

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



# TRENDMARCHE

OSSERVATORIO INTEGRATO SULL'ARTIGIANATO E LA PICCOLA IMPRESA

2017/II



**Comitato scientifico Trend Marche**

Nunzio Tartaglia (UBI - Banca Popolare di Ancona)  
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](mailto:segreteria@confartigianato-marche.it)  
CNA MARCHE  
Via Totti 4, Ancona  
Tel. 071 286091 - e-mail: [studi@marche.cna.it](mailto:studi@marche.cna.it)

Realizzato nel mese di maggio 2018

# INDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Osservatorio Congiunturale <i>TRENDMARCHE</i></b>   | <b>3</b>  |
| 1. L'economia nel 2017. Un quadro di contesto  | 4         |
| 2. Le indicazioni dell'osservatorio congiunturale TrendMarche in sintesi   | 13        |
| 3. Le indicazioni dell'osservatorio congiunturale di TrendMarche. La congiuntura della piccola impresa marchigiana | 14        |
| 3.1 <i>Le dinamiche annuali</i>  | 14        |
| 3.2 <i>Le dinamiche semestrali dei ricavi</i>  | 17        |
| 3.3 <i>Le dinamiche trimestrali dei ricavi</i>   | 18        |
| 4. Le dinamiche settoriali a confronto   | 18        |
| 5. L'analisi per settore. Le schede settoriali   | 21        |
| Tessile abbigliamento calzature  | 21        |
| Legno-Mobile   | 24        |
| Meccanica  | 27        |
| <i>Meccanica di base</i>   | 30        |
| <i>Altra meccanica</i>   | 33        |
| Altre manifatture  | 36        |
| Costruzioni  | 39        |
| <i>Edilizia</i>  | 42        |
| <i>Impiantistica</i>   | 45        |
| Trasporti e magazzinaggio  | 48        |
| Commercio all'ingrosso e al dettaglio  | 51        |
| Riparazioni veicoli  | 54        |
| Servizi alle famiglie e alle persone   | 57        |
| Servizi turistici  | 60        |
| Altri servizi  | 63        |
| Caratteristiche metodologiche dell'osservatorio congiunturale  | 66        |
| <b>FOCUS–Come competere con i “Servizi 4.0”: un approccio “non tradizionale”</b>                                   | <b>71</b> |
| 1. Aspetti introduttivi: perché una riflessione sui servizi  | 72        |
| 2. Servizi e stato dell'arte nella “web economy”   | 73        |
| 3. I principali risultati del focus: alcune considerazioni per “competere”   | 79        |
| 4. Traiettorie evolutive da delineare  | 86        |
| 5. Appendice   | 88        |
| Riferimenti e fonti dati   | 94        |

# 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. Un quadro di contesto

## La congiuntura internazionale

Si rafforza nel 2017 la crescita mondiale per effetto dell'accelerare sia delle economie avanzate (da 1,7% a 2,3%) sia dei Paesi Emergenti (da 4,4% a 4,8%). La spinta delle politiche espansive, l'accelerare del commercio internazionale e il rafforzarsi degli investimenti in molte economie contribuiscono a consolidare le prospettive di ripresa globale, previste in ulteriore crescita nel 2018; la crescente incertezza sulle prospettive delle politiche economiche e, in particolare, sugli effetti degli orientamenti delle politiche commerciali statunitensi e delle tensioni geopolitiche, ha condotto a previsioni più prudenti per il 2019, con crescita attesa in rallentamento per i Paesi Avanzati, compensata dall'ulteriore accelerazione dei Paesi Emergenti.

Secondo le previsioni diffuse in aprile dal Fondo monetario internazionale (FMI), il PIL mondiale aumenterebbe del 3,9 per cento sia nel 2018 sia nel 2019. Nell'area Euro l'Italia continua a restare indietro rispetto alle altre maggiori realtà economiche anche in prospettiva: la dinamica delle componenti del Pil per il nostro Paese a confronto con quella dell'Area Euro, mostra una decisa inferiorità nelle dinamiche dei consumi privati e soprattutto pubblici e un riallinearsi nelle dinamiche dell'accumulazione che, però, non riesce a compensare quelle dei consumi. Ciò, purtroppo, condizionerà anche la crescita prevista per i prossimi anni.

Scenari macroeconomici - PIL (*variazioni percentuali*)

|                                 | 2016       | 2017       | Previsioni |            |
|---------------------------------|------------|------------|------------|------------|
|                                 |            |            | 2018       | 2019       |
| <b>Mondo</b>                    | <b>3,2</b> | <b>3,8</b> | <b>3,9</b> | <b>3,9</b> |
| <b>Paesi avanzati</b>           | <b>1,7</b> | <b>2,3</b> | <b>2,5</b> | <b>2,2</b> |
| <i>di cui: area euro</i>        | 1,8        | 2,3        | 2,4        | 2,0        |
| Giappone                        | 0,9        | 1,7        | 1,2        | 0,9        |
| USA                             | 1,5        | 2,3        | 2,9        | 2,7        |
| Altre Economie Avanzate (1)     | 2,1        | 2,5        | 2,4        | 2,3        |
| <b>Paesi emergenti</b>          | <b>4,4</b> | <b>4,8</b> | <b>4,9</b> | <b>5,1</b> |
| <i>di cui: Brasile</i>          | -3,5       | 1,0        | 2,3        | 2,5        |
| <i>Cina</i>                     | 6,7        | 6,9        | 6,6        | 6,4        |
| <i>India</i>                    | 7,1        | 6,7        | 7,4        | 7,8        |
| <i>Maggiori Paesi area euro</i> |            |            |            |            |
| Germania                        | 1,9        | 2,5        | 2,5        | 2,0        |
| Francia                         | 1,2        | 1,8        | 2,1        | 2,0        |
| Italia                          | 0,9        | 1,5        | 1,5        | 1,1        |
| Spagna                          | 3,3        | 3,1        | 2,8        | 2,2        |

1) Esclusi USA, area euro e Giappone. Fonte: ns. elab. Su dati IMF *World Economic Outlook*, aprile 2018  
Fonte: ns. elab. Su dati IMF *World Economic Outlook*, aprile 2018

Confronto Italia - Area Euro per la dinamica (*variazioni percentuali*) delle componenti del Pil

|                  |                                    | 2016 | 2017 | Previsioni |      |
|------------------|------------------------------------|------|------|------------|------|
|                  |                                    |      |      | 2018       | 2019 |
| <b>Italia</b>    | PIL                                | 0,9  | 1,5  | 1,5        | 1,1  |
|                  | spese private per consumi          | 1,4  | 1,3  | 1,3        | 1,1  |
|                  | consumi pubblici                   | 0,6  | 0,1  | 0,3        | 0,3  |
|                  | formazione di capitale fisso lordo | 3,2  | 3,7  | 4,0        | 2,1  |
|                  | domanda interna finale             | 1,5  | 1,5  | 1,6        | 1,1  |
|                  | costituzione di scorte             | -0,4 | -0,1 | 0,0        | 0,0  |
|                  | saldo estero                       | -0,3 | 0,1  | 0,0        | 0,0  |
| <b>Area Euro</b> | PIL                                | 1,8  | 2,3  | 2,4        | 2,0  |
|                  | spese private per consumi          | 2,0  | 1,6  | 1,8        | 1,6  |
|                  | consumi pubblici                   | 1,8  | 1,2  | 1,4        | 1,1  |
|                  | formazione di capitale fisso lordo | 4,6  | 3,5  | 4,4        | 3,5  |
|                  | domanda interna finale             | 2,5  | 1,9  | 2,3        | 1,9  |
|                  | costituzione di scorte             | -0,1 | 0,1  | 0,0        | 0,0  |
|                  | saldo estero                       | -0,4 | 0,4  | 0,3        | 0,1  |

Fonte: ns. elab. Su dati IMF *World Economic Outlook*, aprile 2018

## La congiuntura nazionale

Nell'ultimo trimestre 2017 il PIL è salito dello 0,3 % rispetto al periodo precedente e nel complesso dello scorso anno è cresciuto dell'1,5%. Nell'ultima parte dell'anno, le esportazioni e la domanda nazionale al netto delle scorte hanno contribuito positivamente all'espansione del prodotto per 0,6 e 0,4 punti percentuali. Gli investimenti fissi lordi sono aumentati sia nella componente degli altri beni (macchinari, attrezzature e mezzi di trasporto) sia in quella delle costruzioni: secondo la Banca d'Italia, è proseguita anche a fine 2017 l'accumulazione di capitale "sospinta dall'aumento particolarmente vivace degli acquisti di mezzi di trasporto (8,2 per cento) e da quelli più contenuti degli investimenti in macchinari e attrezzature (1,3 per cento) e in costruzioni (0,9 per cento, come nel terzo trimestre del 2017)."<sup>1</sup>

PIL e principali componenti (1) (variazioni percentuali sul periodo precedente)

|                                 | 2017     |          |          |          | 2107 |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|------|
|                                 | 1° trim. | 2° trim. | 3° trim. | 4° trim. |      |
| PIL                             | 0,5      | 0,4      | 0,4      | 0,3      | 1,5  |
| Importazioni totali             | 0,2      | 2,0      | 1,9      | 1,0      | 5,3  |
| Domanda nazionale (2)           | -0,1     | 0,9      | 0,3      | 0,0      | 1,3  |
| Consumi nazionali               | 0,5      | 0,1      | 0,3      | 0,1      | 1,1  |
| <i>spesa delle famiglie (3)</i> | 0,6      | 0,1      | 0,4      | 0,1      | 1,4  |
| <i>altre spese (4)</i>          | 0,2      | 0,0      | -0,1     | 0,1      | 0,1  |
| Investimenti fissi lordi        | -2,1     | 1,5      | 3,2      | 1,7      | 3,8  |
| <i>costruzioni</i>              | 0,6      | 0,0      | 0,9      | 0,9      | 1,1  |
| <i>altri beni</i>               | -4,3     | 2,9      | 5,2      | 2,4      | 6,1  |
| Variazione delle scorte (5) (6) | -0,1     | 0,6      | -0,5     | -0,4     | -0,2 |
| Esportazioni totali             | 1,9      | 0,2      | 2,0      | 2,0      | 5,4  |
| Esportazioni nette (6)          | 0,5      | -0,5     | 0,1      | 0,3      | 0,2  |

Fonte: Banca d'Italia, Bollettino Economico n.2 – 2018, pag. 17; elab. di Banca d'Italia su dati Istat.

(1) Quantità a prezzi concatenati; i dati trimestrali sono destagionalizzati e corretti per i giorni lavorativi. – (2) Include la variazione delle scorte e oggetti di valore. – (3) Include anche le istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie. – (4) Spesa delle Amministrazioni pubbliche. – (5) Include gli oggetti di valore. – (6) Contributi alla crescita del PIL sul periodo precedente; punti percentuali.

## La congiuntura regionale: l'artigianato

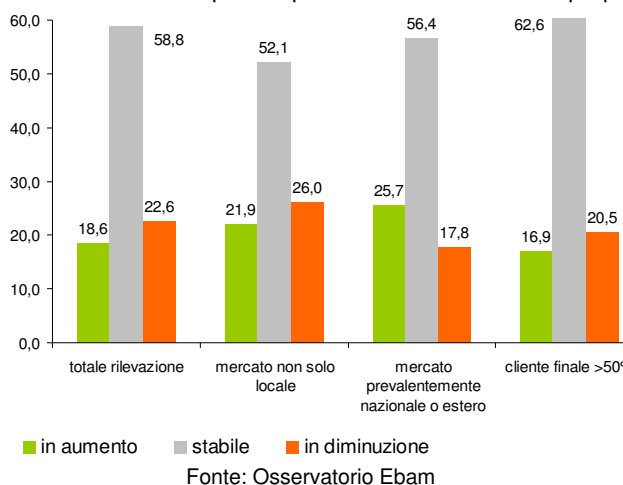
Secondo l'Osservatorio sull'artigianato con dipendenti dell'Ebam (che fornisce indicazioni di *sentiment* da un campione di 600 imprese) il 2017 si chiude nel segno della stazionarietà ma con saldo negativo tra imprese con attività in aumento (il 18,6%) e imprese con attività in diminuzione (22,6%). Per il terzo semestre consecutivo la congiuntura favorisce le attività artigiane di servizio rispetto a quelle manifatturiere e se per le prime la quota di imprese con attività in aumento è maggiore di quella con attività in diminuzione (19,2% contro 16,2%), per le manifatture la quota di imprese che migliorano (18,3%) è decisamente inferiore a quelle in peggioramento (26,7%).

Tra le manifatture, tuttavia, la congiuntura risulta favorevole per la meccanica (tra le microimprese delle lavorazioni metalliche e dei prodotti in metallo i casi di attività produttiva in aumento superano il 40% del totale; nelle produzioni di macchine e attrezzature cresce sia la quota di imprese con attività in aumento (29%) ma anche quella delle imprese con attività in calo (26,7%). Restano difficili le situazioni del legno-mobile (15,6% in crescita, 31% in calo) ma soprattutto del tessile-abbigliamento e delle calzature: quest'ultimo è il settore dove più elevata è la quota delle imprese in calo di attività (37,7% dei casi). Tra le attività di servizio, la situazione più favorevole risulta quella dell'artigianato dei trasporti dove l'aumento dell'attività interessa oltre il 38% delle imprese. La congiuntura migliora per le imprese artigiane più strutturate e per le imprese a maggiore apertura di mercato, anche se per trovare miglioramenti sensibili non basta più operare su un mercato non esclusivamente locale, occorre giungere quantomeno al livello nazionale o estero. Secondo le indicazioni dell'Osservatorio Ebam, una maggiore autonomia operativa non corrisponde per le microimprese marchigiane ad una congiuntura più favorevole: in altri termini, un

<sup>1</sup> Banca d'Italia, Bollettino Economico n.2 – 2018, pag. 20

maggior orientamento al conto proprio, in queste condizioni di apertura di mercato, non vale a migliorare la congiuntura.

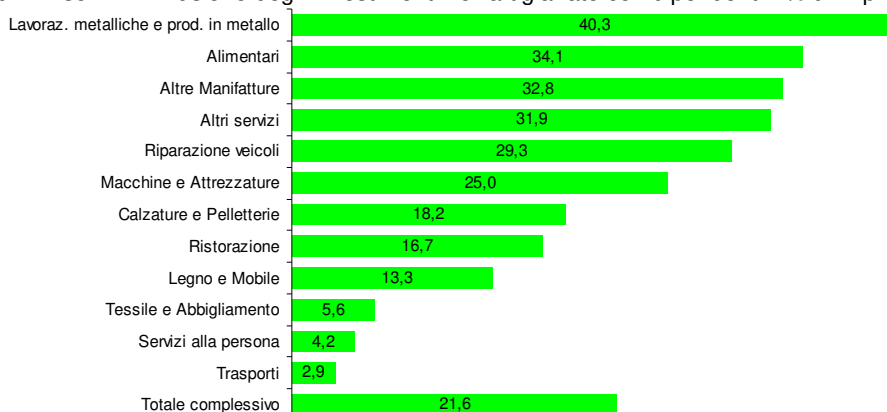
Marche 2017 II sem. – la congiuntura per imprese artigiane con mercato non solo locale, orientamento prevalente ai mercati extralocali e operanti prevalentemente in conto proprio



Se da un lato si attenua un fattore di criticità come quello connesso alle dilazioni di pagamento concesse e ottenute, e migliorano seppur leggermente le capacità di valutare le condizioni di accesso al credito bancario, d'altra parte peggiorano vistosamente le condizioni di accesso al credito nelle valutazioni delle imprese artigiane: la prevalenza di giudizi di condizioni meno favorevoli su quelli di condizioni più favorevoli, riguarda otto settori sui dodici considerati e coinvolge non solo settori in difficoltà ma anche quelli che meglio reagiscono alle opportunità della ripresa come quelli della meccanica artigiana.

Cresce ancora il grado di *diffusione* degli investimenti: nel primo semestre 2017 riguardava in complesso il 19,2% delle imprese artigiane con dipendenti, nel secondo semestre il 21,6%. Il progresso è ancor più evidente se si considera che nel secondo semestre dell'anno precedente, il 2016, tale diffusione si limitava al 17,4% delle imprese. La diffusione degli investimenti continua, però, a differenziarsi in modo rilevante tra i settori: coinvolge oltre il 40% delle imprese delle lavorazioni e produzioni in metallo (in precedenza era il 27,4%), circa un terzo delle imprese delle produzioni alimentari, delle altre manifatture, delle riparazioni veicoli e degli altri servizi: in ognuno di tali settori, la diffusione degli investimenti è in forte aumento rispetto al primo semestre 2017.

Marche 2017 II sem. – Diffusione degli investimenti nell'artigianato con dipendenti - % di imprese che investono



Fonte: Osservatorio Ebam

## La congiuntura regionale: le medie e grandi imprese

Secondo il Rapporto 2017 sull'Industria marchigiana di Confindustria Marche, la congiuntura del 2017 induce ad un moderato ottimismo poiché sia l'attività produttiva sia gli investimenti risultano in recupero. Tuttavia, se si confronta la dinamica della produzione industriale delle Marche nel 2017 con quella del Paese nel suo complesso (+0,9% contro +2,2%), si vede come la crescita risulti ancora sottotono. Solo nelle attività del sistema moda, le medie e grandi imprese delle Marche hanno fatto meglio dell'Italia nel suo complesso: nel tessile-abbigliamento il calo della produzione industriale è più contenuto (-1,3% contro -3,3%), nel calzaturiero le Marche registrano un incremento di lieve entità (+1%) ma in controtendenza con la diminuzione (-1,1%) che registra l'Italia.

La decisa crescita degli investimenti nel 2018 (+14,8%) è trainata dalle imprese industriali con meno di 15 milioni di euro di fatturato (+19,5%, circa 10 punti in più rispetto al complesso delle imprese) per le quali, anche in prospettiva, il processo di accumulazione è atteso più intenso rispetto alla media.

Produzione industriale nei principali settori – Tassi di variazione sull'anno precedente

|                          | Marche |      |      |      | Italia |
|--------------------------|--------|------|------|------|--------|
|                          | 2014   | 2015 | 2016 | 2017 | 2017   |
| Minerali non metalliferi | -1,8   | -1,1 | 0,0  | -0,7 | 2,3    |
| Meccanica                | -0,2   | 1,2  | 2,2  | 1,8  | 3,2    |
| Alimentare               | -1,3   | 0,8  | 0,7  | -1,1 | 2,6    |
| Tessile - Abbigliamento  | -0,6   | -0,7 | -2,3 | -1,3 | -3,3   |
| Calzature                | 0,3    | 0,8  | -1,2 | 1,0  | -1,1   |
| Legno e Mobile           | 1,8    | 3,3  | 3,9  | 1,7  | 3,7    |
| Gomma e plastica         | 1,8    | 1,2  | 1,1  | 0,7  | 4,9    |
| Totale industria         | 0      | 0,9  | 0,6  | 0,9  | 2,2    |

Fonte: Rapporto 2106 – Confindustria Marche e relazione di Cucculelli alla presentazione del Rapporto 2017

Investimenti nell'industria marchigiana – 2011-2017\* Campione di 150 imprese - Tassi di variazione sull'anno precedente

| Anni  | Totale Aziende | <15 mnl (a) |
|-------|----------------|-------------|
| 2011  | 0,9            | 0,1         |
| 2012  | 2,7            | -0,3        |
| 2013  | -2,8           | -4          |
| 2014  | -5,7           | -15,3       |
| 2015  | 0,6            | -1,5        |
| 2016  | 5,2            | 1,7         |
| 2017  | 9,7            | 19,5        |
| 2018* | 14,8           | 17,8        |

Aziende con fatturato inferiore a 15 milioni di euro - \*programmati - Fonte: Rapporto 2106–Confindustria Marche

## Il mercato del lavoro

La leggera diminuzione degli occupati registrata nel corso del 2017, è dovuta tutta alla diminuzione degli indipendenti, degli occupati in agricoltura ma soprattutto nei servizi. La diminuzione delle forze di lavoro è maggiore di quella degli occupati ed è riconducibile tutta agli uomini; è questo che spiega la diminuzione dei disoccupati, tutta imputabile agli uomini perché le donne in cerca di occupazione crescono, grazie alla tenuta delle forze di lavoro e alla forte diminuzione delle inattive scoraggiate. Appare evidente la ripresa del ruolo occupazionale delle manifatture, dove gli occupati crescono di oltre 6mila unità in un anno e consolidano ulteriormente l'incidenza del settore nell'occupazione regionale passando dal 29,2% nel 2015 al 29,5% nel 2016, per arrivare al 30,5% nel 2017. La debole ripresa delle costruzioni, invece, sconta la lentezza dell'avvio della fase di ricostruzione post terremoto. La forte diminuzione di occupati nei servizi è dovuta solo in piccola parte al calo occupazionale registrato nel commercio e nei servizi legati al turismo e risulta riconducibile soprattutto alla diminuzione dell'occupazione nei restanti servizi, a riguardo dei quali, purtroppo, l'indagine continua dell'Istat sulle forze di lavoro non pone a disposizione dati disaggregati. Il ricorso alla banca dati dell'Inail, che stima gli addetti per settore con notevole



disaggregazione per attività ma con un ritardo di un anno nel riferimento temporale, consente di ipotizzare con buoni margini di verosimiglianza che la diminuzione di occupati nel terziario della regione sia dovuta soprattutto alla ristrutturazione in atto nel sistema bancario: già nel 2016, secondo i dati Inail, le banche marchigiane hanno registrato una diminuzione di addetti superiore al 35%.

Il mercato del lavoro nelle Marche nel 2016 e nel 2017 (medie annuali)

|   | 2016           | 2017           | variaz.       | var. %       | q.%2016      | q.%2017      |
|---|----------------|----------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Forze lavoro</b>   | <b>693.306</b> | <b>689.052</b> | <b>-4.254</b> | <b>-0,6</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |
| <i>di cui uomini</i>  | <i>387.944</i> | <i>383.768</i> | <i>-4.176</i> | <i>-1,1</i>  | <i>56,0</i>  | <i>55,7</i>  |
| <i>di cui donne</i>   | <i>305.363</i> | <i>305.284</i> | <i>-79</i>    | <i>0,0</i>   | <i>44,0</i>  | <i>44,3</i>  |
| <b>Occupati</b>   | <b>619.781</b> | <b>616.319</b> | <b>-3.462</b> | <b>-0,6</b>  | <b>89,4</b>  | <b>89,4</b>  |
| <i>di cui uomini</i>  | <i>350.135</i> | <i>348.955</i> | <i>-1.180</i> | <i>-0,3</i>  | <i>50,5</i>  | <i>50,6</i>  |
| <i>di cui donne</i>   | <i>269.646</i> | <i>267.363</i> | <i>-2.283</i> | <i>-0,8</i>  | <i>38,9</i>  | <i>38,8</i>  |
| <b>In cerca di occupazione</b>  | <b>73.526</b>  | <b>72.733</b>  | <b>-793</b>   | <b>-1,1</b>  | <b>10,6</b>  | <b>10,6</b>  |
| <i>di cui uomini</i>  | <i>37.809</i>  | <i>34.813</i>  | <i>-2.996</i> | <i>-7,9</i>  | <i>5,5</i>   | <i>5,1</i>   |
| <i>di cui donne</i>   | <i>35.717</i>  | <i>37.920</i>  | <i>2.203</i>  | <i>6,2</i>   | <i>5,2</i>   | <i>5,5</i>   |
| <b>In cerca di occupazione senza precedenti esper.</b>                | <b>15.307</b>  | <b>16.014</b>  | <b>707</b>    | <b>4,6</b>   | <b>2,2</b>   | <b>2,3</b>   |
| <i>di cui uomini</i>  | <i>7.369</i>   | <i>7.882</i>   | <i>513</i>    | <i>7,0</i>   | <i>1,1</i>   | <i>1,1</i>   |
| <i>di cui donne</i>   | <i>7.938</i>   | <i>8.132</i>   | <i>194</i>    | <i>2,4</i>   | <i>1,1</i>   | <i>1,2</i>   |
| <b>inattivi scoraggiati ("non cercano ma disponibili a lavorare")</b> | <b>25.070</b>  | <b>20.809</b>  | <b>-4.261</b> | <b>-17,0</b> | <b>3,6</b>   | <b>3,0</b>   |
| <i>di cui uomini</i>  | <i>7.549</i>   | <i>6.786</i>   | <i>-763</i>   | <i>-10,1</i> | <i>1,1</i>   | <i>1,0</i>   |
| <i>di cui donne</i>   | <i>17.520</i>  | <i>14.023</i>  | <i>-3.497</i> | <i>-20,0</i> | <i>2,5</i>   | <i>2,0</i>   |

Fonte: ns. elaborazioni su dati Istat

Gli occupati nelle Marche

|  | 2016           | 2017           | variaz.       | var. %      | q.%2016      | q.%2017      |
|--|----------------|----------------|---------------|-------------|--------------|--------------|
| <b>occupati in agricoltura</b>                         | <b>14.992</b>  | <b>14.548</b>  | <b>-444</b>   | <b>-3,0</b> | <b>2,4</b>   | <b>2,4</b>   |
| <b>occupati nell'industria</b>                         | <b>216.496</b> | <b>223.258</b> | <b>6.762</b>  | <b>3,1</b>  | <b>34,9</b>  | <b>36,2</b>  |
| <i>di cui industria in senso stretto (manifatture)</i> | <i>182.827</i> | <i>189.100</i> | <i>6.273</i>  | <i>3,4</i>  | <i>29,5</i>  | <i>30,7</i>  |
| <i>di cui costruzioni</i>                              | <i>33.669</i>  | <i>34.158</i>  | <i>489</i>    | <i>1,5</i>  | <i>5,4</i>   | <i>5,5</i>   |
| <b>occupati nei servizi</b>                            | <b>388.292</b> | <b>378.513</b> | <b>-9.779</b> | <b>-2,5</b> | <b>62,6</b>  | <b>61,4</b>  |
| <i>commercio, alberghi e ristoranti (g,i)</i>          | <i>388.292</i> | <i>378.513</i> | <i>-9.779</i> | <i>-2,5</i> | <i>62,6</i>  | <i>61,4</i>  |
| <i>altre attività dei servizi (j-u)</i>                | <i>117.485</i> | <i>116.015</i> | <i>-1.470</i> | <i>-1,3</i> | <i>19,0</i>  | <i>18,8</i>  |
| <b>Totale</b>  | <b>619.781</b> | <b>616.319</b> | <b>-3.462</b> | <b>-0,6</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |
| <i>occupati dipendenti</i>                             | <i>457.562</i> | <i>460.608</i> | <i>3.046</i>  | <i>0,7</i>  | <i>73,8</i>  | <i>74,7</i>  |
| <i>occupati indipendenti</i>                           | <i>162.219</i> | <i>155.711</i> | <i>-6.508</i> | <i>-4,0</i> | <i>26,2</i>  | <i>25,3</i>  |

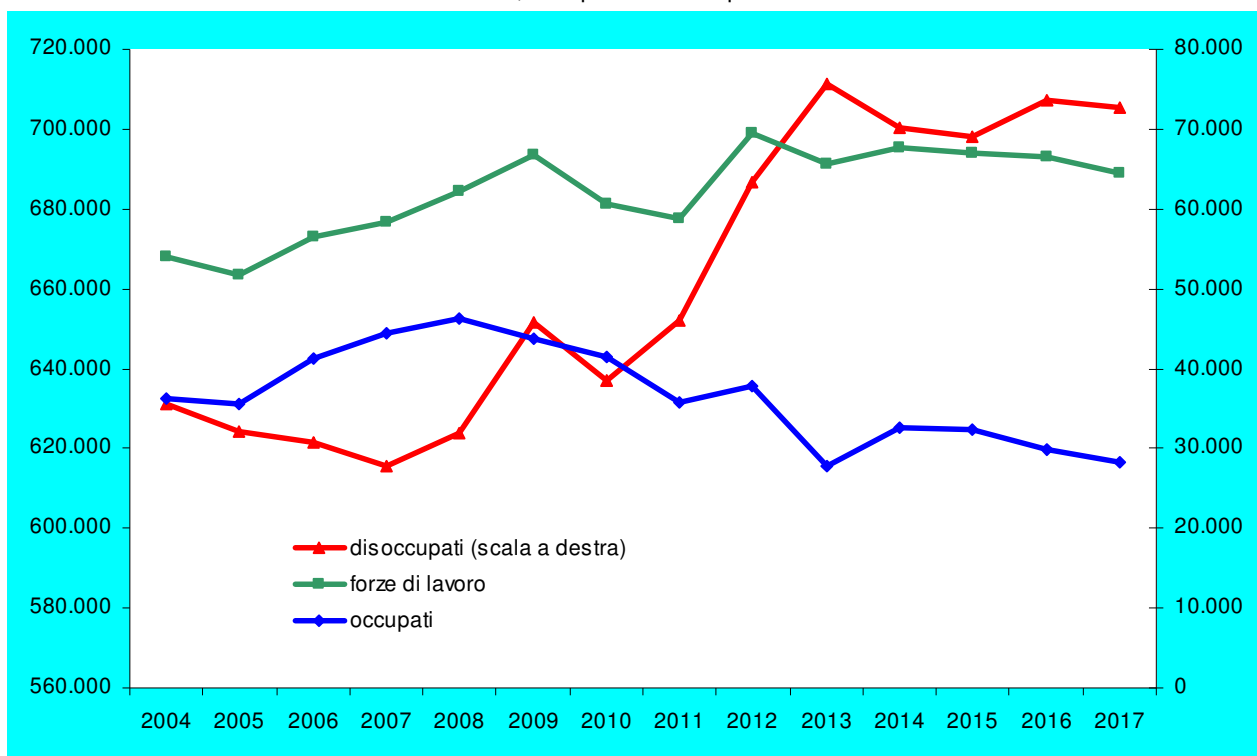
Fonte: ns. elaborazioni su dati Istat

Addetti nelle attività dei servizi (con dettaglio per l'attività bancaria)

| Settore di attività economica   | 2014           | 2015           | 2016           | var. 2015/16  | var. % 2015/16 |
|---|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli | 57.833         | 58.816         | 60.601         | 1.785         | 3,0            |
| H Trasporto e magazzinaggio   | 14.117         | 14.623         | 15.192         | 569           | 3,9            |
| I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione                            | 20.720         | 20.838         | 21.470         | 632           | 3,0            |
| J Servizi di informazione e comunicazione                                       | 7.053          | 7.362          | 7.611          | 249           | 3,4            |
| K Attività finanziarie e assicurative   | 15.318         | 14.570         | 9.405          | -5.165        | -35,4          |
| <i>K 641 intermediazione monetaria</i>  | <i>13.440</i>  | <i>12.679</i>  | <i>7.543</i>   | <i>-5.136</i> | <i>-40,5</i>   |
| L Attività immobiliari  | 2.542          | 2.572          | 2.660          | 88            | 3,4            |
| M Attività professionali, scientifiche e tecniche                               | 11.142         | 11.290         | 11.670         | 380           | 3,4            |
| N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese                | 7.475          | 8.130          | 8.501          | 371           | 4,6            |
| O Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria         | 15.401         | 14.934         | 14.289         | -645          | -4,3           |
| P Istruzione  | 2.143          | 2.099          | 2.013          | -86           | -4,1           |
| Q Sanità e assistenza sociale   | 16.329         | 16.660         | 17.692         | 1.032         | 6,2            |
| R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento              | 2.972          | 3.118          | 3.191          | 73            | 2,3            |
| S Altre attività di servizi   | 13.697         | 13.979         | 14.028         | 49            | 0,4            |
| T Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro ...                   | 20             | 20             | 16             | -4            | -20,0          |
| X Non determinato   | 4.474          | 5.315          | 10.760         | 5.445         | 102,4          |
| <b>Totale</b>   | <b>393.938</b> | <b>398.043</b> | <b>402.790</b> | <b>4.747</b>  | <b>1,2</b>     |

Fonte: ns. elaborazioni su dati Inail

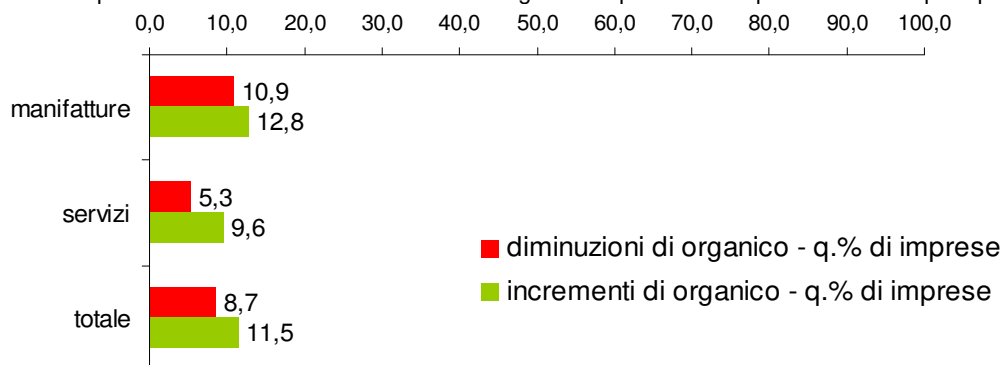
Forze di lavoro, occupati e disoccupati\* nelle Marche



Disoccupati: scala di destra  
Fonte: ns. elab. su dati Istat

Nell'artigianato con dipendenti (cfr. Osservatorio Ebam 2017) i casi di imprese con diminuzione dell'organico sono, nel primo come nel secondo semestre 2017, meno frequenti di quelli con organico in aumento: ciò vale sia per le attività di servizio sia per le attività manifatturiere. Tra il primo e il secondo semestre aumenta sia la quota delle imprese con incrementi sia quella con diminuzioni, a conferma della tendenza a una polarizzazione tra casi di miglioramento e di peggioramento. Il maggior contributo alla crescita occupazionale risulta provenire nel primo semestre dal manifatturiero, nel secondo dall'artigianato dei servizi. Il saldo tra ingressi e uscite è risultato di 31 posizioni aggiuntive nel primo semestre, di 21 posizioni aggiuntive nel secondo.

artigianato con dipendenti - Il sem. 2017 - variazioni di organico - quote % di imprese coinvolte per tipo di variazione



Fonte: Osservatorio Ebam

### La demografia d'impresa

Si interrompe nel 2017 il processo di ridimensionamento numerico delle imprese della regione: il tasso di crescita (la quota % del saldo tra iscrizioni e cessazioni rispetto alle registrate di inizio periodo) torna positivo (+1,06%) come risultante di una contemporanea diminuzione delle cessazioni e crescita delle iscrizioni. Per le imprese artigiane, invece, prosegue il

ridimensionamento del numero di imprese anche se meno marcato dell'anno precedente: il leggero aumento delle iscritte e l'ulteriore diminuzione delle cessate incidono marginalmente sulla forte differenza che persiste tra l'ammontare delle cessazioni e quello degli ingressi di nuove imprese.

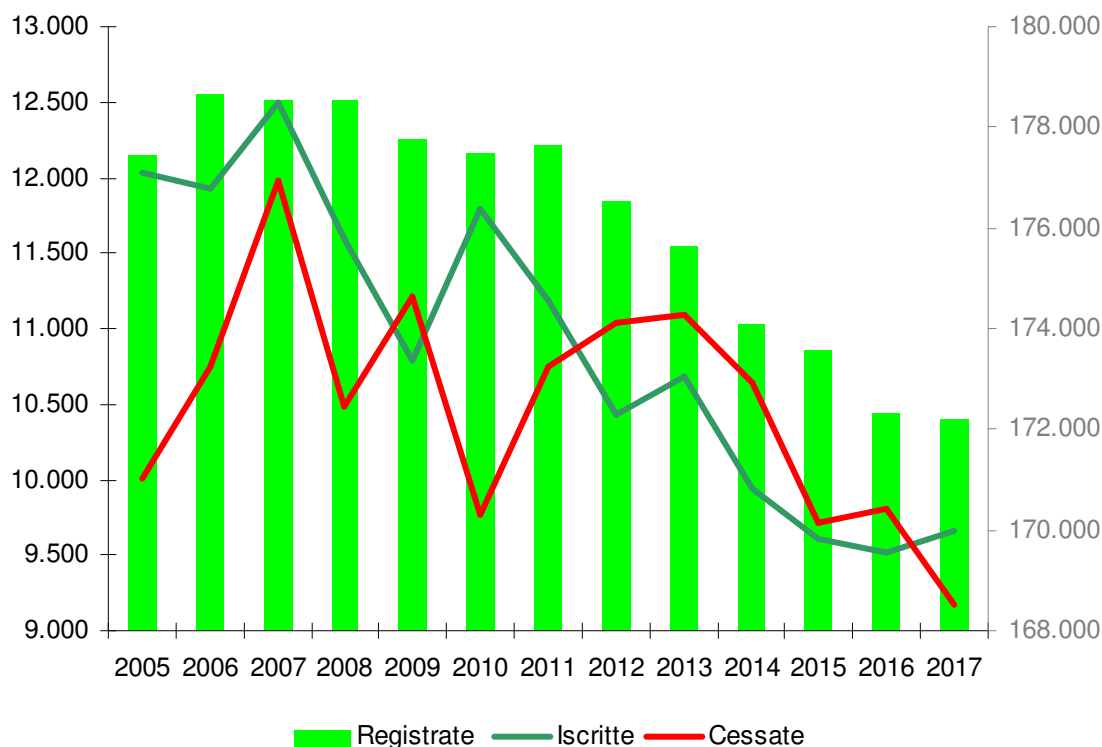
#### Marche - Totale imprese

|                | 2005    | 2006    | 2007    | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    | 2012    | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Registrate     | 177.464 | 178.637 | 178.547 | 178.536 | 177.771 | 177.503 | 177.656 | 176.555 | 175.617 | 174.093 | 173.573 | 172.337 | 172.205 |
| Attive         | 158.393 | 159.368 | 160.707 | 161.667 | 160.237 | 159.458 | 159.118 | 157.615 | 155.844 | 153.625 | 152.365 | 150.877 | 150.621 |
| Iscritte       | 12.027  | 11.928  | 12.497  | 11.599  | 10.788  | 11.796  | 11.179  | 10.429  | 10.679  | 9.938   | 9.605   | 9.515   | 9.666   |
| Cessate (a)    | 10.009  | 10.748  | 11.985  | 10.487  | 11.206  | 9.767   | 10.752  | 11.044  | 11.094  | 10.636  | 9.719   | 9.804   | 9.175   |
| Saldo          | 2.018   | 1.180   | 512     | 1.112   | -418    | 2.029   | 427     | -615    | -415    | -698    | -114    | -289    | 491     |
| Tasso natalità | 6,86%   | 6,72%   | 7,00%   | 6,50%   | 6,04%   | 6,64%   | 6,30%   | 5,87%   | 6,05%   | 5,66%   | 5,52%   | 5,48%   | 5,61%   |
| T. mortalità   | 5,71%   | 6,06%   | 6,71%   | 5,87%   | 6,28%   | 5,49%   | 6,06%   | 6,22%   | 6,28%   | 6,06%   | 5,58%   | 5,65%   | 5,32%   |
| Tasso crescita | 1,15%   | 0,66%   | 0,29%   | 0,62%   | -0,23%  | 1,14%   | 0,24%   | -0,35%  | -0,24%  | -0,40%  | -0,07%  | -0,17%  | 0,28%   |

(a) al netto delle cancellazioni d'ufficio

Fonte: nostre elaborazioni su dati Unioncamere - Movimprese

#### Marche - Imprese registrate (scala destra), iscritte e cessate



Fonte: nostre elab. su dati Infocamere

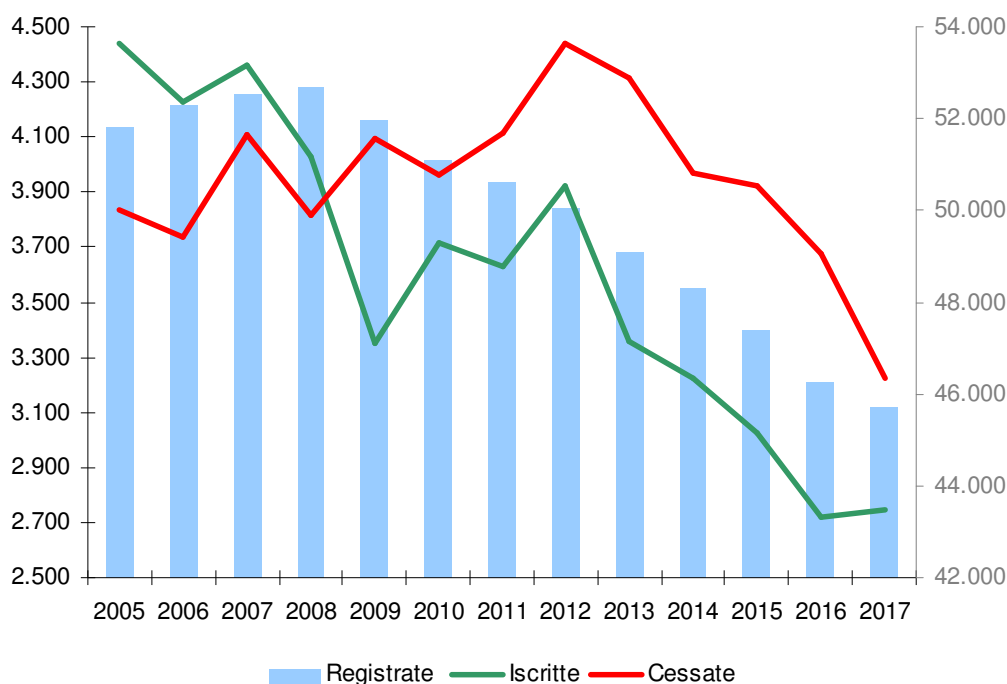
#### Marche - Imprese artigiane

|                | 2005   | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   |
|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Registrate     | 51.809 | 52.299 | 52.544 | 52.699 | 51.949 | 51.099 | 50.598 | 50.065 | 49.081 | 48.301 | 47.374 | 46.283 | 45.722 |
| Attive         | 51.561 | 52.038 | 52.284 | 52.499 | 51.712 | 50.806 | 50.325 | 49.831 | 48.790 | 47.993 | 47.060 | 45.978 | 45.416 |
| Iscritte       | 4.441  | 4.230  | 4.361  | 4.028  | 3.353  | 3.715  | 3.629  | 3.921  | 3.358  | 3.226  | 3.027  | 2.720  | 2.744  |
| Cessate (a)    | 3.838  | 3.738  | 4.106  | 3.816  | 4.098  | 3.961  | 4.116  | 4.443  | 4.317  | 3.968  | 3.924  | 3.678  | 3.222  |
| Saldo          | 603    | 492    | 255    | 212    | -745   | -246   | -487   | -522   | -959   | -742   | -897   | -958   | -478   |
| Tasso natalità | 8,67%  | 8,16%  | 8,34%  | 7,67%  | 6,36%  | 7,15%  | 7,10%  | 7,75%  | 6,71%  | 6,57%  | 6,27%  | 5,74%  | 5,93%  |
| T.mortalità    | 7,50%  | 7,21%  | 7,85%  | 7,26%  | 7,78%  | 7,62%  | 8,05%  | 8,78%  | 8,62%  | 8,08%  | 8,12%  | 7,76%  | 6,96%  |
| Tasso crescita | 1,18%  | 0,95%  | 0,49%  | 0,40%  | -1,41% | -0,47% | -0,95% | -1,03% | -1,92% | -1,51% | -1,86% | -2,02% | -1,03% |

(a) al netto delle cancellazioni d'ufficio

Fonte: nostre elaborazioni su dati Unioncamere - Movimprese

Marche - Imprese ARTIGIANE (scala destra) registrate, iscritte e cessate



Fonte: nostre elab. su dati Infocamere

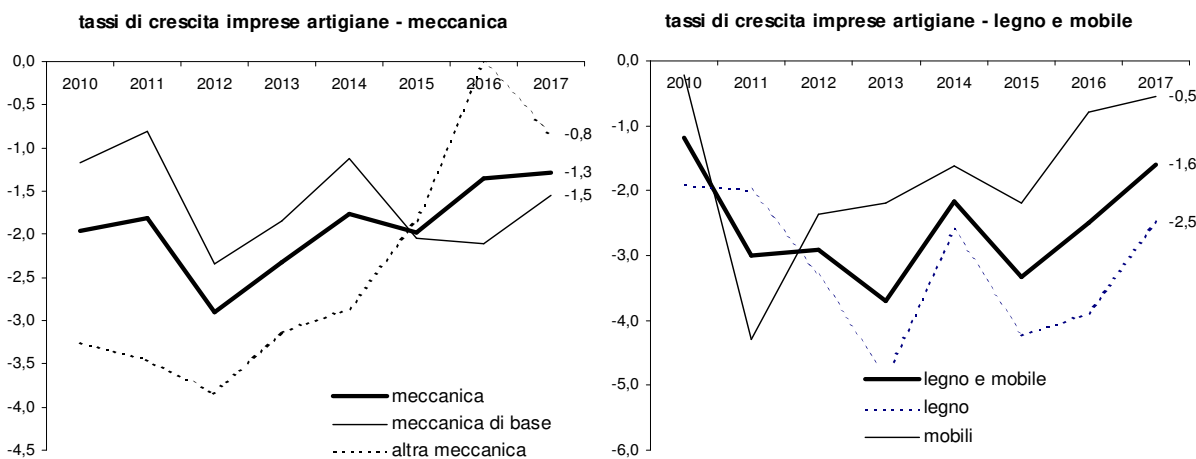
### I tassi di crescita per settore nell'artigianato manifatturiero

Una verifica delle dinamiche demografiche degli ultimi otto anni per le imprese manifatturiere dell'artigianato, mostra come per alcuni tra i settori monitorati da TrendMarche, i tassi di crescita negativi stiano attenuandosi in modo deciso: è il caso della meccanica e, al suo interno, della componente più avanzata, qui denominata "altra meccanica" (comprendente computer e prodotti di elettronica e ottica, apparecchiature elettriche, macchinari, autoveicoli e altri mezzi di trasporto); diverso è il caso della "meccanica di base" (metallurgia, prodotti in metallo esclusi macchinari) per la quale il tasso di crescita registra una dinamica oscillante attorno ad un trend progressivamente negativo. La selezione innescata dalla crisi non è terminata e interagisce con il mutare dei rapporti che legano imprese di diverse dimensioni e specializzazione; la diminuzione delle imprese meno avanzate della meccanica regionale prosegue mentre pare arrestarsi per quelle più avanzate, che sembrano meglio collocate nelle rispettive filiere.

