



Regione Toscana



Attività di promozione economica 2016



Il presente documento costituisce l'atto di indirizzo per la pianificazione operativa integrata del

sistema della promozione economica della Toscana per l'anno 2016 ed è stato elaborato in conformità alle indicazioni contenute nella programmazione regionale (PRSE 2012 – 2015).

Gli indirizzi contenuti nel presente documento costituiscono quindi il quadro di riferimento per la definizione delle iniziative mirate a promuovere l'economia regionale e a sostenere i processi di internazionalizzazione del sistema economico toscano.



1. Consuntivo 2014 e analisi di scenario

1.1 Consuntivo anno 2014 e previsioni export

1.2 Andamento anno 2014 e tendenze dei mercati per il settore turismo

2. Riflessioni strategiche per l'anno 2016

2.1 I capisaldi

2.2 La strategia complessiva

2.3 I progetti integrati regionali

2.4 Agroalimentare - Obiettivi strategici e linee di intervento per il 2016

2.5 Manifatturiero - Obiettivi strategici e linee di intervento per il 2016

2.6 Turismo - Obiettivi strategici e linee di intervento per il 2016

2.7 Attrazione investimenti - Obiettivi strategici e linee di intervento per il 2016



Consuntivo anno 2014 e previsioni export

Principali voci del Conto Risorse e Impieghi Toscana e Italia a confronto

	2014		2015	
	TOS	ITA	TOS	ITA
PIL	+0.1	-0.3	+1.1	+0.7
Consumi fam	-0.7	-0.7	+1.4	+1.3
Investimenti	-2.3	-2.5	+0.3	+0.2
Export estero	+4.3	+3.2	+5.0	+2.5

Fonte: Previsioni da modello econometrico IRPET

La Toscana si comporta costantemente meglio



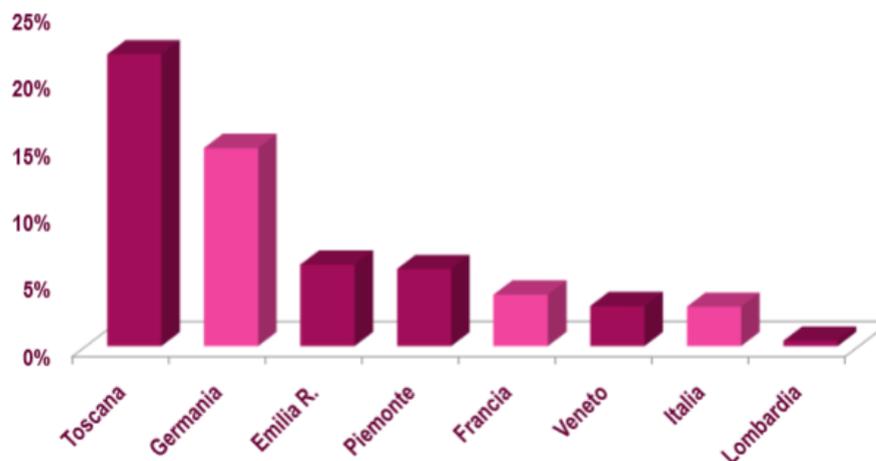
(*) Nota: la voce "esportazioni" presente nel Conto risorse e impieghi - a differenza dei dati di Commercio estero - contiene anche la valutazione del costo dei servizi esportati ed è inoltre espressa a prezzi costanti.



... «Anche nel 2014 la Toscana, pur con una crescita del PIL poco distante dallo zero, ha realizzato un risultato migliore di quello delle altre regioni in virtù soprattutto delle buone prestazioni sui mercati internazionali.» ...

