

ADEGUAMENTO LINEE DIRETTRICI PER LA DEFINIZIONE DELL'ATTIVITA' DI PROMOZIONE ECONOMICA 2009-2010

Premessa

A seguito della crisi economica globale, che ci induce a fare una serie di riflessioni sulle politiche pubbliche da perseguire per fronteggiarla al meglio ed aiutare in questo processo le nostre piccole e medie imprese, si è ritenuto necessario aggiornare il testo delle linee Direttrici 2009-2010, approvato dalla Giunta Regionale il 10 marzo 2008. Il presente documento è stato elaborato tenendo conto del report dell'Osservatorio per l'internazionalizzazione, di cui fanno parte Irpet- Toscana Promozione e Unioncamere Toscana, nonché del documento del Ministero dello Sviluppo Economico di adattamento alle "Linee Direttrici dell'attività promozionale 2008-2010".

QUADRO DI RIFERIMENTO Congiuntura internazionale

Nel documento 2008 si dava già atto dei problemi economici dovuti alla crisi finanziaria americana, legata ai mutui subprime ed anche all'aumento del prezzo del petrolio e delle materie prime.

Il 2009 si apre, però, con una ancora maggiore incertezza delle previsioni per il commercio internazionale a causa del contenimento della crescita mondiale stimata dal FMI al 2,2%, a fronte del 3,7% del 2008.

Si amplia il divario di crescita tra paesi industrializzati e le economie emergenti ed in via di sviluppo, infatti i primi stanno sperimentando il tasso di crescita più basso dal periodo della II guerra mondiale, mentre i secondi sono in forte rallentamento. Cina ed India rallentano la loro crescita (dal 6,7% al 5,1%) a causa della forte diminuzione nella domanda di beni esportati.

Il loop negativo tra economia reale e andamento dei mercati finanziari potrebbe proseguire a discapito degli effetti delle politiche finora messe in atto.

Per il 2010 è prevista nella parte finale dell'anno, una possibile, ma lenta ripresa graduale, ma la forte incertezza spinge per mettere in campo precise politiche concordate a livello internazionale per il prosieguo degli sforzi volti ad allentare la stretta creditizia per

favorire consumi e investimenti e dunque la ripresa della produzione e del commercio mondiale.

SITUAZIONE NAZIONALE

Rispetto all'anno scorso , il quadro che si delinea nello scenario internazionale fa emergere un allarme recessione per l' economia nazionale con caduta negativa sulle imprese italiane, che dovranno confrontarsi nel 2009 con gli effetti della stagnazione e con il permanere del raffreddamento della domanda estera a causa della crisi finanziaria generalizzata, soprattutto nei paesi di più tradizionale interesse.

Infatti gli ultimi dati ISTAT evidenziano rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente una contrazione particolarmente accentuata delle vendite di beni strumentali, beni intermedi e prodotti energetici, a fronte di decrementi inferiori nelle vendite di beni di consumo non durevoli legati al buon andamento del settore alimentare (minore elasticità della domanda rispetto al prezzo degli altri beni di consumo).

CONTESTO REGIONALE

Le preoccupazioni già evidenziate nel documento approvato dalla G.R.2008, legate ad una maggiore volatilità delle esportazioni toscane derivante dal paniere di beni esportati della nostra regione saranno maggiormente accentuate nel 2009. Infatti la maggiore incertezza delle relazioni commerciali della Toscana è legata sia alle specificità settoriali (specializzazione in beni di consumo non durevoli e in misura più contenuta beni di consumo durevoli) , sia alla struttura dei mercati di sbocco.

La diminuzione nelle esportazioni del - 2,73% prevista per il 2009 riguarda in particolare beni di consumo durevoli, a causa di una minore domanda per consumi, legata alla diminuzione della capacità di spesa sui mercati di sbocco.

Per quanto riguarda i beni di consumo non durevoli (Moda) essi subiranno una lieve contrazione delle esportazioni (-0,80%): infatti la domanda estera per consumi di tali beni provenienti dalla Toscana si mostra, secondo le stime, maggiormente reattiva al reddito piuttosto che al prezzo.

Il modello mostra infine una ripresa stimata delle esportazioni di beni intermedi (in cui sono comprese materie prime e prodotti del sistema casa, mobili esclusi) legata

all'attenuarsi dell'effetto prezzo, al quale una domanda per importazioni di beni prevalentemente indifferenziati risulta particolarmente legata.