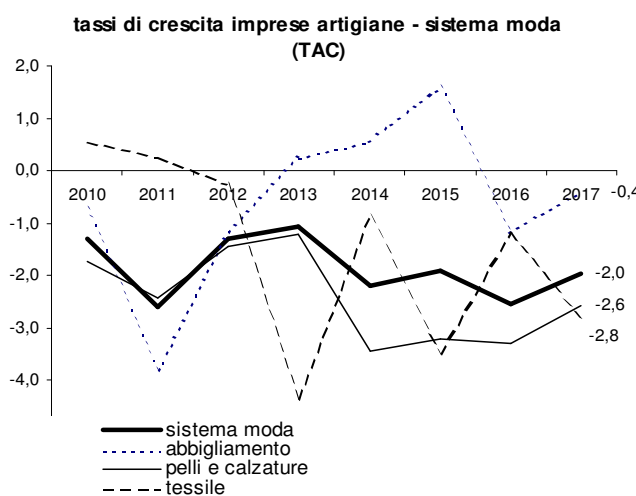
IMPRESSE ARTIGIANE DELLE MARCHE - TASSI DI CRESCITA

|          |  | 2010        | 2011        | 2012        | 2013        | 2014        | 2015        | 2016        | 2017        |
|----------|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>C</b> | <b>Attività manifatturiere</b>             | <b>-0,9</b> | <b>-1,6</b> | <b>-1,2</b> | <b>-1,5</b> | <b>-1,4</b> | <b>-1,6</b> | <b>-1,4</b> | <b>-1,4</b> |
| C 13     | tessile                                    | 0,6         | 0,3         | -0,3        | -4,4        | -0,9        | -3,5        | -1,2        | -2,8        |
| C 14     | abbigliamento                              | -0,7        | -3,8        | -1,2        | 0,2         | 0,6         | 1,6         | -1,2        | -0,4        |
| C 15     | pelli e calzature                          | -1,7        | -2,4        | -1,5        | -1,2        | -3,4        | -3,2        | -3,3        | -2,6        |
|          | <b>sistema moda</b>                        | <b>-1,3</b> | <b>-2,6</b> | <b>-1,3</b> | <b>-1,1</b> | <b>-2,2</b> | <b>-1,9</b> | <b>-2,6</b> | <b>-2,0</b> |
| C 24     | Metallurgia                                | 3,2         | 3,1         | -6,3        | 0,0         | -3,1        | 3,3         | -3,2        | -6,5        |
| C 25     | prodotti in metallo (esclusi macchinari .. | -1,2        | -0,9        | -2,3        | -1,9        | -1,1        | -2,1        | -2,1        | -1,5        |
| C 26     | computer e prodotti di elettronica e ott.. | -1,6        | -5,8        | 0,0         | -2,3        | -2,8        | -2,9        | -0,5        | 2,6         |
| C 27     | apparecchiature elettriche ed apparecchi.  | -1,2        | -2,6        | -6,3        | -1,8        | -1,8        | -1,9        | 2,4         | -0,4        |
| C 28     | macchinari ed apparecchiature nca          | -3,4        | -2,3        | -2,9        | -4,0        | -2,7        | -2,8        | -1,4        | -3,0        |
| C 29     | autoveicoli, rimorchi e semirimorchi       | -2,6        | -16,7       | 9,7         | 0,0         | -2,9        | 6,1         | -5,6        | -6,1        |
| C 30     | altri mezzi di trasporto                   | -7,7        | -2,8        | -8,9        | -4,3        | -5,1        | 0,6         | 1,8         | 1,2         |
|          | <b>meccanica</b>                           | <b>-2,0</b> | <b>-1,8</b> | <b>-2,9</b> | <b>-2,3</b> | <b>-1,8</b> | <b>-2,0</b> | <b>-1,3</b> | <b>-1,3</b> |
|          | <b>meccanica di base</b>                   | <b>-1,2</b> | <b>-0,8</b> | <b>-2,3</b> | <b>-1,8</b> | <b>-1,1</b> | <b>-2,0</b> | <b>-2,1</b> | <b>-1,5</b> |
|          | <b>altra meccanica</b>                     | <b>-3,2</b> | <b>-3,4</b> | <b>-3,8</b> | <b>-3,1</b> | <b>-2,9</b> | <b>-1,8</b> | <b>0,0</b>  | <b>-0,8</b> |
| C 16     | legno                                      | -1,9        | -2,0        | -3,3        | -4,9        | -2,6        | -4,2        | -3,9        | -2,5        |
| C 31     | mobili                                     | -0,2        | -4,3        | -2,4        | -2,2        | -1,6        | -2,2        | -0,8        | -0,5        |
|          | <b>legno e mobile</b>                      | <b>-1,2</b> | <b>-3,0</b> | <b>-2,9</b> | <b>-3,7</b> | <b>-2,2</b> | <b>-3,3</b> | <b>-2,5</b> | <b>-1,6</b> |

Fonte: nostre elaborazioni su dati Unioncamere - Movimprese



Fonte: nostre elab. su dati Infocamere



Fonte: nostre elab. su dati Infocamere

Osservazioni analoghe possono essere proposte anche per l'artigianato del legno-mobile, dove il tasso di crescita della componente "legno" è più accentuatamente negativo di quello delle produzioni di mobili; anche in questo caso vale il posizionamento nelle filiere e la possibilità di mantenervi un ruolo. Quanto al sistema moda, si può osservare come l'artigianato delle pelli e calzature mostri la dinamica demografica più sistematicamente sfavorevole per tasso di crescita negativo; solo per l'abbigliamento si registrano oscillazioni in campo positivo abbastanza recenti del tasso di crescita (è successo nel periodo 2013-2015) e il 2017 registra una sostanziale tenuta demografica (il tasso di crescita è -0,4%). Per il tessile gli ultimi tassi di crescita positiva risalgono al 2010 e al 2011.

### Le dimensioni medie delle imprese. Il caso della meccanica

La meccanica è da tempo il settore più importante e dinamico del tessuto manifatturiero regionale. Se ne propone una breve analisi sotto il profilo delle dimensioni medie in termini di addetti; il riferimento sono i dati Inail che consentono una buona disaggregazione settoriale per le imprese ("ditte") e i relativi lavoratori (stimati sulla base dei premi corrisposti).

Inail – numero lavoratori (stimati) per ditta - Marche

|                           | 2012       | 2013       | 2014       | 2015       | 2016       | Var.%       |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| MECCANICA                 | 10,3       | 10,5       | 10,7       | 11,4       | 12,4       | 20,5        |
| "meccanica di base" *     | 8,0        | 8,1        | 8,2        | 8,7        | 9,4        | 16,8        |
| "altra meccanica" *       | 13,5       | 13,7       | 14,3       | 15,2       | 16,7       | 23,8        |
| <b>Totale manifatture</b> | <b>7,5</b> | <b>7,4</b> | <b>7,5</b> | <b>7,8</b> | <b>8,3</b> | <b>11,0</b> |

\* Classificazioni TrendMarche; si veda il paragrafo successivo - Fonte: ns. elaborazioni su dati Inail

L'evoluzione delle dimensioni medie del settore e delle sue componenti indica che il settore vive un processo di forte strutturazione, ben più deciso rispetto al complesso delle manifatture e particolarmente accentuato per la componente più complessa ed evoluta della meccanica. Si tratta dell'effetto congiunto di dinamiche più marcate sia dal lato della diminuzione del numero delle imprese che sotto il profilo dell'aumento nel numero di addetti.

Inail - Ditte e addetti stimati - Marche

|                       | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | var. % |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ditte                 |        |        |        |        |        |        |
| MECCANICA             | 4.815  | 4.689  | 4.597  | 4.475  | 4.232  | -12,1  |
| "meccanica di base" * | 2.827  | 2.742  | 2.707  | 2.648  | 2.490  | -11,9  |
| "altra meccanica" *   | 1.988  | 1.947  | 1.890  | 1.827  | 1.742  | -12,4  |
| lavoratori            |        |        |        |        |        |        |
| MECCANICA             | 49.476 | 49.055 | 49.053 | 50.801 | 52.399 | 5,9    |
| "meccanica di base" * | 22.732 | 22.340 | 22.072 | 22.964 | 23.392 | 2,9    |
| "altra meccanica" *   | 26.744 | 26.715 | 26.981 | 27.837 | 29.007 | 8,5    |

\* Classificazioni TrendMarche; si veda il paragrafo successivo - Fonte: ns. elaborazioni su dati Inail

## 2. Le indicazioni dell'osservatorio congiunturale di TrendMarche in sintesi

Si riavvia con il 2017 il recupero dei livelli del fatturato intrapreso nel 2014, rafforzatosi nel 2015 e interrotto nel 2016; nel 2017 i ricavi complessivi crescono dell'1,3% e la loro crescita è dovuta soprattutto al progresso dei ricavi per conto proprio (+1,6%; il conto terzi registra un +1,0%). La componente dei ricavi per conto proprio conferma così ancora una volta il ruolo propulsivo avviato fin dal 2014. La ridefinizione dei rapporti funzionali tra le imprese e la riorganizzazione delle filiere in cui operano ancora molte micro imprese delle Marche, trova conferma anche nelle dinamiche dei ricavi conseguiti sul mercato nazionale e su quelli esteri, con la componente estera che registra una decisa crescita (ma che non riesce ancora ad avere un'incidenza quantitativamente di rilievo). Il confronto tra le variazioni percentuali annuali per i ricavi e le principali voci di spesa (investimenti, retribuzioni, consumi), mostra una ripresa degli investimenti e dei consumi, nonché un'accelerazione della crescita per le spese da retribuzioni: è soprattutto il ruolo del fattore lavoro che tende a rafforzarsi con sistematicità in questa fase di ripresa.

Il confronto tra le dinamiche degli indici di livello, mostra da un lato la ancora debole consistenza della ripresa dei ricavi e la inadeguata ripresa degli investimenti, dall'altro il ruolo sempre maggiore assunto dal fattore lavoro.

La crescita dei ricavi del 2017 ha riguardato solo la prima metà dell'anno (+1,9%) mentre nel secondo semestre i ricavi sono cresciuti meno (+0,6%). In particolare, i ricavi sono stati in crescita nei primi tre trimestri del 2017 ma poi hanno finito per registrare una variazione tendenziale nulla in corrispondenza al IV trimestre 2017. L'aumento dei ricavi del 2017 mostra intensità maggiore per le costruzioni (+2,9%) e poi per il manifatturiero (+1,6%), seguito dai servizi (+0,9%). Tra le attività manifatturiere, il sistema moda registrerebbe la crescita più decisa dei ricavi (+5,9%), a cui seguirebbe il dato del legno-mobile (+1,7%; per sistema moda e legno-mobile le stime presentano limiti legati alle frequenti sostituzioni di imprese nel campione); cresce - seppur di poco - anche la meccanica (+0,6%). Ma mentre la meccanica di base registra una leggera diminuzione dei ricavi (-0,6%), invece l'altra meccanica registra un incremento non marginale (+3,3%). Questo fenomeno riguarda anche il settore delle costruzioni per le sue componenti dell'edilizia e dell'impiantistica, che come per la meccanica ripropongono il tema del diverso grado di evoluzione tecnologica e del ruolo differente nell'ambito delle filiere di settore: nelle costruzioni, il 2017 è stato positivo per la

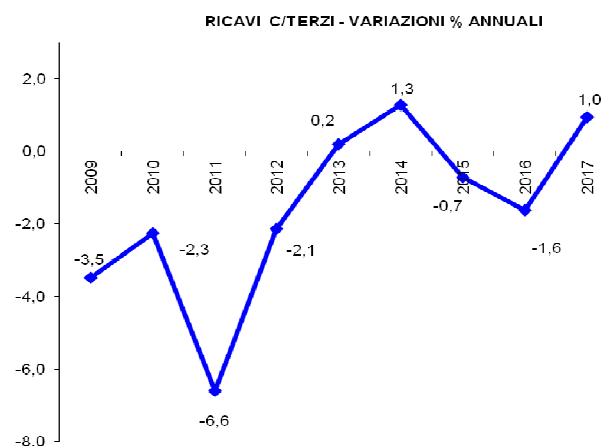
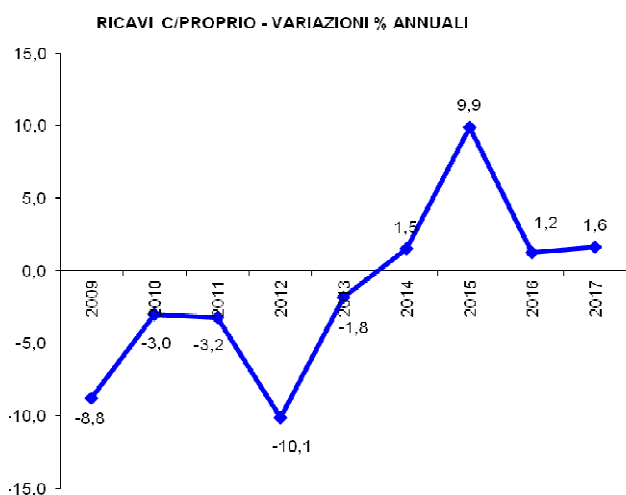
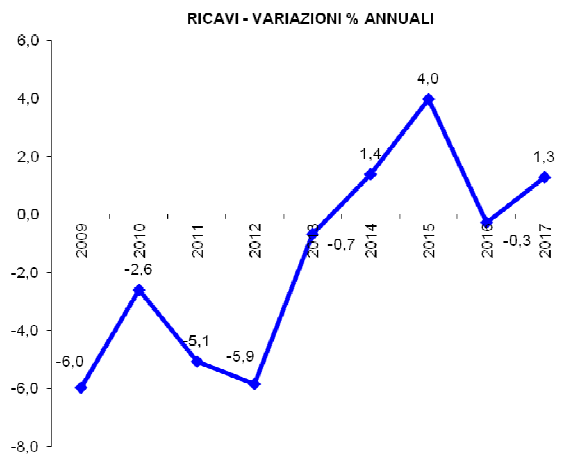
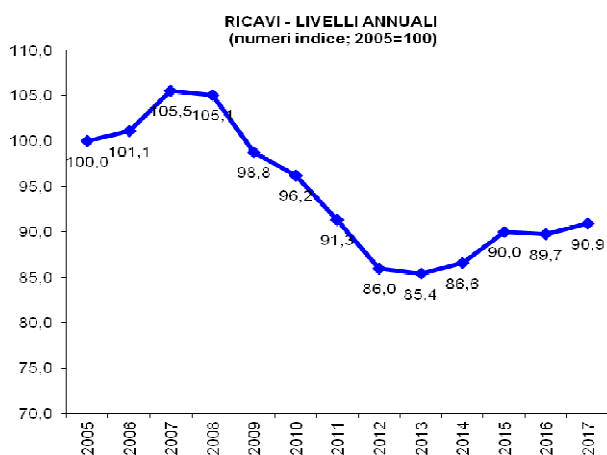
dinamica dei ricavi solo grazie alle attività di impiantistica (ricavi a +19,5%); le attività dell'edilizia hanno registrato invece una diminuzione (-2,2%).

Tra i servizi, i ricavi dei trasporti crescono (+3,2%), sono in calo quelli del commercio e in decisa crescita quelli delle autoriparazioni (per questo settore come per quello del commercio, valgono alcuni limiti nella rappresentatività delle stime); sono stabili i ricavi per servizi a persone e famiglie (+0,1%), in lieve incremento quelli dei servizi per il turismo (+0,7%), in deciso aumento (+3,0%) i ricavi degli altri servizi, che ricomprendono molte attività del terziario ad alto contenuto di conoscenza.

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

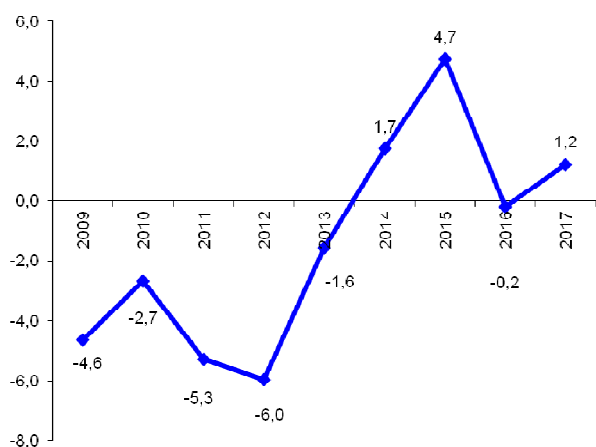
#### 3.1 Le dinamiche annuali

Dopo l'interruzione del 2016, si riavvia con il 2017 il processo di recupero dei livelli del fatturato intrapreso nel 2014 e rafforzatosi nel 2015: nel 2017 i ricavi complessivi crescono dell'1,3% dopo essere calati dello 0,3% nel 2016. La crescita dei ricavi 2017 è dovuta soprattutto al progresso dei ricavi per conto proprio che crescono dell'1,6% mentre il fatturato realizzato in conto terzi cresce solo dell'1,0%. La componente dei ricavi per conto proprio conferma così ancora una volta il ruolo propulsivo avviato fin dal 2014.

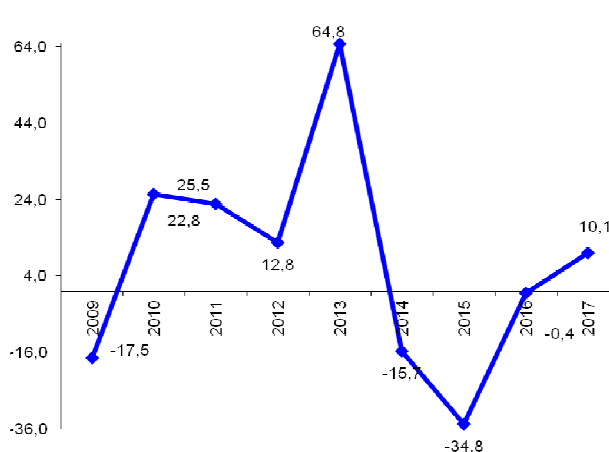


Il confronto delle dinamiche annuali per i ricavi conseguiti sul mercato nazionale (+1,2%) e su quelli esteri (+10,1%) mostra come l'aumento dei ricavi 2017 sia stato trainato dalla componente estera, nonostante la sua ridotta incidenza (meno del 2% per il complesso delle attività e meno del 5% per le manifatture). A differenza della componente in conto proprio, il cui ruolo propulsivo è sistematicamente cresciuto negli ultimi anni (la sua incidenza sul complesso dei ricavi è superiore al 50% per il complesso delle attività e sfiora i due terzi per il manifatturiero), il ruolo della componente estera dei ricavi non risulta, però, altrettanto strategico per le imprese considerate: l'accesso diretto ai mercati esteri resta una componente assai limitata per l'attività della micro impresa marchigiana.

RICAVI ITALIA - VARIAZIONI % ANNUALI



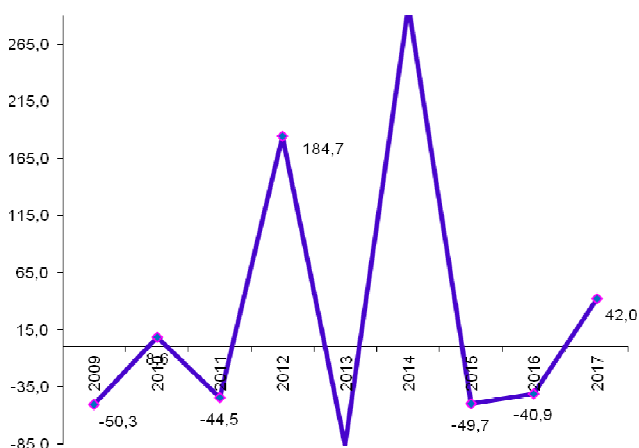
RICAVI ESTERI - VARIAZIONI % ANNUALI



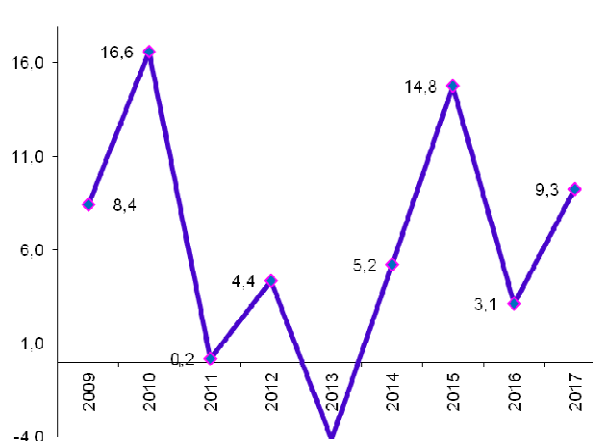
Il confronto tra le variazioni percentuali annuali per i ricavi e le principali voci di spesa (investimenti, retribuzioni, consumi), mostra una ripresa degli investimenti (per i quali, tuttavia, Istat-Marche indica non affidabile la stima relativa al dato del terzo trimestre) e dei consumi, nonché un'accelerazione della crescita per le spese da retribuzioni.

Quest'ultima voce di costo, in crescita per il quarto anno consecutivo, si conferma quella maggiormente influenzata in termini positivi dalla fase di ripresa dell'attività economica.

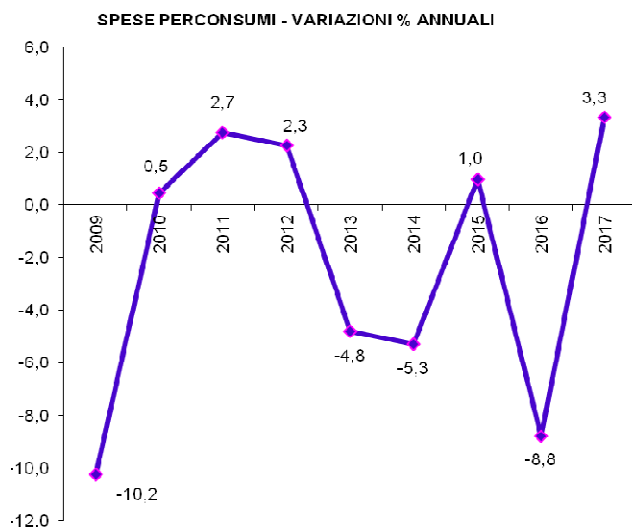
INVESTIMENTI - VARIAZIONI % ANNUALI



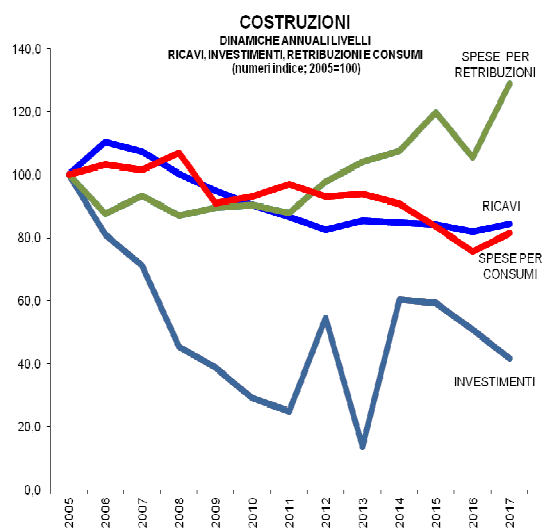
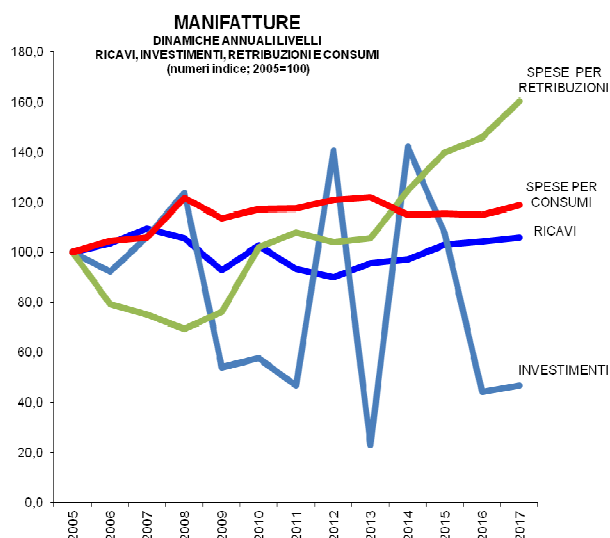
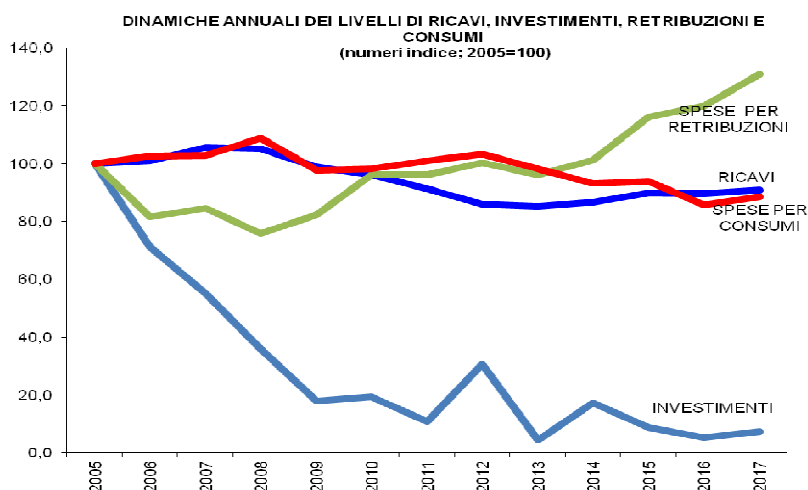
SPESE PER RETRIBUZIONI - VARIAZIONI % ANNUALI

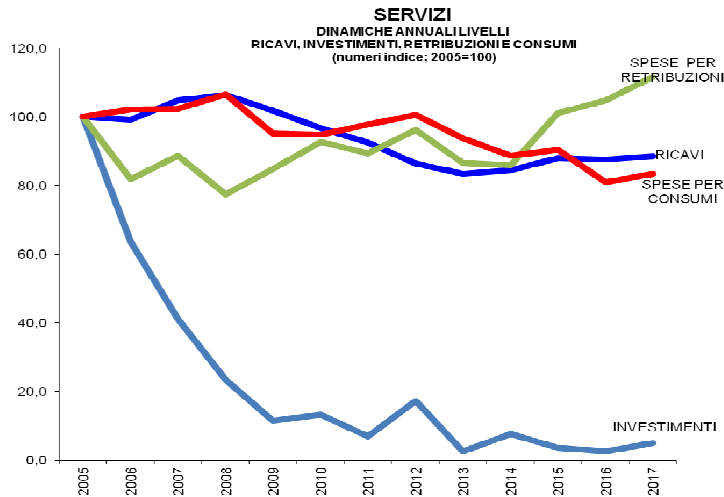






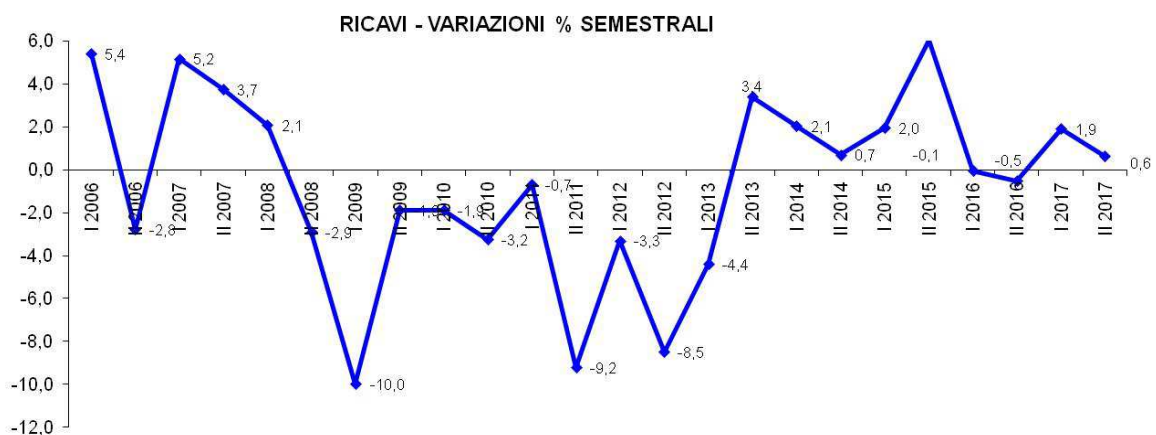
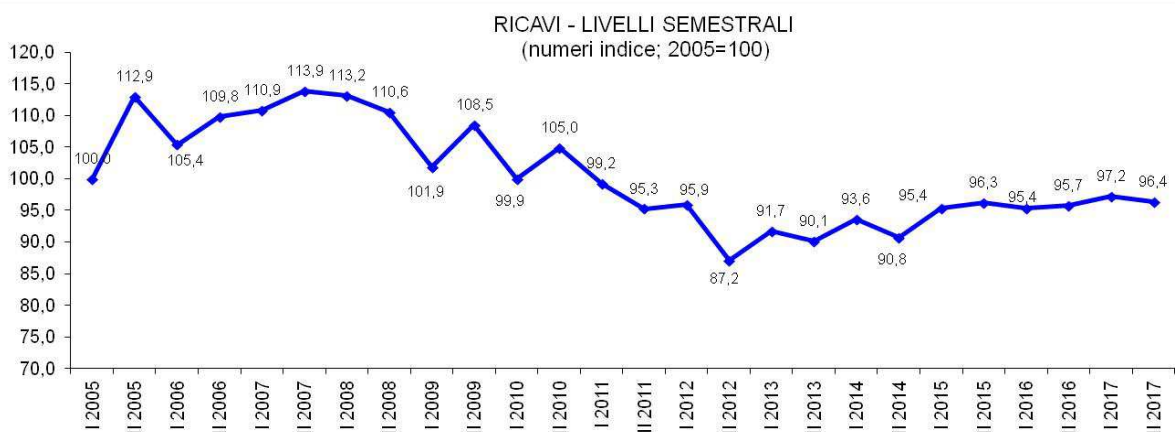
Il confronto tra le dinamiche degli indici di livello per il complesso dei settori, mostra da un lato la ancora debole consistenza della ripresa dei ricavi e la inadeguata ripresa degli investimenti, dall'altro il ruolo sempre maggiore assunto dal fattore lavoro.





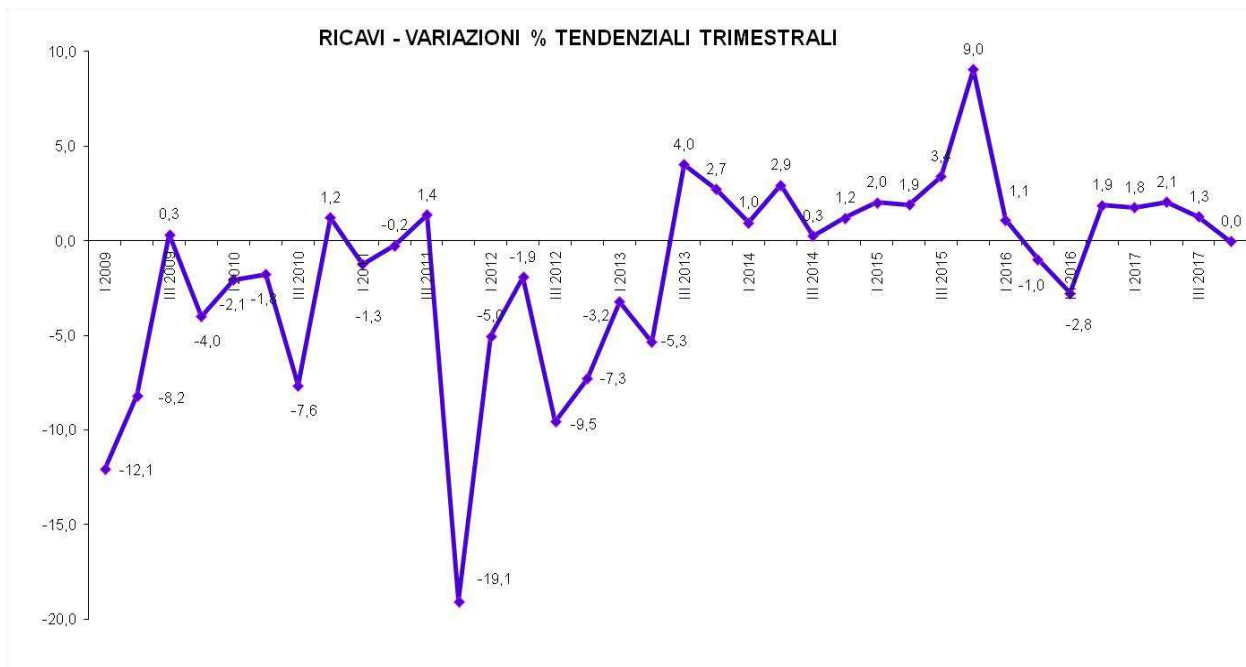
### 3.2 Le dinamiche semestrali dei ricavi

La crescita dei ricavi del 2017 ha riguardato soprattutto la prima metà dell'anno quando si è registrata una crescita dell'1,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno prima. Nel secondo semestre 2017 i ricavi sono cresciuti solo dello 0,6%.



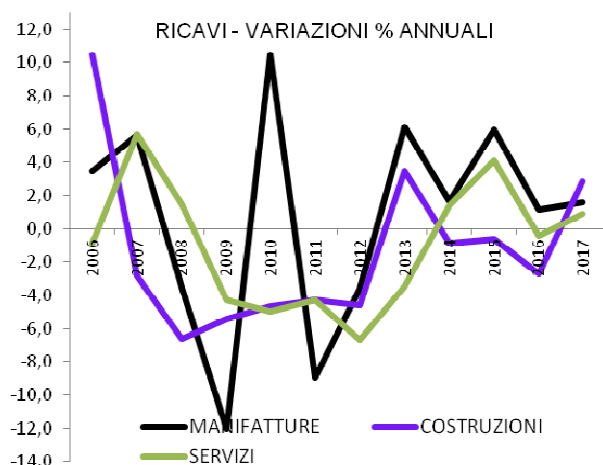
### 3.3 Le dinamiche trimestrali dei ricavi

Le variazioni tendenziali per trimestre dei ricavi mostrano più particolareggiatamente come i ricavi siano andati decrescendo nella seconda metà dell'anno, fino a registrare una variazione tendenziale nulla in corrispondenza al IV trimestre 2017.



## 4. Le dinamiche settoriali a confronto

L'aumento dei ricavi del 2017 riguarda tutti i tre macrosettori con intensità maggiore per le *costruzioni* (+2,9%) seguite dal *manifatturiero* (+1,6%) e dai *servizi* (+0,9%); mentre per le manifatture si tratta del quinto anno consecutivo di crescita, per costruzioni e servizi il dato positivo dei ricavi nel 2017 costituisce un'inversione di tendenza.



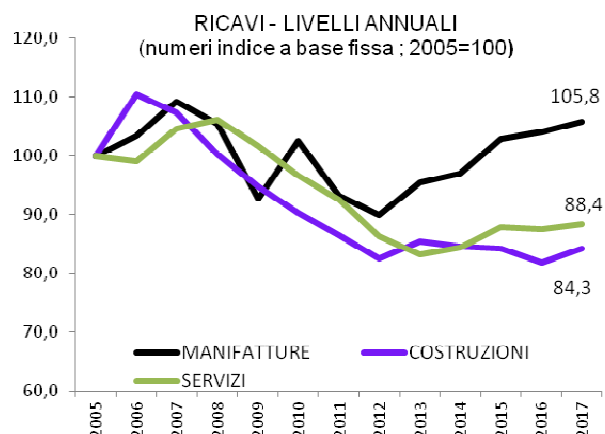
Ricavi per macrosettori – var. % annuali

|      | MANIFATT. | COSTRUZ. | SERVIZI | TOTALE |
|------|-----------|----------|---------|--------|
| 2006 | 3,5       | 10,5     | -0,9    | 1,1    |
| 2007 | 5,7       | -2,8     | 5,7     | 4,4    |
| 2008 | -3,5      | -6,6     | 1,5     | -0,5   |
| 2009 | -12,1     | -5,4     | -4,3    | -6,0   |
| 2010 | 10,5      | -4,7     | -5,0    | -2,6   |
| 2011 | -9,0      | -4,3     | -4,3    | -5,1   |
| 2012 | -3,6      | -4,6     | -6,7    | -5,9   |
| 2013 | 6,2       | 3,5      | -3,5    | -0,7   |
| 2014 | 1,7       | -0,9     | 1,4     | 1,4    |
| 2015 | 5,9       | -0,6     | 4,1     | 4,0    |
| 2016 | 1,2       | -2,7     | -0,4    | -0,3   |
| 2017 | 1,6       | 2,9      | 0,9     | 1,3    |

Il profilo degli indicatori di livello mostra come il manifatturiero abbia già recuperato i livelli dei ricavi precedenti la crisi mentre sono lontani da questo risultato sia i servizi sia le costruzioni.

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

|      | MANIFATT. | COSTRUZ. | SERVIZI | TOTALE |
|------|-----------|----------|---------|--------|
| 2005 | 100,0     | 100,0    | 100,0   | 100,0  |
| 2006 | 103,5     | 110,5    | 99,1    | 101,1  |
| 2007 | 109,4     | 107,4    | 104,7   | 105,5  |
| 2008 | 105,5     | 100,3    | 106,3   | 105,1  |
| 2009 | 92,8      | 94,8     | 101,7   | 98,8   |
| 2010 | 102,5     | 90,4     | 96,6    | 96,2   |
| 2011 | 93,3      | 86,6     | 92,5    | 91,3   |
| 2012 | 90,0      | 82,6     | 86,3    | 86,0   |
| 2013 | 95,5      | 85,5     | 83,3    | 85,4   |
| 2014 | 97,1      | 84,7     | 84,5    | 86,6   |
| 2015 | 102,9     | 84,2     | 88,0    | 90,0   |
| 2016 | 104,1     | 81,9     | 87,6    | 89,7   |
| 2017 | 105,8     | 84,3     | 88,4    | 90,9   |



Premesso che il campionamento delle imprese comporta non di rado la loro sostituzione nel campione stesso e che ciò conduce a revisioni delle serie storiche oltre che ad alcune difficoltà nel raggiungere livelli adeguati di affidabilità statistica, i dati relativi al 2017 mostrano che tra le attività manifatturiere è il *sistema moda* (tessile abbigliamento e calzature) a registrare la crescita più decisa dei ricavi (+5,9%), seguito dal *legno-mobile* (+1,7%).

Crescono i ricavi anche per la *meccanica* (+0,6%) e per quanto riguarda le sue componenti, si osserva che mentre la *meccanica di base* (metallurgia e fabbricazione di prodotti in metallo esclusi macchinari e attrezzature) registra una leggera diminuzione dei ricavi (-0,6%), invece *l'altra meccanica* (macchinari, impianti, veicoli, ecc. ) registra un notevole incremento (+3,3%).

Il profilo dell'indice di livello del settore della meccanica mostra come già negli scorsi anni le componenti della meccanica abbiano registrato dinamiche divergenti e, talvolta, opposte. Questo fenomeno riguarda anche il settore delle costruzioni per le sue componenti dell'*edilizia* e dell'*impiantistica* le quali, come per la meccanica di base e l'altra meccanica, ripropongono il tema del diverso grado di evoluzione tecnologica e del differente ruolo funzionale nell'ambito delle filiere di settore. Nelle costruzioni, il 2017 si configura orientato alla ripresa per effetto della performance delle attività di impiantistica (ricavi a +19,5%), mentre le attività dell'edilizia registrano una diminuzione (-2,2%).

Fatturato per settori – variazioni percentuali tendenziali annuali

|                     | 2008        | 2009        | 2010        | 2011        | 2012        | 2013        | 2014       | 2015       | 2016        | 2017       |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|
| * tess.abb.calz.    | 1,5         | -10,4       | 7,8         | 4,1         | 2,9         | 16,0        | -2,0       | 3,8        | 4,5         | 5,9        |
| * legno mobile      | 2,3         | -13,0       | 62,0        | -39,7       | -6,1        | 12,5        | 4,6        | 3,2        | 1,7         | 1,7        |
| meccanica           | -4,7        | -15,2       | -1,4        | -1,9        | -4,0        | 0,6         | 6,2        | 6,9        | -3,4        | 0,6        |
| meccanica di base   | -4,8        | -16,6       | -0,4        | -0,7        | -7,3        | 6,4         | 5,7        | 7,1        | 2,5         | -0,6       |
| altra meccanica     | -4,9        | -13,2       | -2,7        | -3,7        | 0,4         | -8,0        | 7,5        | 6,9        | -11,3       | 3,3        |
| MANIFATTURE         | -4,0        | -12,1       | 10,2        | -9,2        | -3,3        | 5,8         | 4,5        | 6,1        | 1,2         | 1,7        |
| Edilizia            | -6,8        | -5,3        | -6,1        | -5,6        | -2,2        | 5,4         | 1,5        | -1,6       | -2,8        | -2,2       |
| Impiantistica       | -5,9        | -6,0        | 0,9         | -1,0        | -11,2       | -1,2        | -7,9       | 1,7        | -2,2        | 19,5       |
| COSTRUZIONI         | -6,6        | -5,4        | -4,7        | -4,3        | -4,6        | 3,5         | -0,9       | -0,6       | -2,7        | 2,9        |
| Trasporti           | -4,7        | -7,6        | -4,9        | -1,0        | -11,1       | 1,9         | -0,4       | 9,4        | 2,3         | 3,2        |
| * Commercio         | 1,8         | -4,9        | -4,5        | -3,5        | -6,0        | -1,2        | 2,7        | 4,4        | -2,6        | -1,6       |
| * Riparaz. veicoli  | -0,8        | -8,4        | 0,3         | 11,9        | -4,3        | -12,4       | 4,6        | 9,2        | 5,2         | 6,9        |
| Servizi pers.e fam. | 1,9         | 3,0         | -4,7        | -2,7        | -0,1        | -3,0        | 0,1        | 5,2        | -1,3        | 0,1        |
| Ristoraz. turismo   | -0,7        | -4,5        | -3,7        | -1,2        | -3,5        | -8,7        | -5,6       | 9,8        | 3,1         | 0,7        |
| Altri servizi       | 2,7         | -3,1        | -6,7        | -8,2        | -9,5        | -3,8        | 0,9        | 1,5        | 0,6         | 3,0        |
| SERVIZI             | 1,5         | -4,3        | -5,0        | -4,3        | -6,7        | -3,5        | 1,4        | 4,1        | -0,4        | 0,9        |
| <b>TOTALE</b>       | <b>-0,5</b> | <b>-6,0</b> | <b>-2,6</b> | <b>-5,1</b> | <b>-5,9</b> | <b>-0,7</b> | <b>1,4</b> | <b>4,0</b> | <b>-0,3</b> | <b>1,3</b> |

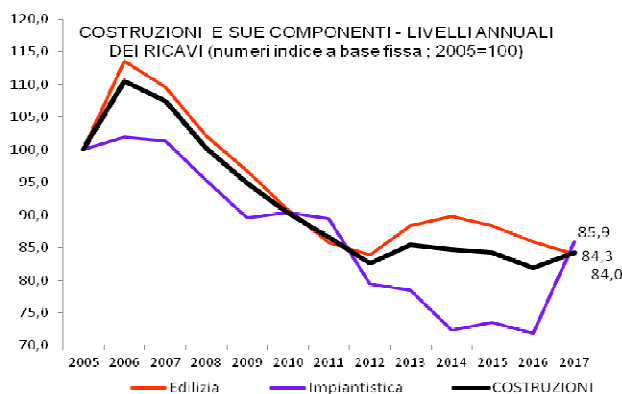
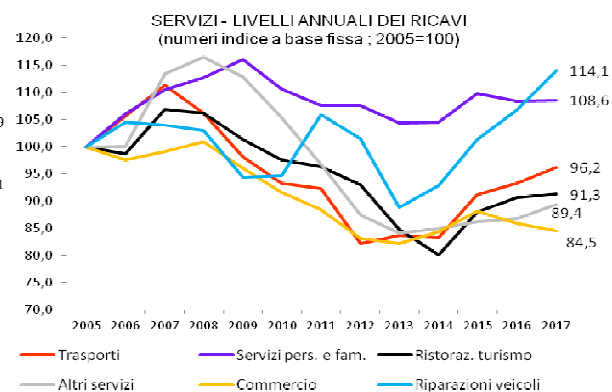
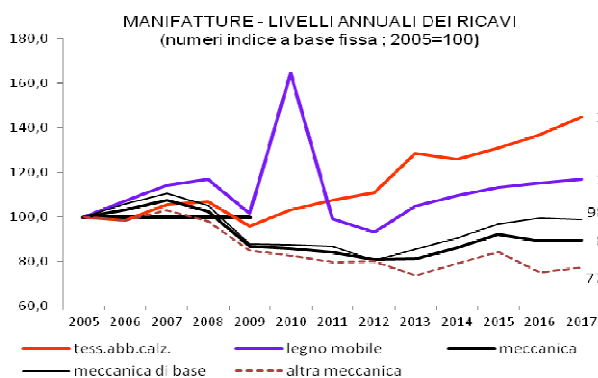
\* Stime con limiti di rappresentatività

Tra i *servizi*, mentre i trasporti registrano il terzo aumento annuale consecutivo dei ricavi (+3,2%), si nota la diminuzione dei ricavi per il commercio (-1,6%), la sostanziale stabilità dei ricavi per i servizi a persone e famiglie (+0,1%), il lieve incremento dei servizi per il turismo (+0,7%), l'aumento non trascurabile (+3,0%) dei ricavi per gli *altri servizi* (che ricomprendono molte attività del terziario ad alto contenuto di conoscenza) e il forte progresso dei ricavi delle riparazioni auto e moto (+6,9%).