Le esportazioni crescono più di quelle tedesche

La dinamica dell'export tra il 2008 e il 2014





Valore delle esportazioni toscane anno 2014

■ **31,97 miliardi di euro**

Variazione % 2014/2013

- **L'export toscano ha segnato +4,3% al netto di “oro e metalli preziosi” (+2,2% dato complessivo del totale settori)**
- **L'export nazionale si assesta a +2,4% al netto di “oro e metalli preziosi” (+2% dato complessivo)**
- **La media delle regioni benchmark (Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna) segna +2,9% al netto di “oro e metalli preziosi” (+ 2,5% dato complessivo)**

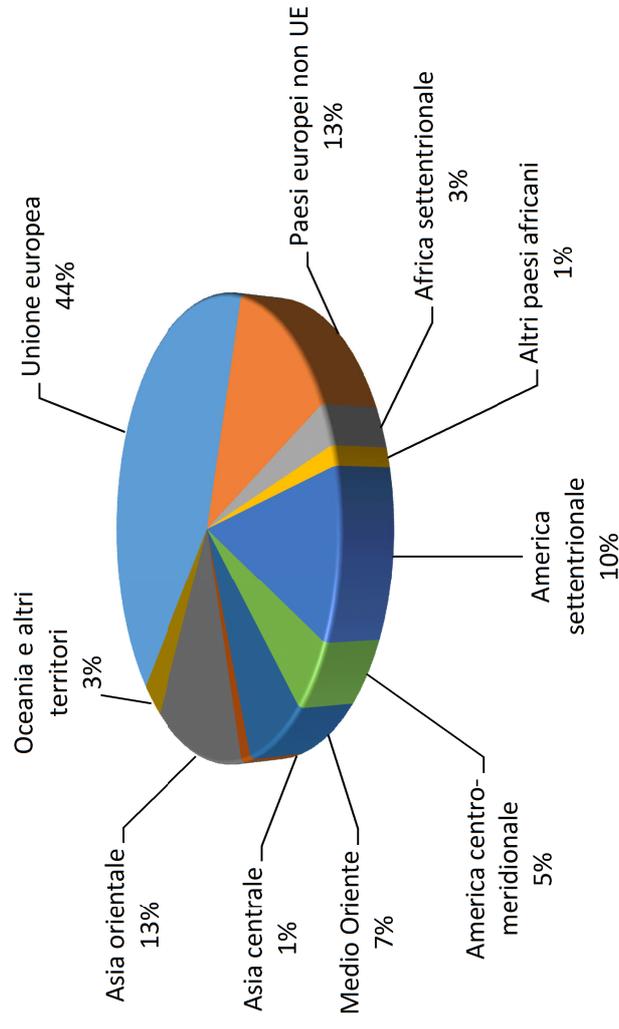


Variazione % 2014 / 2013 dettaglio per attività economica

Attività economica	peso % sul Totale	variaz % 2014 / 2013
Agro, silvicolt. e pesca	0,8%	-6,6%
Alimentari	5,6%	-0,7%
Filati e tessuti	5,4%	6,3%
Abbigliamento (tessile e pelliccia)	6,3%	7,4%
Maglieria	1,3%	9,4%
Cuoio e Pelletteria	11,0%	8,8%
Calzature	5,8%	6,0%
Gioielleria	6,3%	-9,6%
Mobili	1,7%	0,8%
Carta e prod. per la stampa	3,1%	4,6%
Farmaceutica	5,6%	1,5%
Plastica, gomma e altra chimica	3,1%	2,0%
Lavoraz. minerali non metalliferi	2,5%	1,6%
Metallurgia (*)	10,1%	-15,7%
Meccanica di precisione	1,6%	-13,4%
Macchine e apparecchi	19,5%	11,0%
Mezzi di trasporto	6,1%	11,6%
Altro	4,4%	1,3%

(*) Metallurgia comprende "oro e metalli preziosi"

