

[HTTP://WWW.TRENDMARCHE.IT](http://www.trendmarche.it)



# TRENDMARCHE

OSSERVATORIO INTEGRATO SULL'ARTIGIANATO E LA PICCOLA IMPRESA

2008/II



### **Comitato scientifico Trend Marche**

Ilario Favaretto (Università *Carlo Bo* di Urbino)  
Gian Luca Gregori (Università Politecnica delle Marche)

### **Comitato di redazione**

Giorgio Cippitelli (Confartigianato Marche)  
Silvano Gattari (Cna Marche)  
Luciano Goffi (UBI - Banca Popolare di Ancona)

### **Segreteria organizzativa**

CONFARTIGIANATO MARCHE  
Via Fioretti 2/a, Ancona - Tel. 071 2900134  
e-mail: [segreteria.fram@confartps.it](mailto:segreteria.fram@confartps.it)  
CNA MARCHE  
Via Togliatti 37/i, Ancona  
Tel. 071 286091 - e-mail: [studi@marche.cna.it](mailto:studi@marche.cna.it)

## Indice

### **1. Osservatorio Congiunturale *TrendMarche***

Le caratteristiche dello strumento congiunturale	p. 4
Il sistema informativo e informatico di <i>TrendMarche</i>	p. 6

### **La congiuntura del 2008** **p. 8**

1.1 La domanda	p. 8
1.2 Gli investimenti	p.10
1.3 Le dinamiche dei costi	p.12
1.4 Una comparazione settoriale	p.14
1.5 L'analisi settore per settore	p.17

### **2. Focus. La conoscenza nelle PMI marchigiane: il ruolo della pianificazione strategica** **p.40**

2.1 Il contesto di riferimento	p.40
2.2 Una nuova prospettiva di analisi	p.40
2.3 Una prima ipotesi interpretativa dello "stato delle conoscenze"	p.42
2.4 Quali i possibili strumenti?	p.43

### **3. Il ruolo delle Marche in Italia. Un'indagine comparativa sulle caratteristiche socio-economiche regionali e provinciali** **p.47**

3.1 Introduzione	p.47
3.2 Sintesi dei risultati	p.48
3.3 Ambiente e territorio	p.50
3.4 Tendenze demografiche	p.52
3.5 Famiglia e società	p.53
3.6 Salute	p.55
3.7 Istruzione e cultura	p.56
3.8 Mercato del lavoro	p.60
3.9 Finanza locale e regionale	p.60
3.10 Credito	p.61
3.11 Dinamiche economiche	p.63
3.12 Artigianato e piccola impresa	p.65

<i>Bibliografia</i>	<i>p.67</i>
---------------------	-------------

# 1. Osservatorio Congiunturale *TrendMarche*

*Lavoro svolto nell'ambito della collaborazione tra l'Istituto Nazionale di Statistica (Istat) e il Comitato Regionale Marche della Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa*

## **Comitato tecnico-scientifico**

Gabriele Di Ferdinando (Centro studi Sistema)

Giovanni Dini (Centro studi Sistema)

Roberta Palmieri (Istat Marche)

*Progettazione statistico-metodologica e gestione delle operazioni di campionamento a cura di Roberta Palmieri (Istat)*

*Analisi della qualità dei dati a cura di Maurizio Foglia e Marco Carletti (CNA Info service)*

*Analisi economica dei dati e redazione dei testi di commento a cura di Gabriele Di Ferdinando, Giovanni Dini e Antonio Formentini (Centro studi Sistema)*

## **Le caratteristiche dello strumento congiunturale**

### *Il Campionamento*

Il disegno campionario è stratificato per dimensione d'impresa, con allocazione ottima in ambito multivariato all'interno degli strati (algoritmo di Bethel, 1989). Tale tecnica viene tipicamente utilizzata nella statistica ufficiale per le indagini campionarie sulle imprese; essa consente di vincolare la determinazione delle singole numerosità campionarie minime di strato alla variabilità desiderata delle stime, per più domini di stima e variabili di studio simultaneamente; la soluzione ottima viene individuata in modo iterativo, per cui ad ogni passo la numerosità campionaria viene aumentata incrementando la funzione obiettivo fino al soddisfacimento di tutti i vincoli. Naturalmente, per fare ciò sono necessarie informazioni sulla variabilità della popolazione negli strati rispetto alle variabili di studio che si utilizzeranno per costruire il sistema dei vincoli.

La popolazione sulla base della quale è stato costruito il disegno campionario è quella di Asia Imprese, archivio delle imprese attive che Istat provvede ad aggiornare e che viene di norma utilizzato, sempre in ambito Istat, proprio a questi fini; le variabili di studio presenti in Asia e utilizzate per la risoluzione degli algoritmi di allocazione ottima vincolata sono il fatturato e il numero di addetti.

Il campione è un panel dinamico, cioè una volta estratto il set di imprese sulle quali rilevare i dati, tale set viene replicato nel tempo, a meno delle imprese campionate che di trimestre in trimestre “cadono”, e che vengono sostituite con imprese simili dal punto di vista delle variabili strutturali (localizzazione territoriale, settore, numero di addetti, risultato economico, etc). Ciò allo scopo di evidenziare tendenze e al tempo stesso tenere conto della nati-mortalità delle imprese, mantenendo “fresco” il campione. Ogni 2/3 anni, inoltre, il panel verrà ristrutturato in base alle modificazioni strutturali verificatesi nella popolazione delle imprese, sempre sulla base di ASIA Imprese. Il dominio minimo di validazione delle stime per il campione così ottenuto è quello di provincia e settore; gli altri domini di stima sono: provincia, settore (a livello regionale) e regione. Il campione conta in totale 3.414 imprese, di cui 960 per la provincia di Ancona, 232 per la provincia di Ascoli, 675 per la provincia di Macerata e 1.457 per la provincia di Pesaro e Urbino.

### *La Deflazione delle Stime*

Le stime ottenute vengono opportunamente deflazionate onde garantire la loro confrontabilità nel tempo. Come deflatori, vengono utilizzati i numeri indici dei prezzi alla produzione dei prodotti industriali relativi ad ogni singolo settore per il quale tali indici vengono pubblicati; per i settori rimanenti vengono utilizzati opportuni deflatori, come ad esempio per le costruzioni i numeri indici del costo di costruzione, e così via.

### *La Rappresentazione delle Stime*

Sempre per favorire la confrontabilità nello spazio e nel tempo dei risultati, e per rendere più immediata la leggibilità dei risultati, le stime ottenute in valore assoluto vengono trasformate in numeri indici. Questi, a loro volta, vengono rappresentati in semplici diagrammi di tendenza a linee spezzate.

### *Il modello econometrico per la previsione a breve-medio periodo*

Una delle principali finalità di una seria analisi congiunturale è fornire indicazioni su ciò che si prepara nel breve-medio periodo. Una volta che l'Osservatorio sia "a regime", l'analisi dei dati verrà dunque completata da indicazioni previsionali, ottenute sulla base di un modello econometrico opportunamente predisposto; la sua efficacia previsiva dovrà essere testata su serie storiche di dati reali, contenenti non meno di 30 punti osservazione (trimestri). In linea di massima, si prevede di effettuare preliminarmente le opportune analisi sulle serie trimestrali per valutarne la tipologia ed il grado di stazionarietà (convergenza o stabilità dei movimenti oscillatori della serie temporale) ed ergodicità (stabilità degli indici di posizione della serie temporale). Verrà poi fatta inferenza sui parametri del processo generatore dei dati, in modo da definire un modello econometrico della realtà osservata che possa essere utilizzato per la previsione. Per la progettazione del modello previsivo verrà utilizzato il software E-Views, strumento standard per l'analisi econometrica, la modellazione ed il forecasting.

## **Il sistema informativo e informatico di *TrendMarche***

### *CNA Info Service*

CNA Info Service srl nasce quale strumento operativo di intervento consulenziale, di ricerca e sviluppo ed offerta di servizi, nel settore ICT, del sistema CNA delle Marche. La mission di CNA Info Service è quella di favorire la diffusione di tecnologie ICT nell'ambito delle P.M.I. e dei sistemi associativi di rappresentanza delle imprese, con particolare attenzione alle innovazioni di processo ed organizzative, prestando servizi consulenziali, di progettazione-sviluppo e formativi. CNA Info Service ha acquisito una pluriennale esperienza nello sviluppo di soluzioni ICT per imprese ed associazioni, con particolare approfondimento nell'ambito di sistemi CMS (Content Management System), di CRM (Customer Relationship Management ), di Groupware, nei sistemi di Workflow process management, nei sistemi ERP (Enterprise Resource Planning), di DatawareHouse e Business Intelligence, ed più in generale nei processi di integrazione di complessi sistemi informativi.

### *Trend Marche, Osservatorio Congiunturale*

La componente applicativa di "Trend Marche osservatorio congiunturale" rappresenta un Datawarehouse ed una applicazione di Business Intelligence, in grado di ingegnerizzare i processi di trattamento del dato, dalle fonti distribuite ai reports finali alla diffusione via CMS.

Il sistema informativo sottostante è stato specificamente pensato e sviluppato per l'elaborazione e l'analisi di dati provenienti dalle gestioni contabili a fini di analisi congiunturale, volto a fornire, per settore di attività e provincia, il quadro di contesto entro il quale si muove la piccola e media impresa nelle Marche. L'ambiente costituisce il cuore della prima fase del progetto, nella quale si andrà a descrivere, attraverso dati quantitativi provenienti dalle contabilità di un campione statisticamente rappresentativo per provincia e settore di piccole e medie imprese, la congiuntura. Nella seconda fase, verranno elaborati modelli econometrici finalizzati alla previsione di breve-medio periodo, in modo da completare l'informazione congiunturale che come sappiamo non è solo analisi del presente, ma anche indicazione per le dinamiche che il presente "prepara". Trend Marche avrà anche visibilità pubblica, per operatori ed utenti, attraverso una piattaforma CMS, per la presentazione di rapporti, documenti, analisi, interventi.

### *Architettura della Piattaforma di Delivery*

1. Applicazione web oriented, multiplatforma (Windows - Linux).
2. Datawarehouse, funzionalità di ETL (piattaforma di Business Intelligence Pentaho) per importazione trasformazione dati provenienti dalle fonti dei sistemi associativi.
3. Protocollo trasmissivo.
4. Applicazione di amministrazione, elaborazione, gestione e manutenzione informazioni tecnico-statistiche.

5. Applicazione documentale integrata.
6. Funzionalità di CMS avanzato integrate.
7. DBMS: MySQL.
8. Scripting: PHP.
9. Accesso utente via browser (IE 5.0 e Mozilla-Firefox).





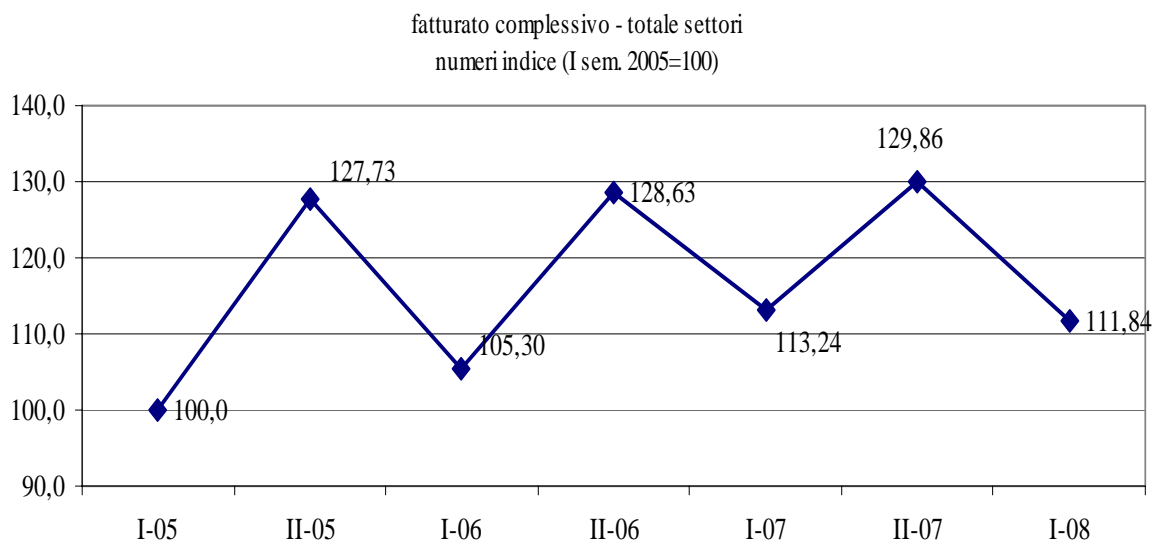
## La congiuntura del 2008

### 1.1 La domanda

La prima metà del 2008 registra rispetto allo stesso periodo del 2007 una variazione negativa del fatturato complessivo: -1,24% ; il fatturato era ancora in moderata crescita alla fine del 2007 ma il suo ritmo era già in netto rallentamento. Il calo del 2008 è leggermente più marcato per la componente in conto proprio (-1,33%) ma in generale la diminuzione si distribuisce omogeneamente tra le diverse componenti del giro di affari. La prima parte del 2008 segna quindi un cambiamento di segno nelle variazioni tendenziali sin qui osservate e conferma il trend di rallentamento dell'economia che già si era registrato alla fine del 2007.

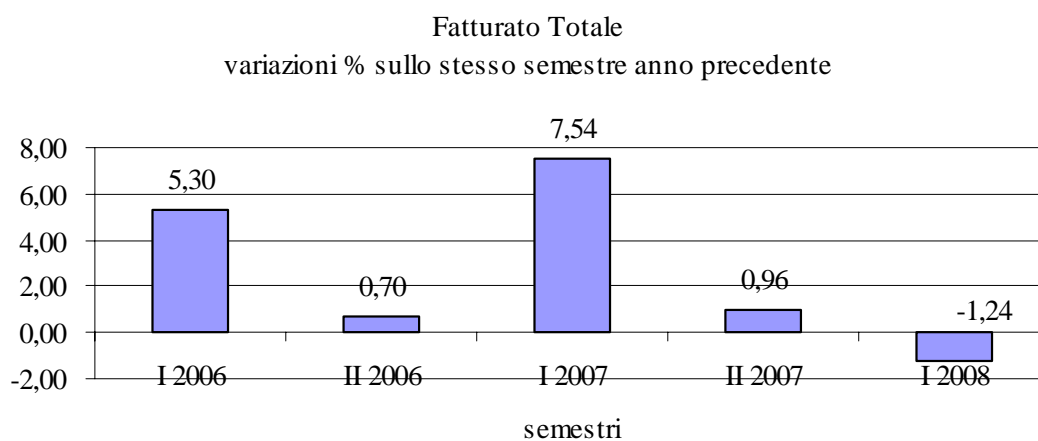
*Indicatori di domanda – andamenti semestrali Marche – numeri indici base fissa (2005 I sem.=100)*

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	127,73	105,30	128,63	113,24	129,86	111,84
Fatturato interno	100,00	128,16	104,72	128,86	114,04	131,00	112,65
Fatturato conto terzi	100,00	132,16	107,08	132,62	113,29	135,73	111,91
Fatt.to c/ proprio	100,00	111,29	98,70	113,80	113,09	108,08	111,58



*Indicatori di domanda – variazioni % semestrali rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente - Marche*

MARCHE	1 - 2006	2 - 2006	1 - 2007	2 - 2007	1 - 2008
Fatturato totale	5,30	0,70	7,54	0,96	-1,24
Fatturato interno	4,72	0,54	8,90	1,66	-1,22
Fatturato conto terzi	7,08	0,35	5,79	2,34	-1,21
Fatt.to conto proprio	-1,30	2,26	14,58	-5,03	-1,33



## 1.2 Gli investimenti

La prima metà dell'anno in corso registra un lieve miglioramento sia in termini tendenziali che in termini congiunturali del livello degli investimenti che si mantiene però sulle quote fatte registrare nel 2007, largamente inferiori a quelle osservate nel 2006 e, soprattutto, nel 2005.

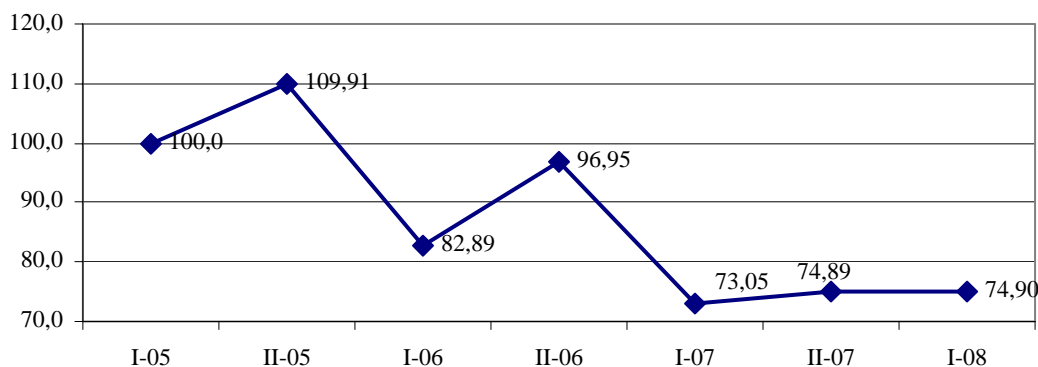
La più decisa diminuzione congiunturale e la diminuzione tendenziale che si osserva per la componente degli investimenti in immobilizzazioni materiali indica che la quota restante degli investimenti, quella destinata alle immobilizzazioni immateriali (brevetti, ricerca, promozione, ecc.), perde terreno meno velocemente. La stagnazione degli investimenti generali riguarda anche la componente destinata a macchinari e impianti che segna un'ancora più decisa diminuzione a livello tendenziale e congiunturale.

Si noti, comunque, come il livello degli investimenti in macchinari risulti elevato, non dissimile da quello registrato nel corso del 2005: in altri termini, gli investimenti in macchinari e impianti risultano sensibilmente più stabili nel tempo e anche in un periodo di rallentamento non risultano flettere nella misura in cui calano gli investimenti complessivi.

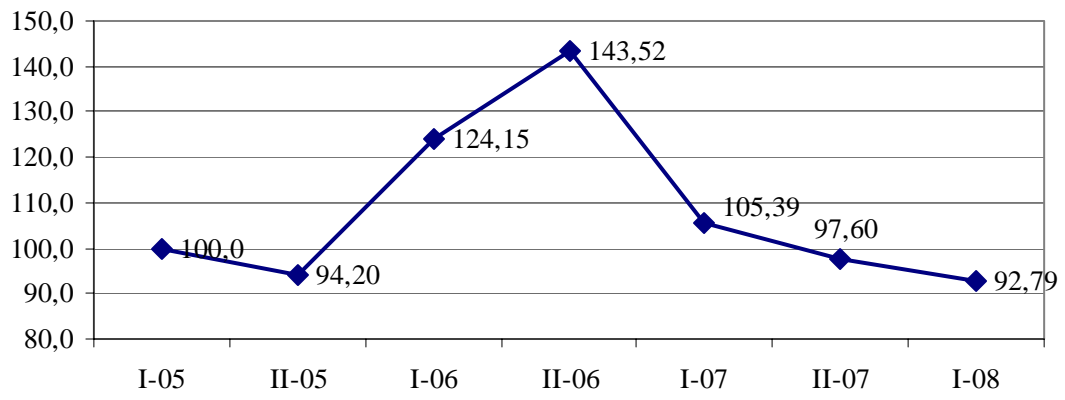
*Gli indicatori di investimento - Totale Marche – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)*

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Investimenti totali	100,00	109,91	82,89	96,95	73,05	74,89	74,90
Investimenti Immobilizzazioni Materiali	100,00	107,54	80,42	96,23	72,01	74,76	67,94
Investimenti in macchinari	100,00	94,20	124,15	143,52	105,39	97,60	92,79

investimenti totali - totale settori  
numeri indice (I sem. 2005=100)



investimenti macchinari - totale settori  
numeri indice (I sem. 2005=100)



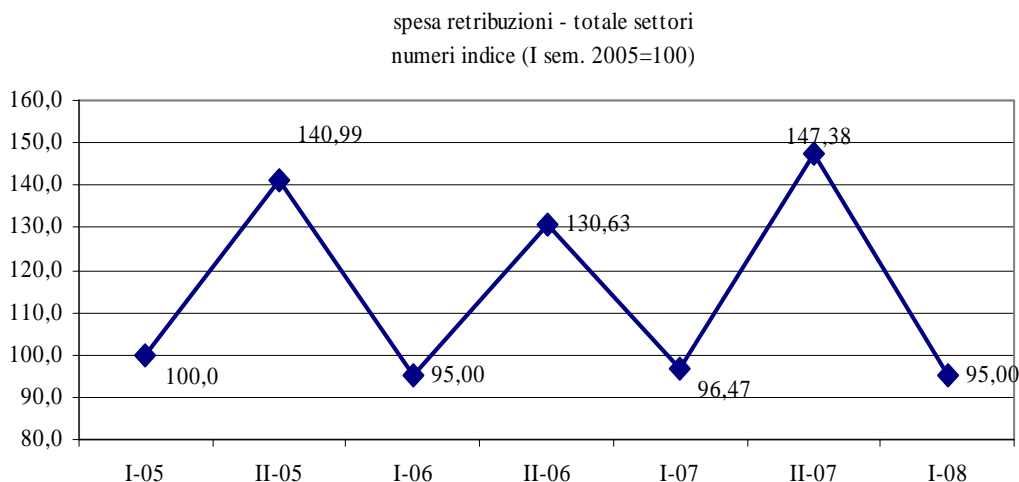
### 1.3 Le dinamiche dei costi

Mentre decresce nella prima metà dell'anno la spesa da retribuzioni riprende a crescere decisamente quella per consumi. Rallentano invece in termini tendenziali sia la spesa per formazione sia quella per assicurazioni. In particolare, il primo semestre 2008 registra una diminuzione sia tendenziale che congiunturale delle spese per retribuzioni che toccano nuovamente il livello minimo già registrato nello corso del 2005.

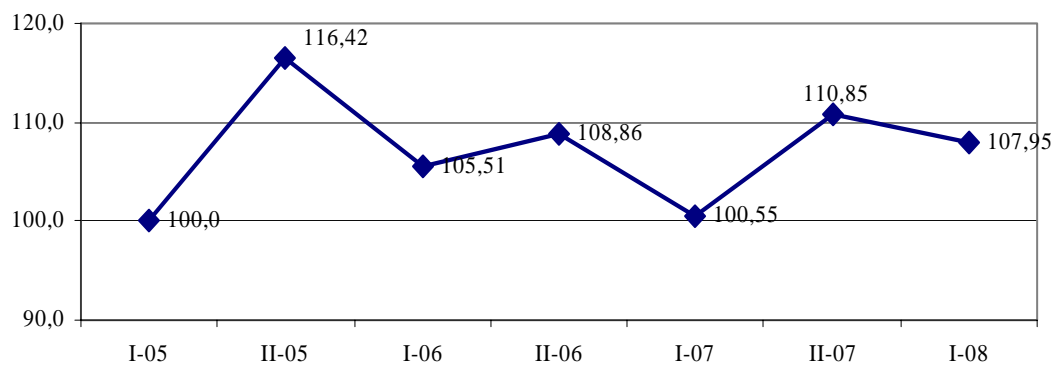
Le spese per consumi registrano invece la maggior crescita sin qui osservata sotto il profilo tendenziale, a indicare la sensibilità della micro e della piccola impresa agli aumenti dei prezzi delle materie prime. La spesa per formazione si ridimensiona in termini tendenziali pur restando sui livelli sostenuti del 2007. La spesa per assicurazioni cala ulteriormente e tocca il livello più basso sin qui osservato.

*Gli indicatori di costo - Totale Marche – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)*

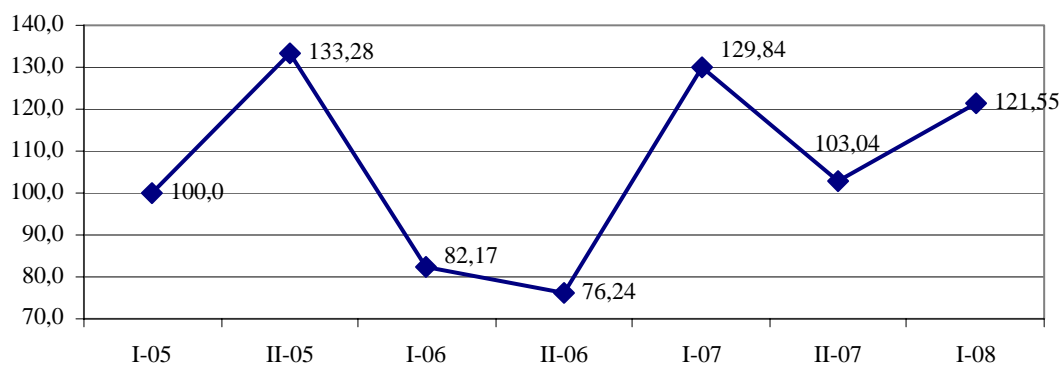
MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa retribuzioni	100,00	140,99	95,00	130,63	96,47	147,38	95,00
Spesa consumi	100,00	116,42	105,51	108,86	100,55	110,85	107,95
Spesa formazione	100,00	133,28	82,17	76,24	129,84	103,04	121,55
Spesa assicurazioni	100,00	72,39	81,97	63,92	57,95	59,65	55,35



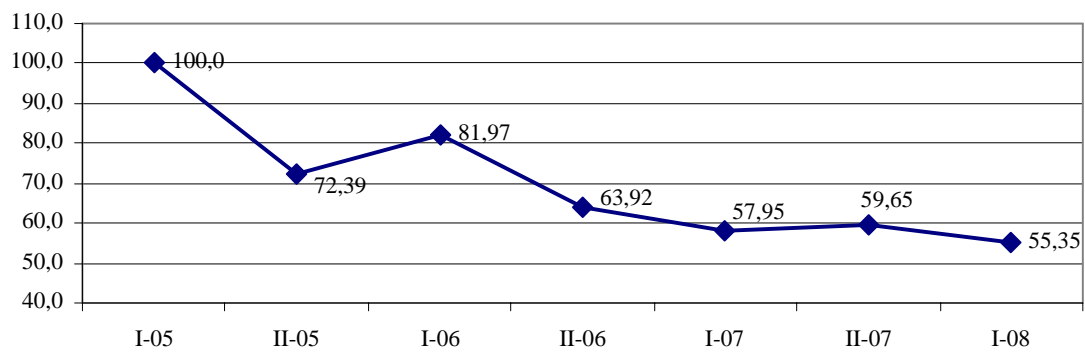
spesa consumi - totale settori  
numeri indice (I sem. 2005=100)



spesa formazione - totale settori  
numeri indice (I sem. 2005=100)



spesa assicurazioni - totale settori  
numeri indice (I sem. 2005=100)



## 1.4 Una comparazione settoriale

Il confronto tra i settori di attività sulla base delle variazioni tendenziali del fatturato (rilevate per ogni semestre sul corrispondente periodo dell'anno precedente), indica come la congiuntura del primo semestre 2008 sia caratterizzata da dinamiche negative sia per le *manifatture* (-1,88%) sia per le attività non manifatturiere (-0,93%).

*Fatturato totale per settore - variazioni % semestrali rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente*

Marche	1 - 2006	2 - 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
meccanica	8,76	5,36	3,69	-1,73	-3,14
legno mobile	7,13	-2,17	15,08	17,91	4,12
pelli e calzature	-0,11	-7,84	8,31	7,34	2,54
tessile abbigliamento	-8,07	-2,90	28,49	50,31	-27,54
alimentari	-10,14	-11,02	15,46	2,72	-6,21
<b>manifatturiero</b>	<b>5,63</b>	<b>1,06</b>	<b>7,52</b>	<b>4,43</b>	<b>-1,88</b>
servizi f. p.	-0,58	-1,64	4,82	1,32	-3,87
trasporti	1,49	2,51	14,66	8,06	-0,47
riparazione veicoli	2,63	-1,85	13,08	6,80	-6,15
costruzioni	6,69	0,72	6,01	-2,05	-0,09
<b>non manifatturiero</b>	<b>5,15</b>	<b>0,57</b>	<b>7,55</b>	<b>-0,30</b>	<b>-0,93</b>
<i>totale</i>	<i>5,30</i>	<i>0,70</i>	<i>7,55</i>	<i>0,96</i>	<i>-1,24</i>

Tra le produzioni manifatturiere si distingue la dinamica negativa della *meccanica* (-3,14% di fatturato rispetto allo stesso periodo dell'anno prima), delle trasformazioni *alimentari* (-6,21%) e, soprattutto, del *tessile abbigliamento* (fatturato in calo tendenziale del 27,54%) dalla dinamica di crescita (però in rallentamento) di *legno-mobile* (+4,12%) e *pelli e calzature* (+2,54%).

Anche per le restanti tipologie di attività, nonostante che le variazioni tendenziali registrate nel primo semestre 2008 siano sempre negative, si rilevano differenziazioni altrettanto decise tra i diversi settori: mentre per *trasporti* e per *costruzioni* il trend sia di sostanziale stagnazione, si rileva invece un deciso calo tendenziale del fatturato per i *servizi alle famiglie e alle persone* (-3,87%) e, soprattutto, per le *riparazioni veicoli* (-6,15%).

