

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



TRENDMARCHE

OSSERVATORIO INTEGRATO SULL'ARTIGIANATO E LA PICCOLA IMPRESA

2017/I



Comitato scientifico Trend Marche

Nunzio Tartaglia (UBI - Banca)
Ilario Favaretto (Università Carlo Bo di Urbino)
Gian Luca Gregori (Università Politecnica delle Marche)
Giorgio Cippitelli (Confartigianato Marche)
Otello Gregorini (Cna Marche)

Segreteria organizzativa

CONFARTIGIANATO IMPRESE MARCHE
Via Fioretti 2/a, Ancona - Tel. 071 2900134
e-mail: segreteria@confartigianato-marche.it
CNA MARCHE
Via Totti 4, Ancona
Tel. 071 286091 - e-mail: studi@marche.cna.it

Realizzato nel mese di gennaio 2018

INDICE

Osservatorio Congiunturale TRENDMARCHE	3
1. L'economia nel 2017	4
2. Le indicazioni di TrendMarche in sintesi	7
3. Le indicazioni dell'osservatorio congiunturale di TrendMarche. La congiuntura della piccola impresa marchigiana	9
3.1 La dinamica semestrale dei ricavi	9
3.2 La dinamica trimestrale dei ricavi	11
4. Le dinamiche settoriali a confronto	12
5. Le dinamiche territoriali	20
Caratteristiche metodologiche dell'osservatorio congiunturale	25
FOCUS – Quali servizi per quali imprese: traiettorie evolutive per una nuova competitività	30
1. Introduzione	32
2. Quali trasformazioni nel mondo associativo: i perché di un'offerta 4.0	33
3. Quali servizi 4.0 per quali imprese	35
4. Alcune riflessioni per "i focus group"	40
Riferimenti e fonti dati	40

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 (CNA MARCHE)

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 (Sixtema spa)
Analisi economica dei dati e redazione dei testi di commento a cura di Gabriele Di Ferdinando e Giovanni Dini (Centro studi Sistema)

1. L'economia nel 2017

Secondo il recente rapporto "L'economia delle Marche. Aggiornamento congiunturale" della Banca d'Italia, "la ripresa ciclica, rafforzatasi in Italia nei primi nove mesi del 2017, risulta nelle Marche ancora debole e incerta. Dall'agosto 2016 l'attività economica è inoltre ostacolata dalle conseguenze degli eventi sismici che hanno colpito una vasta porzione del territorio regionale: l'operatività delle imprese più vicine agli epicentri ha risentito del ridotto afflusso turistico e, più in generale, delle difficoltà logistiche provocate dal sisma. Un contributo alla ripresa dell'economia regionale potrà venire dall'avvio dei cantieri per la ricostruzione: è attualmente in corso la fase di smaltimento delle macerie, propedeutica a quella della ricostruzione. In tutti i settori le aspettative a breve termine delle imprese regionali sono improntate a ottimismo" (cfr. pag. 5).

Dunque **gli effetti del terremoto** sono valutati come evidenti ma non ancora quantificati; turismo e logistica sono indicati come i comparti che più hanno risentito; il primo aspetto è settoriale ma non si può dire sia confinato all'area cratere; pare che del terremoto abbia risentito tutto il sistema turistico della regione, non in termini di perdite ma di mancata crescita. Il secondo aspetto è trasversale a tutti i settori dell'economia e risulta ancor più difficile da valutare nei suoi effetti.

"Nei primi nove mesi del 2017 l'attività nel settore industriale è cresciuta in misura assai debole, frenata dal comparto della moda ma sostenuta, anche grazie al buon andamento delle esportazioni, dalla meccanica. La ripresa non si manifesta ancora tra le imprese di minore dimensione. Il processo di accumulazione del capitale si sta gradualmente rafforzando, ma rimane modesto se confrontato con l'andamento del periodo pre-crisi."

"**Nelle costruzioni** tarda il riavvio della produzione: il comparto beneficia degli interventi di ristrutturazione edilizia favoriti dagli incentivi fiscali, ma manca l'apporto delle nuove costruzioni. L'ampio stock d'invenduto, pur in graduale assorbimento, continua a frenare l'attività e a imprimere pressioni al ribasso sui prezzi. Il quadro congiunturale mostra segnali di miglioramento nel terziario." (ivi)

Il mercato del lavoro regionale mostra segnali di miglioramento all'inizio della seconda metà del 2017: il tasso di attività in moderata crescita (da 69,0% nel II trimestre 2017 a 69,8% nel III trimestre) indica che la partecipazione al mercato del lavoro sta crescendo e che persone in età lavorativa si aggiungono a quelle che lavorano o cercano occupazione: ciò avviene per effetto della ripresa, che con l'aumento del tasso di occupazione (da 61,4% a 62,9%) e la diminuzione del tasso di disoccupazione (da 11,15 a 9,7%) induce figure in precedenza scoraggiate a riproporsi sul mercato del lavoro. Non si tratta di un fenomeno omogeneo tra la popolazione in età lavorativa: il calo degli inattivi "scoraggiati" (che non cercano attivamente lavoro ma sarebbero disponibili a lavorare) si registra solo tra gli uomini (-7.061) mentre tra le donne si registra una forte crescita (+5.486). Questo atteggiamento tra la componente femminile è legato alla seppur lieve diminuzione delle occupate (-769, pari al -0,3%).

La ripresa dell'attività manifatturiera ha un ruolo trainante per la ripresa occupazionale come si vede dalla crescita in percentuale dell'occupazione manifatturiera (+7,5%) più che doppia rispetto alla crescita dell'occupazione complessiva (+3,0%).

E' importante registrare che anche l'occupazione del settore costruzioni è in ripresa, seppur modesta (+687 occupati, pari al +2,1%). Anche questo settore sembra avere avviato una fase di riavvio, probabilmente anche per effetto delle attività legate all'emergenza post-sisma e all'avvio della ricostruzione. Ma se da un lato gli effetti del terremoto sembrano stimolare la ripresa del settore costruzioni, probabilmente siamo di fronte ad effetti contrari e negativi per quanto riguarda i servizi del commercio e del turismo (alberghi e ristorazione): in questo caso la diminuzione degli occupati è rilevante (-10.772 occupati pari al -8,8%).

Con riferimento alla demografia d'impresa, nei 12 mesi tra novembre 2016 e novembre 2017, il tessuto delle imprese attive s'impoverisce nelle Marche di 857 unità. La perdita di imprese del primario, delle attività manifatturiere, delle costruzioni e del commercio, ma anche del trasporto e magazzinaggio, delle attività finanziarie e assicurative, non viene compensata dalla crescita delle imprese del terziario avanzato e dei servizi alle famiglie e alle persone. Questo avviene nelle tre province di Ancona, Fermo e Pesaro e Urbino. Al contrario, nelle province di Macerata e Ascoli Piceno il tessuto delle imprese attive si ispessisce.

IMPRESE ATTIVE - variazioni assolute e percentuali nel periodo novembre 2016 novembre 2017

Evidenziate le **diminuzioni** e gli **aumenti** assoluti e % di imprese attive

	AN	AP	FM	MC	PU	MARCHE	AN	AP	FM	MC	PU	MARCHE
A Agricoltura, silvicoltura pesca	-156	-77	-157	-111	-156	-657	-2,3	-1,9	-4,3	-1,4	-2,8	-2,4
B Estrazione minerali da cave e miniere	0	0	0	-2	1	-1	0,0	0,0	0,0	-11,8	5,6	-1,3
C Attività manifatturiere	-46	-4	-86	-56	-17	-209	-1,1	-0,2	-2,2	-1,3	-0,4	-1,1
D Fornitura energia elettr., gas,...	-13	7	1	0	5	0	-8,1	6,7	2,3	0,0	7,6	0,0
E Fornitura acqua; reti fognarie,...	1	4	3	-1	1	8	1,4	7,0	10,3	-1,6	1,4	2,7
F Costruzioni	-74	-17	-90	27	-139	-293	-1,3	-0,6	-4,0	0,6	-2,7	-1,4
G Commercio ingr. e dett.; riparaz. autov...	-87	2	-122	97	-110	-220	-0,8	0,0	-2,8	1,2	-1,3	-0,6
H Trasporto e magazzinaggio	-31	-5	-18	-23	-13	-90	-2,6	-0,9	-5,4	-3,0	-1,1	-2,3
I Attività dei servizi di alloggio e di ristor.	7	5	1	-9	-1	3	0,3	0,3	0,1	-0,5	0,0	0,0
J Servizi di informazione e comunicazione	11	31	2	21	17	82	1,3	6,3	0,7	3,7	3,2	3,0
K Attività finanziarie e assicurative	4	2	-18	-12	-1	-25	0,4	0,5	-5,3	-1,6	-0,2	-0,8
L Attività immobiliari	12	9	4	51	-25	51	0,6	1,2	0,7	3,9	-1,1	0,7
M Attività professionali, scientifiche e tecn.	21	47	6	47	64	185	1,4	6,8	1,0	4,9	5,5	3,8
N Noleggio, ag.viaggio, serv.supporto impr.	36	32	14	32	39	153	3,3	5,2	3,5	3,8	5,1	4,1
P Istruzione	0	-2	8	10	6	22	0,0	-2,2	19,5	8,3	5,8	4,1
Q Sanità e assistenza sociale	7	3	7	8	2	27	2,7	2,6	7,9	5,2	1,1	3,3
R Attività artistiche, sportive, intrattenim.	6	12	-2	9	34	59	1,0	2,9	-0,8	2,1	7,3	2,8
S Altre attività di servizi	14	-5	-11	11	15	24	0,7	-0,5	-1,3	0,7	1,0	0,4
X Imprese non classificate	9	7	-1	3	6	24	100,0	58,3	-33,3	75,0	54,5	61,5
Totale	-279	51	-459	102	-272	-857	-0,7	0,2	-2,4	0,3	-0,8	-0,6

	AN	AP	FM	MC	PU	MARCHE	Emilia R.	Veneto	Toscana	ITALIA
A Agricoltura, silvicoltura pesca	-2,3	-1,9	-4,3	-1,4	-2,8	-2,4	-1,9	-0,8	-1,0	-0,5
B Estrazione minerali da cave e miniere	0,0	0,0	0,0	-11,8	5,6	-1,3	-9,8	-2,8	-1,0	-1,9
C Attività manifatturiere	-1,1	-0,2	-2,2	-1,3	-0,4	-1,1	-1,7	-0,9	-0,9	-1,1
D Fornitura energia elettr., gas,...	-8,1	6,7	2,3	0,0	7,6	0,0	2,5	3,6	-0,2	3,6
E Fornitura acqua; reti fognarie,...	1,4	7,0	10,3	-1,6	1,4	2,7	0,0	-2,9	-2,8	0,3
F Costruzioni	-1,3	-0,6	-4,0	0,6	-2,7	-1,4	-1,6	-1,6	-1,8	-1,0
G Commercio ingr. e dett.; riparaz. autov...	-0,8	0,0	-2,8	1,2	-1,3	-0,6	-1,2	-0,8	-1,2	-0,6
H Trasporto e magazzinaggio	-2,6	-0,9	-5,4	-3,0	-1,1	-2,3	-1,7	-0,9	-0,5	-0,7
I Attività dei servizi di alloggio e di ristor.	0,3	0,3	0,1	-0,5	0,0	0,0	0,7	0,8	1,3	1,6
J Servizi di informazione e comunicazione	1,3	6,3	0,7	3,7	3,2	3,0	0,5	1,3	1,9	1,3
K Attività finanziarie e assicurative	0,4	0,5	-5,3	-1,6	-0,2	-0,8	0,5	1,5	0,9	0,8
L Attività immobiliari	0,6	1,2	0,7	3,9	-1,1	0,7	-1,0	-0,6	-0,9	-0,1
M Attività professionali, scientifiche e tecn.	1,4	6,8	1,0	4,9	5,5	3,8	1,5	2,5	1,6	2,3
N Noleggio, ag.viaggio, serv.supporto impr.	3,3	5,2	3,5	3,8	5,1	4,1	3,4	3,5	3,7	3,2
P Istruzione	0,0	-2,2	19,5	8,3	5,8	4,1	4,1	3,6	4,3	2,5
Q Sanità e assistenza sociale	2,7	2,6	7,9	5,2	1,1	3,3	4,1	3,8	3,6	3,7
R Attività artistiche, sportive, intrattenim.	1,0	2,9	-0,8	2,1	7,3	2,8	1,1	3,8	1,7	2,6
S Altre attività di servizi	0,7	-0,5	-1,3	0,7	1,0	0,4	1,0	1,0	0,8	1,3
X Imprese non classificate	100,0	58,3	-33,3	75,0	54,5	61,5	12,6	15,9	28,9	20,7
Totale	-0,7	0,2	-2,4	0,3	-0,8	-0,6	-0,8	-0,3	-0,5	0,0

Fonte: ns.elab. su dati Infocamere

In particolare, nella provincia di Macerata le imprese attive aumentano di numero anche nel settore delle costruzioni, nel commercio, nelle attività immobiliari, oltre che nelle altre attività di servizio che registrano in tutta la regione una crescita.

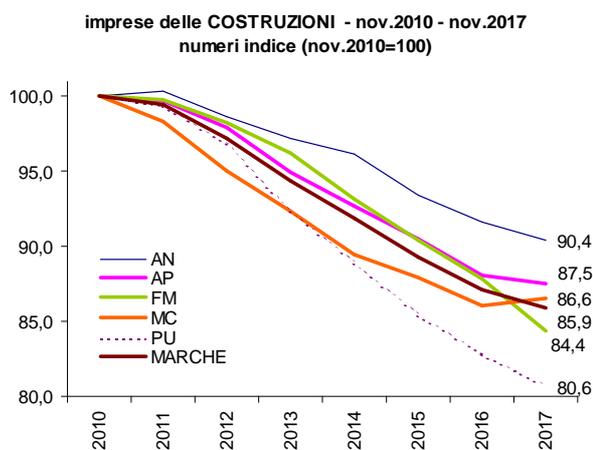
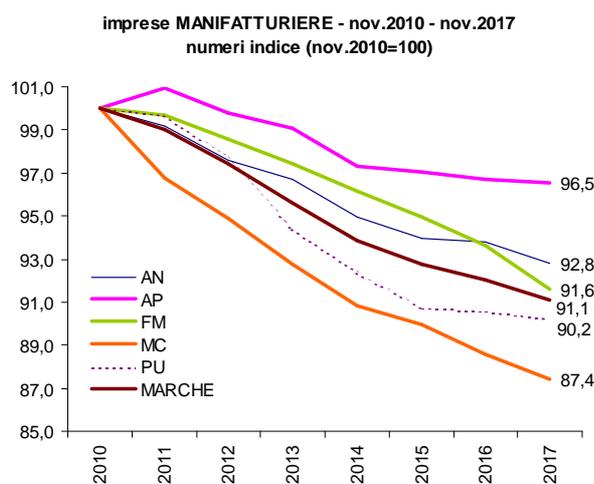
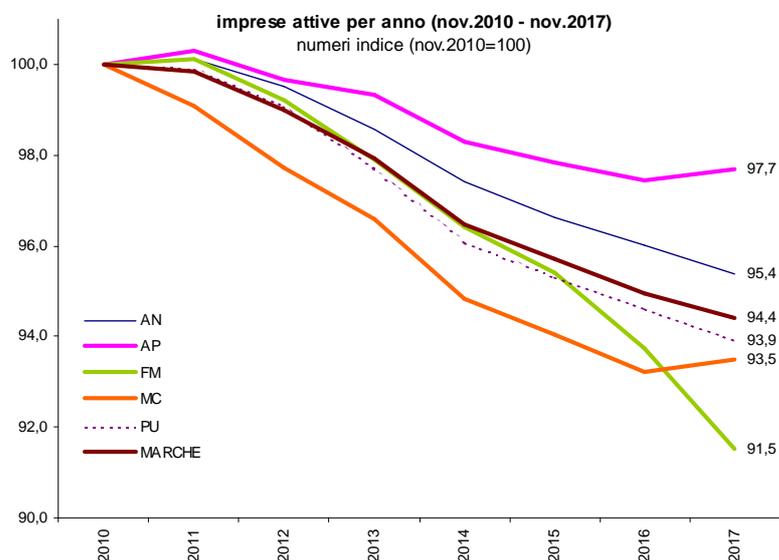
Nella provincia di Ascoli Piceno si registra, in particolare, oltre che una sostanziale tenuta nel numero delle imprese attive nelle produzioni manifatturiere (-0,2%), nelle costruzioni (-0,6%) e nel commercio (+0,0%), anche un deciso aumento delle imprese attive nei *Servizi di informazione e comunicazione*, nelle *Attività professionali, scientifiche e tecnologiche*, nel *Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese*.

Nel corso del periodo 2010-2017 (considerando i dati al 30 novembre di ogni anno) le imprese attive sono diminuite di quasi 9mila unità in tutta la regione (-5,6%) e la diminuzione ha interessato tutte le province ma in modo assai differenziato: mentre la provincia di Ascoli Piceno ha perduto il 2,3% delle imprese attive, quella di Fermo ha registrato una diminuzione dell'8,5%.

Imprese attive al 30 novembre di ogni anno per provincia

valori assoluti	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AN	42.592	42.639	42.390	41.989	41.485	41.149	40.901	40.622
AP	21.510	21.575	21.439	21.365	21.143	21.045	20.961	21.012
FM	20.576	20.600	20.414	20.147	19.835	19.631	19.287	18.828
MC	37.197	36.854	36.351	35.927	35.271	34.983	34.679	34.781
PU	37.892	37.857	37.544	37.028	36.407	36.115	35.855	35.583
MARCHE	159.767	159.525	158.138	156.456	154.141	152.923	151.683	150.826
numeri indice	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AN	100,0	100,1	99,5	98,6	97,4	96,6	96,0	95,4
AP	100,0	100,3	99,7	99,3	98,3	97,8	97,4	97,7
FM	100,0	100,1	99,2	97,9	96,4	95,4	93,7	91,5
MC	100,0	99,1	97,7	96,6	94,8	94,0	93,2	93,5
PU	100,0	99,9	99,1	97,7	96,1	95,3	94,6	93,9
MARCHE	100,0	99,8	99,0	97,9	96,5	95,7	94,9	94,4

Fonte: ns.elab. su dati Infocamerie



Imprese MANIFATTURIERE attive al novembre di ogni anno

val.assoluti	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AN	4.691	4.652	4.579	4.538	4.454	4.409	4.400	4.354
AP	2.246	2.267	2.241	2.225	2.186	2.179	2.172	2.168
FM	4.141	4.128	4.083	4.035	3.981	3.932	3.878	3.792
MC	4.905	4.747	4.656	4.549	4.456	4.412	4.345	4.289
PU	5.262	5.244	5.140	4.968	4.859	4.775	4.764	4.747
MARCHE	21.245	21.038	20.699	20.315	19.936	19.707	19.559	19.350
numeri indice	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AN	100,0	99,2	97,6	96,7	94,9	94,0	93,8	92,8
AP	100,0	100,9	99,8	99,1	97,3	97,0	96,7	96,5
FM	100,0	99,7	98,6	97,4	96,1	95,0	93,6	91,6
MC	100,0	96,8	94,9	92,7	90,8	89,9	88,6	87,4
PU	100,0	99,7	97,7	94,4	92,3	90,7	90,5	90,2
MARCHE	100,0	99,0	97,4	95,6	93,8	92,8	92,1	91,1

Imprese delle COSTRUZIONI al novembre di ogni anno

val.assoluti	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AN	6.102	6.126	6.020	5.931	5.869	5.700	5.589	5.515
AP	3.265	3.256	3.197	3.100	3.026	2.954	2.875	2.858
FM	2.596	2.590	2.551	2.499	2.419	2.348	2.281	2.191
MC	5.593	5.502	5.316	5.167	5.001	4.916	4.814	4.841
PU	6.342	6.304	6.141	5.859	5.635	5.417	5.253	5.114
MARCHE	23.898	23.778	23.225	22.556	21.950	21.335	20.812	20.519
numeri indice	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AN	100,0	100,4	98,7	97,2	96,2	93,4	91,6	90,4
AP	100,0	99,7	97,9	94,9	92,7	90,5	88,1	87,5
FM	100,0	99,8	98,3	96,3	93,2	90,4	87,9	84,4
MC	100,0	98,4	95,0	92,4	89,4	87,9	86,1	86,6
PU	100,0	99,4	96,8	92,4	88,9	85,4	82,8	80,6
MARCHE	100,0	99,5	97,2	94,4	91,8	89,3	87,1	85,9

2. Le indicazioni di TrendMarche in sintesi

Nella prima metà del 2017 si riavvia il trend di crescita per le imprese sotto i 20 addetti delle Marche. Dopo l'interruzione del secondo semestre 2016, la prima parte del 2017 registra un aumento del fatturato sia tendenziale (+2,3% rispetto allo stesso semestre dell'anno prima) sia congiunturale (l'indice di livello passa 97,1 nel precedente semestre a 98,6 nel I semestre 2017).

