

Registrazione Tribunale
di Firenze n. 3790
del 29/12/1988

Direttore Responsabile:
Franco Natali



IMPRESA TOSCANA

n. 1

Impresa Toscana - Periodico di informazione sulla dinamica regionale delle imprese edito da Unioncamere Toscana

Redazione: Unioncamere Toscana, Via Lorenzo il Magnifico 24 - Firenze - 055 4688.1 - www.tos.camcom.it

Gli studi, le rilevazioni economiche e le notizie dal Sistema camerale toscano



MARZO
2019



Indice

- **Cambia il segno distinto delle Camere di Commercio**
Unioncamere Toscana si adegua
- **Il crocierismo nell'economia del mare di Livorno e Grosseto**
una prospettiva di crescita
- **Excelsior, sono 380mila le opportunità di lavoro in Italiarreno in**
Quasi 79mila nel CentroItalia
- **Delude l'export pisano**
Toscana +4,5% e Italia +3,1%, non brillano
- **Bando per il bar e ristorante della Camera di Commercio di Firenze**
Le offerte entro il 2 aprile
- **The lands of Giacomo Puccini**
Esperienze culturali ed enogastronomiche attraverso itinerari e percorsi nella terra del Maestro

Registrazione Tribunale di Firenze n. 3790
del 29 / 12 / 1988

Direttore Responsabile Franco Natali

Cambia il segno distintivo delle Camere di Commercio e Unioncamere Toscana si adegua

Il Sistema camerale italiano, per segnare la fine dell'iter legislativo iniziato tre anni fa con la riforma della PA, ha lanciato ufficialmente il proprio nuovo segno distintivo che delinea chiaramente la nuova identità e i nuovi compiti delle nuove Camere di Commercio.

Il nuovo brand di Sistema è rappresentato da un logo moderno, inclusivo e partecipativo che ben rappresenta il segno di questo cambiamento. Le Camere di Commercio si stanno razionalizzando nella presenza sul territorio e stanno attuando, proprio a seguito dalla riforma, nuove funzioni tese allo sviluppo del Paese in tema di digitalizzazione, orientamento e formazione, turismo e cultura.

Per questo Unioncamere Toscana - una delle prime - ha adottato dal 1 gennaio scorso il nuovo brand, sottolineando così che questo nuovo corso è ben presente anche a livello regionale.

Il nuovo segno è un rosone composto da una serie di anelli semicircolari evocanti le C di Camera di Commercio, organizzate in un'ottica di network:



Lorenzo Bolgi



Il crocierismo nell'economia del mare di Livorno e Grosseto: una prospettiva di crescita

Il 20 marzo si è concluso un educational tour che ha portato operatori economici italiani e stranieri del settore turistico, in particolare del crocierismo, alla scoperta di luoghi suggestivi da far conoscere ai turisti in transito tra Livorno e Grosseto. Un'occasione significativa per più motivi: innanzitutto perché tra i tour operator presenti si annoverano i rappresentanti delle agenzie che offrono servizi alle principali compagnie di crociera operanti in Italia, quelli di compagnie straniere che offrono servizi alle navi a livello internazionale, i rappresentanti di compagnie crocieristiche nel settore lusso, su mercati europei e soprattutto americani, ed infine un blogger "influencer" del settore. Un segmento di operatori di livello interessati ad "esperienze" di cui i turisti sono sempre più alla ricerca; come ad esempio il settore dei repeaters, ovvero coloro che hanno già visitato le "capitali" del turismo di massa e quindi si orientano verso esperienze "emozionali" e autentiche alla ricerca della qualità e del non convenzionale.

Il secondo aspetto, non privo di grandi implicazioni, riguarda il crescente interesse che un settore finora marginale per l'economia del mare dei territori di Grosseto e Livorno sta assumendo ogni anno di più, con prospettive interessanti sulle quali è bene riflettere.

