il **5,7% degli occupati** e per il **4,6% del totale delle imprese**, contro un peso a livello nazionale rispettivamente del 3,5% e del 3,4% al 2020. L'Economia del Mare nel Sud Italia registra un moltiplicatore economico pari a **1,8** (che raggiunge il 2,8 per il sub-settore della movimentazione di merci e passeggeri).
14. Già oggi **i porti del Sud Italia vantano numerosi primati nazionali e internazionali**: rappresentano il 46% del traffico merci via mare italiano¹ e contribuiscono all'internazionalizzazione delle imprese. Il 64% dell'import-export del Sud Italia avviene infatti via mare (contro il 36% del Centro-Nord). I porti del Sud Italia sono inoltre rilevanti anche nel traffico passeggeri: pesano per il 33% del traffico crocieristico nazionale e **molti nuovi terminal** crocieristici sono stati pianificati al Sud: Palermo, Messina, Trapani, Bari, Porto Empedocle. Più in generale, a livello nazionale, almeno un porto del Sud Italia si posiziona **nella top-3 in tutti i segmenti del trasporto merci marittimo**, mentre insieme, la macro-area, ha un **vantaggio competitivo nel trasporto merci a corto raggio**, sempre più rilevante con la regionalizzazione delle catene di fornitura e in grado di rendere il Sud Italia vera e propria cerniera tra Europa, area MENA e Mediterraneo Allargato.
15. In quest'ambito, si propone, tra gli altri, di rendere i porti del Sud Italia vere e proprie piattaforme per lo **sviluppo dei territori in chiave industriale e produttiva**, assegnando un ruolo centrale e competenze adeguate alle autorità portuali, così che possano agire da veri e propri player di mercato, creando poli dell'innovazione, incubatori di startup e partnership con le università. Si propone altresì di rivedere la **governance complessiva**, istituendo ad esempio un organismo centrale di coordinamento. Altra priorità riguarda il completamento e l'ulteriore sviluppo delle **infrastrutture portuali** (fondali, collegamenti intermodali, ...), anche in chiave digitale. Sotto il profilo delle competenze, si propone di creare un'**Academy** formativa nella cantieristica e nei servizi navali nel Sud Italia, che sia di riferimento nel Mediterraneo. Occorre anche sviluppare maggiormente il settore della **cantieristica navale** nel Sud Italia, partendo dai poli di eccellenza e favorendo aggregazione e crescita dimensionale. Infine, più puntualmente, si propone di promuovere un'estensione, alle compagnie battenti bandiera europea, dei benefici previsti dal **Registro internazionale** in materia di occupazione.

¹ In questa percentuale è contenuto anche il transhipment.

V. IL SUD ITALIA DEVE AFFERMARSI COME HUB ENERGETICO DELLA REGIONE MEDITERRANEA, METTENDO IN CONNESSIONE LA SPONDA SUD CON L'EUROPA E ASSUMENDO LA LEADERSHIP DI UNA STRATEGIA REGIONALE ENERGETICA E DI CONTRASTO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