Il profilo dell'indice di livello dei ricavi è stato a lungo inferiore a quello dei consumi e solo negli ultimi semestri ha ripreso a registrare valori non lontani: assumendo l'indice dei consumi come un'approssimazione del livello produttivo, si può supporre che in tale periodo le imprese abbiano sacrificato la redditività per mantenere le quote di mercato. Considerando anche la dinamica delle spese per retribuzioni, si può ritenere, inoltre, che la ripresa del fatturato abbia coinciso con la crescita dell'investimento nel fattore umano.

Le variazioni tendenziali per trimestre dei ricavi mostrano che la crescita registrata nei primi due trimestri 2017 è pressoché costante ed era iniziata già alla fine del 2016. Il trend di ripresa che si è interrotto nel corso del 2016, si riavvia allo stesso ritmo nel 2017 e produce il risultato di raggiungere al I trimestre 2017 il livello più elevato del fatturato (117,7) degli ultimi anni.

La ripresa dei ricavi è dovuta soprattutto alla performance registrata nelle *costruzioni* (+6,2%) e nelle *manifatture* (+2,8%); una più lieve crescita si registra, invece, per i ricavi dei *servizi* (+1,5%).

Le dinamiche di variazione tendenziale per macrosettori mostrano da un lato che le attività manifatturiere faticano a mantenere il trend di crescita avviato nel 2013; dall'altro che l'aumento del fatturato per le costruzioni costituisce solo un primo segnale di inversione di tendenza per il settore. Per i servizi, il profilo dell'indicatore di livello segnala il sostanziale proseguire della stabilità su valori bassi e distanti da quelli raggiunti già nel 2010.

Tutte le attività manifatturiere considerate registrano nel primo semestre una crescita tendenziale del fatturato; la più decisa è quella della meccanica (+5,1%) seguita dal sistema moda (+4,0%); esigui risultano i progressi del fatturato per *altre manifatture* (+0,4%) e *legno-mobile* (+0,1%). Nell'ambito della meccanica, quella *di base* registra una leggera diminuzione dei ricavi (-0,6%) mentre *l'altra meccanica* (quella dei macchinari e delle attrezzature) registra una impennata del fatturato (+13,5%); mentre la meccanica di base si è assestata sui livelli raggiunti tra 2015 e 2016 (decisamente superiori a quelli di inizio decennio), invece per l'altra meccanica la prima metà del 2017 sembra porre fine al trend di diminuzione che si registra dalla metà del 2015. La variazione tendenziale registrata dal legno-mobile è solo di poco positiva (+0,1%) ma è importante perché costituisce un segnale di riavvio della ripresa del settore, manifestatasi tra il secondo semestre 2015 e il primo del 2016 e interrottasi già nel secondo semestre 2016. Anche per il sistema moda, la buona performance del fatturato nel primo semestre 2017 (+4,0%) costituisce un segnale importante se si considera che il dato interrompe il rallentamento della ripresa nel settore. Per le *altre manifatture*, il leggero incremento del fatturato nella prima metà del 2017 (+0,4%) sembra costituire un segnale di stagnazione sui livelli bassi di fatturato recuperati nel processo di blanda ripresa degli anni 2015 e 2016.

Anche le attività dei *servizi* registrate tutte in crescita tendenziale nel primo semestre 2017, ma spiccano le performance del fatturato di *riparazioni veicoli* (+8,6%) e *altri servizi* (+5,6%). Per le riparazioni veicoli, in particolare, il profilo dell'indice di livello del fatturato mostra un trend di crescita tendenziale sistematico (sei semestri) nonostante l'accrescersi delle oscillazioni stagionali. Prosegue – pur se a lento ritmo - la ripresa del settore *trasporti e magazzinaggio* (+2,2%), mentre continua la fase di immobilità dei *servizi a persone e famiglie* che per tutto il 2016 hanno registrato fatturato in calo ma che nel primo semestre 2017 registrano una seppur lieve ripresa (+0,6%).

Permane la pausa di sostanziale stabilità del fatturato dei servizi di *ristorazione e turismo*: dopo la lieve diminuzione di fine 2016 (-0,8%) si registra, difatti, un ancor più lieve incremento (+0,6%).

La decisa crescita del fatturato del settore *costruzioni* nel primo semestre 2017 (+6,2%) si deve tutta alla performance dell'impiantistica, dove il fatturato cresce del 22,2%, mentre la prima metà del 2017 si caratterizza per la stazionarietà dei ricavi nell'edilizia (+0,0%).

Mentre l'edilizia conferma il processo di attenuazione delle oscillazioni semestrali del fatturato e registra una fase di stabilità dopo tre semestri consecutivi di diminuzione, l'impiantistica registra un vero e proprio balzo tendenziale, verosimilmente legato alle attività post sisma nella provincia di Macerata.

I dati disponibili a livello provinciale indicano che a trainare il dato positivo del fatturato regionale (+2,3%) per il primo semestre 2017, sono state le province di Ancona (+2,9%) e soprattutto di Pesaro-Urbino (+3,5%). I profili dell'indice di livello del fatturato complessivo mostrano per la provincia di Ancona un trend di debole ma sistematica ripresa, per la provincia di Macerata un trend opposto, per quella di Pesaro e Urbino un andamento nuovamente positivo dopo la fase negativa di fine 2016.

Anche per le attività manifatturiere, le differenze tra le province considerate risultano rilevanti: mentre la provincia di Ancona registra una crescita sistematica del fatturato manifatturiero, per quella di Macerata si registra un andamento orientato alla stagnazione con deboli oscillazioni in campo negativo e positivo; per la provincia di Pesaro e Urbino, invece, si registra un deciso trend di aumento caratterizzato, però, da forti oscillazioni nel ritmo della crescita.

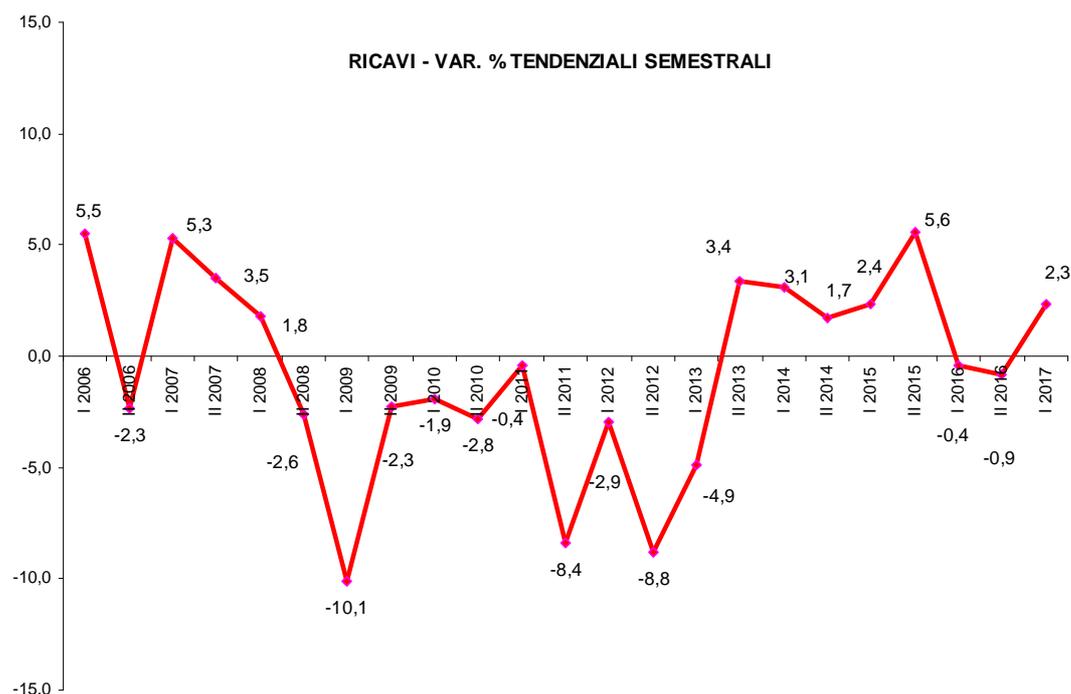
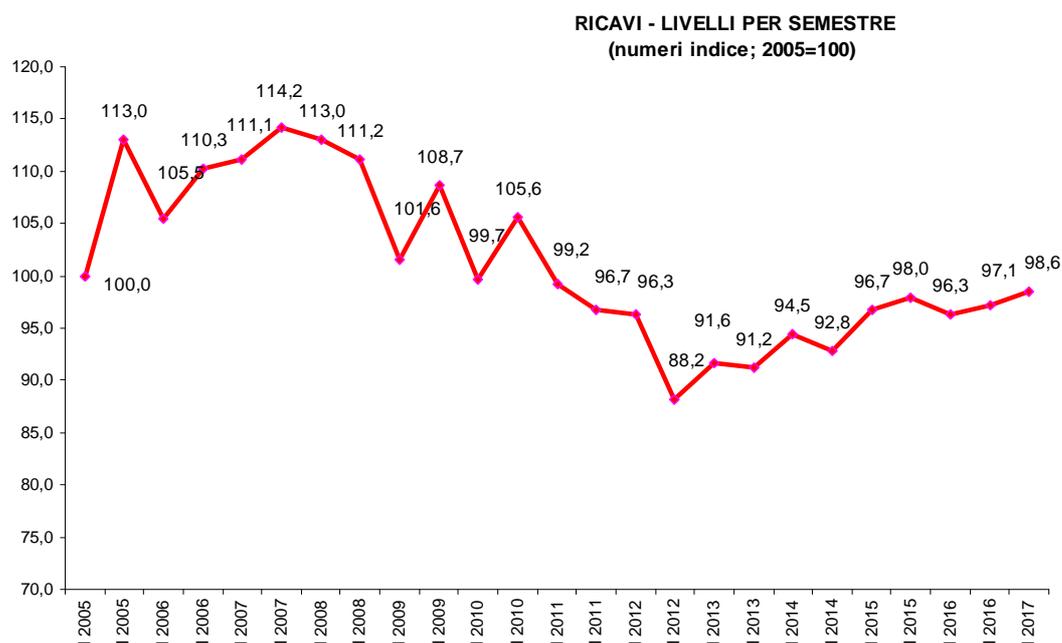
Il fatturato delle costruzioni presenta un trend di diminuzione di lungo periodo nelle province di Ancona e Macerata, di crescita a partire dal 2014 nella provincia di Pesaro e Urbino; tuttavia, il primo semestre 2017 registra una crescita tendenziale nella provincia di Ancona (+3,0%) e, soprattutto, in quella di Macerata (+10,3%) mentre diminuisce nella provincia di Pesaro e Urbino (-2,0%).

Anche nel terziario la crescita tendenziale del fatturato che si registra a livello regionale nel primo semestre 2017 (+1,5%) è trainata dalle province di Ancona (+2,4%) e di Pesaro e Urbino (+3,4%) le cui performance compensano la stagnazione del fatturato per il terziario della provincia di Macerata (+0,0%). I profili dell'indice di livello mostrano un modesto trend di crescita a partire dal 2014 per la provincia di Ancona; un trend di ridimensionamento per la provincia di Macerata; forti oscillazioni tra aumento e diminuzione del fatturato per la provincia di Pesaro e Urbino.

3. Le indicazioni dell'osservatorio congiunturale di TrendMarche. La congiuntura della piccola impresa marchigiana

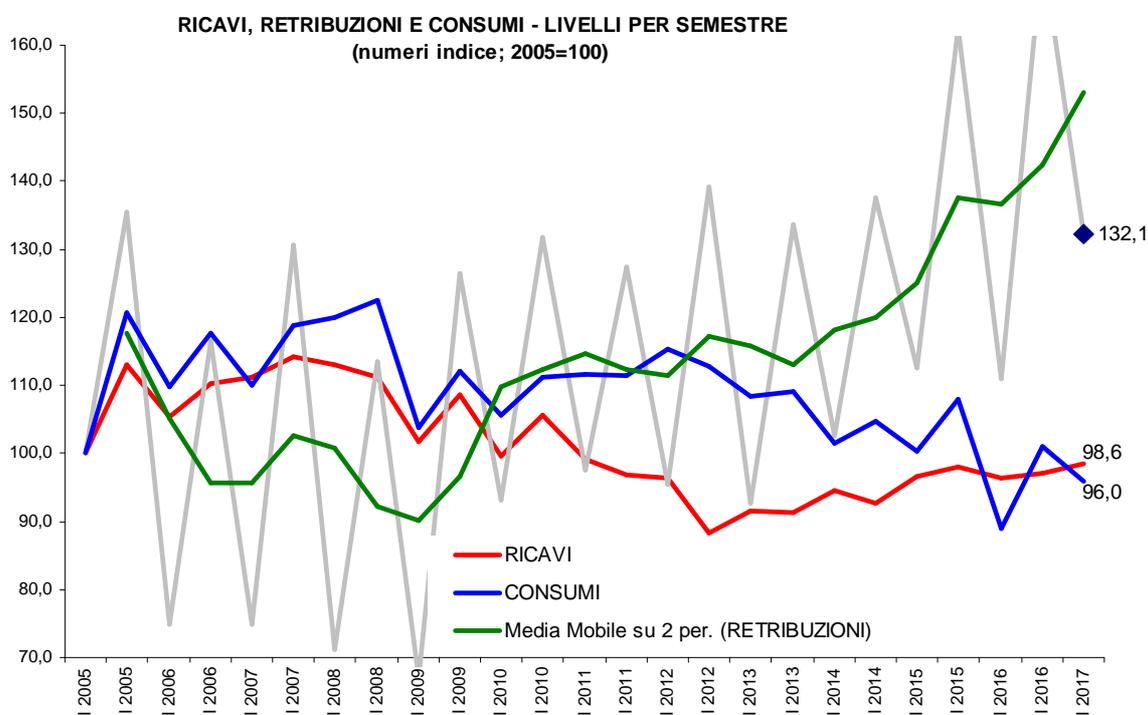
3.1 La dinamica semestrale dei ricavi

Dopo la battuta d'arresto del 2016, durante il quale il fatturato ha ripreso a crescere in termini congiunturali ma restando al di sotto dei livelli raggiunti nel corso del 2015, la prima parte del 2017 vede riaffacciarsi una crescita del fatturato sia tendenziale (+2,3% rispetto allo stesso semestre dell'anno prima) sia congiunturale (l'indice di livello passa da 97,1 nel II semestre 2016 a 98,6 nel I semestre 2017). Il grafico dell'indicatore di livello mostra come il trend di ripresa prosegua; il grafico delle variazioni tendenziali evidenzia l'interruzione del 2016 e il deciso riavviarsi della ripresa nella prima metà del 2017.



Fatturato retribuzioni e consumi

SEMESTRI	RICAVI	SPESE PER RETRIBUZIONI	SPESE PER CONSUMI
VAR. % SEMESTRALI TENDENZIALI			
I 2012	-2,9	-2,1	3,4
II 2012	-8,8	9,3	1,1
I 2013	-4,9	-3,0	-6,0
II 2013	3,4	-3,9	-3,1
I 2014	3,1	10,7	-6,4
II 2014	1,7	2,9	-4,2
I 2015	2,4	9,9	-1,2
II 2015	5,6	18,1	3,2
I 2016	-0,4	-1,4	-11,3
II 2016	-0,9	7,1	-6,5
I 2017	2,3	19,0	7,9
NUMERI INDICI PER SEMESTRE (I sem. 2005=100)			
I 2011	99,2	97,5	111,7
II 2011	96,7	127,3	111,5
I 2012	96,3	95,5	115,4
II 2012	88,2	139,1	112,7
I 2013	91,6	92,6	108,5
II 2013	91,2	133,6	109,2
I 2014	94,5	102,5	101,6
II 2014	92,8	137,6	104,6
I 2015	96,7	112,6	100,3
II 2015	98,0	162,5	108,0
I 2016	96,3	111,0	89,0
II 2016	97,1	173,9	101,0
I 2017	98,6	132,1	96,0

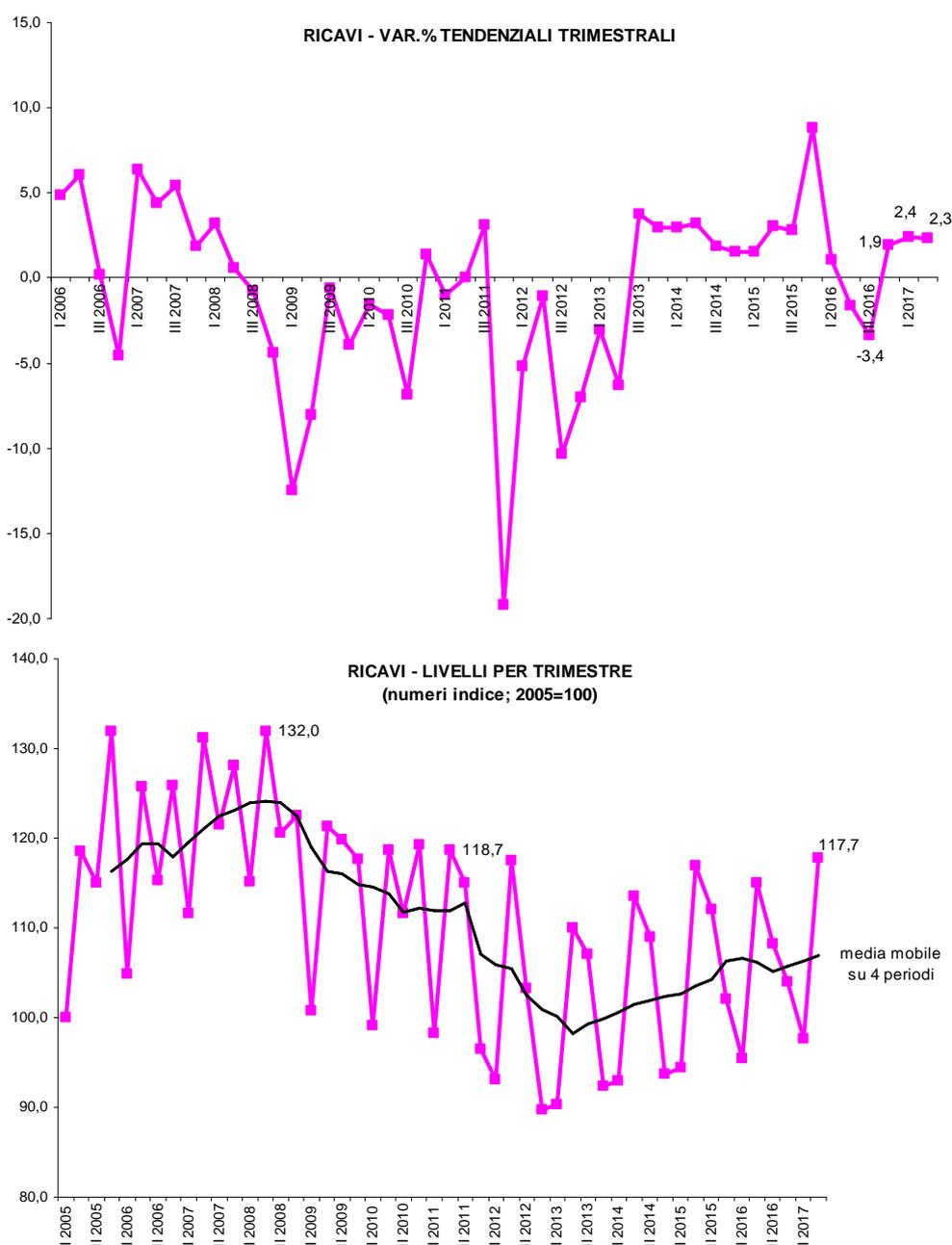


La comparazione della dinamica semestrale di tre variabili, quelle contemporaneamente più importanti e statisticamente affidabili, permette di osservare come il profilo dell'indicatore di livello dei ricavi sia stato per lungo tempo inferiore a quello del livello dei consumi e solo negli ultimi semestri abbia ripreso a registrare valori non troppo differenti. Se si assume l'indicatore dei consumi come un'approssimazione del livello produttivo (o di erogazione dei servizi) si può

supporre che in tale periodo le imprese abbiano sacrificato la redditività per mantenere le quote di mercato. Considerando anche la dinamica delle spese per retribuzioni, si può ritenere inoltre che la ripresa del fatturato abbia coinciso con la crescita dell'investimento nel fattore umano. Tuttavia, l'impennata delle spese per retribuzioni suggerisce che il recupero della redditività nel rapporto tra fatturato e consumi, non compensi la perdita di produttività del fattore lavoro.