Fatturato totale per settori – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

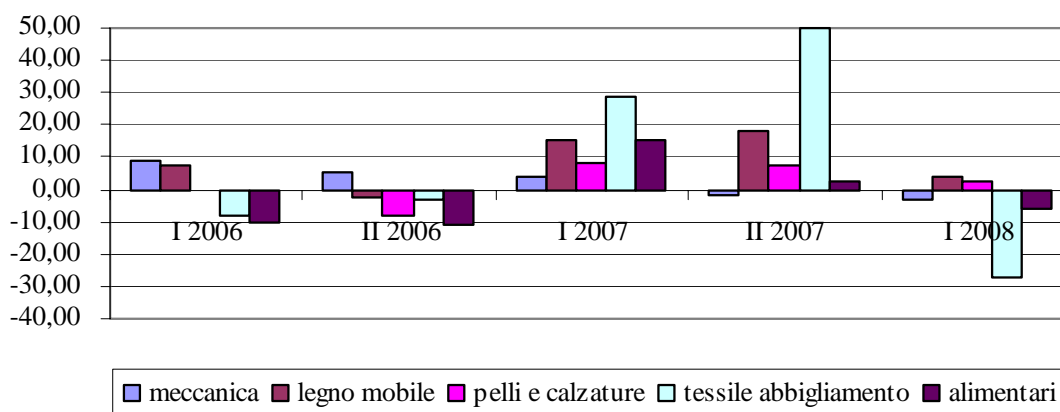
MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
meccanica	100,00	106,52	108,76	112,22	112,77	110,28	109,23
legno mobile	100,00	118,08	107,13	115,52	123,29	136,20	128,38
pelli e calzature	100,00	89,82	99,89	82,78	108,19	88,85	110,94
tessile abbigliamento	100,00	89,01	91,93	86,43	118,12	129,91	85,58
alimentari	100,00	116,47	89,86	103,64	103,43	106,46	97,01
<b>manifatturiero</b>	<b>100,00</b>	<b>105,27</b>	<b>106,21</b>	<b>107,13</b>	<b>113,38</b>	<b>112,10</b>	<b>111,44</b>
servizi	100,00	112,84	99,42	110,99	104,21	112,45	100,18
trasporti	100,00	104,62	101,49	107,25	116,37	115,89	115,82
riparazione veicoli	100,00	107,43	102,63	105,44	116,05	112,62	108,92
costruzioni	100,00	149,87	106,69	150,94	113,10	147,85	112,99
<b>non manifatturiero</b>	<b>100,00</b>	<b>137,85</b>	<b>105,15</b>	<b>138,64</b>	<b>113,09</b>	<b>138,22</b>	<b>112,03</b>
<i>totale</i>	<i>100,00</i>	<i>127,73</i>	<i>105,30</i>	<i>128,63</i>	<i>113,24</i>	<i>129,86</i>	<i>111,84</i>

Sintetizzando, le dinamiche settoriali manifatturiere della prima metà del 2008 evidenziano soprattutto le difficoltà crescenti della meccanica e la crisi delle trasformazioni alimentari ma, soprattutto, del tessile abbigliamento.

Contemporaneamente risulta ancora positiva la situazione di legno mobile e calzature, anche se in deciso rallentamento.

Dunque la frenata del *made in Italy* regionale che si era osservata nella seconda metà del 2008 si è confermata molto più decisamente per alcuni settori (meccanica, alimentari e tessile abbigliamento) piuttosto che per altri (legno mobile e calzature).

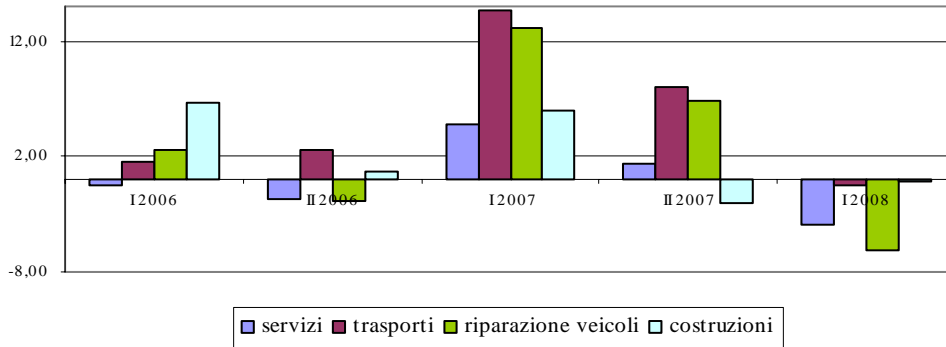
Fatturato totale per i settori manifatturieri  
variazioni % sullo stesso semestre dell'anno precedente



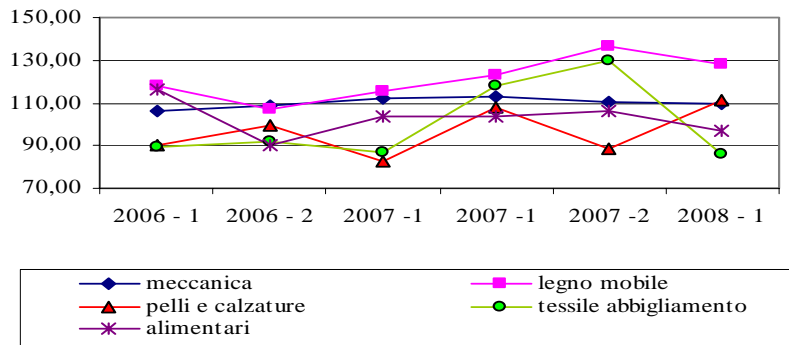
Tra le attività *non manifatturiere* reggono ancora nel primo semestre solo trasporti e costruzioni; è invece evidente la diminuzione del fatturato che interessa i *servizi alle famiglie e alle persone* e le *riparazioni veicoli*.



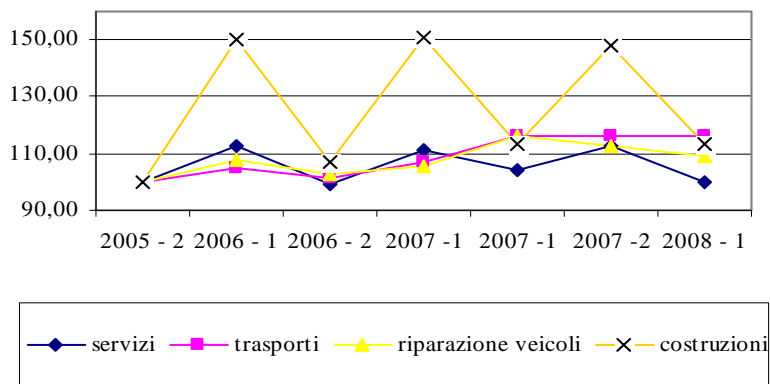
Fatturato totale per i settori non manifatturieri  
variazioni % sullo stesso semestre dell'anno precedente



Fatturato totale settori manifatturieri – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)



Fatturato totale settori **non** manifatturieri – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)



## 1.2.5 L'analisi settore per settore<sup>1</sup>

### Meccanica

#### La domanda

*Prosegue nel 2008 la flessione del fatturato complessivo il cui livello, tuttavia, permane elevato e di poco inferiore ai valori più alti raggiunti tra il 2006 e il 2007. Si conferma decisivo il conto terzi per la capacità di tenuta del settore: la componente del giro d'affari realizzata per conto terzi (pari a circa il 60% del fatturato totale) difatti, cresce sia in termini congiunturali sia sotto il profilo tendenziale raggiungendo il livello più elevato tra quelli in precedenza registrati.*

#### I costi

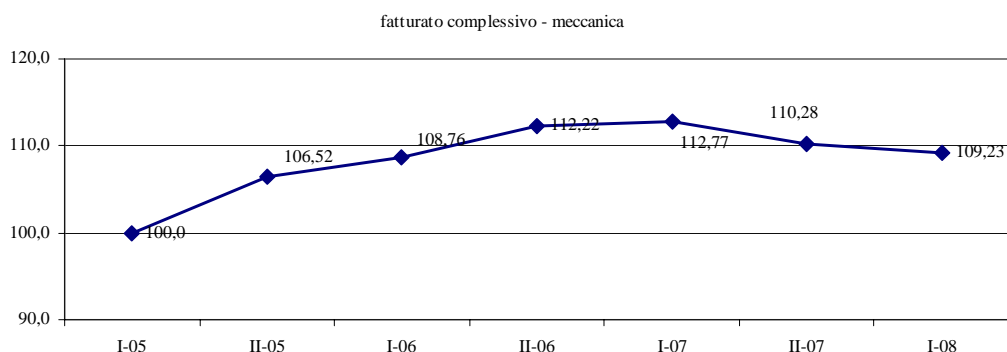
*Tra le voci di costo disponibili, quelle per retribuzioni e per assicurazioni risultano in calo tendenziale e congiunturale, quelle per consumi in aumento tendenziale. In particolare, le spese per retribuzioni riprendono a diminuire dopo che - in termini tendenziali - avevano registrato una decisa ripresa (nel secondo semestre 2007 rispetto al secondo semestre 2006). La diminuzione registrata nel primo semestre 2008 rispetto allo stesso periodo del 2007 conduce il livello delle spese da retribuzioni a toccare la quota più bassa sinora registrata (pari all'80,36% del dato di inizio 2005). La dinamica di crescita che invece caratterizza in linea tendenziale le spese per consumi risulta una delle più decise tra quelle sinora registrate: si noti che il livello relativo delle spese per consumi cresce di circa 11 punti % rispetto a quello del corrispondente periodo del 2007. La spesa per assicurazioni cala invece moderatamente sotto il profilo tendenziale, configurando di fatto una stagnazione.*

Gli indicatori di domanda – La meccanica – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

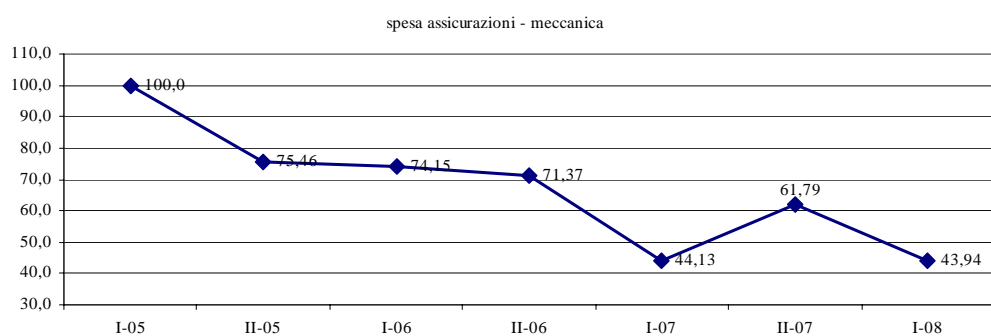
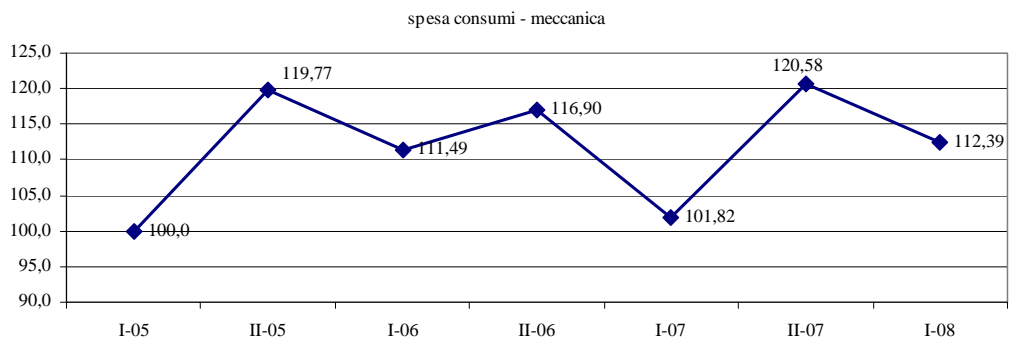
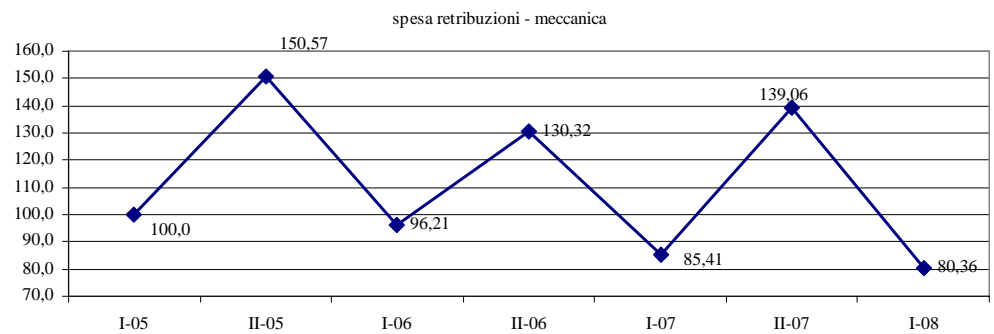
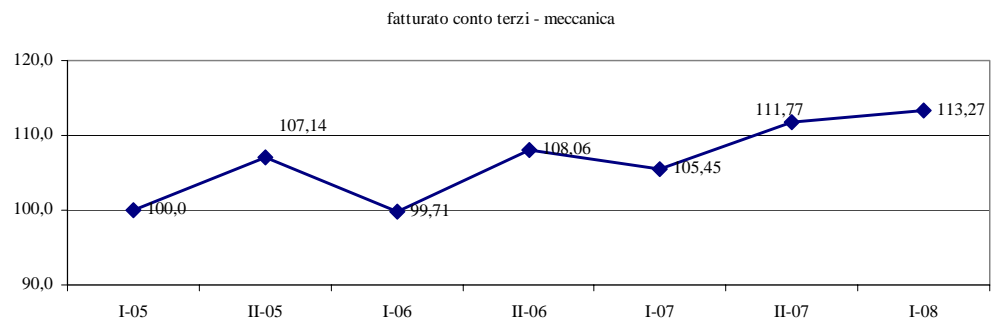
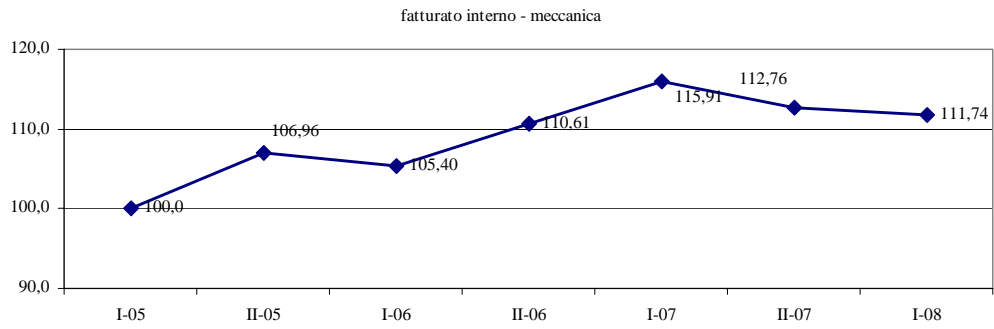
MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,0	106,52	108,76	112,22	112,77	110,28	109,23
Fatturato interno	100,0	106,96	105,40	110,61	115,91	112,76	111,74
Fatturato per conto terzi	100,0	107,14	99,71	108,06	105,45	111,77	113,27

Gli indicatori di costo – La meccanica – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa per retribuzioni	100,00	150,57	96,21	130,32	85,41	139,06	80,36
Spesa per consumi	100,00	119,77	111,49	116,90	101,82	120,58	112,39
Spesa per assicurazioni	100,0	75,46	74,15	71,37	44,13	61,79	43,94



<sup>1</sup> L'affidabilità delle stime per gli indicatori degli investimenti è risultata nel corso del semestre adeguata solo per alcuni settori. Ciò comporta che per i rimanenti – tra cui la *meccanica* - non sia stato ritenuto opportuno presentare e analizzarne le dinamiche.



## legno – mobile

### La domanda

*Il primo semestre 2008 costituisce un ulteriore miglioramento del livello di fatturato sotto il profilo tendenziale, nonostante la diminuzione congiunturale: la crescita del fatturato totale rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente è decisa e poiché il fatturato interno cresce meno, si può affermare che il fatturato estero registra una performance migliore di quella complessiva. Un'osservazione analoga può essere fatta per la dinamica di crescita della componente realizzata per conto terzi (pari a circa il 70% del totale), meno accentuata di quella totale, a indicare che l'evoluzione favorevole del giro di affari è dovuta maggiormente ai prodotti e alle lavorazioni non registrate tra le attività svolte per conto terzi.*

### I costi

*Mentre le spese per retribuzioni risultano ancora in crescita tendenziale (lo erano anche nel semestre precedente) nonostante la diminuzione congiunturale, invece le spese per consumi risultano in decisa crescita sotto entrambi i profili, raggiungendo livelli tra i più elevati sinora registrati, superiori di 25 punti % rispetto a quelli registrati nello stesso semestre dell'anno precedente.*

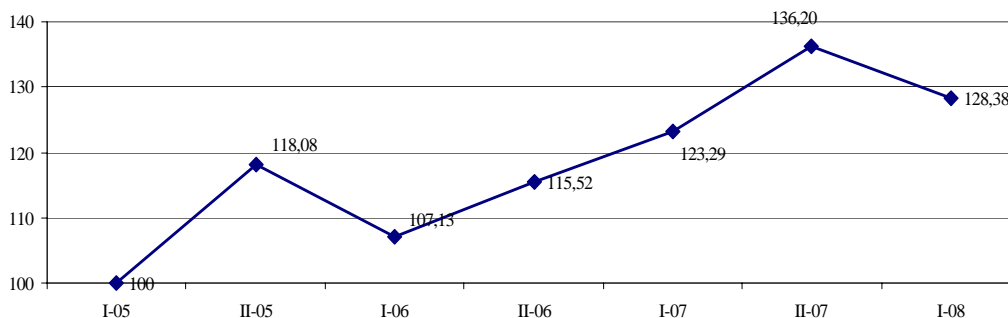
Gli indicatori di domanda – Legno Mobile – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	118,08	107,13	115,52	123,29	136,20	128,38
Fatturato interno	100,00	118,16	107,10	115,87	123,09	136,48	126,73
Fatturato_per conto terzi	100,00	111,73	112,51	110,46	120,81	133,84	124,07

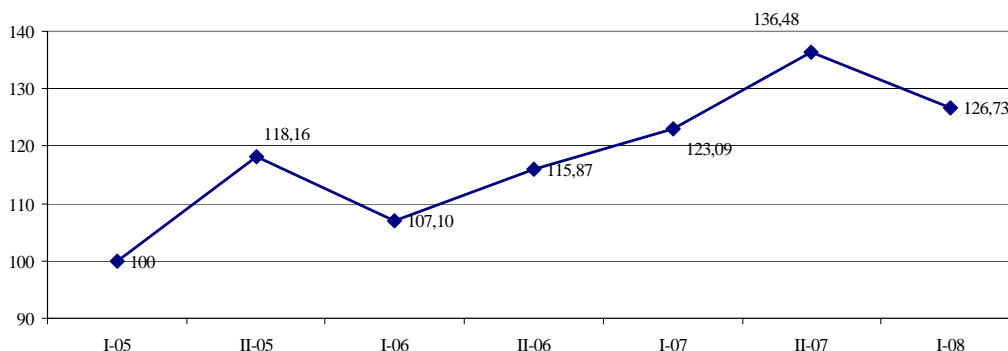
Gli indicatori di costo – Legno Mobile – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa per retribuzioni	100,00	143,54	83,03	117,65	82,12	130,54	85,01
Spesa per consumi	100,00	128,02	102,44	106,33	101,00	117,33	126,05
Spesa per assicurazioni	100,00	88,58	83,07	72,62	63,97	74,47	56,25

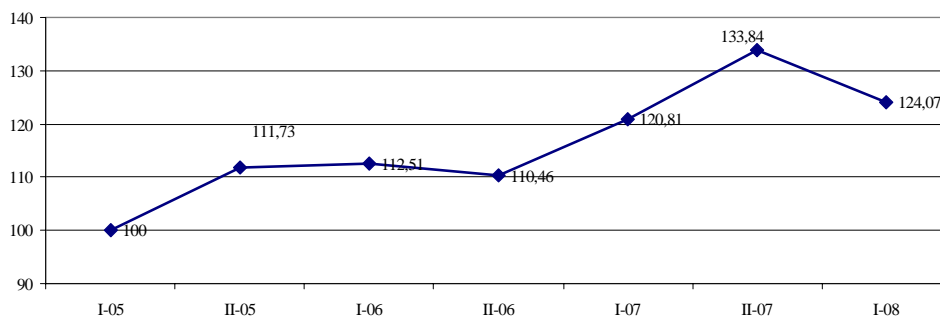
fatturato complessivo - legno mobile



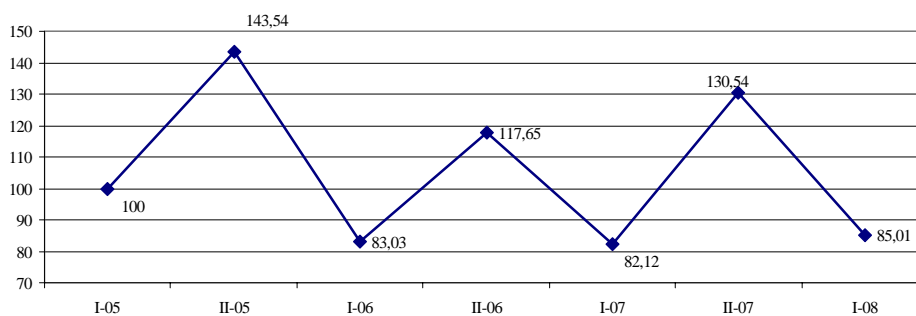
fatturato interno - legno mobile



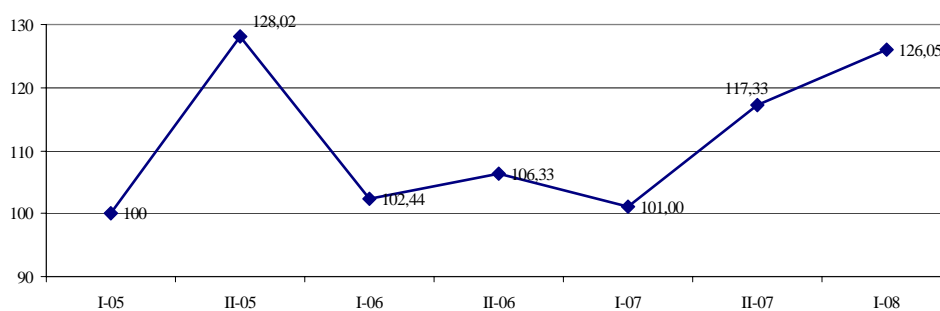
fatturato conto terzi - legno mobile



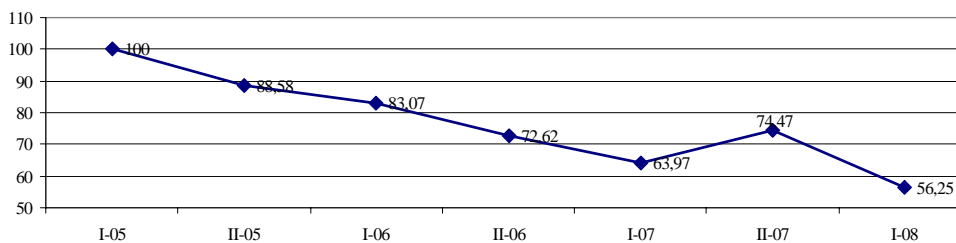
spesa retribuzioni - legno mobile



spesa consumi - legno mobile



spesa assicurazioni - legno mobile



## Pelli e Calzature

### La domanda

*Il primo semestre 2008 ha registrato una crescita del fatturato totale sia rispetto al semestre precedente sia, al contempo, allo stesso semestre dell'anno prima. Così, il livello raggiunto alla fine del semestre costituisce quello più elevato registrato sinora da TrendMarche. Poiché la dinamica della componente interna risulta ancor più favorevole, si desume che la componente estera del fatturato abbia invece registrato performance meno positive. Anche nel corso del primo semestre l'evoluzione della domanda è sostenuta soprattutto dalla dinamica della componente in conto terzi che si conferma trainante (pesa per oltre il 60% del totale).*

### I costi

*Il livello delle spese da retribuzioni registra nel primo semestre 2008 un deciso calo sotto il profilo congiunturale e cessa di crescere anche sotto il profilo tendenziale. La spesa per consumi cala anch'essa sotto il profilo congiunturale ma sale decisamente sotto quello tendenziale.*

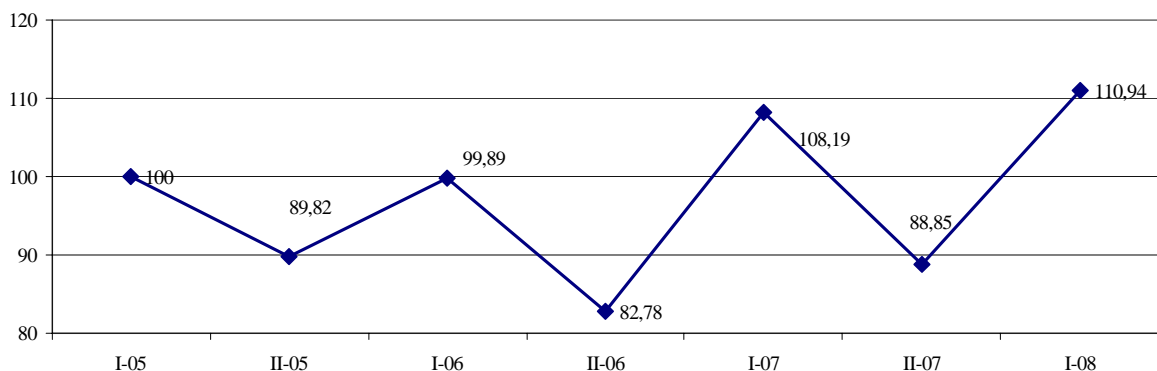
Gli indicatori di domanda –Pelli e Calzature – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	89,82	99,89	82,78	108,19	88,5	110,94
Fatturato interno	100,00	90,77	100,15	84,27	108,15	90,58	113,75
Fatturato per conto terzi	100,00	93,51	123,28	109,44	134,01	127,82	149,69

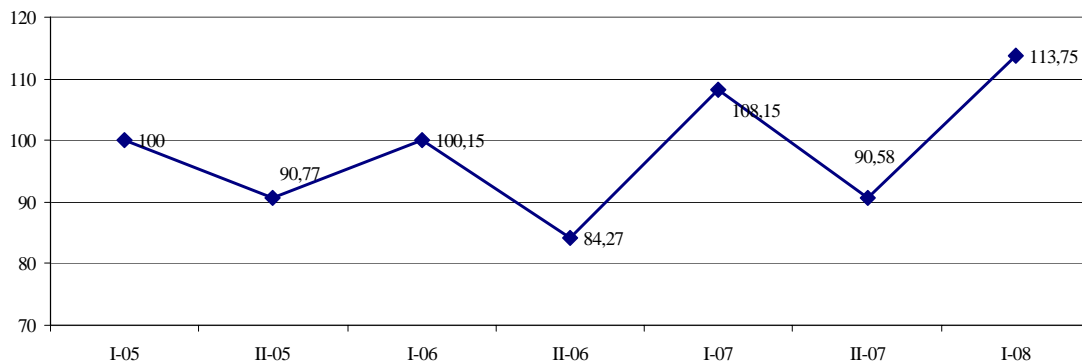
Gli indicatori di costo – Pelli e Calzature – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa per retribuzioni	100,00	167,69	119,81	156,58	135,80	188,63	133,36
Spesa per consumi	100,00	132,74	95,49	96,97	97,25	110,87	107,79

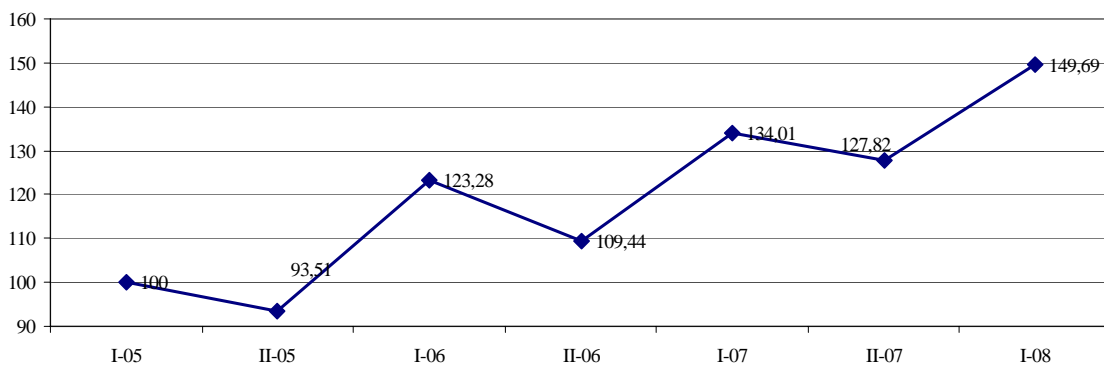
fatturato complessivo - pelli calz.



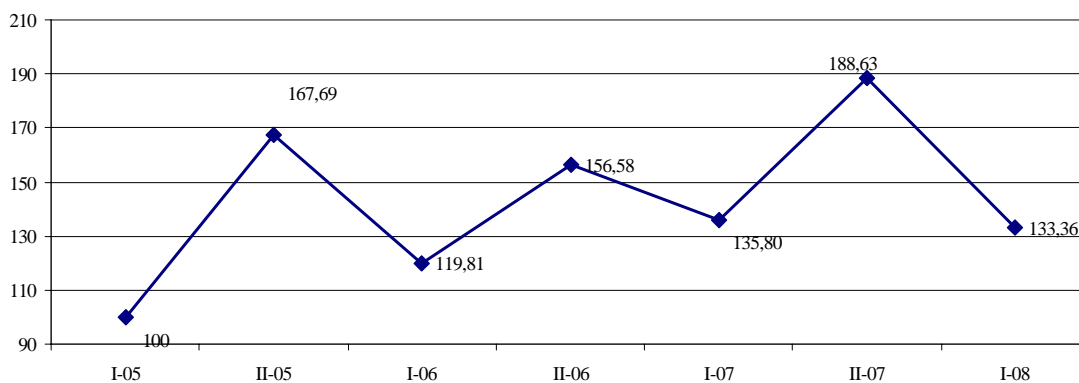
fatturato interno - pelli calz.