Fatturato per settori – livelli annuali (numeri indice a base fissa; 2005=100)

|                          | 2008         | 2009         | 2010         | 2011        | 2012        | 2013        | 2014        | 2015         | 2016         | 2017         |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| * tess.abb.calz.         | 107,1        | 95,9         | 103,4        | 107,6       | 110,8       | 128,5       | 126,0       | 130,8        | 136,8        | 144,9        |
| * legno mobile           | 116,8        | 101,6        | 164,6        | 99,3        | 93,2        | 104,9       | 109,7       | 113,2        | 115,1        | 117,1        |
| meccanica                | 102,6        | 87,0         | 85,8         | 84,1        | 80,8        | 81,3        | 86,3        | 92,3         | 89,1         | 89,6         |
| <i>meccanica di base</i> | <i>105,3</i> | <i>87,8</i>  | <i>87,5</i>  | <i>86,9</i> | <i>80,6</i> | <i>85,7</i> | <i>90,6</i> | <i>97,0</i>  | <i>99,5</i>  | <i>98,9</i>  |
| <i>altra meccanica</i>   | <i>98,0</i>  | <i>85,1</i>  | <i>82,8</i>  | <i>79,7</i> | <i>80,0</i> | <i>73,6</i> | <i>79,1</i> | <i>84,5</i>  | <i>75,0</i>  | <i>77,5</i>  |
| <b>MANIFATTURE</b>       | <b>105,5</b> | <b>92,8</b>  | <b>102,5</b> | <b>93,3</b> | <b>90,0</b> | <b>95,5</b> | <b>97,1</b> | <b>102,9</b> | <b>104,1</b> | <b>105,8</b> |
| Edilizia                 | 102,1        | 96,7         | 90,8         | 85,8        | 83,9        | 88,4        | 89,7        | 88,3         | 85,9         | 84,0         |
| Impiantistica            | 95,3         | 89,5         | 90,3         | 89,5        | 79,5        | 78,5        | 72,3        | 73,5         | 71,9         | 85,9         |
| <b>COSTRUZIONI</b>       | <b>100,3</b> | <b>94,8</b>  | <b>90,4</b>  | <b>86,6</b> | <b>82,6</b> | <b>85,5</b> | <b>84,7</b> | <b>84,2</b>  | <b>81,9</b>  | <b>84,3</b>  |
| Trasporti                | 106,2        | 98,1         | 93,3         | 92,3        | 82,1        | 83,6        | 83,3        | 91,2         | 93,3         | 96,2         |
| * Commercio              | 100,9        | 96,0         | 91,7         | 88,5        | 83,1        | 82,1        | 84,4        | 88,1         | 85,9         | 84,5         |
| * Riparazioni veicoli    | 103,1        | 94,4         | 94,7         | 106,0       | 101,4       | 88,8        | 92,9        | 101,4        | 106,7        | 114,1        |
| Servizi pers. e fam.     | 112,7        | 116,1        | 110,6        | 107,6       | 107,6       | 104,4       | 104,5       | 109,9        | 108,5        | 108,6        |
| Ristoraz. turismo        | 106,2        | 101,4        | 97,6         | 96,4        | 93,0        | 84,9        | 80,1        | 88,0         | 90,7         | 91,3         |
| Altri servizi            | 116,5        | 112,9        | 105,4        | 96,7        | 87,5        | 84,2        | 85,0        | 86,2         | 86,8         | 89,4         |
| <b>SERVIZI</b>           | <b>106,3</b> | <b>101,7</b> | <b>96,6</b>  | <b>92,5</b> | <b>86,3</b> | <b>83,3</b> | <b>84,5</b> | <b>88,0</b>  | <b>87,6</b>  | <b>88,4</b>  |
| <b>TOTALE</b>            | <b>105,1</b> | <b>98,8</b>  | <b>96,2</b>  | <b>91,3</b> | <b>86,0</b> | <b>85,4</b> | <b>86,6</b> | <b>90,0</b>  | <b>89,7</b>  | <b>90,9</b>  |

\* Stime con limiti di rappresentatività



## 5. L'analisi per settore. Le schede settoriali

### IL SISTEMA MODA (TESSILE, ABBIGLIAMENTO, PELLI E CALZATURE)

Stime con limiti di rappresentatività

La dinamica positiva dei ricavi prosegue nel 2017 (+5,9%) ma non sono più i ricavi per conto terzi (+4,3%) a svolgere il ruolo di traino. L'impennata delle spese da retribuzioni amplifica il maggior ruolo del lavoro che caratterizza da tempo le imprese del comparto. Il ruolo delle esportazioni dirette rimane limitatissimo e anche per gli investimenti l'incidenza sui ricavi permane assai ridotta, benché in aumento. La seconda metà del 2017 è stata ben più favorevole della prima per la dinamica dei ricavi (+7,3% contro +3,8%), ma si è chiusa in negativo nell'ultimo trimestre (-3,2%) dopo il notevole aumento del terzo (+14,1%).

#### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0      | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 98,5   | 108,3      | 63,2                      | 108,4                |
| 2007 | 105,5  | 111,4      | 49,8                      | 102,9                |
| 2008 | 107,1  | 206,4      | 39,4                      | 150,1                |
| 2009 | 95,9   | 187,3      | 54,9                      | 154,3                |
| 2010 | 103,4  | 196,4      | 94,1                      | 159,1                |
| 2011 | 107,6  | 205,3      | 108,5                     | 162,2                |
| 2012 | 110,8  | 210,2      | 119,5                     | 187,9                |
| 2013 | 128,5  | 247,6      | 119,3                     | 183,1                |
| 2014 | 126,0  | 245,6      | 146,3                     | 162,9                |
| 2015 | 130,8  | 254,0      | 157,3                     | 152,9                |
| 2016 | 136,8  | 268,1      | 174,7                     | 148,4                |
| 2017 | 144,9  | 279,7      | 255,5                     | 162,1                |

#### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | -1,5   | 8,3        | -36,8                     | 8,4                  |
| 2007 | 7,1    | 2,8        | -21,2                     | -5,0                 |
| 2008 | 1,5    | 85,3       | -20,9                     | 45,8                 |
| 2009 | -10,4  | -9,2       | 39,3                      | 2,8                  |
| 2010 | 7,8    | 4,9        | 71,3                      | 3,1                  |
| 2011 | 4,1    | 4,5        | 15,3                      | 1,9                  |
| 2012 | 2,9    | 2,4        | 10,2                      | 15,8                 |
| 2013 | 16,0   | 17,8       | -0,2                      | -2,5                 |
| 2014 | -2,0   | -0,8       | 22,6                      | -11,0                |
| 2015 | 3,8    | 3,4        | 7,5                       | -6,2                 |
| 2016 | 4,5    | 5,6        | 11,1                      | -3,0                 |
| 2017 | 5,9    | 4,3        | 46,3                      | 9,2                  |

LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 78,8   | 164,8      | 79,0                      | 206,2                |
| II 2010 | 113,7  | 221,7      | 140,9                     | 152,0                |
| I 2011  | 85,1   | 179,8      | 89,8                      | 194,9                |
| II 2011 | 115,2  | 224,1      | 163,7                     | 170,2                |
| I 2012  | 87,7   | 180,1      | 91,8                      | 216,1                |
| II 2012 | 118,5  | 233,4      | 187,5                     | 206,8                |
| I 2013  | 99,9   | 208,4      | 87,6                      | 233,3                |
| II 2013 | 139,4  | 278,9      | 191,3                     | 179,0                |
| I 2014  | 101,4  | 217,3      | 149,3                     | 202,5                |
| II 2014 | 133,3  | 265,9      | 192,5                     | 164,2                |
| I 2015  | 91,7   | 188,9      | 166,0                     | 180,9                |
| II 2015 | 151,8  | 310,9      | 201,5                     | 163,3                |
| I 2016  | 102,1  | 216,7      | 180,1                     | 159,2                |
| II 2016 | 152,5  | 310,8      | 228,1                     | 174,9                |
| I 2017  | 106,0  | 218,2      | 311,5                     | 209,1                |
| II 2017 | 163,7  | 332,1      | 285,8                     | 155,8                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

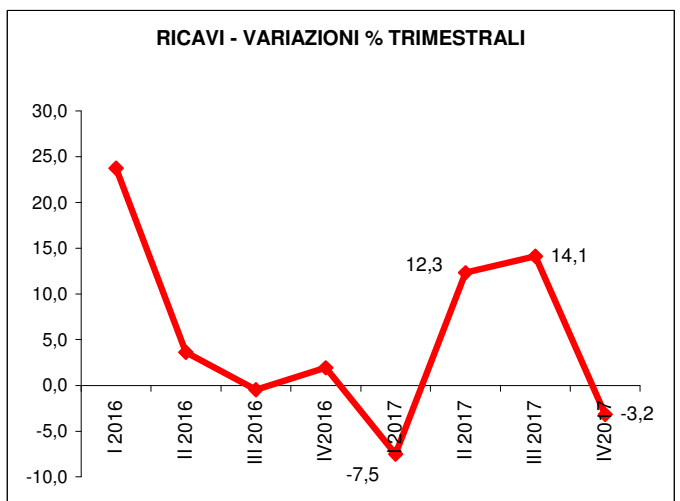
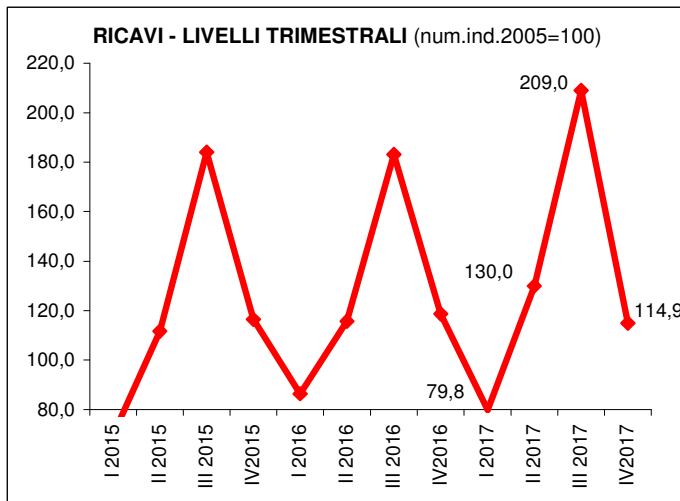
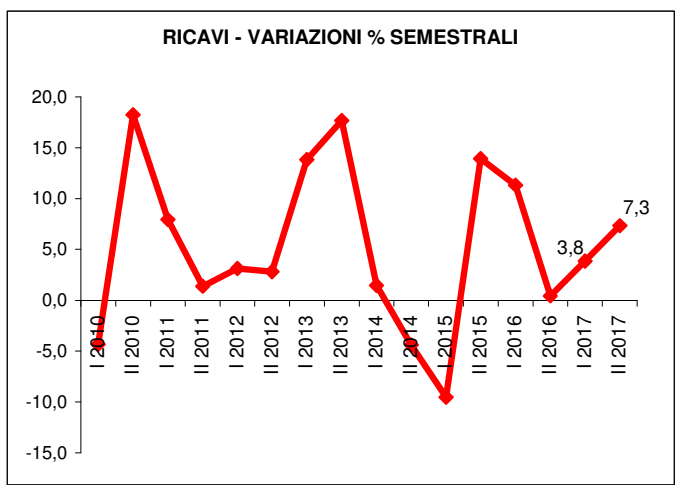
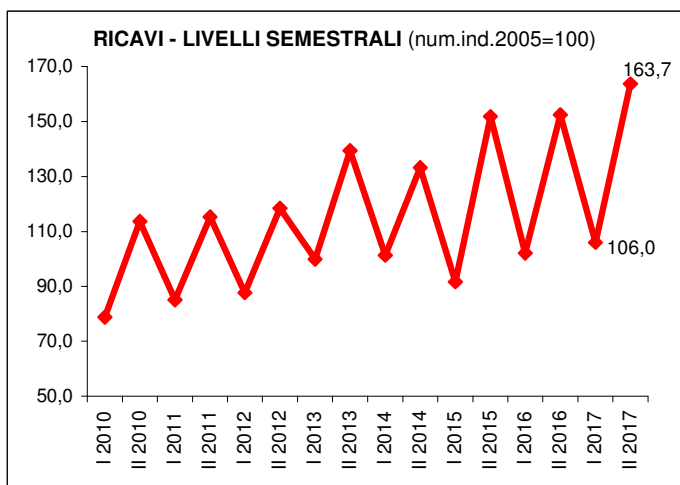
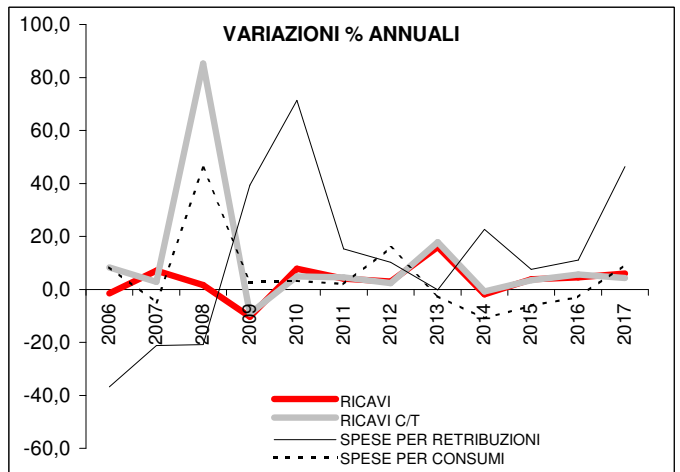
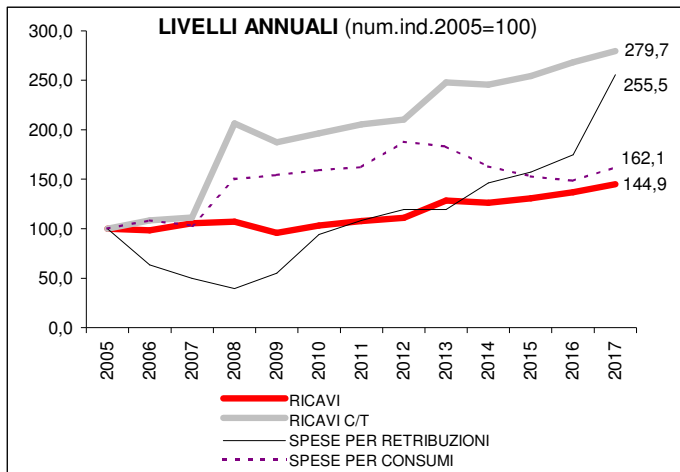
| anno    | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | -4,3   | -8,1       | 189,2                     | 1,2                  |
| II 2010 | 18,2   | 17,1       | 39,5                      | 5,9                  |
| I 2011  | 7,9    | 9,1        | 13,8                      | -5,5                 |
| II 2011 | 1,4    | 1,1        | 16,2                      | 12,0                 |
| I 2012  | 3,1    | 0,2        | 2,2                       | 10,9                 |
| II 2012 | 2,8    | 4,2        | 14,5                      | 21,5                 |
| I 2013  | 13,8   | 15,7       | -4,6                      | 7,9                  |
| II 2013 | 17,7   | 19,5       | 2,0                       | -13,5                |
| I 2014  | 1,5    | 4,3        | 70,5                      | -13,2                |
| II 2014 | -4,4   | -4,7       | 0,6                       | -8,2                 |
| I 2015  | -9,5   | -13,1      | 11,2                      | -10,7                |
| II 2015 | 13,9   | 16,9       | 4,7                       | -0,6                 |
| I 2016  | 11,3   | 14,8       | 8,5                       | -12,0                |
| II 2016 | 0,4    | 0,0        | 13,2                      | 7,1                  |
| I 2017  | 3,8    | 0,6        | 73,0                      | 31,4                 |
| II 2017 | 7,3    | 6,8        | 25,3                      | -10,9                |

LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 69,8   | 192,4      | 164,7                     | 230,3                |
| II 2015  | 111,7  | 176,9      | 231,2                     | 136,2                |
| III 2015 | 184,1  | 310,2      | 286,6                     | 136,9                |
| IV2015   | 116,4  | 297,7      | 193,8                     | 194,0                |
| I 2016   | 86,3   | 240,9      | 188,9                     | 223,3                |
| II 2016  | 115,7  | 182,9      | 240,6                     | 99,2                 |
| III 2016 | 183,2  | 299,5      | 336,7                     | 155,5                |
| IV2016   | 118,7  | 308,3      | 207,3                     | 198,8                |
| I 2017   | 79,8   | 220,1      | 298,6                     | 301,8                |
| II 2017  | 130,0  | 206,5      | 444,1                     | 121,8                |
| III 2017 | 209,0  | 350,4      | 479,3                     | 143,0                |
| IV2017   | 114,9  | 299,0      | 202,1                     | 172,7                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | 23,7   | 25,2       | 14,7                      | -3,1                 |
| II 2016  | 3,6    | 3,4        | 4,0                       | -27,2                |
| III 2016 | -0,5   | -3,5       | 17,5                      | 13,6                 |
| IV2016   | 1,9    | 3,6        | 6,9                       | 2,5                  |
| I 2017   | -7,5   | -8,6       | 58,1                      | 35,2                 |
| II 2017  | 12,3   | 12,9       | 84,6                      | 22,8                 |
| III 2017 | 14,1   | 17,0       | 42,4                      | -8,0                 |
| IV2017   | -3,2   | -3,0       | -2,5                      | -13,1                |





## IL LEGNO – MOBILE

Stime con limiti di rappresentatività

Prosegue ma a ritmo blando la ripresa dei ricavi nel comparto, trainati dalla componente in conto proprio, come si evince dal proseguire della dinamica negativa del conto terzi. La crescita delle spese per retribuzioni, rilevante e opposta alla dinamica delle spese per consumi, configura una riorganizzazione del comparto in direzione di una maggiore efficienza e strutturazione. La dinamica positiva del 2017 è la risultante di andamenti differenziati tra il primo e il secondo semestre: è in quest'ultimo che si concentra la crescita dei ricavi e, in particolare, nel III trimestre.

### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0      | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 107,3  | 106,8      | 86,4                      | 101,9                |
| 2007 | 114,1  | 104,5      | 80,3                      | 111,4                |
| 2008 | 116,8  | 127,0      | 80,5                      | 112,7                |
| 2009 | 101,6  | 110,5      | 75,1                      | 106,7                |
| 2010 | 164,6  | 208,4      | 76,3                      | 118,2                |
| 2011 | 99,3   | 103,8      | 69,3                      | 125,9                |
| 2012 | 93,2   | 86,1       | 46,7                      | 107,3                |
| 2013 | 104,9  | 87,6       | 63,7                      | 119,0                |
| 2014 | 109,7  | 81,3       | 71,4                      | 118,2                |
| 2015 | 113,2  | 77,4       | 92,5                      | 124,4                |
| 2016 | 115,1  | 68,6       | 91,4                      | 119,2                |
| 2017 | 117,1  | 63,9       | 98,3                      | 109,7                |

### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | 7,3    | 6,8        | -13,6                     | 1,9                  |
| 2007 | 6,4    | -2,2       | -7,1                      | 9,4                  |
| 2008 | 2,3    | 21,5       | 0,3                       | 1,1                  |
| 2009 | -13,0  | -13,0      | -6,8                      | -5,3                 |
| 2010 | 62,0   | 88,6       | 1,7                       | 10,8                 |
| 2011 | -39,7  | -50,2      | -9,2                      | 6,5                  |
| 2012 | -6,1   | -17,1      | -32,7                     | -14,7                |
| 2013 | 12,5   | 1,8        | 36,5                      | 10,9                 |
| 2014 | 4,6    | -7,2       | 12,1                      | -0,7                 |
| 2015 | 3,2    | -4,9       | 29,6                      | 5,3                  |
| 2016 | 1,7    | -11,4      | -1,2                      | -4,2                 |
| 2017 | 1,7    | -6,8       | 7,5                       | -7,9                 |

LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 105,1  | 114,0      | 58,7                      | 110,3                |
| II 2010 | 214,3  | 292,9      | 114,8                     | 140,0                |
| I 2011  | 110,8  | 116,1      | 74,2                      | 121,9                |
| II 2011 | 81,7   | 86,6       | 83,3                      | 144,5                |
| I 2012  | 108,0  | 92,3       | 46,8                      | 116,4                |
| II 2012 | 72,9   | 75,8       | 59,2                      | 110,8                |
| I 2013  | 108,6  | 77,3       | 57,4                      | 120,6                |
| II 2013 | 94,9   | 93,8       | 87,4                      | 131,4                |
| I 2014  | 114,7  | 74,6       | 69,7                      | 108,7                |
| II 2014 | 98,2   | 84,3       | 92,6                      | 141,5                |
| I 2015  | 111,7  | 62,1       | 75,0                      | 101,3                |
| II 2015 | 107,9  | 89,0       | 135,2                     | 162,1                |
| I 2016  | 116,4  | 56,8       | 75,9                      | 88,2                 |
| II 2016 | 107,0  | 77,1       | 131,8                     | 164,1                |
| I 2017  | 116,4  | 52,3       | 81,9                      | 97,2                 |
| II 2017 | 110,7  | 72,5       | 141,5                     | 135,0                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

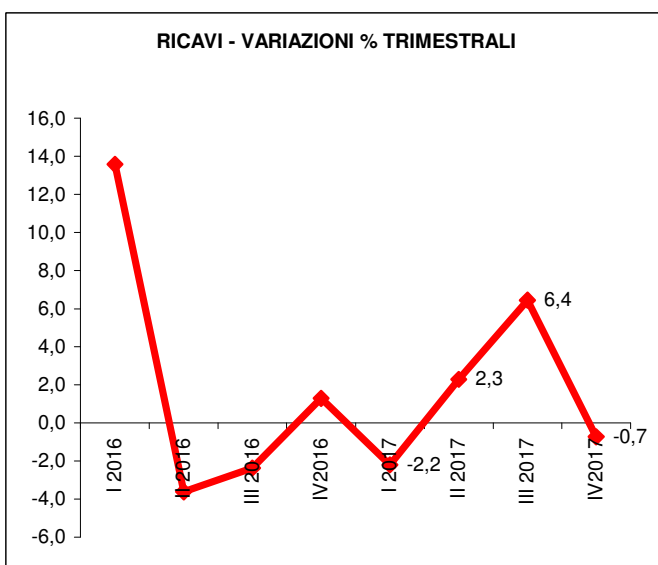
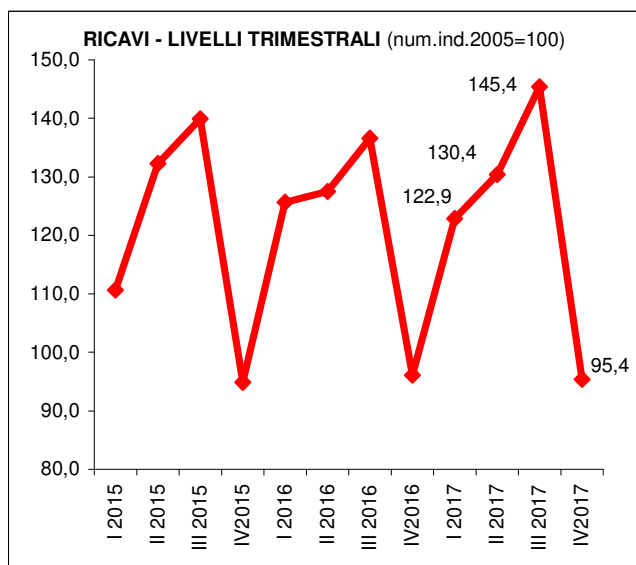
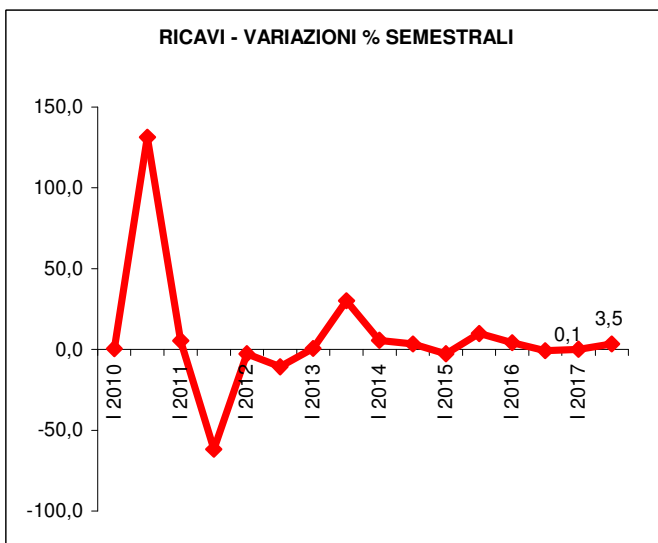
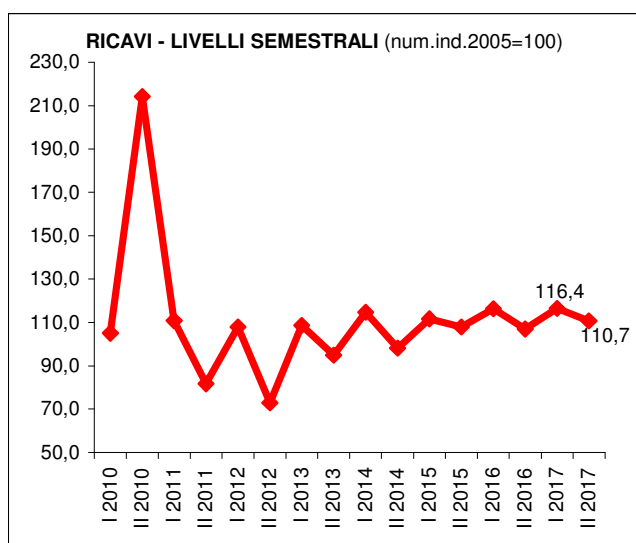
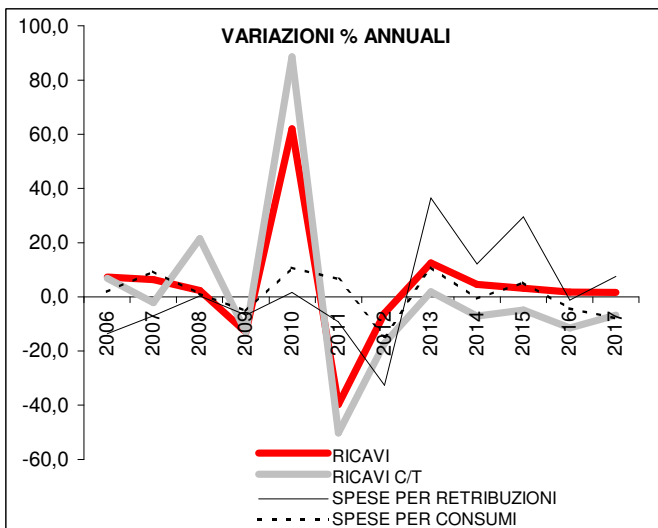
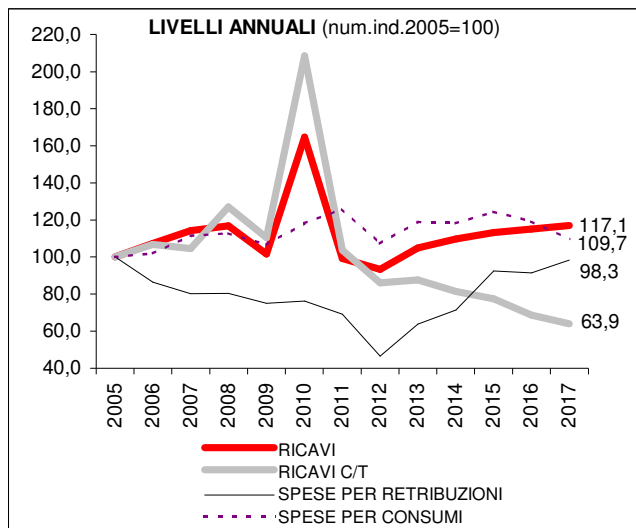
| anno    | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 0,5    | 2,0        | -14,1                     | 10,0                 |
| II 2010 | 131,4  | 181,7      | 12,2                      | 11,4                 |
| I 2011  | 5,4    | 1,9        | 26,6                      | 10,6                 |
| II 2011 | -61,8  | -70,4      | -27,5                     | 3,2                  |
| I 2012  | -2,6   | -20,5      | -37,0                     | -4,5                 |
| II 2012 | -10,8  | -12,5      | -28,8                     | -23,3                |
| I 2013  | 0,6    | -16,3      | 22,6                      | 3,6                  |
| II 2013 | 30,1   | 23,9       | 47,5                      | 18,6                 |
| I 2014  | 5,6    | -3,5       | 21,5                      | -9,8                 |
| II 2014 | 3,5    | -10,2      | 5,9                       | 7,7                  |
| I 2015  | -2,6   | -16,7      | 7,6                       | -6,9                 |
| II 2015 | 9,9    | 5,6        | 46,1                      | 14,6                 |
| I 2016  | 4,2    | -8,5       | 1,2                       | -12,9                |
| II 2016 | -0,9   | -13,4      | -2,6                      | 1,2                  |
| I 2017  | 0,1    | -7,8       | 7,9                       | 10,2                 |
| II 2017 | 3,5    | -6,0       | 7,3                       | -17,7                |

LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 110,6  | 62,6       | 92,7                      | 93,6                 |
| II 2015  | 132,3  | 75,5       | 67,3                      | 109,6                |
| III 2015 | 139,9  | 104,5      | 88,8                      | 145,2                |
| IV2015   | 94,9   | 93,6       | 199,8                     | 180,3                |
| I 2016   | 125,7  | 65,0       | 94,6                      | 76,6                 |
| II 2016  | 127,5  | 61,4       | 67,3                      | 100,4                |
| III 2016 | 136,6  | 87,8       | 87,4                      | 143,1                |
| IV2016   | 96,1   | 83,7       | 193,8                     | 186,2                |
| I 2017   | 122,9  | 52,2       | 101,7                     | 108,2                |
| II 2017  | 130,4  | 64,3       | 73,0                      | 86,9                 |
| III 2017 | 145,4  | 90,8       | 89,7                      | 119,3                |
| IV2017   | 95,4   | 70,5       | 212,2                     | 151,7                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | 13,6   | 3,8        | 2,1                       | -18,2                |
| II 2016  | -3,6   | -18,8      | 0,0                       | -8,4                 |
| III 2016 | -2,4   | -15,9      | -1,5                      | -1,4                 |
| IV2016   | 1,3    | -10,6      | -3,0                      | 3,3                  |
| I 2017   | -2,2   | -19,7      | 7,5                       | 41,2                 |
| II 2017  | 2,3    | 4,7        | 8,5                       | -13,4                |
| III 2017 | 6,4    | 3,3        | 2,5                       | -16,6                |
| IV2017   | -0,7   | -15,7      | 9,5                       | -18,5                |



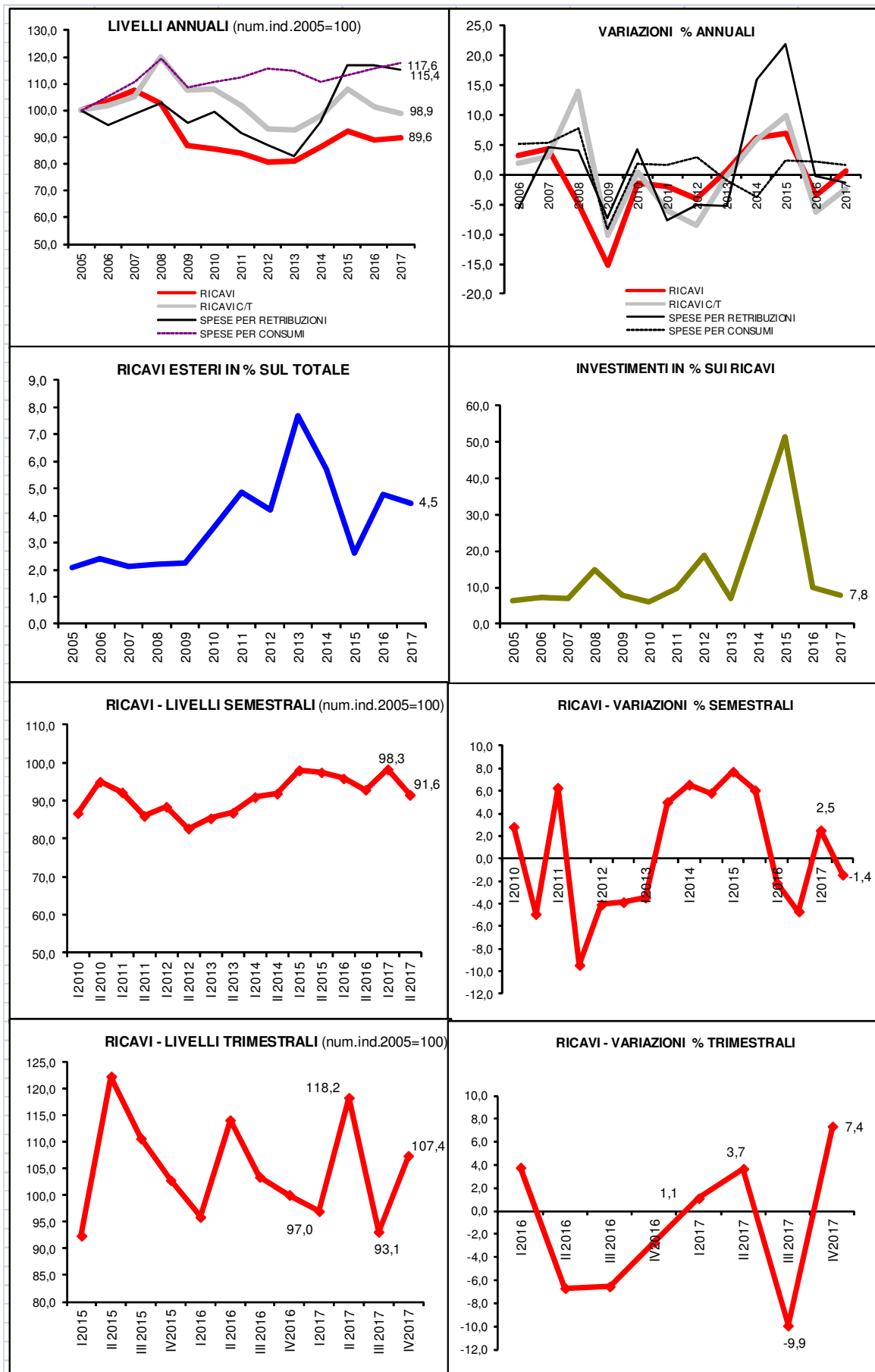
## LA MECCANICA

Per la meccanica e le sue componenti ("m. di base" e "altra m.") sono stati considerati anche investimenti e ricavi esteri, benché per tali variabili le stime presentino limiti di rappresentatività

La meccanica registra nel 2017 una crescita lieve (+0,6%), se paragonata a quella messa a segno nel 2014 e nel 2015, ma non di meno importante, perché riporta in positivo la dinamica dei ricavi del comparto. La diminuzione ulteriore del conto/terzi, conferma i mutamenti legati al riposizionamento nelle filiere e gli effetti sulla riorganizzazione del settore, evidenziati dal profilo dell'indice annuale delle spese per retribuzioni e da quello delle spese per consumi, che mostrano un'incidenza crescente delle due voci rispetto ai ricavi. Il 2017 si era avviato bene per la dinamica dei ricavi ma il terzo trimestre dell'anno ha registrato una brusca inversione che, tuttavia, è stata seguita da una nuova fase di crescita nell'ultimo trimestre.

| LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                        |                   |                             |                              |
|--|--------|------------|------------------------|-------------------|-----------------------------|------------------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI | RIC. ESTERI IN % SUL TOTALE | INVESTIMENTI IN % SUI RICAVI |
| 2005   | 100,0  | 100,0      | 100,0                  | 100,0             | 2,1                         | 6,3                          |
| 2006   | 103,3  | 101,9      | 94,4                   | 105,2             | 2,4                         | 7,3                          |
| 2007   | 107,7  | 105,1      | 98,9                   | 110,8             | 2,1                         | 7,1                          |
| 2008   | 102,6  | 119,9      | 102,9                  | 119,5             | 2,2                         | 14,8                         |
| 2009   | 87,0   | 107,7      | 95,4                   | 108,6             | 2,3                         | 8,0                          |
| 2010   | 85,8   | 108,1      | 99,5                   | 110,6             | 3,5                         | 6,2                          |
| 2011   | 84,1   | 101,6      | 91,8                   | 112,5             | 4,9                         | 9,6                          |
| 2012   | 80,8   | 93,0       | 87,3                   | 115,9             | 4,2                         | 19,0                         |
| 2013   | 81,3   | 92,8       | 82,8                   | 114,9             | 7,7                         | 6,9                          |
| 2014   | 86,3   | 98,2       | 96,0                   | 110,6             | 5,7                         | 29,6                         |
| 2015   | 92,3   | 108,0      | 117,1                  | 113,2             | 2,6                         | 51,5                         |
| 2016   | 89,1   | 101,2      | 116,8                  | 115,6             | 4,8                         | 10,0                         |
| 2017   | 89,6   | 98,9       | 115,4                  | 117,6             | 4,5                         | 7,8                          |
| VARIAZIONI % ANNUALI                                   |        |            |                        |                   |                             |                              |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI          | INVESTIMENTI      | SPESE PER RETRIBUZIONI      | SPESE PER CONSUMI            |
| 2006   | 3,3    | 1,9        | 20,6                   | 19,4              | -5,6                        | 5,2                          |
| 2007   | 4,3    | 3,1        | -8,7                   | 1,5               | 4,7                         | 5,4                          |
| 2008   | -4,7   | 14,1       | -0,9                   | 99,5              | 4,0                         | 7,8                          |
| 2009   | -15,2  | -10,1      | -13,5                  | -54,2             | -7,2                        | -9,1                         |
| 2010   | -1,4   | 0,4        | 53,7                   | -24,1             | 4,2                         | 1,9                          |
| 2011   | -1,9   | -6,0       | 35,3                   | 53,5              | -7,7                        | 1,8                          |
| 2012   | -4,0   | -8,5       | -16,6                  | 89,5              | -5,0                        | 3,0                          |
| 2013   | 0,6    | -0,2       | 83,9                   | -63,5             | -5,2                        | -0,9                         |
| 2014   | 6,2    | 5,8        | -21,7                  | 355,6             | 16,0                        | -3,7                         |
| 2015   | 6,9    | 10,0       | -50,7                  | 86,1              | 22,0                        | 2,4                          |
| 2016   | -3,4   | -6,3       | 76,8                   | -81,3             | -0,2                        | 2,1                          |
| 2017   | 0,6    | -2,3       | -6,3                   | -21,2             | -1,3                        | 1,7                          |

| LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)  |        |            |               |              |                        |                   |
|--|--------|------------|---------------|--------------|------------------------|-------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 86,8   | 106,3      | 223,0         | 57,5         | 88,1                   | 114,9             |
| II 2010  | 95,0   | 122,3      | 67,5          | 75,9         | 152,3                  | 128,1             |
| I 2011   | 92,2   | 109,6      | 313,7         | 50,9         | 90,4                   | 117,1             |
| II 2011  | 86,0   | 105,2      | 79,4          | 153,9        | 131,5                  | 130,1             |
| I 2012   | 88,5   | 98,1       | 278,5         | 77,7         | 75,7                   | 126,4             |
| II 2012  | 82,7   | 98,5       | 49,6          | 310,3        | 135,2                  | 128,2             |
| I 2013   | 85,4   | 94,1       | 490,9         | 73,0         | 80,2                   | 119,2             |
| II 2013  | 86,8   | 102,1      | 112,2         | 68,8         | 119,8                  | 133,2             |
| I 2014   | 91,0   | 99,7       | 361,2         | 29,0         | 93,2                   | 114,3             |
| II 2014  | 91,9   | 107,8      | 110,8         | 616,7        | 138,8                  | 128,6             |
| I 2015   | 98,0   | 111,9      | 176,7         | 1138,5       | 97,9                   | 122,2             |
| II 2015  | 97,5   | 116,4      | 56,0          | 62,9         | 185,1                  | 126,5             |
| I 2016   | 95,9   | 110,3      | 373,8         | 124,6        | 111,8                  | 121,0             |
| II 2016  | 92,9   | 103,7      | 37,7          | 100,1        | 170,6                  | 133,0             |
| I 2017   | 98,3   | 112,2      | 342,3         | 51,9         | 102,3                  | 123,6             |
| II 2017  | 91,6   | 96,8       | 43,1          | 125,2        | 176,5                  | 134,7             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE                      |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 2,8    | 3,4        | 44,6          | 182,5        | 11,5                   | -1,6              |
| II 2010  | -4,9   | -2,0       | 93,7          | -51,1        | 0,4                    | 5,1               |
| I 2011   | 6,3    | 3,1        | 40,7          | -11,4        | 2,6                    | 1,9               |
| II 2011  | -9,4   | -14,0      | 17,6          | 102,7        | -13,6                  | 1,6               |
| I 2012   | -4,1   | -10,5      | -11,2         | 52,7         | -16,3                  | 7,9               |
| II 2012  | -3,9   | -6,3       | -37,6         | 101,7        | 2,8                    | -1,4              |
| I 2013   | -3,5   | -4,0       | 76,3          | -6,1         | 5,9                    | -5,7              |
| II 2013  | 5,0    | 3,6        | 126,3         | -77,8        | -11,4                  | 3,9               |
| I 2014   | 6,6    | 5,9        | -26,4         | -60,2        | 16,2                   | -4,1              |
| II 2014  | 5,8    | 5,6        | -1,2          | 796,9        | 15,8                   | -3,4              |
| I 2015   | 7,7    | 12,2       | -51,1         | 3822,3       | 5,0                    | 7,0               |
| II 2015  | 6,1    | 8,0        | -49,4         | -89,8        | 33,4                   | -1,7              |
| I 2016   | -2,2   | -1,5       | 111,6         | -89,1        | 14,2                   | -1,0              |
| II 2016  | -4,7   | -10,9      | -32,8         | 59,2         | -7,8                   | 5,1               |
| I 2017   | 2,5    | 1,7        | -8,4          | -58,3        | -8,5                   | 2,1               |
| II 2017  | -1,4   | -6,6       | 14,4          | 25,1         | 3,5                    | 1,3               |
| LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2015   | 92,4   | 114,0      | 366,4         | 1550,7       | 100,5                  | 113,4             |
| II 2015  | 122,2  | 140,2      | 41,4          | 16,2         | 104,5                  | 148,8             |
| III 2015   | 110,6  | 135,3      | 114,5         | 27,5         | 158,8                  | 137,7             |
| IV2015   | 102,8  | 129,1      | 14,9          | 59,0         | 229,0                  | 133,7             |
| I 2016   | 95,9   | 116,0      | 824,3         | 158,3        | 107,9                  | 108,9             |
| II 2016  | 114,0  | 134,5      | 38,6          | 13,1         | 126,3                  | 150,8             |
| III 2016   | 103,4  | 117,2      | 53,7          | 25,8         | 155,4                  | 144,8             |
| IV2016   | 100,0  | 118,5      | 33,3          | 112,0        | 201,9                  | 140,5             |
| I 2017   | 97,0   | 116,9      | 705,6         | 60,8         | 87,6                   | 128,9             |
| II 2017  | 118,2  | 137,9      | 84,7          | 10,6         | 126,7                  | 136,3             |
| III 2017   | 93,1   | 91,7       | 72,0          | 10,8         | 148,0                  | 144,4             |
| IV2017   | 107,4  | 128,3      | 27,4          | 161,5        | 221,7                  | 144,7             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE                     |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2016   | 3,8    | 1,7        | 125,0         | -89,8        | 7,4                    | -4,0              |
| II 2016  | -6,7   | -4,1       | -6,8          | -18,9        | 20,8                   | 1,3               |
| III 2016   | -6,5   | -13,4      | -53,1         | -6,2         | -2,1                   | 5,2               |
| IV2016   | -2,7   | -8,2       | 123,4         | 89,7         | -11,8                  | 5,1               |
| I 2017   | 1,1    | 0,8        | -14,4         | -61,6        | -18,8                  | 18,4              |
| II 2017  | 3,7    | 2,6        | 119,2         | -19,1        | 0,3                    | -9,6              |
| III 2017   | -9,9   | -21,7      | 34,2          | -58,0        | -4,8                   | -0,3              |
| IV2017   | 7,4    | 8,3        | -17,5         | 44,2         | 9,8                    | 3,0               |



## LA MECCANICA DI BASE

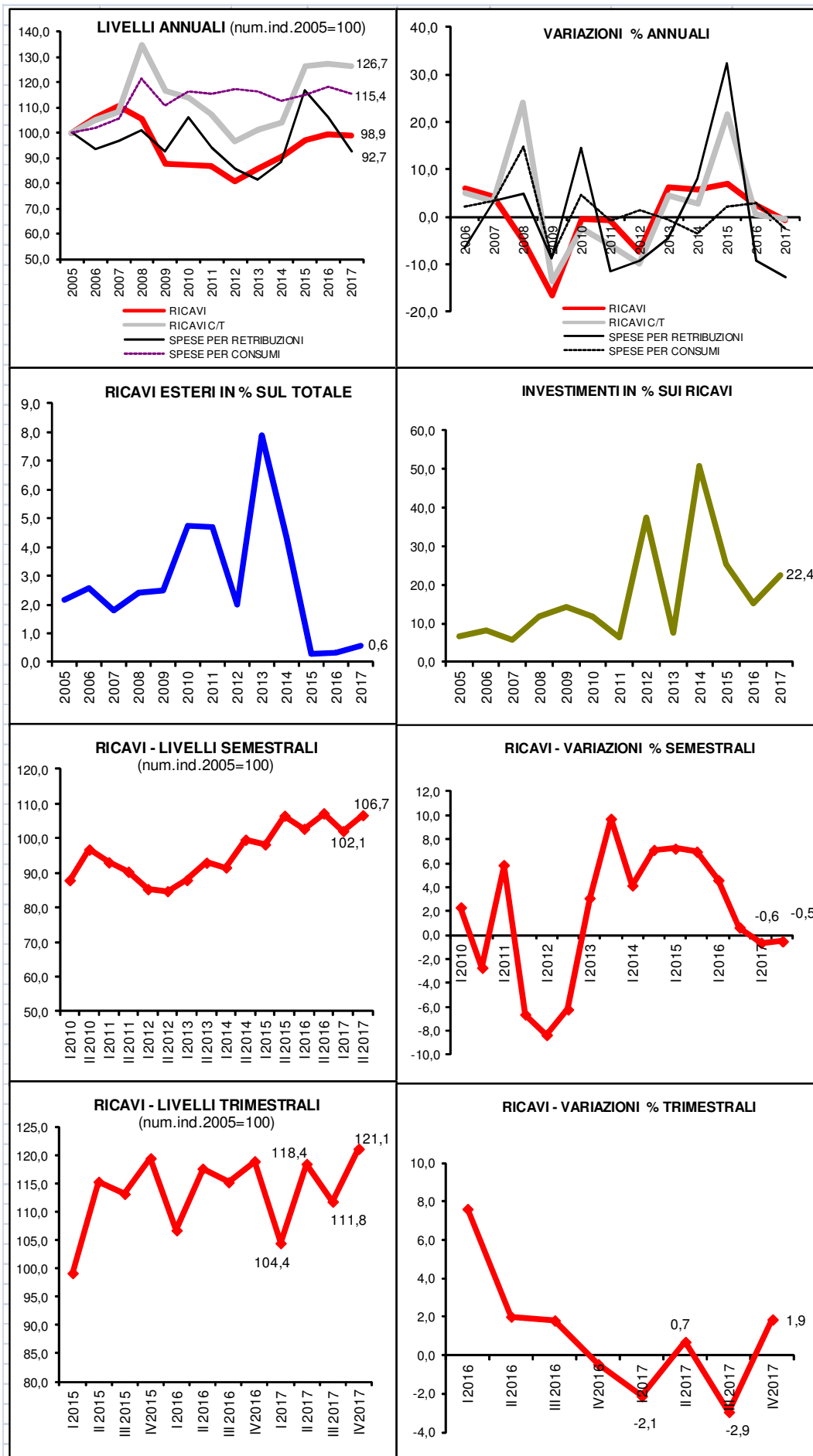
Per la meccanica di base (metallurgia e prodotti in metallo esclusi macchinari e attrezzature) la leggera diminuzione dei ricavi nel 2017 (-0,6%) si accompagna a dinamiche di diminuzione delle spese per consumi e, in particolare, a un deciso calo delle spese per retribuzioni.