3.2 La dinamica trimestrale dei ricavi

Le variazioni tendenziali per trimestre dei ricavi mostrano che la crescita registrata nei primi due trimestri 2017 è pressoché costante (+2,4% nel I trimestre, +2,3% nel II) ed era iniziata già alla fine del 2016 (IV trimestre: +1,9%). In media, la crescita tendenziale trimestrale che si registra con una certa sistematicità a partire dalla seconda metà del 2013 (fanno eccezione II e III trimestre 2016), è stata superiore al 2%.



Il trend di ripresa che si è interrotto nel corso del 2016, si riavvia allo stesso ritmo nel 2017 e produce il risultato di raggiungere al I trimestre 2017 il livello più elevato del fatturato (117,7) dopo

quello del II trimestre 2011 (era 118,7). Il terreno da recuperare resta comunque assai ampio, se si considera che nel II trimestre 2008 l'indicatore di livello del fatturato registrava una quota ben più elevata (era pari a 132).

4. Le dinamiche settoriali a confronto

La ripresa dei ricavi della prima metà del 2017 (+2,3%) è dovuta soprattutto alla performance registrata nelle *costruzioni* (+6,2%) e nelle *manifatture* (+2,8%); in più leggera crescita sono risultati, invece, i ricavi nei *servizi* (+1,5%).

Le dinamiche di variazione tendenziale per macrosettori mostrano: da un lato che le attività manifatturiere faticano a mantenere il trend di crescita avviato nel 2013; dall'altro che l'aumento del fatturato per le costruzioni costituisce solo un primo segnale di inversione di tendenza.

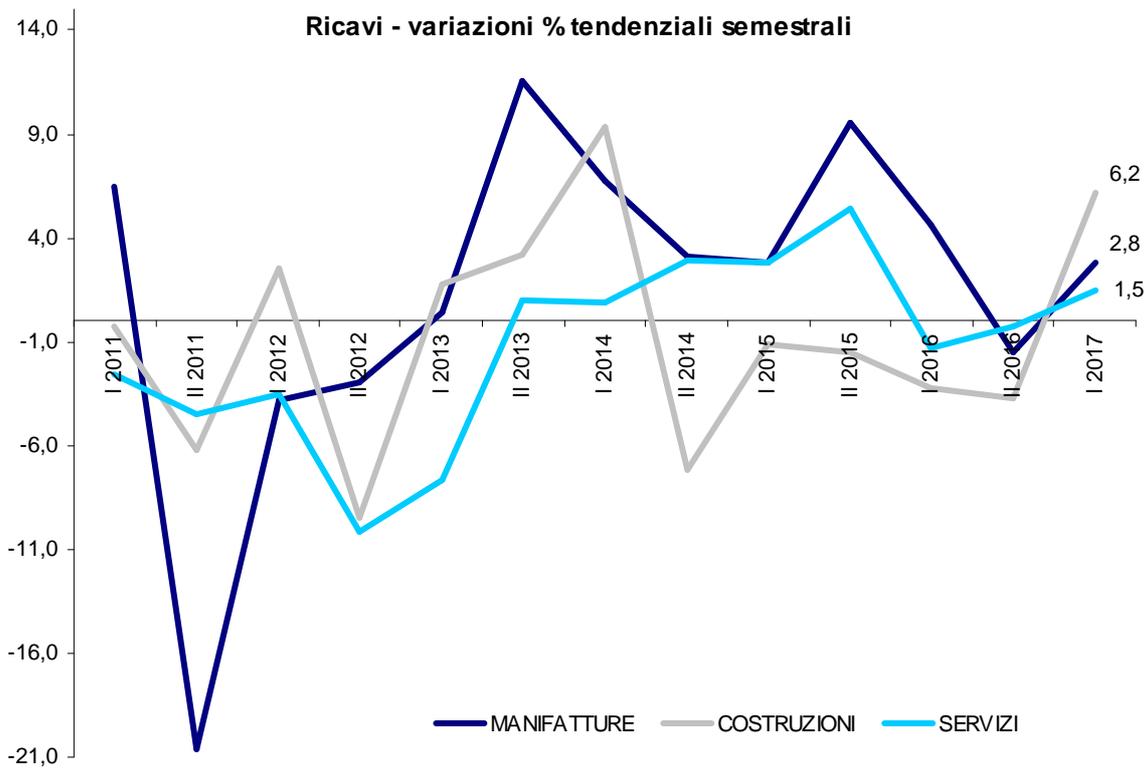
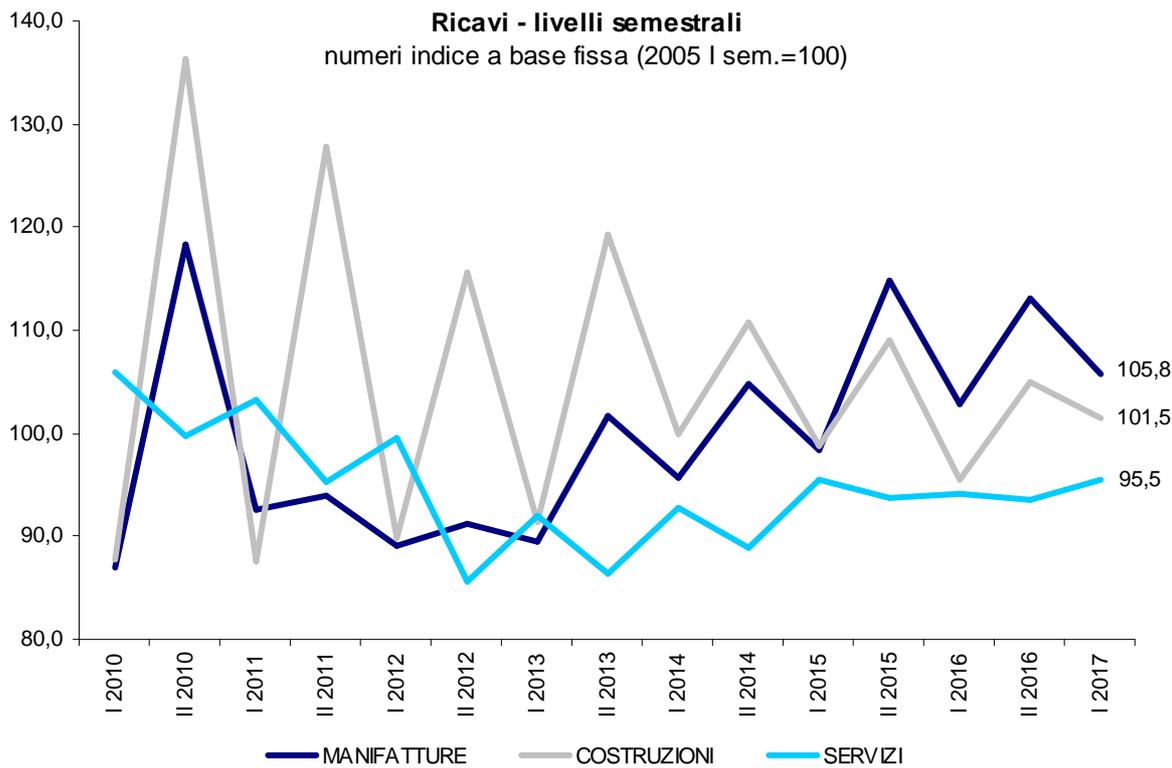
Per i servizi, poi, il profilo dell'indicatore di livello (numeri indici a base fissa con il primo semestre 2005 posto pari a 100) segnala il sostanziale proseguire della stabilità su valori ancora distanti da quelli raggiunti nel 2010.

Fatturato per semestre per macrosettori – livelli (numeri indice a base fissa; 2005=100)

	MANIFATTURE	COSTRUZIONI	SERVIZI	TOTALE
I 2010	87,0	87,8	106,0	99,7
II 2010	118,4	136,3	99,8	105,6
I 2011	92,6	87,5	103,2	99,2
II 2011	94,0	127,8	95,3	96,7
I 2012	89,1	89,8	99,6	96,3
II 2012	91,2	115,6	85,6	88,2
I 2013	89,5	91,3	92,0	91,6
II 2013	101,7	119,3	86,5	91,2
I 2014	95,6	99,9	92,8	94,5
II 2014	104,8	110,7	89,0	92,8
I 2015	98,3	98,8	95,4	96,7
II 2015	114,8	109,0	93,8	98,0
I 2016	102,9	95,5	94,1	96,3
II 2016	113,1	105,0	93,5	97,1
I 2017	105,8	101,5	95,5	98,6

Fatturato per semestre per macrosettori – variazioni % tendenziali

	MANIFATTURE	COSTRUZIONI	SERVIZI	TOTALE
I 2010	-2,5	-6,6	-1,1	-1,9
II 2010	21,9	-3,1	-8,0	-2,8
I 2011	6,5	-0,3	-2,6	-0,4
II 2011	-20,6	-6,3	-4,5	-8,4
I 2012	-3,8	2,6	-3,5	-2,9
II 2012	-2,9	-9,5	-10,1	-8,8
I 2013	0,5	1,7	-7,7	-4,9
II 2013	11,5	3,2	0,9	3,4
I 2014	6,8	9,3	0,9	3,1
II 2014	3,1	-7,2	2,9	1,7
I 2015	2,8	-1,1	2,8	2,4
II 2015	9,6	-1,5	5,4	5,6
I 2016	4,7	-3,3	-1,4	-0,4
II 2016	-1,5	-3,7	-0,2	-0,9
I 2017	2,8	6,2	1,5	2,3



Tutte le attività manifatturiere considerate registrano nel primo semestre una crescita tendenziale del fatturato; la più decisa è quella della meccanica (+5,1%) seguita dal sistema moda (+4,0%); esigui risultano, invece, i progressi del fatturato per *altre manifatture* (+0,4%) e *legno-mobile* (+0,1%). All'interno della meccanica, la *meccanica di base* (che comprende le attività della metallurgia e della fabbricazione di prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature), registra una leggera diminuzione dei ricavi (-0,6%) mentre *l'altra meccanica* (che comprende le restanti attività della meccanica) registra una impennata del fatturato (+13,5%); il confronto tra i profili dell'indice di livello fatturato, mostra che mentre la meccanica di base si è assestata sui livelli raggiunti tra 2015 e 2016 (decisamente superiori a quelli di inizio decennio), invece per l'altra meccanica (quella dei macchinari e delle attrezzature) la prima metà del 2017 sembra porre fine al trend di diminuzione che si registrava dalla metà del 2015. L'*altra meccanica* continua a mostrare dinamiche più discontinue della *meccanica di base* e con maggiori oscillazioni.

La variazione tendenziale registrata dal legno-mobile è solo di poco positiva (+0,1%) ma rileva perché costituisce un segnale di riavvio della ripresa del settore, manifestatasi tra il secondo semestre 2015 e il primo del 2016 e interrottasi già nel secondo semestre 2016.

Anche per il sistema moda, la buona performance del fatturato nel primo semestre 2017 (+4,0%) costituisce un segnale assai importante se si considera che il dato interrompe il rallentamento della ripresa nel settore.

Per le *altre manifatture*, il leggero incremento del fatturato nella prima metà del 2017 (+0,4%) sembra costituire un segnale di stagnazione sui livelli bassi di fatturato recuperati nel processo di blanda ripresa degli anni 2015 e 2016.

Fatturato per settori – livelli per semestre (numeri indice a base fissa; 2005 I sem.=100)

	I 2010	II 2010	I 2011	II 2011	I 2012	II 2012	I 2013	II 2013	I 2014	II 2014	I 2015	II 2015	I 2016	II 2016	I 2017
tess.abb.calz.	80,5	114,4	86,7	115,6	89,4	118,7	102,2	139,2	103,4	133,0	94,2	151,7	104,2	152,4	108,4
legno mobile	105,1	214,3	110,8	81,7	107,9	72,9	108,6	94,9	114,7	98,2	111,7	107,9	116,4	106,3	116,5
meccanica	82,6	95,0	87,4	86,0	83,5	84,8	77,2	90,6	89,6	101,1	101,5	102,9	98,7	99,5	103,8
<i>Mecc. di base</i>	87,9	96,8	93,0	90,4	85,3	84,7	87,9	93,0	91,6	99,6	98,2	106,6	102,7	107,2	102,1
<i>altra meccanica</i>	75,6	92,3	80,4	79,9	80,0	83,9	63,4	86,8	86,9	101,4	104,4	96,2	92,6	88,5	105,1
altre manifatt.	97,0	98,2	102,9	90,0	91,6	82,6	83,3	80,1	83,2	78,8	87,5	89,5	96,6	88,9	96,9
MANIFATTURE	87,0	118,4	92,6	94,0	89,1	91,2	89,5	101,7	95,6	104,8	98,3	114,8	102,9	113,1	105,8
Edilizia	89,8	139,4	87,1	129,4	94,1	117,6	95,9	127,5	107,5	118,1	107,8	113,8	105,0	109,8	104,9
Impiantistica	83,3	131,0	89,0	125,0	79,2	111,4	79,8	105,7	81,2	97,9	76,4	101,0	72,5	97,2	88,6
COSTRUZIONI	87,8	136,3	87,5	127,8	89,8	115,6	91,3	119,3	99,9	110,7	98,8	109,0	95,5	105,0	101,5
Trasporti	91,7	95,2	94,9	90,6	81,1	82,7	80,7	86,1	79,9	86,3	85,8	95,9	88,2	97,7	90,2
Ripar. veicoli	90,8	105,6	103,7	116,0	102,9	107,4	88,8	95,3	87,0	105,5	92,5	117,7	93,3	127,8	101,4
Serv. pers.fam.	120,2	117,4	119,3	111,9	122,9	108,2	115,1	109,1	117,7	106,8	123,8	112,3	118,1	110,3	118,9
Ristor. turismo	102,7	105,3	103,9	101,5	102,4	95,7	92,0	88,8	85,1	85,5	84,8	102,4	90,9	101,6	91,5
Altri servizi	111,4	123,6	102,5	113,4	96,2	99,0	86,3	101,6	88,4	101,2	86,2	106,3	86,2	106,7	91,0
SERVIZI	106,0	99,8	103,2	95,3	99,6	85,6	92,0	86,5	92,8	89,0	95,4	93,8	94,1	93,5	95,5
TOTALE	99,7	105,6	99,2	96,7	96,3	88,2	91,6	91,2	94,5	92,8	96,7	98,0	96,3	97,1	98,6

Tra le attività dei *servizi*, anche queste tutti in crescita tendenziale nel primo semestre 2017, spiccano le performance del fatturato di *riparazioni veicoli* (+8,6%) e *altri servizi*¹ (+5,6%). Per le riparazioni veicoli, in particolare, il profilo dell'indice di livello del fatturato mostra un trend di crescita tendenziale sistematico (prosegue da sei semestri) nonostante l'accrescersi delle oscillazioni stagionali.

Continua – pur se a lento ritmo - la ripresa del settore *trasporti e magazzinaggio* (+2,2%), mentre prosegue la fase di immobilità dei *servizi a persone e famiglie*² che per tutto il 2016 hanno registrato fatturato in calo ma che nel primo semestre 2017 registrano una seppur lieve ripresa (+0,6%).

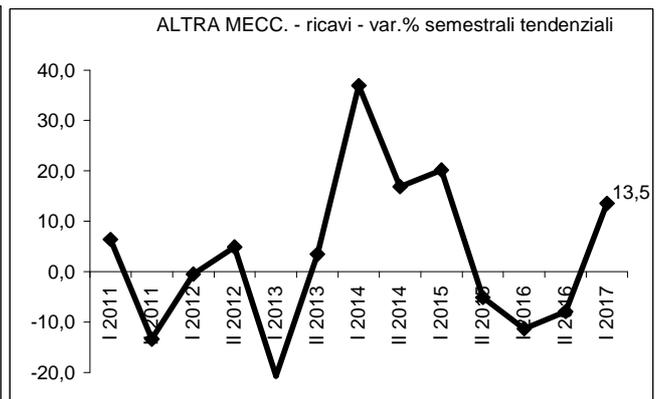
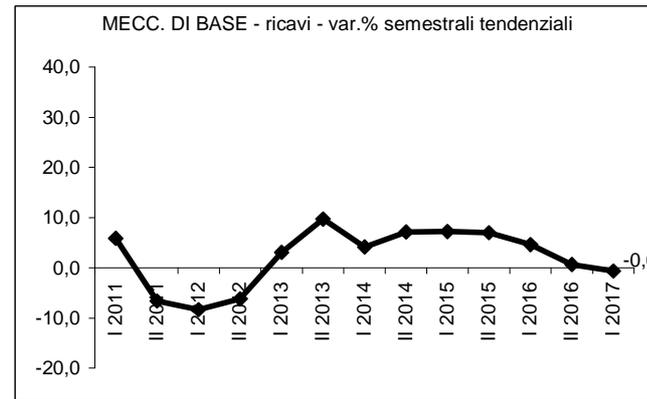
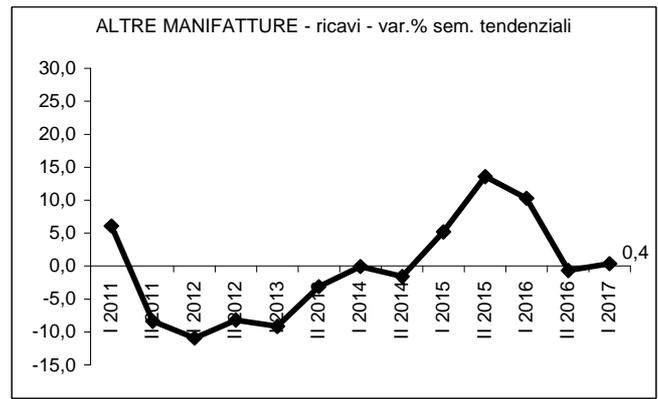
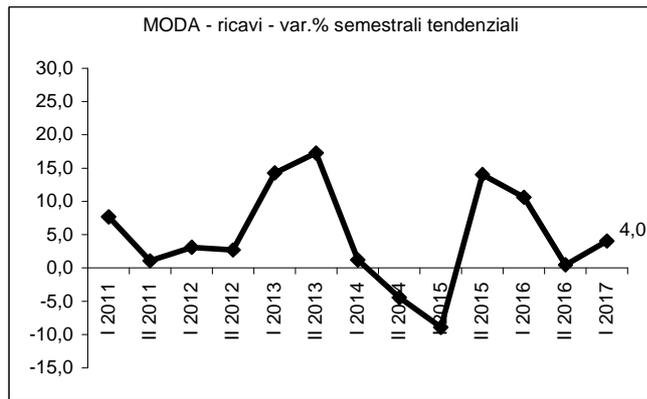
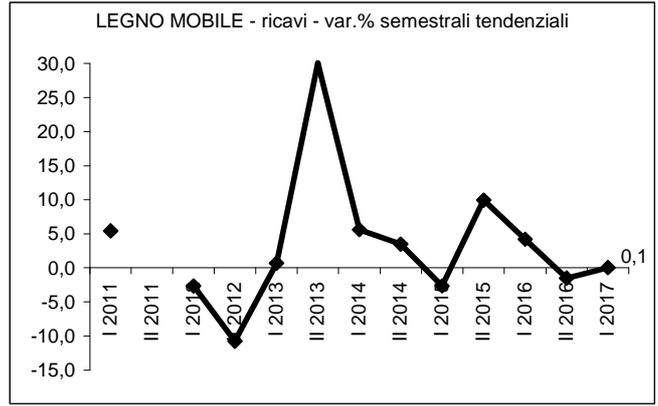
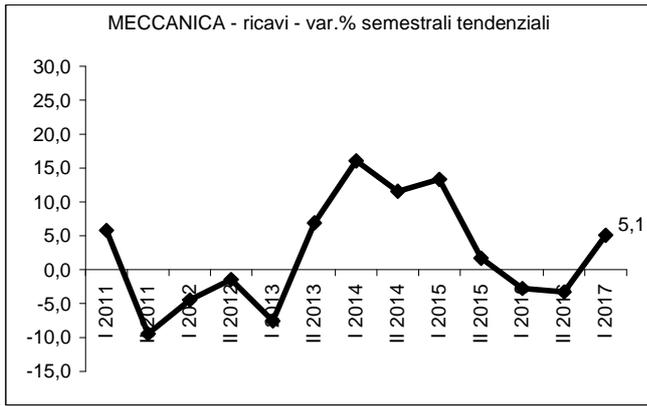
Permane la pausa di sostanziale stabilità del fatturato dei servizi di *ristorazione e turismo*: dopo la lieve diminuzione di fine 2016 (-0,8%) si registra, difatti, un ancor più lieve incremento (+0,6%).