16. Il Sud Italia può diventare protagonista della green transition e delle nuove rotte dell'energia nel quadro Euro-Mediterraneo: è infatti il **“serbatoio di rinnovabili del Paese**, già oggi produce il 52,3% della quota nazionale di eolico, solare e bioenergie e può offrire un eccellente contributo al raggiungimento dei target di decarbonizzazione. Il Sud ha inoltre un ampio potenziale di risorse anche in ambiti e tecnologie nascenti o in forte sviluppo, come **l'idrogeno e l'energia rinnovabile connessa al moto ondo**. Con riferimento a quest'ultima le aree con il più alto potenziale di energia dalle onde sono le coste occidentali della Sardegna e della Corsica e il Canale di Sicilia. Al tempo stesso, però, in Italia il ritardo medio per autorizzare un impianto rinnovabile è di quasi 6 anni, che si vanno ad aggiungere ai 2 anni previsti dalla legge a causa della **complessità normativa**, alla quale il Governo Draghi ha inteso porre rimedio attraverso un recente Decreto Legge. Le imprese italiane sostengono, infine, i costi più alti d'Europa per ottenere l'autorizzazione di un impianto rinnovabile.
17. Il Sud Italia ha anche una vocazione naturale nell'affermarsi come **ponte di collegamento energetico** tra Europa e Sud Mediterraneo, grazie ai gasdotti e alle tratte marittime che su di esso insistono. Anche alla luce del conflitto tra Russia e Ucraina, l'importazione dal Sud Mediterraneo (che dispone del 5% delle riserve conosciute di petrolio, gas e carbone mondiali) continuerà a supportare il fabbisogno energetico italiano ed Europeo e il Sud ad essere hub dei flussi energetici diretti verso l'Europa dal Nordafrica (Transmed e Greenstream) e dall'Asia (TAP ed EastMED). Grazie alla sua capacità portuale il Sud è, inoltre, la piattaforma ideale per il trasporto via mare di risorse energetiche. Il Sud Italia è, quindi, già oggi pivot e dovrà sempre più affermarsi come **leader nella cooperazione energetica fra le sponde nord, sud ed est del bacino Mediterraneo**. Allo stesso modo dovrà assumere un ruolo-guida nella transizione energetica e nello sviluppo di strategie di mitigazione e adattamento alla crisi climatica: il Sud e il Mediterraneo sono infatti tra i principali hotspot colpiti dagli impatti del **cambiamento climatico**.
18. Per realizzare questi obiettivi, il Libro Bianco propone innanzitutto di rendere il Sud Italia leader nel Mediterraneo per la produzione e l'innovazione nel campo delle **fonti rinnovabili**, semplificando ulteriormente la normativa e le procedure autorizzative e creando un **distretto leader associato alle energie del mare**. Si propone anche di investire nel **potenziamento delle pipeline e dei rigassificatori** nel Sud Italia e di affermare l'Italia come promotrice di una **strategia energetica del Mediterraneo**, che riunisca i principali paesi produttori e consumatori, per elaborare proposte e roadmap condivise. Sarà fondamentale anche sviluppare i porti del Sud Italia come veri e propri **hub energetici** e potenziare le **capacità del Sud Italia nel contrasto, mitigazione e adattamento al cambiamento climatico**, rendendolo protagonista nella ricerca e nello sviluppo tecnologico a livello internazionale. In questo senso il Sud Italia e il Paese potranno ospitare una

grande **Conferenza Mediterranea** sul tema. Infine, si propone di superare le resistenze alla creazione di infrastrutture coinvolgendo i territori e migliorando la comunicazione degli impatti per **passare dalla logica “Not in my backyard” (NIMBY) a quella “Please in my backyard” (PIMBY).**

VI. LO SVILUPPO INFRASTRUTTURALE È UN CARDINE PER LA CRESCITA E LA COMPETITIVITÀ DEL SUD ITALIA, SIA CON RIFERIMENTO ALLE INFRASTRUTTURE FISICHE E DI MOBILITÀ IN CHIAVE INTERMODALE, SIA CONSIDERANDO LE INFRASTRUTTURE DIGITALI. OCCORRE TUTTAVIA IDENTIFICARE MODALITÀ INNOVATIVE PER LA PIANIFICAZIONE DEGLI INVESTIMENTI E DEGLI INTERVENTI INFRASTRUTTURALI CHE SUPERI LA MERA LOGICA ECONOMICA INCENTRATA SUI COSTI E SUL BREVE PERIODO

