

***Come si rende attrattivo un
territorio agli investimenti
finanziari e produttivi***

di

Francesco Grazia

Attirare talenti non e' facile, molto dipende dalla storia e dalla fama



***... ma amministrare un territorio non e' semplice
... serve saper scegliere le giuste leve***



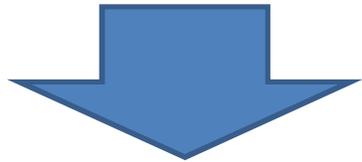
Cosa è il marketing territoriale? Attrazione!

IMPRESE

TALENTI

TURISTI

CITTADINI



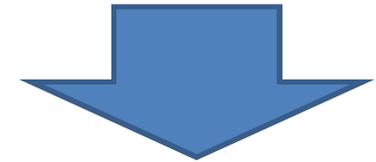
**Attrarre nuovi investimenti
e rafforzare il sistema
economico locale**



**Trattenere e attrarre le
migliori menti in campo
economico, medico,
sportivo, artistico, sociale,
ecc.**



**Aumentare i flussi turistici
e aumentare il livello di
spesa pro-capite**



**Elevare il livello di
soddisfazione dei
cittadini, migliorandone la
qualità della vita**

***Come si attraggono imprese, talenti,
turisti e cittadini?
Servono investimenti e buone idee!***

Quali sono i principali i campi di investimento da attivare?

TECNOLOGIA

Creare un'infrastruttura tecnologica e di competenze che faciliti connettività e sviluppo di brevetti e innovazioni

TRASPORTI

Creare una rete integrata di trasporti che permetta a lavoratori, talenti, turisti e cittadini di muoversi rapidamente

FORMAZIONE

Creare un sistema scolastico/universitario che sviluppi competenze 'umanistiche', tecniche e professionali

AMBIENTE

Tutelare le risorse ambientali, promuovendo la cultura del riuso/reciclo e riducendo l'inquinamento

COESIONE SOCIALE

Garantire la pace e l'unione sociale promuovendo i valori distintivi del territorio e la tolleranza

Alcune buone idee per aumentare attrattivita' e visibilita'

- ❑ Cosa e' successo dopo che succedrebbe George Cloney ha comprato casa a Laglio, sul Lago di Como?
- ❑ Cosa e' successo dopo che Dan Brown ha scritto 'Il codice da Vinci'?
- ❑ Cosa e' successo dopo che un bestseller giapponese e' stato ambientato in Abruzzo?