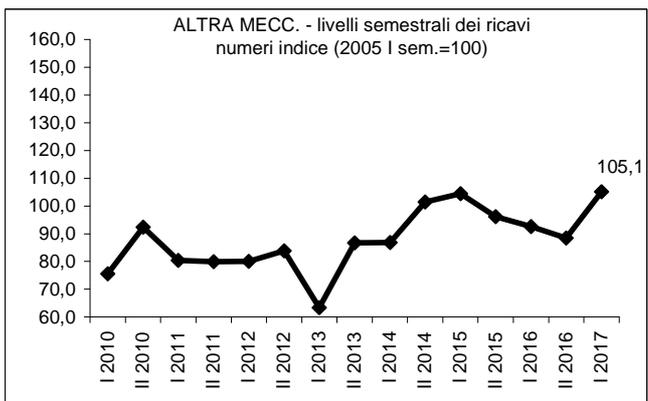
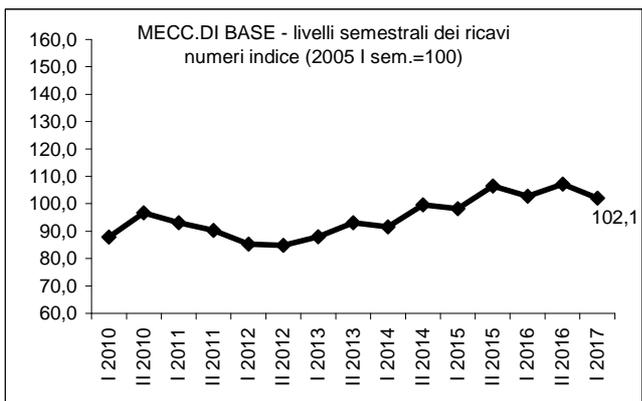
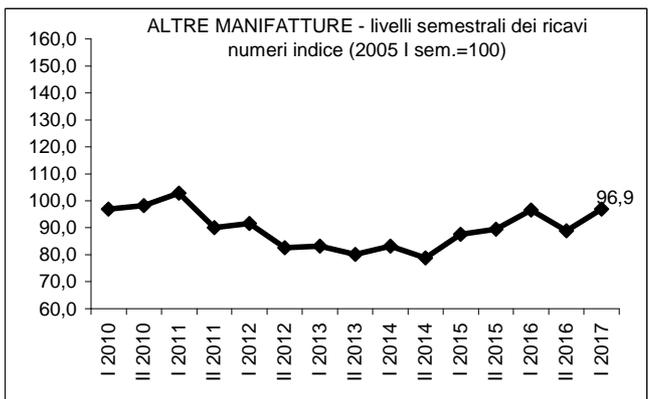
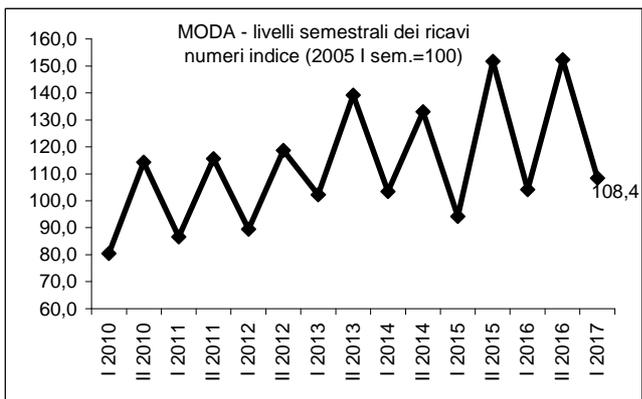
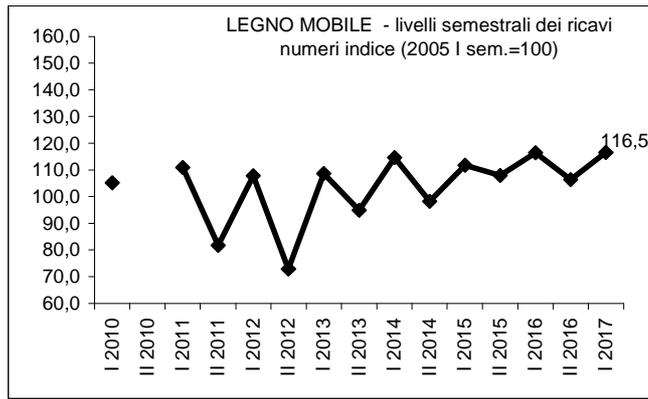
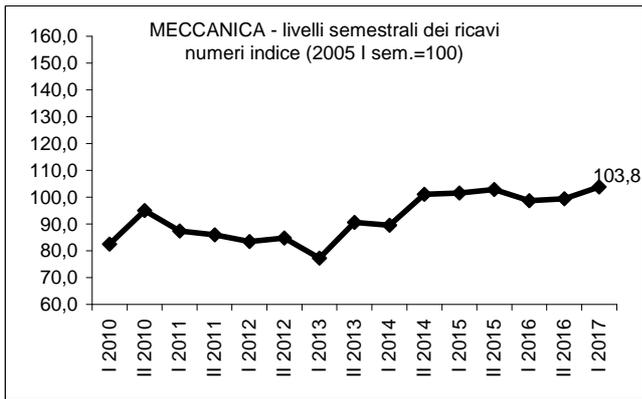
Fatturato per semestre per settori – variazioni % tendenziali

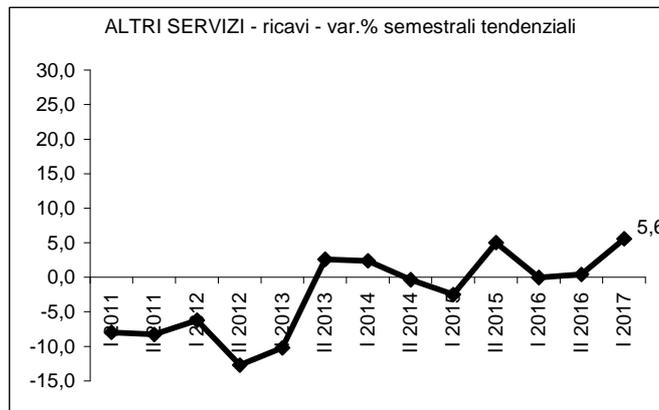
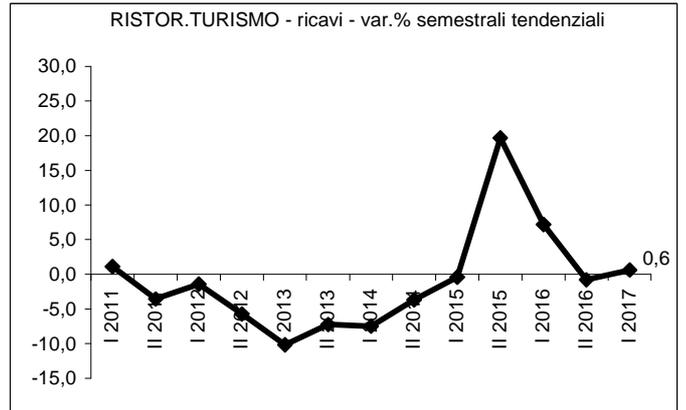
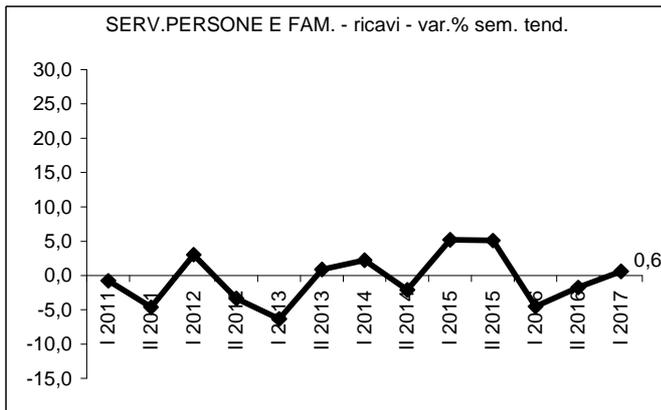
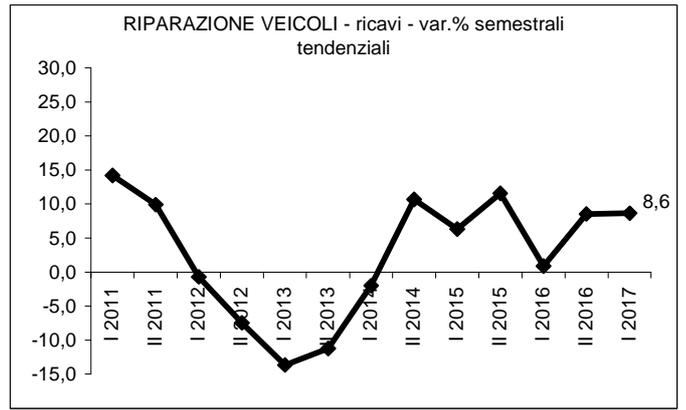
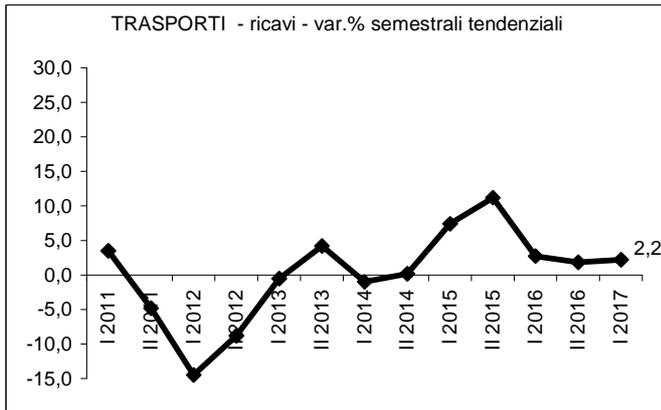
	I 2011	II 2011	I 2012	II 2012	I 2013	II 2013	I 2014	II 2014	I 2015	II 2015	I 2016	II 2016	I 2017
tess.abb.calz.	7,7	1,1	3,1	2,7	14,3	17,3	1,2	-4,4	-8,9	14,0	10,6	0,5	4,0
legno mobile	5,4	-61,8	-2,7	-10,8	0,7	30,1	5,6	3,5	-2,6	9,9	4,2	-1,5	0,1
meccanica	5,8	-9,4	-4,4	-1,4	-7,6	6,9	16,0	11,6	13,3	1,7	-2,8	-3,3	5,1
<i>Mecc. di base</i>	5,9	-6,6	-8,3	-6,2	3,1	9,7	4,2	7,1	7,2	7,0	4,6	0,6	-0,6
<i>altra meccanica</i>	6,4	-13,4	-0,5	4,9	-20,8	3,5	36,9	16,9	20,2	-5,2	-11,3	-7,9	13,5
altre manifatt.	6,1	-8,4	-10,9	-8,2	-9,1	-3,1	0,0	-1,6	5,2	13,6	10,3	-0,7	0,4
MANIFATTURE	6,5	-20,6	-3,8	-2,9	0,5	11,5	6,8	3,1	2,8	9,6	4,7	-1,5	2,8
Edilizia	-3,0	-7,2	8,0	-9,1	1,9	8,4	12,1	-7,3	0,3	-3,7	-2,7	-3,5	0,0
Impiantistica	6,9	-4,6	-11,0	-10,8	0,7	-5,2	1,8	-7,3	-5,9	3,1	-5,1	-3,8	22,2
COSTRUZIONI	-0,3	-6,3	2,6	-9,5	1,7	3,2	9,3	-7,2	-1,1	-1,5	-3,3	-3,7	6,2
Trasporti	3,5	-4,8	-14,5	-8,8	-0,5	4,2	-1,0	0,2	7,4	11,2	2,7	1,8	2,2
Ripar. veicoli	14,2	9,9	-0,7	-7,5	-13,7	-11,2	-2,0	10,7	6,3	11,6	0,9	8,5	8,6
Serv. pers. fam.	-0,8	-4,7	3,0	-3,4	-6,4	0,9	2,2	-2,1	5,2	5,1	-4,5	-1,7	0,6
Ristor. turismo	1,1	-3,5	-1,4	-5,7	-10,2	-7,2	-7,5	-3,7	-0,4	19,7	7,2	-0,8	0,6
Altri servizi	-8,0	-8,3	-6,2	-12,7	-10,2	2,6	2,4	-0,3	-2,5	5,0	0,0	0,4	5,6
SERVIZI	-2,6	-4,5	-3,5	-10,1	-7,7	0,9	0,9	2,9	2,8	5,4	-1,4	-0,2	1,5
TOTALE	-0,4	-8,4	-2,9	-8,8	-4,9	3,4	3,1	1,7	2,4	5,6	-0,4	-0,9	2,3

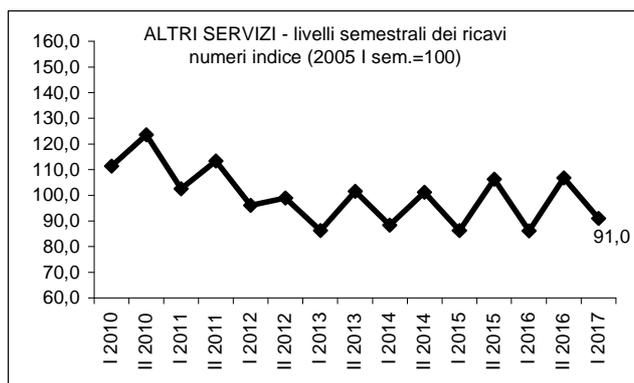
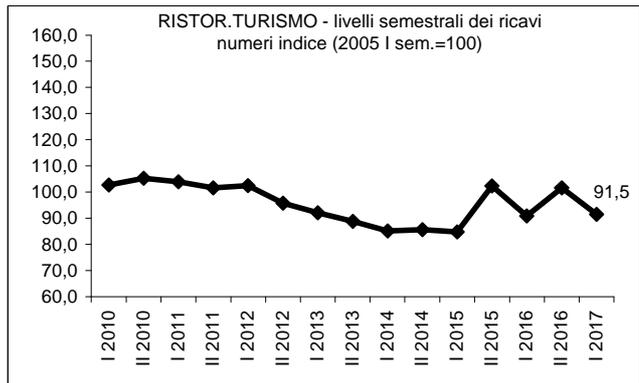
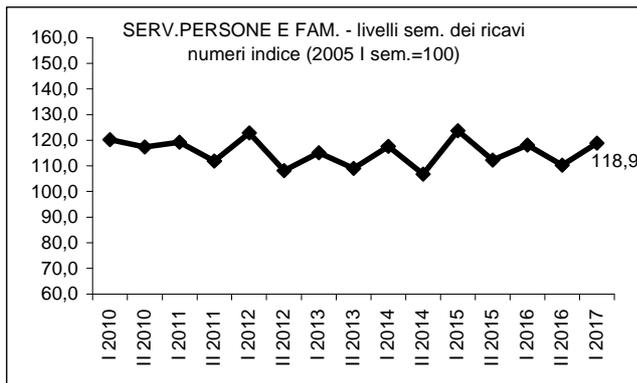
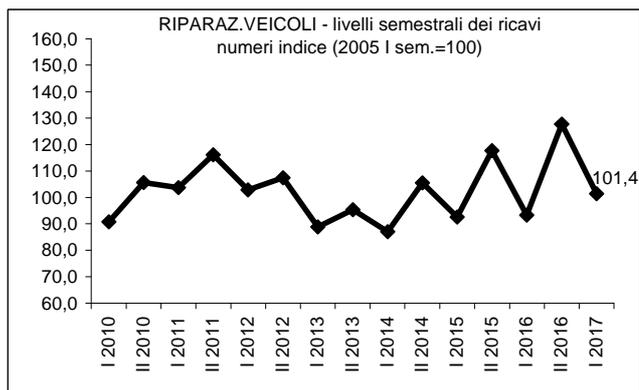
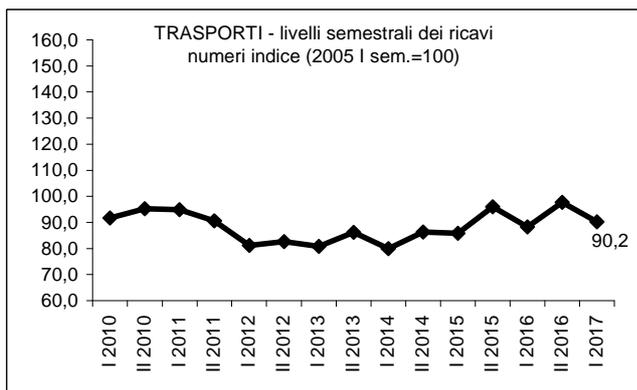
¹ Comprendono: *servizi di informazione e comunicazione, telecomunicazioni, software e consulenza informatica, attività immobiliari, attività professionali scientifiche e tecniche, ricerca scientifica e sviluppo, pubblicità e ricerche di mercato, altre attività professionali scientifiche e tecniche, noleggio e servizi di supporto alle imprese, attività artistiche, sportive e di intrattenimento e divertimento, riparazione di computer e di beni per uso personale e per la casa.*

² Vi rientrano *altre attività di servizi per la persona* quali *Lavanderia e pulitura di articoli tessili e pelliccia, Servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici, Servizi dei centri per il benessere fisico, Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro per personale domestico, ecc.*