Per le province di Livorno e Grosseto il settore turistico rappresenta uno dei comparti maggiormente rilevanti, sia in termini d'impatto sull'economia locale, sia di specializzazione produttiva; generando una quota rilevante del valore aggiunto, stimata intorno ai 15 punti percentuali. Il turismo che contraddistingue Livorno e Grosseto è per la maggior parte balneare e dunque risente della stagionalità del fenomeno. La maggioranza dei turisti italiani, poi, proviene solo da alcune regioni (Toscana e Lombardia in primis) mentre quelli stranieri giungono da poche nazioni (Germania, Francia e Olanda). Per avere un'idea di quanto sia determinante il settore, basta dare uno sguardo ai dati: a fine 2016 sono giunte oltre 2,4 milioni di persone che hanno garantito oltre 13,9 milioni di pernottamenti nel corso del 2016. Livorno ha chiuso l'anno con 1,3 milioni di arrivi e 8,2 milioni di presenze, Grosseto ha ospitato oltre 1,1 milioni di persone per 5,9 milioni di presenze.

I margini di crescita però ci sono, in particolare nel superare il limite del turismo esclusivamente balneare. In questa ottica il settore del turismo crocieristico ha un'attrattiva specifica, presentando ampi margini di crescita. Il crocierismo interessa da oltre 10 anni la provincia di Livorno, principalmente il porto di Livorno ma anche quelli di Piombino e Portoferraio. La provincia di Grosseto sta invece gradualmente accrescendo la propria presenza nelle rotte, considerato che a Porto Santo Stefano e Porto Ercole si riscontra un piccolo ma significativo movimento. Per una dimensione del traffico di passeggeri che coinvolge il principale porto, si pensi che nel 2016 si parlava di 800 mila passeggeri movimentati e 403 toccate nave, valori che fanno di Livorno uno dei maggiori porti italiani in tal senso.



Tuttavia, ed è questo il dato che gradualmente si sta tentando di erodere, Livorno si è affermato quale porto crocieristico di transito: nella programmazione dell'itinerario rappresenta una delle tappe che i crocieristi visitano ma non il porto da cui si inizia o finisce la crociera. Seppur con numeri assai inferiori ai precedenti, i comuni di Porto Santo Stefano e Porto Ercole ormai da qualche anno costituiscono una tappa per almeno 15 compagnie. Vi giungono navi di piccole e medie dimensioni (200-500 passeggeri), per circa 15 scali l'anno, destinate ad una clientela dotata di un'elevata capacità di spesa. Le province di Livorno e Grosseto infatti godono, oltre che di peculiarità artistiche e paesaggistiche, anche di una fama in fatto di enogastronomia. Sebbene il vino e, anche se da minor tempo, l'olio extravergine di oliva rappresentino i "best sellers" da molti anni, non va dimenticato che svariate produzioni alimentari stanno assumendo un ruolo sempre più importante quali testimonial del territorio.

L'area da Livorno all'Argentario ospita poi Parchi naturali ed aree protette (il Parco Nazionale dell'arcipelago Toscano, il Santuario dei Cetacei, il Parco Regionale della Maremma e svariati parchi provinciali, riserve naturali ed Aree naturali protette di interesse locale); offre la possibilità di praticare il Cicloturismo (tour della Maremma, quello sulle tracce degli Etruschi e la futura Ciclovia Tirrenica) o il turismo equestre (ippovia dell'Amiata e l'ippovia del Mediterraneo)

Da qui nasce l'idea di far vivere e scoprire agli operatori strategici – coloro che materialmente programmano ed inseriscono itinerari ed escursioni nei programmi dei crocieristi – le attrattive più forti del vasto territorio labronico-maremmano. Tre giorni intensi, quelli che hanno portato sette tour operator e una blogger a vivere un turismo esperienziale. Sono partiti dalla Rocca di San Silvestro e dal Parco Archeominerario per approdare alla Rocca di Frassinello, cantina progettata dall'archistar Renzo Piano, che accoglie al suo interno anche un Centro di documentazione etrusca, e alla vicina necropoli etrusca di San Germano. Hanno scoperto dalla testimonianza in prima persona di uno di loro, Sergio Amenta, l'arte e la sapienza de "I pescatori di Orbetello" nell'utilizzo della splendida laguna per la pesca di orate e cefali, così come la maestria nella trasformazione del pescato in cibi che hanno meritato il presidio Slow food.