Diminuiscono anche i ricavi per conto/terzi, pur se in misura ancora minore dei ricavi complessivi, e i profili degli indici annuali di livello mostrano che il settore attraversa una fase di stabilizzazione nella quale, però, diminuisce sistematicamente l'incidenza del lavoro. Si configura un ridimensionamento della strutturazione del settore che, in presenza di una stabilità dei ricavi, dovrebbe coincidere con un aumento della redditività.

| LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                        |                   |                             |                              |
|--|--------|------------|------------------------|-------------------|-----------------------------|------------------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI | RIC. ESTERI IN % SUL TOTALE | INVESTIMENTI IN % SUI RICAVI |
| 2005   | 100,0  | 100,0      | 100,0                  | 100,0             | 2,2                         | 6,8                          |
| 2006   | 106,1  | 105,0      | 93,5                   | 102,2             | 2,6                         | 8,3                          |
| 2007   | 110,6  | 108,4      | 96,6                   | 105,7             | 1,8                         | 5,8                          |
| 2008   | 105,3  | 134,7      | 101,3                  | 121,5             | 2,4                         | 11,8                         |
| 2009   | 87,8   | 116,6      | 92,5                   | 111,1             | 2,5                         | 14,3                         |
| 2010   | 87,5   | 113,8      | 106,0                  | 116,3             | 4,8                         | 11,8                         |
| 2011   | 86,9   | 107,3      | 94,0                   | 115,4             | 4,7                         | 6,3                          |
| 2012   | 80,6   | 96,7       | 85,4                   | 117,2             | 2,0                         | 37,5                         |
| 2013   | 85,7   | 101,1      | 81,6                   | 116,6             | 7,9                         | 7,7                          |
| 2014   | 90,6   | 103,9      | 88,3                   | 112,6             | 4,4                         | 50,9                         |
| 2015   | 97,0   | 126,4      | 117,0                  | 115,0             | 0,3                         | 25,2                         |
| 2016   | 99,5   | 127,2      | 106,2                  | 118,4             | 0,3                         | 15,3                         |
| 2017   | 98,9   | 126,7      | 92,7                   | 115,4             | 0,6                         | 22,4                         |
| VARIAZIONI % ANNUALI                                   |        |            |                        |                   |                             |                              |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI          | INVESTIMENTI      | SPESE PER RETRIBUZIONI      | SPESE PER CONSUMI            |
| 2006   | 6,1    | 5,0        | 25,9                   | 28,8              | -6,5                        | 2,2                          |
| 2007   | 4,3    | 3,3        | -27,3                  | -26,4             | 3,4                         | 3,4                          |
| 2008   | -4,8   | 24,3       | 27,4                   | 92,3              | 4,8                         | 14,9                         |
| 2009   | -16,6  | -13,5      | -13,5                  | 1,1               | -8,7                        | -8,6                         |
| 2010   | -0,4   | -2,4       | 89,9                   | -17,7             | 14,6                        | 4,7                          |
| 2011   | -0,7   | -5,8       | -1,7                   | -47,1             | -11,3                       | -0,8                         |
| 2012   | -7,3   | -9,9       | -60,5                  | 453,2             | -9,1                        | 1,5                          |
| 2013   | 6,4    | 4,5        | 319,1                  | -78,1             | -4,5                        | -0,5                         |
| 2014   | 5,7    | 2,8        | -41,8                  | 597,5             | 8,2                         | -3,5                         |
| 2015   | 7,1    | 21,6       | -93,2                  | -46,9             | 32,5                        | 2,2                          |
| 2016   | 2,5    | 0,7        | 23,0                   | -37,7             | -9,2                        | 2,9                          |
| 2017   | -0,6   | -0,4       | 73,2                   | 45,5              | -12,7                       | -2,5                         |

| LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)  |        |            |               |              |                        |                   |
|--|--------|------------|---------------|--------------|------------------------|-------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 87,9   | 114,4      | 355,5         | 144,9        | 106,9                  | 117,8             |
| II 2010  | 96,8   | 125,9      | 59,5          | 99,4         | 153,2                  | 134,7             |
| I 2011   | 93,1   | 117,8      | 313,6         | 36,8         | 103,3                  | 115,8             |
| II 2011  | 90,4   | 108,7      | 94,3          | 92,5         | 127,2                  | 134,7             |
| I 2012   | 85,3   | 103,6      | 125,4         | 61,1         | 79,3                   | 125,4             |
| II 2012  | 84,7   | 100,6      | 35,6          | 654,1        | 130,2                  | 129,0             |
| I 2013   | 88,0   | 102,5      | 500,7         | 29,9         | 90,3                   | 119,3             |
| II 2013  | 93,0   | 110,9      | 174,1         | 126,6        | 109,7                  | 133,8             |
| I 2014   | 91,6   | 101,2      | 247,4         | 50,3         | 91,1                   | 112,0             |
| II 2014  | 99,6   | 118,1      | 145,4         | 1041,1       | 125,4                  | 132,3             |
| I 2015   | 98,3   | 125,6      | 17,4          | 458,5        | 102,8                  | 128,3             |
| II 2015  | 106,6  | 141,2      | 9,3           | 121,1        | 184,1                  | 121,4             |
| I 2016   | 102,8  | 130,0      | 24,1          | 114,5        | 109,0                  | 129,9             |
| II 2016  | 107,2  | 138,6      | 8,9           | 246,5        | 151,4                  | 127,0             |
| I 2017   | 102,1  | 129,9      | 12,1          | 80,0         | 93,9                   | 124,5             |
| II 2017  | 106,7  | 137,7      | 44,9          | 445,3        | 133,4                  | 125,9             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE                      |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 2,3    | 1,4        | 93,2          | 145,2        | 25,5                   | -0,1              |
| II 2010  | -2,7   | -5,6       | 72,6          | -58,2        | 8,1                    | 9,4               |
| I 2011   | 5,9    | 3,0        | -11,8         | -74,6        | -3,3                   | -1,7              |
| II 2011  | -6,6   | -13,7      | 58,5          | -6,9         | -16,9                  | 0,0               |
| I 2012   | -8,3   | -12,1      | -60,0         | 66,0         | -23,2                  | 8,3               |
| II 2012  | -6,2   | -7,4       | -62,2         | 607,4        | 2,4                    | -4,2              |
| I 2013   | 3,1    | -1,0       | 299,3         | -51,0        | 13,9                   | -4,8              |
| II 2013  | 9,7    | 10,3       | 389,0         | -80,6        | -15,7                  | 3,7               |
| I 2014   | 4,2    | -1,2       | -50,6         | 68,0         | 0,9                    | -6,1              |
| II 2014  | 7,1    | 6,5        | -16,5         | 722,6        | 14,3                   | -1,1              |
| I 2015   | 7,2    | 24,1       | -92,9         | 811,7        | 12,9                   | 14,5              |
| II 2015  | 7,0    | 19,6       | -93,6         | -88,4        | 46,8                   | -8,2              |
| I 2016   | 4,6    | 3,5        | 37,9          | -75,0        | 6,1                    | 1,3               |
| II 2016  | 0,6    | -1,8       | -4,9          | 103,5        | -17,8                  | 4,6               |
| I 2017   | -0,6   | -0,1       | -49,5         | -30,1        | -13,8                  | -4,1              |
| II 2017  | -0,5   | -0,7       | 405,3         | 80,7         | -11,9                  | -0,9              |
| LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2015   | 99,2   | 120,8      | 14,8          | 480,7        | 97,9                   | 121,2             |
| II 2015  | 115,3  | 157,2      | 22,9          | 149,0        | 116,3                  | 153,7             |
| III 2015   | 113,1  | 151,0      | 18,4          | 28,5         | 144,6                  | 142,2             |
| IV2015   | 119,4  | 161,5      | 1,8           | 137,8        | 239,2                  | 118,0             |
| I 2016   | 106,7  | 130,4      | 18,6          | 37,9         | 102,3                  | 125,4             |
| II 2016  | 117,6  | 157,3      | 33,5          | 119,4        | 124,9                  | 153,0             |
| III 2016   | 115,2  | 147,6      | 11,9          | 37,8         | 131,5                  | 154,4             |
| IV2016   | 118,9  | 159,2      | 7,3           | 300,6        | 184,0                  | 117,7             |
| I 2017   | 104,4  | 128,2      | 14,4          | 18,7         | 76,3                   | 137,8             |
| II 2017  | 118,4  | 159,3      | 11,8          | 91,1         | 119,5                  | 129,0             |
| III 2017   | 111,8  | 137,4      | 94,0          | 12,6         | 97,1                   | 146,3             |
| IV2017   | 121,1  | 167,3      | 3,1           | 598,9        | 180,9                  | 123,5             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE                     |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2016   | 7,6    | 7,9        | 25,1          | -92,1        | 4,5                    | 3,5               |
| II 2016  | 2,0    | 0,1        | 46,1          | -19,9        | 7,4                    | -0,5              |
| III 2016   | 1,8    | -2,3       | -35,3         | 32,7         | -9,0                   | 8,5               |
| IV2016   | -0,5   | -1,4       | 299,5         | 118,2        | -23,1                  | -0,2              |
| I 2017   | -2,1   | -1,6       | -22,3         | -50,5        | -25,5                  | 9,9               |
| II 2017  | 0,7    | 1,3        | -64,6         | -23,7        | -4,3                   | -15,7             |
| III 2017   | -2,9   | -6,9       | 690,3         | -66,7        | -26,1                  | -5,2              |
| IV2017   | 1,9    | 5,0        | -57,1         | 99,2         | -1,7                   | 4,9               |



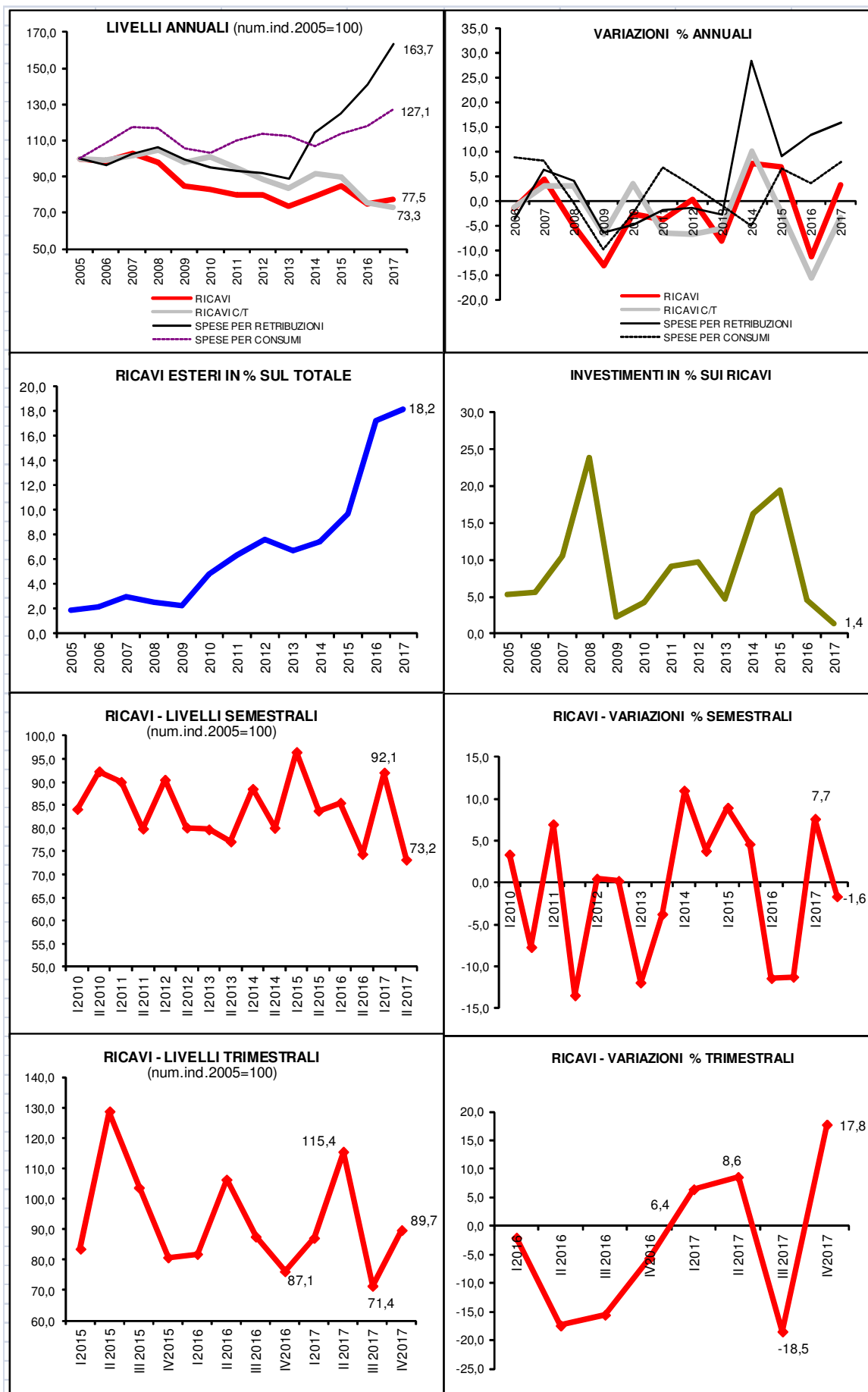


## L'ALTRA MECCANICA

Il 2017 segna per l'altra meccanica (elettronica, elettromedicale e ottica, elettrodomestici, macchinari e impianti, autoveicoli e natanti) una crescita dei ricavi (+3,3%) trainata dalla componente per conto proprio (i ricavi conto/terzi calano del 3,3%) e corrispondente ad un'ulteriore decisa crescita delle spese per retribuzioni (+15,8%) e delle spese per consumi (+7,8%). Le spese per retribuzioni, in particolare, crescono da 4 anni consecutivi, quelle per consumi da tre anni: si tratta di dinamiche che descrivono il progressivo strutturarsi delle imprese del settore e il suo riorganizzarsi attorno a produzioni sempre meno in conto/terzi. La crescente incidenza dei ricavi esteri sui ricavi totali conferma la profondità del mutamento in atto. La tendenza a oscillazioni più ampie nelle dinamiche dei ricavi (visibile anche a livello annuale) potrebbe essere effetto di un ruolo crescente delle produzioni in conto proprio, meno stabili e programmabili di quelle in conto/terzi, e/o il risultato di una progressiva variabilità anche per le produzioni su commessa.

| LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                           |                      |                                |                                    |
|--|--------|------------|---------------------------|----------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI | RIC. ESTERI IN<br>% SUL TOTALE | INVESTIMENTI<br>IN % SUI<br>RICAVI |
| 2005   | 100,0  | 100,0      | 100,0                     | 100,0                | 1,9                            | 5,4                                |
| 2006   | 98,6   | 98,8       | 96,3                      | 108,8                | 2,2                            | 5,6                                |
| 2007   | 103,0  | 101,8      | 102,3                     | 117,6                | 3,0                            | 10,5                               |
| 2008   | 98,0   | 104,9      | 106,4                     | 117,1                | 2,5                            | 24,0                               |
| 2009   | 85,1   | 97,7       | 99,7                      | 105,8                | 2,2                            | 2,3                                |
| 2010   | 82,8   | 101,2      | 94,9                      | 103,2                | 4,8                            | 4,3                                |
| 2011   | 79,7   | 94,7       | 93,1                      | 110,3                | 6,4                            | 9,1                                |
| 2012   | 80,0   | 88,4       | 91,7                      | 113,8                | 7,7                            | 9,7                                |
| 2013   | 73,6   | 83,4       | 89,2                      | 112,6                | 6,7                            | 4,8                                |
| 2014   | 79,1   | 91,9       | 114,4                     | 106,9                | 7,4                            | 16,3                               |
| 2015   | 84,5   | 89,9       | 124,7                     | 113,8                | 9,7                            | 19,5                               |
| 2016   | 75,0   | 75,8       | 141,4                     | 117,9                | 17,3                           | 4,5                                |
| 2017   | 77,5   | 73,3       | 163,7                     | 127,1                | 18,2                           | 1,4                                |
| VARIAZIONI % ANNUALI                                   |        |            |                           |                      |                                |                                    |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI<br>ESTERI          | INVESTIMENTI         | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI      | SPESE PER<br>CONSUMI               |
| 2006   | -1,4   | -1,2       | 10,2                      | 2,5                  | -3,7                           | 8,8                                |
| 2007   | 4,5    | 3,0        | 45,5                      | 96,1                 | 6,2                            | 8,1                                |
| 2008   | -4,9   | 3,0        | -19,2                     | 116,8                | 4,1                            | -0,4                               |
| 2009   | -13,2  | -6,8       | -23,4                     | -91,5                | -6,3                           | -9,7                               |
| 2010   | -2,7   | 3,5        | 109,7                     | 79,4                 | -4,8                           | -2,4                               |
| 2011   | -3,7   | -6,4       | 27,0                      | 102,6                | -2,0                           | 6,8                                |
| 2012   | 0,4    | -6,7       | 20,8                      | 6,9                  | -1,5                           | 3,2                                |
| 2013   | -8,0   | -5,6       | -19,4                     | -54,8                | -2,7                           | -1,1                               |
| 2014   | 7,5    | 10,1       | 18,6                      | 267,5                | 28,3                           | -5,1                               |
| 2015   | 6,9    | -2,1       | 40,0                      | 27,7                 | 9,0                            | 6,5                                |
| 2016   | -11,3  | -15,7      | 57,4                      | -79,3                | 13,4                           | 3,6                                |
| 2017   | 3,3    | -3,3       | 8,8                       | -67,3                | 15,8                           | 7,8                                |

| LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)  |        |            |               |              |                        |                   |
|--|--------|------------|---------------|--------------|------------------------|-------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 84,2   | 97,1       | 298,4         | 71,8         | 71,5                   | 109,0             |
| II 2010  | 92,3   | 116,9      | 66,7          | 30,3         | 151,9                  | 121,6             |
| I 2011   | 90,1   | 100,3      | 387,7         | 69,9         | 81,7                   | 119,5             |
| II 2011  | 79,9   | 100,1      | 76,0          | 136,9        | 137,4                  | 126,8             |
| I 2012   | 90,5   | 91,6       | 499,4         | 48,1         | 73,1                   | 127,6             |
| II 2012  | 80,1   | 95,4       | 60,6          | 173,0        | 142,7                  | 126,7             |
| I 2013   | 79,8   | 85,4       | 371,0         | 65,5         | 70,8                   | 118,4             |
| II 2013  | 77,2   | 91,2       | 80,3          | 34,4         | 139,0                  | 133,2             |
| I 2014   | 88,6   | 98,8       | 444,4         | 8,6          | 104,1                  | 116,6             |
| II 2014  | 80,1   | 95,6       | 91,0          | 358,6        | 165,1                  | 122,2             |
| I 2015   | 96,5   | 98,0       | 476,2         | 441,3        | 101,2                  | 111,2             |
| II 2015  | 83,8   | 92,2       | 273,4         | 27,5         | 192,3                  | 143,0             |
| I 2016   | 85,5   | 88,7       | 1023,3        | 62,2         | 125,6                  | 108,1             |
| II 2016  | 74,4   | 71,6       | 156,5         | 34,6         | 207,1                  | 155,4             |
| I 2017   | 92,1   | 92,5       | 1133,6        | 13,0         | 123,5                  | 123,9             |
| II 2017  | 73,2   | 62,7       | 150,5         | 18,7         | 261,7                  | 160,1             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE                      |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 3,4    | 5,7        | 117,8         | 402,9        | -3,3                   | -5,4              |
| II 2010  | -7,7   | 1,8        | 80,1          | -29,0        | -5,5                   | 0,5               |
| I 2011   | 7,0    | 3,3        | 29,9          | -2,7         | 14,1                   | 9,7               |
| II 2011  | -13,4  | -14,4      | 14,0          | 352,4        | -9,5                   | 4,2               |
| I 2012   | 0,5    | -8,7       | 28,8          | -31,1        | -10,5                  | 6,8               |
| II 2012  | 0,2    | -4,7       | -20,3         | 26,4         | 3,9                    | -0,1              |
| I 2013   | -11,9  | -6,8       | -25,7         | 36,2         | -3,1                   | -7,2              |
| II 2013  | -3,7   | -4,4       | 32,5          | -80,1        | -2,5                   | 5,1               |
| I 2014   | 11,0   | 15,7       | 19,8          | -86,8        | 47,0                   | -1,6              |
| II 2014  | 3,8    | 4,8        | 13,3          | 942,4        | 18,8                   | -8,3              |
| I 2015   | 9,0    | -0,8       | 7,1           | 5022,1       | -2,8                   | -4,6              |
| II 2015  | 4,6    | -3,5       | 200,6         | -92,3        | 16,4                   | 17,1              |
| I 2016   | -11,4  | -9,5       | 114,9         | -85,9        | 24,1                   | -2,8              |
| II 2016  | -11,2  | -22,3      | -42,8         | 26,2         | 7,7                    | 8,6               |
| I 2017   | 7,7    | 4,2        | 10,8          | -79,0        | -1,7                   | 14,6              |
| II 2017  | -1,6   | -12,5      | -3,8          | -46,1        | 26,4                   | 3,1               |
| LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2015   | 83,6   | 104,4      | 1076,2        | 608,7        | 125,4                  | 101,2             |
| II 2015  | 128,7  | 124,5      | 147,1         | 1,2          | 88,7                   | 137,8             |
| III 2015   | 103,7  | 120,4      | 655,3         | 7,3          | 174,2                  | 132,1             |
| IV2015   | 80,7   | 95,0       | 47,1          | 30,6         | 232,5                  | 175,2             |
| I 2016   | 81,9   | 96,1       | 2496,5        | 84,8         | 139,8                  | 87,0              |
| II 2016  | 106,3  | 111,2      | 132,4         | 1,1          | 125,8                  | 145,2             |
| III 2016   | 87,6   | 89,1       | 301,4         | 3,8          | 189,4                  | 131,8             |
| IV2016   | 76,2   | 78,2       | 100,6         | 44,0         | 248,6                  | 201,9             |
| I 2017   | 87,1   | 99,9       | 2204,9        | 16,7         | 126,3                  | 115,2             |
| II 2017  | 115,4  | 116,1      | 707,3         | 1,3          | 134,9                  | 150,9             |
| III 2017   | 71,4   | 57,1       | 300,6         | 3,0          | 234,7                  | 146,4             |
| IV2017   | 89,7   | 89,3       | 86,2          | 22,8         | 318,8                  | 197,7             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE                     |        |            |               |              |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | RICAVI ESTERI | INVESTIMENTI | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2016   | -2,0   | -8,0       | 132,0         | -86,1        | 11,5                   | -14,0             |
| II 2016  | -17,4  | -10,7      | -10,0         | -1,9         | 41,9                   | 5,4               |
| III 2016   | -15,5  | -26,0      | -54,0         | -47,8        | 8,7                    | -0,2              |
| IV2016   | -5,6   | -17,7      | 113,6         | 43,9         | 7,0                    | 15,2              |
| I 2017   | 6,4    | 4,0        | -11,7         | -80,3        | -9,7                   | 32,4              |
| II 2017  | 8,6    | 4,4        | 434,0         | 13,5         | 7,2                    | 4,0               |
| III 2017   | -18,5  | -35,9      | -0,3          | -22,2        | 23,9                   | 11,0              |
| IV2017   | 17,8   | 14,1       | -14,4         | -48,2        | 28,2                   | -2,1              |



## L'ALTRA MANIFATTURA

Il comparto (che comprende *alimentari, carta stampa, chimica farmaceutica, gomma plastica e minerali non metalliferi, altre industrie manifatturiere, ecc.*) registra un lieve aumento dei ricavi (+0,8%) inferiore alla crescita della componente in conto/terzi (+2,8%), in presenza di un deciso aumento delle spese per retribuzioni (+12,1%) e per consumi (+5,3%).

Sia i ricavi che le voci di spesa sono in crescita da almeno tre anni e il ritmo di crescita delle spese per retribuzioni supera già da quattro anni quello delle altre variabili qui considerate, a indicare una progressiva strutturazione dimensionale delle imprese di questo aggregato di attività manifatturiere.

### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0      | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 107,5  | 107,5      | 75,0                      | 102,5                |
| 2007 | 114,1  | 112,6      | 72,5                      | 100,8                |
| 2008 | 102,2  | 183,6      | 70,4                      | 110,6                |
| 2009 | 94,6   | 166,0      | 65,5                      | 97,1                 |
| 2010 | 92,2   | 160,2      | 76,0                      | 100,6                |
| 2011 | 90,6   | 160,8      | 70,7                      | 91,7                 |
| 2012 | 81,8   | 146,0      | 65,0                      | 94,8                 |
| 2013 | 75,7   | 140,2      | 61,8                      | 94,5                 |
| 2014 | 73,6   | 139,1      | 73,5                      | 89,1                 |
| 2015 | 79,9   | 147,8      | 80,7                      | 90,6                 |
| 2016 | 83,2   | 150,5      | 86,4                      | 92,5                 |
| 2017 | 83,9   | 154,6      | 96,9                      | 97,4                 |

### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | 7,5    | 7,5        | -25,0                     | 2,5                  |
| 2007 | 6,1    | 4,7        | -3,3                      | -1,6                 |
| 2008 | -10,4  | 63,1       | -2,9                      | 9,7                  |
| 2009 | -7,4   | -9,6       | -6,9                      | -12,2                |
| 2010 | -2,6   | -3,4       | 15,9                      | 3,6                  |
| 2011 | -1,7   | 0,3        | -6,9                      | -8,8                 |
| 2012 | -9,7   | -9,2       | -8,1                      | 3,3                  |
| 2013 | -7,5   | -4,0       | -5,0                      | -0,3                 |
| 2014 | -2,8   | -0,8       | 18,8                      | -5,7                 |
| 2015 | 8,6    | 6,2        | 9,8                       | 1,7                  |
| 2016 | 4,1    | 1,8        | 7,1                       | 2,1                  |
| 2017 | 0,8    | 2,8        | 12,1                      | 5,3                  |

LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 97,0   | 158,3      | 73,9                      | 110,3                |
| II 2010 | 98,2   | 216,1      | 111,4                     | 112,5                |
| I 2011  | 102,1  | 180,6      | 76,3                      | 103,6                |
| II 2011 | 89,8   | 195,0      | 96,3                      | 99,6                 |
| I 2012  | 90,7   | 153,7      | 57,0                      | 101,1                |
| II 2012 | 82,5   | 187,5      | 101,7                     | 108,9                |
| I 2013  | 81,0   | 146,6      | 53,6                      | 96,8                 |
| II 2013 | 79,3   | 180,9      | 97,1                      | 112,5                |
| I 2014  | 78,7   | 145,9      | 71,1                      | 98,3                 |
| II 2014 | 77,1   | 179,2      | 108,1                     | 99,1                 |
| I 2015  | 81,1   | 142,6      | 71,2                      | 95,8                 |
| II 2015 | 88,2   | 202,7      | 125,5                     | 104,9                |
| I 2016  | 89,4   | 162,9      | 86,8                      | 97,2                 |
| II 2016 | 86,8   | 188,7      | 124,0                     | 107,7                |
| I 2017  | 89,8   | 163,3      | 91,7                      | 106,5                |
| II 2017 | 87,9   | 198,0      | 144,6                     | 109,2                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

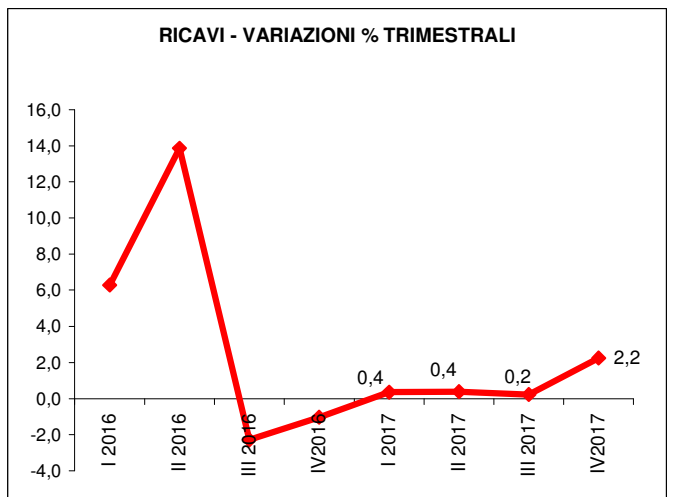
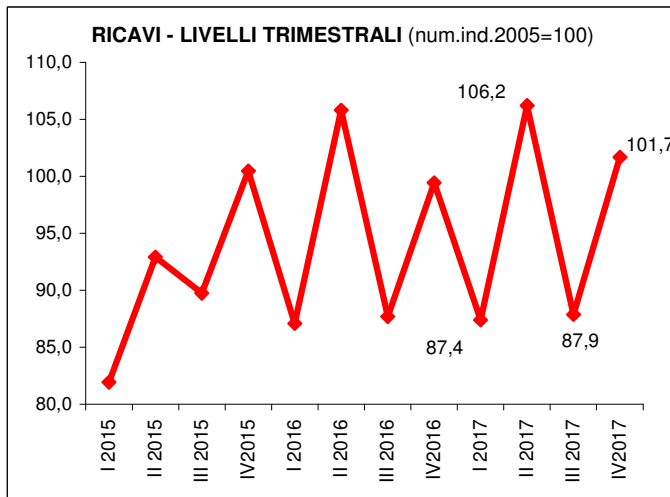
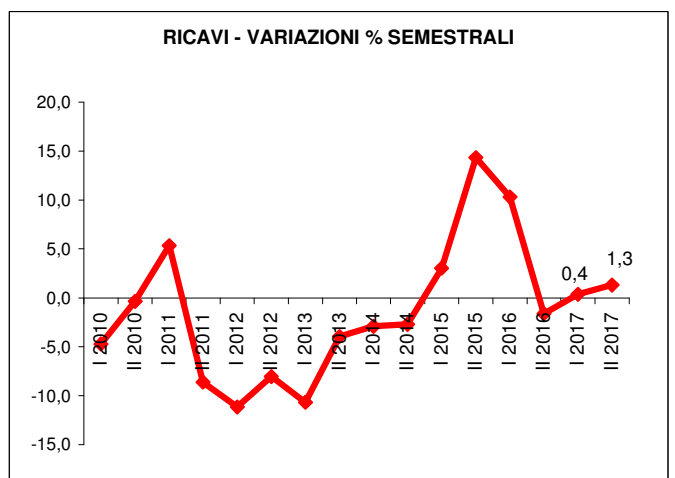
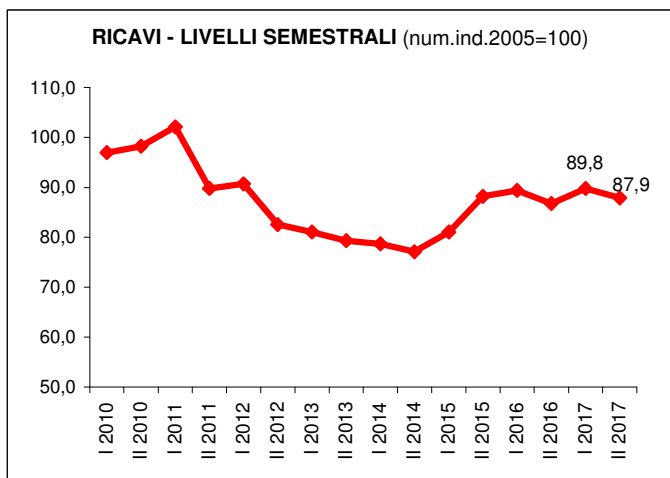
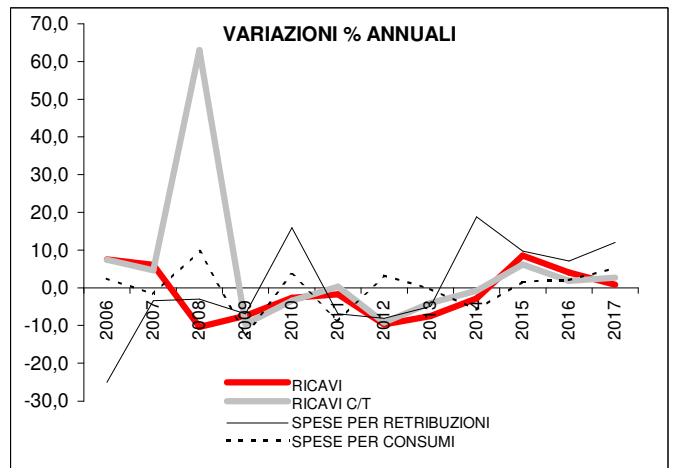
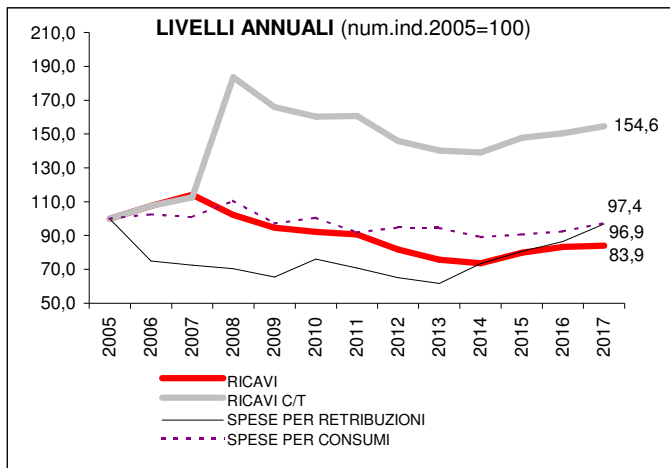
| anno    | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | -4,7   | -13,7      | 20,5                      | 4,5                  |
| II 2010 | -0,4   | 5,7        | 13,1                      | 2,7                  |
| I 2011  | 5,3    | 14,1       | 3,1                       | -6,0                 |
| II 2011 | -8,6   | -9,8       | -13,6                     | -11,5                |
| I 2012  | -11,2  | -14,9      | -25,3                     | -2,5                 |
| II 2012 | -8,0   | -3,8       | 5,6                       | 9,4                  |
| I 2013  | -10,7  | -4,6       | -5,8                      | -4,2                 |
| II 2013 | -3,9   | -3,5       | -4,5                      | 3,3                  |
| I 2014  | -2,9   | -0,5       | 32,5                      | 1,5                  |
| II 2014 | -2,7   | -1,0       | 11,3                      | -11,9                |
| I 2015  | 3,0    | -2,3       | 0,3                       | -2,5                 |
| II 2015 | 14,3   | 13,1       | 16,1                      | 5,9                  |
| I 2016  | 10,3   | 14,3       | 21,9                      | 1,5                  |
| II 2016 | -1,6   | -6,9       | -1,2                      | 2,7                  |
| I 2017  | 0,4    | 0,2        | 5,6                       | 9,6                  |
| II 2017 | 1,3    | 4,9        | 16,6                      | 1,4                  |

LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 81,9   | 131,6      | 45,8                      | 68,4                 |
| II 2015  | 92,9   | 161,4      | 100,9                     | 123,1                |
| III 2015 | 89,7   | 211,1      | 83,9                      | 95,1                 |
| IV2015   | 100,5  | 205,5      | 174,7                     | 114,6                |
| I 2016   | 87,1   | 140,8      | 49,9                      | 76,8                 |
| II 2016  | 105,8  | 194,0      | 129,0                     | 117,5                |
| III 2016 | 87,7   | 195,8      | 83,8                      | 93,7                 |
| IV2016   | 99,4   | 192,1      | 171,6                     | 121,6                |
| I 2017   | 87,4   | 143,0      | 40,8                      | 89,8                 |
| II 2017  | 106,2  | 192,6      | 148,1                     | 123,1                |
| III 2017 | 87,9   | 200,7      | 112,0                     | 98,9                 |
| IV2017   | 101,7  | 206,4      | 185,9                     | 119,4                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|------------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | 6,3    | 7,0        | 8,9                       | 12,2                 |
| II 2016  | 13,9   | 20,2       | 27,8                      | -4,5                 |
| III 2016 | -2,3   | -7,3       | -0,1                      | -1,5                 |
| IV2016   | -1,0   | -6,5       | -1,8                      | 6,1                  |
| I 2017   | 0,4    | 1,5        | -18,3                     | 17,0                 |
| II 2017  | 0,4    | -0,7       | 14,9                      | 4,8                  |
| III 2017 | 0,2    | 2,5        | 33,6                      | 5,6                  |
| IV2017   | 2,2    | 7,4        | 8,3                       | -1,8                 |



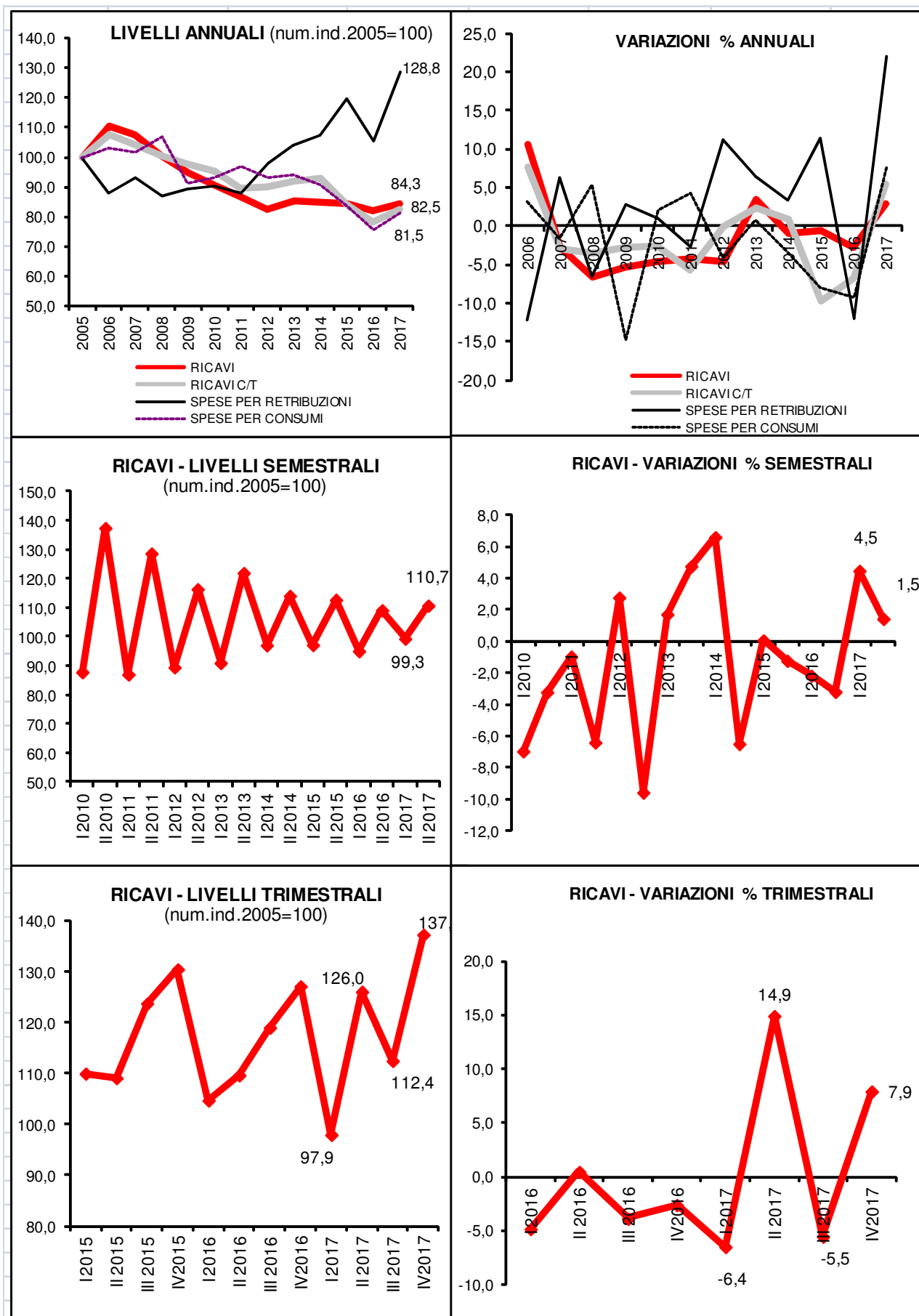
## LE COSTRUZIONI

Il settore nel suo complesso (considerato, di seguito, anche nelle componenti *edilizia* e *impiantistica*) registra una crescita dei ricavi (+2,9%) importante anche perché interrompe una serie negativa che risale al 2014. La decisa crescita delle spese per consumi e, soprattutto, per retribuzioni, indica un processo di strutturazione delle imprese del settore che, come risulta dal profilo dei livelli annuali, risulta avviato già da alcuni anni e imperniato sul ruolo crescente del fattore lavoro. Il deciso attenuarsi delle oscillazioni semestrali dei ricavi (si veda l'indice di livello per semestre) da conto del mutamento di orientamenti nel settore: tali oscillazioni sono in buona parte da riconnettersi all'alternarsi di condizioni meteorologiche/climatiche più o meno favorevoli alla prosecuzione delle attività. Un'interpretazione del minore effetto della stagionalità sull'andamento dell'indice di livello dei ricavi va probabilmente ricondotta al fatto che le imprese considerate sono, per le dimensioni e la flessibilità che le caratterizza, costrette dalla crisi delle nuove costruzioni ad orientarsi in modo sempre più deciso alle attività di ristrutturazione, riconversione, efficientamento, alla sostenibilità e agli impianti che la implementano. Tali attività sono meno sensibili alle variazioni meteo/climatiche originate dal succedersi delle stagioni.

| LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                                |                      |
|--|--------|------------|--------------------------------|----------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZION<br>I  | SPESE PER<br>CONSUMI |
| 2005   | 100,0  | 100,0      | 100,0                          | 100,0                |
| 2006   | 110,5  | 107,6      | 87,7                           | 103,2                |
| 2007   | 107,4  | 104,4      | 93,3                           | 101,5                |
| 2008   | 100,3  | 100,7      | 87,1                           | 106,9                |
| 2009   | 94,8   | 97,8       | 89,6                           | 91,1                 |
| 2010   | 90,4   | 95,3       | 90,3                           | 93,0                 |
| 2011   | 86,6   | 89,8       | 87,9                           | 97,1                 |
| 2012   | 82,6   | 89,8       | 97,7                           | 93,1                 |
| 2013   | 85,5   | 92,0       | 104,1                          | 93,9                 |
| 2014   | 84,7   | 92,8       | 107,6                          | 90,7                 |
| 2015   | 84,2   | 83,8       | 119,9                          | 83,6                 |
| 2016   | 81,9   | 78,1       | 105,5                          | 75,7                 |
| 2017   | 84,3   | 82,5       | 128,8                          | 81,5                 |
| VARIAZIONI % ANNUALI                                   |        |            |                                |                      |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZION<br>NI | SPESE PER<br>CONSUMI |
| 2006   | 10,5   | 7,6        | -12,3                          | 3,2                  |
| 2007   | -2,8   | -3,0       | 6,4                            | -1,6                 |
| 2008   | -6,6   | -3,5       | -6,6                           | 5,3                  |
| 2009   | -5,4   | -2,9       | 2,8                            | -14,8                |
| 2010   | -4,7   | -2,6       | 0,9                            | 2,2                  |
| 2011   | -4,3   | -5,7       | -2,8                           | 4,3                  |
| 2012   | -4,6   | 0,0        | 11,3                           | -4,1                 |
| 2013   | 3,5    | 2,4        | 6,5                            | 0,8                  |
| 2014   | -0,9   | 0,9        | 3,4                            | -3,3                 |
| 2015   | -0,6   | -9,7       | 11,4                           | -7,9                 |
| 2016   | -2,7   | -6,8       | -12,0                          | -9,4                 |
| 2017   | 2,9    | 5,5        | 22,1                           | 7,6                  |



| LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)  |        |            |                        |                   |
|--|--------|------------|------------------------|-------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 87,8   | 101,5      | 92,8                   | 102,2             |
| II 2010  | 137,4  | 139,9      | 115,2                  | 107,7             |
| I 2011   | 87,0   | 100,3      | 98,7                   | 107,7             |
| II 2011  | 128,7  | 127,2      | 103,6                  | 111,3             |
| I 2012   | 89,5   | 105,9      | 109,9                  | 104,1             |
| II 2012  | 116,4  | 121,7      | 115,1                  | 105,9             |
| I 2013   | 91,0   | 108,5      | 122,2                  | 97,0              |
| II 2013  | 122,0  | 124,5      | 117,4                  | 114,8             |
| I 2014   | 97,1   | 118,0      | 126,4                  | 99,0              |
| II 2014  | 114,1  | 117,2      | 121,3                  | 105,7             |
| I 2015   | 97,1   | 105,2      | 120,8                  | 86,1              |
| II 2015  | 112,7  | 107,2      | 155,1                  | 102,4             |
| I 2016   | 95,1   | 99,7       | 108,7                  | 76,0              |
| II 2016  | 109,1  | 98,3       | 134,3                  | 94,9              |
| I 2017   | 99,3   | 105,2      | 137,3                  | 83,8              |
| II 2017  | 110,7  | 103,7      | 159,2                  | 100,1             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE                      |        |            |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | -6,9   | -8,7       | 17,4                   | 4,9               |
| II 2010  | -3,2   | 2,5        | -9,4                   | -0,3              |
| I 2011   | -0,9   | -1,2       | 6,3                    | 5,3               |
| II 2011  | -6,4   | -9,0       | -10,1                  | 3,4               |
| I 2012   | 2,8    | 5,6        | 11,4                   | -3,3              |
| II 2012  | -9,5   | -4,3       | 11,2                   | -4,9              |
| I 2013   | 1,7    | 2,5        | 11,2                   | -6,9              |
| II 2013  | 4,8    | 2,3        | 2,0                    | 8,4               |
| I 2014   | 6,6    | 8,7        | 3,5                    | 2,1               |
| II 2014  | -6,5   | -5,9       | 3,3                    | -7,9              |
| I 2015   | 0,1    | -10,9      | -4,5                   | -13,0             |
| II 2015  | -1,2   | -8,6       | 27,9                   | -3,2              |
| I 2016   | -2,1   | -5,2       | -10,0                  | -11,8             |
| II 2016  | -3,2   | -8,3       | -13,5                  | -7,3              |
| I 2017   | 4,5    | 5,5        | 26,3                   | 10,4              |
| II 2017  | 1,5    | 5,6        | 18,6                   | 5,4               |
| LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2015   | 109,9  | 121,4      | 124,0                  | 98,3              |
| II 2015  | 109,0  | 115,8      | 149,2                  | 95,9              |
| III 2015   | 123,7  | 110,7      | 137,0                  | 108,2             |
| IV 2015  | 130,4  | 130,9      | 213,8                  | 122,7             |
| I 2016   | 104,7  | 109,6      | 108,4                  | 85,8              |
| II 2016  | 109,6  | 115,2      | 137,3                  | 85,5              |
| III 2016   | 118,9  | 102,9      | 72,1                   | 87,5              |
| IV 2016  | 127,0  | 118,6      | 231,5                  | 126,5             |
| I 2017   | 97,9   | 102,7      | 115,1                  | 99,5              |
| II 2017  | 126,0  | 134,5      | 195,4                  | 89,5              |
| III 2017   | 112,4  | 101,3      | 85,3                   | 90,5              |
| IV 2017  | 137,1  | 132,6      | 274,7                  | 135,2             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE                     |        |            |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2016   | -4,8   | -9,7       | -12,5                  | -12,7             |
| II 2016  | 0,5    | -0,6       | -8,0                   | -10,9             |
| III 2016   | -3,8   | -7,1       | -47,4                  | -19,1             |
| IV 2016  | -2,5   | -9,3       | 8,3                    | 3,1               |
| I 2017   | -6,4   | -6,3       | 6,1                    | 15,9              |
| II 2017  | 14,9   | 16,8       | 42,3                   | 4,7               |
| III 2017   | -5,5   | -1,6       | 18,4                   | 3,4               |
| IV 2017  | 7,9    | 11,8       | 18,6                   | 6,8               |



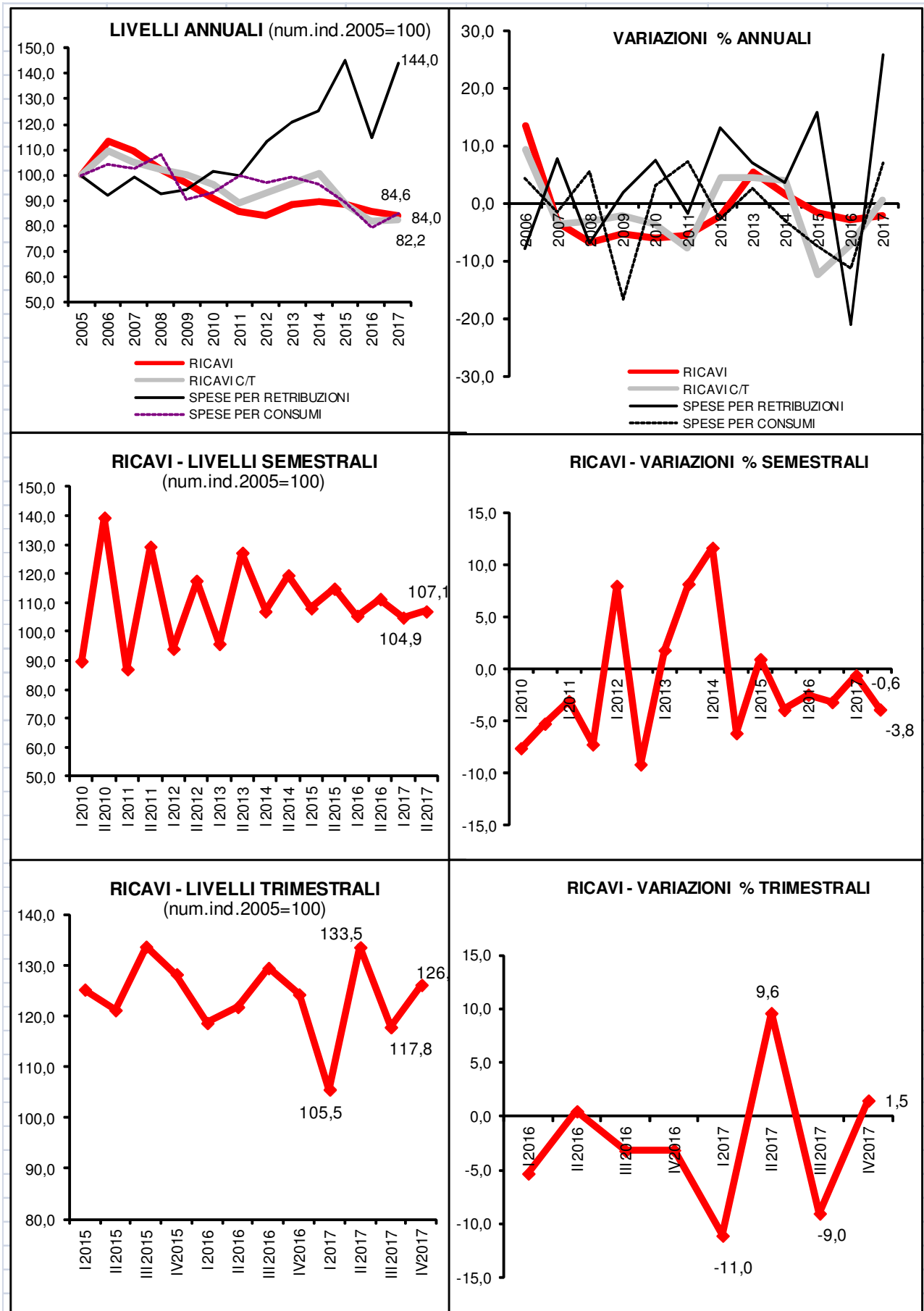
## L'EDILIZIA

I ricavi delle attività edili subiscono nel 2017 un calo del 2,2%, il terzo consecutivo degli ultimi anni, concomitante, tuttavia, con una decisa crescita delle spese per consumi e, soprattutto, delle spese per retribuzioni, le cui dinamiche potrebbero preludere ad una ripresa dei ricavi, trainata dalle attività di ricostruzione post-sisma.

Il profilo dei livelli dei ricavi per semestre presenta oscillazioni sempre più ridotte, che configurano una netta riorganizzazione delle attività del settore, divenute quasi insensibili – sotto l'aspetto della dinamica dei ricavi - all'alternarsi delle stagioni.

| LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                                |                      |
|--|--------|------------|--------------------------------|----------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZION<br>I  | SPESE PER<br>CONSUMI |
| 2005   | 100,0  | 100,0      | 100,0                          | 100,0                |
| 2006   | 113,5  | 109,3      | 92,2                           | 104,2                |
| 2007   | 109,6  | 105,3      | 99,4                           | 102,5                |
| 2008   | 102,1  | 102,1      | 92,6                           | 108,1                |
| 2009   | 96,7   | 99,9       | 94,3                           | 90,1                 |
| 2010   | 90,8   | 96,4       | 101,5                          | 93,0                 |
| 2011   | 85,8   | 88,8       | 99,8                           | 99,8                 |
| 2012   | 83,9   | 92,8       | 112,9                          | 96,9                 |
| 2013   | 88,4   | 97,0       | 120,9                          | 99,5                 |
| 2014   | 89,7   | 100,8      | 125,1                          | 96,4                 |
| 2015   | 88,3   | 88,2       | 144,9                          | 89,3                 |
| 2016   | 85,9   | 81,8       | 114,6                          | 79,1                 |
| 2017   | 84,0   | 82,2       | 144,0                          | 84,6                 |
| VARIAZIONI % ANNUALI                                   |        |            |                                |                      |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER<br>RETRIBUZION<br>NI | SPESE PER<br>CONSUMI |
| 2006   | 13,5   | 9,3        | -7,8                           | 4,2                  |
| 2007   | -3,5   | -3,7       | 7,8                            | -1,6                 |
| 2008   | -6,8   | -3,1       | -6,8                           | 5,4                  |
| 2009   | -5,3   | -2,1       | 1,9                            | -16,6                |
| 2010   | -6,1   | -3,5       | 7,6                            | 3,2                  |
| 2011   | -5,6   | -7,9       | -1,7                           | 7,2                  |
| 2012   | -2,2   | 4,5        | 13,1                           | -2,9                 |
| 2013   | 5,4    | 4,5        | 7,1                            | 2,7                  |
| 2014   | 1,5    | 3,9        | 3,5                            | -3,1                 |
| 2015   | -1,6   | -12,5      | 15,8                           | -7,4                 |
| 2016   | -2,8   | -7,2       | -21,0                          | -11,4                |
| 2017   | -2,2   | 0,4        | 25,7                           | 7,0                  |

| LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)  |        |            |                           |                   |
|--|--------|------------|---------------------------|-------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI NI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 89,8   | 107,8      | 107,6                     | 102,8             |
| II 2010  | 139,4  | 141,1      | 121,3                     | 109,9             |
| I 2011   | 87,1   | 104,2      | 116,8                     | 110,8             |
| II 2011  | 129,4  | 125,0      | 108,3                     | 117,4             |
| I 2012   | 94,1   | 116,1      | 132,5                     | 106,6             |
| II 2012  | 117,6  | 123,4      | 122,1                     | 115,1             |
| I 2013   | 95,9   | 120,7      | 150,9                     | 100,1             |
| II 2013  | 127,3  | 129,6      | 121,7                     | 127,5             |
| I 2014   | 107,1  | 137,2      | 153,2                     | 103,2             |
| II 2014  | 119,5  | 122,9      | 129,1                     | 117,2             |
| I 2015   | 108,1  | 121,1      | 145,9                     | 91,2              |
| II 2015  | 114,9  | 106,5      | 181,0                     | 112,9             |
| I 2016   | 105,5  | 114,1      | 120,6                     | 79,1              |
| II 2016  | 111,3  | 97,0       | 137,8                     | 101,9             |
| I 2017   | 104,9  | 114,6      | 165,6                     | 87,1              |
| II 2017  | 107,1  | 97,5       | 159,3                     | 106,5             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE                      |        |            |                           |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI NI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | -7,5   | -10,0      | 25,0                      | 8,6               |
| II 2010  | -5,2   | 2,1        | -4,2                      | -1,4              |
| I 2011   | -3,0   | -3,3       | 8,5                       | 7,8               |
| II 2011  | -7,2   | -11,4      | -10,7                     | 6,7               |
| I 2012   | 8,0    | 11,4       | 13,4                      | -3,8              |
| II 2012  | -9,1   | -1,3       | 12,8                      | -2,0              |
| I 2013   | 1,9    | 4,0        | 13,9                      | -6,1              |
| II 2013  | 8,2    | 5,0        | -0,3                      | 10,8              |
| I 2014   | 11,7   | 13,7       | 1,5                       | 3,1               |
| II 2014  | -6,1   | -5,2       | 6,1                       | -8,1              |
| I 2015   | 1,0    | -11,8      | -4,7                      | -11,6             |
| II 2015  | -3,9   | -13,4      | 40,3                      | -3,7              |
| I 2016   | -2,4   | -5,8       | -17,3                     | -13,3             |
| II 2016  | -3,1   | -8,9       | -23,9                     | -9,8              |
| I 2017   | -0,6   | 0,4        | 37,3                      | 10,1              |
| II 2017  | -3,8   | 0,5        | 15,6                      | 4,6               |
| LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                           |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI NI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2015   | 125,2  | 143,7      | 153,3                     | 111,5             |
| II 2015  | 121,1  | 133,6      | 186,4                     | 100,2             |
| III 2015   | 133,6  | 114,8      | 179,2                     | 129,8             |
| IV 2015  | 128,2  | 129,1      | 242,2                     | 132,3             |
| I 2016   | 118,6  | 127,9      | 129,8                     | 94,6              |
| II 2016  | 121,8  | 133,5      | 151,1                     | 89,0              |
| III 2016   | 129,4  | 108,1      | 80,3                      | 98,5              |
| IV 2016  | 124,2  | 114,1      | 240,4                     | 137,9             |
| I 2017   | 105,5  | 114,6      | 140,3                     | 109,2             |
| II 2017  | 133,5  | 147,7      | 245,2                     | 92,9              |
| III 2017   | 117,8  | 103,2      | 93,0                      | 104,1             |
| IV 2017  | 126,1  | 120,1      | 277,8                     | 143,1             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE                     |        |            |                           |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI NI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2016   | -5,3   | -11,0      | -15,3                     | -15,2             |
| II 2016  | 0,5    | -0,1       | -18,9                     | -11,3             |
| III 2016   | -3,1   | -5,9       | -55,2                     | -24,1             |
| IV 2016  | -3,1   | -11,6      | -0,7                      | 4,2               |
| I 2017   | -11,0  | -10,3      | 8,1                       | 15,5              |
| II 2017  | 9,6    | 10,6       | 62,3                      | 4,4               |
| III 2017   | -9,0   | -4,5       | 15,8                      | 5,7               |
| IV 2017  | 1,5    | 5,3        | 15,5                      | 3,7               |

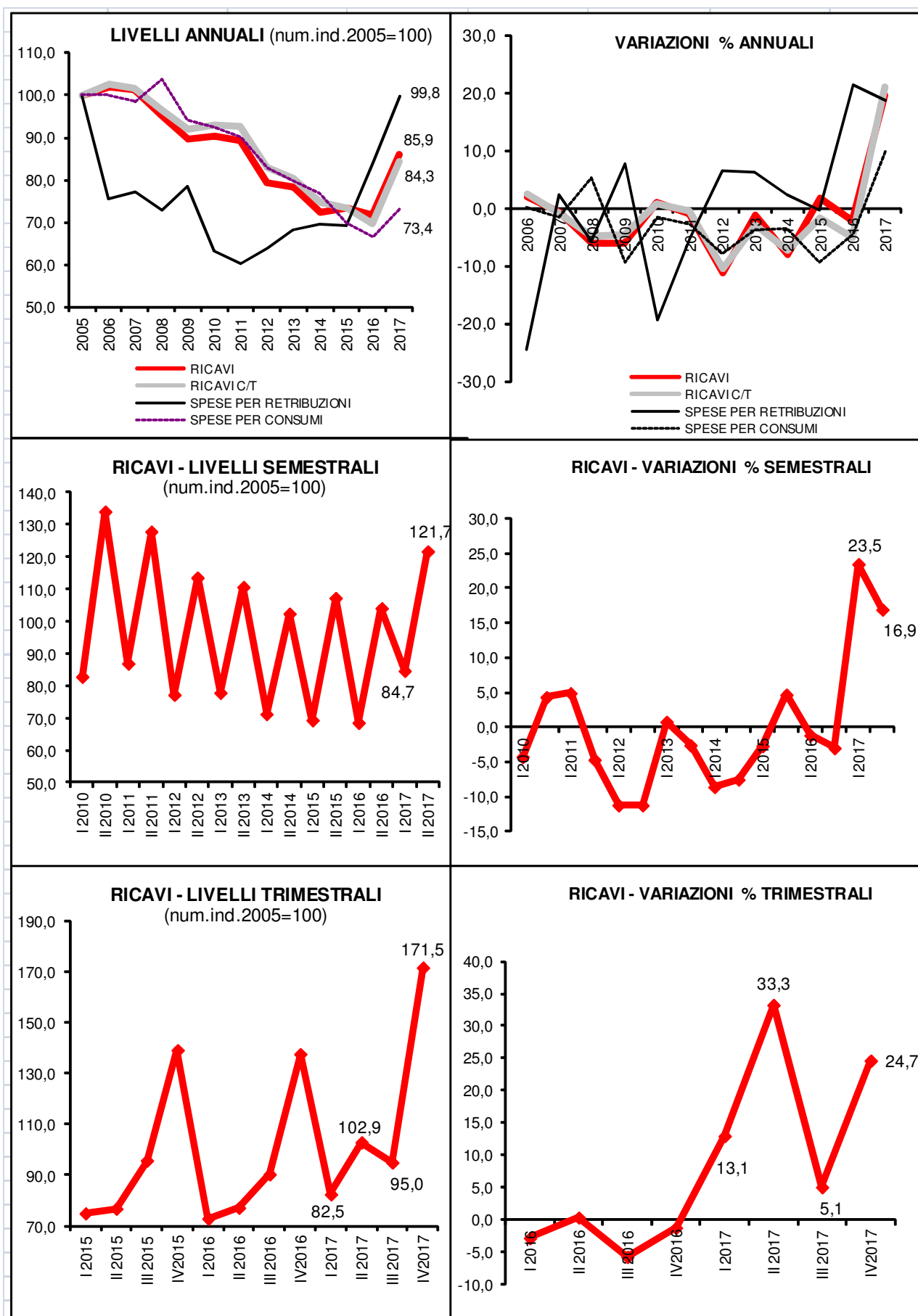


## L'IMPIANTISTICA

I ricavi delle attività di impiantistica (*installazione di impianti elettrici, idraulici ed altri lavori di costruzione e installazione*) registrano nel corso del 2017 una forte crescita (+19,5%) accompagnata da un altrettanto forte aumento delle spese per retribuzioni e da un deciso incremento di quelle per consumi. La ripresa delle attività impiantistiche, concomitante con le attività post-terremoto, si è avviata prima di quella dell'edilizia per effetto del prolungarsi della fase di emergenza e del dilazionarsi dell'avvio della ricostruzione.

| LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                        |                   |
|--|--------|------------|------------------------|-------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| 2005   | 100,0  | 100,0      | 100,0                  | 100,0             |
| 2006   | 101,9  | 102,6      | 75,6                   | 100,1             |
| 2007   | 101,3  | 101,7      | 77,3                   | 98,6              |
| 2008   | 95,3   | 96,7       | 73,0                   | 103,7             |
| 2009   | 89,5   | 92,2       | 78,6                   | 94,1              |
| 2010   | 90,3   | 92,9       | 63,4                   | 92,7              |
| 2011   | 89,5   | 92,5       | 60,2                   | 90,0              |
| 2012   | 79,5   | 82,9       | 64,1                   | 82,9              |
| 2013   | 78,5   | 80,5       | 68,1                   | 79,8              |
| 2014   | 72,3   | 74,6       | 69,7                   | 77,0              |
| 2015   | 73,5   | 73,4       | 69,4                   | 69,9              |
| 2016   | 71,9   | 69,7       | 84,2                   | 66,7              |
| 2017   | 85,9   | 84,3       | 99,8                   | 73,4              |
| VARIAZIONI % ANNUALI                                   |        |            |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| 2006   | 1,9    | 2,6        | -24,4                  | 0,1               |
| 2007   | -0,6   | -0,9       | 2,3                    | -1,5              |
| 2008   | -5,9   | -4,9       | -5,6                   | 5,2               |
| 2009   | -6,0   | -4,7       | 7,7                    | -9,3              |
| 2010   | 0,9    | 0,8        | -19,3                  | -1,5              |
| 2011   | -1,0   | -0,4       | -5,1                   | -2,8              |
| 2012   | -11,2  | -10,4      | 6,5                    | -7,9              |
| 2013   | -1,2   | -2,8       | 6,4                    | -3,7              |
| 2014   | -7,9   | -7,3       | 2,2                    | -3,5              |
| 2015   | 1,7    | -1,7       | -0,4                   | -9,3              |
| 2016   | -2,2   | -5,0       | 21,3                   | -4,5              |
| 2017   | 19,5   | 20,9       | 18,6                   | 9,9               |

| LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)  |        |            |                        |                   |
|--|--------|------------|------------------------|-------------------|
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | 82,9   | 85,5       | 55,4                   | 99,0              |
| II 2010  | 134,1  | 138,5      | 99,8                   | 101,5             |
| I 2011   | 86,9   | 89,6       | 56,2                   | 98,5              |
| II 2011  | 127,9  | 133,6      | 91,1                   | 96,3              |
| I 2012   | 77,2   | 81,1       | 59,2                   | 96,8              |
| II 2012  | 113,6  | 118,8      | 97,7                   | 82,7              |
| I 2013   | 77,9   | 79,8       | 61,9                   | 88,1              |
| II 2013  | 110,7  | 114,3      | 105,0                  | 84,7              |
| I 2014   | 71,2   | 74,4       | 66,8                   | 88,1              |
| II 2014  | 102,4  | 105,5      | 103,8                  | 78,6              |
| I 2015   | 69,3   | 68,7       | 64,9                   | 73,9              |
| II 2015  | 107,3  | 108,2      | 105,0                  | 77,4              |
| I 2016   | 68,6   | 66,6       | 71,7                   | 67,7              |
| II 2016  | 104,1  | 101,5      | 134,4                  | 76,7              |
| I 2017   | 84,7   | 83,0       | 74,6                   | 75,3              |
| II 2017  | 121,7  | 120,3      | 169,9                  | 83,5              |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE                      |        |            |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2010   | -4,2   | -4,1       | -9,5                   | -5,8              |
| II 2010  | 4,4    | 4,2        | -23,9                  | 3,1               |
| I 2011   | 4,9    | 4,7        | 1,3                    | -0,5              |
| II 2011  | -4,6   | -3,5       | -8,7                   | -5,1              |
| I 2012   | -11,2  | -9,5       | 5,3                    | -1,8              |
| II 2012  | -11,2  | -11,0      | 7,2                    | -14,1             |
| I 2013   | 0,8    | -1,5       | 4,5                    | -9,0              |
| II 2013  | -2,5   | -3,8       | 7,4                    | 2,5               |
| I 2014   | -8,5   | -6,8       | 8,0                    | 0,0               |
| II 2014  | -7,5   | -7,7       | -1,2                   | -7,2              |
| I 2015   | -2,6   | -7,7       | -2,9                   | -16,1             |
| II 2015  | 4,7    | 2,5        | 1,2                    | -1,6              |
| I 2016   | -1,1   | -3,1       | 10,5                   | -8,3              |
| II 2016  | -3,0   | -6,2       | 28,0                   | -0,8              |
| I 2017   | 23,5   | 24,7       | 4,0                    | 11,1              |
| II 2017  | 16,9   | 18,5       | 26,4                   | 8,8               |
| LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100) |        |            |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2015   | 75,0   | 75,7       | 68,4                   | 72,0              |
| II 2015  | 76,8   | 73,2       | 66,4                   | 81,7              |
| III 2015   | 95,7   | 96,1       | 61,4                   | 63,8              |
| IV 2015  | 139,1  | 138,4      | 156,6                  | 97,1              |
| I 2016   | 72,9   | 72,8       | 66,3                   | 67,3              |
| II 2016  | 77,2   | 71,6       | 82,7                   | 73,6              |
| III 2016   | 90,3   | 86,4       | 52,2                   | 62,8              |
| IV 2016  | 137,5  | 133,7      | 226,8                  | 96,8              |
| I 2017   | 82,5   | 80,6       | 65,7                   | 78,7              |
| II 2017  | 102,9  | 99,4       | 89,2                   | 77,8              |
| III 2017   | 95,0   | 92,1       | 65,1                   | 61,0              |
| IV 2017  | 171,5  | 168,8      | 287,7                  | 112,7             |
| VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE                     |        |            |                        |                   |
| anno   | RICAVI | RICAVI C/T | SPESE PER RETRIBUZIONI | SPESE PER CONSUMI |
| I 2016   | -2,7   | -4,0       | -3,1                   | -6,6              |
| II 2016  | 0,4    | -2,2       | 24,6                   | -9,9              |
| III 2016   | -5,6   | -10,1      | -15,0                  | -1,6              |
| IV 2016  | -1,1   | -3,4       | 44,8                   | -0,3              |
| I 2017   | 13,1   | 10,8       | -0,8                   | 17,0              |
| II 2017  | 33,3   | 38,8       | 7,8                    | 5,7               |
| III 2017   | 5,1    | 6,6        | 24,6                   | -2,8              |
| IV 2017  | 24,7   | 26,2       | 26,9                   | 16,4              |





## I TRASPORTI E IL MAGAZZINAGGIO

Il 2017 costituisce per il settore il terzo anno consecutivo di crescita dei ricavi; per tre anni consecutivi sono cresciute fortemente anche le spese per retribuzioni mentre quelle per consumi hanno ricominciato a crescere nel 2017 dopo 5 anni consecutivi di diminuzione. Le variazioni tendenziali semestrali dei ricavi mostrano bene il trend di crescita del settore, le cui dinamiche sono influenzate da quelle delle numerose attività manifatturiere che caratterizzano il tessuto di imprese della regione.

### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 105,7  | 94,2                      | 104,2                |
| 2007 | 111,4  | 127,0                     | 102,2                |
| 2008 | 106,2  | 120,5                     | 102,9                |
| 2009 | 98,1   | 96,9                      | 79,6                 |
| 2010 | 93,3   | 120,1                     | 86,6                 |
| 2011 | 92,3   | 119,1                     | 96,0                 |
| 2012 | 82,1   | 117,8                     | 93,1                 |
| 2013 | 83,6   | 150,5                     | 89,7                 |
| 2014 | 83,3   | 150,9                     | 86,4                 |
| 2015 | 91,2   | 203,9                     | 86,1                 |
| 2016 | 93,3   | 315,0                     | 78,7                 |
| 2017 | 96,2   | 363,5                     | 83,7                 |

### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | 5,7    | -5,8                      | 4,2                  |
| 2007 | 5,4    | 34,7                      | -1,9                 |
| 2008 | -4,7   | -5,1                      | 0,7                  |
| 2009 | -7,6   | -19,5                     | -22,7                |
| 2010 | -4,9   | 23,9                      | 8,9                  |
| 2011 | -1,0   | -0,8                      | 10,8                 |
| 2012 | -11,1  | -1,1                      | -3,0                 |
| 2013 | 1,9    | 27,8                      | -3,7                 |
| 2014 | -0,4   | 0,3                       | -3,7                 |
| 2015 | 9,4    | 35,1                      | -0,4                 |
| 2016 | 2,3    | 54,5                      | -8,5                 |
| 2017 | 3,2    | 15,4                      | 6,3                  |

LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 93,8   | 106,1                     | 85,2                 |
| II 2010 | 96,6   | 153,2                     | 91,9                 |
| I 2011  | 96,6   | 97,9                      | 97,7                 |
| II 2011 | 91,8   | 159,3                     | 98,6                 |
| I 2012  | 83,8   | 78,8                      | 98,0                 |
| II 2012 | 83,8   | 175,7                     | 92,3                 |
| I 2013  | 83,5   | 167,3                     | 88,2                 |
| II 2013 | 87,2   | 157,8                     | 95,2                 |
| I 2014  | 82,6   | 142,3                     | 87,3                 |
| II 2014 | 87,4   | 183,7                     | 89,3                 |
| I 2015  | 88,8   | 206,1                     | 83,8                 |
| II 2015 | 97,3   | 234,2                     | 92,1                 |
| I 2016  | 91,2   | 313,2                     | 72,1                 |
| II 2016 | 99,1   | 367,0                     | 88,8                 |
| I 2017  | 93,4   | 379,3                     | 78,5                 |
| II 2017 | 103,0  | 405,7                     | 92,5                 |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

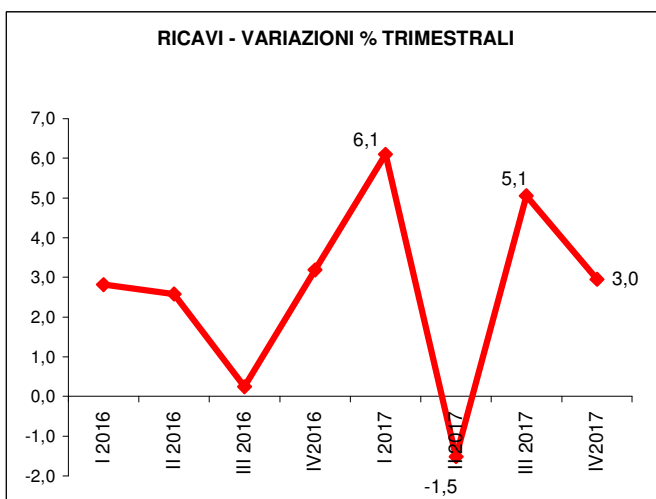
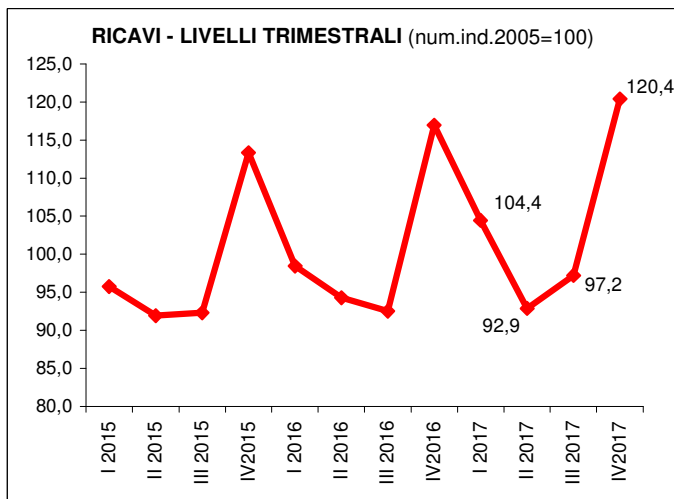
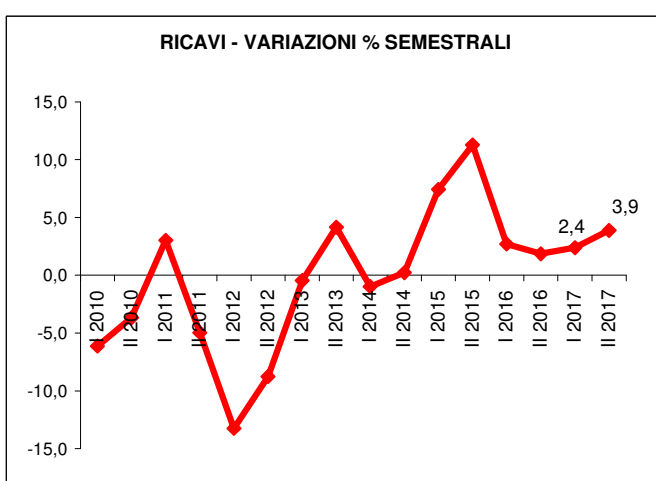
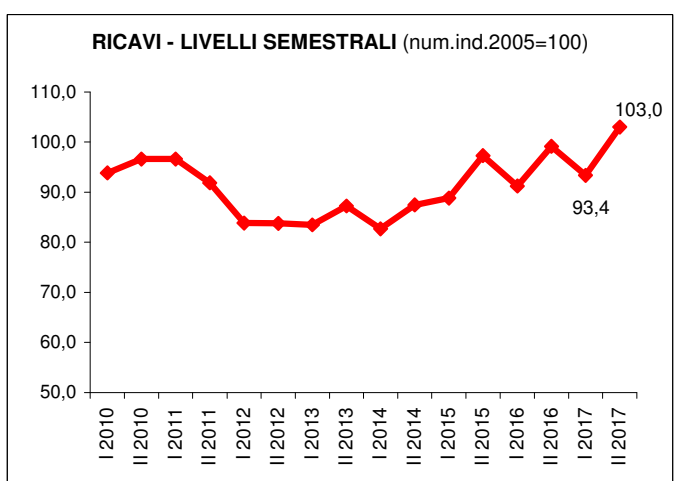
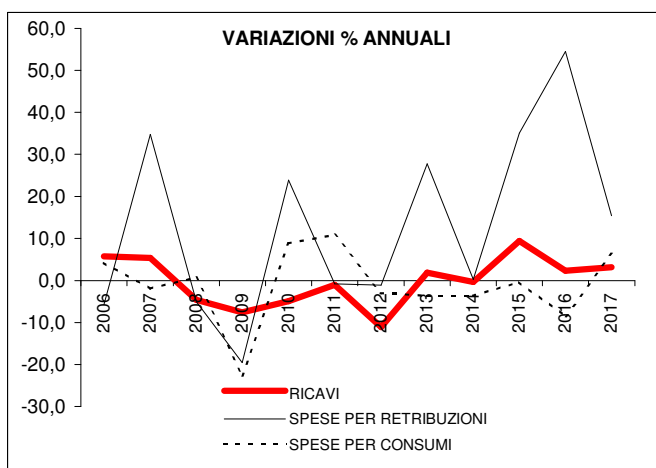
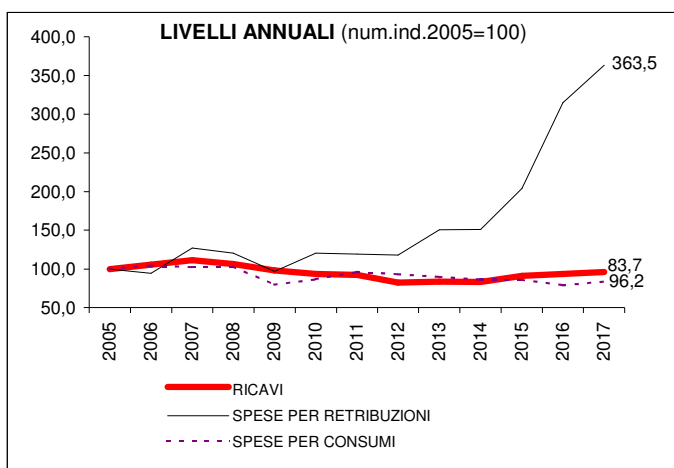
| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | -6,1   | 50,6                      | 8,0                  |
| II 2010 | -3,7   | 10,3                      | 9,7                  |
| I 2011  | 3,0    | -7,7                      | 14,7                 |
| II 2011 | -5,0   | 4,0                       | 7,3                  |
| I 2012  | -13,2  | -19,6                     | 0,4                  |
| II 2012 | -8,8   | 10,3                      | -6,3                 |
| I 2013  | -0,4   | 112,4                     | -10,0                |
| II 2013 | 4,2    | -10,2                     | 3,1                  |
| I 2014  | -1,0   | -15,0                     | -1,0                 |
| II 2014 | 0,2    | 16,4                      | -6,2                 |
| I 2015  | 7,4    | 44,9                      | -4,0                 |
| II 2015 | 11,3   | 27,5                      | 3,1                  |
| I 2016  | 2,7    | 51,9                      | -14,0                |
| II 2016 | 1,9    | 56,7                      | -3,6                 |
| I 2017  | 2,4    | 21,1                      | 8,9                  |
| II 2017 | 3,9    | 10,5                      | 4,2                  |

LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 95,7   | 265,4                     | 87,1                 |
| II 2015  | 91,9   | 186,3                     | 93,9                 |
| III 2015 | 92,3   | 157,7                     | 89,6                 |
| IV2015   | 113,3  | 355,5                     | 109,3                |
| I 2016   | 98,4   | 486,0                     | 73,1                 |
| II 2016  | 94,3   | 200,4                     | 82,6                 |
| III 2016 | 92,5   | 291,3                     | 81,2                 |
| IV2016   | 117,0  | 513,0                     | 110,6                |
| I 2017   | 104,4  | 384,6                     | 83,5                 |
| II 2017  | 92,9   | 446,5                     | 86,0                 |
| III 2017 | 97,2   | 272,5                     | 86,4                 |
| IV2017   | 120,4  | 616,6                     | 113,3                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | 2,8    | 83,1                      | -16,0                |
| II 2016  | 2,6    | 7,5                       | -12,0                |
| III 2016 | 0,2    | 84,7                      | -9,4                 |
| IV2016   | 3,2    | 44,3                      | 1,2                  |
| I 2017   | 6,1    | -20,9                     | 14,2                 |
| II 2017  | -1,5   | 122,8                     | 4,2                  |
| III 2017 | 5,1    | -6,5                      | 6,5                  |
| IV2017   | 3,0    | 20,2                      | 2,5                  |



## IL COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO

Il settore registra nel 2017 un'ulteriore diminuzione dei ricavi (-1,6%) pur in concomitanza con un aumento delle spese per retribuzioni e per consumi. La fase di diminuzione si è registrata in corrispondenza sia del trimestre primaverile che di quello autunnale; le oscillazioni semestrali sono proseguite con invariata ampiezza e frequenza mentre quelle trimestrali si sono man mano ridotte in ampiezza, ad indicare una minore sensibilità all'alternarsi delle fasi tipiche per il settore.

### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 97,7   | 89,0                      | 100,9                |
| 2007 | 99,2   | 93,2                      | 100,8                |
| 2008 | 100,9  | 67,8                      | 104,9                |
| 2009 | 96,0   | 67,0                      | 96,9                 |
| 2010 | 91,7   | 57,2                      | 94,1                 |
| 2011 | 88,5   | 56,1                      | 95,4                 |
| 2012 | 83,1   | 62,3                      | 100,4                |
| 2013 | 82,1   | 64,2                      | 91,9                 |
| 2014 | 84,4   | 62,9                      | 81,4                 |
| 2015 | 88,1   | 79,5                      | 84,3                 |
| 2016 | 85,9   | 80,7                      | 71,8                 |
| 2017 | 84,5   | 84,0                      | 75,4                 |

### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | -2,3   | -11,0                     | 0,9                  |
| 2007 | 1,5    | 4,7                       | -0,1                 |
| 2008 | 1,8    | -27,3                     | 4,1                  |
| 2009 | -4,9   | -1,2                      | -7,6                 |
| 2010 | -4,5   | -14,6                     | -3,0                 |
| 2011 | -3,5   | -1,8                      | 1,4                  |
| 2012 | -6,0   | 11,0                      | 5,2                  |
| 2013 | -1,2   | 3,1                       | -8,5                 |
| 2014 | 2,7    | -2,1                      | -11,4                |
| 2015 | 4,4    | 26,3                      | 3,5                  |
| 2016 | -2,6   | 1,5                       | -14,9                |
| 2017 | -1,6   | 4,1                       | 5,1                  |

LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 104,2  | 51,1                      | 104,7                |
| II 2010 | 87,8   | 79,1                      | 106,2                |
| I 2011  | 101,9  | 52,8                      | 110,7                |
| II 2011 | 83,2   | 75,0                      | 103,2                |
| I 2012  | 98,9   | 53,3                      | 116,9                |
| II 2012 | 75,2   | 88,6                      | 108,2                |
| I 2013  | 94,7   | 55,3                      | 107,9                |
| II 2013 | 77,3   | 91,0                      | 98,0                 |
| I 2014  | 96,1   | 45,2                      | 90,5                 |
| II 2014 | 80,5   | 98,0                      | 92,1                 |
| I 2015  | 101,9  | 65,0                      | 89,5                 |
| II 2015 | 82,6   | 116,0                     | 99,5                 |
| I 2016  | 97,8   | 54,2                      | 77,1                 |
| II 2016 | 82,0   | 129,6                     | 83,8                 |
| I 2017  | 95,5   | 68,1                      | 86,0                 |
| II 2017 | 81,4   | 123,1                     | 83,1                 |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

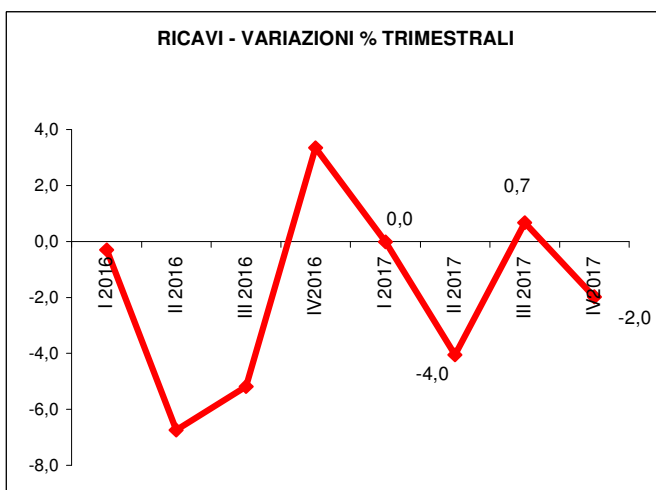
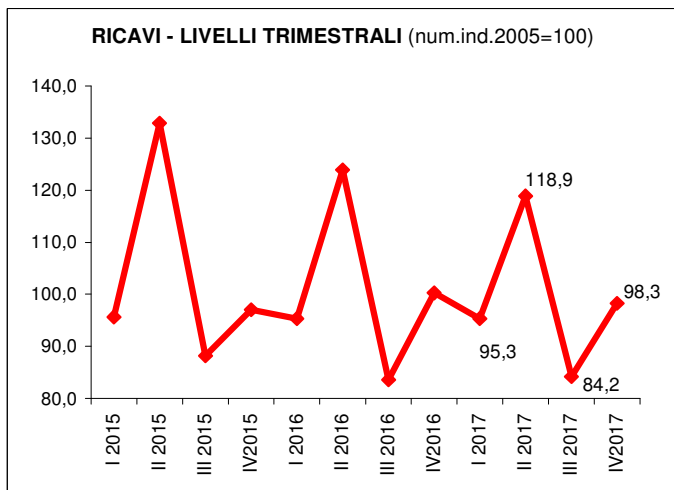
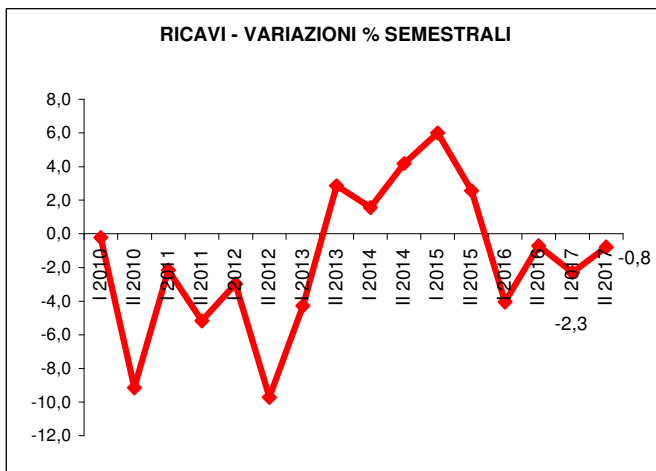
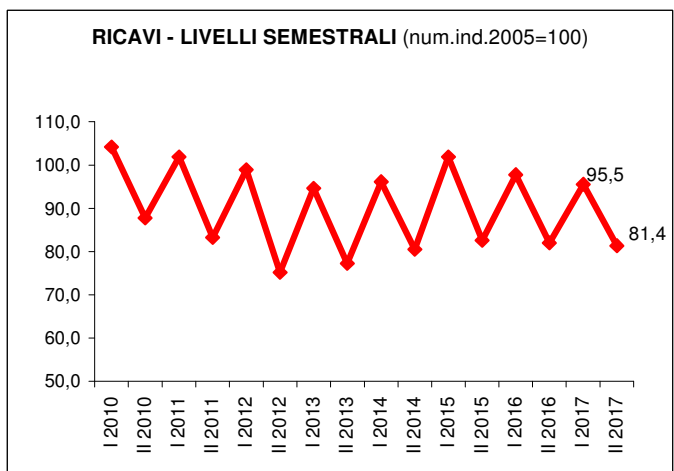
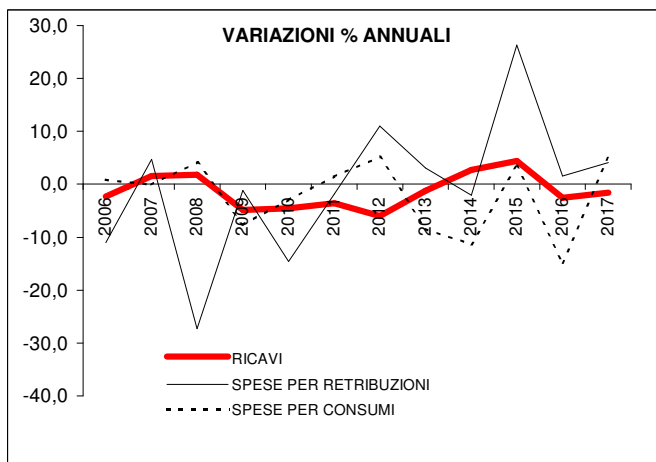
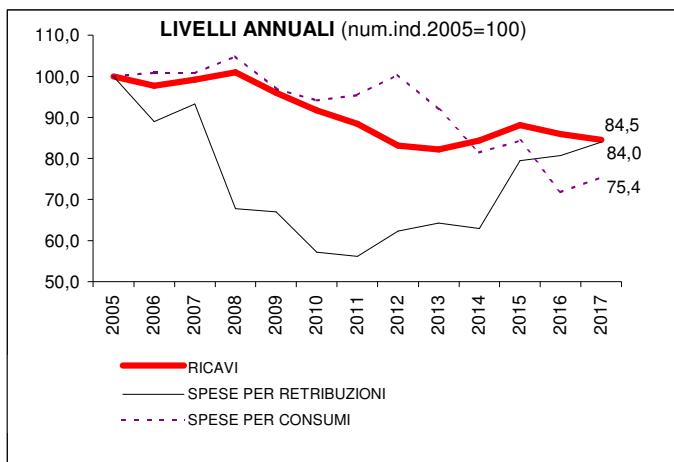
| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | -0,2   | -15,0                     | 1,0                  |
| II 2010 | -9,1   | -14,3                     | -6,5                 |
| I 2011  | -2,2   | 3,2                       | 5,8                  |
| II 2011 | -5,2   | -5,1                      | -2,8                 |
| I 2012  | -3,0   | 0,9                       | 5,5                  |
| II 2012 | -9,7   | 18,1                      | 4,8                  |
| I 2013  | -4,3   | 3,7                       | -7,6                 |
| II 2013 | 2,9    | 2,7                       | -9,4                 |
| I 2014  | 1,6    | -18,2                     | -16,2                |
| II 2014 | 4,2    | 7,7                       | -6,1                 |
| I 2015  | 6,0    | 43,7                      | -1,1                 |
| II 2015 | 2,6    | 18,3                      | 8,1                  |
| I 2016  | -4,0   | -16,6                     | -13,8                |
| II 2016 | -0,7   | 11,7                      | -15,8                |
| I 2017  | -2,3   | 25,7                      | 11,5                 |
| II 2017 | -0,8   | -5,0                      | -0,8                 |

LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 95,6   | 46,9                      | 83,6                 |
| II 2015  | 132,9  | 82,4                      | 117,0                |
| III 2015 | 88,2   | 80,6                      | 117,8                |
| IV2015   | 97,0   | 150,1                     | 105,4                |
| I 2016   | 95,3   | 42,0                      | 81,1                 |
| II 2016  | 123,9  | 65,8                      | 91,8                 |
| III 2016 | 83,6   | 70,0                      | 85,9                 |
| IV2016   | 100,3  | 187,8                     | 102,1                |
| I 2017   | 95,3   | 50,5                      | 89,6                 |
| II 2017  | 118,9  | 85,0                      | 103,2                |
| III 2017 | 84,2   | 82,8                      | 90,1                 |
| IV2017   | 98,3   | 162,2                     | 96,3                 |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | -0,3   | -10,4                     | -2,9                 |
| II 2016  | -6,7   | -20,1                     | -21,6                |
| III 2016 | -5,2   | -13,2                     | -27,1                |
| IV2016   | 3,4    | 25,1                      | -3,1                 |
| I 2017   | 0,0    | 20,3                      | 10,5                 |
| II 2017  | -4,0   | 29,2                      | 12,5                 |
| III 2017 | 0,7    | 18,2                      | 5,0                  |
| IV2017   | -2,0   | -13,6                     | -5,7                 |



## LE RIPARAZIONI DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI

I ricavi del settore registrano nel corso del 2017 un'ulteriore aumento, il quarto anno consecutivo, e contemporaneamente crescono le spese per consumi e, soprattutto, quelle per retribuzioni. Il rafforzarsi delle oscillazioni nell'indicatore di livello semestrale dei ricavi, indica che l'effetto dell'alternarsi delle stagioni è rilevante: in particolare, la dinamica trimestrale mostra un'escalation dei ricavi in corso d'anno che, nel caso del 2017, risulta più sistematica degli anni precedenti.

### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 104,6  | 77,1                      | 97,9                 |
| 2007 | 103,9  | 75,7                      | 98,8                 |
| 2008 | 103,1  | 70,5                      | 100,8                |
| 2009 | 94,4   | 84,0                      | 93,2                 |
| 2010 | 94,7   | 91,9                      | 86,7                 |
| 2011 | 106,0  | 104,1                     | 88,3                 |
| 2012 | 101,4  | 119,3                     | 104,2                |
| 2013 | 88,8   | 125,3                     | 101,4                |
| 2014 | 92,9   | 139,2                     | 110,3                |
| 2015 | 101,4  | 156,9                     | 122,1                |
| 2016 | 106,7  | 152,1                     | 126,1                |
| 2017 | 114,1  | 180,2                     | 129,3                |

### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | 4,6    | -22,9                     | -2,1                 |
| 2007 | -0,6   | -1,8                      | 0,9                  |
| 2008 | -0,8   | -6,9                      | 2,0                  |
| 2009 | -8,4   | 19,2                      | -7,5                 |
| 2010 | 0,3    | 9,4                       | -6,9                 |
| 2011 | 11,9   | 13,3                      | 1,8                  |
| 2012 | -4,3   | 14,7                      | 18,0                 |
| 2013 | -12,4  | 5,0                       | -2,7                 |
| 2014 | 4,6    | 11,2                      | 8,8                  |
| 2015 | 9,2    | 12,7                      | 10,6                 |
| 2016 | 5,2    | -3,1                      | 3,3                  |
| 2017 | 6,9    | 18,5                      | 2,5                  |

LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 90,8   | 55,6                      | 95,2                 |
| II 2010 | 105,6  | 164,4                     | 83,0                 |
| I 2011  | 103,7  | 126,3                     | 95,0                 |
| II 2011 | 116,0  | 122,9                     | 86,5                 |
| I 2012  | 102,9  | 115,2                     | 100,1                |
| II 2012 | 107,4  | 170,5                     | 114,2                |
| I 2013  | 88,8   | 120,9                     | 101,6                |
| II 2013 | 95,3   | 179,0                     | 106,8                |
| I 2014  | 87,0   | 132,6                     | 94,3                 |
| II 2014 | 105,5  | 200,7                     | 132,6                |
| I 2015  | 92,5   | 143,3                     | 108,8                |
| II 2015 | 117,7  | 232,3                     | 142,2                |
| I 2016  | 93,5   | 93,9                      | 113,2                |
| II 2016 | 127,8  | 270,0                     | 146,1                |
| I 2017  | 101,5  | 165,2                     | 111,6                |
| II 2017 | 135,0  | 266,2                     | 154,2                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | -4,4   | -20,1                     | -5,7                 |
| II 2010 | 4,7    | 25,0                      | -8,4                 |
| I 2011  | 14,2   | 127,0                     | -0,2                 |
| II 2011 | 9,9    | -25,2                     | 4,2                  |
| I 2012  | -0,7   | -8,8                      | 5,3                  |
| II 2012 | -7,5   | 38,7                      | 32,0                 |
| I 2013  | -13,7  | 4,9                       | 1,5                  |
| II 2013 | -11,2  | 5,0                       | -6,4                 |
| I 2014  | -2,0   | 9,7                       | -7,3                 |
| II 2014 | 10,7   | 12,1                      | 24,1                 |
| I 2015  | 6,3    | 8,1                       | 15,4                 |
| II 2015 | 11,6   | 15,8                      | 7,3                  |
| I 2016  | 1,0    | -34,4                     | 4,1                  |
| II 2016 | 8,5    | 16,2                      | 2,7                  |
| I 2017  | 8,6    | 75,8                      | -1,4                 |
| II 2017 | 5,6    | -1,4                      | 5,6                  |

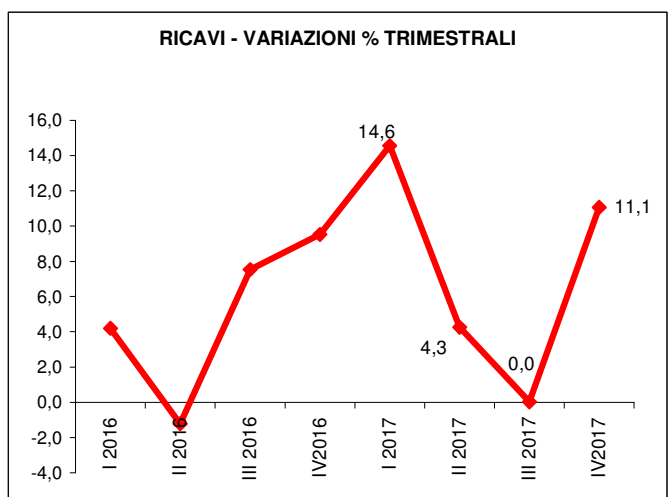
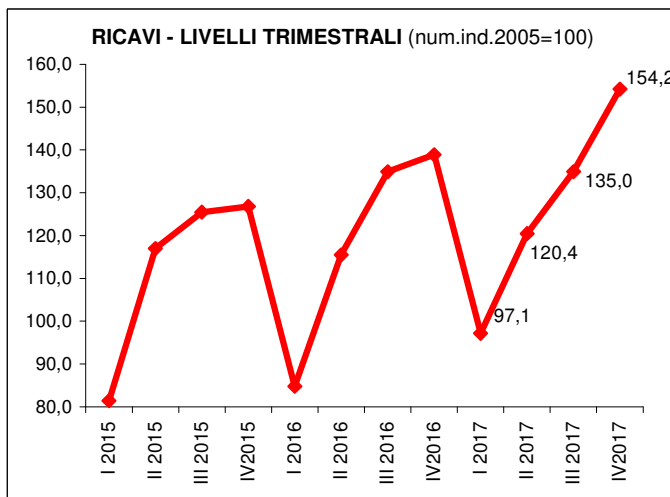
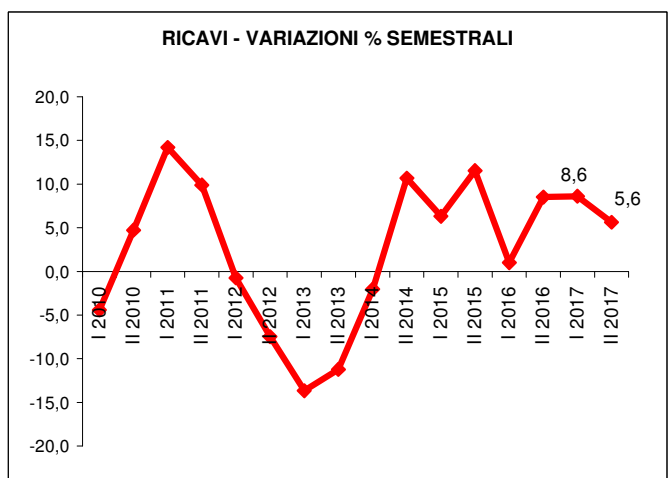
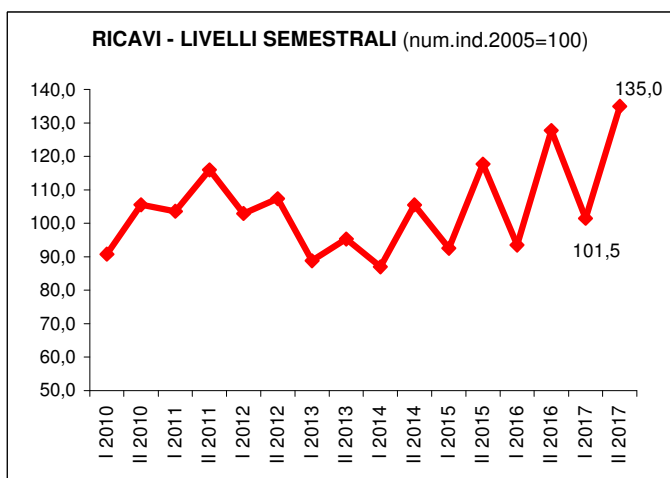
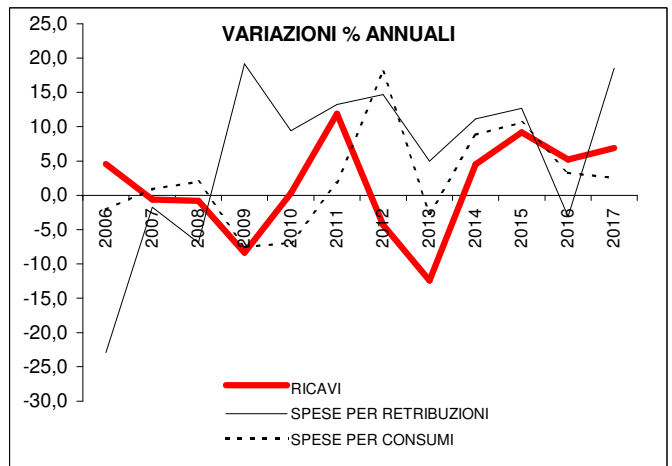
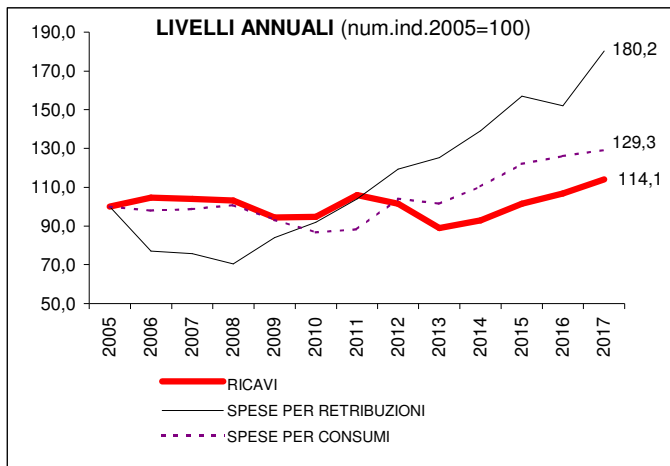
LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 81,4   | 142,7                     | 113,4                |
| II 2015  | 116,9  | 158,1                     | 124,0                |
| III 2015 | 125,5  | 196,8                     | 153,9                |
| IV2015   | 126,8  | 290,7                     | 156,5                |
| I 2016   | 84,8   | 119,3                     | 122,1                |
| II 2016  | 115,5  | 77,9                      | 125,0                |
| III 2016 | 134,9  | 235,4                     | 130,6                |
| IV2016   | 138,9  | 331,3                     | 188,2                |
| I 2017   | 97,1   | 128,9                     | 113,9                |
| II 2017  | 120,4  | 217,8                     | 129,6                |
| III 2017 | 135,0  | 219,2                     | 142,7                |
| IV2017   | 154,2  | 339,5                     | 193,9                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | 4,2    | -16,4                     | 7,7                  |
| II 2016  | -1,2   | -50,7                     | 0,8                  |
| III 2016 | 7,5    | 19,6                      | -15,1                |
| IV2016   | 9,5    | 14,0                      | 20,2                 |
| I 2017   | 14,6   | 8,1                       | -6,7                 |
| II 2017  | 4,3    | 179,6                     | 3,7                  |
| III 2017 | 0,0    | -6,9                      | 9,3                  |
| IV2017   | 11,1   | 2,5                       | 3,1                  |





## I SERVIZI ALLA PERSONA E ALLE FAMIGLIE

La stabilità dei ricavi nel corso del 2017 (+0,1%) coincide con una diminuzione delle spese per consumi e con una decisa crescita delle spese per retribuzioni.

### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 106,1  | 88,5                      | 101,1                |
| 2007 | 110,5  | 87,3                      | 110,8                |
| 2008 | 112,7  | 91,6                      | 105,2                |
| 2009 | 116,1  | 101,5                     | 106,4                |
| 2010 | 110,6  | 120,8                     | 103,4                |
| 2011 | 107,6  | 99,7                      | 102,7                |
| 2012 | 107,6  | 104,3                     | 117,9                |
| 2013 | 104,4  | 84,4                      | 116,1                |
| 2014 | 104,5  | 81,7                      | 112,5                |
| 2015 | 109,9  | 94,1                      | 115,4                |
| 2016 | 108,5  | 89,9                      | 109,5                |
| 2017 | 108,6  | 100,1                     | 101,0                |

### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | 6,1    | -11,5                     | 1,1                  |
| 2007 | 4,2    | -1,4                      | 9,6                  |
| 2008 | 1,9    | 4,8                       | -5,0                 |
| 2009 | 3,0    | 10,9                      | 1,2                  |
| 2010 | -4,7   | 19,0                      | -2,8                 |
| 2011 | -2,7   | -17,5                     | -0,7                 |
| 2012 | -0,1   | 4,5                       | 14,9                 |
| 2013 | -3,0   | -19,1                     | -1,5                 |
| 2014 | 0,1    | -3,2                      | -3,1                 |
| 2015 | 5,2    | 15,2                      | 2,6                  |
| 2016 | -1,3   | -4,4                      | -5,1                 |
| 2017 | 0,1    | 11,4                      | -7,7                 |

LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 120,2  | 135,1                     | 110,6                |
| II 2010 | 117,4  | 161,9                     | 118,3                |
| I 2011  | 119,3  | 123,3                     | 110,5                |
| II 2011 | 111,9  | 121,8                     | 116,7                |
| I 2012  | 122,9  | 130,9                     | 123,9                |
| II 2012 | 108,2  | 125,4                     | 137,0                |
| I 2013  | 115,1  | 99,2                      | 122,1                |
| II 2013 | 109,1  | 108,1                     | 134,8                |
| I 2014  | 117,7  | 91,3                      | 121,4                |
| II 2014 | 106,8  | 109,4                     | 127,5                |
| I 2015  | 123,8  | 102,8                     | 124,3                |
| II 2015 | 112,3  | 128,4                     | 131,1                |
| I 2016  | 122,6  | 89,2                      | 114,0                |
| II 2016 | 110,3  | 131,7                     | 128,3                |
| I 2017  | 123,4  | 107,4                     | 111,0                |
| II 2017 | 109,8  | 138,7                     | 112,5                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

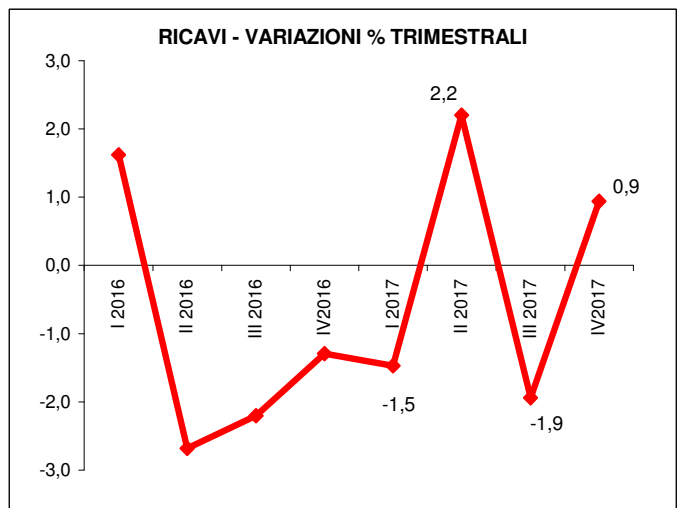
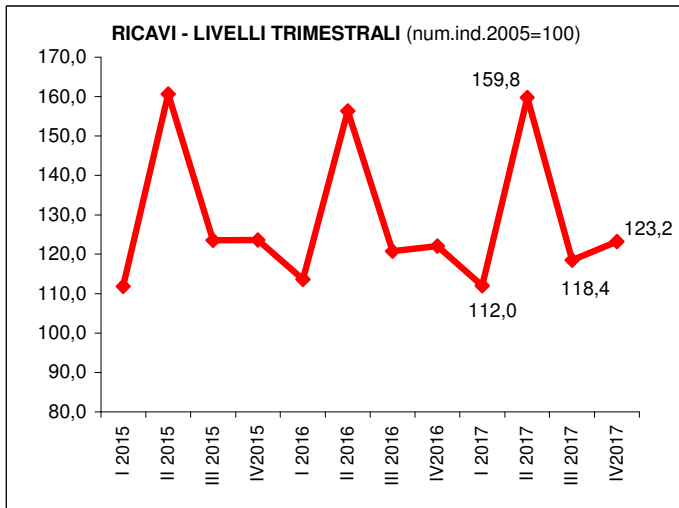
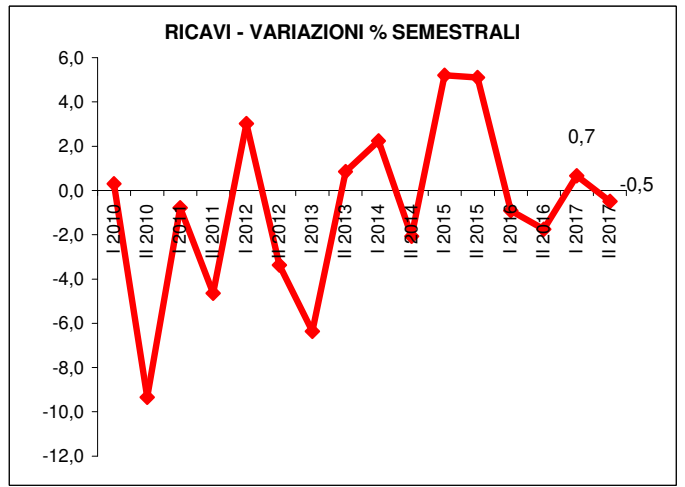
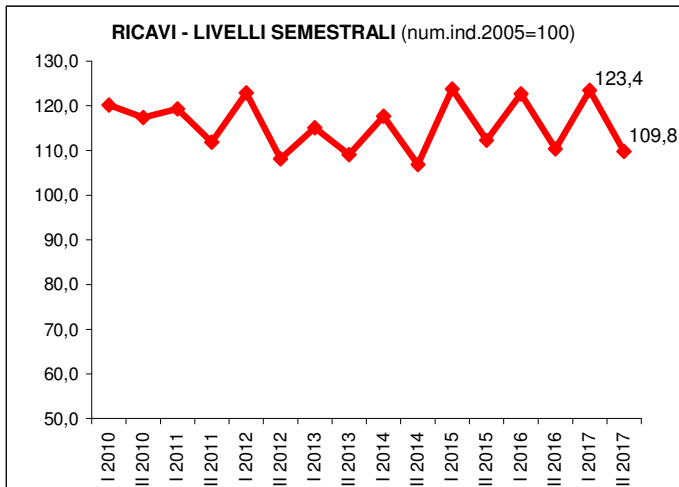
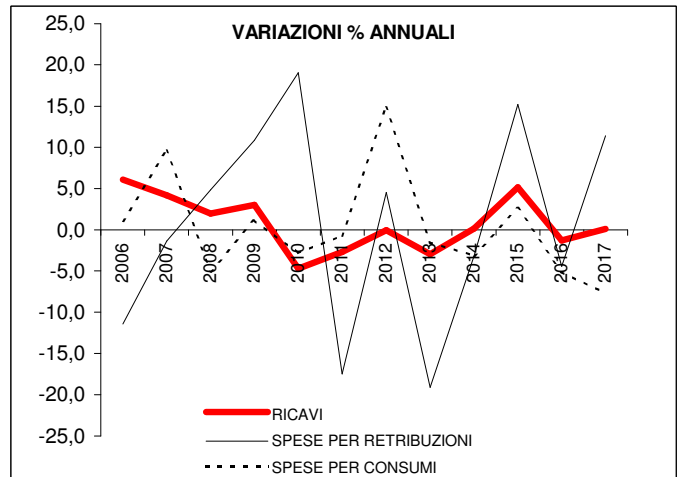
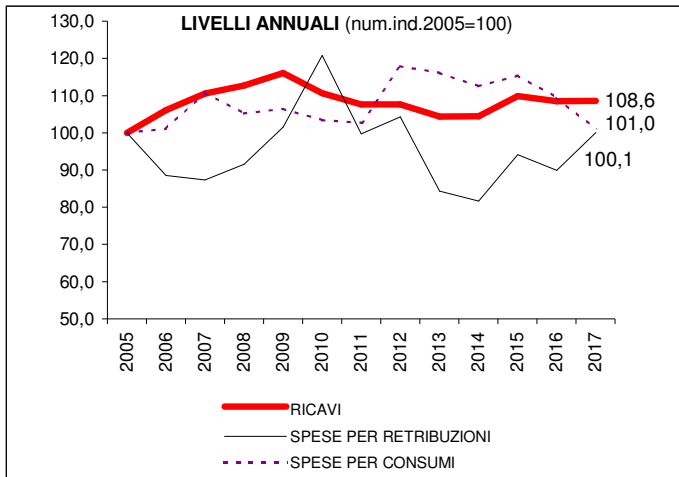
| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 0,3    | 79,6                      | -0,7                 |
| II 2010 | -9,3   | -7,1                      | -4,7                 |
| I 2011  | -0,8   | -8,7                      | 0,0                  |
| II 2011 | -4,7   | -24,7                     | -1,4                 |
| I 2012  | 3,0    | 6,1                       | 12,1                 |
| II 2012 | -3,4   | 2,9                       | 17,4                 |
| I 2013  | -6,4   | -24,2                     | -1,5                 |
| II 2013 | 0,9    | -13,8                     | -1,6                 |
| I 2014  | 2,2    | -7,9                      | -0,5                 |
| II 2014 | -2,1   | 1,2                       | -5,5                 |
| I 2015  | 5,2    | 12,5                      | 2,4                  |
| II 2015 | 5,1    | 17,4                      | 2,8                  |
| I 2016  | -0,9   | -13,2                     | -8,3                 |
| II 2016 | -1,7   | 2,5                       | -2,1                 |
| I 2017  | 0,7    | 20,4                      | -2,6                 |
| II 2017 | -0,5   | 5,3                       | -12,3                |

LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 111,8  | 108,5                     | 120,6                |
| II 2015  | 160,7  | 102,9                     | 160,3                |
| III 2015 | 123,5  | 100,1                     | 150,1                |
| IV2015   | 123,6  | 164,1                     | 146,1                |
| I 2016   | 113,6  | 89,0                      | 101,7                |
| II 2016  | 156,3  | 94,6                      | 155,9                |
| III 2016 | 120,8  | 105,2                     | 153,3                |
| IV2016   | 122,1  | 165,7                     | 136,5                |
| I 2017   | 112,0  | 83,8                      | 114,1                |
| II 2017  | 159,8  | 137,2                     | 136,8                |
| III 2017 | 118,4  | 109,7                     | 143,8                |
| IV2017   | 123,2  | 175,5                     | 110,5                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | 1,6    | -18,0                     | -15,6                |
| II 2016  | -2,7   | -8,0                      | -2,8                 |
| III 2016 | -2,2   | 5,1                       | 2,2                  |
| IV2016   | -1,3   | 1,0                       | -6,6                 |
| I 2017   | -1,5   | -5,8                      | 12,1                 |
| II 2017  | 2,2    | 45,0                      | -12,2                |
| III 2017 | -1,9   | 4,3                       | -6,2                 |
| IV2017   | 0,9    | 6,0                       | -19,1                |



## I SERVIZI TURISTICI

La modesta crescita dei ricavi per i servizi turistici (*servizi di alloggio e ristorazione, servizi turistici delle agenzie, dei tour operator, ecc.*) che si registra nel 2017 (+0,7%) coincide comunque con una decisa crescita delle spese per retribuzioni il cui profilo dell'indice di livello annuale, mostra come il ruolo del fattore lavoro sia in forte crescita dopo una lunga fase di ridimensionamento.

### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 98,7   | 79,1                      | 105,5                |
| 2007 | 106,9  | 79,7                      | 106,9                |
| 2008 | 106,2  | 85,3                      | 112,6                |
| 2009 | 101,4  | 79,2                      | 117,4                |
| 2010 | 97,6   | 80,8                      | 107,5                |
| 2011 | 96,4   | 64,1                      | 111,9                |
| 2012 | 93,0   | 60,7                      | 132,4                |
| 2013 | 84,9   | 70,8                      | 122,6                |
| 2014 | 80,1   | 64,0                      | 119,8                |
| 2015 | 88,0   | 90,2                      | 127,2                |
| 2016 | 90,7   | 90,3                      | 118,4                |
| 2017 | 91,3   | 105,8                     | 116,6                |

### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | -1,3   | -20,9                     | 5,5                  |
| 2007 | 8,3    | 0,8                       | 1,3                  |
| 2008 | -0,7   | 7,0                       | 5,4                  |
| 2009 | -4,5   | -7,2                      | 4,2                  |
| 2010 | -3,7   | 2,0                       | -8,4                 |
| 2011 | -1,2   | -20,7                     | 4,1                  |
| 2012 | -3,5   | -5,4                      | 18,3                 |
| 2013 | -8,7   | 16,7                      | -7,4                 |
| 2014 | -5,6   | -9,6                      | -2,3                 |
| 2015 | 9,8    | 41,0                      | 6,1                  |
| 2016 | 3,1    | 0,1                       | -6,9                 |
| 2017 | 0,7    | 17,1                      | -1,5                 |

LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 101,2  | 81,7                      | 122,8                |
| II 2010 | 104,8  | 133,9                     | 140,7                |
| I 2011  | 102,3  | 72,0                      | 136,2                |
| II 2011 | 101,0  | 99,0                      | 138,1                |
| I 2012  | 100,9  | 66,5                      | 172,1                |
| II 2012 | 95,3   | 95,3                      | 152,3                |
| I 2013  | 90,6   | 81,0                      | 158,3                |
| II 2013 | 88,4   | 107,8                     | 142,1                |
| I 2014  | 83,9   | 72,7                      | 156,0                |
| II 2014 | 85,1   | 98,0                      | 137,6                |
| I 2015  | 83,5   | 86,3                      | 158,3                |
| II 2015 | 102,0  | 154,3                     | 153,4                |
| I 2016  | 90,1   | 96,6                      | 139,1                |
| II 2016 | 101,2  | 144,3                     | 151,0                |
| I 2017  | 91,3   | 116,2                     | 147,6                |
| II 2017 | 101,3  | 165,9                     | 138,1                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

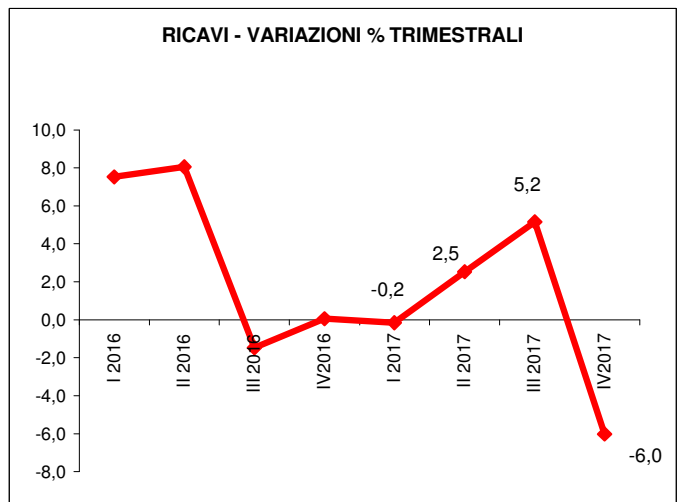
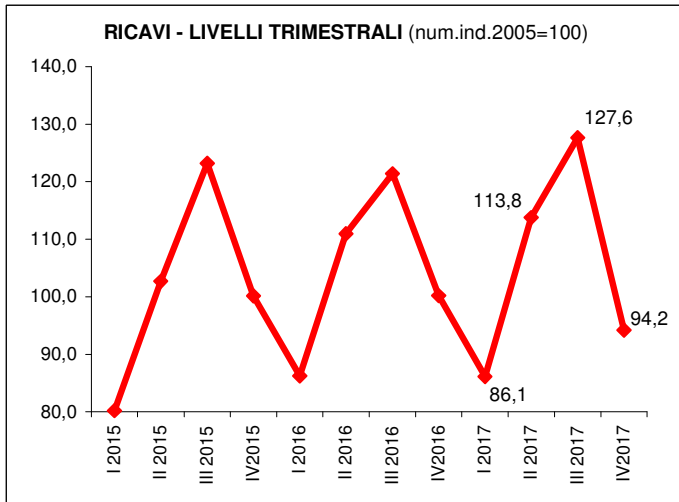
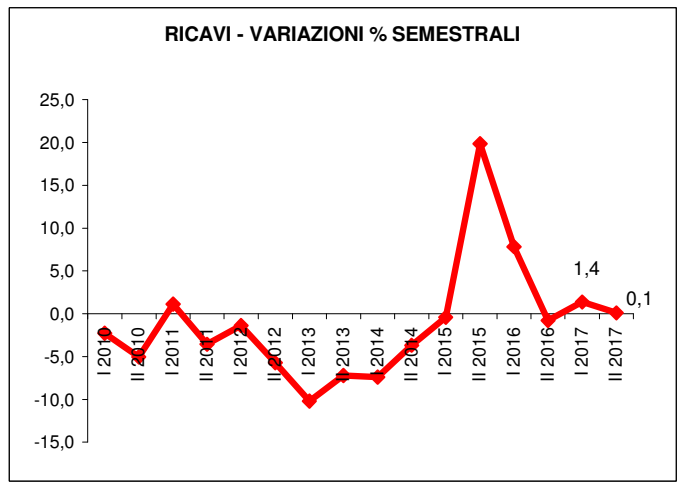
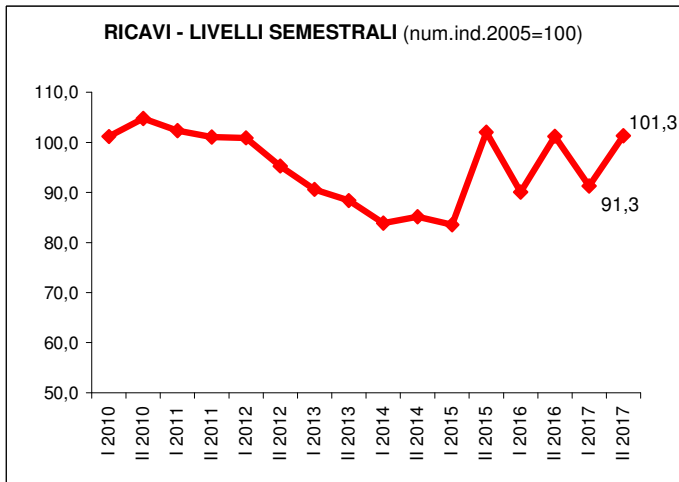
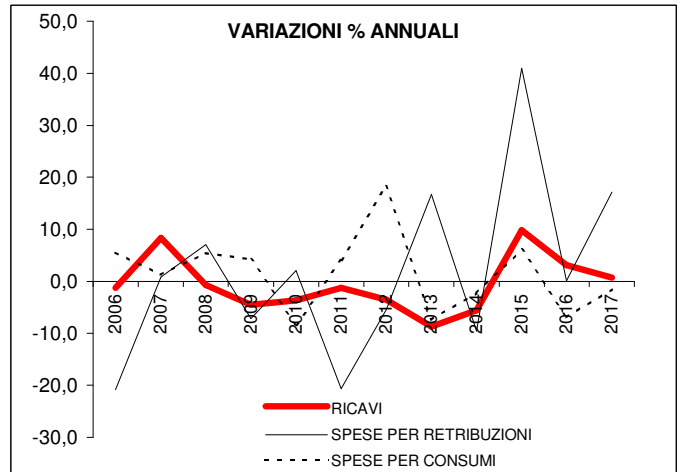
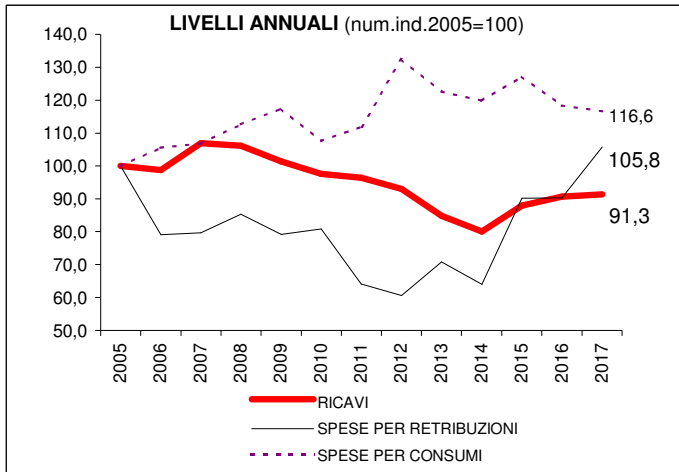
| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | -2,3   | 6,9                       | -7,3                 |
| II 2010 | -5,0   | -0,7                      | -9,3                 |
| I 2011  | 1,1    | -11,9                     | 11,0                 |
| II 2011 | -3,5   | -26,0                     | -1,9                 |
| I 2012  | -1,4   | -7,7                      | 26,3                 |
| II 2012 | -5,7   | -3,8                      | 10,3                 |
| I 2013  | -10,2  | 21,8                      | -8,0                 |
| II 2013 | -7,2   | 13,1                      | -6,7                 |
| I 2014  | -7,4   | -10,2                     | -1,5                 |
| II 2014 | -3,7   | -9,1                      | -3,1                 |
| I 2015  | -0,4   | 18,7                      | 1,4                  |
| II 2015 | 19,8   | 57,5                      | 11,4                 |
| I 2016  | 7,8    | 11,8                      | -12,1                |
| II 2016 | -0,8   | -6,5                      | -1,6                 |
| I 2017  | 1,4    | 20,3                      | 6,1                  |
| II 2017 | 0,1    | 15,0                      | -8,5                 |

LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 80,2   | 60,8                      | 127,5                |
| II 2015  | 102,7  | 145,9                     | 214,7                |
| III 2015 | 123,2  | 119,9                     | 193,9                |
| IV2015   | 100,1  | 249,4                     | 137,8                |
| I 2016   | 86,2   | 64,8                      | 101,1                |
| II 2016  | 111,0  | 166,4                     | 199,7                |
| III 2016 | 121,4  | 128,9                     | 194,4                |
| IV2016   | 100,2  | 216,4                     | 132,1                |
| I 2017   | 86,1   | 49,4                      | 119,5                |
| II 2017  | 113,8  | 228,7                     | 199,6                |
| III 2017 | 127,6  | 146,6                     | 171,6                |
| IV2017   | 94,2   | 250,6                     | 127,0                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | 7,5    | 6,5                       | -20,7                |
| II 2016  | 8,1    | 14,1                      | -7,0                 |
| III 2016 | -1,5   | 7,5                       | 0,2                  |
| IV2016   | 0,1    | -13,2                     | -4,1                 |
| I 2017   | -0,2   | -23,7                     | 18,2                 |
| II 2017  | 2,5    | 37,5                      | 0,0                  |
| III 2017 | 5,2    | 13,7                      | -11,7                |
| IV2017   | -6,0   | 15,8                      | -3,9                 |



## GLI ALTRI SERVIZI

La crescita dei ricavi per le attività riunite nella denominazione "altri servizi" (*servizi di informazione e comunicazione, attività finanziarie e assicurative, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche, noleggio e servizi di supporto alle imprese, istruzione, attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento*) avviene in concomitanza con una crescita delle spese per consumi e una più modesta crescita delle spese per retribuzioni. Il profilo dell'indice annuale di livello dei ricavi mostra, però, che le spese per retribuzioni erano salite nel triennio precedente più velocemente dei ricavi mentre le spese per consumi erano discese in controtendenza con i ricavi. Le variazioni del 2017 per ricavi e voci di spesa configurano il raggiungimento di un rapporto più equilibrato nella dinamica di costi e ricavi. Il profilo delle oscillazioni per le variazioni percentuali semestrali, configura il proseguire del trend di crescita dei ricavi.