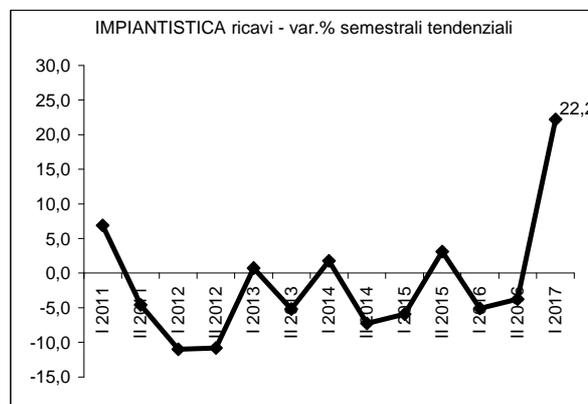
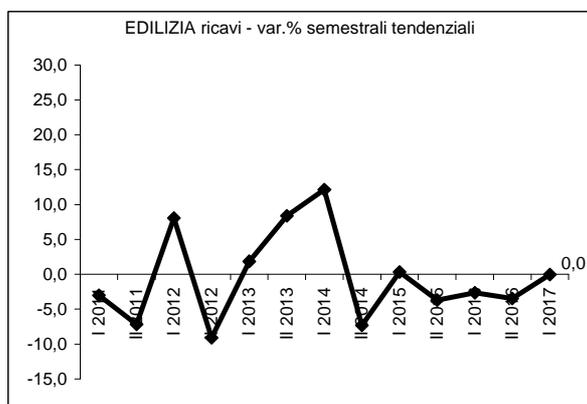


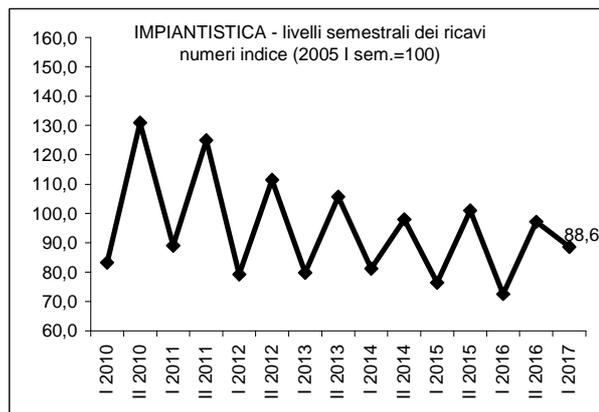
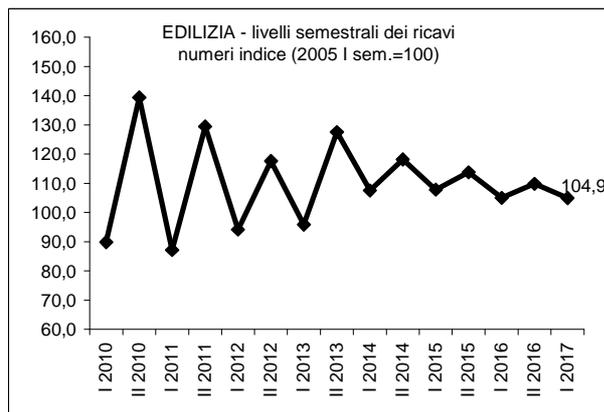






La decisa crescita del fatturato del settore *costruzioni* nel primo semestre 2017 (+6,2%) si deve tutta alla performance dell'impiantistica, dove il fatturato cresce del 22,2%, mentre la prima metà del 2017 si caratterizza per la stazionarietà dei ricavi nell'edilizia (+0,0%).





Mentre l'edilizia conferma il processo di attenuazione delle oscillazioni semestrali del fatturato e registra una fase di stabilità dopo tre semestri consecutivi di diminuzione, l'impiantistica registra un vero e proprio balzo tendenziale, verosimilmente legato alle attività post sisma nella provincia di Macerata.

5. Le dinamiche territoriali

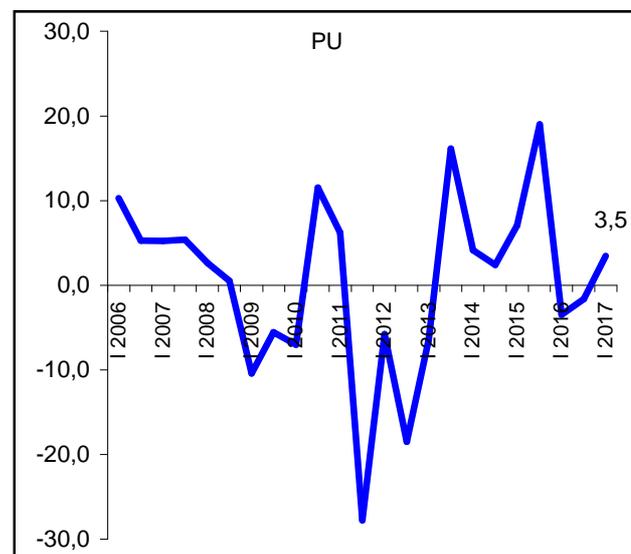
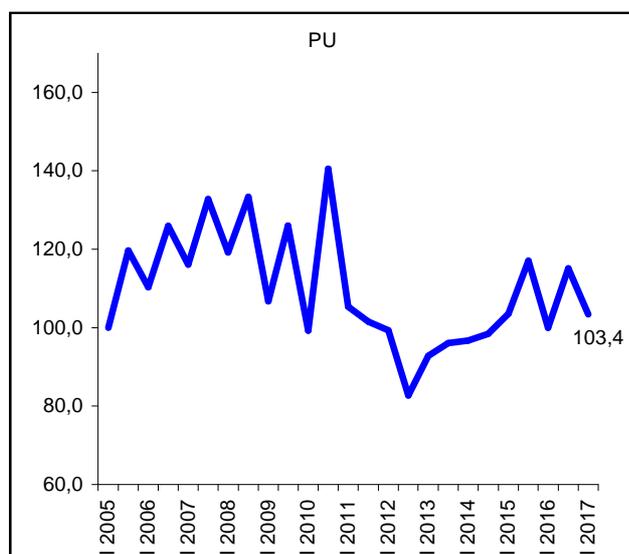
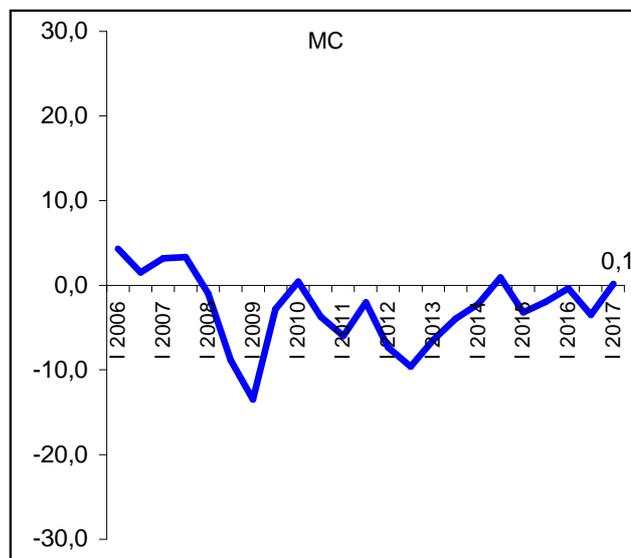
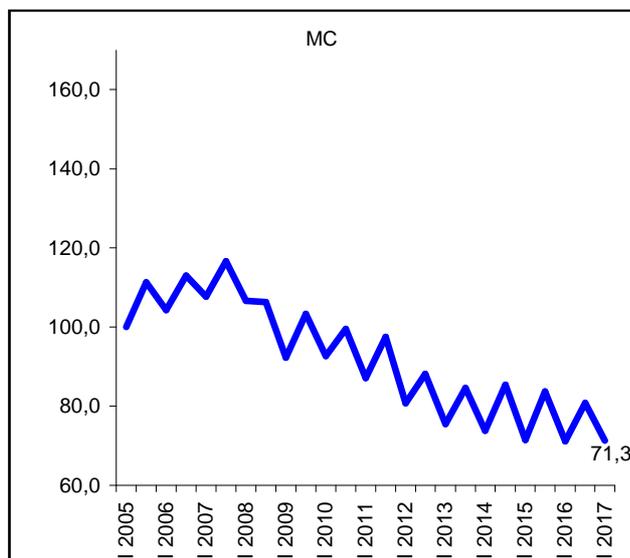
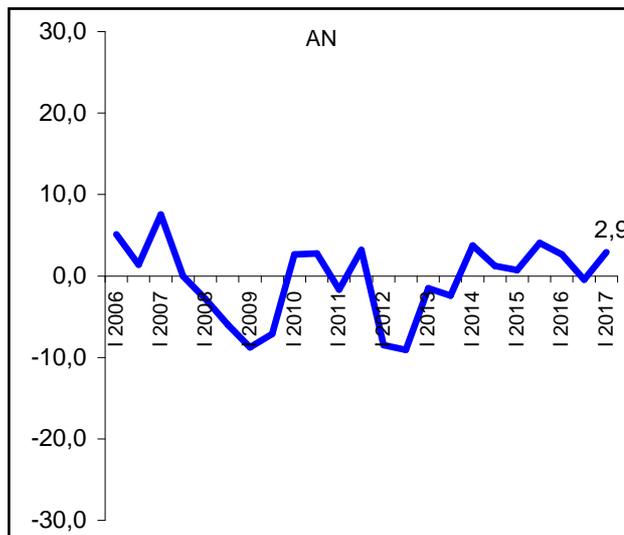
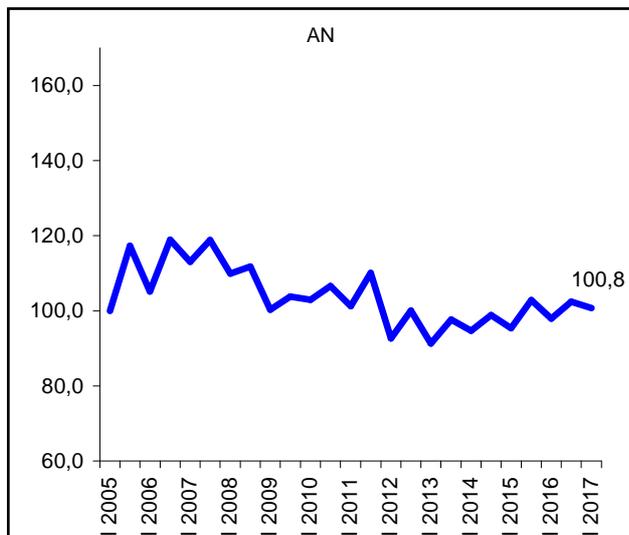
I dati disponibili a livello provinciale indicano che a trainare il dato positivo del fatturato regionale (+2,3%) per il primo semestre 2017, sono state le province di Ancona (+2,9%) e soprattutto di Pesaro-Urbino (+3,5%). I profili dell'indice di livello del fatturato complessivo mostrano per la provincia di Ancona un trend di debole ma sistematica ripresa, per la provincia di Macerata un trend opposto, per quella di Pesaro e Urbino un andamento nuovamente positivo dopo la fase negativa di fine 2016.

Anche per le attività manifatturiere, le differenze tra le province considerate risultano rilevanti: mentre la provincia di Ancona registra una crescita sistematica del fatturato manifatturiero, per quella di Macerata si registra un andamento orientato alla stagnazione con deboli oscillazioni in campo negativo e positivo; per la provincia di Pesaro e Urbino, invece, si registra un deciso trend di aumento caratterizzato, però, da forti oscillazioni nel ritmo della crescita.

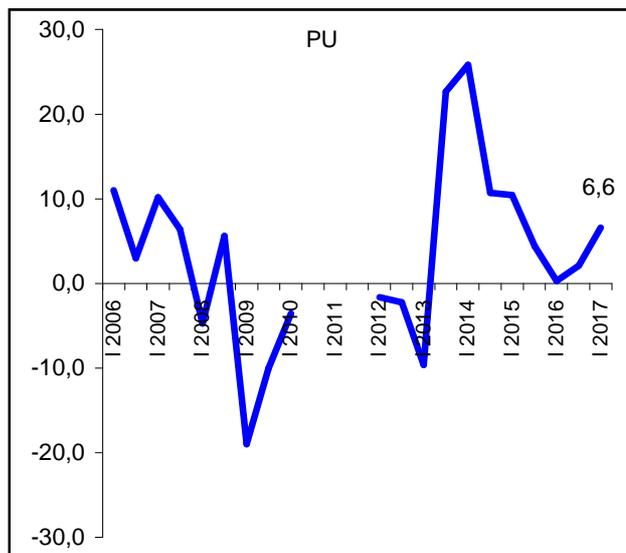
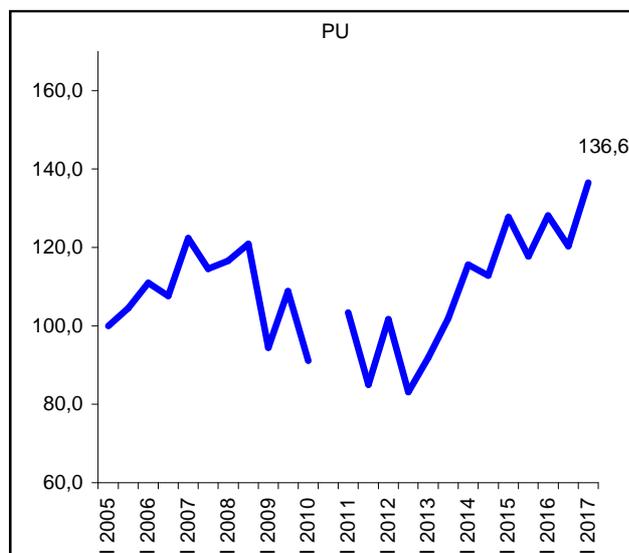
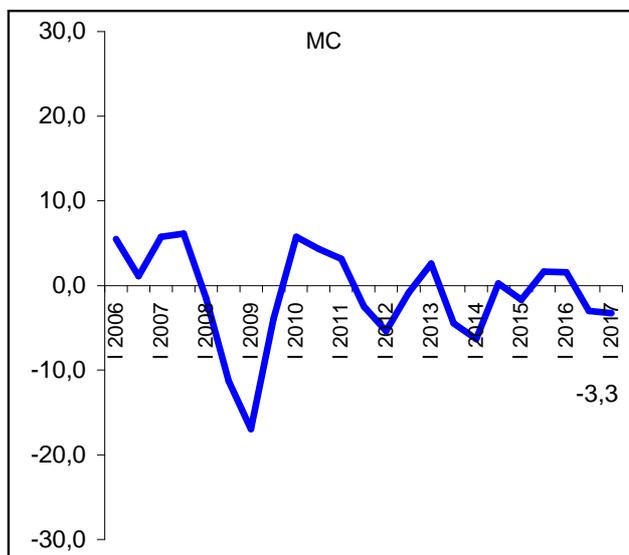
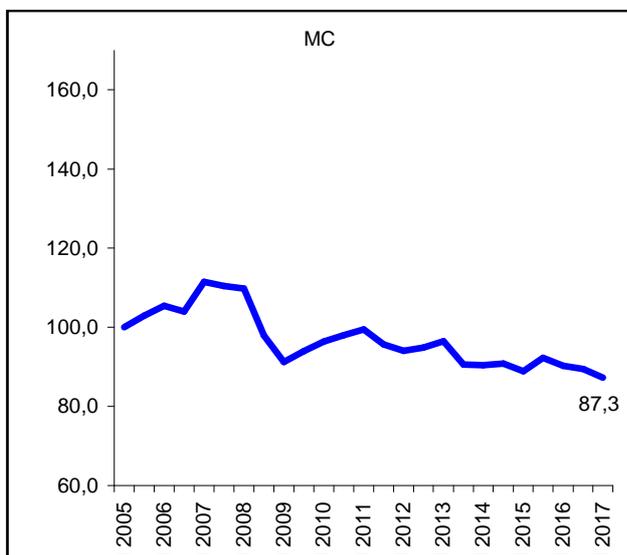
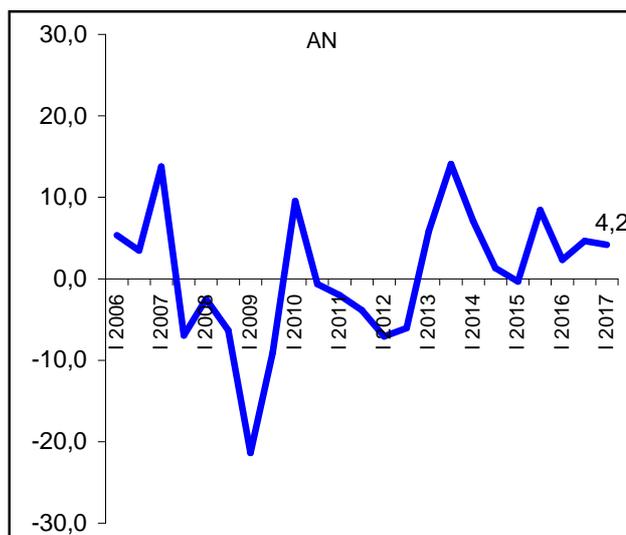
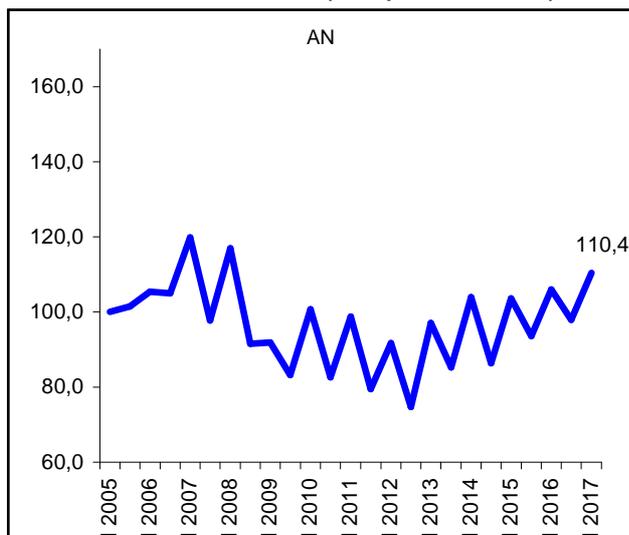
L'andamento del fatturato nelle costruzioni presenta anch'esso notevoli differenze territoriali. Come evidenziano i profili dell'indice di livello, il fatturato delle costruzioni presenta un trend di diminuzione di lungo periodo nelle province di Ancona e Macerata, di crescita a partire dal 2014 nella provincia di Pesaro e Urbino; tuttavia, il primo semestre 2017 registra una crescita tendenziale nella provincia di Ancona (+3,0%) e, soprattutto, in quella di Macerata (+10,3%) mentre diminuisce nella provincia di Pesaro e Urbino (-2,0%).

Anche nel terziario la crescita tendenziale del fatturato che si registra a livello regionale nel primo semestre 2017 (+1,5%) è trainata dalle province di Ancona (+2,4%) e di Pesaro e Urbino (+3,4%) le cui performance compensano la stagnazione del fatturato per il terziario della provincia di Macerata (+0,0%). I profili dell'indice di livello mostrano un modesto trend di crescita a partire dal 2014 per la provincia di Ancona; un trend di ridimensionamento per la provincia di Macerata; forti oscillazioni tra aumento e diminuzione del fatturato per la provincia di Pesaro e Urbino.