19. Le infrastrutture rappresentano oggi un nodo critico per il Sud Italia. Con riferimento a quelle fisiche e di mobilità, nonostante una dotazione di rete spesso sopra la media, le Regioni del Sud sono ad esempio penalizzate dall'assenza di servizi ferroviari su quelle stesse infrastrutture. Inoltre, gli attuali modelli di **valutazione degli investimenti infrastrutturali** non considerano la potenzialità trasformativa dello sviluppo infrastrutturale sull'intera economia in termini di attrattività, competitività dei territori e attivazione economica, inoltre spesso trascurano la necessità di garantire i servizi e non solo infrastrutture fisiche. Nell'attesa che si realizzino gli investimenti previsti nel PNRR, anche **l'intermodalità è poco sviluppata**, nonostante sia cruciale per un'affermazione del Sud Italia come cerniera di connessione tra Europa e Sponda Sud e per il successo delle ZES come leva di rilancio per il Sud. Tra i porti del Sud, solo 7 su 34 sono collegati all'Infrastruttura Ferroviaria Nazionale (pari al 21% del totale, contro una media del 37% in Italia e del 71% nel Centro Nord). Tra i porti Core del Sud (ovvero i nodi principali al centro della rete europea TEN-T), ve ne sono 5 (su 7) non collegati all'infrastruttura ferroviaria. Al Sud Italia sono peraltro presenti solo 5 interporti contro i 16 del Nord Italia.
20. Margini di sviluppo si presentano anche considerando il grado di infrastrutturazione digitale del Sud Italia. Nel 2020 tutte le Regioni del Sud si posizionano, infatti, nella **parte bassa della classifica europea che misura il grado di digitalizzazione** (DESI Regional Index). Inoltre, il Sud Italia ospita solo 10 **Data Center**, pari al 13% nazionale e 4 Regioni ne sono totalmente sprovviste (Molise, Basilicata, Calabria e Sardegna). Questi gap si registrano sebbene il Sud Italia sia un centro nevralgico per le nuove connessioni Internet e la Data Economy e nonostante le infrastrutture digitali risultino ormai imprescindibili per lo sviluppo economico, la competitività territoriale e l'attrazione di talenti.
21. Tra le proposte identificate in questo ambito tematico, si indica di **ridefinire gli indicatori oggi utilizzati in ambito infrastrutturale** secondo criteri di significatività; di **ripensare i modelli di valutazione e incentivazione** sottostanti lo sviluppo delle infrastrutture attraverso criteri che riconoscano non solo il ritorno economico, ma anche il contributo alla competitività territoriale, alla coesione, allo sviluppo e al benessere sociale; di definire **livelli essenziali di trasporto pubblico locale**. Occorre inoltre assicurare

un efficace coordinamento nell'offerta di trasporto tra le diverse modalità varando un **grande piano per l'intermodalità e la mobilità integrata** nel Sud Italia. Infine si propone di rendere il Sud Italia hub strategico della **geopolitica digitale** del Mediterraneo avviando programmi pilota in tecnologie di frontiera e sperimentazione pubblico-private, dispiegando l'infrastrutturazione digitale di base (Banda Larga e 5G) su tutto il territorio, dotando le Regioni del Sud di Data Center e promuovendo consorzi e partenariati con i Paesi del Sud Mediterraneo per dotare il Mediterraneo di infrastrutture di connettività e digitali anche in ottica di co-utilizzo.

VII. SERVE UNA NUOVA STRATEGIA PER IL TURISMO CHE POSIZIONI IL SUD ITALIA COME DESTINAZIONE DI RIFERIMENTO NEL MEDITERRANEO. QUESTA DOVRÀ AVERE COME OBIETTIVI LA DESTAGIONALIZZAZIONE DEI FLUSSI, LA CREAZIONE DI VALORE SUL TERRITORIO, UN MARKETING TERRITORIALE INTEGRATO E LO SVILUPPO DI PRODOTTI INNOVATIVI E COMPETITIVI A LIVELLO INTERNAZIONALE