Il drappello di operatori si è quindi spostato alle Fortezze spagnole di Porto Santo Stefano e di Porto Ercole, nella cornice straordinaria dell'Argentario, lezioni di cucina, infine alla tenuta agricola "La Parrina", e ripartenza, mercoledì 20 marzo, per la costa livornese. Approdo Livorno, dove grazie a coop Itinera Fabrizio Ottone, Associazione Guide labroniche, ha accompagnato gli operatori in battello lungo i Fossi medicei, con tappa finale, il Mercato delle Vettovaglie, visto prima dal battello e ammirato quindi nell'interno variopinto e vivace.

L'iniziativa rientra nel progetto europeo ItinERA – Itinéraires ecologistiques, del quale è partner al Camera di commercio della Maremma e del Tirreno, che punta a creare una rete e sviluppare itinerari comuni tra le diverse mete turistiche. L'idea rivoluzionaria di fondo è rivolgersi allo stesso pubblico proponendo percorsi condivisi tra più territori, anziché farsi concorrenza l'uno con gli altri. D'elezione, gli itinerari si rivolgono al crocierismo di nicchia, dedicati a temi specifici come l'enogastronomia di qualità e la valorizzazione del patrimonio archeologico e culturale. Altra caratteristica di Itinera è quella di coinvolgere nelle attività soggetti privati protagonisti ognuno di eccellenze



territoriali, e mediante il dialogo tra pubblico e privato arrivare a definire proposte innovative. Itinerari che, rivolti ad un turismo di qualità, hanno un occhio privilegiato verso l'ecoturismo e che raccontano "storie" legate al vino, agli Etruschi, ad altri popoli antichi del Mediterraneo e all'enogastronomia, spostandosi da una destinazione all'altra, da Cagliari a Portofino, dall'Argentario alla Corsica, dall'Elba a Tolone, i turisti potranno fare escursioni di uno o due giorni progettate ad hoc per valorizzare al massimo le nostre ricchezze.

Barbara Fondelli



Excelsior: sono 380mila le opportunità di lavoro nelle imprese a marzo Oltre 1,2milioni entro maggio 2019

Aumenta il numero delle imprese che assumono

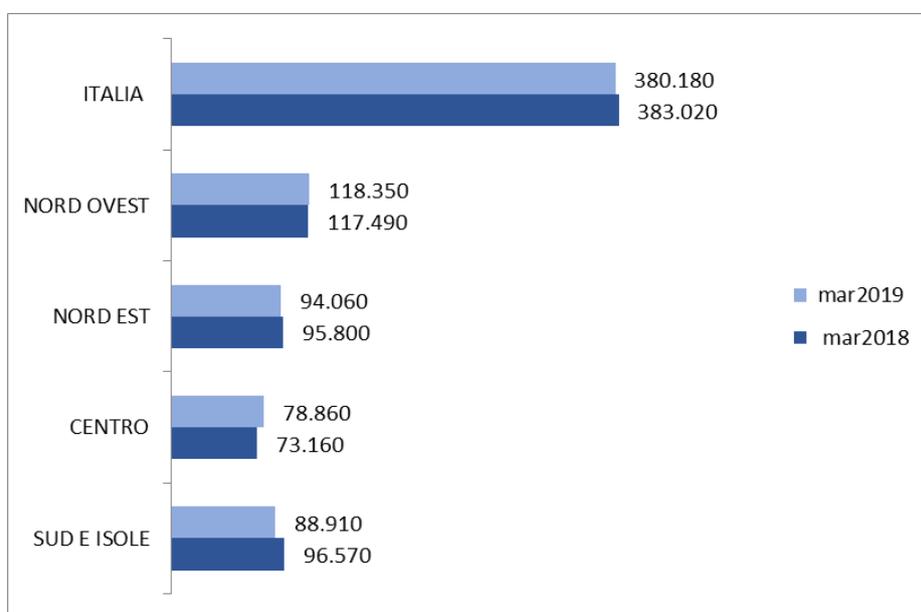
Sono oltre 380mila in Italia, i contratti programmati dalle imprese nel mese di marzo, più di 1,2milioni considerando l'intero trimestre marzo-maggio 2019. Dopo i segnali di flessione rilevati tra la fine del 2018 e l'inizio del 2019, il confronto congiunturale con il mese precedente mostra un aumento delle entrate previste (+46 mila), mentre la tendenza rispetto allo stesso periodo dello scorso anno è di sostanziale stabilità (-3mila circa rispetto a marzo 2018). In aumento anche il numero delle imprese che prevede assunzioni (+16mila rispetto a febbraio e +25mila rispetto all'anno precedente). Sono alcune delle indicazioni contenute nel Bollettino mensile del Sistema informativo Excelsior, realizzato da Unioncamere ed Anpal.