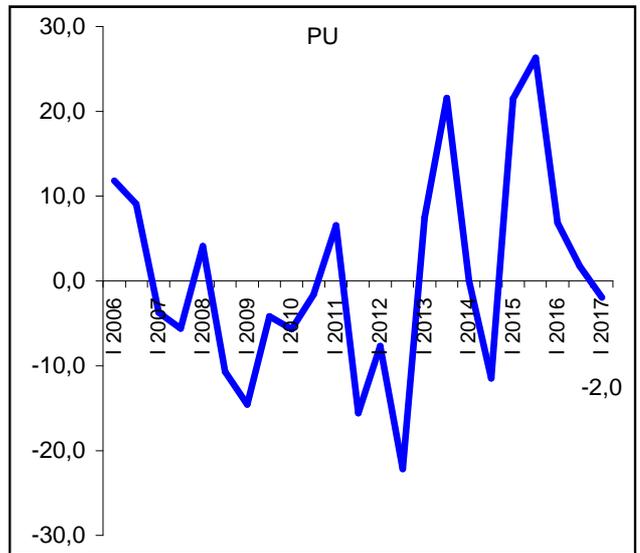
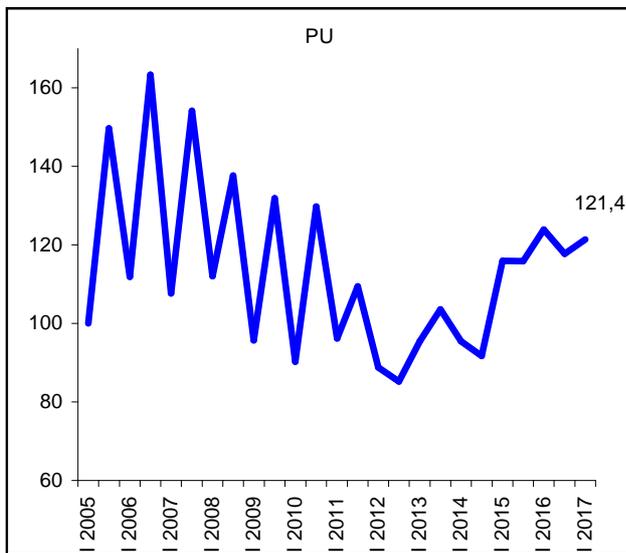
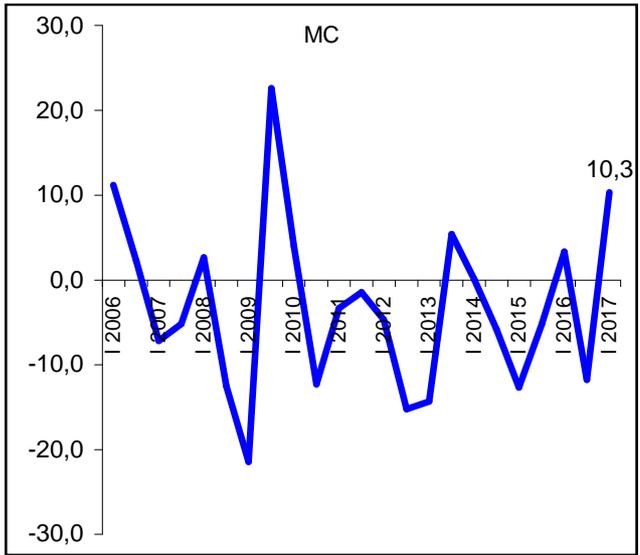
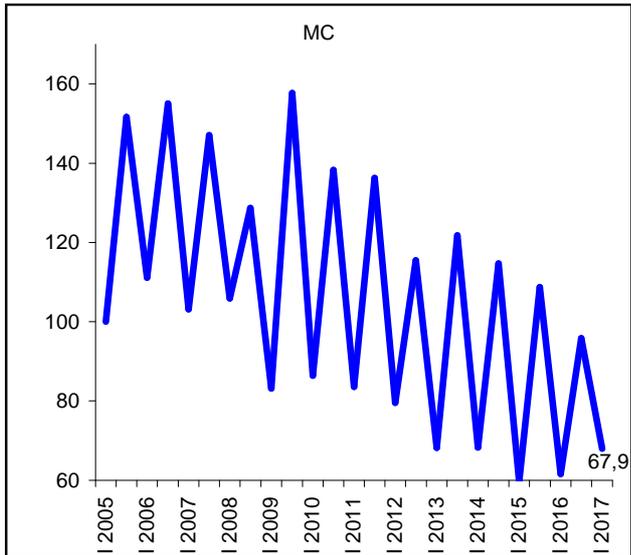
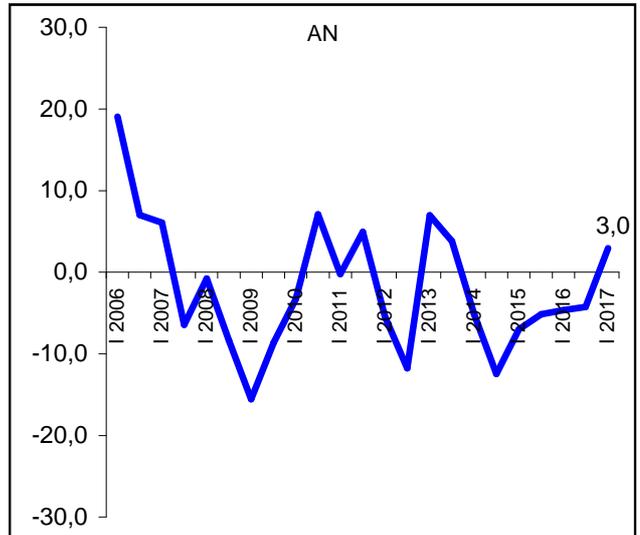
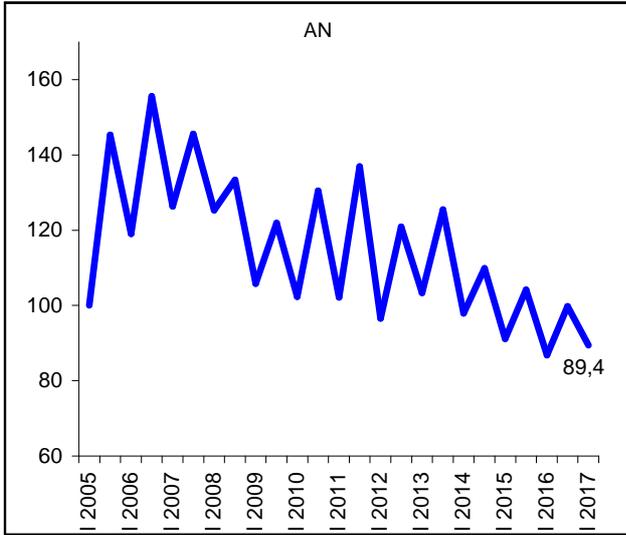
fatturato complessivo per le tre province con dati statisticamente affidabili
 numeri indice (2005 primo sem.=100) a sinistra; variazioni % tendenziali semestrali a destra



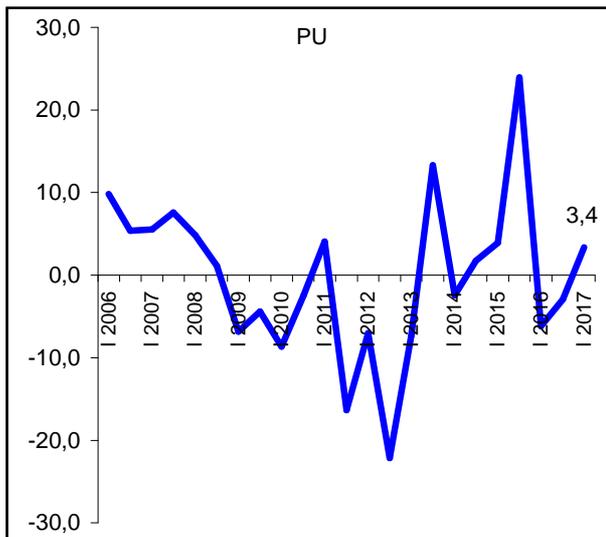
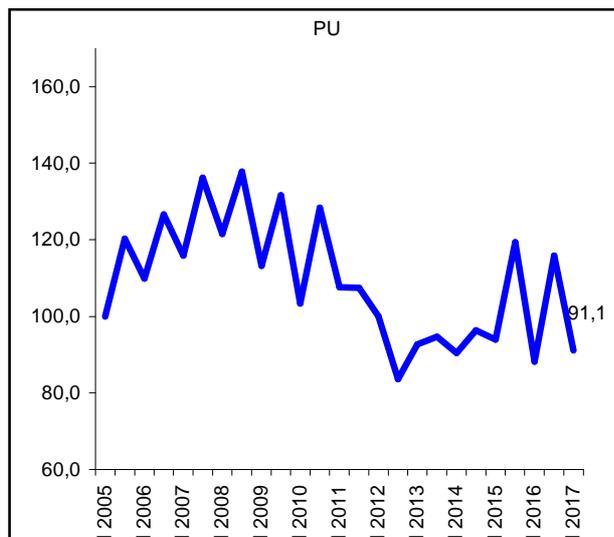
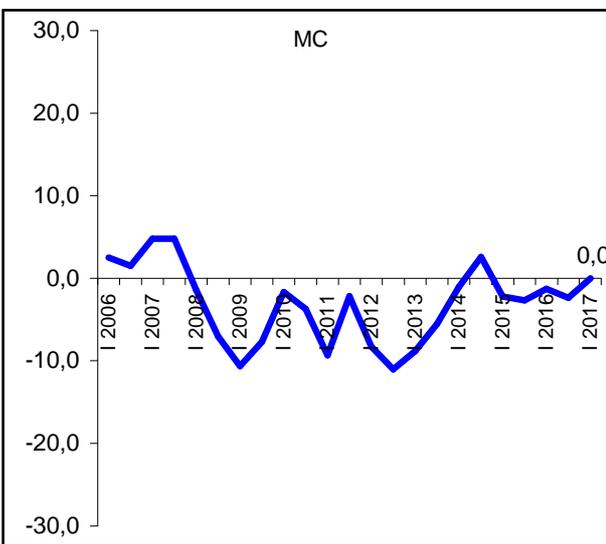
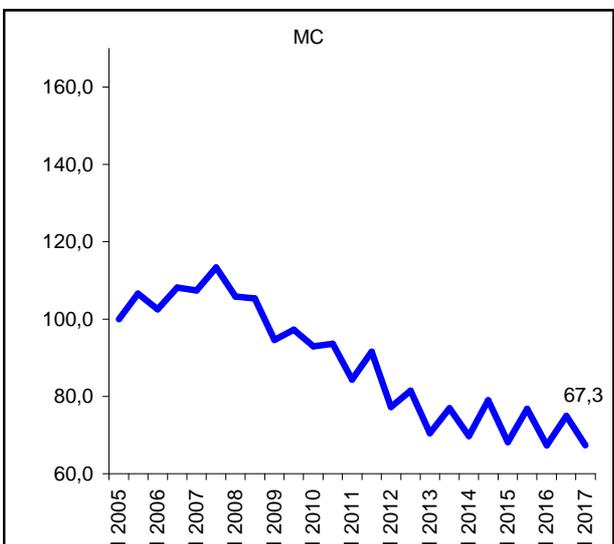
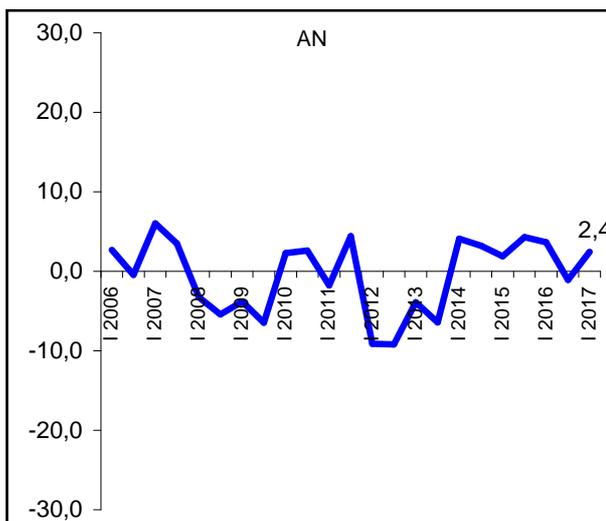
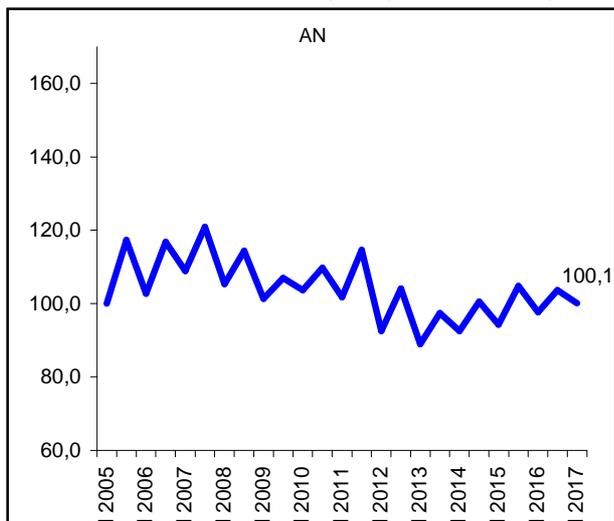
fatturato MANIFATTURIERO per le tre province con dati statisticamente affidabili
 numeri indice (2005 primo sem.=100) a sinistra; variazioni % tendenziali semestrali a destra



fatturato COSTRUZIONI per le tre province con dati statisticamente affidabili
 numeri indice (2005 primo sem.=100) a sinistra; variazioni % tendenziali semestrali a destra



fatturato SERVIZI per le tre province con dati statisticamente affidabili
numeri indice (2005 primo sem.=100) a sinistra; variazioni % tendenziali semestrali a destra



Caratteristiche metodologiche dell'osservatorio congiunturale

Premessa

L'Osservatorio congiunturale nasce da un accordo di collaborazione tra CNA – Comitato Regionale Marche e Istat, normato da apposita convenzione che ha previsto, fra le altre cose, l'istituzione un Comitato tecnico-scientifico Istat-CNA che sovrintendesse agli aspetti di metodo ed al lavoro di analisi economica, e di un Gruppo di lavoro per lo studio delle soluzioni applicative e la loro realizzazione.

Nell'ambito del Comitato tecnico-scientifico dell'Osservatorio congiunturale³, oltre al lavoro preliminare che ha riguardato la scelta delle variabili da rilevare, la definizione dei settori produttivi d'interesse e degli ambiti territoriali d'indagine, è stato messo a punto un quadro statistico-metodologico teso a garantire la rispondenza dei risultati ottenuti ai requisiti di scientificità ed attendibilità che un'indagine di tale portata esige, quadro in base al quale il Gruppo di lavoro⁴ dell'Osservatorio ha ideato e messo a punto le specifiche soluzioni qui di seguito brevemente descritte.

1. L'indagine da fonte amministrativa ed il nuovo sistema di gestione Trend2

Tutti gli aspetti metodologici e di processo relativi alla produzione dei dati Trend e analizzati nel seguito sono stati ingegnerizzati da Sixtema s.p.a.⁵, che ha predisposto un ambiente on line ad accesso profilato a seconda del ruolo dell'operatore: i metodologi accedono al loro ambiente di lavoro, i gestori dei database al loro, i sistemisti al loro e così via. Con tali caratteristiche, il sistema d'indagine non solo consente una gestione efficace ed efficiente della rilevazione, ma realizza anche una felice integrazione del lavoro di tutto lo staff dell'Osservatorio.

La componente applicativa di "TrendMarche 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.

In occasione di questa chiusura d'anno, Istat e Sixtema hanno introdotto nel sistema d'indagine metodi volti a migliorare la performance elaborativa e sfruttare al meglio i giacimenti informativi Cna dando luogo ad un nuovo sistema denominato **Trend2**, attraverso il quale sono state revisionate le serie fin qui elaborate per le Marche dal primo trimestre del 2005.

In pratica, di trimestre in trimestre Sixtema estrae dagli archivi amministrativi dei servizi alle imprese Cna tutti i record d'impresa presenti, e provvede a caricarli in un sistema di gestione reso disponibile on line, Trend2 appunto.

I metodologi Istat, in continua interlocuzione con gli esperti Cna, sovrintendono alle successive fasi di lavorazione dei dati, eseguite utilizzando il sistema di gestione stesso. Entrando brevemente nel merito delle fasi di lavoro: Trend2 consente di effettuare preliminarmente dei controlli di qualità sui nuovi dati acquisiti, vagliandoli attraverso regole prestabilite ed escludendo i record non pertinenti⁶ dal campione. Una volta che gli operatori siano soddisfatti del dataset ottenuto, passano allo step di lavorazione successivo: i dati vengono stratificati per provincia, settore e classe di addetti, in

³ Fanno parte del Comitato la dott.ssa Roberta Palmieri, in rappresentanza dell'Istat, il dott. Giovanni Dini ed il dott. Gabriele Di Ferdinando in rappresentanza del Centro Studi Sistema della CNA Marche.

⁴ Fanno parte del Gruppo di lavoro la dott.ssa Roberta Palmieri (coordinatrice) ed il sig. Stefano Moscatelli dell'Istat Marche, il dott. Maurizio Foglia, il dott. Luca Moscardi ed il sig. Massimo Carletti di CNA Infoservice

⁵ Sixtema s.p.a., società di servizi Ict, rappresenta l'evoluzione di Cna Informatica, nata nel 2009 con l'obiettivo di creare all'interno del sistema Cna una unica struttura di riferimento a livello nazionale che si occupasse delle gestione ed della erogazione di servizi di tipo informatico e di quant'altro ad essi collegato. La società è il risultato della cessione di un ramo di azienda delle tre società che fino al 2009 hanno rappresentato i punti di riferimento a livello nazionale in materia di servizi informatici, sia per Cna sia per le aziende associate: Siaer Information and Communication Technology (Modena), Centro Regionale Toscano per i Servizi e l'Informatica - Cna (Firenze), Cna Infoservice (Ancona). Sixtema ha vinto il premio Smau Innovazione 2016 con la sua piattaforma CRM, piattaforma sottostante anche al sistema d'indagine Trend2. Progettatori (insieme a Istat) e realizzatori dell'innovativo sistema d'indagine Trend2 sono il dott. Maurizio Foglia, Dirigente di Sixtema Marche, l'ing. Simone Buratti e gli altri collaboratori di Sixtema..

⁶ Ad esempio dati relativi ad imprese che usufruiscono dei servizi di Cna Marche ma hanno la sede di lavoro fuori regione, oppure lavorano in settori di attività non pertinenti, ecc.

modo da costituire un campione il più efficiente possibile dal punto di vista dell'affidabilità⁷ delle stime che andrà a produrre⁸. Ai record così lavorati il sistema applica coefficienti di espansione diversi a seconda dello strato di appartenenza, elaborati di volta in volta dal sistema sulla base dei totali di popolazione risultanti da Asia Imprese (archivio delle imprese italiane approntato ed aggiornato annualmente da Istat, e correntemente utilizzato per la costruzione di campioni di imprese –calcolo dei totali noti- nell'ambito della Statistica ufficiale) per gli strati corrispondenti.

Vengono così stimati alcuni aggregati fondamentali per valutare praticamente in tempo reale la performance delle imprese micro e piccole sul territorio⁹:

FATTURATO

(Italia; Estero; UE; Conto terzi)

INVESTIMENTI

(immobilizzazioni materiali ed immateriali; acquisto di macchinari)

SPESA PER RETRIBUZIONI

SPESA PER CONSUMI

SPESE PER FORMAZIONE

SPESA PER ASSICURAZIONI

Le stime ottenute, che sono tutte in valore (euro), vengono prima depurate dall'effetto prezzi attraverso un passaggio di deflazione eseguito nel sistema, che utilizza appositi indici di costo di produzione o di prezzo, e poi trasformate, sempre dal sistema Trend2, in numeri indice (Laspeyres, con trimestre base optabile) che consentano agevolmente i confronti temporali.

Trend 2, infine, elabora e fornisce sia le stime in valore assoluto degli aggregati, che i relativi numeri indici e le loro variazioni tendenziali, e le relative rappresentazioni grafiche in diagrammi a linea spezzata.

Naturalmente, vengono validate da Istat solo le stime che presentano un errore campionario nei limiti dell'accettabilità prestabilita, errore che viene calcolato dal Trend2 utilizzando i medesimi algoritmi inseriti da Istat nei software generalizzati che utilizzati per funzioni analoghe¹⁰.