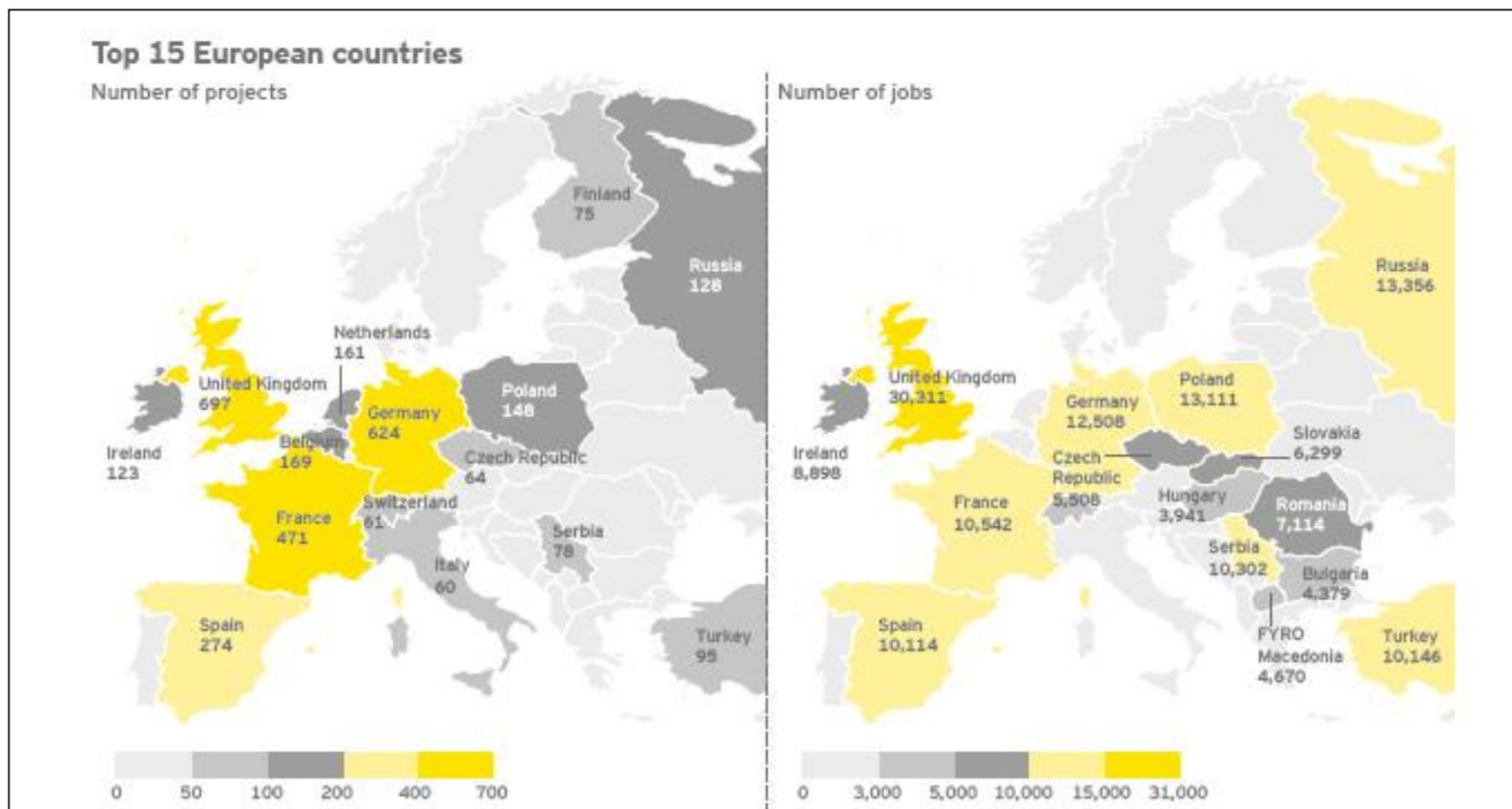


- ❑ Alcune nuove tendenze
 - ❑ nel mondo cinematografico e della cultura , si utilizza sempre di piu' il 'volto' delle citta' → i territori ottengono visibilita' e ritorni turistici
 - ❑ le citta' stanno ottenendo sempre maggiori entrate dal merchanding
 - ❑ l'immagine della citta' e' considerata un valore economico che viene contabilizzato in bilancio nelle immobilizzazioni immateriali

Alcuni esempi di territori che hanno saputo riqualificare e riposizionare il proprio territorio

- ❑ Sesto San Giovanni → riconversione industriale, dalle acciaiere Falck al distretto delle Telecomunicazioni
- ❑ Barcellona → sfruttare un evento come le Olimpiadi per ridisegnare il sistema dei trasporti, l'urbanistica e la vocazione della città
- ❑ Torino → dal collasso dell'indotto Fiat all'enogastronomia, il turismo e le tecnologie web
- ❑ Hammamet → sviluppo del distretto tessile
- ❑ Canton Ticino → road show sulle aziende italiane
- ❑ Lecce: la valorizzazione delle radici culturali (cibo, pizzica, musica, tarantella, ecc.)
- ❑ Bardolino → Festival della Geografia ('Flagship event')
- ❑ L'importanza delle compagnie low cost e dei tour operator per aprire tratte commerciali e turistiche
 - ❑ Rimini → Russia
 - ❑ Salento → USA
 - ❑ Pescara → Canada
 - ❑ Canarie → Italia e UK
 - ❑

Investimenti diretti esteri (FDI) per paese



❑ In Italia il numero di progetti FDI e' calato del 25% dal 2012 al 2011

Fonte: Ernst&Young's European Investment Monitor

Investimenti diretti esteri (FDI) per citta' e regione

Three most attractive cities in Europe

London	49%	
Paris	34%	
Berlin	20%	
Frankfurt	11%	
Munich	8%	
Barcelona	7%	
Amsterdam	6%	
Moscow	6%	
Brussels	6%	
Prague	4%	
Milan	4%	
Warsaw	4%	
Stockholm	4%	
Zurich	4%	
Hamburg	3%	

Source: Ernst & Young's European attractiveness survey 2013 (total respondents: 808).

FDI by urban region

Rank	Urban region	Number of projects		
		2012	Change from 2011	Share of FDI (2012)
1	Greater London (London)	313	-4.3%	8.2%
2	Ile-de-France (Paris)	174	-14.7%	4.6%
3	Cataluna (Barcelona)	116	16.0%	3.1%
4	Madrid (Madrid)	93	-1.1%	2.4%
5	Dusseldorf (Dusseldorf)	84	0.0%	2.2%
6	Stuttgart	81	52.8%	2.1%
7	Dublin (Dublin)	72	20.0%	1.9%
8	Freiburg	71	39.2%	1.9%
9	Rhone-Alpes (Lyon)	70	6.1%	1.8%
10	Noord-Holland (Amsterdam)	68	38.8%	1.8%
	Others	2,655	-5.6%	69.9%
	Total	3,797	-2.8%	100%

Source: Ernst & Young's European Investment Monitor, 2013.