Come mostra il Borsino delle professioni presente nel Bollettino Excelsior, la difficoltà di reperire profili professionali da parte delle imprese è ancora piuttosto elevata: interessa infatti il 28% delle entrate previste a marzo. In particolare, è difficile da trovare il 42,5% degli operai specializzati, il 40,6% dei manager e delle professioni intellettuali scientifiche e ad elevata specializzazione e il 37,9% delle professioni tecniche.

Dal confronto con le previsioni dello stesso periodo dell'anno precedente, a marzo risultano in crescita le assunzioni dei settori del manifatturiero e, in particolare, quelle delle industrie metallurgiche (+2,6 mila), della meccatronica (+2,6 mila) e delle industrie tessili, dell'abbigliamento e calzature (+1,6 mila). Al contrario, si registra una tendenza in diminuzione per la maggior parte dei comparti del terziario (complessivamente -12,1 mila entrate programmate), ad eccezione del turismo (+4,1 mila).

Le opportunità di assunzione per i giovani "under 30" nel mese di marzo supereranno le 103 mila unità, pari al 27% delle entrate complessive previste dalle imprese. Finanza e commercio si distinguono perché stanno ricercando giovani per oltre il 37% degli ingressi programmati.

Il flusso delle entrate previste a marzo delle regioni del Nord Ovest è stazionario rispetto allo stesso mese del 2018, e **in crescita nel Centro (+5,7 mila) che si concentreranno per il 64% nel settore dei servizi e per il 74% nelle imprese con meno di 50 dipendenti**, mentre si registrano diminuzioni delle assunzioni programmate nel Nord Est (-1,7mila) e nella ripartizione Sud e Isole (-7,6 mila).

DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DELLE ENTRATE PROGRAMMATE (valori assoluti)

Fonte: Unioncamere-ANPAL, Sistema Informativo Excelsior

Franco Natali



Delude l'export pisano: +2,1%

Bene farmaceutica (+47,9%), meccanica e abbigliamento. Arretrano cuoio e due-tre ruote. Toscana +4,5% e Italia +3,1% non brillano

Secondo i dati del Fondo Monetario Internazionale la crescita del commercio mondiale del 2018 espressa in termini reali (+4%) è scesa al di sotto della media dell'anno precedente (+5,3% nel 2017). A fronte di queste stime, l'analisi dei dati Istat sulle esportazioni 2018 diffusi oggi dalla Camera di Commercio di Pisa, racconta che l'export italiano (+3,1% i termini nominali), pur continuando a crescere, lo fa ad un tasso più che dimezzato rispetto a quello del 2017 (+7,6%) grazie alla spinta offerta dai metalli, dai prodotti energetici e della moda. Il dato toscano, leggermente migliore rispetto a quello italiano (+4,5%), registra un risultato tutto sommato in linea rispetto al 2017, grazie al contributo della farmaceutica e dei metalli. All'interno di questo quadro Pisa, per il terzo anno consecutivo, mette a segno una crescita (+2,1%) inferiore rispetto alla media nazionale e regionale e, addirittura, al di sotto rispetto all'anno precedente. A sostenere lo sviluppo dell'export pisano contribuiscono alcuni settori "emergenti" come la farmaceutica, parte della meccanica, l'abbigliamento e la chimica mentre zavorrano il risultato complessivo i comparti tradizionali del cuoio e dei cicli-motocicli. Tra i diversi paesi Spagna, Svizzera, Austria, Stati Uniti e Germania sostengono l'export mentre le vendite dirette in Cina, Hong Kong, Francia e Corea del Sud perdono terreno.