TURISMO

Le previsioni relative all'estate 2008, mostravano una situazione mediamente peggiorativa, con un incremento nella quota dei *tour operators*, che prevedevano diminuzioni ed un decremento di quelli che prevedevano aumenti e stabilità. A livello toscano il dato è sempre peggiorativo.

Tutti gli indicatori internazionali prevedono pesanti difficoltà del settore per gli anni 2009-2010. Secondo la periodica indagine on line di Trip Advisor oltre il 70% degli intervistati dichiara che la crisi influenzerà in maniera decisiva le loro prossime vacanze, solo il 6% conferma i propri programmi e non si sente toccata dall'attuale congiuntura economica. La Toscana appare comunque una delle Regioni più favorite nella scelta degli intervistati, facendo prevedere una situazione leggermente "migliore" rispetto ad altre regioni.

I flussi stranieri del turismo individuale ed anche organizzato sono previsti in diminuzione, in particolare dagli Stati Uniti, Germania, Inghilterra; dovrebbe reggere maggiormente il turismo interno.

AGRICOLTURA

Le esportazioni di prodotti agricoli e dell'industria agroalimentare toscana sono caratterizzate da prodotti di livello qualitativo molto elevato, prevalentemente riferibili, in termini di peso sul valore complessivo, ad alimentari e bevande. I principali mercati di riferimento sono l'America settentrionale (Stati Uniti in testa con una quota del 23.7%) e i paesi europei confinanti con l'Italia, che costituiscono centri di distribuzione verso altri paesi. Si tratta delle produzioni più tipiche del Made in Italy che pesano per il 5,8% sul totale delle esportazioni regionale: i prodotti alimentari toscani esportati costituiscono poi il 7.3% delle esportazioni nazionali del settore. Abbiamo avuto, dopo il 2007, una ripresa delle vendite e sembra che questo settore non risenta per ora particolarmente della crisi economica.

PMI

La Toscana è caratterizzata da una struttura delle esportazioni articolata e particolarmente condizionata dall'andamento dei settori di specializzazione tipici dei propri sistemi locali (le cui produzioni sono da sempre fortemente orientate i mercati esteri) , oltre che dalla presenza di alcune grandi imprese appartenenti ai settori " macchine ed apparecchi meccanici" e mezzi di trasporto. L'effetto della crisi strutturale per alcuni settori tipici del Made in Italy ha colpito soprattutto il settore tessile, mentre piuttosto stabile si è mantenuta la quota delle vendite all'estero del settore abbigliamento, solo il settore della pelletteria ha mostrato contributi alla crescita non negativi.

Nonostante l'accentuarsi della concorrenza internazionale nel 2008 la quota delle vendite all'estero dei prodotti del sistema casa si è mantenuta stabile.

Anche i settori delle macchine ed apparecchi meccanici risentono della crisi sia pure in modo differenziato. Infatti la meccanica strumentale ed apparecchi per uso domestico vede una buona crescita delle esportazioni, mentre i settori dell'elettronica e meccanica di precisione, così come i mezzi di trasporto mostrano un decremento delle vendite, legati al venir meno di commesse da parte delle realtà di grandi imprese, oltre che da una generale contrazione della domanda di beni di consumo durevoli.

I settori chimica, farmaceutica, plastica e gomma mostrano una accelerazione della crescita, in particolare la performance della farmaceutica è anche dovuto alla presenza di multinazionali nella nostra regione.

Le prenotazioni alberghiere e dei servizi turistici sono gli indicatori utilizzati per capire la situazione di vendita del nostro prodotto turistico che appare, allo stato attuale, negativa. Sono in particolare le situazioni alberghiere e le imprese di trasporto che organizzano tour, sightseeing, a risentirne maggiormente. Tutto ciò come conseguenza di una forte dipendenza della Toscana dalla domanda estera.

Migliore appare la situazione per le strutture extralberghiere (agriturismi, turismo all'aria aperta..)

Nel settore occupazionale le ripercussioni negative si stanno facendo sentire con licenziamenti negli alberghi, nelle agenzie di viaggi e una tendenza alla diminuzione degli orari di lavoro in alcuni servizi turistici.