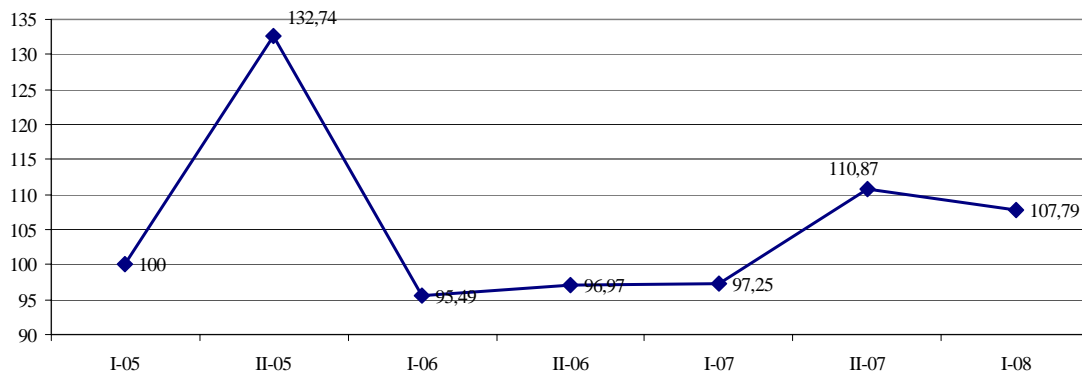
fatturato conto terzi - pelli calz.



spesa retribuzioni - pelli calz.



spesa consumi - pelli calz.



## Tessile Abbigliamento

### La domanda

*Cala decisamente il fatturato (in termini congiunturali e tendenziali) e ciò vale per tutte le componenti osservate, dunque anche per la componente estera (il cui andamento si può dedurre per differenza da quello interno posto a confronto con il totale) e per la componente conto terzi, la quale però “tiene” sotto il profilo congiunturale.*

### I costi

*Crolla nella prima metà dell'anno il livello delle spese per retribuzioni e la crisi produttiva del settore trova conferma anche dal lato delle spese per consumi, in decisa diminuzione congiunturale ma in calo anche tendenziale, nonostante che il semestre sia stato caratterizzato da un generale aumento dei costi delle materie prime.*

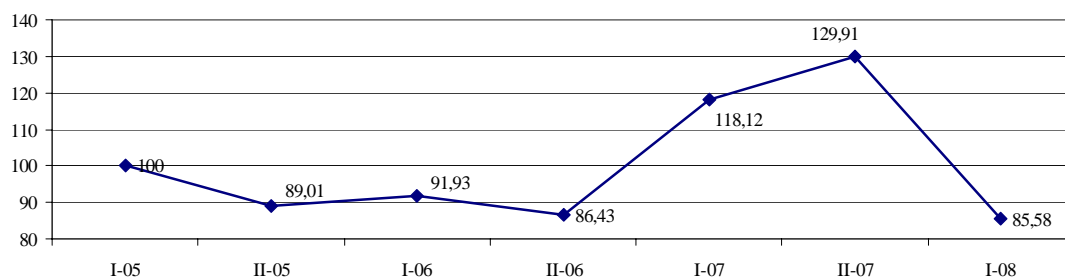
Gli indicatori di domanda – Tessile Abbigliamento – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	89,01	91,93	86,43	118,12	129,91	85,58
Fatturato interno	100,00	88,98	90,70	85,32	116,48	130,12	85,44
Fatturato_per conto_terzi	100,00	87,98	88,72	98,43	130,36	104,32	102,43

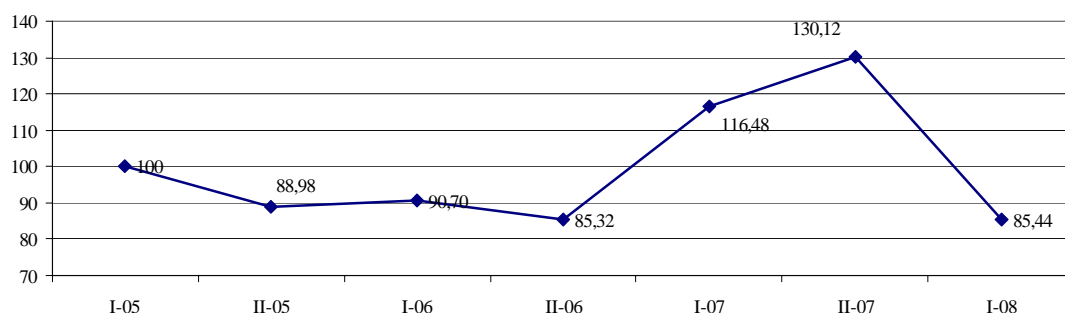
Gli indicatori di costo – Tessile Abbigliamento – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa per retribuzioni	100,00	141,88	69,47	118,11	115,69	126,51	65,53
Spesa per consumi	100,00	99,28	104,30	105,33	96,15	137,51	92,11
Spesa per assicurazioni	100	42,81	67,91	41,39	47,73	27,05	30,32

fatturato complessivo - tessile abb.

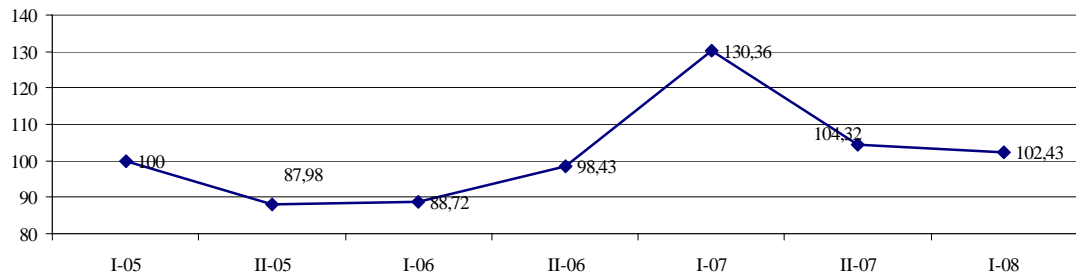


fatturato interno - tessile abb.

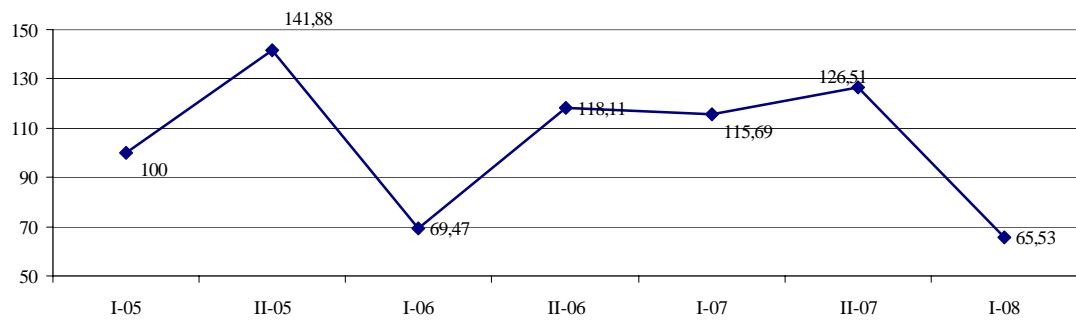




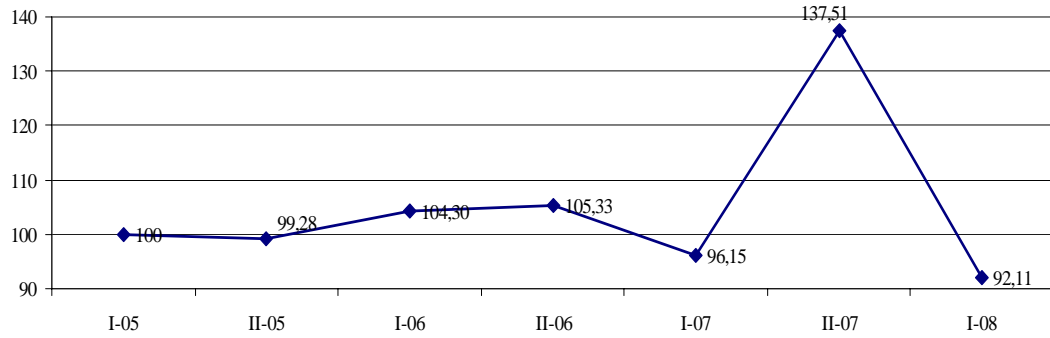
fatturato conto terzi - tessile abb.



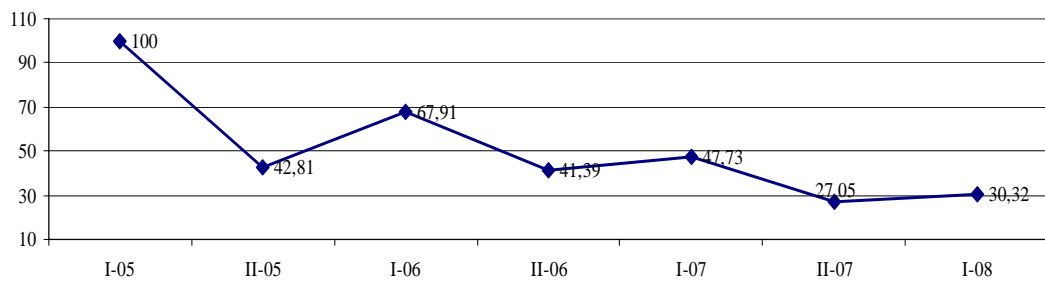
spesa retribuzioni - tessile abb.



spesa consumi - tessile abb.



spesa assicurazioni - tessile abb.



## Alimentari

### La domanda

*il fatturato totale decresce sia in termini tendenziali che congiunturali. Ciò si deve anche al forte ridimensionamento del fatturato per conto terzi che cala a ritmi ancora più decisi pur mentendosi a livelli ben più elevati di quelli registrati nel 2005 e nella prima parte del 2006..*

### I costi

*Nel primo semestre 2008 calano drasticamente le spese da retribuzioni il cui livello risulta il più basso mai toccato dal 2005; contemporaneamente, però, si mantiene sostanzialmente inalterato sotto il profilo tendenziale il livello delle spese per consumi .*

*Le spese per assicurazioni permangono a livelli bassi se paragonati al dato di riferimento del primo semestre 2005.*

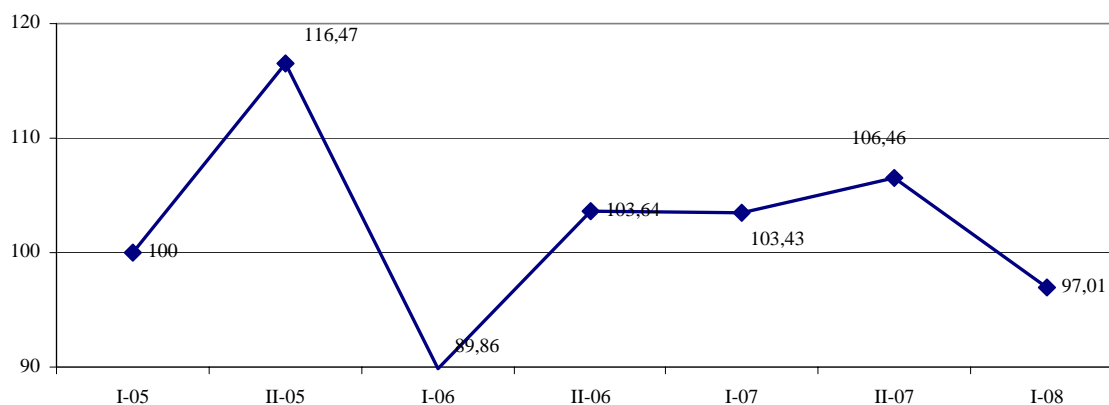
Gli indicatori di domanda – Alimentari – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	116,47	89,86	103,64	103,43	106,46	97,01
Fatturato interno	100,00	116,49	89,84	103,64	103,45	106,46	96,96
Fatturato_per conto_terzi	100,00	133,66	127,10	162,96	217,62	224,57	171,05

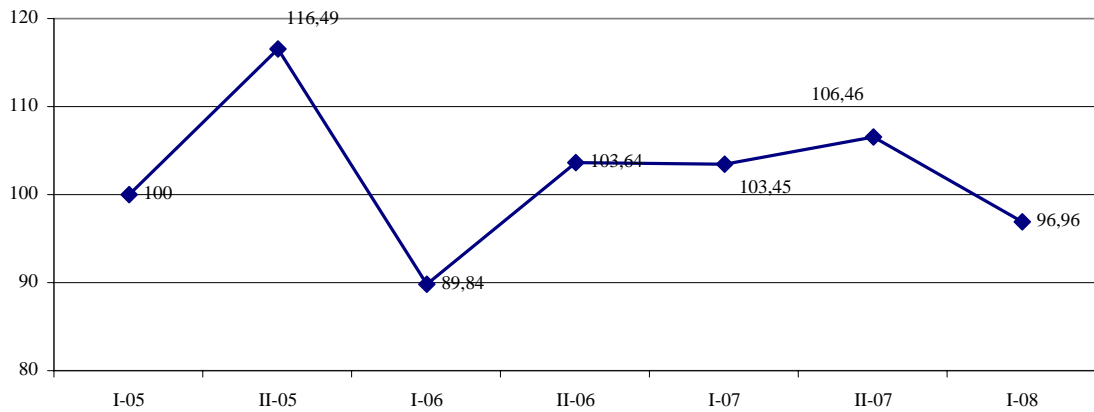
Gli indicatori di costo – Alimentari – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa per retribuzioni	100,00	161,43	91,42	119,29	84,70	116,01	67,08
Spesa per consumi	100,00	140,78	109,07	128,82	113,42	136,79	112,30
Spesa per assicurazioni	100,00	59,51	72,88	61,61	50,31	52,91	44,48

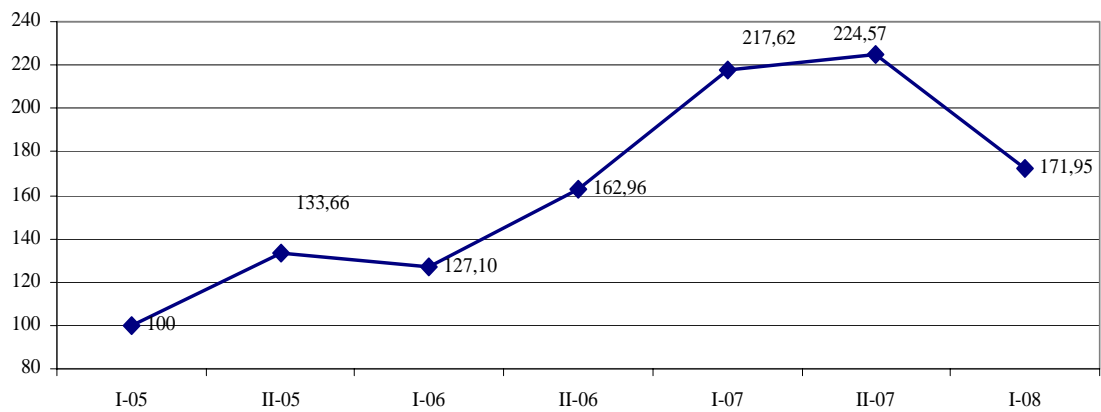
fatturato complessivo - alimentari



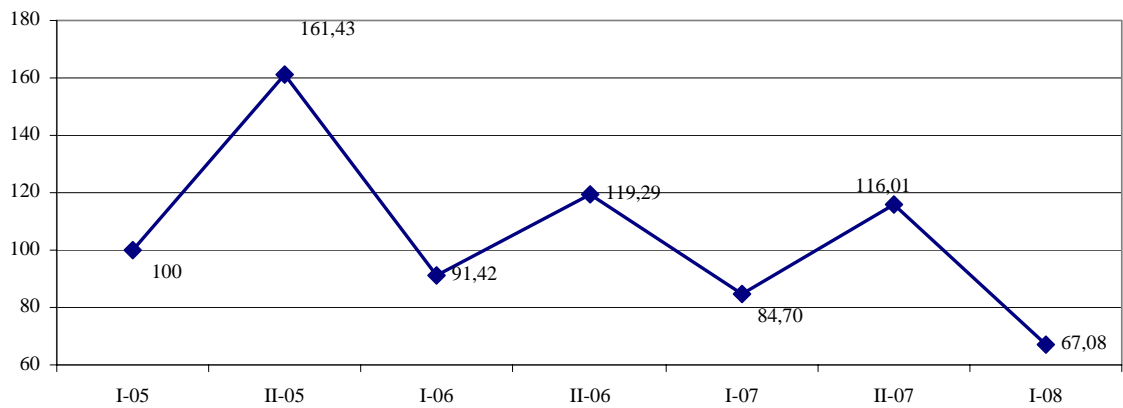
fatturato interno - alimentari



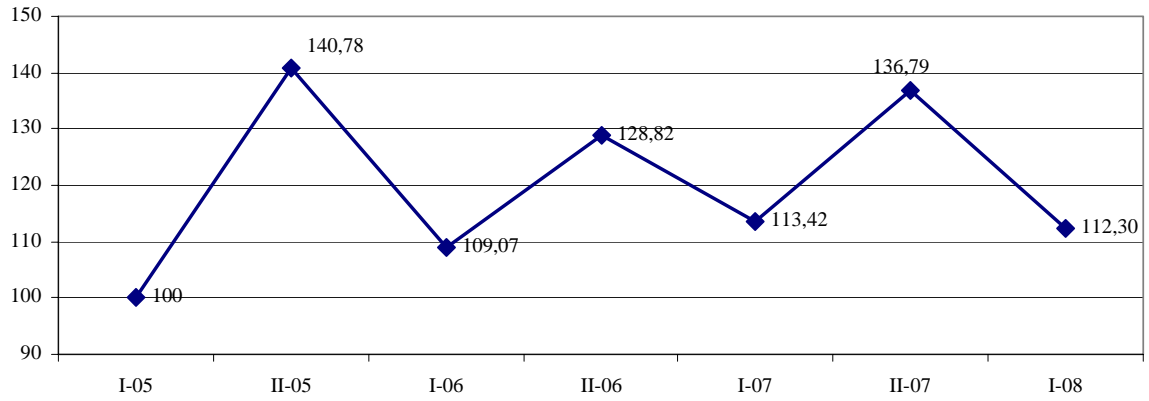
fatturato conto terzi - alimentari



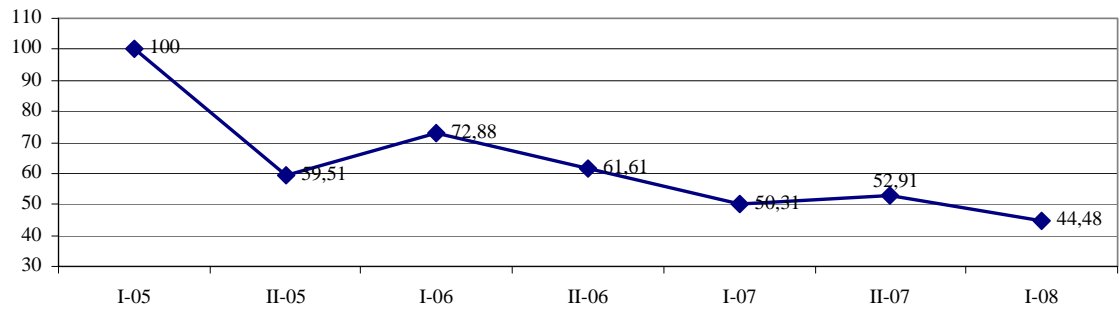
spesa retribuzioni - alimentari



spesa consumi - alimentari



spesa assicurazioni - alimentari



## Servizi alle famiglie e alle persone

### La domanda

Nel primo semestre del 2008 il fatturato totale cala sia in termini congiunturali che tendenziali. Il calo è limitato se paragonato con lo stesso semestre dell'anno prima ma costituisce una battuta d'arresto del trend moderatamente crescente avviatosi nel 2006. Il livello raggiunto dal fatturato eguaglia il valore massimo segnato alla fine del 2005. Più deciso appare il ridimensionamento del fatturato per la componente per conto terzi.

### I costi

Nel semestre sembra stabilizzarsi sotto il profilo tendenziale il basso livello delle spese da retribuzioni che risultano come di consueto in decisa diminuzione rispetto al semestre precedente ma stazionarie rispetto allo stesso semestre dell'anno prima, quando però risultarono in evidente calo tendenziale. Sia le spese per consumi che quelle per assicurazioni mostrano un trend sostanzialmente stabile in linea tendenziale.

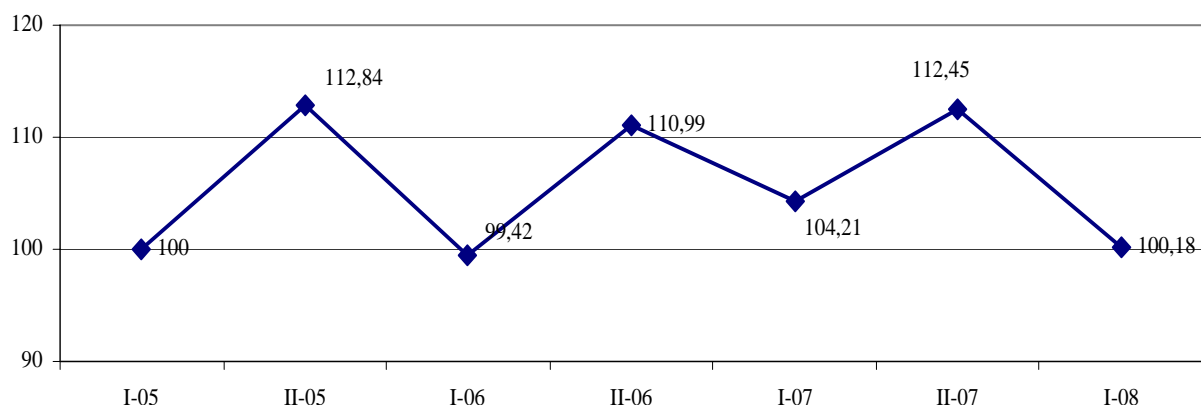
Gli indicatori di domanda –Servizi– numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	112,84	99,42	110,99	104,21	112,45	100,18
Fatturato interno	100,00	112,92	99,38	111,01	104,29	112,53	100,25
Fatturato_per conto_terzi	100,00	111,65	97,62	106,97	103,44	109,25	93,45

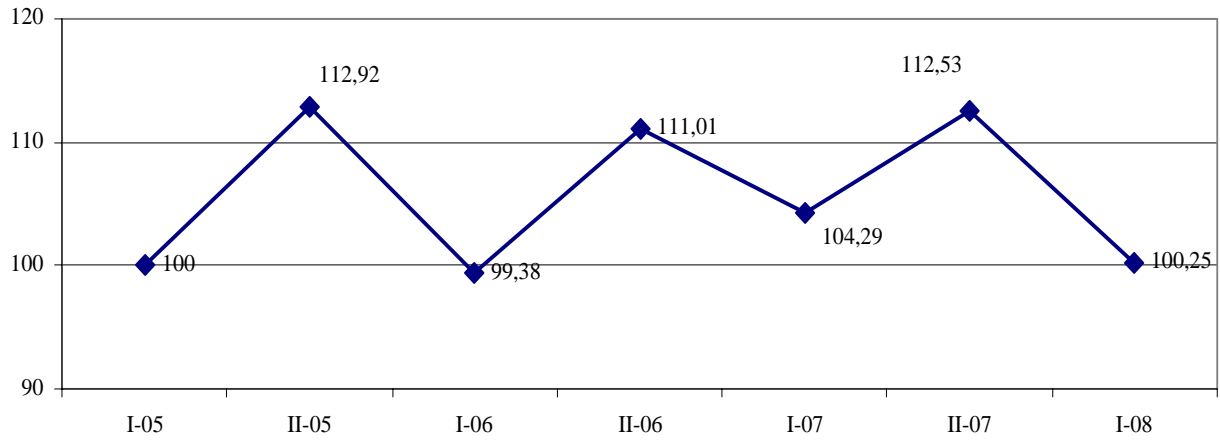
Gli indicatori di costo – Servizi – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 – 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa per retribuzioni	100,00	153,30	90,91	124,51	85,38	137,16	84,25
Spesa per consumi	100,00	125,35	110,47	115,47	116,99	125,91	115,92
Spese per assicurazioni	100,00	68,12	103,10	68,85	77,75	74,72	74,98

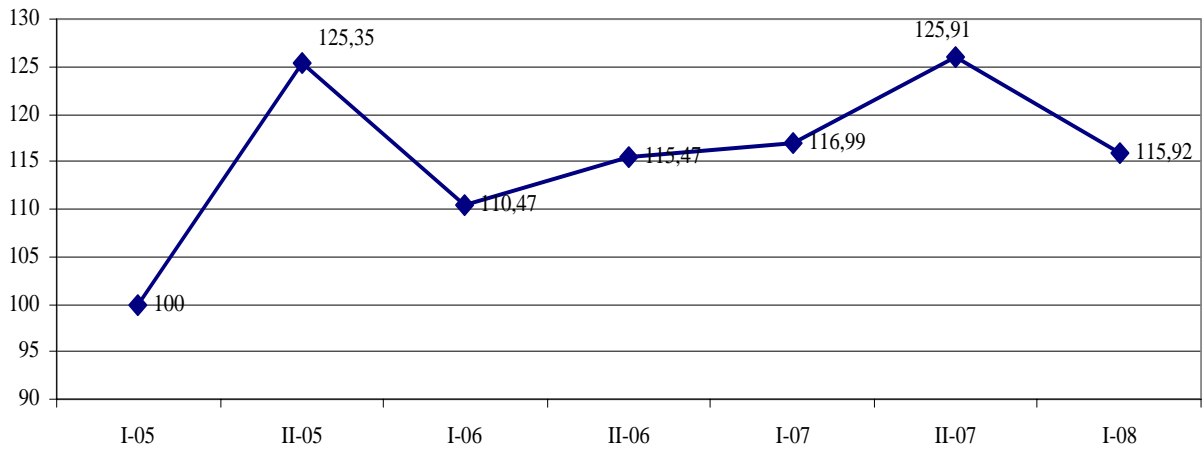
fatturato complessivo - servizi alle famiglie e alle persone



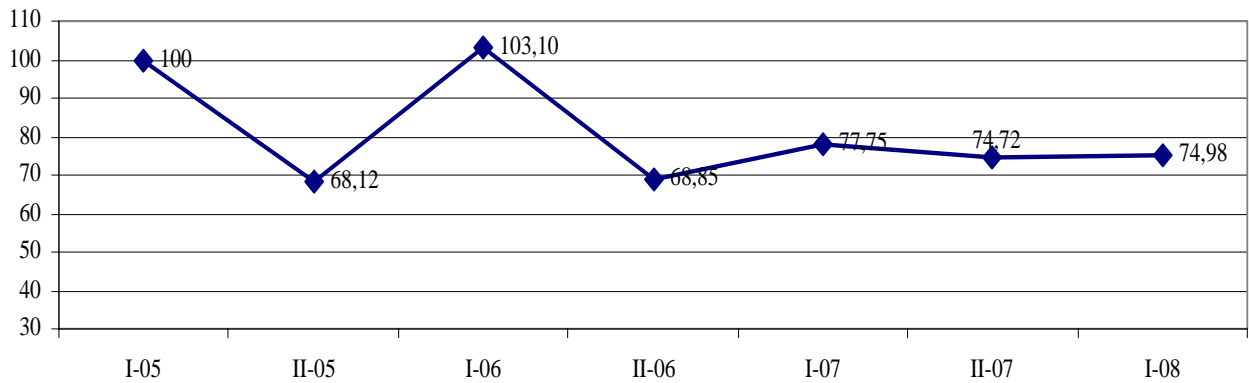
fatturato interno - servizi alle famiglie e alle persone



spesa consumi - servizi alle famiglie e alle persone



spesa assicurazioni - servizi alle famiglie e alle persone



## Trasporti

### La domanda

*Nel primo semestre 2008 il livello del fatturato complessivo si mantiene sostanzialmente in linea con i due semestri precedenti, mantenendo un livello del giro d'affari significativamente più alto di quello mediamente registrato nel corso del 2005 e del 2006.*

### I costi

*La dinamica dei costi si attenua sia per quanto riguarda le spese per consumi (che pure si mantengono a livelli più elevati di quelli registrati fino al 2006) sia per quanto riguarda le spese per assicurazioni.*

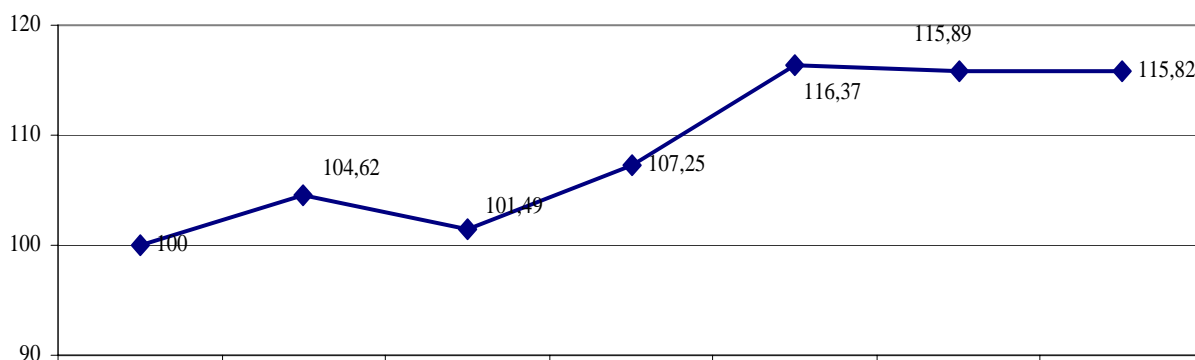
Gli indicatori di domanda –Trasporti– num.indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	104,62	101,49	107,25	116,37	115,89	115,82
Fatturato interno	100,00	104,93	102,11	107,92	117,31	116,02	116,79
Fatturato_conto_terzi	100,00	105,96	103,40	109,32	118,92	118,22	117,79