"L'andamento molto stentato che da alcuni anni sta caratterizzando l'evoluzione dell'export pisano, uno dei motori dell'economia del nostro territorio, desta più di una preoccupazione – Ha commentato Valter Tamburini, Presidente della Camera di Commercio di Pisa - Se a questo aggiungiamo le incertezze relative all'eventuale escalation sul fronte della guerra commerciale, alla Brexit ed ai suoi effetti sulle catene di approvvigionamento internazionali, la preoccupazione si fa decisamente più intensa. Consapevoli di queste difficoltà, come Camera di Commercio non solo abbiamo messo a disposizione 150mila euro di voucher per chi vuole partecipare in autonomia a fiere internazionali ma offriamo anche formazione e una prima assistenza gratuita alle piccole e medie imprese che vogliono provare, senza improvvisare, la sfida dei mercati internazionali."

Come anticipato, i dati Istat sull'export pisano evidenziano come il cuoio e cicli e motocicli mettano a segno una contrazione che porta a ridurre il loro peso complessivo sull'export provinciale dal 44% del 2017 al 41% del 2018.

Il cuoio, infatti, mette a segno una flessione del 4,4% spiegando ben -1,1 punti sui +2,13 della crescita complessiva dell'export pisano. Il cuoio pisano cede molti punti in Cina (-15,7%), a Hong Kong (-19,9%), in Tunisia (-41,7%), in Germania (-12,0%) e a Taiwan (-48,2%). Crescono invece le vendite di pellame dirette in Svizzera, Guatemala, Messico, Stati Uniti e Spagna.

Confermando il dato del 2017, l'export di cicli e motocicli segna un'ulteriore flessione che per il 2018 si assesta al -1,8%. A determinare questo risultato pesano i numeri

negativi realizzati negli Stati Uniti (-16,4%), nel Regno Unito (-12,2%), nei Paesi Bassi (-5,5%) ed in Svizzera (-31,4%) mentre il settore avanza negli Emirati Arabi Uniti (vendite più che triplicate), Spagna (+9,3%), Germania (+2,7%) e Grecia (+18,9%).

Nel 2018 il risultato migliore, a livello di contributo alla crescita complessiva, è stato messo a segno dalla farmaceutica pisana che un +47,9% fornisce una spinta di 0,87 punti percentuali grazie agli ottimi risultati conseguiti in Austria, Grecia, Spagna e Iran. La meccanica (+4,0% complessivamente) continua invece a crescere sui mercati internazionali grazie alle macchine per l'agricoltura (+65,1%), alle altre macchine per impieghi generali (forni, macchine per il sollevamento, utensili portatili a motore, refrigeratori non domestici, ecc., +41,5%), le macchine di impiego generale (motori e turbine, apparecchiature fluidodinamiche, pompe, compressori, valvole, ecc., +2,8%) mentre perdono terreno le vendite di macchine per la formatura dei metalli (-4,4%) e le altre macchine per impieghi speciali (macchine specifiche per l'industria, -4,9%). Balzo in avanti anche per l'export di prodotti di abbigliamento (+15,5%) e dei prodotti chimici di base (+6,3%, +0,27 il contributo alla crescita) grazie a grossi passi avanti realizzati in Spagna, Svizzera e Serbia. Continua la crescita di un settore che sta rapidamente passando alla ribalta come le bevande (+2,3%, soprattutto vino) grazie alle ottime performance segnate negli Stati Uniti, in Cina, Finlandia e Norvegia. Avanzano, in provincia di Pisa, anche le vendite all'estero di mobili (+1,5%) grazie alle vendite piazzate in mercati molto lontani come la Cina ma anche diretti in Russia, Algeria e Germania. Battuta d'arresto, tra i settori più rilevanti per la provincia, per le calzature (-1,2%) a causa delle flessioni registrate in Francia, Regno Unito, Hong Kong, Germania e Svezia che le crescite registrate negli Stati Uniti, in Tunisia, in Svizzera e Portogallo non sono riusciti a controbilanciare.

Nel 2018 la Germania, grazie ad una crescita del 3,5% determinata da meccanica e mezzi di trasporto, rafforza il suo ruolo di principale partner commerciale delle imprese pisane mentre la Francia, a causa di una contrazione delle vendite del 4,1% causata da vetro, calzature e meccanica, si piazza al secondo posto. Ma il primo paese in termini di contributo alla crescita del 2018 (+1,26 punti su 2,13) risulta essere la Spagna che cresce del 18,4% grazie alla meccanica, alla chimica e ai mezzi di trasporto. Altro paese verso il quale sempre di più si dirigono le vendite di prodotti pisani è la Svizzera che con un +25,9% offre un contributo di 0,75 punti percentuali. Buona anche la performance di altri paesi europei come Austria (+16,7%), Romania (+31,8%), Polonia (+13,0%), Paesi Bassi (+6,0%) e Regno Unito (+1,3%). Passo in avanti, grazie a calzature, meccanica e cuoio anche per gli Stati Uniti (+6,4%) che si confermano il quarto paese di destinazione delle vendite pisane fuori confine.