- Settori che attireranno piu' FDI nei prossimi anni:

Information and communication technologies	31%	
Energy and utilities	28%	
Pharmaceutical and biotechnologies industries	23%	
Cleantech	20%	
B2B services excluding finance	19%	

Fonte: Ernst&Young's European Investment Monitor

EY G20 Entrepreneurship Barometer 2013: graduatoria complessiva dei paesi del G20 per quartile

Quartile 1	Quartile 2	Quartile 3	Quartile 4
Australia	EU	Brazil	Argentina
Canada	France	China	India
South Korea	Germany	Mexico	Indonesia
United Kingdom	Japan	Russia	Italy
United States	South Africa	Saudi Arabia	Turkey

* Nota:
I Paesi sono ordinati
alfabeticamente per
quartile

- Il primo quartile rappresenta i paesi che sono maggiormente in grado di prendersi cura degli imprenditori e delle loro esigenze
- Ad oggi, le economie mature sono ancora in grado di fornire i migliori ecosistemi per gli imprenditori ma i paesi emergenti stanno velocemente raggiungendo i paesi sviluppati

EY G20 Entrepreneurship Barometer 2013: graduatoria complessiva dei paesi del G20 per fattore decisionale

Ranking	Access to funding	Score	Entrepreneurship culture	Score	Tax and regulation	Score	Education and training	Score	Coordinated support	Score
1	United States	7.12	United States	7.67	Saudi Arabia	6.40	France	6.58	Russia	6.23
2	United Kingdom	6.86	South Korea	7.53	Canada	6.34	Australia	6.53	Mexico	5.89
3	China	6.75	Canada	7.45	South Korea	6.34	United States	6.50	Brazil	5.87
4	Canada	6.62	Japan	7.28	United Kingdom	6.19	South Korea	6.40	Indonesia	5.84
5	Australia	6.48	Australia	7.18	South Africa	6.10	EU	6.25	India	5.76
6	South Africa	5.95	United Kingdom	7.00	Japan	6.07	United Kingdom	5.98	China	5.75
7	Japan	5.81	Germany	6.88	Germany	5.84	Germany	5.89	Turkey	5.66
8	South Korea	5.75	EU	6.07	Australia	5.75	Argentina	5.85	South Africa	5.65
9	Brazil	5.67	France	5.68	Russia	5.65	Canada	5.81	Argentina	5.64
10	Indonesia	5.53	Russia	5.05	EU	5.48	Brazil	5.78	Germany	5.53
11	India	5.48	India	4.95	Turkey	5.45	South Africa	5.67	France	5.41
12	EU	5.41	Brazil	4.88	Indonesia	5.38	Saudi Arabia	5.66	Saudi Arabia	5.39
13	Saudi Arabia	5.25	Italy	4.67	United States	5.33	Italy	5.47	EU	5.37
14	Germany	5.23	South Africa	4.33	Mexico	5.21	Russia	5.46	South Korea	5.36
15	Russia	5.04	Turkey	4.30	France	5.12	Mexico	5.32	Australia	5.31
16	France	4.74	Argentina	4.06	China	5.07	Japan	4.72	Canada	5.29
17	Turkey	4.57	Mexico	3.96	Brazil	4.83	Turkey	4.39	United Kingdom	5.19
18	Mexico	4.42	China	3.88	Italy	4.76	China	4.35	Japan	5.04
19	Italy	4.03	Indonesia	3.80	India	4.39	Indonesia	3.88	Italy	4.97
20	Argentina	3.27	Saudi Arabia	3.38	Argentina	4.31	India	3.49	United States	4.85

Fonte: Ernst&Young

26mo Premio Annuale basato sulle scelte dei lettori USA di Condé Nast Traveler: le prime 25 citta' in termini di preferenze

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------|
| 1. San Miguel de Allende, Mexico | 14. Kyoto, Japan |
| 2. Budapest, Hungary | 15. Prague, Czech Republic |
| 2. Florence, Italy | 15. Kraków, Poland |
| 4. Salzburg, Austria | 17. Victoria, Canada |
| 5. Charleston, South Carolina, USA | 17. Sydney |
| 5. San Sebastián, Spain | 17. Santa Fe, New Mexico, USA |
| 7. Vienna, Austria | 20. Seville, Spain |
| 8. Rome, Italy | 20. Beirut, Lebanon |
| 9. Siena, Italy | 22. Paris |
| 10. Québec City | 22. Melbourne, Australia |
| 11. Cape Town, South Africa | 24. Venice, Italy |
| 11. Bruges, Belgium | 24. Barcelona, Spain |
| 13. Vancouver, Canada | |

Domande?



GRAZIE