Valore delle esportazioni toscane anno 2014: 31,97 miliardi di euro



Il commercio mondiale: segnali positivi di crescita



Regione Toscana



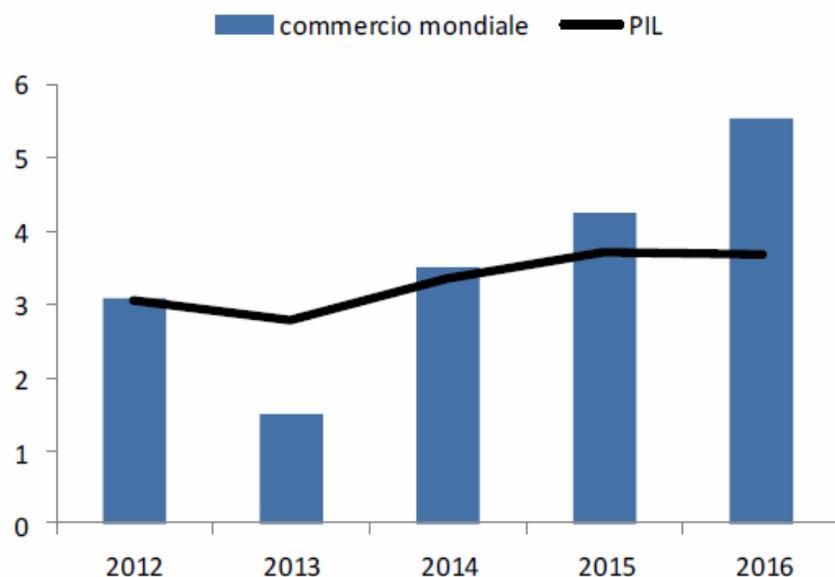
Il commercio mondiale segna finalmente un cambio di passo.

Gli scambi globali di manufatti sono previsti in accelerazione del 4.2% nel 2015 e 5.5% nel 2016.

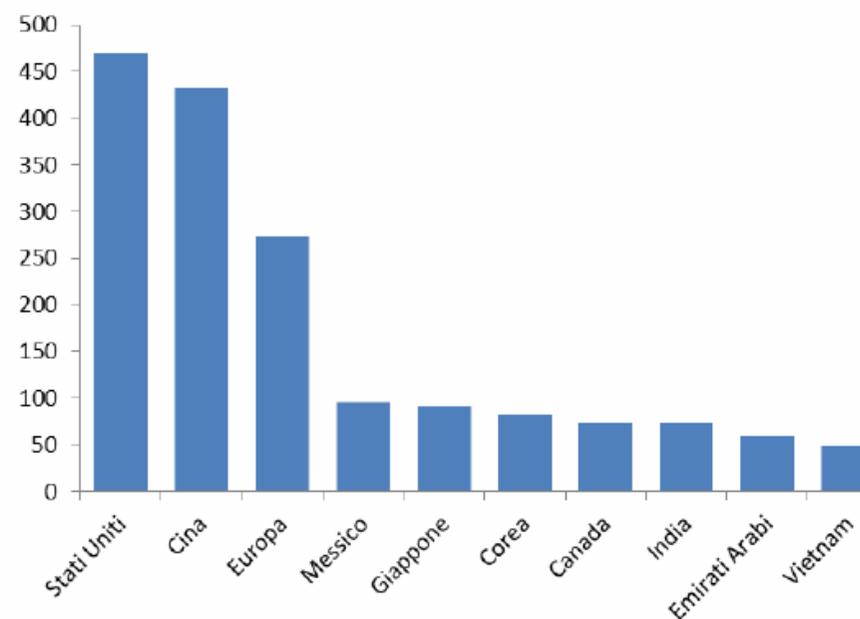
Ritorno alla crescita del commercio mondiale....

... trainato dai grandi mercati

commercio e PIL mondiale | variazioni % annue



contributo alla crescita delle importazioni mondiali
variazione livelli 2013-'16 in miliardi di dollari



Fonte: Rapporto "Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori" 2014 - ICE - Prometeia



Andamento anno 2014 e tendenze dei mercati per il settore turismo

La Toscana si conferma in grado di intercettare la domanda internazionale



Regione Toscana



- **12,3 mln di Arrivi (variazione % 2014-2013: + 1,7%)**
- **43,4 mln di Presenze (variazione % 2014-2013: +1%)**