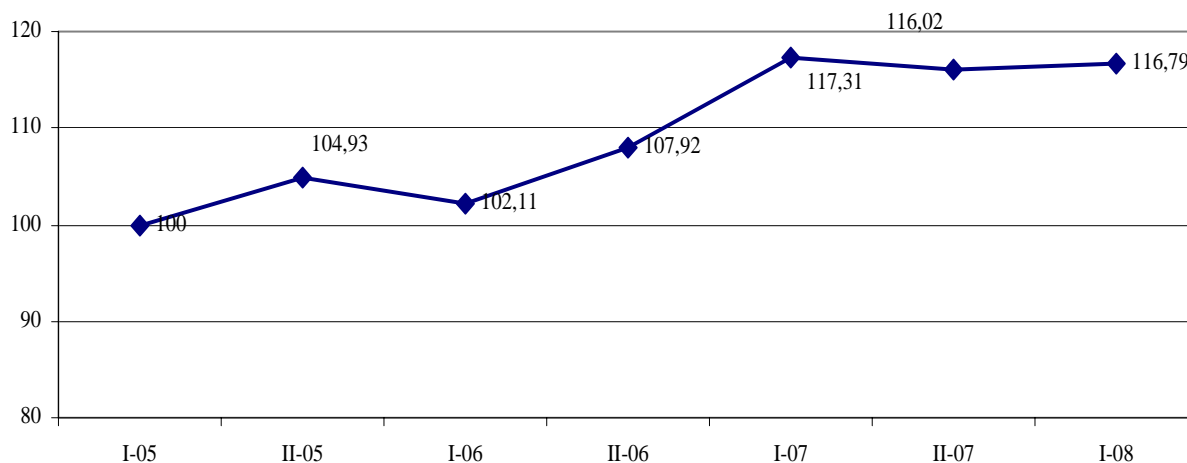
Gli indicatori di costo – Trasporti – numeri indici a base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa consumi	100,00	104,15	104,23	102,45	106,05	110,19	114,47
Spesa per assicurazioni	100,00	44,71	92,84	48,16	79,30	49,02	73,84

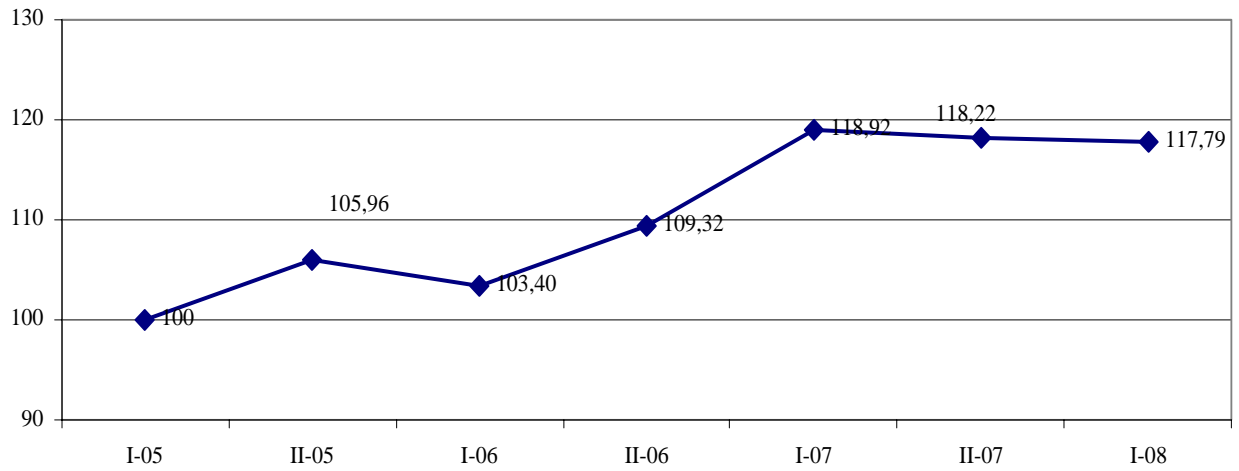
fatturato complessivo - trasporti



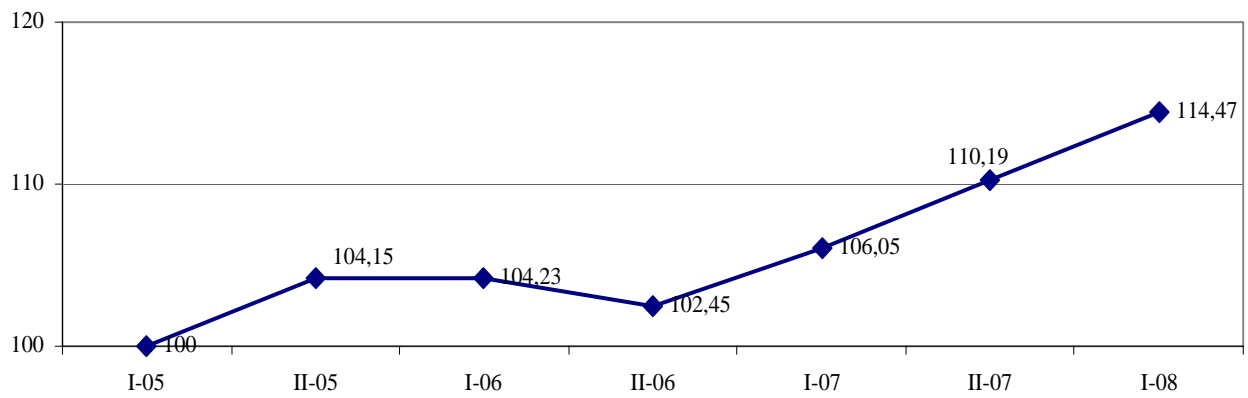
fatturato interno - trasporti



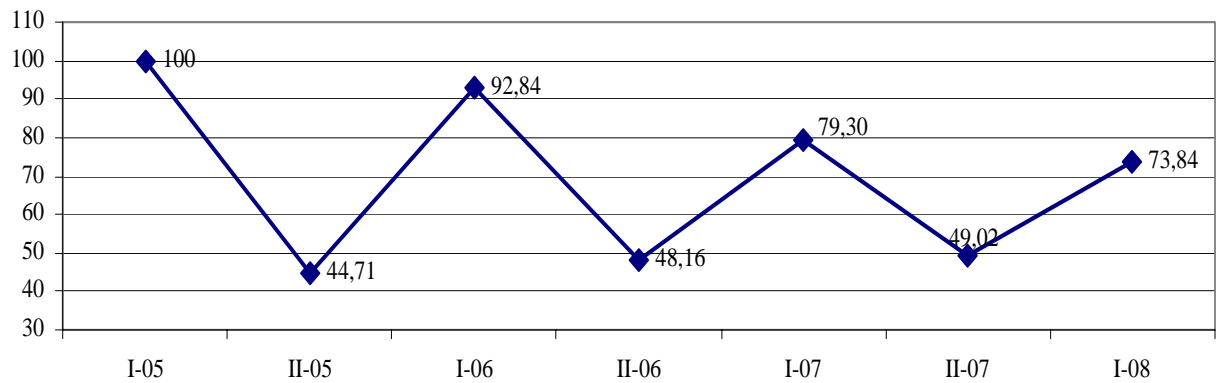
fatturato conto terzi - trasporti



spesa consumi - trasporti



spesa assicurazioni - trasporti





## Riparazioni veicoli

### La domanda

*Il calo dei livelli di fatturato complessivo è più deciso se considerato rispetto allo stesso semestre dell'anno prima a conferma delle tendenziale riduzione del giro d'affari nel settore. Cala anche la componente per conto terzi il cui livello scende ai minimi registrati dal 2005.*

### I costi

*Il trend delle spese da retribuzioni si inverte: era in crescita tendenziale nel secondo semestre 2007, è in netta diminuzione tendenziale nel primo semestre del 2008. Continuano a crescere le spese da consumi, la cui dinamica in aumento accelera di ritmo specie sotto il profilo tendenziale.*

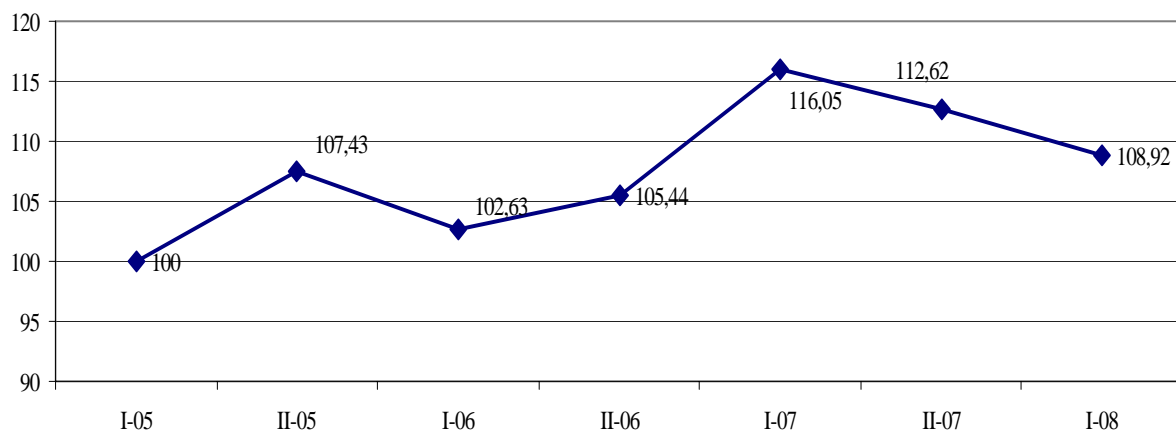
Gli indicatori di domanda—Riparazioni—num.indici base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	107,43	102,63	105,44	116,05	112,62	108,92
Fatturato interno	100,00	107,02	103,26	105,60	119,34	115,05	111,70
Fatturato_conto_terzi	100,00	112,18	104,04	107,67	111,46	112,36	99,97

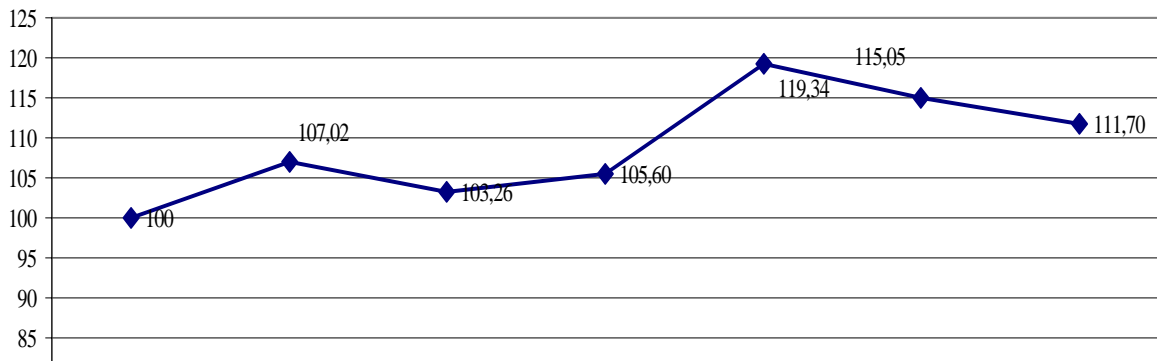
Gli indicatori di costo – Riparazioni – numeri indici base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa retribuzioni	100,00	149,22	80,57	133,15	87,67	136,83	74,85
Spesa consumi	100,00	122,14	107,76	104,91	101,15	115,70	117,64

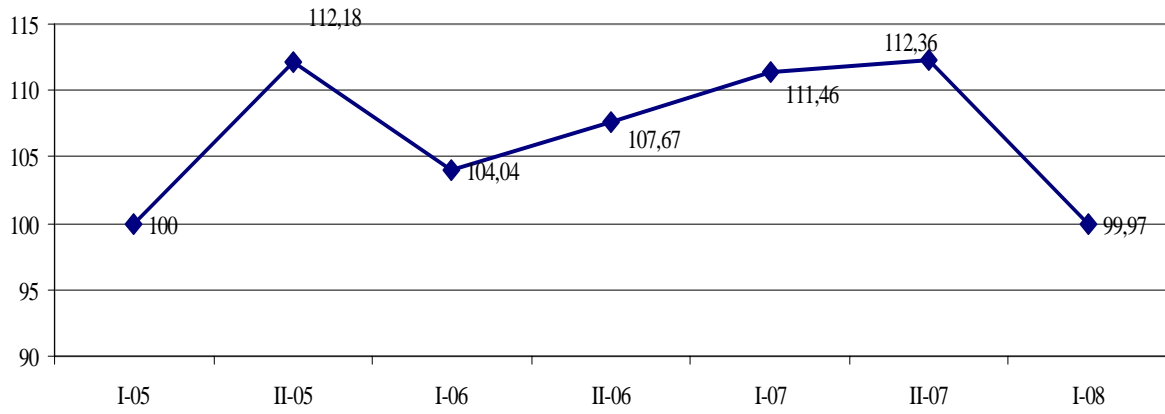
fatturato complessivo - riparazioni



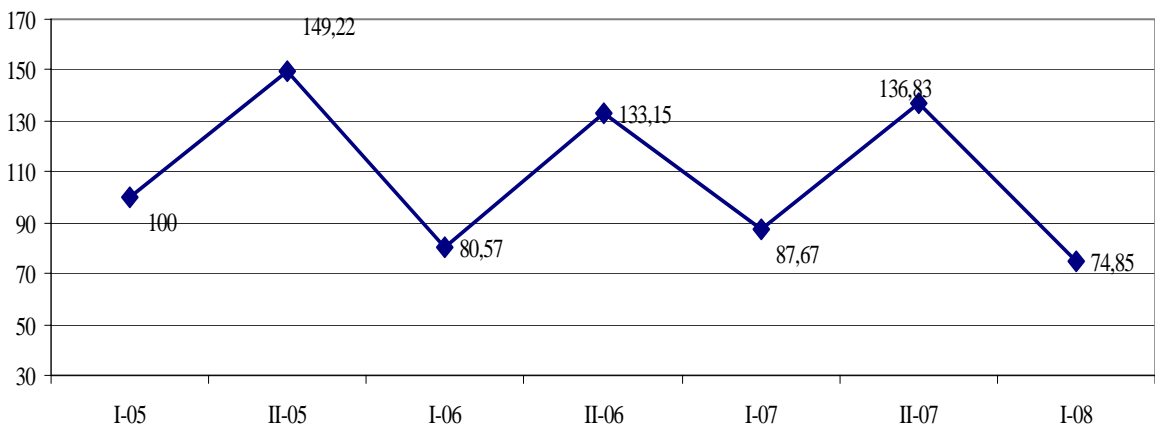
fatturato interno - riparazioni



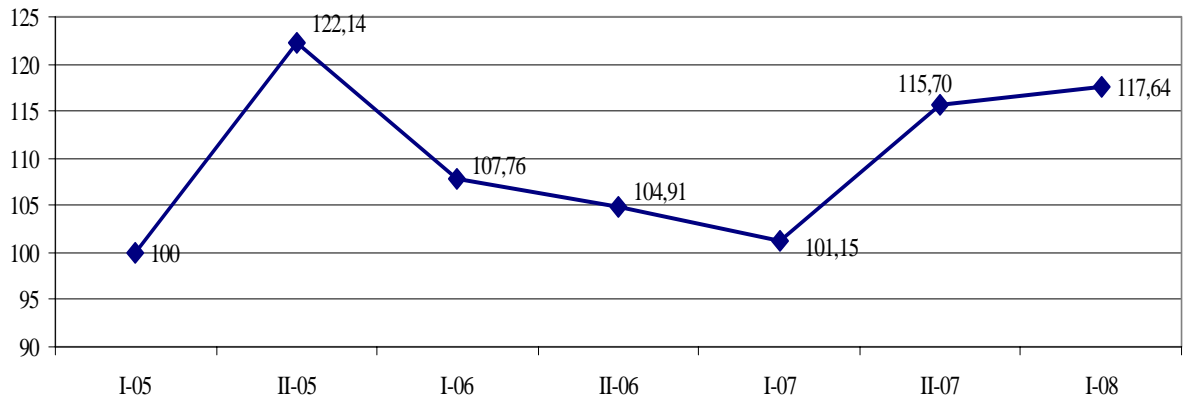
fatturato conto terzi - riparazioni



spesa retribuzioni - riparazioni



spesa consumi - riparazioni



## Costruzioni

### La domanda

*Nel primo semestre 2008 continua il trend moderatamente declinante del fatturato che si era avviato sul finire dell'anno precedente. La componente realizzata per conto terzi accentua tale tendenza.*

### Gli investimenti

*Sembra arrestarsi il forte trend di ridimensionamento degli investimenti totali avviatosi alla fine del 2007 anche se il calo della componente in immobilizzazioni materiali prosegue sia in termini tendenziali che congiunturali. Per ambedue le componenti, inoltre, il livello registrato resta largamente al di sotto di quello medio rilevato nel corso del 2005.*

### I costi

*Continuano a crescere le spese da retribuzioni anche se a ritmi tendenzialmente più modesti; riprende invece a crescere in linea tendenziale la spesa per consumi mentre continua a calare quella per assicurazioni*

### Gli indicatori di domanda – Costruzioni– num. ind. base fissa (2005 I sem.=100)

MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Fatturato totale	100,00	149,87	106,69	150,94	113,10	147,85	112,99
Fatturato interno	100,00	149,99	106,61	151,28	113,04	148,31	113,11
Fatturato conto terzi	100,00	152,27	109,81	152,07	112,96	150,93	110,10

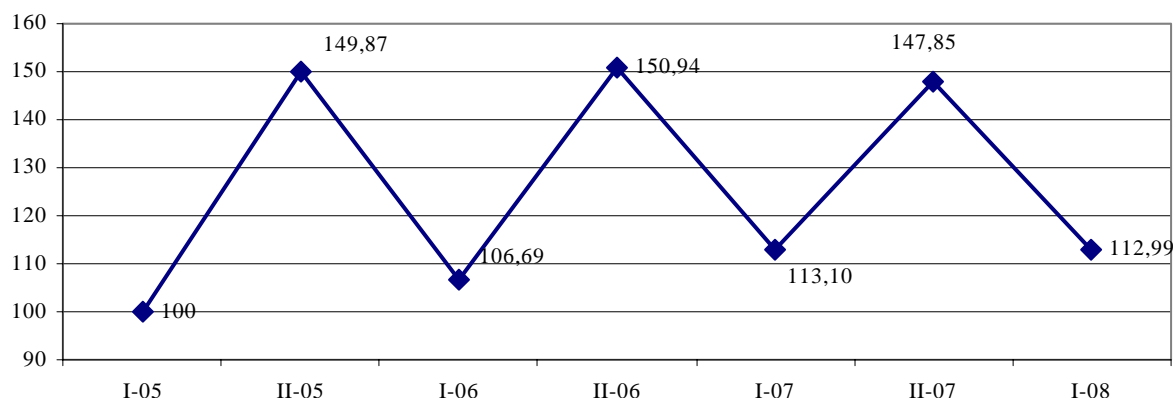
### Indicatori di investimento –Costruzioni– num. ind. base fissa (2005 I sem.=100)

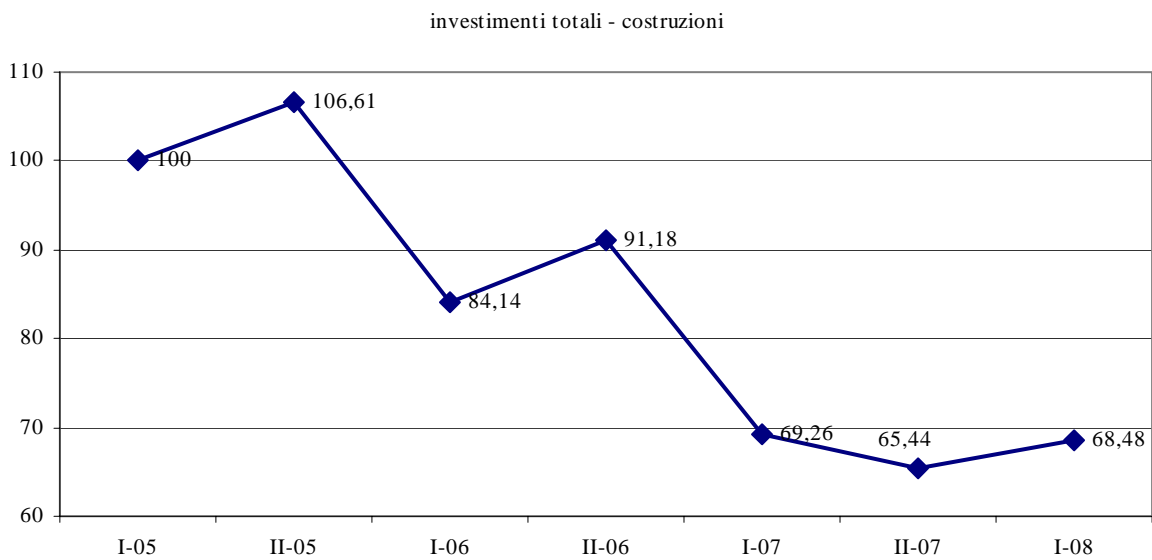
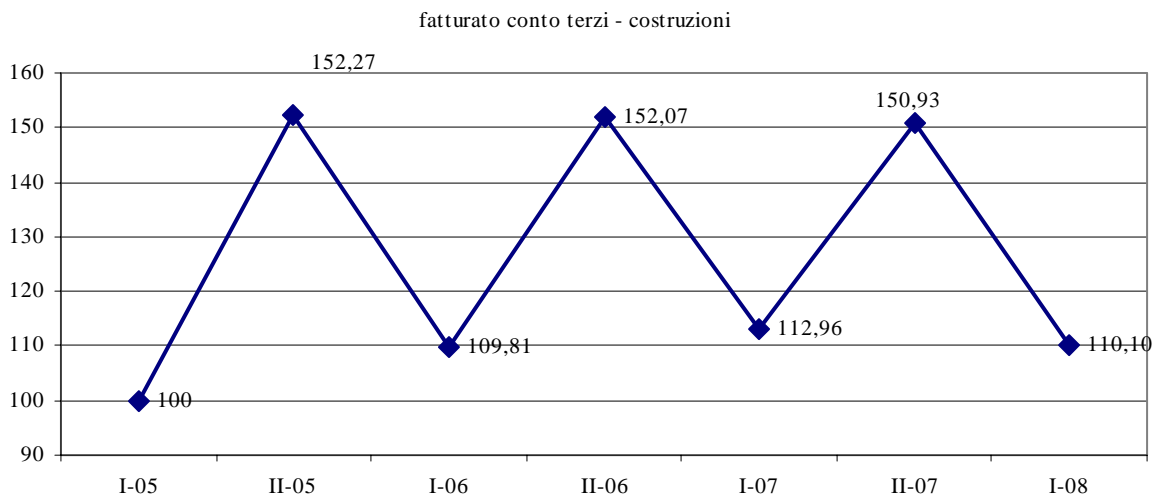
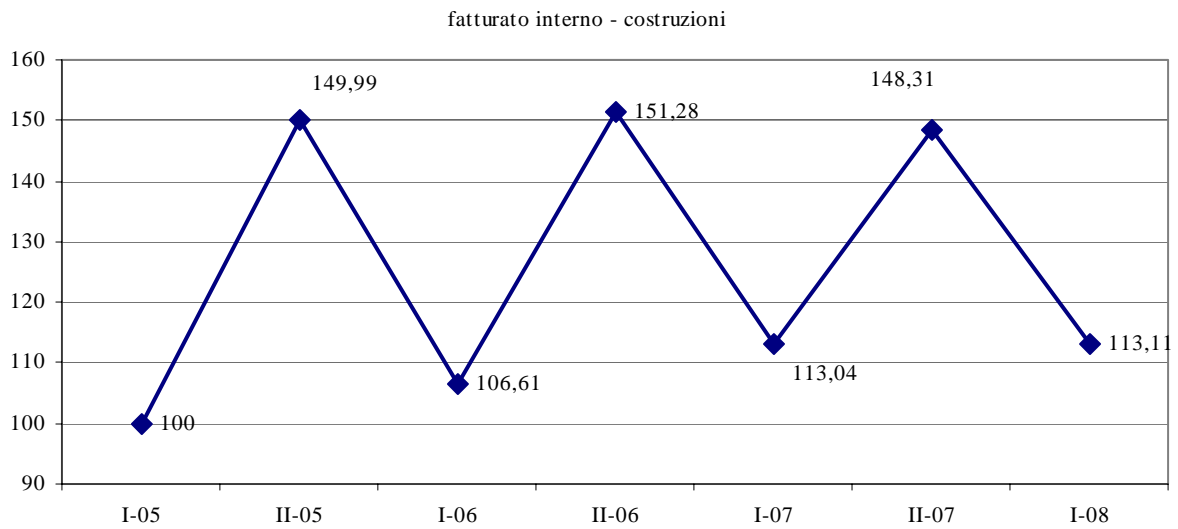
MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Investimenti totali	100,00	106,61	84,14	91,18	69,26	65,44	68,48
Investimenti in immobilizz. mat.	100,00	102,40	83,96	87,31	67,67	62,73	58,71

### Gli indicatori di costo – Costruzioni – num. ind. base fissa (2005 I sem.=100)

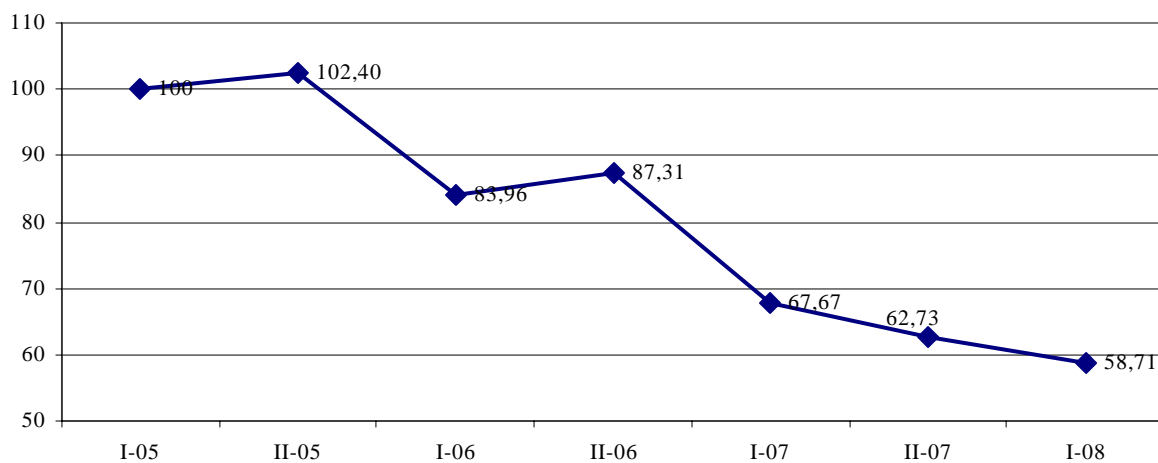
MARCHE	1- 2005	2 – 2005	1-2006	2 – 2006	1 - 2007	2 -2007	1 - 2008
Spesa retribuzioni	100,00	133,21	96,42	132,91	100,72	153,37	103,65
Spesa consumi	100,00	124,63	105,37	113,76	90,84	103,61	94,98
Spesa per assicurazioni	100,00	80,01	79,84	67,86	55,17	62,31	52,97

fatturato complessivo - costruzioni

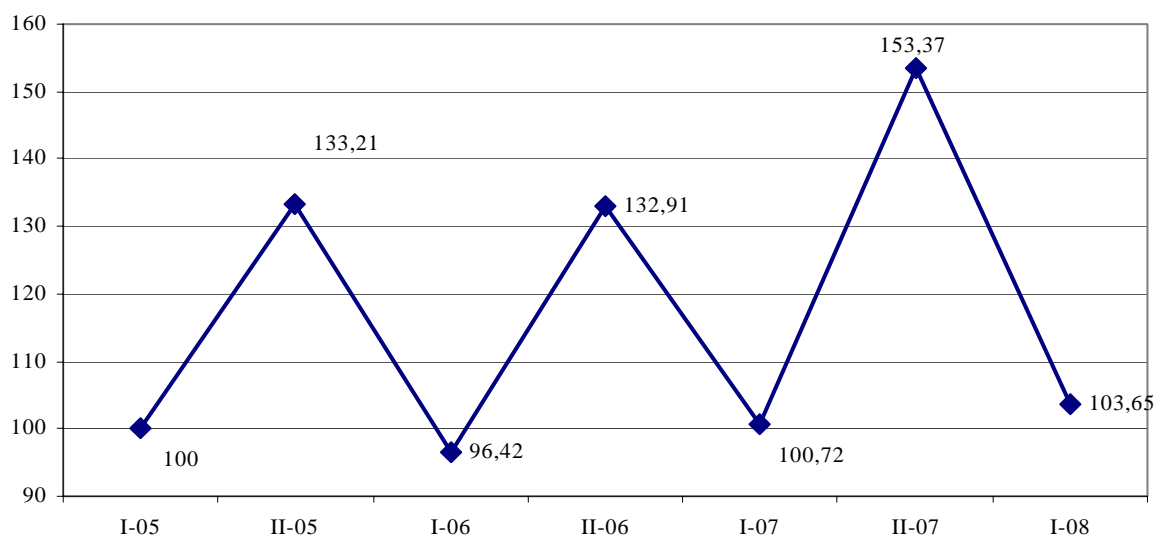




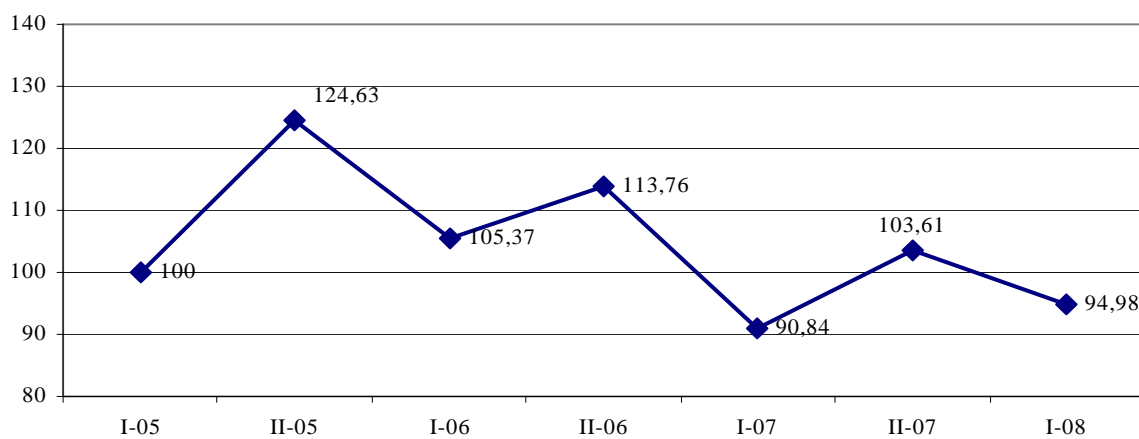
investimenti immobilizzazioni materiali - costruzioni