STRATEGIA

La strategia operativa indicata nel documento approvato dalla G.R. 2008 deve essere confermata in particolare riferita alle seguenti priorità di interventi:

- rafforzare e sostenere le quattro A del Made in Italy : Abbigliamento-moda, Arredo-Casa, Alimentari-Vini e Automazione-Meccanica e incanalando le priorità di intervento
- rafforzare e sostenere la promozione del turismo in modo mirato e focalizzato sui prodotti turistici prevalenti e innovativi e all'integrazione con le eccellenze dei settori produttivi
- rafforzare la campagna di informazione sui prodotti toscani a qualità certificata
- continuare a presidiare i mercati di tradizionale interesse per la produzione toscana (Europa 27, Usa, Giappone), anche se più marcatamente segnati dalla fase ciclica di contrazione della domanda, ma è fondamentale la presenza delle aziende toscane e per questo le azioni su questi mercati devono cercare di mantenere viva una attenzione che potrà tradursi in acquisti al momento della ripresa del ciclo economico
- stimolare la presenza in particolare dove le previsioni registrano interessanti valori di crescita del PIL – per esempio l'Asia (India-Cina – paesi dell'Area del Golfo), che è diventata in questo periodo , soprattutto per i prodotti del settore meccanico, il secondo mercato di sbocco, dopo l' Europa., ma anche Russia, Brasile e Messico
- affiancare le nostre pmi nei mercati in cui sono più numerose le loro presenze, quali quelle dell'area dei Balcani per esempio e della sponda sud del Mediterraneo.
- un maggior raccordo tra l'attività di promozione economica annuale e quanto previsto di Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013

INDICAZIONI OPERATIVE

Le scelte operative dovranno assicurare ancor più l'impiego ottimale delle risorse e favorire il raggiungimento di obiettivi commerciali nel breve periodo, attraverso azioni di avvicinamento alla domanda estera, selezionando iniziative mirate verso i paesi o segmenti

di mercato connotati da capacità di spesa, perché meno esposti ai riflessi della crisi finanziaria internazionale. Inoltre per assicurare una maggiore efficacia si propone :

- un maggior orientamento della spesa promozionale verso iniziative di tipo b-to-c e b-to-b, dimezzando ulteriormente la partecipazione a fiere; per il settore del turismo l'investimento sul web dovrà essere prioritario
- la valorizzazione dei comparti high.-tech anche al fine di promuovere la collaborazione produttiva all'estero ed investimenti congiunti nel campo della ricerca
- l'affiancamento alle imprese di minor dimensione e alle imprese artigiane mature per l'internazionalizzazione, ma più fragili sul mercato globale; il sostegno alle aggregazioni di imprese turistiche e alle reti di prodotti turistici
- rafforzamento delle missioni di operatori esteri in Italia in occasione di manifestazioni promozionali, per abbattere i costi di promotion estera delle pmi toscane
- elaborazione di "pacchetti assistenza" alle imprese che coprano esigenze di natura promozionale e finanziaria, valorizzando maggiormente il ruolo di SprinToscana e dei servizi avanzati alle imprese, attraverso una collaborazione più stretta tra Sace, Simest e Fiditoscana.
- Inserimento di attività di scouting e sensibilizzazione degli operatori regionali verso le opportunità di business all'estero
- elaborazione di progetti "area settore" , suscettibili di applicazione in più paesi contraddistinti da omogeneità nelle potenzialità di sviluppo, anche al fine di realizzare economie di scala.
- rafforzamento dell'utilizzo dei canali HO.RE.CA. (settore alberghiero, ristorazione e catering) nei paesi maggiormente caratterizzati dalla crescita dell'offerta turistica di fascia alta.
- il maggiore sviluppo di azioni mirate sulla Grande Distribuzione Organizzata, finalizzate alla creazione di una rete distributiva.
- l'avvio di attività preparatorie per una partecipazione coordinata del mondo toscano a Milano in occasione dell' Expo 2015, che ha come tema "Nutrire il pianeta, energie per la vita" trattando in particolare la sicurezza e la qualità alimentare.

Il presente documento conferma il ruolo di “Cabina di regia operativa” di Toscana Promozione per la costituzione ed il consolidamento della Rete dei soggetti pubblici e privati, che sul territorio si occupano di promozione e internazionalizzazione, attraverso la stipula di comuni protocolli di intesa e/o convenzioni.