22. In un contesto che vede l'Italia come terzo Paese – dopo Francia e Spagna - per attrattività turistica nel Mediterraneo considerando gli arrivi turistici pre Covid-19 (2019), il Sud Italia mostra una performance inferiore al suo potenziale. **Il Sud attrae infatti meno turisti stranieri rispetto al resto del Paese:** il 18,5% del totale nazionale. L'incidenza di stranieri sul totale dei turisti si ferma poi al 37,7% nel Sud Italia contro il 49,5% a livello nazionale. Questo nonostante una **dotazione naturale e un patrimonio culturale unici** che includono, tra gli altri, 16 dei 24 Parchi nazionali, 22 dei 58 siti tutelati dall'UNESCO, 5.805 chilometri di costa (il 73,4% del totale nazionale).
23. Anche alla luce dei grandi megatrend che interessano il settore a livello globale, occorre valorizzare il ricco patrimonio storico-culturale (oggi la spesa pro capite dei comuni del Sud Italia in cultura è di soli 8,9 Euro contro i 19,4 Euro in media in Italia) ed enogastronomico (il Sud Italia è prima area in Italia con 138 prodotti con marchi registrati), sviluppando un'offerta che già oggi ha il potenziale per rispondere alla crescente domanda di sostenibilità e autenticità delle esperienze turistiche. Nella stessa ottica occorre però **ridurre la forte stagionalità**, (indice medio di stagionalità pari a 3,3 vs. 2,5 Italia) **sviluppando prodotti che vadano oltre il turismo balneare a basso Valore Aggiunto** e ricadute per i territori. Va anche migliorata l'offerta di servizi (solo il 17,1% delle strutture ricettive italiane è nel Sud) e di collegamenti, oltre che la dotazione digitale.
24. In questo senso, si deve da subito investire per preservare, restaurare e valorizzare il patrimonio naturalistico e culturale del Sud Italia e connettere tra loro i Borghi Storici, per **sviluppare un'offerta turistica e prodotti integrati** tra diversi Comuni e Regioni del Sud Italia, e per realizzare una strategia crocieristica per il Sud Italia integrata. In secondo luogo, si devono realizzare le **infrastrutture hard e soft** abilitanti lo sviluppo del settore turistico nel Sud Italia, partendo da un programma di incentivazione della trasformazione digitale per gli operatori del settore turistico e creando un'Academy di eccellenza per le professioni turistiche nel Sud Italia (**Alta Scuola Mediterranea sul Turismo**). Infine, occorre potenziare le attività di **marketing territoriale e di destination management** su scala mediterranea, anche realizzando una partnership di Sistema tra l'Italia e alcuni Paesi dell'area, per sviluppare sinergie tra operatori del settore turismo e territori.

VIII. LO SVILUPPO MANIFATTURIERO E L'ATTRAZIONE DI INVESTIMENTI PRODUTTIVI, A PARTIRE DAI SETTORI CHIAVE PER L'ECONOMIA DEL SUD ITALIA, POSSONO AVERE RICADUTE POSITIVE ANCHE PER IL RESTO DEL PAESE E DEVONO ESSERE SUPPORTATI DAL PIENO E RAPIDO SVILUPPO DELLE ZES COME LEVA DI POLITICA INDUSTRIALE