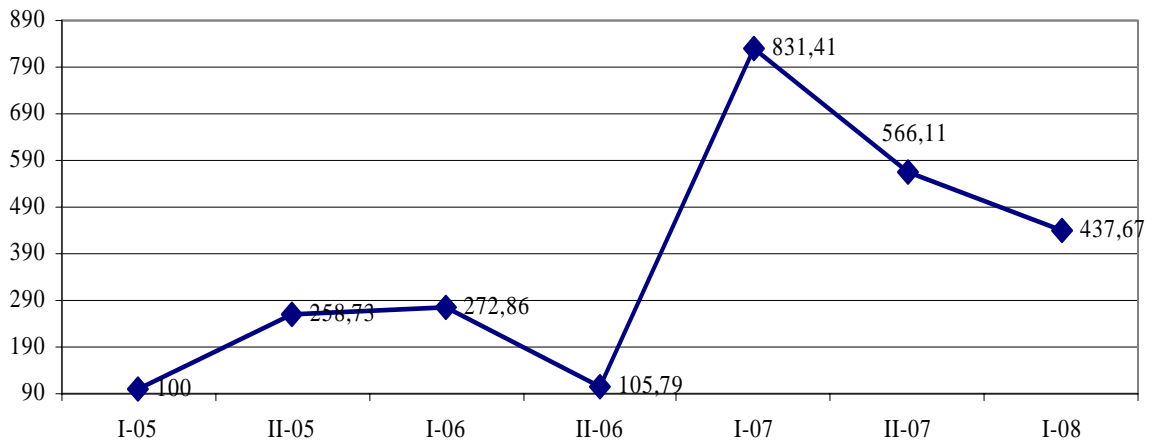
spesa retribuzioni - costruzioni



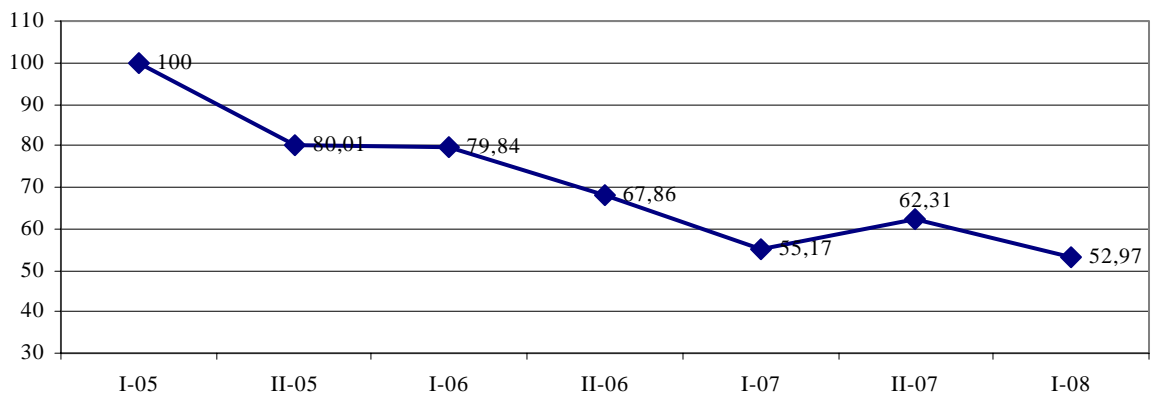
spesa consumi - costruzioni



spesa formazione - costruzioni



spesa assicurazioni - costruzioni



## **Il Focus**

### **Comitato tecnico-scientifico**

Michele Bacco (Centro studi Sintesi)

Simone Baglieri (UBI-Banca Popolare di Ancona)

Silvio Cardinali (Università Politecnica delle Marche)

Gabriele Di Ferdinando (Centro studi Sistema)

Giovanni Dini (Centro studi Sistema)



## 2. Focus. La conoscenza nelle PMI marchigiane: il ruolo della pianificazione strategica

### 2.1 Il contesto di riferimento

L'agire competitivo delle imprese sta cambiando progressivamente a fronte di un contesto economico in profonda trasformazione.

A livello mondiale la crisi finanziaria è l'elemento più visibile di un processo di cambiamento che coinvolge in misura non trascurabile l'economia reale e le imprese locali. Si riscontra, inoltre, che vari paesi hanno attuato un veloce processo di industrializzazione, sviluppando – come noto - una competizione di tipo *price* in numerosi settori, che caratterizzano l'economia regionale; va poi rilevato un deterioramento nei mercati tradizionali di sbocco.

In tale contesto, il settore dei servizi continua a crescere in termini di valore aggiunto e di occupazione; è pertanto necessario valutare se in questa fase del ciclo economico il terziario potrà supportare il processo generativo di valore per le imprese industriali (Rullani, 2007)<sup>2</sup>.

Per quanto concerne l'evoluzione della domanda, *la trasformazione in essere non si configura come semplice processo di contrazione*; in tal senso, il consumatore *non riduce (semplicemente) la sua propensione all'acquisto spostandosi dal voluttuario all'essenziale, ma il cambiamento avviene anche in senso qualitativo* (Dalli 2008).

Non può sfuggire che i prodotti perdono sempre di più il connotato di "bene materiale" diventando prevalentemente intangibili, in quanto il cliente definisce il suo processo di acquisto sulla base di elementi non materiali (si pensi alla componente di servizio o di immagine)<sup>3</sup>.

Va inoltre osservato che il cliente sia industriale, che retailer, che consumer, tende ad essere più co-partecipe del processo generativo del valore perdendo il ruolo di semplice "spettatore" (Prahalad-Ramaswamy, 2004)<sup>4</sup>.

### 2.2 Una nuova prospettiva di analisi

---

<sup>2</sup> Va osservato che numerose sono le critiche mosse a questo approccio di analisi che separa il comparto terziario nella logica residuale del "non-industria" e "non-settore primario"; infatti, pur se è innegabile l'evoluzione riscontrata tramite l'utilizzo di strumenti di misurazione "macroeconomici", è possibile evidenziare che tali valori possono generare una non corretta stima del fenomeno "terziarizzazione" e sviluppare degli errori concettuali che risiedono nella stessa difficile definizione di settore dei servizi (Vicari, 1983).

Ma il problema più evidente rilevato da alcuni studiosi è di natura più sostanziale: le statistiche sono basate sui costi, sui prezzi e sul numero di addetti ma non sul consumo come attività che crea valore per il cliente. In sostanza, nelle statistiche esistono i prodotti (product-centric), ma non i clienti (Gummesson, 2007).

<sup>3</sup> Può essere osservato che "per ogni prodotto che acquistiamo, che si tratti di un'automobili o di un tappeto, il puro costo di produzione o di fabbricazione è molto raramente superiore al 20-30% del prezzo finale di questi prodotti" (Giarini, 2000).

<sup>4</sup> In sostanza è la stessa logica del valore che cambia perchè il "percepito" è sempre più connesso ad aspetti non visibili del prodotto e dell'esperienza di acquisto (in particolare nell'ambito consumer).

In tale contesto è opportuno chiedersi *come le PMI italiane (e marchigiane in particolare) possano continuare a competere*; sembra rilevante domandarsi quali modelli gestionali saranno ancora utili ed efficaci per il futuro e quali, invece, potranno essere i *nuovi fattori di competizione*<sup>5</sup>.

E' possibile *riflettere sulle prospettive di sviluppo delle micro-imprese e delle imprese artigiane analizzandole con una differente "lente" che vede negli elementi non tangibili (ma in parte già presenti nelle imprese) i fattori costitutivi del "nuovo" vantaggio competitivo*. Non può pertanto sfuggire il ruolo attivo che la conoscenza e gli elementi che compongono il Capitale Intellettuale possono svolgere in questa nuova prospettiva.

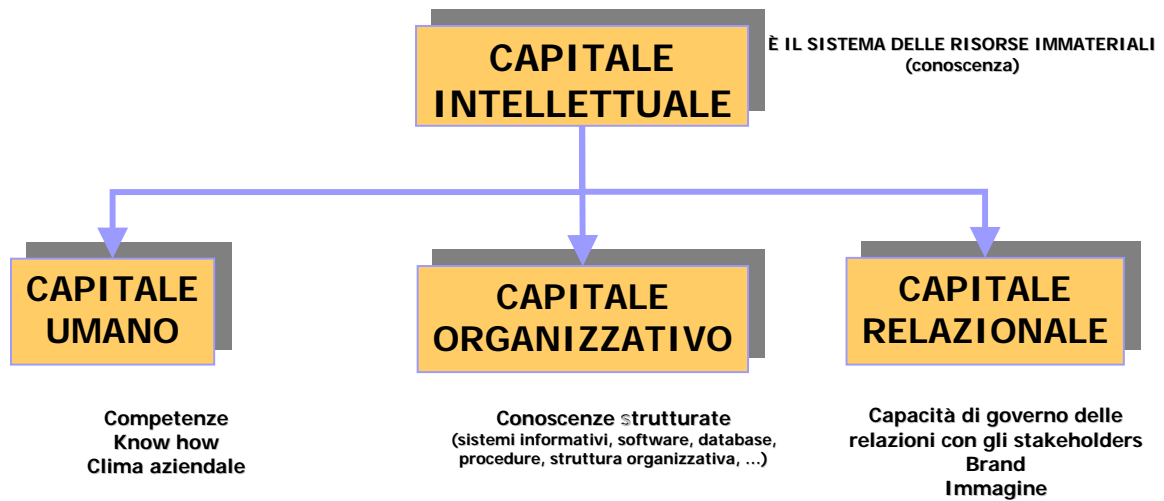
Infatti, come giustamente rilevato, **"le conoscenze diventano sempre più importanti ed autonome rispetto ai processi della produzione materiale**, aumentando con le loro applicazioni il peso dei servizi, intesi come prestazioni immateriali". Il valore nasce dalle attività di servizio (anche se inglobate nella "fornitura manifatturiera") che arricchiscono l'utilità generata per il cliente: l'ideazione, la progettazione, il design, la logistica, la comunicazione, il marchio, la tutela della proprietà intellettuale, il servizio post-vendita, ecc. (Rullani, 2006). Si può far riferimento agli elementi costitutivi del "Capitale Intellettuale" (Umano, Organizzativo, Relazionale) per esaminare, anche in una logica operativa, il contributo che la conoscenza ha nell'agire competitivo delle imprese; in particolare è possibile rilevare che il capitale strutturale e quello relazionale non possono esistere, essere sviluppati e mantenuti, senza il capitale umano, senza le competenze e le conoscenze della persona.

In questa prospettiva anche le PMI marchigiane sono spesso più "immateriali di quanto si creda", ma *sopraffatti da una sorta di "snobismo materialistico", si tende a considerarle più fabbriche che contenitori di risorse intellettuali e ciò vale in particolare per il pubblico che troppo spesso decide di investire seguendo la logica materiale (infrastrutturale) più che immateriale (sulla competitività - Hofmann-Bateson-Jasevoli, 2007)*.

---

<sup>5</sup> In particolare, si è più volte discusso sulla "rischiosa propensione manifatturiera" dell'economia italiana; molti analisti hanno valutato questa peculiarità come sintomo di un processo evolutivo ancora in atto verso una "piena terziarizzazione", processo che non risulta ancora compiuto. Ciò sembra essere ancora più evidente per la regione Marche (come si rileva dai recenti rapporti di Centro studi Sintesi per Trend Marche); infatti, la nostra Regione è caratterizzata da una forte vocazione artigianale.

Figura 1 Elementi costitutivi del capitale intellettuale



Fonte: elaborazioni su Stewart (1997)

Sembra pertanto necessaria una politica **di investimento nel Capitale Intellettuale** che possa attivare un circuito cognitivo delle conoscenze verso nuove e differenti prospettive. **Il percorso da sviluppare “dall’economia della conoscenza (replicativa) all’economia della relazione”** (personalizzante); può rappresentare un primo grande obiettivo. Infatti, mettere insieme conoscenza e legami in modo non convenzionale costituisce oggi una grande opportunità. Due soluzioni che in passato si escludevano a vicenda, esistendo un trade-off tra replicazione della conoscenza e legami personalizzati con gli utilizzatori. Ma che oggi possono invece essere perseguite congiuntamente, pensando a forme di replicazione modulari, dialogiche che valorizzino i legami e consentano a questi di crescere e rafforzarsi (Rullani, 2006; Bonfanti, 2008).

In tal senso, dovrebbero essere utilizzati **nuovi modelli per definire il valore d’azienda ed anche nuovi parametri di rating per l’affidamento bancario**. Ad esempio, considerando le note variabili (ROI, ROS, EBIT, ecc.) potrebbe essere estremamente pericoloso e fuorviante.

### 2.3 Una prima ipotesi interpretativa dello “stato delle conoscenze”

*Ma come si può agire in questa nuova prospettiva valutando il possibile contributo per il nostro contesto ed in relazioni alle aziende presenti nel territorio?*

Un primo aspetto da evidenziare è che le modalità di intervento possono essere differenti anche in relazione alla tipologia ed alla struttura dei settori; si può tuttavia osservare che molte imprese sembrano essere caratterizzate da una evidente dicotomia in relazione al tema delle conoscenze<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Valutando l’agire di alcune imprese di particolare successo sembra possibile riscontrare un “gene comune” che è quello di aver “scelto” di essere “capitalisti personali” più che “produttori

Sembra pertanto che *la politica di investimento in Capitale Intellettuale debba rivolgersi verso due differenti ambiti:*

- da una lato la diffusione/trasmisione delle conoscenze tacite (*tacit skills*), in molti casi ampiamente presenti nelle piccole imprese; infatti, in specifici contesti questa sembra essere l'esigenza più chiaramente identificabile.

La necessità a volte rilevata di figure professionali "tradizionali", ma ad alto contenuto di esperienza e manualità (*elementi intangibili*), evidenzia l'importanza del trasferimento delle conoscenze tacite presenti in azienda.

In tal senso, sembra più che mai opportuno fare particolare attenzione ai *percorsi di transizione imprenditoriale*, poiché insieme al potere decisionale possano essere trasferiti anche gli elementi *conoscitivi* e *relazionali* necessari allo sviluppo dell'impresa. Tutto ciò significa che il processo di transizione necessariamente dovrebbe portare delle novità, ovvero, far evolvere qualche componente del sistema: produzione, gestione del personale, strumenti di marketing o qualsiasi altra parte del sistema cognitivo dell'impresa (Cardinali, 2005)<sup>7</sup>;

- dall'altro lato sembra invece necessario **apportare e diffondere "nuove conoscenze"**; *prevalentemente manageriali e commerciali* di cui non sono ancora sufficientemente permeate le PMI. Va rilevato che non si è solo alla ricerca di nuove figure (che spesso per dimensione aziendale non possono essere inserite), ma di un sistema efficace di crescita interna e di acquisizione esterna<sup>8</sup>.

#### 2.4 Quali i possibili strumenti?

Fra gli aspetti operativi che possiamo approfondire in questo **secondo ambito** (apporto e diffusione di nuova conoscenza) si riscontra l'opportunità di sviluppare nuovi ed adeguati strumenti di *pianificazione strategica*; infatti, sembra sempre più un'esigenza irrinunciabile, a prescindere dalle dimensioni d'impresa, implementare dei nuovi strumenti di monitoraggio economico-finanziario.

Nelle differenti indagini è stato riscontrato che la maggior parte delle imprese non ha formalizzato un *piano strategico*; cioè un documento nel quale, partendo dai risultati ottenuti e dall'analisi del mercato (in termini di clienti attuali/potenziali e di competitor), viene delineata la strategia più opportuna da implementare per raggiungere gli obiettivi desiderati<sup>9</sup>.

---

personali" consapevoli di "dover" di investire in conoscenza e non tanto (o non solo) in struttura (Bonomi-Rullani, 2005).

<sup>7</sup> Nel processo di successione allora tale sistema subirà uno sviluppo in termini di conoscenze e competenze, ad esempio, per il lancio di nuovi prodotti, per l'introduzione di un sistema di controllo di gestione (innovazione gestionale), per la creazione di nuovi accordi distributivi (innovazione commerciale).

<sup>8</sup> Per quanto concerne gli aspetti manageriali e soprattutto relativamente alla funzione marketing e commerciale è spesso evidenziata una forte sensibilità ed attenzione alla tematica, ma limitata è l'azione volta all'acquisizione di skills specifiche.

<sup>9</sup> In particolare, la formulazione di un piano strategico potrebbe tener conto delle seguenti fasi: analisi dei dati storici, valutazione del mercato (domanda, concorrenza, reti attive ed attivabili), definizione della strategia e degli strumenti operativi, verifica della coerenza tra strategia ed organizzazione, redazione del budget, impostazione di un'attività di controllo.

La mancanza di una strategia formulata è a nostro avviso alla base delle “pericolose situazioni” riscontrate oggi in vari casi. Non tutte le aziende, infatti, si trovano nelle stesse condizioni e soprattutto diverse sono le risposte che dovranno essere concretate al mercato.

E' possibile, infatti, stimolare differenti percorsi di crescita delle conoscenze:

- in primo luogo *passare da una pianificazione (finanziaria) passiva (che produce statistiche) ad una **pianificazione “consapevole”***, che serva a valutare l'impatto delle decisioni di business sulla situazione economico finanziaria dell'impresa, sviluppando una “nuova” visione delle scelte strategiche.

- Va anche rilevato che gli investimenti sono spesso il frutto di decisioni “scollegate” dal business; ciò è in parte dovuto ad una gestione “personalistica” dell'impresa.

- Inoltre, in molti casi le imprese tendono ad affidarsi esternamente più che far crescere internamente le conoscenze sul tale tematica. Tuttavia il *sourcing avviene nei confronti di fornitori tradizionali, per servizi “non tradizionali”*; fornitori che hanno un approccio troppo spesso civilistico-fiscale più che “gestionale” al business.

- In aggiunta è utile generare una cultura (*intangibile*) d'impresa che *metta in relazione gli strumenti del management accounting con quelli del marketing, troppo spesso “scollegati” e isolati nella logica funzionale della gestione d'impresa*; in questa prospettiva non sembra più opportuno avere una visione funzionale che risulterebbe “miope” e per certi aspetti pericolosa.

In tal senso, sembra opportuno provvedere ad una *revisione anche delle modalità di effettuare formazione*. Si evidenzia pertanto che alcune competenze non possono solo essere rilette a ruoli/figure (presenti o da cercare), ma è opportuna una circolazione anche orizzontale delle conoscenze. Risultano positivi i tentativi sviluppati da differenti enti e società di consulenza nell'ideare specifici percorsi di “interfunzionalità” (si pensi ai corsi di marketing per non-marketing manager o di finanza per non-financial manager).

- Infine, si può rilevare una demarcazione sempre meno netta tra marketing strategico e marketing operativo; ciò pone in evidenza il ruolo «trasversale» che tale disciplina sembra avere all'interno dell'impresa (quasi una sorta di «filosofia di vita aziendale»). E' evidente *la necessità di diffondere una «cultura di marketing» anche e soprattutto tra tutti i collaboratori dell'area tecnica*, promuovendo l'utilizzo di nuovi strumenti gestionali ed informatici di recente applicazione, nonché anche l'adozione di modelli organizzativi «market driven». Potrebbe essere così modificato un possibile orientamento al mercato, *non più in «attesa» dell'ordine*, ma ponendo in essere un *atteggiamento «proattivo»*.

In definitiva è opportuno *diffondere un approccio al valore (o al servizio) nell'ottica di pianificare e gestire tutti gli elementi di contatto impresa fornitrice-cliente*, ovvero tutti i momenti in cui un'impresa può generare utilità per un clienti (non solo vendendo beni). Acquisisce pertanto una *notevole rilevanza la gestione pianificata dei “momenti della verità” nella relazione*; fasi in cui – secondo un approccio hi-touch – è possibile differenziarsi rispetto ad altri fornitori (Normann, 1985). **Si rileva l'utilità dell'implementazione di strumenti di Relationship Marketing che possono rappresentare il principale strumento di gestione del “capitale relazionale”.**

Non può infatti sfuggire che le piccole imprese, presenti in contesti caratterizzati da una forte dinamicità, possono essere maggiormente competitive, sviluppando efficaci «capacità» di relazione con il mercato. Va poi osservato che la necessità di focalizzare una maggiore attenzione sulla relazione, ha determinato lo sviluppo di sistemi software, che immagazzinano dati relativi ai clienti. Tra questi, di estrema utilità è il *C.R.M.* (customer relationship management)<sup>10</sup>; tale «filosofia» permette di generare conoscenza, consentendo una specifica analisi di tali informazioni acquisite (Farinet- Ploncher, 2002).

Altro sistema che si collega al C.R.M. è la «*balanced scorecard*», in particolare nella prospettiva del cliente (Kaplan-Norton, 1992); in tal senso, potrebbe essere definito un insieme di indicatori, al fine di fornire una visione complessiva della relazione con il cliente, «parametrizzando» competenze e «skills»<sup>11</sup>.

Si tratta di una «sfida» non facile, che non richiede necessariamente elevati investimenti, ma un nuovo *approccio imprenditoriale*; ciò in considerazione del fatto che molti operatori ritengono (o comunque hanno ritenuto) «inapplicabili» e/o «inutili» gli strumenti oggetto di analisi.

In tale visione l'analisi delle prospettive di sviluppo delle imprese non possono essere più viste come un processo di valutazione degli elementi materiali e tangibili dell'impresa. Risulta pertanto opportuno valutare sui nuovi modelli di rating delle piccole medie imprese che possano considerare elementi strutturali e quantitativi ma anche *nuove variabili qualitative*; è, inoltre, opportuno riflettere sui possibili interventi per **modelli organizzativo-gestionali d'impresa non tenendo solo quindi in considerazione la variabile settoriale o la variabile dimensionale, che risultano a nostro avviso parziali. In altri termini, si pone la necessità di analizzare l'attuale sistema economico regionale di piccole-medie imprese con nuove "lenti visive", ricorrendo a differenti approcci e ciò anche per un rapporto più corretto ed efficace fra imprese e sistema creditizio fondato su nuovi parametri di ranking.**

---

<sup>10</sup> Il C.R.M. (Drei, 2004) implica che: il cliente sia inteso come un «customer» (accezione che tende a mettere in risalto la massima cura del rapporto con il cliente), tale vantaggio competitivo sia rappresentato dalla diffusa «conoscenza» a tutti i livelli del customer.

In vari casi, è stato riscontrato che il cliente fornisca informazioni che non risultano poi essere condivise all'interno dell'organizzazione. Questo atteggiamento rende inefficace la gestione del patrimonio informativo aziendale, non consentendo di cogliere le possibili opportunità di mercato.

<sup>11</sup> Un'ulteriore variabile di marketing in genere poco considerata dalle «aziende a matrice tecnica» è la comunicazione, sia interna che esterna. Ciò implica, da una parte, considerare l'importanza di diffondere una cultura tra i dipendenti orientata allo scambio di informazioni, mediante strumenti quali riunioni, interviste, intranet aziendale; dall'altra, investire in un mix coerente di canali di comunicazione (quali ad esempio, il sito web, la partecipazione a fiere, l'organizzazione di eventi e di seminari, ecc.) per promuovere l'impresa all'esterno.

**Il ruolo delle Marche in Italia.  
Un'indagine comparativa sulle caratteristiche  
socio-economiche regionali e provinciali**

### **3. Il ruolo delle Marche in Italia. Un'indagine comparativa sulle caratteristiche socio-economiche regionali e provinciali**

#### **3.1 Introduzione**

La valutazione complessiva delle dinamiche economiche che emergono da qualsiasi realtà territoriale non può prescindere da una considerazione più ampia che si estenda anche al contesto regionale in cui le imprese operano. La variabilità nei risultati congiunturali che contraddistingue il nostro sistema economico spesso non dipende solamente dai comportamenti delle imprese in senso stretto, ma trova origine anche al di fuori di esse, nel contesto sociale, nel sistema creditizio e finanziario, e perché no, nello stato sanitario e della sicurezza pubblica territoriale.

L'enorme interesse che suscita attualmente lo studio del ciclo economico non può prescindere da un'analisi approfondita delle caratteristiche che sono alla base di qualsiasi sistema imprenditoriale. In tal senso il nostro lavoro si pone fin dall'inizio l'ambizioso obiettivo di conoscere, e quindi di esaltare, le peculiarità di ciascuna realtà produttiva del Paese, ed in particolare quella in cui operano la maggior parte delle imprese marchigiane. In particolare l'approfondimento diviene oltremodo importante nel momento in cui fa da corollario ad uno studio specifico sulla dinamicità e sui risultati economici prodotti dall'artigianato nella regione Marche.

La necessità di individuare un indice di posizionamento regionale basato su una batteria di "indicatori di performance", rigorosamente suddivisi per area tematica è stata soddisfatta attraverso due percorsi statistici ben distinti. L'orizzonte temporale a cui fanno riferimento le variabili considerate è costituito generalmente dagli anni compresi tra il 2003 ed il 2007, anche se nella maggior parte dei casi si tratta di dati del biennio 2006-2007. L'analisi si propone quindi di descrivere il contesto economico-sociale espresso sul territorio negli ultimi anni, inoltre, grazie al confronto con lo *step* realizzato un anno fa, si aggiunge la possibilità di arricchire lo studio di un minimo approccio dinamico.

La necessità di ricercare un vantaggio competitivo solido e duraturo in contesti caratterizzati da elevata turbolenza ambientale e socio-demografica e da forte competitività economica, non sempre sorrette da identiche condizioni concorrenziali, ha favorito la nascita di metodologie di misurazione delle performance che traggono le loro radici nell'individuazione di parametri di confronto con le altre realtà; tali metodologie possono essere ricondotte ad una forma particolare di "*benchmarking* regionale". In sostanza, il confronto continuo con gli standard fissati è il passo logico funzionale ad un costante miglioramento della situazione esistente in ciascuna materia di riferimento, poiché spesso consente l'identificazione di quelle aree che presentano margini di miglioramento e sulle quali occorre intervenire per garantire il cambiamento atteso.

Operazioni come quella che abbiamo avuto l'ambizione di mettere in atto sono considerate in campo aziendalistico come "un processo gestionale ininterrotto che richiede un continuo aggiornamento, la raccolta e il vaglio delle migliori



prassi e prestazioni esterne, da inserire poi nei processi decisionali.”<sup>12</sup> Il presente rapporto che si propone tra le altre cose di sviluppare elementi innovativi, non solo sotto il profilo dei temi analizzati, della loro multidimensionalità e interdisciplinarietà, ma anche sotto l’aspetto metodologico, ha condotto a dei risultati che, per quanto attesi, delineano un quadro di insieme interessante soprattutto perché ampiamente sorretto dai dati e dalla loro espressione statistica.

### 3.2 Sintesi dei risultati

A circa un anno di distanza dalla precedente rilevazione, le Marche confermano di appartenere per caratteristiche economiche e sociali a quel gruppo di regioni che individuano le aree più produttive del Paese, in cui produzione, sviluppo ed inquinamento, vanno di pari passo con una forte occupazione e con insistita attrazione di forza lavoro anche dall’estero. Anche in questa fase la posizione delle Marche si distingue chiaramente dalle situazioni più critiche di ciascuna graduatoria, situazioni che solitamente vengono occupate da regioni del sud o comunque dalle aree più rurali del Paese, dove spesso domina la disoccupazione e/o il lavoro nero, ed in ogni caso dove molti degli indicatori utilizzati assumono una rilevanza negativa nella scala delle valutazioni sia puntuali che complessive.

Gli indicatori di sintesi, individuati per ciascun argomento, dimostrano come in questi ultimi anni le caratteristiche tipiche della regione sono state confermate appieno, consolidando l’idea che le Marche occupano sempre più una posizione medio-alta, nel panorama italiano. Come nella maggior parte delle regioni del nord d’Italia si registra una forte partecipazione al lavoro ed un evidente propensione all’imprenditorialità ed al dinamismo produttivo, al quale si aggiunge, caratteristica tutta marchigiana uno spiccato sviluppo dell’artigianato manifatturiero.