Come già puntualizzato, il dominio di stima minimo programmato per il quale vengono prodotte le stime è l'incrocio di provincia e settore "regionale"; il livello di dettaglio settoriale è più o meno quello presentato nel diagramma qui di seguito, tenendo conto del fatto che Trend2 è stato approntato per consentire diversi livelli di aggregazione dei settori in base alle specificità produttive dei territori, in modo da contemperare al meglio le esigenze di confrontabilità fra territori con quelle di adattamento alla realtà specifiche.

⁷ Intesa in termini di errore campionario.

⁸ Lo studio di fattibilità a suo tempo realizzato dall'apposito Gruppo di lavoro Istat-Cna costituito presso l'Istat ha confermato la sostanziale equivalenza, dal punto di vista dei fenomeni indagati, delle dinamiche mostrate dalle imprese i cui dati sono presenti negli archivi utilizzati in Trend rispetto a quelle riscontrabili nel complesso delle micro e piccole imprese italiane.

⁹ E' allo studio la stima dei costi per l'acquisto di beni intermedi: Istat, in collaborazione con Cna Umbria, sta redigendo un primo documento tecnico in merito.

¹⁰ sono tutte routines in R facenti parte del software generalizzato Genesees, realizzato da Istat stesso; si ringrazia Diego Zardetto dell'Istat, realizzatore di Genesees, per la gentile e preziosa collaborazione.

L'architettura dei domini di stima programmati per le Marche è la seguente:

TREND2 - DISEGNO SETTORIALE MARCHE		
Macrosettore	Settore	Settore regionale
MANIFATTURIERO	MANIFATTURIERO	TESSILE-ABBIGLIAMENTO-PELLE (Divisioni 13, 14 e 15)
		LEGNO-MOBILE (Divisioni 16 e 31 tranne classe 31.03)
		MECCANICA (Divisioni da 24 a 30 + divisione 33 tranne classe 33.19)
		di cui: MECCANICA DI BASE (Divisioni 24 e 25)
		di cui: ALTRA MECCANICA (Divisioni da 26 a 30)
		ALTRA MANIFATTURA (Divisioni da 10 a 12 + divisioni da 17 a 23 + classe 31.03 + divisione 32 + classe 33.19)
COSTRUZIONI	COSTRUZIONI	di cui: EDILIZIA (Divisioni da 41 a 43 tranne gruppo 43.2)
		di cui: IMPIANTISTICA (Gruppo 43.2)
SERVIZI	RIPARAZIONE AUTOVEICOLI E MOTOCICLI	RIPARAZIONE AUTOVEICOLI E MOTOCICLI (Gruppo 45.2 e categoria 45.40.3)
	COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO	COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO (Gruppo 45.1 + gruppo 45.3 + gruppo 45.4 tranne categoria 45.40.3 + divisioni 46 e 47)
	TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO (Divisioni da 49 a 53)
	SERVIZI TURISTICI	SERVIZI DI ALLOGGIO E RISTORAZIONE; SERVIZI TURISTICI (AGENZIE, TOUR OPERATORS, ...) (Divisioni 55 e 56 + divisione 79)
	SERVIZI ALLA PERSONA ED ALLE FAMIGLIE	SERVIZI ALLA PERSONA ED ALLE FAMIGLIE (Divisioni da 86 a 88)
	ALTRI SERVIZI	ALTRI SERVIZI (Divisioni da 58 a 82 tranne divisione 79 + divisioni da 84 a 95 tranne divisioni 86, 87 e 88)

Infine, è bene ricordare che il processo elaborativo di cui sopra, in quanto fortemente ingegnerizzato, è in grado di fornire le stime desiderate entro i tre mesi di tempo dal periodo di riferimento dei dati, il tutto *senza alcun fastidio statistico per le imprese*.

Fatta questa panoramica generale sull'indagine sottostante all'Osservatorio, si entrerà qui di seguito nel merito, seppure brevemente, delle principali strategie adottate (ed ingegnerizzate in Trend2).

2. Strategie di campionamento

Il disegno campionario è stratificato per territorio (provincia) dimensione d'impresa (numero di addetti) e settore di attività (Ateco 2002 e 2007); i pesi campionari da applicare alle imprese nei diversi strati per il riporto all'universo vengono calcolati dinamicamente di trimestre in trimestre nel sistema di gestione Trend2 a partire dai totali di popolazione noti. La popolazione utilizzata allo scopo è 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.

Ad ogni stima ottenuta viene associato il relativo errore campionario, per valutarne la validabilità¹¹; come accennato, il dominio minimo di validazione delle stime per il campione così ottenuto è l'incrocio di provincia e settore; gli altri domini di stima programmati sono: provincia; settore (a livello regionale), e regione.

¹¹ E' una scelta molto conservativa, infatti il campione utilizzato è, per forza di cose, quello che si potrebbe definire un panel dinamico, nel senso che la maggior parte delle imprese ovviamente rimangono per diversi trimestri negli archivi dei servizi Cna, per cui al netto di una naturale dinamica, la gran parte del campione di trimestre in trimestre rimane costituito dalle medesime unità campinarie. Ciò comporta una diminuzione della variabilità nota nella teoria statistica, anche se di difficile quantificazione.

3. Affidabilità delle stime

Una volta ottenute le stime, come si diceva qui sopra, è naturalmente necessario fornire i dati relativi all'errore campionario, e cioè alla loro affidabilità per i vari domini programmati e per ciascuna delle variabili oggetto d'indagine, affidabilità non solo dal punto di vista del singolo valore trimestrale, ma del complesso della serie storica dei valori ottenuti. Per rendere simultaneamente conto di tutto ciò viene effettuata una valutazione sintetizzata nei cosiddetti "semafori": di trimestre in trimestre vengono costruiti degli indicatori di affidabilità nel tempo delle stime delle singole variabili in base a soglie di errore campionario ritenute accettabili, indicatori sulla base dei quali i metodologi Istat validano o meno ogni singola stima trimestrale e le serie storiche delle stime nel loro complesso. Naturalmente, il semaforo rosso indica stime non validabili in quanto corredate da eccessivo errore campionario.

4. Confrontabilità nel tempo delle stime

Le stime ottenute vengono opportunamente deflazionate al fine di depurarle dall'effetto prezzi, e quindi 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:

INDICI DEI PREZZI ALLA PRODUZIONE DEI PRODOTTI INDUSTRIALI	Settori dell'Osservatorio	
(15) Alimentari e bevande	Alimentari e bevande	
(3) Prodotti dell'industria tessile e dell'abbigliamento	Tessile e abbigliamento	
(4) Cuoio, prodotti in cuoio	Pelle e prodotti in pelle (incluse calzature)	
(182) Altri articoli di vestiario ed accessori		
(5) Legno e prodotti in legno (esclusi i mobili)	Legno e prodotti in legno (inclusi mobili)	
(361) Mobili		
(11) Metalli e prodotti in metallo	Metalmeccanica	
(12) Macchine ed apparecchi meccanici		
(13) Apparecchi elettrici e di precisione		
COSTO DI COSTRUZIONE DI UN FABBRICATO RESIDENZIALE	Costruzioni	
Indice generale fabbricati residenziali		
INDICE DEI PREZZI AL CONSUMO PER L'INTERA COLLETTIVITA'	Riparazione autoveicoli e motocicli	
(070203) Manutenzioni e riparazioni mezzi trasporto		
(07) Trasporti		Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni
(0801) Comunicazioni		
(12) Altri beni e servizi	Servizi alla persona	

Sempre per favorire la confrontabilità nello spazio e nel tempo dei risultati, e per rendere più immediata la loro leggibilità, le stime ottenute in valore monetario a prezzi costanti vengono trasformate in numeri indici, cioè in indicatori indipendenti dall'unità di misura delle variabili indagate, ottenuti semplicemente facendo pari a 100 un valore scelto come base e rapportando a questo tutti i valori ottenuti nel tempo. Questi, a loro volta, vengono rappresentati in semplici diagrammi di tendenza a linee spezzate.

FOCUS – Quali servizi per quali imprese: traiettorie evolutive per una nuova competitività¹²

¹² Il focus è stato predisposto dall'Ufficio Studi Confartigianato Marche (con il coordinamento di Giorgio Cippitelli, relazioni esterne a cura di Paola Mengarelli, collaborazione di Fabiana Screpante e direzione scientifica di Enrico Quintavalle) e dal professor Gian Luca Gregori, Pro Rettore dell'Università Politecnica delle Marche.

1. Introduzione

L'obiettivo del presente focus è quello di analizzare quali possono essere i servizi che le Associazioni di Categoria devono offrire alle imprese (in realtà, **UN MUST**) per favorirne la competitività e per essere esse stesse competitive.

I servizi presi in considerazione sono i servizi innovativi, che definiremo 4.0, il cui ruolo strategico può essere riscontrato relativamente a differenti aspetti.

Per quanto riguarda le **associazioni di categoria**, si è in presenza di un nuovo approccio concorrenziale allargato nel quale “tutti si confrontano con tutti”. Questo perché una tradizionale divisione ideologica che distingueva le associazioni di categoria sulla base di “doveri politici” non viene più ad esistere. In sostanza, **le aziende oggi scelgono di associarsi ad un'organizzazione di categoria generalmente sulla base di quanto viene loro offerto in termini di sistema.**

Per quanto concerne le **imprese**, si rileva un'accresciuta competizione nazionale, e “comunque” internazionale, che richiede approcci e **strumenti gestionali di nuova generazione**, sia per quanto riguarda le innovazioni tecnologiche, sia relativamente ai modelli di business. È quindi evidente, anche in questa prospettiva, **l'esigenza di servizi 4.0**, in linea con le traiettorie evolutive dei mercati.

A livello metodologico, in questo capitolo vengono presentati ed analizzati i risultati di alcune indagini empiriche svolte, sia presso le associazioni di categoria sia presso le imprese, al fine di comprendere il livello d'interazione tra domanda ed offerta, nonché **i gap esistenti in questo ambito.**

Successivamente, nel periodo di marzo-maggio 2018, verranno realizzati degli specifici focus con gli imprenditori i cui risultati saranno discussi nel consueto convegno di presentazione di TrendMarche.

2. Quali trasformazioni nel mondo associativo: i perché di un'offerta 4.0

Come anticipato nell'introduzione, le associazioni di categoria devono necessariamente tenere in considerazione che si è in presenza di **un nuovo approccio concorrenziale allargato nel quale “tutti sono contro tutti in un mercato del tutto aperto”!**

Le associazioni, infatti, non si trovano più, e ormai da tempo, a dover affrontare una concorrenza “ristretta”, cioè a dover competere soltanto con le altre associazioni di categoria, ma una concorrenza in un certo senso “allargata”.

Richiamando il modello “delle cinque forze” (detto anche della “concorrenza allargata”) dell'economista Porter, si è appunto passati dal competere esclusivamente con i cosiddetti “concorrenti diretti” ad una competizione che coinvolge anche tutta una serie di altri soggetti – qui pensiamo ai consulenti, ai commercialisti ad esempio, ma non solo – in grado di offrire i medesimi servizi che le associazioni di categoria propongono ai loro associati.

A questo poi si aggiunge un altro aspetto che le associazioni di categoria devono tenere in considerazione e cioè la semplificazione burocratica in atto; in questa prospettiva, i “cosiddetti adempimenti”, che hanno caratterizzato la “classica offerta” delle associazioni di categoria, risultano essere sempre meno rilevanti.

Tutta questa situazione comporta, inevitabilmente, che:

- 1) **le associazioni debbano offrire servizi sempre più del tipo 4.0;**
- 2) la prospettiva vincente sia quella di **proporre agli imprenditori un “sistema integrato”, a loro servizio a 360 gradi.** È necessario, infatti, prendere le distanze da un approccio che si caratterizza per l'offerta di singoli e ordinari servizi (paghe, contabilità, credito,...), mentre acquisisce un ruolo davvero strategico operare per “mettere in collegamento tali singoli servizi”, rendendoli sempre più all'avanguardia.

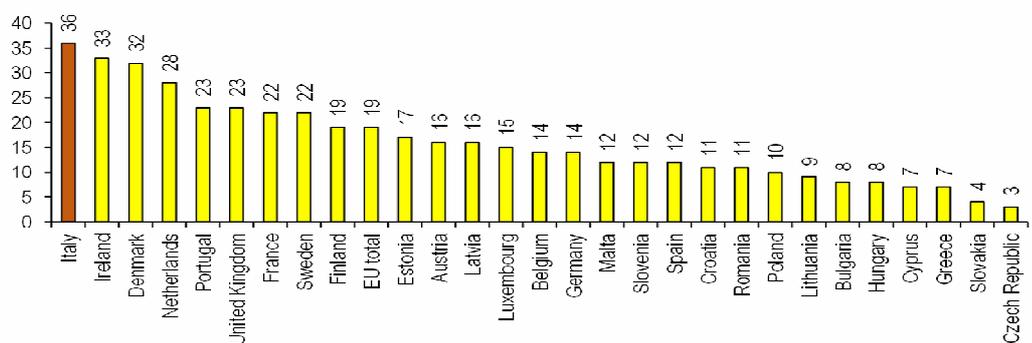
A questo proposito, le associazioni di categoria hanno sicuramente un vantaggio competitivo in quanto nel loro ambito racchiudono un'ampia varietà di servizi che non caratterizza i “vari” competitor, almeno allo stato attuale (anche se la situazione è in questa prospettiva piuttosto dinamica). Inoltre, come è dimostrato dai dati, le imprese italiane (di minore dimensione media in termini di addetti), rispetto alle altre dei paesi europei, hanno una maggiore predisposizione a rivolgersi alle associazioni di impresa per avere consulenze sulla propria attività (Grafico n.1).

Fare questo importante passaggio per un'associazione di categoria comporta l'adozione di modelli organizzativi evoluti che abbattano gli “steccati”, spesso molto fitti, che si ergono tra i singoli e differenti servizi che offrono. L'obiettivo è, infatti, far sì che **“tutti, all'interno dell'associazione, siano in grado di conoscere e presentare i servizi in una logica integrata (poi, passando la “palla” ai vari specialisti)”**.

Tale prospettiva apre alla necessità di avere un personale formato adeguatamente e, in certi casi, ad una vera e propria **rivoluzione organizzativa**. Quest'ultima, inoltre, deve essere inevitabilmente **modellata con specifico riferimento ai territori “di azione” dell'associazione**, cioè con la piena consapevolezza di quelle che sono le caratteristiche delle imprese presenti, nonché delle esigenze in termini di servizi che queste imprese manifestano.

Grafico n.1

Chi normalmente vi offre consulenze su questioni relative alla vostra azienda? ASSOCIAZIONI DI IMPRESA
Anno 2015, valori %

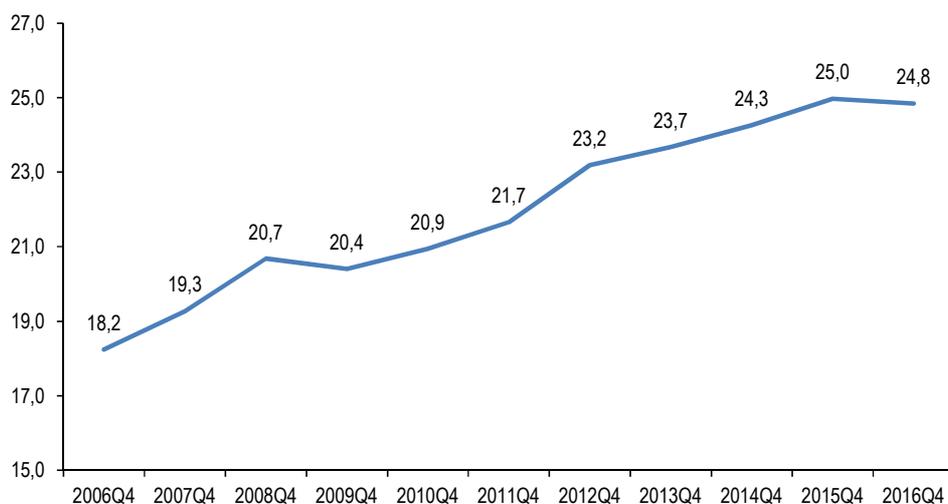


Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati EUIPO-INTELLECTUAL PROPERTY (IP) SME SCOREBOARD (2016)

I dati, ad esempio, consentono di verificare che in media in Italia un imprenditore e lavoratore autonomo su quattro è laureato e che tale quota è cresciuta di 6,6 punti percentuali in 10 anni (Grafico n.2). Sicuramente **questo è uno dei tanti aspetti, ad esempio, che le associazioni devono tenere in considerazione nel loro approccio alle nuove imprese.**

Grafico n.2

Quota lavoratori indipendenti laureati in Italia
Quarto trimestre anni 2006-2016 - % ISCED 5-8 sul totale occupati



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Eurostat

In generale, la conoscenza del bacino di riferimento di un'associazione rappresenta le fondamenta di quel piano strategico che si auspica sia volto a delineare un vero e proprio cambiamento di rotta; ciò vale per tutti i soggetti, non solo per le associazioni di categoria, ma anche per l'Operatore pubblico ai vari livelli; peraltro, non sempre ciò è riscontrato!

3. Quali servizi 4.0 per quali imprese

Compresa la necessità, per le associazioni di categoria, di offrire servizi che abbiamo definito 4.0, si entra ora nello specifico di **quali sono questi servizi e per quali imprese**.

Essendo imprescindibile, come anticipato, la conoscenza delle caratteristiche e delle esigenze delle imprese destinatarie dei servizi in un territorio di riferimento, **vale il principio del “non tutto per tutti”**; inoltre, è il mercato che deve guidare le scelte e quindi promuovere nelle associazioni la tipologia di modelli di business da adottare.

Tenuto conto di questa premessa, si possono comunque ipotizzare alcuni possibili interventi, che derivano dai risultati delle varie indagini realizzate in questi anni presso il sistema delle piccole imprese.

- **Formulazione del Piano strategico**

Un aspetto che caratterizza spesso le piccole imprese è l'assenza di un piano strategico formalizzato; sulla base di una metodologia appositamente definita per questa tipologia di organizzazioni, è necessario “aiutare” l'imprenditore nell'individuare un percorso che abbia una prospettiva non solo annuale, provando ad evitare un mero ed unico approccio “day by day”!

- **Controllo di gestione e analisi finanziaria**

Altra tematica di un certo interesse è quella relativa al controllo della gestione, individuando quali attività/servizi si caratterizzano per un certo livello di redditività. Inoltre, soprattutto in questo periodo, diventa particolarmente rilevante distinguere il risultato della gestione economica rispetto al risultato della gestione finanziaria. Ciò in un'ottica di un migliore sistema di relazioni con il sistema creditizio.

- **Formulazione del prezzo**

Il prezzo è ancora oggi spesso determinato solo sulla base del ricarico, senza tenere in debito conto sia il peso della concorrenza che della domanda. La necessità di associare almeno un approccio fondato sui margini di contribuzione risulta essere evidente.

- **Piano marketing**

Così come evidenziato nel caso del Piano strategico, anche per quanto concerne l'attività commerciale manca spesso un approccio pianificato, volto a definire il segmento di mercato a cui rivolgersi, un'analisi di benchmarking, la verifica dell'efficacia degli strumenti del sistema informativo commerciale, ecc.

- **Comunicazione**

Le piccole imprese hanno sempre più necessità di adottare politiche di comunicazione rivolte al mercato, naturalmente in modo molto differente rispetto alle organizzazioni di maggiori dimensioni, soprattutto per una forte differenza nei budget. Si aprono, quindi, delle prospettive particolarmente interessanti da questo punto di vista per le piccole imprese, che peraltro devono essere guidate nella scelta degli strumenti più coerenti.

- **Pianificare le scelte di investimento (anche mediante il ricorso ad acquisizioni)**

Riprendendo il focus “Innovazione e piccole imprese: quali possibili “convergenze”?” contenuto nel Rapporto TrendMarche 2016/II, è utile richiamare quanto veniva sostenuto sulla possibilità di aiutare le imprese a scegliere la strada della acquisizioni, quando il processo di crescita diventa necessario e le caratteristiche settoriali e il mercato di riferimento lo consentono. Probabilmente le nuove opportunità che l'attuale fase economica può offrire potrebbero stimolare le imprese in questa direzione!