25. Il Sud ospita un ecosistema di poli industriali e imprese di grandi dimensioni, leader in Italia e nel Mondo, con specializzazioni industriali rilevanti in settori quali: **aerospazio, automotive, abbigliamento-moda, agroalimentare e farmaceutico**. Il Mezzogiorno è anche un rilevante player nella **filiera bioeconomica** nazionale che, con un valore di 24,4 miliardi di Euro e con circa 732 mila addetti, rappresenta rispettivamente il 24% ed il 36,5% del relativo dato nazionale. Il Sud Italia è anche 4° nel Mediterraneo per incidenza dell'export **high-tech** sull'export totale (20,8%) e le produzioni ad alta tecnologia del Sud hanno avuto performance di crescita ben più alte delle controparti nel resto del Paese.
26. La manifattura del Sud Italia è strettamente interconnessa con le produzioni nel resto del Paese: le aziende meridionali si inseriscono infatti nelle catene del valore nazionali (ed internazionali) come fornitori a monte nella filiera di fornitura, generando valore ben oltre le economie territoriali di riferimento. Si pensi che, nel manifatturiero, **100 Euro investiti nel Sud Italia generano una ricaduta aggiuntiva di 58 Euro nel resto del Paese** (Centro-Nord). Il ruolo del Sud è cruciale – e sempre più lo sarà – anche alla luce della regionalizzazione delle catene del valore e delle strategie europee di **politica industriale** e **sicurezza alimentare**. Proprio con riferimento a quest'ultima il ruolo del Sud Italia diventa centrale, anche per le conseguenze che la crisi tra Russia e Ucraina sta avendo sulla disponibilità di produzioni agrifood in Europa e, soprattutto, nell'area MENA e di conseguenza nell'Africa Sub-Sahariana e nei Paesi in via di sviluppo.
27. Per valorizzare il ruolo del Sud come hub manifatturiero del Paese, in Europa e nel Mediterraneo, si propone di identificare, a partire da grandi player capofiliera, opportunità di sviluppo di **poli industriali tecnologici nel Sud Italia**, partendo dai settori e dagli ambiti strategici identificati dalla nuova politica industriale UE. Si propone anche di lanciare un **partenariato sulla sicurezza alimentare** tra i Paesi dell'area mediterranea, identificando alcune produzioni-pilota per cui avviare lo sviluppo di una vera e propria filiera agricola euromediterranea, con catene del valore e di trasformazione comuni. Un ruolo fondamentale è assegnato alle **ZES**, realizzando rapidamente gli investimenti infrastrutturali previsti al loro interno dal PNRR e monitorando gli effetti della recente riforma della governance, per intervenire – laddove necessario – con ulteriori strumenti normativi di semplificazione e incentivazione. Un loro sviluppo in chiave integrata con altre ZES del Mediterraneo potrà contribuire ad assegnare al Sud Italia il ruolo di hub produttivo chiave e snodo regionale nel Mediterraneo.

IX. IL NODO DELLE COMPETENZE RISCHIA DI FRENARE LA REALIZZAZIONE DELLA NUOVA AGENDA PER LO SVILUPPO DEL SUD ITALIA, E PUÒ ESSERE RISOLTO SOLO CON UNA FORTE AZIONE A LIVELLO REGIONALE, COINVOLGENDO L'EUROPA, I PAESI DELLA SPONDA SUD, A PARTIRE DALLE UNIVERSITÀ, PROMUOVENDO LA COLLABORAZIONE TRA ATENEI, E POTENZIANDO IL RUOLO DEGLI ITS

28. Gli attuali trend demografici pongono sfide chiave per il futuro del Mediterraneo. Si pensi che, mentre i Paesi appartenenti alla Sponda Sud tra il 2020 e il 2050 vedranno aumentare la propria popolazione, complessivamente, di 109 milioni di abitanti, quelli della Sponda Nord vedranno un aumento di soli 1,4 milioni di abitanti. L'UE vedrà invece un calo di 21,5 milioni di abitanti, di cui 5,5 in Italia e 3,5 nel Sud Italia. Nello stesso periodo, **il Sud Italia rischia di passare dall'essere l'area più giovane d'Italia alla più anziana**. Al tempo stesso Europa, Italia e Meridione si scontrano con il problema della **carezza di competenze** di alto livello/specialistiche, soprattutto legate alla trasformazione digitale, con riferimento alla P.A. e a tutti i settori chiave sin qui identificati. Scarseggiano anche le competenze di medio livello.
29. Un ruolo chiave può essere giocato dall'ecosistema della formazione e della ricerca del Sud, a partire dal **rilancio degli Atenei e dalla loro valorizzazione in reti**. Le Università del Sud Italia hanno perso, tra l'anno accademico 2010/2011 e l'anno accademico 2020/2021, 85.673 studenti (gli atenei del Nord Italia nello stesso periodo ne hanno guadagnati 85.085). Anche la **formazione vocazionale** deve essere potenziata. Nel Sud Italia si trovano 47 dei 120 ITS nazionali per un totale di 4.440 studenti iscritti, pari al 26% del totale nazionale, ma con un elevato tasso medio di abbandono: 30,6% vs 22,8%. Questo nonostante tassi di occupazione, coerente con il percorso di studi a 12 mesi dal diploma, pari al 92%.
30. Per vincere la sfida connessa ai talenti e al capitale umano si propone di favorire lo **scambio di conoscenza e le sinergie tra gli Atenei del Sud Italia e dei Paesi nell'area mediterranea**, a partire dai grandi temi di interesse per la Regione e avviando iniziative e progettualità di collaborazione infra-area. In questo senso potranno essere avviati partenariati pubblici (tra università) e pubblico-privati (che coinvolgano anche realtà produttive e della ricerca nei territori di riferimento) tra Atenei del Mediterraneo e potrà essere esteso il modello degli **ecosistemi dell'innovazione** (Missione 4 del PNRR e investimenti inclusi nel Piano Complementare). Allo stesso modo potrà essere potenziato il sistema degli ITS e l'attrattività per gli studenti dell'area del Mediterraneo, ad esempio focalizzando le missioni delle fondazioni ITS e avviando **partnership formative tra le fondazioni ed enti omologhi** dai Paesi del Mediterraneo.