- **Le stime per il 2014 indicano:**
 - ✓ **Ripresa della crescita delle presenze dei turisti italiani (+1,9%);**
 - ✓ **Tenuta della domanda straniera (presenze stranieri +0,2%)**
- **Aumento degli arrivi (da Italia +3%; da estero +0,7%).**
- **Continua a crescere il tasso di internazionalizzazione della domanda turistica regionale: dal 47,1% del 2005 al 53,8% del 2014.**

Fonte dati: Centro Studi Turistici



Le stime 2014 per risorsa turistica in Toscana

- ❑ **I principali attrattori turistici del 2014 sono state le città e i centri d'arte e cultura. In controtendenza anche la "costa" con un chiaro recupero del mercato.**
 - ✓ **Città d'arte + 3,6%**
 - ✓ **Montagna - 5,8%**
 - ✓ **Termale - 2,7%**
 - ✓ **Campagna - 3%**
 - ✓ **Balneare +0,8%**

- ❑ **I migliori risultati sono stati stimati per le aziende dell'extralberghiero (+1,7%), ma un saldo positivo è stato registrato anche dalle aziende alberghiere (+0,4%)**



- ❑ **Per il 2015 si stima il +3% circa di arrivi internazionali grazie al miglioramento dell'economia globale.**
- ❑ **Tendenze e prospettive 2016:**
 - ✓ **Secondo il WTO il tasso di crescita dei flussi si attesterà al 2,9%, mentre la spesa dovrebbe attestarsi al +4%**
 - ✓ **Anche per il prossimo anno il turismo continuerà a rappresentare un settore fondamentale per l'economia della Toscana, in termini sia di PIL sia di occupazione**
 - ✓ **I trend migliori sono attesi dai Paesi Extraeuropei (+5%) e dai Paesi del Nord Europa (+3%). Più contenuta la crescita delle partenze dalle altre aree**
 - ✓ **Le prime cinque tipologie di prodotti per le quali è prevista una crescita sono: Enogastronomia, Cultura, Shopping, Lusso accessibile e Proposte sportive.**



Riflessioni strategiche per l'anno 2016

2.1 I capisaldi

Interventi di rilevanza strategica regionale, coerenti e strumentali a rafforzare il posizionamento dell'immagine della Toscana