Quadro di riferimento generale

	Ambiente e Territorio	Tendenze Demografiche	Famiglia e Società	Salute	Istruzione e cultura	Mercato del lavoro	Finanza locale	Credito	Dinamiche economiche	Artigianato	
risultati migliori	TAA	TAA	LOM	TAA	FVG	EMR	VDA	TAA	FVG	MAR →	risultati migliori
	VEN	PUG	TOS	VEN	UMB ↑	TAA	LIG	LOM	PIE	VEN	
	FVG	CAM	VEN	SAR	MAR ↑	VDA	TAA	EMR	EMR	UMB	
	SAR	CAL	SAR	BAS	LAZ	LOM	LOM	VEN	LOM	EMR	
	MOL	VEN	TAA	MAR ↑	EMR	VEN	EMR	FVG	VEN	TAA	
	PIE	LOM	FVG	MOL	TOS	TOS	LAZ	MAR ↑	LAZ	TOS	
	LOM	LAZ ↓	LAZ	FVG	VEN	FVG	PIE	TOS	TOS	SAR	
	BAS	MAR ↓	EMR	PIE	LIG	PIE	BAS	PIE	MAR ↑	MOL	
	CAL	SIC	UMB	LOM	ABR	ABR	VEN	VDA	ABR	FVG	
	PUG	UMB	MAR ↓	ABR	BAS	UMB	TOS	UMB	VDA	PIE	
risultati peggiori	VDA →	BAS	VDA	TOS	MOL	LIG	MAR ↓	LIG	TAA	BAS	risultati peggiori
	ABR →	SAR	PIE	CAL	LOM	LAZ	UMB	ABR	UMB	PUG	
	EMR	ABR	PUG	UMB	PIE	ABR	MOL	LAZ	SAR	ABR	
	UMB	VDA	ABR	LAZ	SAR	MOL	ABR	SAR	LIG	LOM	
	TOS	EMR	SIC	VDA	TAA	SAR	FVG	MOL	PUG	SIC	
	CAM	MOL	CAM	EMR	PUG	BAS	PUG	SIC	MOL	CAL	
	SIC	TOS	LIG	CAM	CAM	PUG	SAR	PUG	BAS	LIG	
	LAZ	FVG	CAL	PUG	CAL	CAL	CAM	CAL	CAM	VDA	
	LIG	PIE	BAS	LIG	VDA	SIC	CAL	BAS	SIC	CAM	
		LIG	MOL	SIC	SIC	CAM	SIC	CAM	CAL	LAZ	

<sup>12</sup> Camp R. C., *Benchmarking: come analizzare le prassi delle aziende migliori per diventare i primi*, 1989.

La disoccupazione risulta un fenomeno piuttosto marginale nelle Marche, legato esclusivamente a fattori di opportunità, dal momento che le occasioni per trovare un lavoro non mancano. Il rallentamento dell'economia, che di certo non interessa solo questa realtà produttiva, ha messo in luce ancor di più le caratteristiche di solidità e robustezza della realtà imprenditoriale marchigiana, permeata dal significativo dinamismo della piccola impresa, facendola emergere in settori chiave come quelli del credito e delle dinamiche economiche.

Da un punto di vista dei comportamenti demografici, la regione si caratterizza, così come la maggior parte delle aree a sviluppo economico produttivo intensivo, per bassi tassi di crescita della popolazione, bassa mortalità e progressivo graduale invecchiamento della popolazione residente, a cui si aggiunge una speranza di vita superiore a qualsiasi altra realtà nazionale. L'inserimento degli immigrati appare favorito dal rilevante fabbisogno di forza lavoro necessario a compensare la dinamica demografica interna che, nonostante la recente crescita, risulta non ancora sufficiente. Nel lungo termine tuttavia questo potrebbe portare a fenomeni tipici del malessere sociale come l'abuso di alcool e droghe, assieme ad una maggiore percentuale di suicidi, tipici, tra l'altro, delle società moderne fortemente sviluppate e ricche, ma in tal senso ciò non comporta il peggioramento delle condizioni di salute generale rilevate.

Sul versante più strettamente economico, i risultati che emergono da questa nuova indagine conoscitiva dimostrano in media un livellamento sui risultati già acquisiti. Un senso di stabilità che non significa affatto immobilismo, quanto piuttosto consolidamento delle posizioni acquisite, ed in alcuni casi stiamo parlando di situazioni di eccellenza. L'indicatore medio "artigianato e piccola impresa" ad esempio, esalta le caratteristiche della regione Marche, collocandola in una posizione di leadership incontrastata subito davanti a Veneto, Umbria ed Emilia Romagna. Non è difficile evidenziare quali sono le variabili che giustificano tale posizionamento nella graduatoria regionale, visto che gran parte degli indicatori considerati confermano l'attitudine artigianale della realtà marchigiana. L'incidenza del valore aggiunto dell'artigianato sul totale, la capacità occupazionale del comparto stesso ed il peso del manifatturiero nell'artigianato locale sono i veri cavalli di battaglia di una realtà imprenditoriale che certamente non si scopre ora.

Il sistema complessivo delle imprese appare invece meno dinamico nei confronti delle realtà confinanti da un punto di vista geografico, ma in ripresa rispetto al recente passato. Sembra tuttavia evidente che la più scarsa dinamicità sia un fenomeno tipico dei sistemi economici "maturi", di sviluppo non recente, e già completamente strutturati, ai quali appartiene anche un distretto produttivo consolidato come quello delle Marche.

I Comuni marchigiani perdono invece terreno sul grado di autonomia finanziaria, elemento che esprime qualche difficoltà degli enti analizzati ed, indirettamente, una più alta dipendenza dai trasferimenti statali e regionali. Sul piano dell'autonomia delle risorse le Marche si ritrovano infatti in una posizione mediana rispetto alle altre regioni italiane. Nonostante il lusinghiero livello di autonomia dei Comuni marchigiani (81,3%), la pressione tributaria a carico dei

cittadini non appare particolarmente pesante, come invece sarebbe logico attendersi sulla base dello stretto legame tra autonomia e tasse locali.

L'analisi riferita agli indicatori del sistema creditizio posiziona le Marche subito dietro alle regioni del Nord, notoriamente più dinamiche e sicuramente fondate su una maggiore capacità finanziaria. Il trend recente appare in leggera ascesa potendo rilevare una netta diminuzione di protesti e fallimenti, nonostante la propensione ad investire rimanga sostenuta. In leggera ripresa anche la dimensione media degli impieghi bancari da parte delle imprese, segno di una maggiore fiducia verso il rischio e quindi alla diversificazione del portafoglio.

### **3.3 Ambiente e territorio**

La collocazione territoriale e la dotazione di risorse ambientali sono aspetti che legano la realtà marchigiana in modo indissolubile ad un risultato non del tutto entusiasmante. L'interesse dimostrato per la conservazione del territorio e per il rispetto dell'ambiente ha prodotto negli anni più recenti un miglioramento della condizione marchigiana, verso posizioni decisamente più accettabili. Osservando le variabili da noi considerate, emerge che l'indicatore complessivo medio viene trascinato verso il basso dai pessimi risultati relativi ai metri quadri destinati al verde pubblico ed alla insufficiente dimensione delle aree protette, mentre i punti forti della realtà marchigiana sono la relativamente bassa densità abitativa e, come per la maggior parte delle regioni, la scarsa presenza di superfici percorse dal fuoco. In termini dinamici possiamo constatare che qualcosa è stato fatto per quanto riguarda gli aspetti più negativi, ma la maggior disponibilità di verde pubblico accompagnata ad una riduzione dell'inquinamento da trasporto stradale hanno comunque riproposto un risultato regionale mediano.

Analisi fattoriale: le variabili osservate confermano per le Marche una situazione decisamente difficile: gli elementi cardine dell'analisi sono il rischio ambientale e lo sfruttamento del territorio. In entrambi i casi la regione presenta risultati abbastanza preoccupanti ma, mentre nel primo caso gran parte degli esiti dipendono dalla morfologia della regione, nel secondo esistono ancora ampi margini di miglioramento. La strada intrapresa in quest'ultimo anno conferma lo stadio precedente, con la speranza che l'attenzione per gli aspetti strettamente legati alle tematiche ambientali cresca più che in altre realtà.

## Ambiente e territorio

Area	Abitante per kmq	Inc. % superficie di pianura	Inc. % superficie di collina	Inc. % superficie di montagna	Inc. % superficie dedicata all'agricoltura	kg di rifiuti urbani x abitante	% di raccolta differenziata sul totale dei rifiuti solidi urbani	% superficie a rischio sismico	mq. aree protette x abitante	superficie percorsa dagli incendi x 1000 kmq complessivi	mq di verde pubblico per abitante nelle città	Emissioni di CO2 da trasporto stradale (tonnellate per abitante)	% di comuni a rischio idrogeologico "più alto"
PIEMONTE	171,4	26,43	30,31	43,26	53,96	524,6	40,8	4,8	385,2	1,8	44,06	2,4	86,50
VALLE D'AOSTA	38,2	0,00	0,00	100,00	45,77	603,3	31,3	0,0	3.468,2	3,5	25,60	6,5	100,00
LOMBARDIA	400,0	47,04	12,42	40,54	51,69	521,7	43,6	3,5	137,4	0,9	18,00	1,7	59,10
TRENTINO ALTO ADIGE	73,1	0,00	0,00	100,00	73,51	499,7	49,1	0,0	2.876,9	0,1	67,63	2,5	32,70
VENETO	259,4	56,39	14,48	29,13	59,48	502,2	48,7	16,0	197,1	0,0	54,37	2,0	27,70
FRIULI VENEZIA GIULIA	154,3	38,13	19,33	42,54	48,10	493,9	33,3	77,4	445,2	0,1	21,92	2,4	49,80
LIGURIA	296,6	0,00	34,92	65,08	25,01	607,7	16,7	10,0	158,4	11,7	35,56	2,7	80,00
EMILIA ROMAGNA	190,9	47,78	27,09	25,13	59,05	682,7	33,4	32,6	210,4	0,2	34,64	2,2	88,60
TOSCANA	158,2	8,39	66,52	25,09	61,96	707,9	30,9	59,9	441,6	0,6	127,25	2,1	97,60
UMBRIA	103,2	0,00	70,72	29,28	70,21	665,2	24,6	80,6	729,7	0,8	189,26	1,8	100,00
MARCHE	158,5	0,00	68,83	31,17	70,40	568,0	19,5	97,4	582,8	0,1	186,88	2,0	98,80
LAZIO	318,7	19,90	53,99	26,11	56,12	632,6	11,1	60,0	402,4	6,5	121,61	1,9	97,30
ABRUZZO	121,7	0,00	34,90	65,10	59,88	536,0	16,9	83,9	2.323,1	0,7	713,26	2,9	58,40
MOLISE	72,1	0,00	44,66	55,34	61,98	403,5	5,0	86,3	201,0	1,4	18,34	2,0	89,00
CAMPANIA	426,1	14,66	50,79	34,55	58,12	497,4	11,3	90,6	561,6	4,0	24,90	1,8	86,00
PUGLIA	210,2	53,25	45,27	1,48	67,81	511,0	8,8	40,9	316,3	8,0	8,10	1,8	18,70
BASILICATA	59,2	8,04	45,13	46,83	75,55	398,8	7,8	91,0	2.107,4	2,1	599,04	1,6	93,90
CALABRIA	132,5	8,98	49,19	41,83	50,54	474,3	8,0	100,0	1.244,3	1,8	20,25	2,2	100,00
SICILIA	195,1	14,17	61,38	24,45	54,56	541,7	6,6	89,0	539,6	17,4	66,95	2,0	69,70
SARDEGNA	68,9	18,47	67,89	13,64	63,31	520,0	19,8	0,0	558,4	6,0	140,39	1,4	11,20
ITALIA	196,2	23,16	41,63	35,21	59,08	553,6	25,8	46,2	495,6	2,8	80,14	2,0	68,60
ANCONA	240,6	n.d.	65,50	34,50	72,06	569,8	17,1	100,0	n.d.	n.d.	342,2	n.d.	100,0
ASCOLI PICENO	183,3	n.d.	74,15	25,85	69,20	556,1	18,9	88,2	n.d.	n.d.	3,8	n.d.	95,9
MACERATA	114,0	n.d.	67,68	32,32	68,43	533,1	26,0	100,0	n.d.	n.d.	32,3	n.d.	100,0
PESARO-URBINO	128,1	n.d.	68,32	31,68	72,05	607,9	18,0	100,0	n.d.	n.d.	189,5	n.d.	100,0

## Ambiente e territorio – Indice medio

REGIONE PEGGIORE

REGIONE MIGLIORE

### Indice medio ambiente e territorio

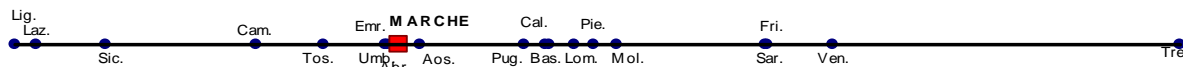
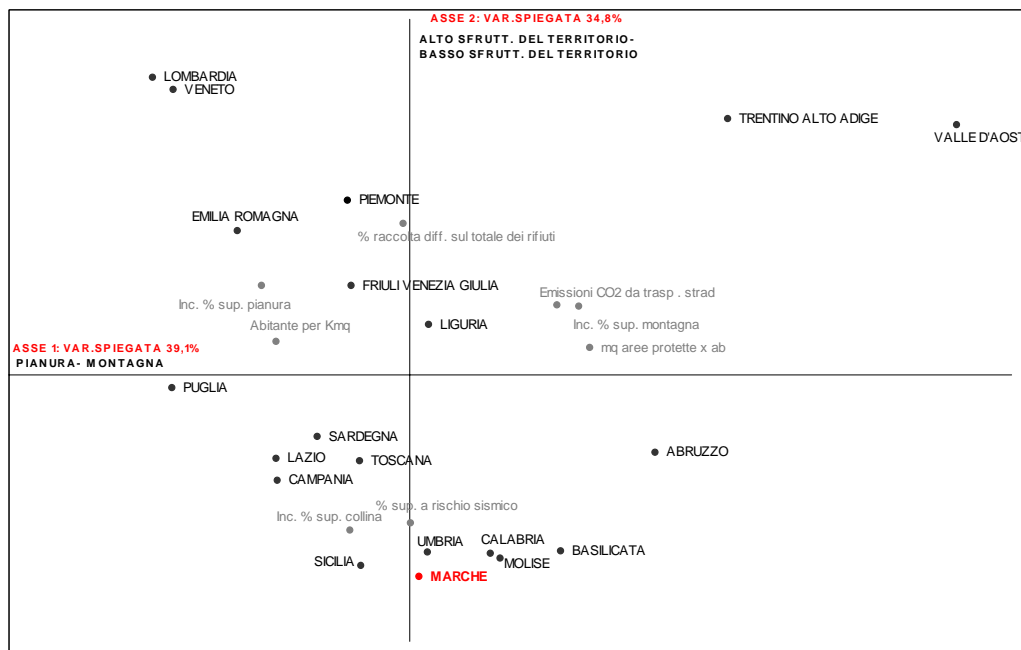


Grafico. Ambiente e territorio – Analisi fattoriale



### 3.4 Tendenze demografiche

La situazione demografica piuttosto positiva registrata un anno fa nelle Marche appare sostanzialmente confermata: gli indicatori considerati nell'analisi mostrano comportamenti complessivamente positivi da parte della popolazione residente, con tasso di mortalità medio-basso e speranza di vita ai vertici della graduatoria nazionale. Il basso tasso di natalità condiziona però ancora l'indicatore medio complessivo, così come lo stabilizzarsi del tasso di mortalità e dell'indice di ricambio strutturale della popolazione. Il primo risultato è senza dubbio una conquista per la regione, che nonostante l'età media piuttosto alta riesce a garantire una qualità della vita ai propri residenti tale da mantenere un tasso di mortalità già abbastanza basso. Nel secondo caso invece possiamo constatare che le Marche, così come molte delle regioni caratterizzate da forte industrializzazione, hanno stimolato i flussi immigratori, e questo può garantire nel lungo termine un miglioramento di molti indicatori demografici.

Analisi fattoriale: le variabili demografiche evidenziano per le Marche un comportamento particolare, in quanto gran parte della popolazione presenta caratteristiche da "anziano" ma la dinamicità è in leggero aumento. La struttura demografica appare piuttosto rigida, anche se di fronte alle recenti evoluzioni del sistema sociale qualcosa sta effettivamente cambiando. Il contributo dei giovani e probabilmente degli immigrati giunti nella regione negli ultimi anni giustificano la tendenza ad un miglioramento della dinamicità demografica, indicatore che di fatto colloca la realtà marchigiana in un'area statistica molto prossima a Piemonte, Umbria, Friuli Venezia Giulia e Toscana. Le Marche si discostano da Veneto e Lombardia per un tasso di fecondità eccessivamente basso e di conseguenza un tasso di natalità altrettanto inferiore alle due ricche regioni del Nord.

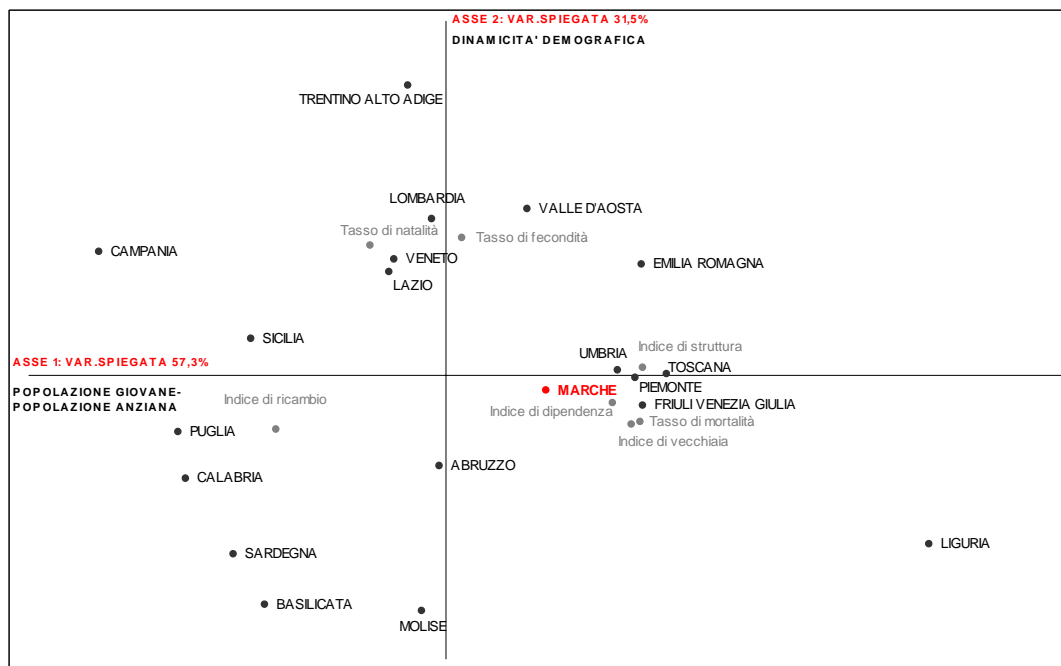
#### Tendenze demografiche

Area	Speranza di vita	Tasso di natalità	Tasso di mortalità	Tasso di fecondità	Indice di vecchiaia: >65 su <14 x 100	Indice di dipendenza: >65 + <14 su compresi tra 15-64	Indice di ricambio: (15-19 / 60-64)*100	Indice di struttura: 40-64 su 15-39
PIEMONTE	81,1	8,70	10,60	1.298,90	180,96	53,89	69,4	118,1
VALLE D'AOSTA	81,1	9,90	9,80	1.434,10	152,53	50,70	72,3	114,3
LOMBARDIA	81,5	10,00	8,80	1.400,00	142,81	49,87	76,9	109,2
TRENTINO ALTO ADIGE	82,1	10,60	8,10	1.510,10	110,42	51,38	58,5	103,6
VENETO	81,8	9,90	8,90	1.377,90	138,55	49,78	93,4	108,8
FRIULI VENEZIA GIULIA	81,6	8,60	10,90	1.286,00	188,07	53,34	79,5	121,3
LIGURIA	81,2	7,50	12,80	1.186,80	239,41	60,55	60,7	131,4
EMILIA ROMAGNA	81,6	9,60	10,70	1.406,40	181,13	54,55	68,0	113,5
TOSCANA	81,9	8,90	11,00	1.303,00	190,95	54,97	69,2	116,4
UMBRIA	82,2	8,90	10,50	1.329,30	186,32	55,86	77,6	111,0
<b>MARCHE</b>	<b>82,3</b>	<b>8,90</b>	<b>10,10</b>	<b>1.302,30</b>	<b>172,41</b>	<b>55,48</b>	<b>85,6</b>	<b>107,5</b>
LAZIO	81,4	9,80	8,80	1.355,20	138,68	49,59	87,5	107,4
ABRUZZO	81,6	8,70	10,30	1.233,50	160,04	53,02	102,3	101,6
MOLISE	81,6	7,80	10,30	1.121,00	166,21	54,42	117,1	101,6
CAMPANIA	80,1	10,70	8,10	1.413,10	88,64	48,82	144,7	87,2
PUGLIA	81,7	9,10	8,00	1.226,90	111,50	49,32	120,9	93,2
BASILICATA	81,1	8,10	9,50	1.120,00	139,00	52,18	136,9	95,2
CALABRIA	81,5	9,00	8,70	1.227,00	121,45	50,40	141,2	92,0
SICILIA	80,5	9,80	9,30	1.366,80	112,55	51,77	131,4	92,5
SARDEGNA	81,4	8,10	8,40	1.062,80	139,47	44,02	95,2	102,8
ITALIA	81,4	9,50	9,40	1.341,50	140,82	51,34	92,1	104,7
ANCONA	81,0	9,10	10,20	n.d.	175,34	55,93	78,6	108,7
ASCOLI PICENO	81,2	8,40	9,90	n.d.	173,44	55,47	92,1	108,4
MACERATA	81,2	8,90	10,70	n.d.	178,61	57,08	90,1	106,5
PESARO-URBINO	80,9	9,30	9,80	n.d.	162,54	53,59	84,2	105,7

### Tendenze demografiche – Indice medio



### Tendenze demografiche – Analisi Fattoriale



## 3.5 Famiglia e società

La situazione delle Marche per quanto riguarda il contesto sociale e familiare è buona. Le famiglie marchigiane sono sufficientemente ricche, come dimostra la spesa media mensile tra le migliori del Paese, ed interessate alle innovazioni tecnologiche, in termini di larga diffusione di internet. Inoltre si mantiene stabilmente tra i migliori a livello nazionale, lo sviluppo delle infrastrutture più semplici, come i supermercati. Gli elementi negativi, che condizionano il risultato complessivo, permangono rispetto al precedente osservatorio; l'elevata presenza di nuovi stranieri iscritti e i nuovi nati per donne in età feconda, sono i due indicatori che principalmente peggiorano la situazione regionale, con le province di Macerata e Ascoli Piceno ad esserne maggiormente interessate. Questi fenomeni sono però facilmente riscontrabili nelle realtà con bassa dinamica demografica e forte sviluppo produttivo, quali regioni più industrializzate ed economicamente più evolute del Paese.

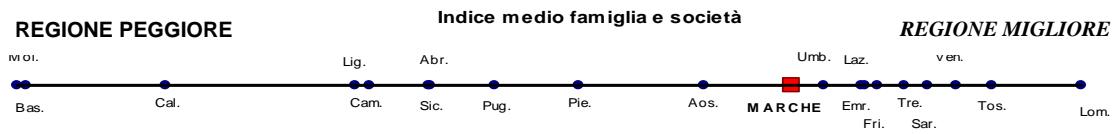
Analisi fattoriale: porta ad individuare come componenti principali da una parte la dimensione della famiglia ed i consumi medi che ne derivano, dall'altra le caratteristiche dell'unità base del sistema economico (single o famiglia pluriarticolata). Le Marche appartengono al quadrante dove si trovano tutte le realtà più sviluppate e più industrializzate del Paese. Le caratteristiche fondamentali di questo tipo di regioni sono la dimensione familiare limitata,

spesso circoscritta ad un unico individuo, con significativa capacità di spesa, sia generica che in beni durevoli.

### Famiglia e società

Area	Dimensione media delle famiglie	Spesa media mensile	% popolazione coniugata	N° nuovi nati per 100 donne in età feconda >15 <50	Inc. % stranieri	Nuovi stranieri iscritti ogni 100 abitanti	Consumo benzina tonnellate pro capite	Abitazioni x kmq	Autovetture per famiglia	% di famiglie con difficoltà nel raggiungere i supermercati	Consumo medio di energia elettrica in kwh per famiglia	% famiglie che dichiarano di possedere l'accesso a Internet
PIEMONTE	2,3	2.699,00	51,62	3,92	5,80	1,0	0,26	87,16	1,41	39,7	2.573,6	37,4
VALLE D'AOSTA	2,2	2.595,00	47,65	4,38	4,43	1,1	0,29	30,95	2,30	46,2	3.281,9	37,5
LOMBARDIA	2,3	2.896,00	50,28	4,29	7,63	1,6	0,29	173,70	1,38	30,1	2.791,2	45,7
TRENTINO ALTO ADIGE	2,5	2.712,00	45,95	4,52	6,20	1,3	0,31	36,01	1,33	27,9	2.740,3	44,7
VENETO	2,5	3.048,00	50,58	4,22	7,34	1,6	0,28	109,68	1,48	34,2	2.757,6	43,2
FRIULI VENEZIA GIULIA	2,3	2.503,00	49,84	3,91	5,98	1,3	0,37	76,61	1,39	27,4	2.597,9	38,4
LIGURIA	2,1	2.236,00	50,73	3,61	5,02	0,9	0,29	182,79	1,08	32,1	2.464,6	33,2
EMILIA ROMAGNA	2,3	2.762,00	49,90	4,17	7,53	1,5	0,29	89,12	1,41	28,9	2.795,5	39,6
TOSCANA	2,4	2.625,00	52,09	3,91	6,44	1,2	0,30	72,50	1,49	31,4	2.825,7	41,5
UMBRIA	2,5	2.708,00	52,81	4,00	7,32	1,1	0,24	43,64	1,65	34,0	2.677,4	40,9
<b>MARCHE</b>	<b>2,5</b>	<b>2.485,00</b>	<b>51,93</b>	<b>3,96</b>	<b>6,46</b>	<b>1,3</b>	<b>0,25</b>	<b>69,42</b>	<b>1,59</b>	<b>24,0</b>	<b>2.622,9</b>	<b>40,3</b>
LAZIO	2,5	2.466,00	49,30	4,00	6,01	1,8	0,28	141,22	1,68	25,7	3.178,9	42,8
ABRUZZO	2,6	2.255,00	51,89	3,61	3,67	0,7	0,27	61,23	1,56	44,4	2.562,6	39,9
MOLISE	2,6	2.458,00	51,47	3,32	1,51	0,3	0,19	38,98	1,51	48,2	2.363,4	37,6
CAMPANIA	2,9	2.019,00	49,08	4,23	1,69	0,3	0,23	161,44	1,60	40,8	2.834,8	33,9
PUGLIA	2,7	2.016,00	51,02	3,76	1,26	0,2	0,26	95,41	1,46	29,7	2.810,1	29,3
BASILICATA	2,7	1.942,00	50,58	3,49	1,14	0,2	0,22	28,52	1,48	44,3	2.558,1	34,3
CALABRIA	2,7	1.956,00	49,54	3,72	1,76	0,3	0,24	73,74	1,51	44,9	2.924,0	31,7
SICILIA	2,6	1.764,00	49,97	4,07	1,56	0,2	0,26	99,26	1,53	36,4	3.062,5	28,6
SARDEGNA	2,6	2.027,00	47,26	3,23	1,17	0,2	0,33	33,33	1,44	24,2	3.486,5	41,6
ITALIA	2,5	2.480,00	50,24	4,03	4,97	1,0	0,27	90,60	1,48	32,9	2.827,7	38,8
ANCONA	2,5	n.d.	52,01	4,05	6,32	1,2	0,26	105,15	1,52	n.d.	2.536,9	n.d.
ASCOLI PICENO	2,7	n.d.	52,46	3,72	5,39	1,2	0,23	78,55	1,69	n.d.	2.639,1	n.d.
MACERATA	2,6	n.d.	51,77	3,96	7,91	1,5	0,22	50,11	1,55	n.d.	2.210,0	n.d.
PESARO-URBINO	2,5	n.d.	51,42	4,11	6,52	1,3	0,28	57,39	1,55	n.d.	2.669,6	n.d.

### Famiglia e società – Indice medio



### Famiglia e società – Analisi fattoriale



### 3.6 Salute

Lo schema proposto prende in esame lo stato della popolazione da un punto di vista fisico, ed al contempo considera la dotazione di risorse di cui dispone il sistema sanitario regionale. I risultati marchigiani sono piuttosto confortanti, e appaiono notevolmente in ripresa rispetto all'anno precedente: l'apparato ospedaliero non sembra gravato da sprechi e lo stato di salute complessivo nella regione appare piuttosto soddisfacente, tanto da collocare le Marche in una posizione di rilievo rispetto alle altre regioni italiane. La speranza di vita nelle Marche risulta essere piuttosto elevata, grazie ad un sistema di assistenza sanitaria adeguato alle esigenze della popolazione e al tasso di mortalità ridotto al minimo, infatti sono quasi del tutto assenti le morti per cause evitabili. Da sottolineare sono anche il numero contenuto di interruzioni volontarie di gravidanza e come al sistema sanitario nelle Marche venga garantita una quota rilevante del PIL regionale (tra le spese principali c'è proprio quella dedicata al settore farmaceutico). Relativamente basso risulta invece il numero di medici per abitante, compensato da una buona presenza di personale sanitario ausiliario. I peggiori risultati sono quelli che provengono dalla variabile relativa agli incidenti stradali dove le Marche si collocano al 5° posto, mostrando i segni di una "piaga" che appare difficilmente correggibile.

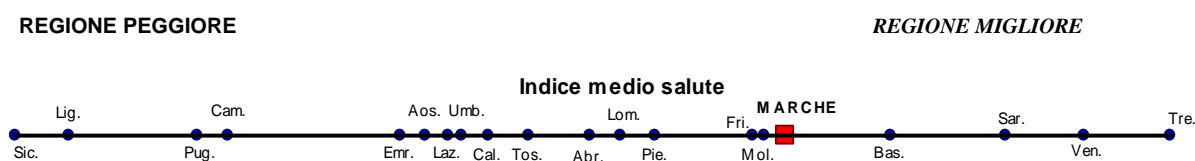
Analisi fattoriale: le principali variabili spiegate isolano come temi fondamentali la capacità di gestione del denaro pubblico in materia sanitaria ed il livello di utilizzo di tali risorse. Per le Marche sia le performance sanitarie che l'utilizzo di queste strutture mostrano un sostanziale equilibrio sui valori medio-alti. Il posizionamento, per poco indirizzato al quadrante alto di destra da parte della regione Marche, denota la presenza di un apparato sanitario molto efficiente, ed un buon rapporto tra personale medico sanitario ed ausiliario. Sugli stessi livelli si trovano il Friuli Venezia Giulia, l'Emilia Romagna ed il Piemonte.