X. LA GOVERNANCE E LA COMUNICAZIONE DELLA NUOVA AGENDA DI SVILUPPO PER IL SUD ITALIA NEL MEDITERRANEO SONO FATTORI ABILITANTI PER LA REALIZZAZIONE DELLA VISIONE. OCCORRE INFATTI AVVIARE UNA REVISIONE DELLA GOVERNANCE PARTENDO DAGLI ATTORI COINVOLTI NELLA REALIZZAZIONE DELLA NUOVA AGENDA E LANCIARE UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE CHE TRASFORMI POSITIVAMENTE LA PERCEZIONE DEL SUD ALL'ESTERO.

31. Oggi le frammentazioni, duplicazioni e incoerenze, in generale e all'interno di specifici ambiti tematici, rischiano di frustrare la capacità del Paese e del Sud Italia di realizzare la visione ipotizzata. Per questo motivo si propone di **rafforzare i poteri di coordinamento del Ministero per il Sud e la Coesione territoriale**. Al tempo stesso, il Governo dovrà lavorare in tutte le sedi opportune per intestare all'Italia la leadership – all'interno del framework UE – delle politiche mediterranee di sviluppo e cooperazione. In questo senso si potrà rivitalizzare l'Unione per il Mediterraneo, modificandola profondamente, o, in alternativa, creare una nuova **piattaforma di dialogo, riflessione e pianificazione strategica che assuma una dimensione e una caratterizzazione maggiormente business, privata, proprio sul modello dell'iniziativa Verso Sud di Sorrento**. Infine, si auspica una riforma che permetta di superare le attuali problematiche, in termini di duplicazioni e sovrapposizioni, connesse all'assegnazione delle competenze tra Governo e Regioni, e che riguardano il **Titolo V** della Costituzione.
32. Con riferimento alla comunicazione, l'Advisory Board ha riconosciuto come il Sud Italia (e l'Italia in generale), continuano ad essere narrati attraverso stereotipi, dipinti costantemente come Paese e territori che vivono sulle spalle degli altri, fanalino di coda e regioni meno sviluppate d'Europa. Riconoscendo come la promozione del sistema-Sud debba integrarsi in un **percorso di comunicazione Paese complessivo**, si suggerisce comunque di lanciare una campagna di comunicazione basata sul concetto della diversità del Sud Italia, sia in termini di unicità e distintività, sia con riferimento all'alterità della regione rispetto agli stereotipi comunemente diffusi in Italia e all'estero. Questa campagna di comunicazione dovrà altresì valorizzare quegli elementi, sin qui esposti, in grado di posizionare il Sud Italia come regione competitiva nel Mediterraneo e cerniera di connessione tra Europa e Sponda Sud. In sinergia rispetto alla campagna di comunicazione #ItalyIsDifferent, per sfatare i falsi miti sul Sud, suggeriamo di lanciare la **campagna internazionale #SudIsDifferent**.