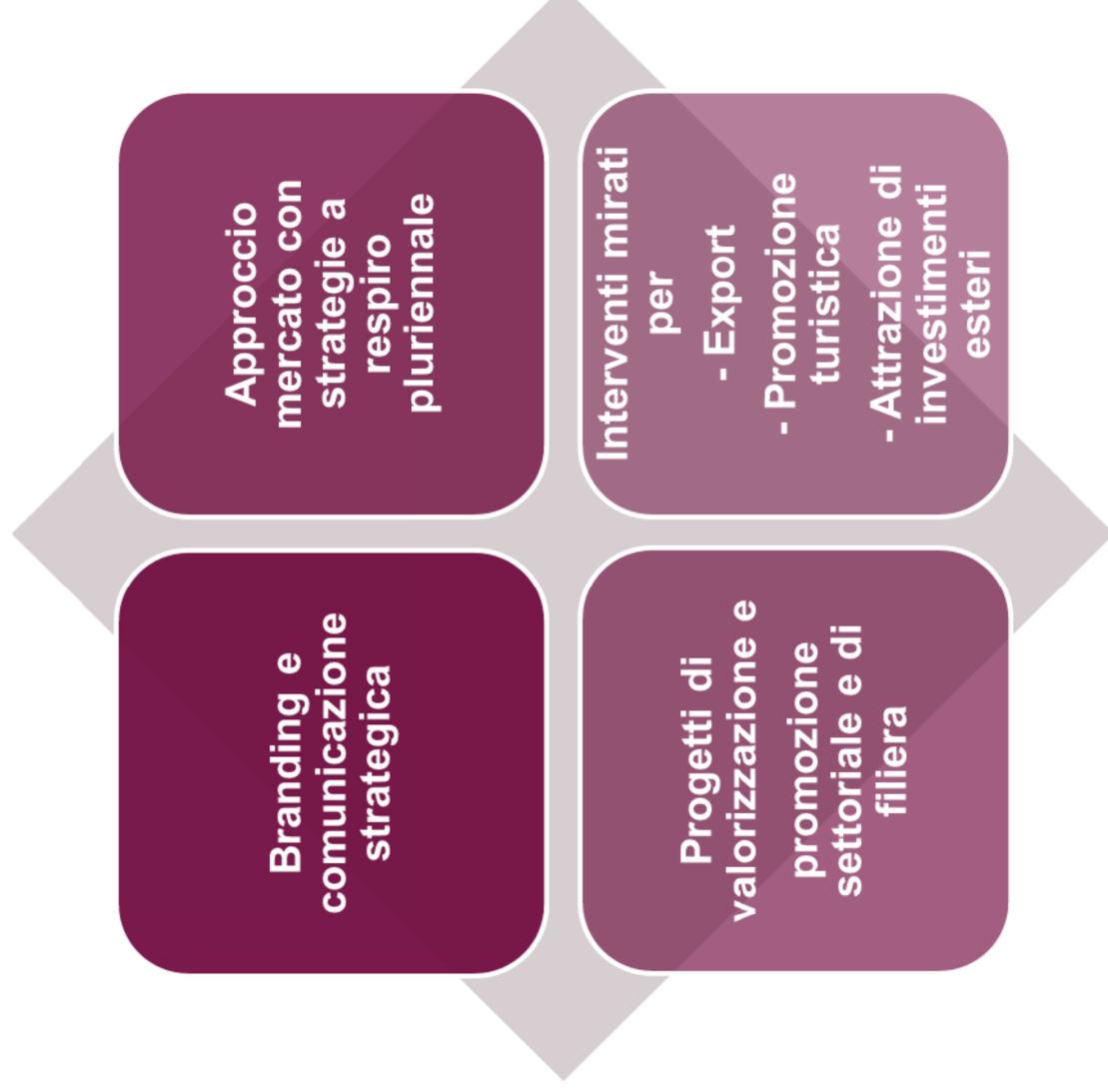
Azioni idonee a garantire il presidio dei mercati tradizionali e lo sviluppo dei mercati emergenti

Maggiore efficacia dei percorsi di internazionalizzazione in uscita (export) e in entrata (turismo e investimenti esteri)

Attivazione di risorse integrative a sostegno dell'attività di promozione economica

Stakeholder engagement (coinvolgimento partecipativo del territorio), valutazione dei risultati e dell'impatto delle attività

2.2 La strategia complessiva



2.3 I progetti integrati regionali



Obiettivo	Elementi chiave
<p><i>Sviluppare progetti di natura strategica, finalizzati a valorizzare e a promuovere, in maniera organica e coerente, l'immagine complessiva della Regione e i sistemi regionali (arte, cultura e turismo, manifatturiero e agroalimentare, ricerca e innovazione), così da rafforzarne la capacità attrattiva ed esportativa</i></p>	<ul style="list-style-type: none">❑ Diffusione di una immagine unitaria, coordinata e integrata della Toscana, chiaramente identificabile❑ Valorizzazione degli elementi di attrattività del sistema regionale: creatività, tradizione e innovazione, qualità ed eccellenza❑ Promozione integrata delle eccellenze culturali, artistiche, economiche (cultura, turismo, manifatturiero ed agroalimentare, ricerca e innovazione, sviluppo sostenibile, logistica e trasporti)❑ Sviluppo relazioni economiche con i mercati strategici per l'internazionalizzazione dei sistemi regionali❑ Coinvolgimento partecipativo degli stakeholders del territorio



Agroalimentare: obiettivi strategici e linee di intervento per il 2016



Obiettivi	Elementi chiave
<i>Rafforzare il posizionamento del brand Toscana sui mercati esteri</i>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Toscana territorio di origine di prodotti sicuri, naturali, tradizionali<input type="checkbox"/> Toscana come regione vitivinicola mondiale<input type="checkbox"/> brand “Tuscany taste”
<i>Favorire la penetrazione commerciale dei prodotti agroalimentari toscani nei mercati tradizionali ed emergenti</i>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> specialità ad alto valore qualitativo, di fascia medio alta<input type="checkbox"/> produzioni di qualità certificate<input type="checkbox"/> condivisione strategie di co-marketing<input type="checkbox"/> marketing esperienziale in sinergia con il turismo enogastronomico<input type="checkbox"/> coinvolgimento partecipativo degli stakeholders