### LIVELLI ANNUALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2005 | 100,0  | 100,0                     | 100,0                |
| 2006 | 100,2  | 76,5                      | 99,8                 |
| 2007 | 113,4  | 83,3                      | 101,5                |
| 2008 | 116,5  | 74,6                      | 111,2                |
| 2009 | 112,9  | 88,8                      | 101,0                |
| 2010 | 105,4  | 107,7                     | 99,4                 |
| 2011 | 96,7   | 109,4                     | 98,2                 |
| 2012 | 87,5   | 122,8                     | 93,9                 |
| 2013 | 84,2   | 97,9                      | 86,2                 |
| 2014 | 85,0   | 98,8                      | 83,0                 |
| 2015 | 86,2   | 107,7                     | 83,0                 |
| 2016 | 86,8   | 110,2                     | 72,8                 |
| 2017 | 89,4   | 111,6                     | 75,5                 |

### VARIAZIONI % ANNUALI

| anno | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|------|--------|---------------------------|----------------------|
| 2006 | 0,2    | -23,5                     | -0,2                 |
| 2007 | 13,3   | 8,9                       | 1,7                  |
| 2008 | 2,7    | -10,4                     | 9,6                  |
| 2009 | -3,1   | 19,0                      | -9,1                 |
| 2010 | -6,7   | 21,4                      | -1,6                 |
| 2011 | -8,2   | 1,5                       | -1,1                 |
| 2012 | -9,5   | 12,3                      | -4,4                 |
| 2013 | -3,8   | -20,3                     | -8,2                 |
| 2014 | 0,9    | 1,0                       | -3,7                 |
| 2015 | 1,5    | 9,0                       | 0,0                  |
| 2016 | 0,6    | 2,3                       | -12,3                |
| 2017 | 3,0    | 1,2                       | 3,8                  |



LIVELLI SEMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | 111,4  | 132,6                     | 110,9                |
| II 2010 | 122,5  | 120,3                     | 117,1                |
| I 2011  | 102,5  | 127,9                     | 111,9                |
| II 2011 | 112,1  | 128,9                     | 113,5                |
| I 2012  | 96,1   | 139,8                     | 108,3                |
| II 2012 | 98,0   | 148,6                     | 107,2                |
| I 2013  | 86,3   | 109,4                     | 99,4                 |
| II 2013 | 100,5  | 120,4                     | 98,3                 |
| I 2014  | 88,4   | 117,6                     | 91,4                 |
| II 2014 | 100,2  | 114,5                     | 98,9                 |
| I 2015  | 86,2   | 127,6                     | 94,1                 |
| II 2015 | 105,2  | 125,3                     | 96,3                 |
| I 2016  | 86,3   | 109,8                     | 82,0                 |
| II 2016 | 106,3  | 149,0                     | 84,9                 |
| I 2017  | 90,9   | 128,8                     | 86,8                 |
| II 2017 | 107,5  | 133,2                     | 86,5                 |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER SEMESTRE

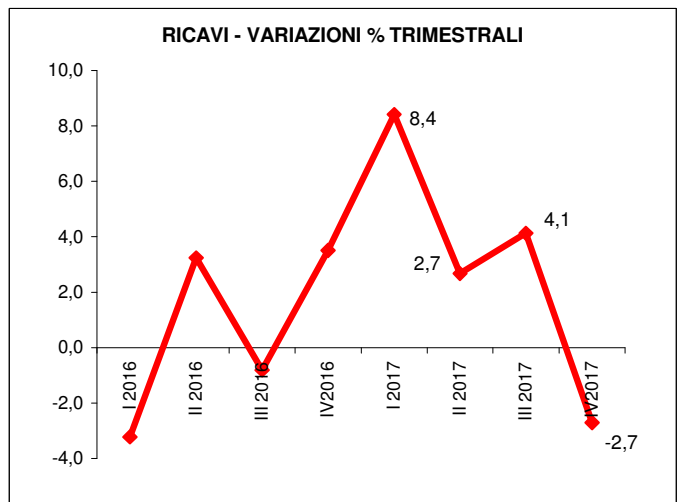
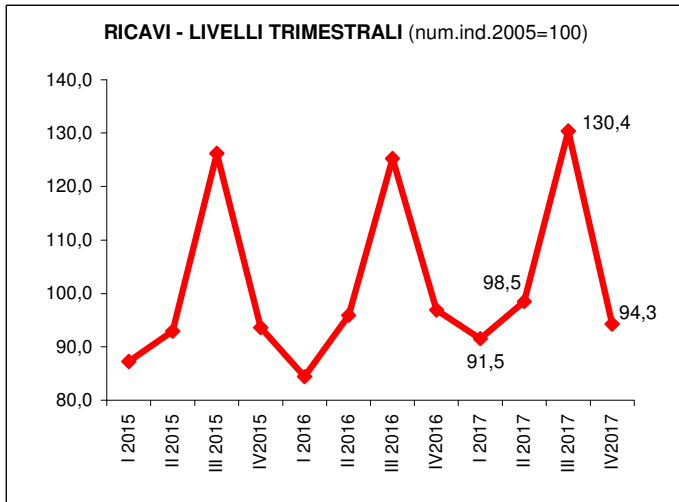
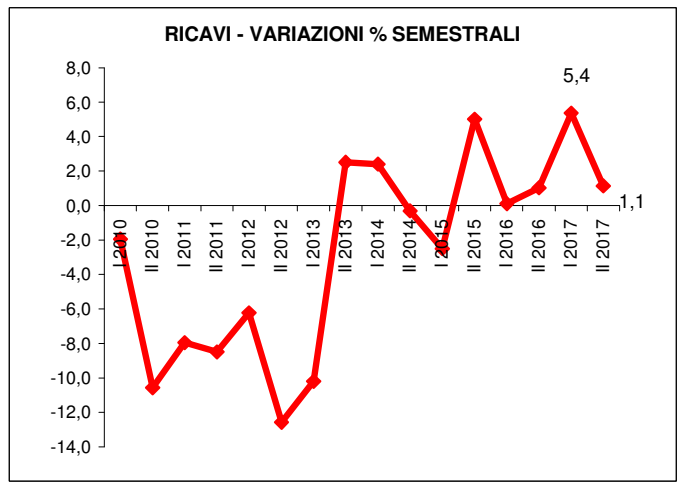
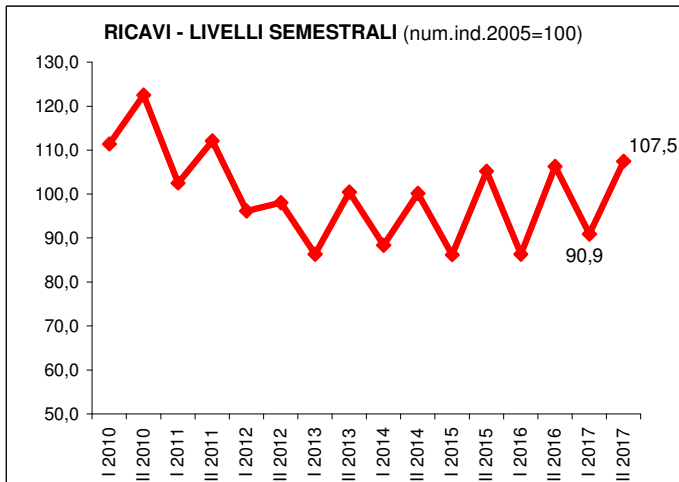
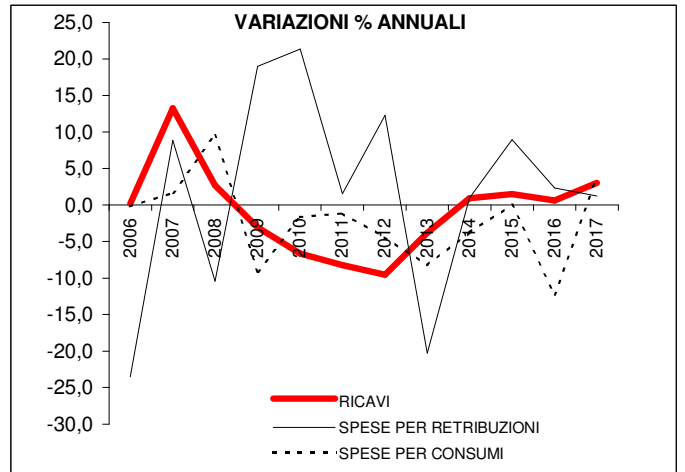
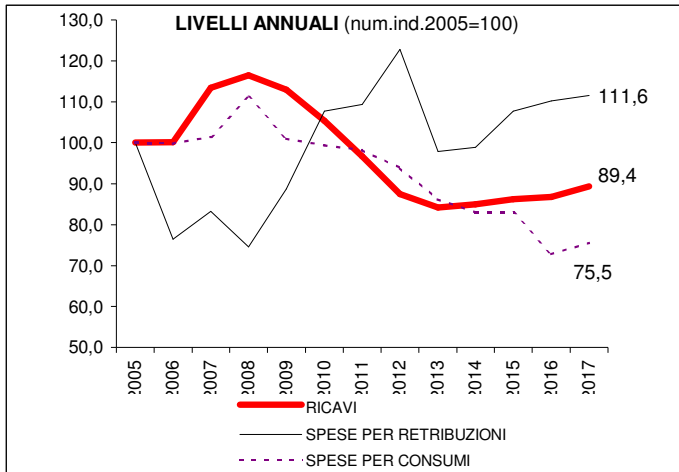
| anno    | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|---------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2010  | -1,9   | 55,6                      | 1,6                  |
| II 2010 | -10,6  | -2,3                      | -4,6                 |
| I 2011  | -8,0   | -3,5                      | 0,9                  |
| II 2011 | -8,5   | 7,1                       | -3,1                 |
| I 2012  | -6,2   | 9,3                       | -3,2                 |
| II 2012 | -12,6  | 15,3                      | -5,6                 |
| I 2013  | -10,2  | -21,7                     | -8,2                 |
| II 2013 | 2,5    | -19,0                     | -8,2                 |
| I 2014  | 2,4    | 7,5                       | -8,0                 |
| II 2014 | -0,3   | -4,9                      | 0,6                  |
| I 2015  | -2,5   | 8,5                       | 2,9                  |
| II 2015 | 5,0    | 9,5                       | -2,6                 |
| I 2016  | 0,1    | -14,0                     | -12,8                |
| II 2016 | 1,0    | 19,0                      | -11,8                |
| I 2017  | 5,4    | 17,3                      | 5,8                  |
| II 2017 | 1,1    | -10,6                     | 1,9                  |

LIVELLI TRIMESTRALI (numeri indice a base fissa; 2005=100)

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2015   | 87,2   | 121,7                     | 112,0                |
| II 2015  | 92,9   | 155,7                     | 97,5                 |
| III 2015 | 126,2  | 174,0                     | 118,6                |
| IV2015   | 93,6   | 98,3                      | 95,8                 |
| I 2016   | 84,4   | 102,3                     | 93,7                 |
| II 2016  | 95,9   | 136,3                     | 89,0                 |
| III 2016 | 125,2  | 188,4                     | 95,8                 |
| IV2016   | 96,9   | 135,5                     | 93,3                 |
| I 2017   | 91,5   | 81,0                      | 105,9                |
| II 2017  | 98,5   | 198,9                     | 87,3                 |
| III 2017 | 130,4  | 173,9                     | 90,7                 |
| IV2017   | 94,3   | 115,6                     | 102,0                |

VARIAZIONI % TENDENZIALI PER TRIMESTRE

| anno     | RICAVI | SPESE PER<br>RETRIBUZIONI | SPESE PER<br>CONSUMI |
|----------|--------|---------------------------|----------------------|
| I 2016   | -3,2   | -15,9                     | -16,4                |
| II 2016  | 3,2    | -12,5                     | -8,7                 |
| III 2016 | -0,8   | 8,3                       | -19,2                |
| IV2016   | 3,5    | 37,9                      | -2,6                 |
| I 2017   | 8,4    | -20,8                     | 13,0                 |
| II 2017  | 2,7    | 45,9                      | -1,9                 |
| III 2017 | 4,1    | -7,7                      | -5,3                 |
| IV2017   | -2,7   | -14,7                     | 9,2                  |



## 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 congiunturale<sup>2</sup>, 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 lavoro<sup>3</sup> 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.<sup>4</sup>, 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 pertinenti<sup>5</sup> 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

---

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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

<sup>4</sup> 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 della 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.

<sup>5</sup> 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'affidabilità<sup>6</sup> delle stime che andrà a produrre<sup>7</sup>. 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 territorio<sup>8</sup>:

### **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 analoghe<sup>9</sup>.

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.

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

---

<sup>6</sup> Intesa in termini di errore campionario.

<sup>7</sup> 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.

<sup>8</sup> 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.

<sup>9</sup> 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.

## 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)  |
|                |                                       | <b>di cui:</b> MECCANICA DI BASE (Divisioni 24 e 25)   |
|                |                                       | <b>di cui:</b> 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                           | <b>di cui:</b> EDILIZIA (Divisioni da 41 a 43 tranne gruppo 43.2)  |
|                |                                       | <b>di cui:</b> 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 validabilità<sup>10</sup>; come accennato, il dominio minimo di validazione delle stime per il campione così ottenuto è

<sup>10</sup> 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

l'incrocio di provincia e settore; gli altri domini di stima programmati sono: provincia; settore (a livello regionale), e regione.

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

---

costituito dalle medesime unità campionarie. Ciò comporta una diminuzione della variabilità nota nella teoria statistica, anche se di difficile quantificazione.

questo tutti i valori ottenuti nel tempo. Questi, a loro volta, vengono rappresentati in semplici diagrammi di tendenza a linee spezzate.

# **FOCUS – Come competere con i “Servizi 4.0”: un approccio “non tradizionale”<sup>11</sup>**

---

<sup>11</sup> 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. Aspetti introduttivi: perché una riflessione sui servizi

L'obiettivo di questo focus è quello di approfondire le tematiche in parte già esaminate nel nostro "anteprima" ("Quali servizi per quali imprese: traiettorie evolutive per una nuova competitività" in Rapporto TrendMarche, gennaio 2018).

**I servizi presi in considerazione sono i servizi innovativi, che definiremo 4.0 (anche di tipo "quaternario"), il cui ruolo strategico può essere riscontrato relativamente a differenti aspetti.**

Innanzitutto, per quanto concerne le **imprese**, si rileva un'accresciuta competizione nazionale, e "comunque" internazionale, che richiede metodi e **strumenti gestionali di nuova generazione**, riguardo sia alle innovazioni tecnologiche, sia relativamente a nuovi modelli di business da adottare. È, quindi, evidente l'**esigenza di servizi 4.0**, in linea con le traiettorie evolutive dei mercati.

Per quanto riguarda gli **operatori specialistici privati e pubblici** che possono affiancare le imprese, **tra cui le Associazioni di Rappresentanza**, si è in presenza di un nuovo approccio concorrenziale allargato nel quale "tutti si confrontano con tutti"; non può infatti sfuggire che nell'attuale contesto competitivo **le aziende valutano quanto viene loro offerto in termini di "sistema"**, in particolare sulla base di un approccio fondato sulla "specializzazione", **e non tengono più conto di criteri ideologici (come avveniva in passato!)**

Nel proseguo del capitolo verranno esaminate "alcune variabili" (quantitative e non solo) ed anche analizzati i principali risultati dell'indagine empirica, svolta nel marzo 2018, coinvolgendo vari imprenditori artigiani operanti in differenti settori di attività economica.

L'obiettivo è quello di comprendere quali gap esistono tra domanda ed offerta di servizi "quaternari" e quali "interventi possono essere attuati dai vari attori per evitare un tale disallineamento".

## 2. Servizi e stato dell'arte nella "web economy"

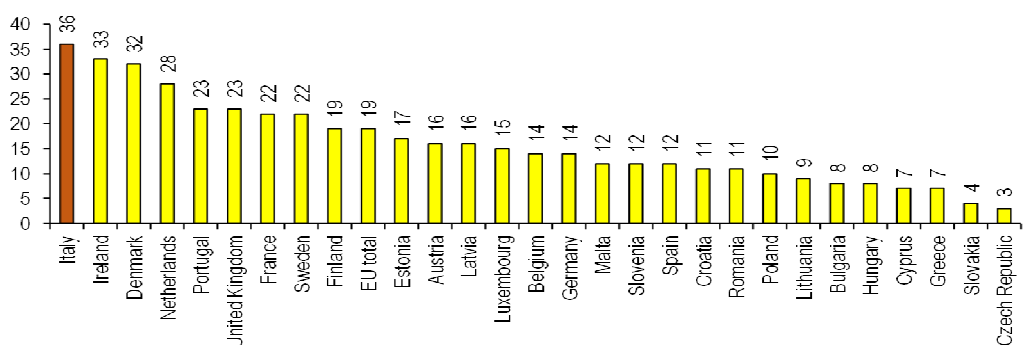
Dalle nostre indagini emerge che le **imprese hanno sempre più necessità di essere affiancate nella realizzazione di differenti attività, tra le quali:**

- **formulazione di un piano strategico**, che consenta un "percorso" che superi l'approccio "day by day";
- **ricorso al controllo di gestione** e analisi finanziaria, anche per migliorare le relazioni con il sistema creditizio;
- **definizione del prezzo**, favorendo un approccio fondato sui margini di contribuzione, rispetto a quello tradizionalmente realizzato, facendo ricorso al mark up;
- **realizzazione di un piano marketing**;
- gestione della **comunicazione**, mediante una politica adatta all'azienda;
- pianificazione delle **scelte di investimento**;
- determinazione dell'**organizzazione**, al fine di rendere le imprese più competitive mediante l'adozione di semplici strumenti organizzativi, spesso trascurati e/o non conosciuti;
- **gestione del personale**;
- intervenendo in modo efficace nel mondo **digitale**.

Inoltre va osservato che **le imprese italiane**, 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).

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)

Relativamente al tema del **digitale**, si evidenzia che esso rappresenta un **elemento trasversale per la competitività** delle piccole imprese.

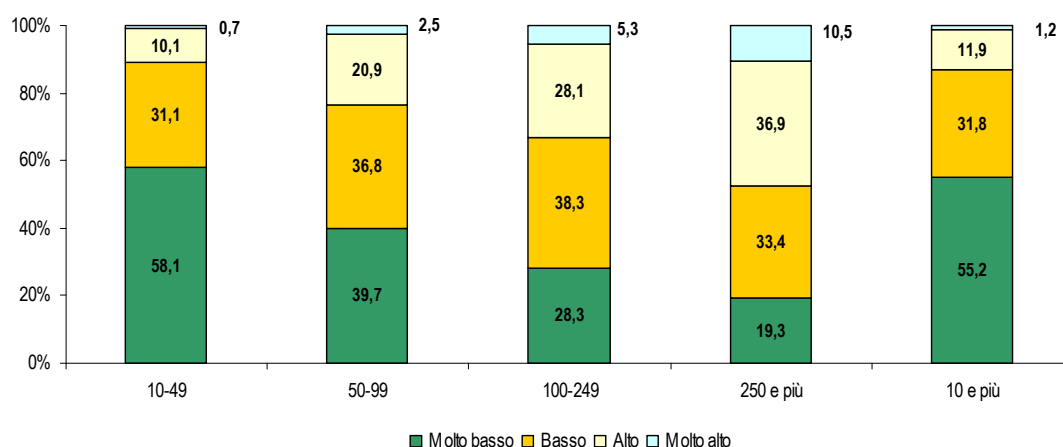
In proposito, è possibile osservare che, **per il 10,8% delle imprese di più piccole dimensioni (10-49 addetti), il livello di digitalizzazione** - misurato dall'indicatore composito Digital intensity indicator<sup>12</sup> - **è alto o molto alto**; tale quota sale al 23,5% per la classe 50-99 addetti, al 33,4% per la classe 100-249 addetti e al 47,3% per le imprese con oltre 250 addetti (Grafico n.2)<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> L'indicatore considera: 1. la percentuale di addetti che utilizzano computer connessi è superiore al 50%; 2. presenza di specialisti ICT tra gli addetti dell'impresa; 3. velocità di download della connessione almeno pari a 30 Mbit/s; 4. la percentuale di addetti che utilizzano device mobili connessi è superiore al 20%; 5. utilizzo di sito web dell'impresa; 6. il sito web dell'impresa offre almeno uno tra i servizi di accesso a cataloghi; tracciabilità ordinazioni; personalizzazione prodotti; personalizzazione contenuti; 7. utilizzo di social media; 8. utilizzo di software ERP; 9. utilizzo di software CRM; 10. gestione informatica della catena distributiva SCM; 11. valore delle vendite online almeno pari all'1% dei ricavi totali; 12. la percentuale delle vendite via web è maggiore dell'1% dei ricavi e quelle del tipo B2C sul totale delle vendite via web è superiore al 10%.

<sup>13</sup> Complessivamente, il 13,1% delle imprese con almeno 10 addetti si colloca ad un livello 'alto' o 'molto alto' di adozione dell'ICT, svolgendo almeno 7 delle 12 funzioni considerate nell'indice. Il restante 86,9% non risulta coinvolto in

Grafico n.2

**Imprese per livello di digitalizzazione (Digital intensity indicator) e classe di addetti**  
anno 2017; composizione %; totale attività economiche (c-n, inclusa la 951, escluse 75 e k)



NB: Il totale formazione/agg.to informatico non è pari alla somma delle voci di dettaglio in quanto la formazione può riguardare entrambe le tipologie di addetto  
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

In generale, **l'Italia si caratterizza per un basso livello di competenze digitali delle risorse umane, al confronto con i principali paesi dell'Unione Europea**: solo il 29,1% ha competenze digitali elevate a fronte del 33,3% della Francia, del 37,8% della Spagna, del 38,9% della Germania, del 49,5% del Regno Unito. La quota del nostro paese è inferiore di 8 punti percentuali alla media dell'Unione Europa a 28 (37,1%).

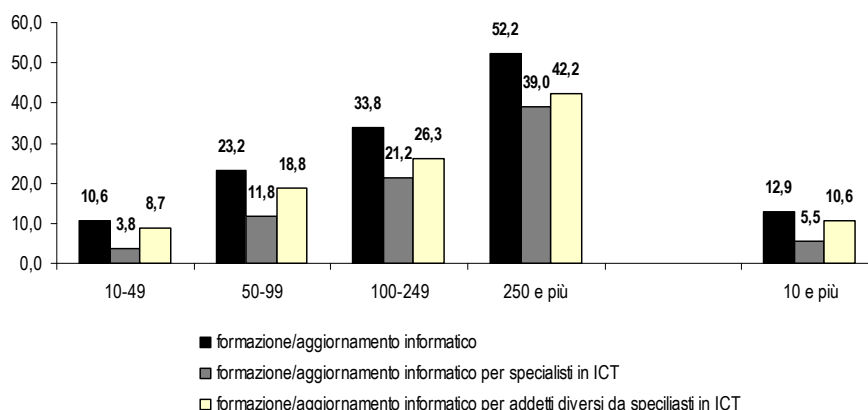
**Resta limitata, quindi, la diffusione di competenze digitali all'interno delle imprese**: è stato riscontrato che solo il 12,9% delle imprese ha organizzato nel 2016 corsi di formazione per sviluppare o aggiornare le competenze ICT dei propri addetti (Grafico n.3)<sup>14</sup>.

più di 6 attività prese in riferimento collocandosi, quindi, ad un livello 'basso' o 'molto basso' di adozione dell'ICT (il dato è del 78,5% per l'Ue28).

<sup>14</sup> Nel dettaglio, il 5,5% ha coinvolto specialisti in ICT, mentre la formazione informatica destinata agli addetti senza competenze specialistiche in ICT ha riguardato il 10,6%. Nello specifico delle imprese di minori dimensioni la quota di quelle che hanno organizzato tali corsi è al 10,6%: 8,7% per i non specialisti in ICT e il 3,8% per gli specialisti).

Grafico n.3

**La formazione informatica svolta dalle imprese nell'anno precedente per tipologia di addetto e classe di addetti**  
anno 2017; quota % su imprese per classe dimensionale; totale attività economiche (c-n, inclusa la 951, escluse 75 e k)



NB: Il totale formazione/agg.to informatico non è pari alla somma delle voci di dettaglio in quanto la formazione può riguardare entrambe le tipologie di addetto

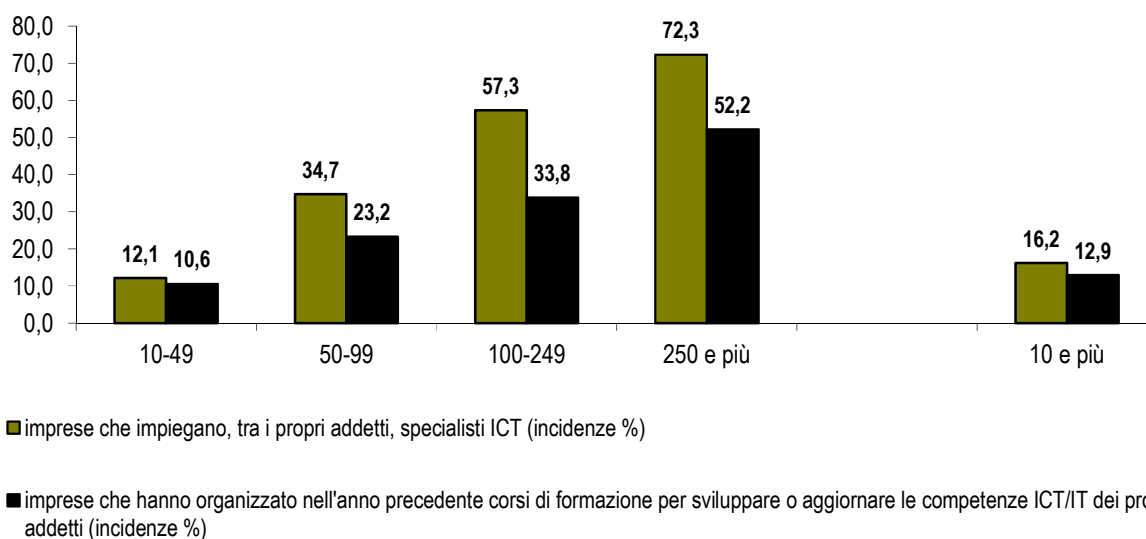
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

Inoltre, solo il 16,2% delle organizzazioni con almeno 10 addetti ha addetti specializzati in ICT, quota che scende al 12,1% tra le imprese di dimensioni minori (Grafico n.4).

Grafico n.4

**Imprese: impiego addetti ICT e formazione su competenze ICT per classe di addetti**

anno 2017; quota % su imprese per classe dimensionale; totale attività economiche (c-n, inclusa la 951, escluse 75 e k)



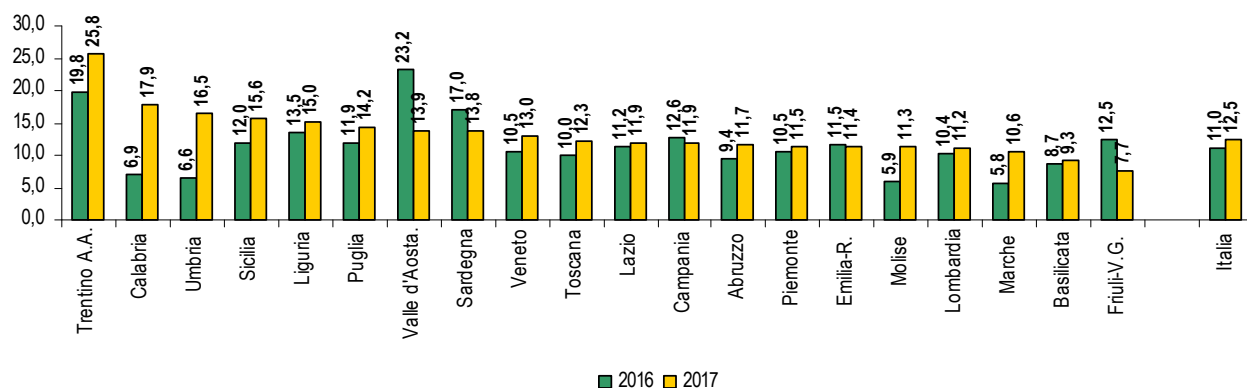
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

**Nelle Marche le piccole imprese si caratterizzano per un ritardo nella “interazione digitale” con il cliente:** nel 2017, solo il 10,6% delle imprese marchigiane con 10 addetti e oltre ha venduto on line. Tale quota, seppur interessata da un aumento nell'ultimo anno più intenso della media nazionale, colloca le Marche al terzultimo posto in Italia (media nazionale: 12,5%)<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Nonostante la vendita on line abbia scarsa diffusione tra le imprese, rispetto al 2016 la quota è aumentata di 4,8 punti percentuali a fronte della crescita di 1,5 punti percentuali in Italia.

Grafico n.5

**Imprese che hanno effettuato vendite on line per regione**  
anno 2016-2017; % imprese con 10 addetti e oltre

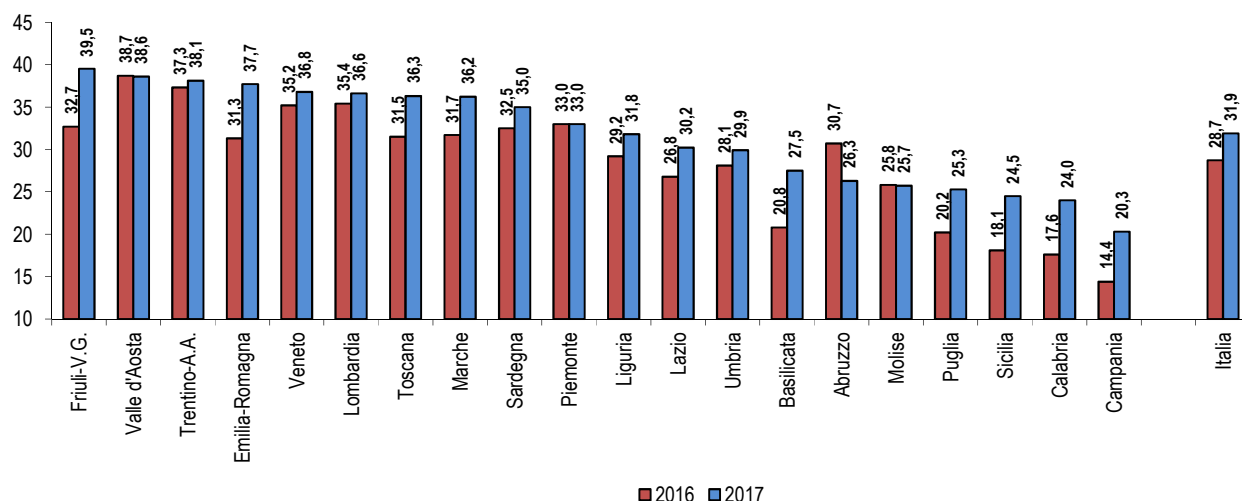


Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

E' utile rilevare che l'analisi di tali dati consente di verificare che esistono **ampie e crescenti opportunità da valorizzare nella vendita on line da parte delle piccole imprese e, più in generale, nella relazione "digitale" con il cliente**; infatti, emerge un trend in aumento di utenti Internet che utilizzano tale strumento per realizzare acquisti on line e questo, nelle Marche, è ancor più accentuato che nella media nazionale. Nella nostra regione, infatti, nel 2017 la quota di acquirenti on line negli ultimi tre mesi (sugli utilizzatori di Internet) è del 36,2%, accresciuta di 4,5 punti percentuali (a fronte della variazione di +3,2 punti percentuali in media nazionale) (Grafico n.6). E', inoltre, interessante sottolineare che vi sono settori di interesse per l'artigianato e le piccole imprese con acquisti significativi on line; nella nostra regione, gli abiti e gli articoli sportivi sono acquistati nel 43,7% dei casi, quota superiore alla media nazionale (38,6%), così anche 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.7).

Grafico n.6

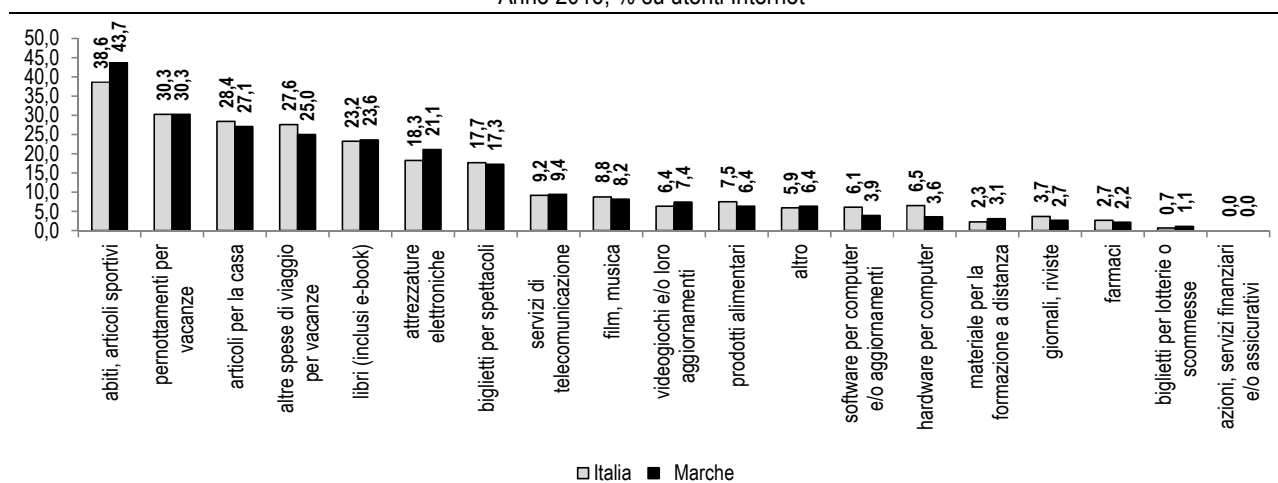
**Utenti Internet che hanno ordinato o comprato online negli ultimi 3 mesi per uso privato nelle regioni italiane**  
2016-2017; per 100 persone di 15 anni e più della stessa zona che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

Grafico n.7

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



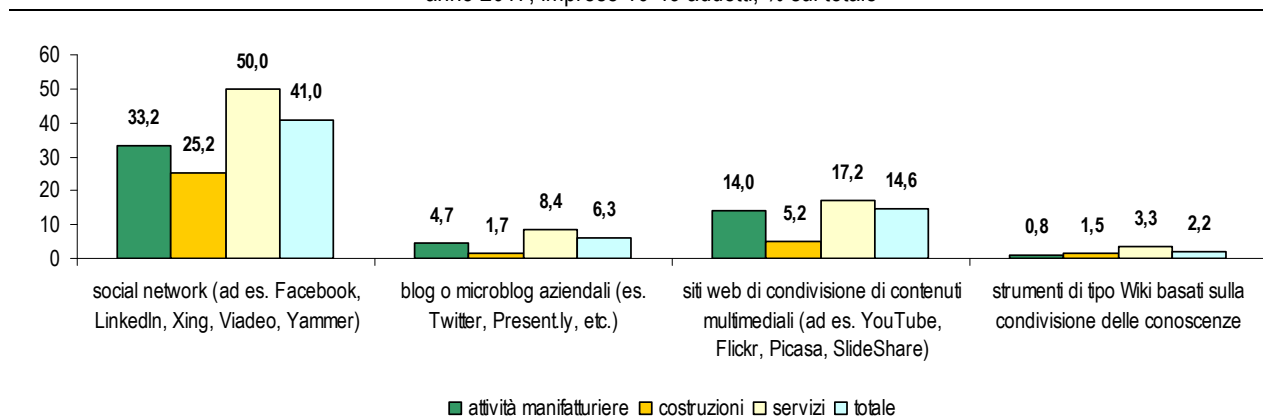
Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

**Il digitale risulta un elemento fondamentale anche per la comunicazione;** infatti, nel 2017 a livello nazionale sono cresciute del 16,1% le imprese di piccole dimensioni presenti sui social network.

Nel dettaglio dei settori di attività economica, si osserva che il 50% delle piccole imprese dei Servizi è presente nei social network, quota che scende al 33,2% per il Manifatturiero e al 25,2% per le Costruzioni (Grafico n.8).

Grafico n.8

**Piccole imprese presenti sui social media per tipologia e settore**  
anno 2017; imprese 10-49 addetti; % sul totale

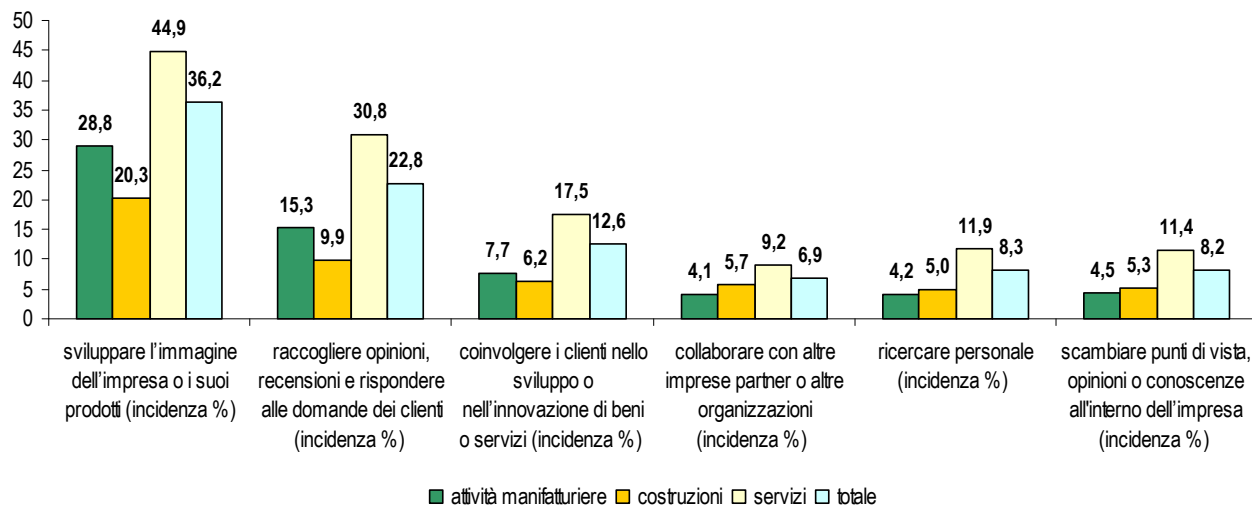


Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

In generale, però, **la percentuale di imprese di più piccole dimensioni presenti sui social media - come era possibile prevedere - resta inferiore rispetto alle altre classi di addetti:** 42,8% per le imprese da 10 a 49 addetti, 48,7% per la classe 50-99 addetti, 55,1% per la classe 100-249 e 66,4% per le imprese da 250 addetti e oltre.

Grafico n.9

**Finalità di utilizzo dei social media da parte delle piccole imprese per settore**  
 anno 2017; imprese 10-49 addetti; % sul totale



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato Marche su dati Istat

E' stato inoltre riscontrato che nelle piccole imprese, la finalità dell'utilizzo dei social media è di sviluppare l'immagine dell'impresa e dei suoi prodotti (nel 36,2% dei casi); per il 22,8% raccogliere opinioni, recensioni e rispondere alle domande dei clienti, riscontrando poi ulteriori percentuali minori (Grafico n.9).

### 3. I principali risultati del focus: alcune considerazioni per “competere”

L'obiettivo dei focus con gli imprenditori artigiani è stato quello di **verificare l'importanza e la strategicità dei servizi 4.0**, cercando anche di individuare le competenze del sistema dell'offerta, inerenti tale aspetto, e gli eventuali gap esistenti tra “domanda ed offerta”. A tal fine, abbiamo condotto un'indagine empirica con imprenditori artigiani operanti in differenti settori e caratterizzati da diverse configurazioni organizzative. Per approfondire le varie tematiche, abbiamo sottoposto ai partecipanti agli incontri un questionario di cui, nel proseguo del paragrafo, analizzeremo i principali risultati<sup>16</sup>.

Nello specifico, i focus hanno rappresentato l'occasione per raccogliere opinioni, spunti e riflessioni sui servizi, sempre più necessari alle imprese per operare in un contesto di accresciuta competizione nazionale e internazionale.

Siamo di fronte, infatti, ad un “cambiamento di passo vero e proprio”; pertanto, si è ragionato su quali possono essere gli approcci e gli strumenti gestionali di nuova generazione, sia per quanto riguarda le innovazioni tecnologiche, sia relativamente ai modelli di business. Inoltre, sono stati oggetto di attenzione differenti aspetti: si è cercato di valutare se gli imprenditori **trovano negli operatori specialistici, pubblici e privati che li possono affiancare, risposte adeguate alle esigenze, se vengono offerti servizi “in termini di sistema” e non di singolo comparto (credito, paghe, internazionalizzazione...), se l'offerta supera quella del classico “adempimento”, se ricevono stimoli a progredire nella competitività, nella ricerca, nell'innovazione, nell'internazionalizzazione, nella digitalizzazione.** Infine, si è affrontato il **tema del credito** e, in particolare, quali interventi gli imprenditori si aspettano dalle banche (non solo di “finanziamento”, ma anche e soprattutto di assistenza) e quali iniziative possono essere utilmente realizzate dall'**operatore pubblico**.

Esaminando le differenti tematiche, è emerso in maniera diffusa che **l'imprenditore in primis cerca di svolgere tutte le principali funzioni aziendali internamente**, senza, quindi, rivolgersi a soggetti esterni, pur manifestando la necessità di “avere personale dedicato a specifiche attività” (che solitamente non ha!). La principale motivazione di tale “affermazione” è **nell'eccessivo costo (effettivo o comunque percepito)** che un'attività delegata ad altri soggetti esterni all'organizzazione viene ad avere ed **anche il timore di non ottenere risultati effettivi rispetto all'investimento realizzato**; va anche detto, che **questa valutazione potrebbe anche essere in realtà una sorta di alibi, a fronte di un prevalente approccio culturale individualista.**

A questo proposito, si rileva che in tutte le funzioni proposte, tranne per le Tecnologie informatiche (ICT), prevale un'indicazione da parte delle imprese di “attività di tipo make” (Grafico n.10). Nelle Tecnologie informatiche (ICT), infatti, la quota di imprese rispondenti che si rivolgono ai consulenti esterni (55,2%) supera quella dell'organizzazione interna (51,7%).

---

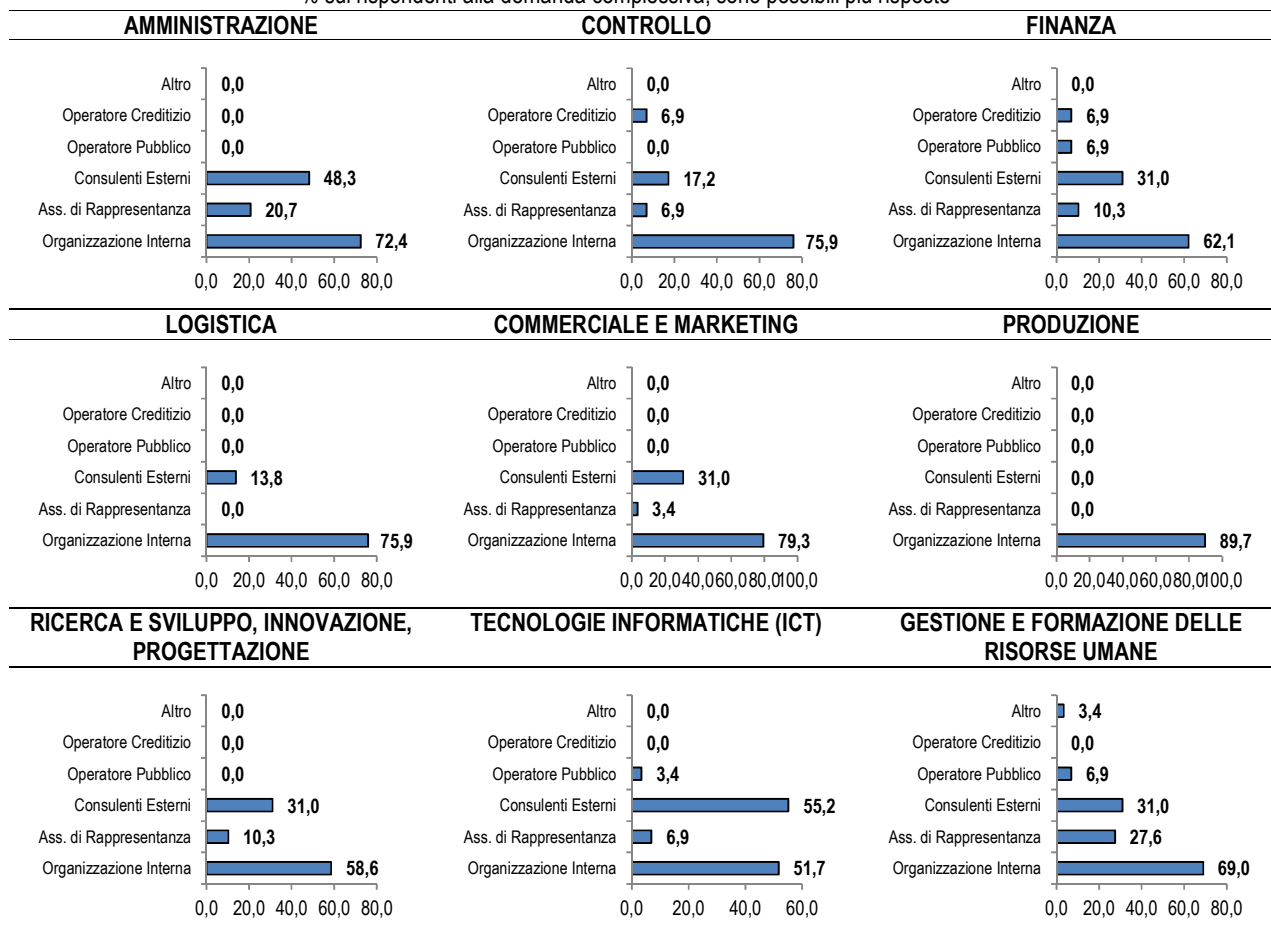
<sup>16</sup> Tra gli imprenditori partecipanti agli incontri (le percentuali riportate e riferite all'elaborazione del questionario sono sempre calcolate sui rispondenti) abbiamo registrato una prevalenza di maschi (62,1%) e oltre la metà (55,2%) appartiene alla classe di età 30-49 anni, il restante 44,8% ha 50 anni e oltre. Per quanto riguarda l'impresa, per il 10,3% gli anni di attività vanno da 1 a 9, il 20,7% da 10 a 19 anni, il 24,1% da 20 a 29 anni, il 13,8% da 30 a 39 anni, il 20,7% da 40 a 49 anni e il 10,3% 50 anni e oltre: l'89,7% sono tutte realtà esistenti prima dei due recenti cicli recessivi. In termini di dimensione, prevalgono le imprese con un maggior numero di addetti: il 44,4% ne ha 10 e oltre, il 33,3% è composto da 2 a 5 addetti, il 18,5% da 6 a 9 addetti e il restante 3,7% da un solo addetto. Il 44,8% delle imprese appartiene al Manifatturiero, il 24,1% ai Servizi alle imprese, il 24,1% ai Servizi alle persone e il restante 6,9% alle Costruzioni. Per quanto riguarda la composizione del fatturato per mercato geografico di riferimento, il 56,3% viene realizzato nella stessa provincia dell'azienda, il 19,6% nella stessa regione eccetto la propria provincia, il 13,6% in altre regioni italiane, l'8,4% nell'Unione Europea e il restante 2,1% in paesi fuori dall'Unione Europea.