#### Salute

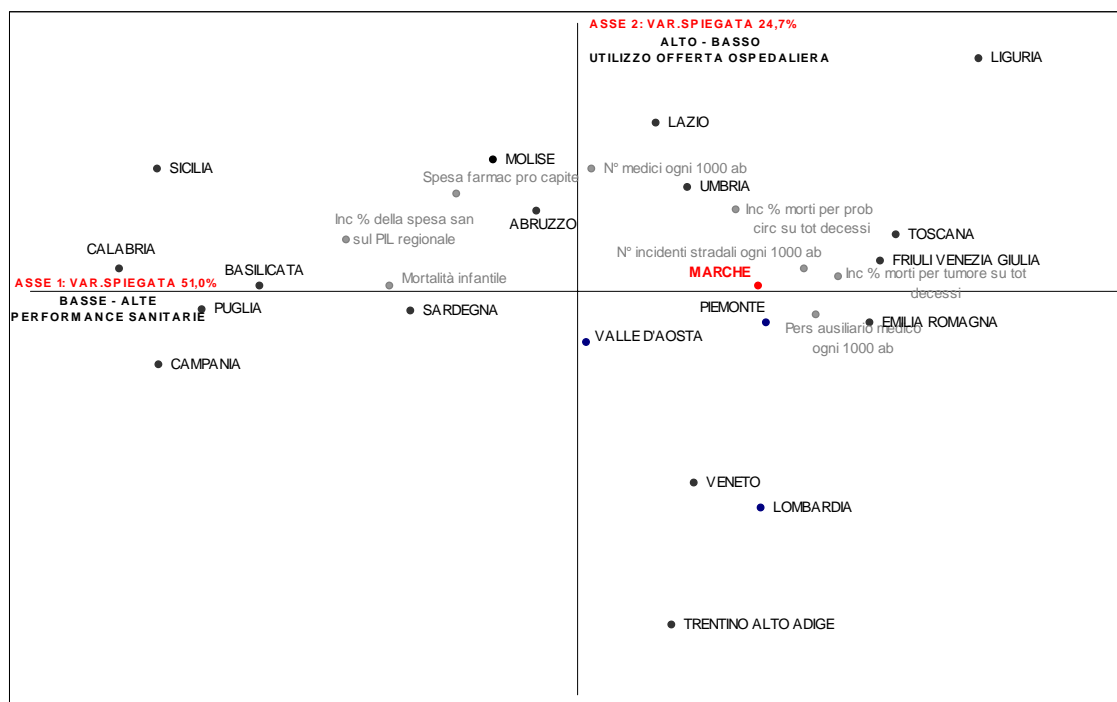
Area	N° di posti letto ogni 1000 abitanti	N° di medici ogni 1000 abitanti	Personale sanitario ausiliario non medico ogni 1000 abitanti	Mortalità infantile	Mortalità evitabile	Tasso di ospedalizzazione	N° di incidenti stradali ogni 1.000 abitanti	Interruzioni volontarie di gravidanza ogni 1000 donne in età feconda >15 <50	Inc. % dei morti per tumore sul totale dei deceduti	Inc. % dei morti per malattie circolatorie sul totale dei deceduti	Spesa farmaceutica pro capite (in euro)	Inc. % della spesa sanitaria sul PIL regionale
PIEMONTE	4,0	8,07	5,75	29,37	175,85	116,04	3,42	10,16	34,15	48,2	185,3	7,1
VALLE D'AOSTA	3,4	8,18	5,38	38,76	214,60	112,03	3,15	8,77	29,64	43,5	186,2	7,4
LOMBARDIA	4,0	7,21	6,01	32,78	173,55	148,66	4,84	9,27	31,79	37,5	178,1	5,5
TRENTINO ALTO ADIGE	4,0	6,57	6,55	31,11	148,00	138,73	3,37	6,37	28,02	37,5	149,4	7,1
VENETO	3,9	7,55	5,84	28,23	166,10	130,72	4,03	6,33	29,16	37,5	171,0	6,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	3,8	8,47	6,99	36,67	179,55	112,27	4,18	7,78	36,77	48,9	197,2	7,0
LIGURIA	3,5	8,75	5,92	26,29	156,15	126,65	6,27	10,80	40,03	57,7	239,6	8,0
EMILIA ROMAGNA	4,3	7,93	6,16	35,43	163,65	150,30	5,67	10,41	35,15	47,5	189,7	6,5
TOSCANA	3,7	8,57	5,78	26,05	169,95	129,13	5,72	9,70	34,28	49,8	187,0	7,0
UMBRIA	3,3	8,86	5,20	31,34	149,65	140,18	4,10	10,37	30,66	50,2	198,2	8,1
<b>MARCHE</b>	<b>3,9</b>	<b>8,14</b>	<b>5,73</b>	<b>30,66</b>	<b>143,55</b>	<b>139,30</b>	<b>4,93</b>	<b>7,32</b>	<b>31,29</b>	<b>47,1</b>	<b>201,8</b>	<b>7,3</b>
LAZIO	4,9	8,99	6,32	41,61	170,25	154,46	5,71	10,70	28,86	40,8	283,4	7,3
ABRUZZO	3,5	8,60	5,68	33,99	151,35	146,35	3,56	8,68	25,92	45,9	221,3	9,6
MOLISE	5,0	8,74	5,27	20,02	158,60	184,80	1,74	8,27	25,70	50,9	218,8	11,2
CAMPANIA	3,0	7,73	4,08	42,85	187,45	129,51	1,89	8,04	22,22	36,7	210,0	11,2
PUGLIA	3,5	8,15	4,44	45,54	152,95	155,15	2,85	11,61	22,96	33,7	231,0	10,7
BASILICATA	3,2	8,57	4,57	47,01	155,00	104,72	1,56	7,19	22,03	41,8	199,9	9,5
CALABRIA	4,2	7,77	4,49	54,29	151,30	138,33	1,86	6,73	20,56	41,5	260,5	10,6
SICILIA	3,5	8,34	4,02	50,53	167,60	149,73	2,83	7,65	22,62	42,6	261,8	11,5
SARDEGNA	4,3	8,43	4,87	25,85	171,85	154,98	3,03	5,59	24,49	33,4	227,5	9,0
ITALIA	3,9	8,02	5,42	36,94	166,40	140,45	4,03	8,91	28,88	41,7	211,0	7,5
ANCONA	5,1	n.d.	7,79	32,92	142,35	191,23	5,07	8,00	n.d.	46,4	201,8	n.d.
ASCOLI PICENO	3,5	n.d.	4,84	22,41	145,35	124,68	4,79	6,54	n.d.	45,2	201,8	n.d.
MACERATA	4,1	n.d.	5,16	36,59	136,95	119,00	4,72	8,18	n.d.	49,6	201,8	n.d.
PESARO-URBINO	2,8	n.d.	4,53	23,13	149,15	106,23	5,08	7,32	n.d.	43,7	201,8	n.d.



## Salute – Indice medio



## Salute – Analisi fattoriale



### 3.7 Istruzione e cultura

Nell'ambito dell'istruzione e della cultura il risultato per le Marche è molto soddisfacente. Quasi tutti gli indicatori considerati mostrano un grado di istruzione piuttosto elevato ed un atteggiamento positivo nei confronti di tutti gli aspetti della vita culturale. Vi è stato anche un sostanziale mantenimento delle situazioni positive già raggiunte nel precedente osservatorio, contrariamente ad altre realtà regionali; inoltre si sottolinea l'aumento dell'indice di scolarizzazione. Veri aspetti negativi non esistono, anche l'indicatore sulla percentuale di occupati che partecipano ad attività di formazione e istruzione si attesta su un valore poco inferiore alla media nazionale.

Analisi fattoriale: le conclusioni a cui si arriva sono positive anche in questo caso; le Marche si collocano nel quadrante più favorevole, ossia quello in cui offerta e partecipazione culturale e formativa risultano rilevanti. La parte destra del grafico isola le regioni in cui è maggiore il grado di istruzione e cultura e dove è più basso il tasso di abbandono scolastico. Assimilabili alle caratteristiche delle Marche sono i comportamenti dei cittadini del Friuli Venezia Giulia, dell'Umbria, dell'Emilia Romagna e del Lazio, un centro Italia "allargato"

che si dimostra ricco di cultura e di formazione didattica. Appartengono invece al quadrante inferiore di destra Trentino Alto Adige, Veneto, Lombardia e Piemonte, dove le condizioni dei cittadini sono simili a quelle del raggruppamento precedente, ma in questo caso si trovano a dover fare i conti, con significativi tassi di abbandono scolastico, motivati senza alcun dubbio dalle pressanti richieste di manodopera da parte del mondo imprenditoriale. I cittadini del sud e delle isole maggiori mostrano valutazioni deficitarie sotto l'aspetto della dotazione di strutture a carattere culturale, con tassi di abbandono scolastico spesso eccessivamente elevati.

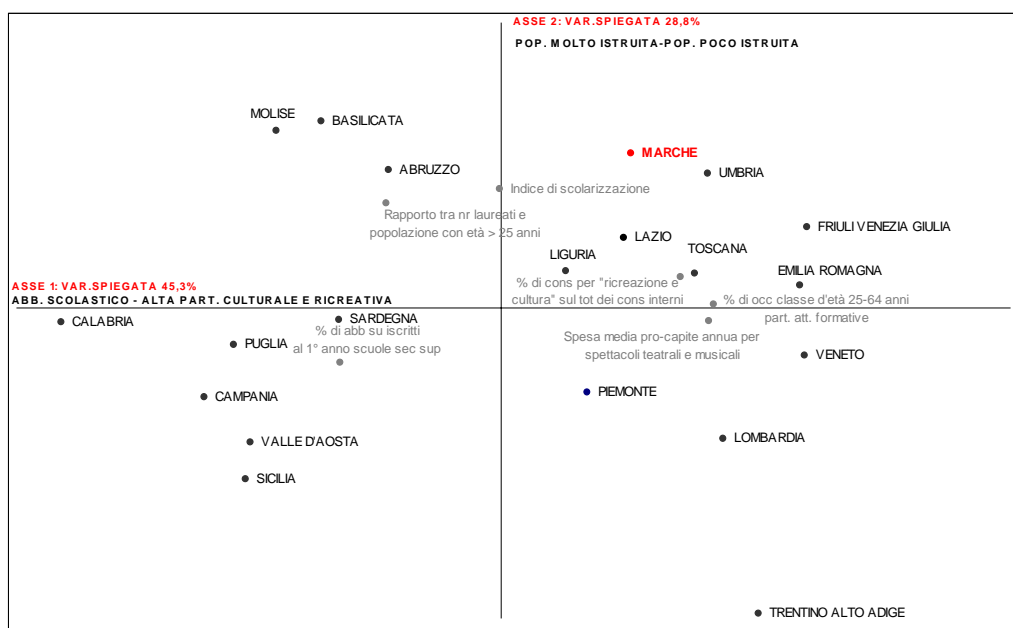
#### Istruzione e cultura

Area	Indice di scolarizzazione: % Iscritti alla scuola superiore sulla popolazione residente 14-18 anni	% di abbandoni su iscritti al 1° anno delle scuole secondarie superiori	Rapporto tra n° di laureati e popolazione con età > 25 anni	% di consumi per "ricreazione e cultura" sul totale dei consumi interni	Istituti scolastici ogni 100.000 abitanti, indipendente dal grado di istruzione	N° di musei, gallerie statali, monumenti e aree archeologiche e biblioteche ogni 100.000 abitanti	% di occupati nella classe d'età 25-64 anni che partecipano ad attività formative e di istruzione sul totale occupati nella classe di età corrispondente	Spesa media pro capite annua per spettacoli teatrali e musicali
PIEMONTE	91,5	10,8	16,78	8,49	15,60	23,59	5,15	7,33
VALLE D'AOSTA	91,8	11,7	17,38	5,66	n.d.	45,67	4,48	4,32
LOMBARDIA	88,2	9,5	16,75	7,63	13,67	22,35	6,33	12,11
TRENTINO ALTO ADIGE	78,3	7,9	12,08	6,64	n.d.	37,50	7,85	8,15
VENETO	91,5	7,6	17,84	7,86	15,19	19,52	6,72	12,41
FRIULI VENEZIA GIULIA	97,6	6,2	21,48	7,09	17,15	32,82	7,57	12,94
LIGURIA	96,7	10,8	22,83	7,12	14,62	23,70	6,78	9,23
EMILIA ROMAGNA	99,7	9,9	16,89	8,65	13,24	25,64	6,64	11,82
TOSCANA	98,7	9,4	19,23	7,59	15,09	26,83	7,17	9,34
UMBRIA	100,2	6,6	22,32	7,51	20,39	32,19	7,28	8,07
MARCHE	102,1	7,9	22,85	8,10	18,03	21,22	5,58	9,34
LAZIO	100,5	11,7	24,38	6,42	17,40	21,01	7,53	14,43
ABRUZZO	97,2	7,7	26,66	6,69	22,37	17,33	5,58	3,81
MOLISE	99,3	8,0	28,09	6,36	28,43	45,93	5,30	1,41
CAMPANIA	91,8	14,1	22,18	6,12	23,68	15,32	4,56	5,47
PUGLIA	93,0	11,5	21,72	6,49	22,75	14,40	4,27	3,06
BASILICATA	102,0	9,2	26,60	7,21	30,61	21,81	5,04	2,04
CALABRIA	92,5	13,4	25,96	5,96	30,18	19,42	3,79	2,26
SICILIA	91,1	15,2	18,44	5,84	23,64	16,64	5,13	6,06
SARDEGNA	98,9	11,5	19,39	6,03	25,55	29,53	5,61	4,65
ITALIA	93,7	11,1	20,11	7,24	18,17	21,66	6,08	8,83
ANCONA	108,6	n.d.	n.d.	n.d.	16,50	19,07	n.d.	n.d.
ASCOLI PICENO	107,6	n.d.	n.d.	n.d.	18,55	12,54	n.d.	n.d.
MACERATA	96,4	n.d.	n.d.	n.d.	19,92	29,73	n.d.	n.d.
PESARO-URBINO	93,4	n.d.	n.d.	n.d.	17,82	25,65	n.d.	n.d.

#### Istruzione e cultura – Indice medio



### Istruzione e cultura – Analisi fattoriale



### 3.8 Mercato del lavoro

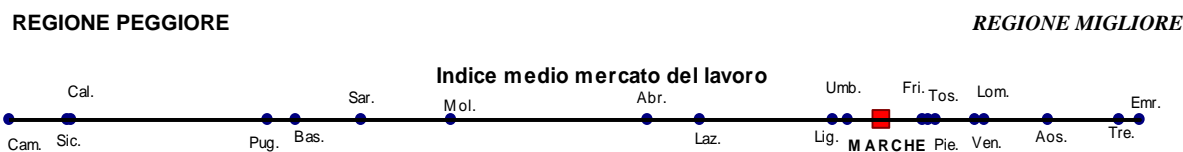
Il mercato del lavoro nelle Marche presenta dinamiche senza dubbio migliori rispetto alla media del Paese, almeno così si riesce ad intuire osservando l'andamento delle principali variabili occupazionali. Il discreto sviluppo imprenditoriale ha permesso alla realtà marchigiana di portarsi a ridosso delle più dinamiche realtà italiane, e nell'ultimo periodo le distanze sembrano essersi leggermente ristrette. I risultati ottenuti sulle principali variabili osservate: tasso di attività, tasso di occupazione e di disoccupazione, mostrano, anche in questo caso, che le Marche potrebbero essere collocate, da un punto di vista statistico, all'interno dell'aggregato a massima concentrazione produttiva di cui fanno parte Veneto, Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna. Il tasso di occupazione nel manifatturiero si conferma il migliore a livello nazionale, contribuendo a mantenere al di sopra della media anche l'indice generale del comparto. Anche se la percentuale di lavoro irregolare rispetto al precedente osservatorio è peggiorata essa pone comunque le Marche, tra le migliori 5 regioni italiane in questa particolare graduatoria

Analisi fattoriale: in questo caso la collocazione delle Marche nel contesto regionale appare molto più chiara e non lascia spazio ad interpretazioni. Con lo strumento dell'analisi fattoriale si riesce ad individuare un *cluster* ben definito in corrispondenza delle regioni ad alto sviluppo produttivo. Lombardia, Emilia Romagna, Piemonte, Friuli Venezia Giulia e soprattutto Veneto fanno parte, assieme alle Marche, di quella parte del Paese dove trovare lavoro non è difficile e dove la maggior parte della forza lavoro è impiegata nel manifatturiero. I servizi sono marginali e comunque dedicati alle imprese, l'agricoltura è quasi totalmente assente.

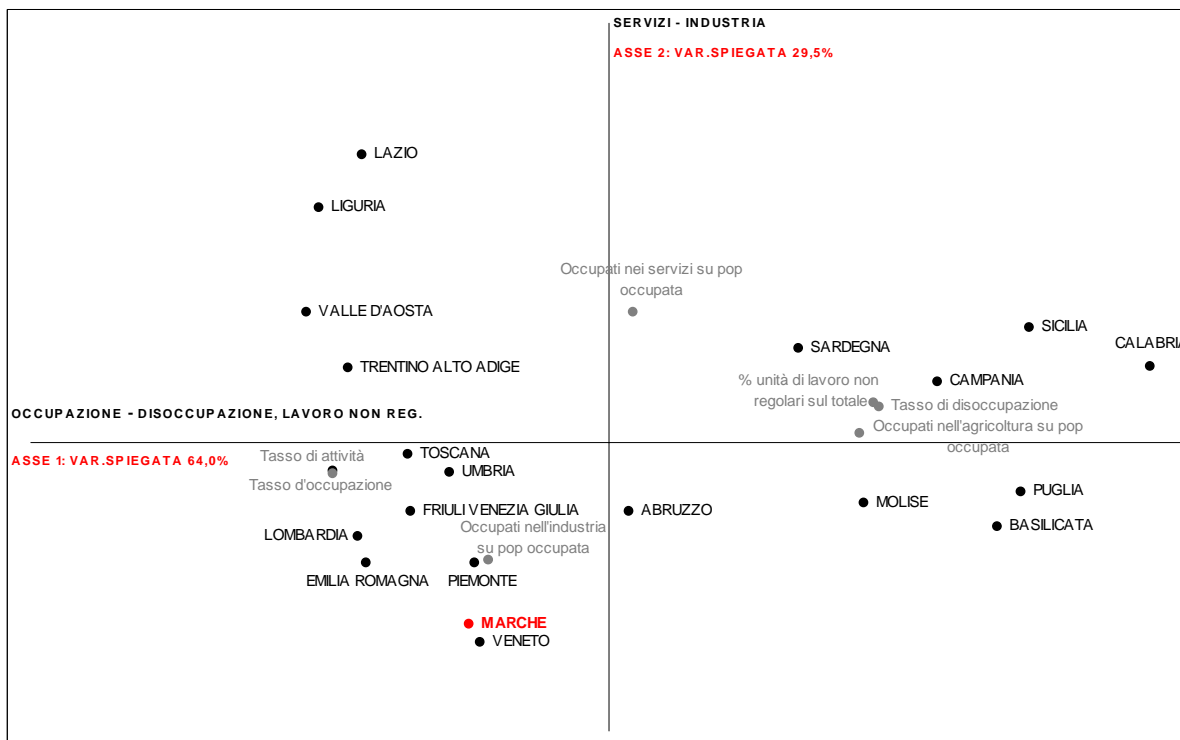
## Mercato del lavoro

Area	Tasso di attività: Appartenenti alle forze lavoro (15-64) su popolazione di riferimento	Tasso di occupazione: Occupati (15-64) su popolazione di riferimento	Tasso di disoccupazione: Persone in cerca di occupazione (15-64) su popolazione di riferimento	Tasso di occupazione agricoltura: Occupati nell'agricoltura (15-64) su popolazione di riferimento	Tasso di occupazione industria: Occupati nell'industria (15-64) su popolazione di riferimento	Tasso di occupazione nei servizi: Occupati nei servizi (15-64) su popolazione di riferimento	% unità di lavoro non regolari sul totale
PIEMONTE	67,8	64,92	4,23	3,53	35,39	61,07	9,70
VALLE D'AOSTA	70,4	68,11	3,18	4,02	24,56	71,42	10,80
LOMBARDIA	69,2	66,75	3,43	1,70	36,02	62,28	7,80
TRENTINO ALTO ADIGE	70,0	68,02	2,74	5,48	25,62	68,90	9,00
VENETO	68,1	65,78	3,34	3,47	38,90	57,63	8,70
FRIULI VENEZIA GIULIA	67,9	65,50	3,41	2,55	34,09	63,35	10,20
LIGURIA	67,0	63,74	4,82	2,42	21,11	76,46	12,50
EMILIA ROMAGNA	72,4	70,28	2,86	3,94	35,50	60,57	8,00
TOSCANA	67,7	64,77	4,30	3,24	31,02	65,74	9,00
UMBRIA	67,7	64,60	4,56	2,87	32,13	65,00	12,30
MARCHE	67,7	64,81	4,17	2,03	39,31	58,66	9,50
LAZIO	63,8	59,70	6,38	2,15	18,77	79,08	11,90
ABRUZZO	61,7	57,78	6,22	4,05	32,12	63,83	12,50
MOLISE	58,3	53,55	8,10	7,43	28,46	64,11	18,60
CAMPANIA	49,3	43,70	11,23	4,21	25,19	70,60	20,00
PUGLIA	52,6	46,66	11,17	8,85	26,09	65,05	16,40
BASILICATA	54,8	49,55	9,55	8,32	28,29	63,39	20,10
CALABRIA	50,6	44,88	11,24	10,94	18,78	70,29	26,90
SICILIA	51,3	44,57	12,96	8,13	19,52	72,35	21,40
SARDEGNA	58,6	52,77	9,88	6,28	22,78	70,95	19,40
ITALIA	62,5	58,66	6,09	3,98	30,16	65,86	12,10
ANCONA	68,6	66,16	3,45	1,76	32,56	65,68	7,80
ASCOLI PICENO	67,8	63,92	5,69	2,50	40,89	56,60	12,40
MACERATA	67,7	64,67	4,42	2,48	48,29	49,23	7,80
PESARO-URBINO	66,4	64,16	3,26	1,51	38,66	59,83	17,00

Grafico. Mercato del lavoro – Indice medio



Mercato del lavoro – Analisi fattoriale



### 3.9 Finanza locale e regionale

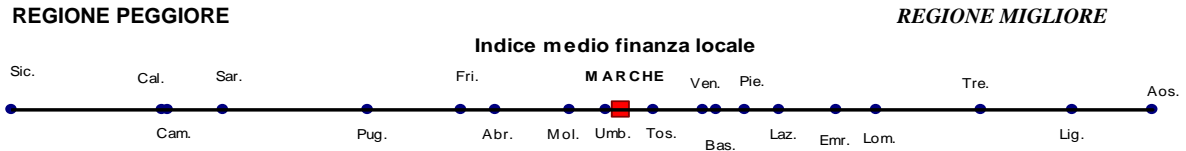
I risultati riferiti alle Amministrazioni Locali marchigiane appaiono in linea con le regioni settentrionali, all'interno di un quadro complessivo che offre la visione di un'Italia, che almeno su questo tema appare spaccata in due. L'elevato grado di autonomia finanziaria a qualsiasi livello è ancora elemento di solidità degli enti territoriali analizzati che, ovviamente presentano una minore dipendenza dai trasferimenti statali. La pressione finanziaria e tributaria a carico dei cittadini, così come nella precedente rilevazione, non appare particolarmente pesante, come invece sarebbe logico attendersi sulla base dello stretto legame tra autonomia e tasse locali. I dati dimostrano che in termini di rigidità strutturale ci sono stati ulteriori lievi passi in avanti, così come per quanto il grado di copertura delle spese correnti. Ancora poco positivo rimane invece il giudizio riferito all'Ente Regione, in quanto nelle Marche presenta una spesa pro-capite troppo bassa in settori come sanità, assistenza sociale ed istruzione, così come del resto avviene in molte realtà italiane.

Analisi fattoriale: le osservazioni considerate individuano in modo distinto due gruppi di regioni che occupano rispettivamente l'alto ed il basso dell'asse secondario (asse y). Da un lato le regioni del nord, ossia Veneto, Lombardia, Emilia Romagna e Piemonte, a cui si aggiungono le Marche, con amministrazioni locali in grado di far fronte alle risorse necessarie in modo adeguato ed efficiente, svincolandosi per quanto possibile da logiche di dipendenza dallo Stato e di "assistenzialismo amministrativo". Dall'altro Comuni, Province e spesso Regioni del sud con una rigidità strutturale ampiamente superiore alla media nazionale, più forte dipendenza dai trasferimenti e spesso un'incapacità latente a gestire nel modo migliore entrate ed uscite correnti.

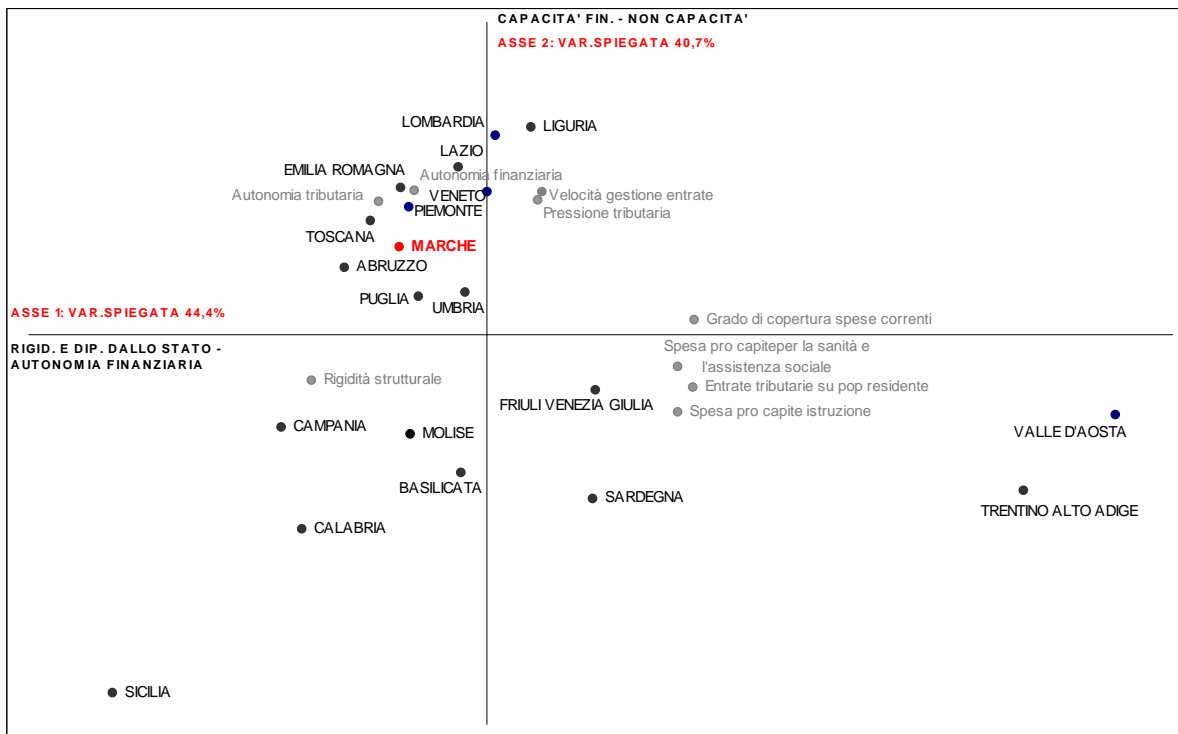
#### Finanza locale e regionale

Area	Autonomia finanziaria: Entrate proprie su totale entrate correnti	Autonomia tributaria: Entrate tributarie su totale entrate correnti	Pressione tributaria: Entrate tributarie su popolazione	Grado di copertura spese correnti: entrate correnti e per rimborso prestiti	Rigidità strutturale: Spesa per il personale su entrate correnti	Velocità gestione entrate: Entrate correnti accertate	Velocità gestione spese: Spese correnti pagate su spese correnti impegnate	Entrate tributarie su popolazione residente (euro)	Trasferimenti statali vincolati pro capite alle regioni (euro)	Spesa pro capite per la sanità e l'assistenza sociale (euro)	Spesa pro capite per l'istruzione (euro)	Investimenti diretti netti della regione all'estero in percentuale del PIL
PIEMONTE	84,1	61,83	511,99	92,15	32,57	71,32	76,13	1.904,18	140,60	1.653,87	115,56	1,03
VALLE D'AOSTA	44,0	26,40	446,30	110,15	26,98	60,94	83,20	7.404,80	336,51	2.684,04	889,34	0,06
LOMBARDIA	90,4	62,80	524,52	98,12	28,47	71,73	75,38	1.662,12	72,50	1.491,18	57,72	4,88
TRENTINO ALTO ADIGE	46,9	17,44	248,83	105,94	27,50	66,51	81,39	6.668,18	708,75	2.529,40	916,86	0,38
VENETO	86,4	64,40	479,94	92,99	29,13	73,76	78,60	1.657,59	191,05	1.587,50	108,93	0,73
FRIULI VENEZIA GIULIA	54,0	31,84	341,51	100,61	30,21	68,58	76,15	2.780,74	208,64	1.801,09	244,93	0,42
LIGURIA	82,0	61,18	671,63	98,23	31,94	72,39	76,57	1.774,79	929,17	1.913,08	80,85	1,11
EMILIA ROMAGNA	90,5	63,31	543,73	93,05	34,13	70,74	76,85	1.758,99	206,95	1.765,70	101,34	0,19
TOSCANA	86,4	57,92	524,14	90,69	33,00	69,02	75,59	1.796,97	199,00	1.619,20	72,84	0,30
UMBRIA	73,2	52,56	436,27	95,58	33,10	68,43	71,92	1.800,85	347,09	1.892,40	190,16	0,10
MARCHE	81,3	56,72	455,44	92,80	32,11	69,30	78,12	1.766,63	150,38	1.634,66	70,31	0,18
LAZIO	84,8	53,27	544,85	95,79	29,24	68,47	68,23	1.758,93	340,41	1.901,95	150,55	4,25
ABRUZZO	79,2	59,24	425,80	91,83	32,02	67,03	78,14	1.729,02	103,83	1.433,05	51,92	-0,23
MOLISE	63,9	44,55	355,82	97,84	33,04	49,93	76,55	1.808,98	809,19	1.868,32	112,47	1,70
CAMPANIA	62,2	46,18	362,07	93,69	34,30	55,13	68,08	1.521,66	380,30	1.371,98	86,53	0,29
PUGLIA	68,7	58,29	379,42	96,14	28,77	62,66	76,21	1.546,56	362,67	1.409,38	76,42	0,12
BASILICATA	55,1	39,04	291,04	96,95	33,51	58,05	76,78	1.858,74	2.108,78	1.856,81	377,11	0,03
CALABRIA	60,2	39,93	281,98	89,33	33,60	45,54	72,01	1.693,66	594,08	1.783,24	200,70	0,06
SICILIA	39,6	27,82	236,21	79,12	39,31	45,40	70,62	2.001,96	903,95	1.616,95	255,54	0,02
SARDEGNA	46,5	33,48	309,79	101,03	27,25	46,73	71,09	3.545,52	1.095,55	1.571,01	393,51	-0,04
ITALIA	74,8	52,32	445,57	93,62	31,59	66,70	74,08	1.896,17	364,80	1.633,97	140,28	1,90
ANCONA	85,6	58,53	526,01	91,25	30,19	69,85	77,37	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.d.
ASCOLI PICENO	80,0	57,65	434,68	94,62	31,49	68,81	78,96	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.d.
MACERATA	81,6	57,70	449,66	92,15	31,34	72,86	78,26	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.d.
PESARO-URBINO	76,5	52,49	403,56	93,83	36,45	65,74	78,18	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.d.