Agroalimentare – Linee di intervento

Linee di intervento	Approccio	 Mercati prioritari
<p>Promozione delle produzioni agroalimentari sui mercati internazionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> valorizzazione del brand Toscana <input type="checkbox"/> strategie di ingresso mirate e strutturate <input type="checkbox"/> sviluppo canali di vendita <input type="checkbox"/> valorizzazione della filiera 	<p>Polonia, Russia, Canada, Cina, Brasile</p> <p>Europa, Usa</p>
<p>2. Promozione delle produzioni vitivinicole sui mercati internazionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> diffusione del “Tuscany taste” <input type="checkbox"/> cultura del vino toscano come testimonial di lifestyle <input type="checkbox"/> nuovi target in ascesa (millennials) <input type="checkbox"/> sviluppo canali di vendita 	<p>Russia, Cina, America latina (Brasile in primis) e Sud Est Asiatico</p> <p>Europa, Usa</p>
<p>3. Promozione del settore florovivaismo sui mercati esteri</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> far conoscere le eccellenze del settore <input type="checkbox"/> integrazione con arredo/progettazione/urbanistica 	<p>Vari</p>

1



Manifatturiero: obiettivi strategici e linee di intervento per il 2016

Settori lifestyle (sistema moda e sistema casa) – Obiettivi strategici



Regione Toscana



Obiettivo	Elementi chiave
<i>Consolidare la reputazione internazionale della Toscana</i>	<ul style="list-style-type: none">❑ miglior posizionamento dell'immagine del prodotto toscano❑ tradizione, creatività e innovazione tecnologica❑ produzioni di qualità❑ valorizzazione della filiera e del sistema regionale: trasmettere valori e contenuti dello "stile di vita italiano" e rafforzare ulteriormente l'immagine che all'estero viene percepita delle eccellenze toscane
<i>Favorire la penetrazione commerciale delle produzioni toscane sui mercati internazionali</i>	<ul style="list-style-type: none">❑ incrementare le quote di mercato nelle aree con più elevato dinamismo di crescita❑ mantenere/recuperare le posizioni strategiche sui mercati tradizionali❑ approccio di filiera/sistema (sviluppo programmi settoriali)❑ coinvolgimento partecipativo degli stakeholders del territorio



Settori lifestyle (sistema moda e sistema casa) – Linee di intervento

<i>Linee di intervento</i>	<i>Approccio</i>	<i>Mercati prioritari</i>
<p>1. Promozione del sistema moda toscano</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ strategie a respiro pluriennale ❑ sviluppo della composizione qualitativa della domanda (premium price) ❑ segmenti a maggior valore aggiunto delle catene globali del valore ❑ maggiore “awareness” delle eccellenze nelle principali categorie di operatori (buyers, stampa, operatori specializzati, istituti di fashion/design, trend setters) ❑ azioni di promozione mirata per segmento, con particolare attenzione al lusso, e per canali di vendita 	<p>Cina, Russia e Repubbliche ex sovietiche Corea del sud Messico Giappone Unione Europea USA</p>
<p>2. Promozione del sistema casa toscano</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ canali di promozione innovativi (canale web, temporary store) ❑ sviluppo rapporti con stilisti, studi di architetti e di design di rilievo internazionale ❑ attività innovative (scuole di formazione, contaminazioni cultura/turismo) ❑ azioni di valorizzazione di punti espositivi multimarca, creazione di network commerciali e altre forme di aggregazione di imprese ❑ valorizzazione di soluzioni onnicomprensive, personalizzazione del prodotto /servizio ❑ interazione con i distretti e i poli di innovazione del settore 	<p>Mobile e Complemento arredo, artigianato artistico, lapideo: USA, Giappone, Corea del sud Contract: Russia e Asia Centrale, Area Golfo, Mediterraneo, Africa sub-Sahariana</p>