- **Organizzazione**

Semplici strumenti di organizzazione, di formalizzazione delle attività, ma anche di gestione dei collaboratori potrebbero consentire a tali imprese di risultare più competitive nel mercato di riferimento.

- **Digitale**

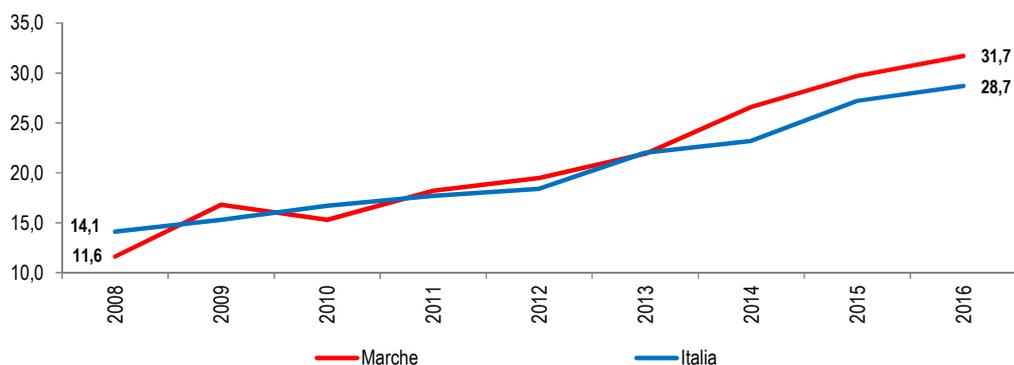
Si osserva che il **digitale** rappresenta un **elemento trasversale per la competitività** delle piccole imprese e diventa fondamentale per le associazioni favorire nelle imprese la **relazione “digitale” con il cliente**. A questo proposito, dagli ultimi dati disponibili, emerge un trend crescente di utenti Internet che utilizzano tale strumenti per fare acquisti on line e questo, nelle Marche, è ancor più accentuato che in media nazionale.

Nella nostra regione, infatti, (Grafico n.3) dal 2008 al 2016 la quota di acquirenti on line sugli utilizzatori di Internet è cresciuta di 20,1 punti percentuali a fronte di +14,6 in Italia.

Inoltre, vi sono settori di interesse per l'artigianato con acquisti significativi on line: nelle Marche gli Abiti, articoli sportivi sono acquistati nel 43,7% dei casi, quota superiore alla media nazionale (38,6%), gli Articoli per la casa (mobili, giocattoli ecc.) nel 27,1% e i Libri (inclusi e-book) sono acquistati nel 23,6% dei casi (23,2% in Italia) (Grafico n.4).

Grafico n.3

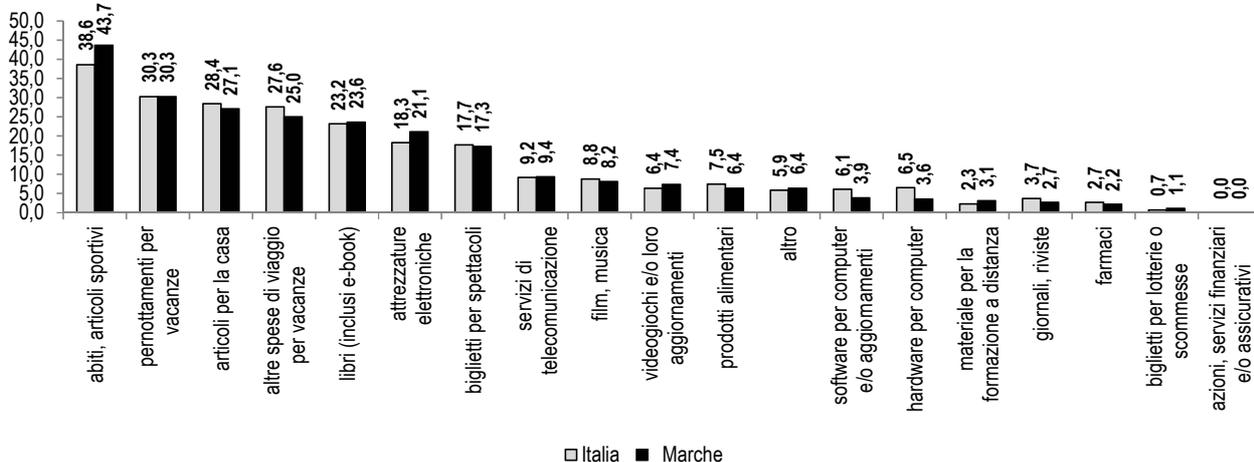
Serie storica utenti Internet che hanno ordinato o comprato online per uso privato per tipo di bene/servizio 2008-2016; per 100 persone di 15 anni e più dello stesso sesso e classe di età che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

Grafico n.4

Tipo di acquisti e ordini di beni e servizi: Marche e Italia
Anno 2016; % su utenti Internet

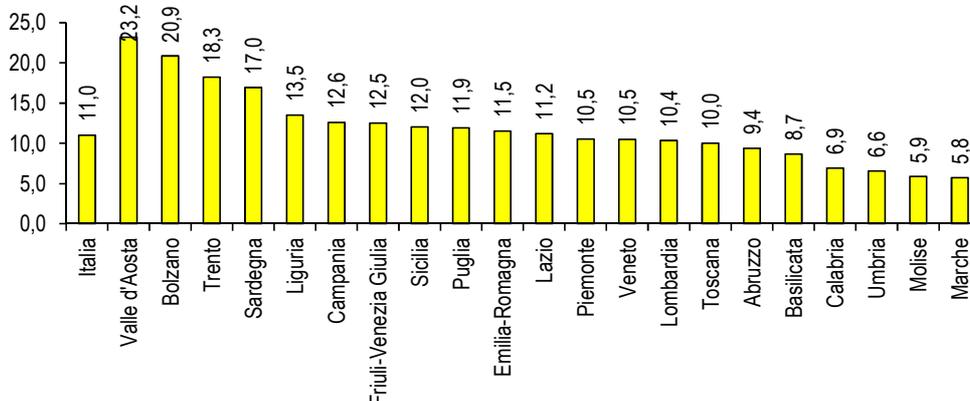


Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

Questi dati consentono di verificare che esistono ampie opportunità da sfruttare da parte delle piccole imprese marchigiane a fronte, però, di una scarsa interazione con il mercato online: nel 2016 solo il 5,8% delle imprese marchigiane con 10 addetti e oltre ha venduto online, quota più bassa tra tutte le regioni italiane (media nazionale: 11,0%) (Grafico n.5).

Grafico n.5

Imprese che hanno effettuato vendite on line per regione
Anno 2016; % imprese con 10 addetti e oltre



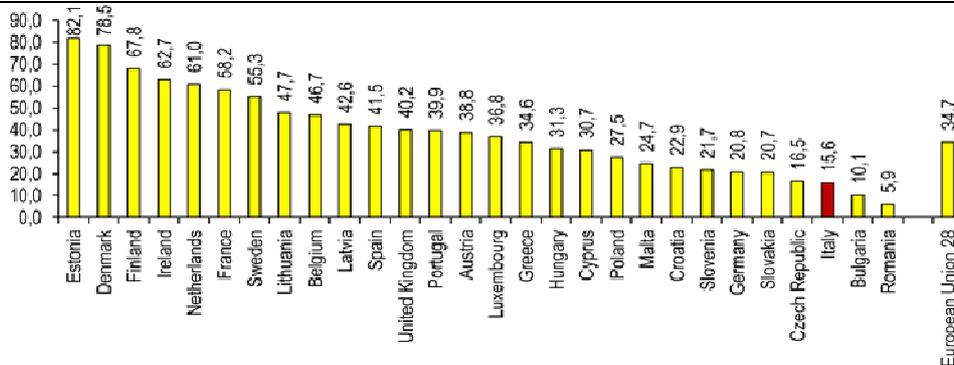
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

Inoltre, non è solo necessario **“digitalizzare” la relazione** con il cliente, ma anche quella **con la Pubblica Amministrazione**. L’analisi degli indicatori di e-Government proposti dalla Commissione europea nell’ambito del DESI – Digital economy and society index – mostra che la quota di occupati che ha usato internet per interagire con le Pubbliche autorità spedendo moduli compilati – che è l’attività a più alta integrazione, con la maggiore complessità tecnologica e che riduce lunghi tempi e code agli sportelli – in Italia è pari al 15,6%, valore più che dimezzato rispetto al 34,7% della media dell’Unione Europea e che colloca il nostro Paese al 26° posto tra i 28 Paesi dell’Unione europea, davanti solo a Bulgaria e Romania.

Nel dettaglio, la quota di occupati che interagisce con la PA è del 58,2% in Francia, del 41,5% in Spagna, del 40,2% nel Regno Unito e del 20,8% in Germania (Grafico n.6). Il divario con l’Unione europea è quasi raddoppiato in otto anni, passando dagli 11,2 punti nel 2008 ai 19,1 punti del 2016 (Grafico n.7).

Grafico n.6

Quota di occupati che ha inviato on line moduli compilati alla PA nei paesi europei
anno 2016. % di occupati tra 16 e 74 anni che hanno inviato nell’anno passato



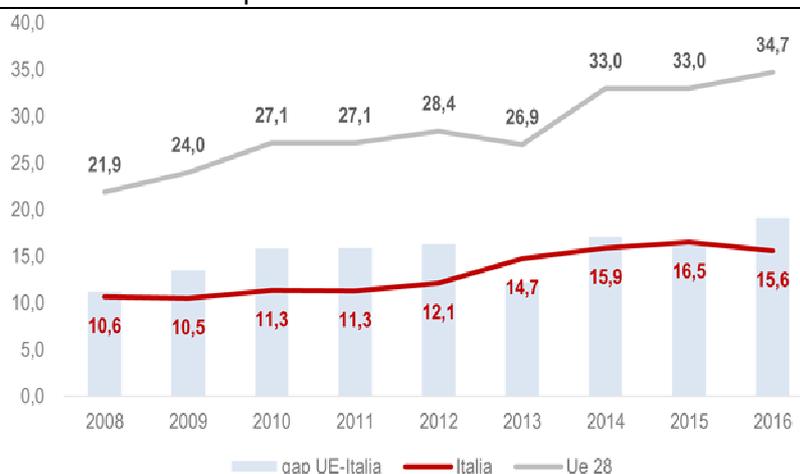
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Commissione Europea

Su tale situazione impatta anche il generale **ritardo dell’Italia nell’applicazione delle tecnologie digitali alla relazione tra cittadini impegnati in attività lavorative e Amministrazioni pubbliche**, con la conseguente scarsa offerta di servizi pubblici fruibili on

line che assorbe tempo degli occupati distraendoli da attività produttive, che creano valore aggiunto.

Grafico n.7

Quota di occupati che ha inviato on line moduli compilati alla PA: Italia e UE
Anno 2008-2016. % di occupati tra 16 e 74 anni che hanno inviato nell'anno passato

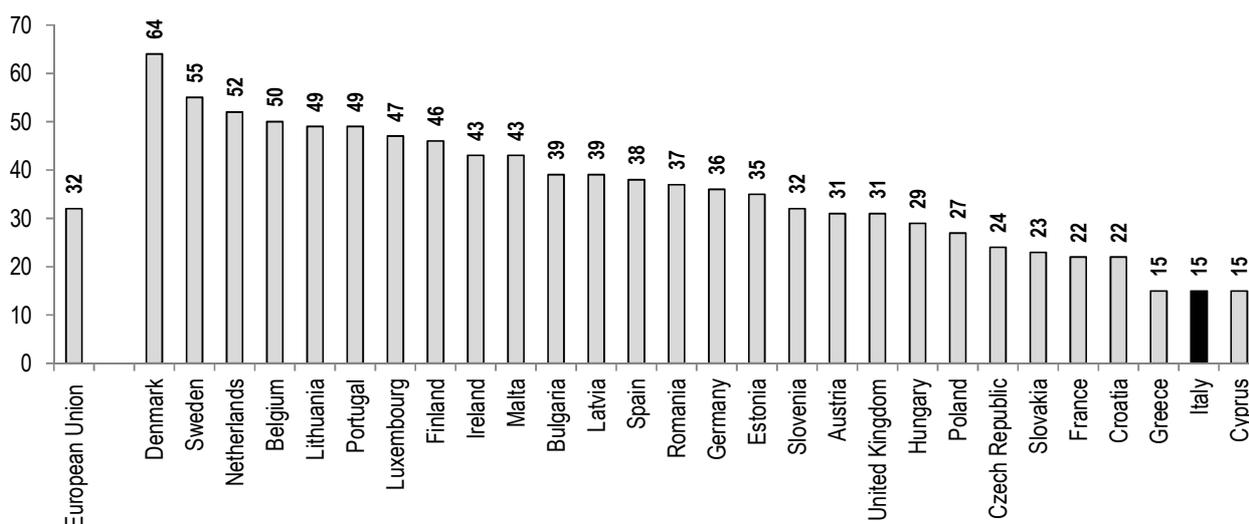


Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Commissione Europea

Un altro aspetto che incide sulla creazione di valore da parte delle imprese al confronto con i loro competitor in Europa e sempre nell'ambito del digitale è il **gap infrastrutturale presente nella dotazione di banda larga**: anche in questo caso utilizzando gli indicatori del DESI, in Italia la quota di imprese utilizzatrici di connessione di banda larga fissa ad alta velocità si ferma al 15%. Tale livello colloca il nostro paese in coda tra quelli dell'Unione, è più che dimezzato rispetto al 32% della media dell'Ue ed è distante dai maggiori competitor dell'Eurozona: la quota di imprese connesse a banda larga veloce in Spagna è del 38%, in Germania del 36%, in Francia del 22,0% (Grafico n.8).

Grafico n.8

Imprese utilizzatrici di banda larga veloce nei paesi dell'Unione Europea
Anno 2016. % imprese con 10 e più addetti; fast fixed broadband connection: almeno 30 Mbps

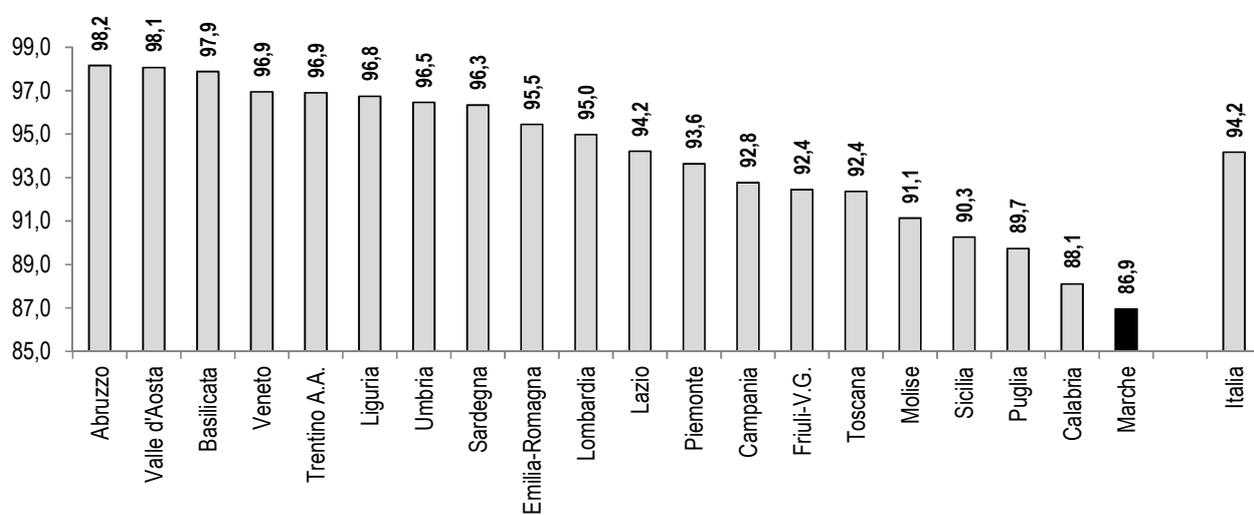


Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Eurostat

Per il livello regionale, considerando i dati Istat sulla quota di imprese utilizzatrici di connessione a banda larga fissa o mobile, le Marche risultano all'ultimo posto in Italia con la quota dell'86,9% a fronte del 98,2% in media nazionale (Grafico n.9).

Grafico n.9

Imprese utilizzatrici di banda larga fissa o mobile nelle regioni italiane
Anno 2016. % imprese con 10 e più addetti



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

4. Alcune riflessioni per i “focus group”

Le tematiche qui presentate e le prime considerazioni sviluppate saranno oggetto di approfondimento mediante specifici focus group, che coinvolgeranno operatori presenti in settori differenti; l'ipotesi di ricerca consiste **nel verificare l'importanza e la strategicità dei servizi 4.0, ma anche le competenze del sistema dell'offerta e gli eventuali gap esistenti.**

L'evoluzione del contesto competitivo delle imprese e delle associazioni richiede, con elevata probabilità, un importante e radicale cambiamento di quanto e come le associazioni propongono sul loro mercato di riferimento e questo, sia per sopravvivere ad una concorrenza sempre più allargata che le coinvolge, sia per dare risposte concrete alle nuove esigenze delle imprese.

In questa prospettiva diventa fondamentale verificare cosa offrire e a chi offrire!

Ciò nella consapevolezza che:

- a) non ha senso promuovere per tutti gli stessi servizi;
- b) vengono richieste specifiche competenze che non sempre le associazioni di categoria sembrano avere;
- c) è necessario proporre non singoli servizi in maniera “unitaria”, ma un sistema integrato di servizi.

Un esempio, in questa logica, è rappresentato dal digitale: si riscontra un gap troppo elevato ancora tra esigenze delle imprese e competenze del sistema dell'offerta. Si aprono spazi di mercato molto ampi e del tutto imprevedibili, solo alcuni anni fa. E' questa la sfida che le associazioni ed i vari operatori (anche pubblici) dovranno affrontare ora, per la sopravvivenza delle imprese, ma anche per la sopravvivenza dell'intero sistema economico. Sarebbe particolarmente “pericoloso” e “poco intelligente” non cogliere le opportunità che un'economia in movimento può consentire.

Riferimenti e fonti dati

Confartigianato Ancona-Pesaro e Urbino e Università Politecnica delle Marche-Dipartimento di Management (2017), Artigianato e piccole imprese patrimonio per i territori. Nuove traiettorie di sviluppo, Franco Angeli

Confartigianato (2016), Con banda ultra larga impatto del 13% sulla produttività delle MPI, pari a 0,9 punti di PIL. In Industria 4.0 investimenti banda ultra larga per 12,7 miliardi € fino al 2020, settembre

Confartigianato (2017a), Mondi digitali e piccole imprese: alcune evidenze chiave, febbraio

Confartigianato (2017b), Economia digitale e mercato delle Associazioni: le trasformazioni della domanda delle imprese e dell'offerta dei servizi, maggio

Confartigianato (2017c), Ritardo digitale PA: spedizione via internet di moduli compilati solo per 16% occupati in Italia, meno della metà del 35% dell'UE. Divario raddoppiato negli ultimi 8 anni, novembre

Confartigianato e Confartigianato Marche (2017), Il tessuto di piccola impresa nelle Marche tra globalizzazione, innovazione e digitale, marzo

Confartigianato Marche (2017a), Innovazione nelle piccole imprese e nell'artigianato. Alcuni spunti sulle Marche, febbraio

Confartigianato Marche (2017b), Le minacce della contraffazione al made in Italy, febbraio

Confartigianato Marche (2017c), Focus “Innovazione e piccole imprese: quali possibili “convergenze”?”, in TrendMarche 2016/II, maggio

Eurostat (2017), Statistic database

Istat (2017), I.stat. Il datawarehouse dell'Istat