Finanza locale e regionale – Indice medio



Finanza locale e regionale – Analisi fattoriale



### 3.10 Credito

Il sistema creditizio nelle Marche risulta piuttosto sano, con poche situazioni critiche rispetto al risultato medio del Paese. Nel complesso l'indicatore medio guadagna una posizione rispetto ad anno fa, grazie ai miglioramenti nella riduzione del numero di fallimenti e protesti, nel rapporto tra impieghi e depositi, ed al mantenimento di un elevato livello nella distribuzione degli sportelli bancari. Si può osservare il valore raggiunto da alcune variabili tipiche del mercato del credito: la stessa dotazione di sportelli, ad esempio, dimostra che nelle Marche (7,8 sportelli ogni 10.000 abitanti), il sistema finanziario ha una buona diffusione capillare destinata ad avvicinare notevolmente banche e imprese (media Italia pari a 5,6). La stessa propensione all'investimento, presenta nella realtà marchigiana un valore decisamente importante (207,1%), in linea con le più importanti regioni del nord e comunque ampiamente al di

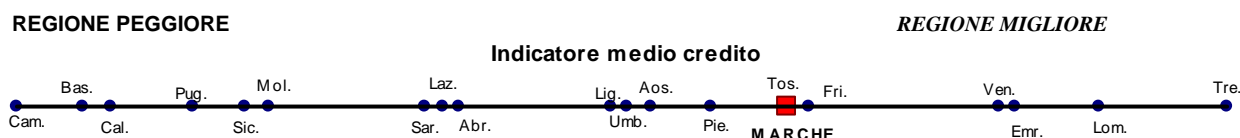
sopra della media nazionale (200,3%). Gli strumenti per valutare l'affidabilità e la solvibilità della clientela, la cui massima espressione è rappresentata dalle sofferenze, registra un risultato soddisfacente (4,01% degli impieghi), in lieve miglioramento rispetto alla situazione generale.

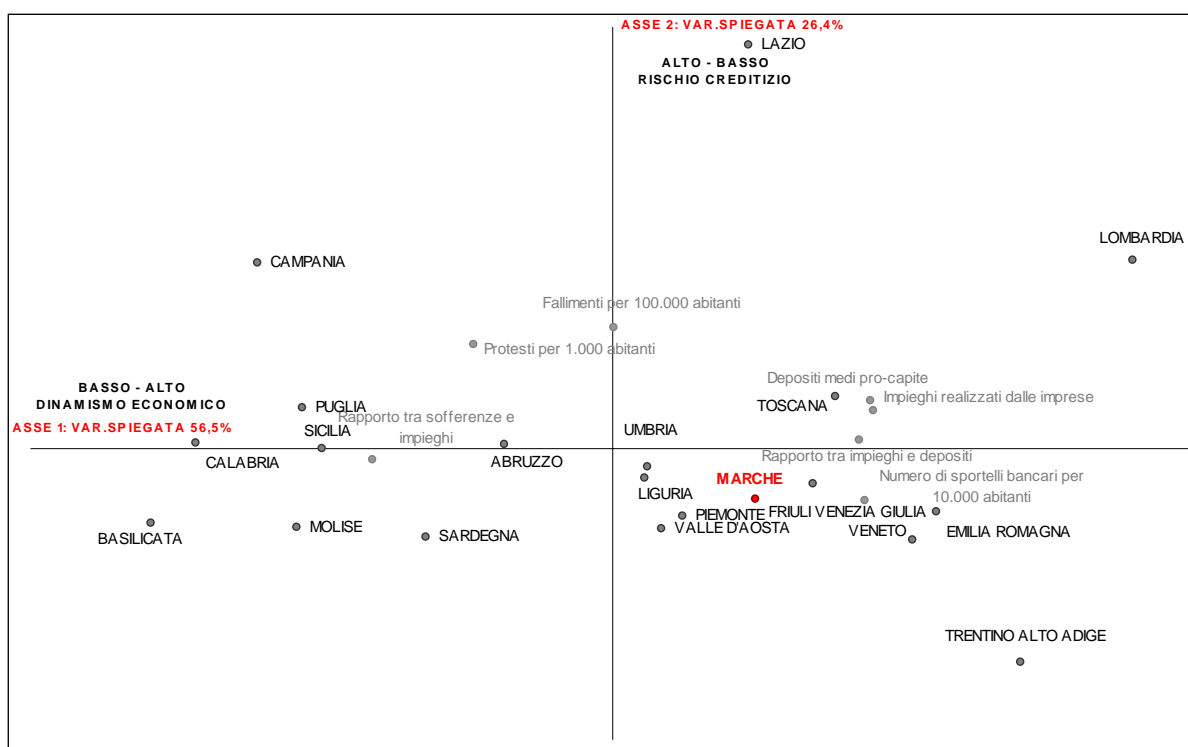
Analisi fattoriale: le variabili creditizie descrivono uno stretto legame con le dinamiche del mondo imprenditoriale, e da questo punto di vista l'analisi conferma il sostegno al trend economico locale. I preoccupanti risultati che provengono dalle realtà più disagiate del Paese dove le difficoltà delle aziende private sono palesi e dove la criminalità spesso ha il sopravvento, non appartengono di certo alle Marche, regione nella quale il consolidato rapporto banche - imprese appare sano e destinato, come è sottolineato anche nel corso di questa rilevazione, ad un costante miglioramento.

### Credito

Area	N° protesti ogni 1.000 abitanti	N° fallimenti ogni 100.000 abitanti	N° sportelli bancari ogni 10.000 abitanti	Depositi medi pro capite (in euro)	Rapporto % tra impieghi e depositi	Impieghi realizzati dalle imprese in rapporto alle imprese (in euro)	Rapporto tra le sofferenze complessive e gli impieghi
PIEMONTE	14,5	330,5	6,1	12.648,42	153,95	99.304,98	3,37
VALLE D'AOSTA	10,6	399,8	7,8	13.273,18	100,97	82.508,56	4,24
LOMBARDIA	28,2	449,2	6,8	21.972,13	256,81	270.216,87	1,35
TRENTINO ALTO ADIGE	5,9	162,6	9,6	15.753,75	219,82	149.425,40	1,84
VENETO	9,0	313,1	7,4	11.995,29	235,32	162.342,53	2,46
FRIULI VENEZIA GIULIA	11,3	418,8	7,8	14.429,84	155,83	124.470,16	2,49
LIGURIA	12,9	427,4	6,1	11.633,60	148,53	84.995,29	3,74
EMILIA ROMAGNA	15,8	297,3	8,3	14.872,24	206,59	178.499,46	2,91
TOSCANA	21,7	456,8	6,8	11.985,91	250,68	124.561,70	2,24
UMBRIA	24,6	359,0	6,5	9.491,96	192,30	99.753,55	4,70
<b>MARCHE</b>	<b>25,8</b>	<b>295,2</b>	<b>7,8</b>	<b>11.768,40</b>	<b>207,11</b>	<b>108.960,78</b>	<b>4,01</b>
LAZIO	47,5	705,1	4,9	18.445,94	179,35	204.925,40	4,94
ABRUZZO	30,9	340,1	5,3	9.161,92	157,39	77.914,13	5,61
MOLISE	23,8	294,3	4,5	8.071,87	107,41	50.186,10	12,68
CAMPANIA	41,8	543,9	2,8	6.859,45	111,07	58.396,61	7,26
PUGLIA	34,8	379,2	3,5	6.829,49	127,19	46.065,55	7,69
BASILICATA	26,4	309,1	4,3	5.853,90	116,27	42.517,83	20,00
CALABRIA	35,9	319,2	2,7	4.845,70	116,64	32.133,43	9,01
SICILIA	29,3	360,8	3,6	6.373,91	133,67	45.226,60	7,61
SARDEGNA	15,5	323,0	4,2	7.531,83	144,07	52.059,04	7,21
ITALIA	26,7	415,8	5,6	12.673,59	200,25	132.988,60	3,13
ANCONA	23,1	179,5	7,9	12.492,84	227,59	148.004,50	3,90
ASCOLI PICENO	26,7	380,4	7,0	9.554,89	197,90	81.022,72	5,22
MACERATA	26,3	191,0	7,5	12.622,29	194,17	79.349,91	3,68
PESARO-URBINO	27,8	441,7	8,6	12.413,68	199,68	124.588,84	3,51

### Credito – Indice medio





### 3.11 Dinamiche economiche

La situazione produttiva rilevata in questa occasione appare sostanzialmente in linea con quanto osservato un anno fa, anche se in alcuni casi si registrano dei sottili miglioramenti. L'indicatore medio conferma come punto di forza il tasso di imprenditorialità e la propensione all'esportazione mentre le variabili che ancora frenano la realtà marchigiana sono la poco rilevante spesa per impresa nella ricerca e sviluppo e la ridotta dinamicità imprenditoriale. Inoltre, inferiori alla media del Paese e quindi alla maggior parte delle regioni ad alta intensità produttiva, sono risultati i consumi medi di energia elettrica per impresa, che spesso sono uno strumento utile per individuare le potenzialità di sviluppo di un sistema economico. Non dimentichiamo, a parziale spiegazione di questo risultato, che le imprese marchigiane sono generalmente di dimensione limitata e per questo non necessitano di grossi investimenti per operare.

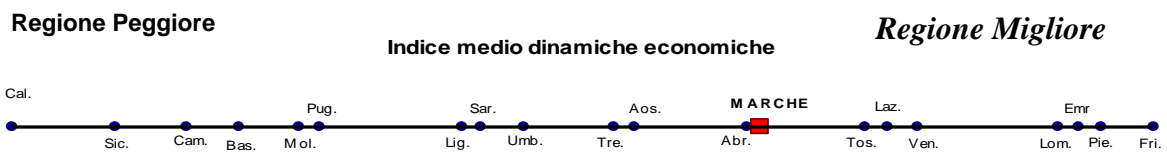
Analisi fattoriale: il sistema delle imprese appare solido e forte da un punto di vista strutturale ma soffre in termini di dinamica. L'analisi che deriva dalla valutazione di tutti gli indicatori osservati porta ad accostare le Marche a regioni come Trentino Alto Adige, Valle d'Aosta e Veneto, realtà dove la piccola impresa ha senza dubbio una tradizione forte ma allo stesso tempo impone al sistema economico complessivo inferiori capacità di avanzamento. Lo stesso aspetto tocca anche Friuli Venezia Giulia ed Emilia Romagna, ma in questo caso gli effetti sono meno evidenti. In questa fase, del resto, sembra che il vi sia un generale aumento delle distanze tra regioni come le Marche a connotazione industriale di piccola dimensioni e la Lombardia ed il Piemonte notoriamente sedi della grande industria.



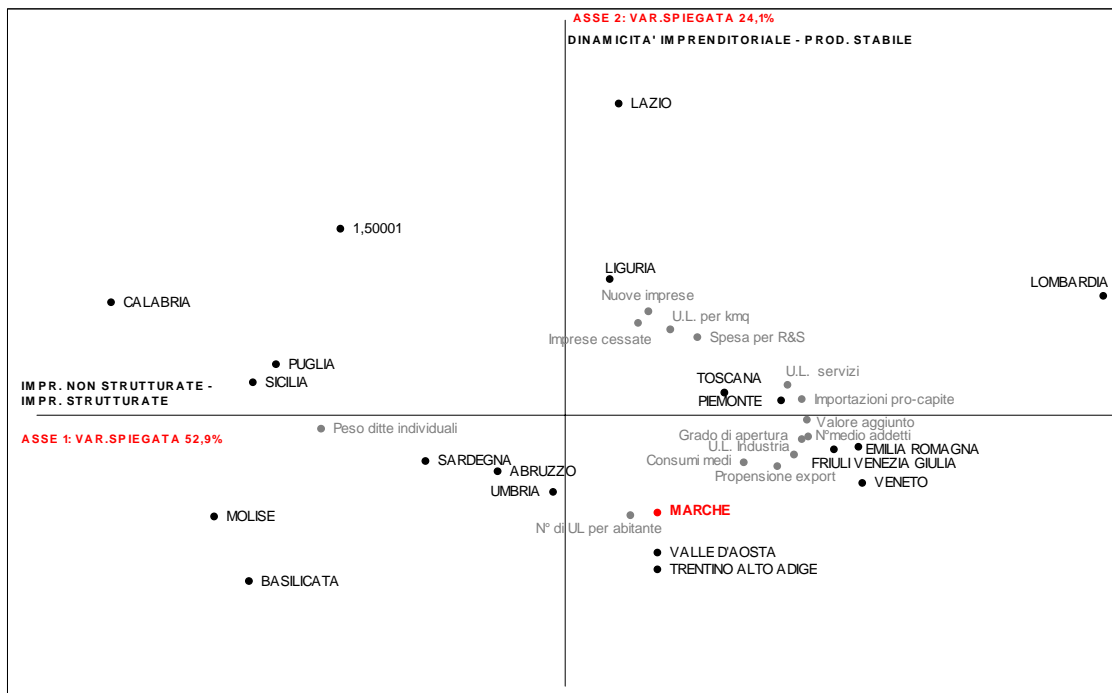
## Dinamiche economiche

Area	Valore aggiunto su popolazione residente	N° unità locali per kmq.	Peso % ditte individuali sul totale	N° medio di addetti per unità locale	N° di unità locale ogni 100 abitanti	Nuove imprese iscritte sulle attive ad inizio anno	Imprese cessate sulle attive ad inizio anno	Unità locali dell'industria sul totale imprese	Unità locali dei servizi sul totale imprese	Spesa per ricerca&sviluppo media per unità locale (euro)	Consumi medi per impresa di energia elettrica (migliaia di kwh)	Propensione all'esportazione 2005 (% su PIL)	Rapporto % tra la somma di importazioni ed esportazioni e il PIL	Importazioni pro capite in euro
PIEMONTE	25.090,2	16,36	65,14	3,88	9,55	8,46	8,32	23,68	55,89	5.173,69	52,51	33,3	59,3	6.622,97
VALLE D'AOSTA	26.862,0	3,92	62,95	3,28	10,25	7,72	7,34	25,42	62,56	1.027,07	62,37	25,9	42,0	4.342,09
LOMBARDIA	30.023,1	33,91	53,15	4,04	8,48	8,98	9,71	26,90	65,63	3.734,31	68,95	34,9	80,9	13.948,58
TRENTINO ALTO ADIGE	28.115,7	7,49	66,53	3,79	10,25	6,34	6,55	21,51	61,01	2.383,14	59,83	21,7	42,5	5.904,16
VENETO	27.249,4	25,01	61,77	3,95	9,64	7,66	7,90	26,45	58,64	1.952,58	67,67	36,2	65,5	8.036,17
FRIULI VENEZIA GIULIA	26.055,8	12,87	64,23	4,05	8,34	6,94	8,94	23,63	60,76	3.776,60	85,89	38,6	59,4	5.482,94
LIGURIA	23.790,8	25,87	64,71	3,22	8,72	8,53	8,66	20,37	65,03	3.482,13	30,84	12,3	37,9	6.042,43
EMILIA ROMAGNA	28.195,0	19,42	60,95	3,88	10,17	8,37	8,27	25,65	61,28	3.366,61	51,44	38,2	62,0	6.758,99
TOSCANA	24.813,4	15,64	61,72	3,33	9,88	8,91	9,05	26,32	60,12	2.934,89	44,94	28,6	49,9	5.391,90
UMBRIA	21.883,9	9,79	64,75	3,39	9,48	7,52	7,40	23,22	55,99	2.081,11	62,54	18,8	33,7	3.281,46
<b>MARCHE</b>	<b>22.981,9</b>	<b>16,58</b>	<b>66,08</b>	<b>3,66</b>	<b>10,46</b>	<b>7,78</b>	<b>7,87</b>	<b>25,51</b>	<b>54,37</b>	<b>1.365,44</b>	<b>37,62</b>	<b>34,7</b>	<b>55,2</b>	<b>4.720,14</b>
LAZIO	27.333,2	22,16	68,51	3,45	6,94	11,79	8,96	15,94	62,13	6.375,26	41,65	8,8	28,3	5.338,09
ABRUZZO	18.565,3	12,18	72,77	3,36	10,04	7,74	8,07	19,92	51,09	2.553,17	41,54	29,8	47,2	3.267,90
MOLISE	17.422,7	7,37	80,55	2,93	10,22	6,32	7,84	16,77	44,62	1.087,33	37,18	11,4	19,0	1.314,31
CAMPANIA	14.698,6	33,87	65,93	2,88	7,95	8,53	8,79	14,93	51,52	2.898,11	24,64	10,9	22,4	1.702,10
PUGLIA	15.242,2	17,59	79,25	2,91	8,37	7,95	8,46	16,56	48,77	1.571,85	40,39	11,7	25,4	2.059,85
BASILICATA	16.811,0	5,54	81,46	3,12	9,37	5,63	6,21	16,14	44,71	1.475,03	43,29	11,7	32,1	1.777,50
CALABRIA	14.585,2	10,28	80,25	2,51	7,76	8,00	9,32	15,35	50,03	1.000,65	20,45	1,4	3,8	342,42
SICILIA	14.727,9	15,35	78,92	2,75	7,86	7,47	7,22	14,36	47,09	2.396,44	33,04	12,8	37,2	3.610,28
SARDEGNA	17.729,5	6,23	73,37	2,99	9,05	7,53	8,16	17,67	51,31	1.721,27	63,84	16,1	42,7	4.688,78
ITALIA	23.030,8	17,17	65,85	3,52	8,75	8,43	8,51	21,36	57,18	3.253,25	47,82	25,7	49,8	6.109,85
ANCONA	25.438,6	21,78	64,41	4,16	9,05	7,93	7,92	23,79	61,56		58,97	38,4	62,7	6.454,83
ASCOLI PICENO	22.045,0	20,07	67,01	3,35	10,95	7,25	6,87	26,11	51,10		29,57	41,4	68,4	6.726,79
MACERATA	21.742,3	13,35	69,82	3,43	11,71	7,13	9,41	25,05	48,99		29,89	25,7	37,5	2.532,92
PESARO-URBINO	21.916,3	13,66	63,36	3,59	10,67	8,77	7,43	27,14	55,17		30,58	26,0	35,3	2.327,73

### Dinamiche economiche – Indice medio



### Grafico. Dinamiche economiche – Analisi fattoriale



### 3.12 Artigianato e piccola impresa

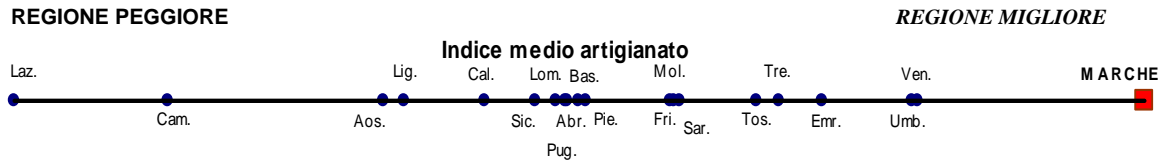
La realtà marchigiana dimostra ancora una volta la sua caratteristica connotazione imprenditoriale fatta di artigianato e piccole imprese. A conferma della sua leadership incontrastata nel comparto, rilevato già nel precedente rapporto, gran parte degli indicatori considerati vedono le Marche primeggiare in senso assoluto. Abbiamo potuto osservare inoltre, come l'indicatore medio non solo conferma la supremazia, ma evidenzia un incremento delle distanze dalle regioni che seguono. Non è difficile evidenziare quali siano le variabili che giustificano tale posizionamento nella graduatoria regionale, visto che quasi tutti gli indicatori proiettano la realtà marchigiana al vertice. L'incidenza del valore aggiunto dell'artigianato sul totale, la capacità occupazionale del comparto stesso ed il peso del manifatturiero nell'artigianato locale sono i veri cavalli di battaglia di una realtà imprenditoriale che certamente non si scopre ora. Quanto emerge dalla nostra analisi è invece che la specializzazione nei settori delle costruzioni e dei servizi non appartiene al mondo artigianale marchigiano, specializzazioni che viceversa sono nel primo caso riferite a Valle d'Aosta, Liguria, Piemonte e Trentino Alto Adige, nel secondo a Sicilia, Basilicata, Lazio e Sardegna.

**Analisi fattoriale:** un risultato importante sulla collocazione delle Marche rispetto al resto del Paese si ottiene affrontando l'argomento artigianato e piccola impresa attraverso l'esame delle variabili considerate con l'analisi fattoriale. Le componenti principali rimangono esattamente quelle di un anno fa, forte presenza del manifatturiero da una parte (asse y), produzione legata all'artigianato e distante dai servizi (asse x), dall'altra. Questa combinazione conferma le Marche ai vertici del panorama artigiano nazionale, ciò proietta la realtà marchigiana all'estremo del I quadrante (in alto a destra), in un contesto isolato, se vogliamo, quindi ancora difficilmente attaccabile nel breve periodo.

#### Artigianato e piccola impresa

Area	% Imprese artigiane attive / totale imprese attive	% v. a. artigianato su totale v.a.	Capacità occ. Artigianato: Rapporto tra addetti unità locali artigiane ed addetti complessivi	Tasso imprenditorialità artigianato: Numero di imprese artigiane ogni 100 abitanti	Dimensione media impresa: Numero di addetti alle imprese per impresa artigiana	Unità locali manifatturiere sul totale unità artigiane	Unità locali costruzioni sul totale unità artigiane	Unità locali dei servizi sul totale unità artigiane
PIEMONTE	32,8	13,6	20,54	3,13	2,44	26,70	43,76	18,46
VALLE D'AOSTA	32,9	11,0	22,52	3,37	2,33	19,29	53,97	15,42
LOMBARDIA	33,3	11,4	18,95	2,82	2,62	27,85	41,46	19,53
TRENTINO ALTO ADIGE	26,8	15,3	22,14	2,75	2,77	27,18	42,15	19,36
VENETO	32,0	15,0	25,45	3,09	3,00	30,99	40,54	17,74
FRIULI VENEZIA GIULIA	30,9	12,9	21,13	2,57	2,77	27,23	41,36	19,38
LIGURIA	32,9	12,2	19,16	2,87	2,14	22,95	45,63	19,60
EMILIA ROMAGNA	34,6	15,1	23,59	3,52	2,71	27,15	42,17	20,37
TOSCANA	32,9	14,2	25,30	3,25	2,66	31,29	42,22	15,45
UMBRIA	30,0	16,0	27,73	2,85	2,81	28,90	40,25	18,38
<b>MARCHE</b>	<b>32,5</b>	<b>17,9</b>	<b>30,00</b>	<b>3,40</b>	<b>2,98</b>	<b>34,26</b>	<b>35,58</b>	<b>18,81</b>
LAZIO	26,1	5,9	10,90	1,81	1,90	24,60	36,80	24,03
ABRUZZO	27,6	12,5	21,82	2,77	2,39	27,55	37,19	20,87
MOLISE	23,6	13,6	25,11	2,41	2,31	26,12	38,35	22,19
CAMPANIA	16,6	8,0	13,53	1,32	2,01	32,66	28,42	21,79
PUGLIA	23,1	11,8	21,48	1,93	2,27	30,62	33,59	22,09
BASILICATA	22,1	10,9	22,44	2,07	2,26	28,24	34,72	24,14
CALABRIA	24,2	11,3	21,02	1,88	1,93	31,73	30,71	23,59
SICILIA	21,8	11,3	20,35	1,71	2,00	32,61	29,62	24,85
SARDEGNA	28,5	13,1	23,24	2,58	2,25	27,68	38,24	23,41
ITALIA	28,6	12,0	20,69	2,51	2,51	28,83	39,03	20,11
ANCONA	29,1	14,0	23,31	2,64	3,08	31,21	35,74	20,80
ASCOLI PICENO	33,7	21,0	34,67	3,69	3,02	38,45	31,68	18,55
MACERATA	32,0	19,5	32,70	3,75	2,94	35,89	36,37	16,62
PESARO-URBINO	35,4	18,7	31,94	3,77	2,89	31,34	38,72	19,18

Artigianato e piccola impresa – Indice medio



Artigianato e piccola impresa – Analisi fattoriale



## Bibliografia

- Anandam B. T., Integrated Report in Benchmarking for competitiveness building: case studies – report of the APO survey on benchmarking, Tokyo, Asian Productivity Organization, 2001.
- Beretta – Dossi, Il benchmarking dei processi amministrativi: metodologie di analisi, misurazione e confronto, Milano, Egea, 1999.
- Camp, Benchmarking: come analizzare le prassi delle aziende migliori per diventare i primi, Milano, Itaca, 1989, traduzione di: Benchmarking. The search for industry best practices that lead to superior performance.
- Centro Studi CGIA Mestre, L'Italia in cifre. Le regioni a confronto. Adnkronos Libri. 2002
- Centro Studi Sintesi, Il ruolo delle Marche in Italia, Settembre 2006.
- Commissione europea, Indicateurs Structurels. Mise à jour de l'Annexe statistique (annexe 1) du Rapport 2005 de la Commission au Conseil européen de Printemps. Bruxelles, 11 Mars 2005.
- Cook, Guida pratica al benchmarking: come creare un vantaggio competitivo, edizione italiana a cura di Piercarlo Ceccarelli, Milano, Angeli, 1996.
- Croce, Corazzi, Fioravanti, Il benchmarking a supporto delle decisioni economiche di breve periodo nelle aziende sanitarie. 2004
- Cross – Iqbal, The Rank Xerox experience: benchmarking ten years on, in Benchmarking: theory and practice, edito da Asbjorn Rolstadas, Londra, Chapman & Hall, 1995.
- Del Colle, Esposito, Economia e statistica per il territorio. Introduzione all'analisi operativa delle economie locali. Franco Angeli. 2000
- Dipartimento per le Politiche di Sviluppo, Ministero dell'Economia e delle Finanze, Rapporto annuale del DPS 2004, indicatori economici regionali. 2004
- EUROSTAT, The Social Situation in The European Union 2002. Luxemburg: Office for Official Publications of The European Communities. famiglia in Italia. "Temi di discussione del servizio Studi" n. 390, Roma Banca d'Italia. 2000, 2001 e 2002
- Fabbris, Statistica multivariata. Analisi esplorativa dei dati. McGraw-Hill. 1997
- IRES, Sistema degli indicatori sociali regionali. <http://www.ires.piemonte.it/>
- ISTAT, Demos. Sistema di Indicatori Sociali Provinciali. Dipartimento di statistiche sociali. Gennaio 2001.
- ISTAT, Indicatori socio-sanitari regionali. 2° edizione. 2001
- ISTAT, Rapporto annuale. Anno 2000. Cap. 4-5-6. Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato: Roma.
- ISTAT, Indicatori regionali politiche dello sviluppo. Indicatori di "contesto chiave" e variabili di "rottura" per la valutazione del Quadro Comunitario di Sostegno 2000-2006. marzo 2002
- ISTAT, La situazione del Paese nel 2001. Cap. 3-4-5., Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato: Roma. 2002
- Istituto Guglielmo Tagliacarne - Unioncamere, L'atlante della competitività delle province. <http://www.unioncamere.it/atlante/index.htm>. Aggiornato a settembre 2005.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), Statistiques, données et indicateurs. Territorial Database. 2004
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), Indicateurs démographiques. Total Population for OECD Countries. 2005
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), Panorama de la société 2005 : Indicateurs sociaux de l'OCDE
- Regione Abruzzo, Magellano. La statistica on line. L'Abruzzo in Italia: Quale posto in graduatoria?.
- Sargiacomo, Il benchmarking nell'azienda comune: profilo economico-aziendale, approccio metodologico, sistema di rating delle condizioni di successo e spunti di riflessione delle ricerche, Torino, Giappichelli, 2000.
- Unione Europea, Ministero delle Politiche e delle Finanze, Dipartimento per le Politiche di Sviluppo, Quadro Comunitario di Sostegno per le Regioni italiane dell'Obiettivo 1.2000-2006. Dicembre 2004.

**UBI**  **Banca Popolare  
di Ancona**

  
**Confartigianato**  
MARCHE  
Federazione Regionale

**Confederazione Nazionale**  
*dell'Artigianato e della Piccola  
e Media Impresa*  
Marche



 **Istat**

**SYSTEMA**  
  
Centro Studi

  
**sintesi**  
centro studi