Obiettivo	Elementi chiave
<i>Rafforzare la reputazione internazionale della Toscana tecnologica attraverso iniziative di branding e comunicazione</i>	<ul style="list-style-type: none">□ migliore posizionamento del brand Toscana tecnologica□ promozione delle eccellenze tecnologiche in una logica di filiera
<i>Penetrazione commerciale delle produzioni toscane nei mercati internazionali</i>	<ul style="list-style-type: none">□ mantenere/recuperare le posizioni strategiche sui mercati tradizionali□ incrementare le quote di mercato nelle aree con più elevato dinamismo di crescita□ approccio di filiera/sistema (sviluppo programmi settoriali)□ coinvolgimento partecipativo degli stakeholders del territorio

Linee di intervento	Approccio	Mercati prioritari
1. <i>Promozione dei cluster toscani high tech: settore scienze della vita</i>	<ul style="list-style-type: none"> □ strategie di ingresso mirate e approccio strutturato □ partenariati tra cluster □ contatti con operatori di settore, media specializzati □ attività di promozione sui mercati target – incoming, partecipazione a fiere internazionali/workshops, technology tours, ecc. □ coordinamento con i Poli di innovazione, i soggetti costituenti la “Tecnorete” □ sinergie e aggregazioni con altri settori 	USA, EU, Giappone Cina, EU, Turchia, EAU
2. <i>Promozione dei cluster toscani high tech: settore Fotonica ed Aerospazio</i>		UE, USA e Giappone
3. <i>Promozione dei cluster toscani high tech: settore ICT, Robotica, Elettronica, Nanotech</i>		USA, South Korea, Giappone India, Brasile, UE, EAU
4. <i>Promozione dei cluster toscani high tech: settore Tecnologie applicate ai Beni Culturali</i>		Russia, Turchia, Cina, Est Europa
5. <i>Promozione dei cluster toscani high tech: settore Smart Cities</i>		Europa
6. <i>Partnership strategiche</i>		Cina, Vietnam, Brasile, Sud Korea,



Nautica e logistica portuale – Linee di intervento

<i>Linee di intervento</i>	<i>Approccio</i>	<i>Mercati prioritari</i>
1. Promozione della filiera nautica sui mercati internazionali	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> strategie di ingresso mirate e di un approccio strutturato<input type="checkbox"/> promozione mirata sui decisori di acquisto<input type="checkbox"/> sviluppo e rafforzamento dei contatti con operatori di settore, media specializzati<input type="checkbox"/> valorizzazione del patrimonio della filiera nautica regionale (cantieristica, sub – fornitura)<input type="checkbox"/> immagine coordinata<input type="checkbox"/> coordinamento con i Poli di innovazione, i soggetti costituenti la “Tecnorete”	Cina, India, Paesi ASEAN, Brasile, USA, Europa
2. Promozione della logistica portuale sui mercati internazionali	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> contatti con operatori di settore, media specializzati<input type="checkbox"/> individuazione di nuovi vettori<input type="checkbox"/> valorizzazione delle potenzialità dei maggiori porti toscani da diporto<input type="checkbox"/> integrazione con promozione turismo<input type="checkbox"/> supporto alle Autorità Portuali della Toscana per l’apertura di nuove rotte	Cina, India, America Latina, in primis Brasile



Meccanica – Linee di intervento

Linee di intervento	Approccio	Mercati prioritari
1. Promozione della Meccanica di precisione		Stati Uniti, Cina, Brasile
2. Promozione delle aziende del settore Automotive	<ul style="list-style-type: none">❑ strategie di ingresso mirate e di un approccio strutturato❑ approccio di filiera e valorizzazione innovazione tecnologica❑ contatti con operatori di settore, media specializzati	Vari
3. Promozione delle aziende del settore Ferrotranviario	<ul style="list-style-type: none">❑ attività di promozione sui mercati target – incoming, partecipazione a fiere internazionali/workshops, ecc.❑ coordinamento con i Poli di innovazione, i soggetti costituenti la “Tecnorete”	Turchia, Est Europa
4. Promozione delle aziende del settore Cartario	<ul style="list-style-type: none">❑ sinergie e aggregazioni con altri settori	Sud America, Russia, Nord Europa
5. Promozione delle aziende del settore mobilità		Vari