Dopo un 2017 tutto sommato positivo, nel corso del 2018 perdono terreno molti paesi asiatici come Hong Kong (-12,8%), Cina (-16,7%), Corea del Sud (-16,7%) Vietnam (-5,0%) e India (-3,1%). Limitata, invece, la crescita delle esportazioni dirette in Russia (+0,4%).

Alberto Susini



Bando per il bar e ristorante della Camera di Commercio di Firenze

Entro il 2 aprile possono essere presentate a PromoFirenze le domande per gestire gli spazi nel Palazzo della Borsa

La PromoFirenze, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze, intende dare in concessione d'uso gli appositi spazi e le dotazioni del Palazzo della Borsa della Camera di Commercio di Firenze per uso bar e ristorazione a favore di coloro che a diverso titolo siano ospitati nel palazzo, da assegnare mediante procedura aperta con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa.

Le offerte dovranno pervenire entro le ore 12 di martedì 2 aprile 2019 mentre il bando e la modulistica sono scaricabili dal sito di PromoFirenze.

Maggiori informazioni e il bando completo sul sito di PromoFirenze

Marco Bastiani



Giornalisti internazionali a Lucca per vivere un'esperienza in The lands of Giacomo Puccini

Evento organizzato da Lucca Promos

Si è recentemente concluso il press trip dedicato a fare vivere esperienze culturali ed enogastronomiche attraverso itinerari e percorsi nella terra di Giacomo Puccini, organizzati da Lucca Promos in concomitanza con il Carnevale di Viareggio.

La delegazione di otto giornalisti internazionali provenienti da Spagna, Svezia, Germania, Russia e Kazakistan ha soggiornato a Lucca da domenica 3 a mercoledì 6 marzo ed ha assaporato e sperimentato personalmente le eccellenze culturali, paesaggistiche ed enogastronomiche del territorio lucchese, recependone direttamente le sensazioni, i sapori e i valori per raccontarli ai propri lettori e followers. Il successo dell'evento lo ha testimoniato la corrispondente russa della televisione Mir24, portale di informazione con sede a Mosca, che è rimasta così affascinata dal nostro territorio ed in particolare dal Carnevale di Viareggio, che ha già pubblicato un primo redazionale dedicato all'evento di Viareggio.

Il tour organizzato da Lucca Promos ha toccato tutto il territorio lucchese nel segno di Giacomo Puccini: sono tappe il Museo di Celle di Puccini, paese di origine della famiglia del Maestro, la Garfagnana con i suoi paesaggi e i suoi sapori, la città di Lucca ed in particolare il Puccini Museum - Casa natale di Giacomo Puccini e il Museo della Follia, la Versilia con la Villa di Puccini e il Grande Teatro all'aperto di Torre del Lago per finire a Viareggio con la visita del Museo del carnevale e dello spettacolo del Corso Mascherato sui Viali a mare.

L'evento è inserito in The lands of Giacomo Puccini, progetto promozionale sostenuto dalla Camera di Commercio di Lucca e dalla Fondazione Cassa di risparmio di Lucca, attraverso il quale sotto un unico brand è stata fatta la sintesi delle molteplici qualità e caratteristiche del nostro territorio, dando vita ad un progetto di marketing territoriale integrato.

Domani ore 10:00, nell'ambito del Festival della sintesi, presso la Chiesa di San Cristoforo a Lucca, si parlerà dell'importanza della brevità e della sintesi nella pubblicità, "Dalla committenza al layout finale – Case history: The lands of Giacomo Puccini". Giorgio Bartoli, Presidente della Camera di Commercio di Lucca, e Francesca Sargenti, responsabile delle Relazioni Esterne dell'ente camerale, racconteranno agli studenti come una campagna di comunicazione sia una sintesi che nasce dal confronto tra committente e comunicatori.

Francesca Sargenti