Turismo: obiettivi strategici e linee di intervento per il 2016



Obiettivi	Elementi chiave
<i>Rafforzare il posizionamento dell'immagine della Toscana</i>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> immagine unitaria, coordinata e integrata della Toscana<input type="checkbox"/> prodotti turistici tematici della destinazione toscana<input type="checkbox"/> prodotti turistici innovativi<input type="checkbox"/> integrazione di attività e iniziative per rafforzare il livello di visibilità, sia nel settore turismo che attraverso l'attivazione di collegamenti virtuosi con altri settori<input type="checkbox"/> integrazione tra promozione turistica e settore della cultura
<i>Favorire la promo-commercializzazione dei prodotti turistici toscani</i>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> ampliamento dell'offerta turistica toscana sui mercati consolidati<input type="checkbox"/> costruzione dell'offerta sui mercati emergenti<input type="checkbox"/> strategie mirate per prodotti tematici/mercati/canali<input type="checkbox"/> aumento della permanenza media e impatto economico di filiera<input type="checkbox"/> azioni congiunte tra pubblico e privato<input type="checkbox"/> coinvolgimento partecipativo degli stakeholders del territorio



Turismo – Linee di intervento

<i>Linee di intervento</i>	<i>Approccio</i>	<i>Mercati prioritari</i>
<p>1. Brand Identity e progetti strategici regionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ interventi di rilevanza strategica regionale, funzionali al posizionamento dell'immagine: azioni di comunicazione ed eventi di particolare rilievo regionale: quali il Buy Tuscany ❑ attivazione di uno strumento di governance promozionale per le Borse e gli eventi legati al congressuale in Toscana - Toscana Convention Bureau 	<p>Paesi BRIC Nord America Nord e centro Europa Giappone Turchia Corea del Sud Altri Mercati Emergenti Italia del Nord e regioni di prossimità</p>
<p>2. Sviluppo Prodotti e Destinazioni</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❑ creazione di cluster d'impresa per prodotto ❑ attenzione all'innovazione del prodotto turistico ❑ progetti di sistema per mercati target ❑ azioni integrate di promozione e comunicazione ❑ eventi di promo-commercializzazione all'estero con focus su B2B ❑ selezione di eventi sul territorio toscano (attrattori culturali) ❑ utilizzo di strumenti tecnologicamente avanzati 	
<p>3. Sviluppo mercati</p>		
<p>4. Promozione e Promo-commercializzazione</p>		



Attrazione investimenti esteri: obiettivi strategici e mercati prioritari per il 2016

Obiettivo	Linee di intervento	 Mercati prioritari
<p><i>Promuovere le risorse regionali in una logica di attrazione degli investimenti esteri e di partnership industriali</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Scouting<input type="checkbox"/> Attività di promozione per l'attrazione di investimenti esteri<input type="checkbox"/> Coinvolgimento partecipativo degli stakeholders del territorio	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Paesi target prioritari: Europa (in particolare UK, Francia, Germania), USA, Giappone.<input type="checkbox"/> Paesi target secondari e/o emergenti: Cina, India, altri mercati Europei, Middle East o altri da individuare in modo mirato sulla base di settori specifici.

Le attività relative all'Attrazione Investimenti saranno realizzate sulla base di una programmazione specifica e dettagliata, che verrà approvata dalla Giunta Regionale e che sarà recepita da Apet nella sua programmazione operativa, anche in attuazione del Protocollo d'intesa che sarà approvato tra Regione Toscana, Ministero dello Sviluppo Economico e Agenzia ICE.