In riferimento alla strategia che si vuole mettere in atto nei prossimi tre anni, prevale una strategia di crescita con il 77,8% dei rispondenti - quota che sale al 100% tra le imprese manifatturiere e quelle dei servizi alle persone - il 14,8% punta al mantenimento dell'attuale situazione (“L'importante è non fare passi indietro” sostiene un imprenditore) e il restante 7,4% ad una strategia difensiva.



Grafico n.10

Indicare, per ognuna delle seguenti funzioni, a chi si rivolge la sua impresa  
% sui rispondenti alla domanda complessiva; sono possibili più risposte

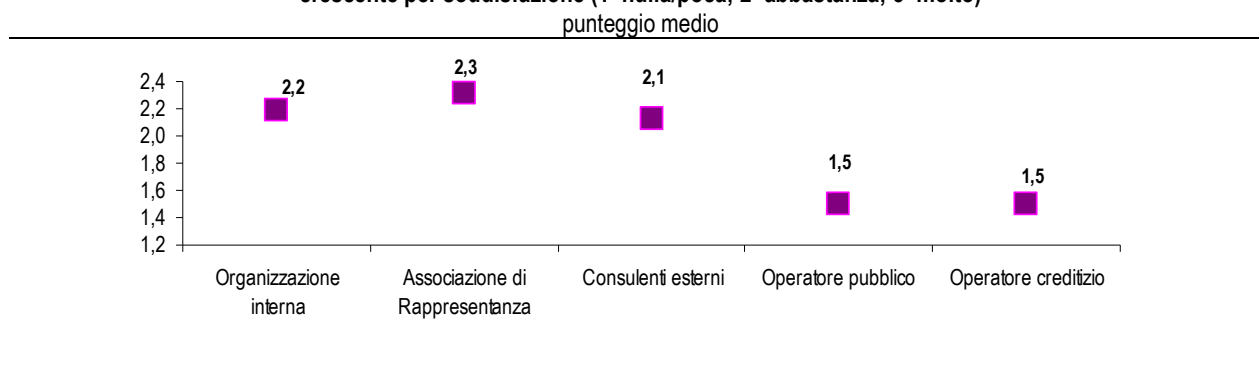


Nostre elaborazioni sui risultati dell'indagine

Il tema della valutazione **del livello di soddisfazione dei servizi utilizzati (interni ed esterni), risulta essere piuttosto rilevante per esprimere alcune valutazioni sulle possibilità di miglioramento** dello stesso; le Associazioni di Rappresentanza ottengono il risultato più elevato pari a 2,3 (da 1 a 3), segue l'organizzazione interna, con particolare riferimento ai "propri dipendenti", con un punteggio di 2,2, abbastanza soddisfatte sono le imprese per i loro consulenti esterni (2,1). Un livello di soddisfazione minore si riscontra per l'operatore pubblico, per cui si rileva una "lontananza" dalle difficoltà dell'artigiano e per il sistema creditizio (entrambi con il punteggio di 1,5) (quest'ultimo considerato troppo "conservatore") (Grafico n.11).

Grafico n.11

Indicare, per ogni tipologia di soggetto a cui si rivolge, il suo livello di soddisfazione assegnando un punteggio da 1 a 3 crescente per soddisfazione (1=nulla/poca; 2=abbastanza; 3=molto)



Nostre elaborazioni sui risultati dell'indagine

Nell'indagine è stato riscontrato che **gli imprenditori sarebbero propensi a ricorrere, per alcune attività specifiche, a soggetti esterni**, verificandosi peraltro alcune condizioni, come di seguito analizzato:

1. riscontrare nel mercato consulenti in grado di conoscere "realmente" le problematiche delle piccole imprese e quindi di intervenire utilmente;
2. sostenere costi possibili in relazione alle risorse aziendali;
3. poter misurare l'efficacia degli interventi;
4. usufruire di finanziamenti pubblici rivolti a tali attività;
5. sviluppare un rapporto più sinergico con gli operatori specialistici che li affiancano;
6. impostare un sistema di pagamento dei servizi, anche sulla base delle performance conseguite.

Vengono ora analizzate le principali criticità, evidenziate dagli imprenditori, sistematizzando anche alcune proposte emerse.

Tavola n.1

### Le principali criticità emerse nell'indagine e possibili aree di intervento

**Una delle principali criticità che gli imprenditori evidenziano è nella formazione del personale**, sia per la continua evoluzione della formazione stessa, sia nei casi di elevata stagionalità del lavoro<sup>17</sup> e sia nelle circostanze di attività particolarmente tecniche e specifiche; di fronte a tale esigenza, nella maggior parte delle situazioni, non si valuta l'opportunità di affidarsi ad un soggetto esterno all'azienda. La formazione di cui le imprese hanno principalmente bisogno è quella specifica, tecnica ed operativa, anche mediante un affiancamento in azienda. Infine, sempre riguardo all'attività formativa, da più fronti emerge una situazione di scarse competenze dei giovani che escono dal percorso scolastico: "risultano poco preparati ad affrontare un lavoro, anche dal punto di vista del sacrificio che comporta in sé". Relativamente al personale, si è evidenziata anche la criticità nella **gestione stessa dei propri lavoratori** per diversi aspetti: dal punto di vista motivazionale, della comunicazione tra i nuovi ingressi in azienda e le persone più esperte e del passaggio generazionale.

Un'altra criticità ampiamente rilevata è quella del **marketing e della comunicazione**. Risulta particolarmente difficile far conoscere il proprio prodotto/servizio, i suoi miglioramenti e innovazioni al meglio, ma anche saper "vendere la propria professionalità": concordi sul fatto che l'artigiano deve sempre più prendere consapevolezza del proprio valore, non tutti riescono a trasformare questo in termini economici.

Per quanto riguarda l'aspetto più collegato al pubblicizzare la propria attività, ci sono realtà che hanno il sito internet, anche aggiornato da loro direttamente o dall'azienda che glielo ha creato, ma risultano carenti nella presenza sui social network. A questo proposito, ci si rende sempre più conto della necessità di "saper parlare" anche ai giovani, i clienti del futuro, e di adottare nuove tecniche di pubblicità per i propri prodotti, come alcuni stanno facendo.

In generale, la criticità della comunicazione, come anche per molte altre situazioni, è legata all'assenza di una risorsa che possa interamente dedicarsi a tale funzione. Molto spesso, quindi, tale attività rimane in capo al titolare a cui, da un lato, toglie quel tempo che avrebbe dedicato ad altre cose, dall'altro, gli imprenditori stessi evidenziano che non riescono a svolgerla come vorrebbero.

<sup>17</sup> "Il mercato del lavoro non riesce a capire i bisogni occupazionali cioè a fornire la possibilità di adeguare il personale alle esigenze", sostiene un'imprenditrice.

Sono state inoltre verificate problematiche relative all'aspetto della **vendita**. In particolare, la parte commerciale risulta ampiamente critica anche perché varia rapidamente: una stessa politica commerciale non si può impiegare per troppo tempo, affermano gli imprenditori. Inoltre, si ha la consapevolezza che essere un bravo tecnico o un bravo produttore di un bene o un servizio oggi non basta più, bisogna necessariamente affiancare l'aspetto commerciale anche per differenziarsi dai concorrenti. A più riprese, si è manifestato il bisogno di una formazione sulle tecniche di vendita. Inoltre, molte aziende mostrano la necessità di dover vendere on line, di "un e-commerce più adatto alle esigenze dell'artigianato", anche se si è consapevoli che l'e-commerce stesso va adeguato ai bisogni delle imprese: "non esiste un e-commerce generale di tutto".

Per quanto concerne i processi di internazionalizzazione, è stata sottolineata l'esigenza di operare nel mercato estero<sup>18</sup> in quanto il mercato italiano è diventato, negli ultimi anni, sempre meno ricettivo<sup>19</sup> e l'incertezza di "avere lavoro" ha inciso ed incide sulle decisioni di investimento. **Alcuni imprenditori resistono proprio perché hanno realizzato questo "cambiamento di rotta"**. Ad oggi il loro fatturato è realizzato in larga parte con l'estero. A tal proposito, si sostiene che una criticità è **non avere un piano strategico per vendere nei mercati esteri**. In generale, ci si rende conto di essere poco pronti a proporsi fuori dai confini nazionali, sia per la strategia di marketing sia per la necessità di una preparazione specifica che faccia evolvere le aziende non abituate ai nuovi mercati. A tal fine, alcuni imprenditori si sono già rivolti a professionisti su questo settore; si è trattato, secondo le varie considerazioni espresse, di interventi piuttosto generalisti, una "sorta di partenza"! Quello di cui avrebbero bisogno è **un intervento continuo e mirato, una sorta di accompagnamento per intensificare la loro operatività sull'estero**. Apprezzate alcune iniziative svolte dalle Associazioni di Rappresentanza, anche se alcuni considerano molto spesso i b2b inutili in quanto poi **un artigiano da solo non ha le capacità per affrontare un mercato estero**. Si auspicano, comunque, corsi di lingua nell'ambito della formazione proposta dagli operatori.

Un altro aspetto emerso dagli incontri con gli imprenditori è **la necessità di collegamento dell'artigiano con il mondo esterno, con i tecnici, con la rete tra gli operatori...l'artigiano è sempre più isolato nel proprio laboratorio**; si evidenzia anche la necessità di formare gli imprenditori alla relazione, oltre che, in senso più ampio, adoperarsi al fine di elevare culturalmente l'artigiano (corsi di filosofia ad esempio).

Più in generale, quello che sarebbe auspicabile, "è trasformare un laboratorio artigiano in una impresa organizzata che lavori con una mentalità più moderna e riuscire ad avere orari decenti per raggiungere gli obiettivi, consapevoli della propria professionalità". Quello che serve è un vero e proprio "atto di presa di coscienza da parte delle figure che stanno dentro la propria azienda, cercando di attivare consulenze pedagogico-aziendali"; in altri termini, è stata sottolineata più volte l'esigenza di una "maggiore managerializzazione" delle imprese artigiane: da attività prettamente operative alla "gestione delle risorse umane", dalla realizzazione di prodotti alla gestione di processi.

Nell'ambito delle criticità, si fa riferimento alla nota **burocrazia**, relativamente a molti aspetti: la presenza di troppe norme, spesso anche considerate frutto di poca conoscenza della realtà artigiana, l'aspetto amministrativo-contabile, le difficoltà di avviare una start up, di poter seguire al meglio le scadenze fiscali, di interpretazione stessa della normativa e della relativa conoscenza... In generale, verso l'**operatore pubblico** si manifesta una insoddisfazione in quanto l'imprenditore non "vede" che le Istituzioni operano per aiutarlo; anche in riferimento ai bandi, si sostiene che c'è "poco spazio" per gli artigiani. C'è un'ampia condivisione sul fatto che l'operatore pubblico, a tutti i livelli, debba prendere coscienza che la struttura imprenditoriale italiana si basa principalmente sull'artigianato e la piccola impresa e che non ci si può paragonare ad altre realtà. A proposito di operatore pubblico, più volte emerso dalla discussione è il problema della tassazione, troppo elevata<sup>20</sup> e che spinge spesso a delocalizzare.

La questione dell'**analisi di mercato** si manifesta tra molti imprenditori come una criticità in quanto da soli difficilmente riescono a farla. Nello specifico, le problematiche si evidenziano nella capacità di selezionare le offerte più opportune, se e come investire; **si vorrebbe provare a capire prima alcune tendenze per anticiparle ed essere pronti e questo anche con collaborazioni universitarie e/o specialistiche**. Qualcuno, a tal fine, si è rivolto alla propria Associazione di Rappresentanza.

Anche l'**aspetto finanziario**, inteso in senso lato, si caratterizza per alcune criticità: dalla mancata riscossione (per chi opera con il mercato interno), sia dal cliente privato che dal pubblico, al rapporto con le banche che risultano ancora, agli occhi di alcuni imprenditori, restie ai finanziamenti, imponendo, alle imprese, di poter fare solo "piccoli passi". Per quanto riguarda la difficoltà di incassare, si evidenzia la mancanza di tutela se non si viene pagati e si pone l'attenzione sul fatto che **non si riesce più a guadagnare per investire**. Si sottolinea particolarmente questo aspetto: se l'imprenditore non investe non è più imprenditore, "oggi ci sono imprenditori che si accontentano solo del proprio stipendio bloccando tutto il meccanismo di crescita" e questo "è un peccato perché l'artigiano italiano ha realizzato e realizza delle cose encomiabili". A proposito delle banche, l'idea di alcuni è che quest'ultime non stanno facendo il loro mestiere: "non mi puoi chiamare per propormi un prestito, me lo devi dare quando io chiedo un finanziamento sulla base di una idea, di un progetto". Quello che si auspica è un rapporto con le banche che diventi più "umano": l'imprenditore non può sentirsi solo un numero, serve ricreare una relazione seria con l'operatore creditizio che aiuti le imprese a poter investire. Si evidenzia, inoltre, che le norme europee complicano oltremodo impieghi e credito e questo impone alle banche la necessità di ampie e puntuali informazioni che le imprese, per soddisfarle, mostrano il bisogno di personale competente.

Nostre elaborazioni sui risultati dell'indagine

<sup>18</sup> "I piccoli imprenditori prima della crisi si sono adagiati sul mercato locale, il lavoro arrivava da solo, nessuno pensava di vendere all'estero" sostiene un imprenditore.

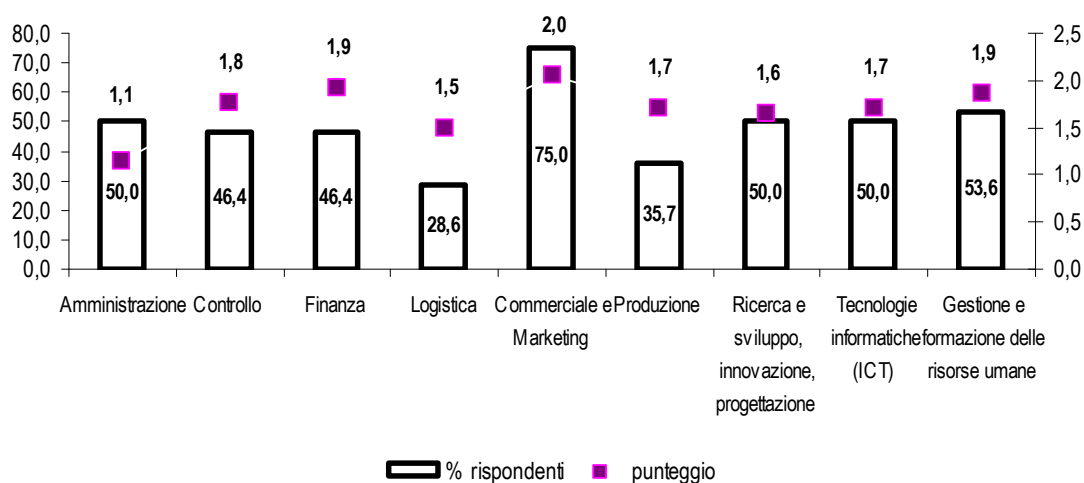
<sup>19</sup> Anche se qualcuno sostiene di non voler andare all'estero in quanto ci sono già altri del suo settore che lo hanno fatto e non ci sarebbero opportunità.

<sup>20</sup> C'è anche chi afferma la necessità che la tassazione debba tenere in considerazione la differenza di costi che sostiene chi produce artigianalmente e chi per la grande distribuzione.

Nel corso dei focus, si è cercato di rilevare **le funzioni aziendali** per le quali sono state evidenziate le principali problematiche. La funzione maggiormente critica, per il 75,0% dei rispondenti, è quella del **“Commerciale e Marketing”**. Tale funzione è anche quella che presenta il punteggio medio più alto in termini di criticità; nel dettaglio, gli imprenditori hanno specificato che il problema principale è nel far conoscere il proprio prodotto, raggiungere nuovi clienti e non avere alcun sostegno economico all'internazionalizzazione. Poco più della metà dei rispondenti (53,6%) ha indicato poi come funzione critica la **Gestione e formazione del personale**<sup>21</sup>, seguono, con la quota del 50%, l'**Amministrazione**, la **Ricerca e sviluppo, l'innovazione e la progettazione** e l'area delle **Tecnologie informatiche (ICT)** (quest'ultima, per quanto riguarda soprattutto disporre di strumenti integrati e più idonei alle proprie esigenze). Si riscontrano, quindi, con risultati inferiori le altre funzioni (si veda il Grafico n.12)<sup>22</sup>.

Grafico n.12

Indicare quali tra le funzioni aziendali proposte risultano essere maggiormente critiche assegnando un punteggio da 1 a 3 crescente per criticità (1=modesta criticità; 2=rilevante criticità; 3=decisiva criticità)  
% dei rispondenti e punteggio medio



Nostre elaborazioni sui risultati dell'indagine

**Un aspetto che riveste un particolare interesse ai fini del seguente report** è quello di rilevare la tipologia di servizi maggiormente richiesti, individuando tre aree differenti: **servizi meramente informativi**, relativi a norme, dati, indicazioni statistiche quali/quantitative, bandi, ecc.. Si tratta di un “primo livello di interventi”, che ha **nell'economia della conoscenza** la componente fondamentale.

Inoltre, è stato riscontrato un secondo livello, che non si ferma all'informazione, ma che arriva alla **consulenza** e quindi all'analisi di problematiche specifiche aziendali ed alla individuazione di possibili soluzioni. Si tratta, quindi, di un processo evolutivo rispetto allo stadio precedente.

Infine, un terzo livello, rappresentato dalla **assistenza e quindi dalla traduzione della consulenza in un intervento operativo continuativo di affiancamento nella realizzazione delle varie soluzioni**. Infatti, com'è stato più volte riscontrato nelle interviste, il rischio è che poi nelle imprese artigiane **“non ci sia nessuno in grado di realizzare operativamente quanto è stato definito negli interventi di consulenza”**.

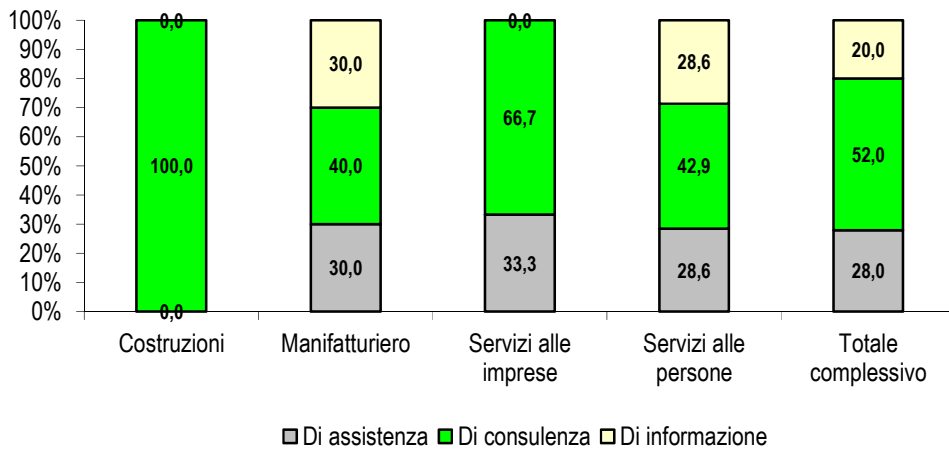
**Dalla nostra indagine è emersa un'elevata quota di imprese che chiedono un servizio di consulenza; tutte le imprese che operano nel settore delle costruzioni il 40% di quelle presenti nei comparti del manifatturiero e circa il 54% in media per le imprese operanti nei “servizi” (Grafico n. 13). Esiste, quindi, un ampio mercato!**

<sup>21</sup> La criticità in questa funzione è legata in particolare alla poca formazione che si riscontra tra i giovani usciti dalla scuola, alla difficoltà nel far dialogare i reparti e all'efficacia operativa.

<sup>22</sup> Relativamente alla produzione, è stato osservato che la principale problematica riguarda il rispetto delle tempistiche di consegna; per quanto concerne l'attività amministrativa, sono state rilevate le numerose incombenze che possono rallentare l'operatività aziendale.

Grafico n.13

Quando si rivolge ad un soggetto esterno, cosa chiede principalmente in termini di servizi: dettaglio macrosettori  
% di coloro che hanno indicato una sola risposta



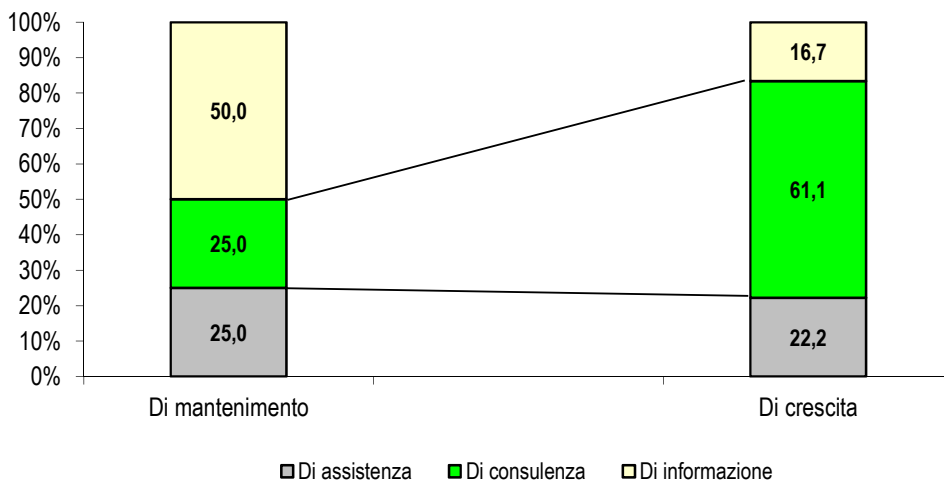
Nostre elaborazioni sui risultati dell'indagine

Abbiamo anche valutato la **tipologia di servizi richiesti rispetto alla strategia aziendale "dichiarata"** per i successivi tre anni. La quota di imprese che chiedono servizi di consulenza sale al 61,1% tra quelle che hanno indicato una strategia di crescita, mentre, tra chi ha come obiettivo il mantenimento dell'attuale situazione, il 50,0% indica il bisogno prevalentemente di informazioni (Grafico n. 14).

**E' quindi evidente che esiste una relazione diretta tra consulenza e crescita!**

Grafico n.14

Quando si rivolge ad un soggetto esterno, cosa chiede principalmente in termini di servizi: dettaglio strategia prossimi 3 anni di crescita e di mantenimento  
% di coloro che hanno indicato una sola risposta



Nostre elaborazioni sui risultati dell'indagine

E' stata evidenziata in precedenza la volontà da parte dell'imprenditore di occuparsi personalmente, per quanto possibile, delle varie problematiche; al tempo stesso, si è riscontrato che per **seguire l'evoluzione del mercato, gli imprenditori non possono prescindere dall'essere affiancati da soggetti specializzati** caratterizzati da un "service mix" offerto fatto di servizi nuovi - rispetto a quanto solitamente proposto - ed integrati, in risposta alla varie criticità rilevate! L'obiettivo è fornire servizi di tipo strategico ed operativo, colmando il gap più volte riscontrato tra domanda (che però è anche da "formare") e sistema dell'offerta; ciò anche in una logica di "maggiore apertura", che peraltro è stata riscontrata "in divenire".

**Non può sfuggire che le aree di intervento risultano essere davvero molte ed estremamente differenziate**; non sembra possibile che improvvisamente si possano offrire tutti i nuovi servizi che le aziende hanno evidenziato (il processo è comunque in corso). È necessario, quindi, per gli operatori specialistici pubblici e privati che affiancano le imprese, **definire un PIANO STRATEGICO**, individuando le criticità ed anche il target della propria offerta (vale sempre il principio del “non tutto per tutti”), e anche **adottare un’adeguata politica di marketing**.

Nell’appendice sono riportate le principali caratteristiche di alcune delle aziende<sup>23</sup> che hanno partecipato ai focus; ciò con l’obiettivo di far comprendere le tipologie di imprese coinvolte ed anche di meglio interpretare i risultati derivanti dalle loro risposte.

---

<sup>23</sup> Si ringraziano gli imprenditori che hanno fornito le descrizioni riportate in appendice partecipanti ai *focus group* e tutti gli altri imprenditori partecipanti.

## 4. Traiettorie evolutive da delineare

L'evoluzione del contesto competitivo delle imprese e degli operatori specialistici che le affiancano, sia pubblici, sia privati, richiede un importante e radicale cambiamento di come e quanto tali operatori propongono al mercato di riferimento e questo, sia per sopravvivere ad una concorrenza sempre più allargata che li coinvolge, sia per offrire risposte concrete alle nuove esigenze delle imprese. Ecco, quindi, che in questa prospettiva diventa fondamentale **verificare cosa offrire e a chi offrire**, consapevoli del fatto che:

- non ha senso promuovere per tutti gli stessi servizi;
- vengono richieste specifiche (nuove) competenze;
- è necessario proporre non singoli servizi in maniera "unitaria", bensì in una logica di sistema integrato.

L'analisi svolta con il coinvolgimento delle imprese ha consentito di approfondire l'importanza e la strategicità dei servizi 4.0, ma anche le competenze (talvolta limitate) del sistema dell'offerta e quindi i gap esistenti.

E' stato più volte rilevato che gli operatori **devono necessariamente offrire sempre più servizi del tipo "quaternario", ma in una logica di "sistema integrato"**, che coinvolga anche le attività "ordinarie": acquisisce quindi un ruolo davvero strategico operare per **"mettere in collegamento tali singoli servizi", rendendoli ancor più innovativi.**

Questo, comporta la **necessità di avere un personale formato adeguatamente** e, in certi casi, una vera e propria rivoluzione organizzativa: l'obiettivo è, infatti, far sì che "tutti siano in grado di conoscere e presentare i servizi in una logica integrata (poi, passando la "palla" ai vari specialisti)". Il tutto non può prescindere dalla conoscenza del bacino di riferimento sulla base del quale "modellare" tale evoluzione.

A tal proposito, è stato evidenziato che tra i nostri imprenditori prevale l'orientamento a svolgere la prevalenza delle attività internamente, ma che **sarebbero comunque propensi a ricorrere per alcune attività specifiche a soggetti esterni**; esiste, quindi, e, in modo piuttosto ampio, **un mercato rilevante per i servizi innovativi, soprattutto con riferimento alle aziende che si pongono come obiettivo la crescita!** Va peraltro osservato che **le imprese hanno espresso varie considerazioni sull'utilizzo di tali servizi.**

Un primo aspetto riguarda **la difficoltà di rivolgersi a consulenti in grado di conoscere "realmente" le problematiche delle piccole imprese**; infatti, non esistono albi specifici in tal senso ed il rischio è quello di coinvolgere società di consulenza che non hanno competenze adeguate. Questo è un aspetto rilevante! La problematica è ancora più consistente, **in quanto non si tratta di utilizzare gli stessi strumenti utilizzati per le imprese di maggiori dimensioni e poi adattati, ma di crearne di nuovi specificatamente.**

Altra tematica emersa più volte è relativa agli **eccessivi costi da sostenere per queste attività**, soprattutto se rapportata alle risorse aziendali. Inoltre, non si rileva una chiarezza condivisa sulle varie tariffe (si verifica un'estrema variabilità).

Si pone, quindi, anche la necessità di **sviluppare sistemi atti a misurare l'efficacia dei vari interventi**; infatti, il processo di misurazione (soprattutto nel caso di risultati positivi, ma non solo) **darebbe maggiore consapevolezza ed anche maggiore sicurezza alle scelte imprenditoriali (uno degli aspetti sottolineati è che l'imprenditore artigiano si sente "isolato" e non "affiancato").**

E' stata, quindi, evidenziata la necessità di **sviluppare un rapporto più sinergico con gli operatori**, in una **"logica di maggiore apertura e coinvolgimento"**; inoltre, **più volte è stata sottolineata l'importanza di ricorrere ed utilizzare finanziamenti pubblici in maniera specifica per i nuovi servizi.**

Un altro elemento che è utile evidenziare al fine di portare un contributo sul tema del presente Report è che **non sempre le imprese artigiane sanno individuare i servizi di cui hanno effettivamente bisogno!** A tal proposito, si è cercato di rilevare le principali criticità, che caratterizzano il modus operandi delle imprese artigiane.

Tra le criticità riscontrate, si fa riferimento alla formazione ed alla gestione del personale, al marketing ed alla comunicazione, alle vendite, ai processi di internazionalizzazione.

Non può sfuggire che **si aprono, quindi, spazi di mercato molto ampi e del tutto imprevedibili solo alcuni anni fa.**

Come evidenziato dai dati, si conferma anche un **elevato gap nell'ambito digitale, elemento trasversale per la competitività**; ciò soprattutto con riferimento alle imprese di minori dimensioni (10-49 addetti). Inoltre, più in generale, l'Italia si caratterizza per un basso livello di competenze digitali della forza lavoro al confronto con i principali paesi dell'Unione Europea. E' stato, inoltre, verificato che le piccole imprese si caratterizzano per **una limitata interazione digitale con il cliente**, in particolare nella nostra regione; ciò a fronte di ampie opportunità da valorizzare **nella vendita on line** caratterizzata da un trend crescente. Infine, per quanto riguarda l'aspetto del **digitale legato alla comunicazione**, si evidenzia che la quota di imprese di minori dimensioni presenti sui social media è inferiore rispetto alle aziende di altre classi di addetti.

È evidente come per gli operatori specialistici, privati e pubblici, che affiancano le imprese, tra cui anche le Associazioni di Rappresentanza, si delineano ambiti di intervento per l'esistenza delle imprese, ma anche dell'intero sistema socio-economico. Le Associazioni di Rappresentanza, in particolare, che sin dalle loro origini (anni '40 del secolo scorso), hanno sempre risposto alle esigenze delle imprese relative agli adempimenti necessari all'evolversi del contesto economico, sono ora chiamate a perseguire nel supporto alle imprese per le loro multiformi esigenze legate ai continui e sempre nuovi elementi di competitività fin qui argomentati.

Più in generale sarebbe particolarmente "pericoloso" e "poco intelligente" non cogliere le opportunità che un'economia in movimento può consentire, pur determinando, nella gran parte dei casi, un vero e proprio cambiamento di rotta, a tutti i livelli. **Tutto questo comporta la necessità imprescindibile di investire su nuove competenze e mette in luce l'importanza del ruolo che potrebbero avere i giovani in questo contesto evolutivo, soprattutto per favorire l'introduzione di innovazioni!**



## 5. Appendice

Tavola n.2

### **ADOLFO TERRIBILI DI TERRIBILI FRANCESCO & C. SNC (Rapagnano – FM)**

La Adolfo Terribili di Terribili Francesco & C. SNC si occupa della produzione di nastri trasportatori. L'azienda è presente nel mercato dagli anni '60, periodo in cui nascevano nuove attività imprenditoriali dove risultava necessario l'impiego del loro prodotto.

La Adolfo Terribili di Terribili Francesco & C. SNC attualmente opera in molteplici settori, quali cave e calcestruzzi, smaltimento rifiuti, fonderie, agricoltura, alimentare e cartotecnico e realizza prodotti certificati dove qualità e pregio, durata e robustezza sono caratteristiche peculiari che il mercato, giorno dopo giorno, ha recepito.

Di qui la necessità di ampliare l'attività con un'attenzione continua al mercato ed alle sue esigenze, alle sue evoluzioni, fermenti e modificazioni, adattando di volta in volta il prodotto. La principale innovazione nell'attività è stata quella di creare nastri trasportatori in gomma e pvc personalizzati con stampaggio a caldo di listelli e bordi su disegno del cliente.

L'azienda si avvale della collaborazione di quattro dipendenti oltre al titolare e sua moglie, anche lei socia, impiegata nel settore amministrativo.

Tavola n.3

### **ARREDAMENTI ANCONA SRL (Ancona)**

Ragione sociale: Arredamenti Ancona s.r.l. di M. & M. Paolinelli

sede operativa: Via Franco Scataglini, 3 - Zona ind.le Baraccola sud Ancona

Pay Off: Idee che creano lo spazio

mail: info@arredamentiancona.it

sito: arredamentiancona.it

social:

Facebook: <https://www.facebook.com/arredamentiancona/>

Instagram: arredamentiancona

LinkedIn: Mauro Paolinelli

Anno fondazione: 1976

Arredamenti Ancona è un'azienda storica di produzione artigianale di arredamenti su misura per negozi, abitazioni, bar, locali commerciali in genere, ristoranti e uffici. Presente sul mercato da 4 generazioni, ha innovato nel tempo la sua attività; si occupa di progettazione e realizzazione chiavi in mano dal piccolo al grande arredamento. La falegnameria e il reparto verniciatura interni offrono una produzione di alta qualità; il montaggio viene eseguito da manodopera specializzata interna all'azienda.

I servizi principali riguardano: consulenza, progettazione avanzata, direzione lavori, produzione diretta e montaggio di ambienti, recupero edilizio di abitazioni, ristrutturazioni complete e realizzazioni di mobili per interni (dalle cucine su misura in multistrati a qualunque tipologia di mobile personalizzato).

Ogni servizio è disponibile per tutto il territorio nazionale e all'estero.

Prodotti:

arredamenti contemporanei, arredamenti moderni, arredamenti per negozi, arredamenti bar su misura; arredamenti per gelaterie e pasticcerie; arredamenti per hotel, arredamenti per ristoranti, arredamenti su disegno, arredamenti di cucine in multistrati, arredamenti per ufficio, materassi memory, divani, lampade, sedie, poltrone, arredamenti di lusso, arredamenti per wedding, laccatura e verniciature speciali; elettrodomestici da incasso e a libera installazione di tutte le marche, porte interne, porte blindate, finestre in legno, finestre in alluminio, finestre in pvc; top in quarzo, top in laminam, top in dekton, top in vetro, stampa digitale su qualunque superficie, insegne luminose su misura.

Attività:

falegnameria, laccatura e verniciature speciali, progettazione, partner di Wedding Elite.

Tavola n.4

### **BIOEDIL-VUESSE (Ancona)**

Nata nel 1984 con l'intraprendenza e la determinazione dell'attuale Amministratore Delegato, la BioEdil-Vuesse acquisisce in pochi anni professionalità e competenza specialistica nel mondo della Termoidraulica realizzando numerosi appalti pubblici e privati. Nel 1996 acquisisce la certificazione UNI EN ISO 9001 e l'attestazione SOA per le categorie OS03 – OS28 che la collocano come fornitore serio ed affidabile.

Nel 2014 la BioEdil-Vuesse propone la formula «chiavi in mano» offrendo maggiore Competenza e Convenienza ai propri clienti.

L'Azienda è specializzata nelle **INSTALLAZIONI** e **MANUTENZIONI TERMOIDRAULICHE** da oltre 30 anni nel Centro Italia, realizzando impianti di Grandi Superfici di Vendita, Complessi Industriali e Residenziali, Enti, Hotel, Case di Riposo, Centri Commerciali, Ospedali, Associazioni, Comunità, Centri Sportivi, Supermercati, Banche, Aeroporti e Centri Medici con soluzioni personalizzate.

È composta da 25 professionisti in grado di soddisfare le esigenze dei propri clienti nell'assoluto rispetto dei requisiti e delle normative vigenti. Continui corsi di formazione garantiscono professionalità, efficienza, specializzazione e alto standard qualitativo.

I servizi di pronto intervento 24h su 24h per 365 giorni all'anno, patentini per la conduzione e controllo di centrali termiche e generatori a vapore di elevate potenze e « Terzo Responsabile », permettono ai Tecnici Frigoristi e Bruciatoristi BioEdil-Vuesse di effettuare le manutenzioni con competenza, sicurezza e garanzia.

Web: [www.bioedilvuesse.it](http://www.bioedilvuesse.it) Mail: [info@bioedilvuesse.it](mailto:info@bioedilvuesse.it)

Tavola n.5

### **BRUNORI MARIO & GIORGIO s.n.c. (Jesi - AN)**

L'azienda è stata fondata da MARIO BRUNORI nel 1956 a cui è subentrato suo figlio GIORGIO e oggi la tradizionale passione rivolta alla difesa dei prodotti vitivinicoli autoctoni è portata avanti dai suoi nipoti CARLO e CRISTINA.

Il carattere che si è voluto mantenere nel tempo è quello di azienda familiare, di piccole dimensioni, che consente di seguire personalmente tutto il ciclo di produzione che va dal vigneto alla vinificazione, lavorazione in cantina, imbottigliamento e successiva commercializzazione.

La superficie totale dell'azienda è di 10 ha di cui 7 a vigneto specializzato. E' situata nel comune di San Paolo di Jesi in contrada San Nicolo ad un'altitudine di 200 m. s.l.m. , nella zona centrale del Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico, area particolarmente vocata alla produzione di uve perché favorita dal terreno di tipo argilloso-sabbioso di media collina, garanzia di profumi e corpo del vino e da un'esposizione rivolta a sud, sud-ovest che assicura una corretta maturazione delle uve grazie al giusto equilibrio tra soleggiamento e ventilazione del vigneto.

Tavola n.6

### **IMPRESA DI PULIZIE BUCCOLINI DI RUGANI MANUELA E BUCCOLINI GIANNI SNC (Urbisaglia – MC)**

L'impresa di pulizie BUCCOLINI SNC è costituita dalla società familiare tra madre e figlio, che nel Maggio 2002 ha rilevato l'impresa individuale di Santanatoglia Primo di Macerata (Azienda Trentennale).

Occupi dipendenti di lunga esperienza nel settore ed opera sia in enti pubblici che privati.

I servizi che svolgiamo riguardano la pulizia di rutin di uffici, da reparti di lavorazione industriale e siamo attrezzati per interventi di pulizia straordinaria su fabbricati di piccole e grandi dimensioni.

Siamo attrezzati per eseguire pulizie iniziali su fabbricati nuovi, post cantiere edile ed inoltre svolgiamo interventi di facchinaggio interno, la manutenzione dei giardini e/o aree verdi, fornitura materiali, derattizzazioni e quant'altro.

Prendiamo in esame le modalità di effettuazione del servizio attraverso adozioni di piani di lavoro che permettono di valutare in ogni luogo sia la tipologia dell'intervento effettuato dalla BUCCOLINI IMPRESA DI PULIZIE SNC che la sua frequenza, basandosi sulla richiesta del committente.

Tali scelte permettono alla nostra impresa di valutare con esattezza, sulla base di rilevamenti preventivi e studio delle strutture in esame, interventi da effettuarsi, con relativa identificazione del LAYOUT.

Un adeguato piano di pulizia oltre che a migliorare l'immagine del committente aiuta il benessere del personale in cui vi opera, inoltre adegua lo stato di igiene dei luoghi ai requisiti richiesti dalle vigenti normative.

I miglioramenti raggiungibili attraverso un buon Progetto di servizi riguarderanno:

- Immagine. Il cliente finale che vuole avere garanzie sulla professionalità e sulla qualità dei servizi/prodotti utilizzati si rivolge certamente con maggiore fiducia ad Una Azienda in cui sia sviluppato un vero e proprio sistema di pulizia della struttura denominato "SystemCleaning Professional".

- Professionalità. L'Azienda che opera con tale Progetto offre una prestazione altamente professionale e garantita da un preciso sistema di controllo delle prestazioni effettuate. Ogni addetto esalta le proprie capacità professionali acquisendo un nuovo modo di lavorare "in qualità", ovvero affrontando le situazioni in maniera pro-attiva, prevenendo gli errori e provvedendo al miglioramento costante della propria attività.

- Efficienza. L'adozione di questo Progetto consente di operare con unità di intenti e di indirizzo, ottimizzando così tutti i costi di gestione delle pulizie. Le attività e le responsabilità sono tutte tenute sotto controllo e periodicamente monitorate al fine di individuare i processi di miglioramento da attuare.

- Efficacia. LA BUCCOLINI SNC che opera con questo Progetto è in grado di raggiungere sistematicamente ed integralmente gli obiettivi ed i traguardi definiti, aumentando così nei propri clienti la fiducia e la percezione della qualità dei servizi resi.

- Partnership. LA BUCCOLINI SNC che adotta il System Cleaning Professional sa che è interdipendente con il dealer referente del Progetto. Pertanto un rapporto cliente-fornitore di reciproco beneficio migliora per entrambi la capacità di creare reddito.

Vale la pena sottolineare che l'adozione del "System Cleaning Professional" oltre che un elemento di enorme miglioramento per la pulizia della società, come spiegato in precedenza, rappresenta uno strumento per un miglioramento continuo delle prestazioni richieste attraverso un continuo scambio di informazioni tra i soggetti facenti parte del Progetto. La logica del progetto è dunque quella di fornire vantaggi concreti per tutti gli "attori" presenti nel Progetto (Società committente e Buccolini Snc) ottenendo grandi ed evidenti benefici in termini di: Immagine, Credibilità, Efficienza,

BUCCOLINI SNC ha la sede legale in Via Setificio, 25B,URBISAGLIA.

Sede Amministrativa Via Pesaro, 21, 62100 MACERATA

P.IVA 01457970430

www.impresadipuliziebuccolini.com

mail: [buccolinig@libero.it](mailto:buccolinig@libero.it)

pec BUCCOLINI@TICERTIFICA.IT

tel. 0733506580

3381185940 Gianni Buccolini

FAX 0733366264

Ha conseguito la certificazione ISO 9001:2008 nell'anno 2008.

Tavola n.7

### **LAVANDERIA BOLLE DI SAPONE DI SDRUBOLINI KATIA (Monte Roberto - AN)**

Attenta ai valori dell'ecosostenibilità, dal 1998 opera a Pianello Vallesina di Monte Roberto la lavanderia Bolle di Sapone di Sdrubolini Katia che, accanto al tradizionale core business aziendale, inserisce nuovi servizi anche a domicilio, come lavaggio di tappezzerie, lavaggio tendaggi, lavaggio scarpe in pelle e nabuk, impiega soluzioni innovative per una igiene completa a basso impatto ambientale. Con i saponi alla spina, promuove un limitato utilizzo della plastica e l'abbattimento delle emissioni di anidride carbonica. Per una pulizia senza alcun residuo chimico, utilizza il sistema di sanificazione all'ozono ecologico e naturale che rilascia ossigeno puro dopo l'utilizzo e garantisce una igiene sicura, dagli ambienti all'arredo, dai giocattoli ai capi d'abbigliamento.

Contatti: tel. 0731705019 – mail. lavanderiabolledisapone@gmail.com

Tavola n.8

### **OFFICINA GUIDI GIANLUCA (Falconara Marittima - AN)**

Gianluca Guidi, classe 1971, inizia questo mestiere nel 1987 alle dipendenze del sig. Ricci titolare di un'officina storica di Falconara M. presente sul territorio dal 1956. Quando il sig. Ricci decide di smettere l'attività, siamo nel 1997, per raggiunta età pensionistica, Gianluca decide di iniziare la sua avventura come artigiano. L'azienda fa della formazione tecnica e personale il suo punto di forza ed in breve tempo conquista la sua fetta di mercato. Altro punto di forza è la partecipazione alla vita associativa e sindacale che gli dà un punto di osservazione a 360° sull'evoluzione del territorio. Questo lo porta ad essere il socio fondatore più giovane del CSA, un consorzio unitario, che si occupa prevalentemente di revisioni. Nel 2005 entrano a far parte di un gruppo di aziende che collabora con le scuole per la formazione degli studenti. Ad oggi l'officina, oltre al titolare, conta altre quattro figure, la moglie Barbara, come collaboratrice familiare, una segretaria part time, un operaio specializzato ed un apprendista. "Le auto, nel tempo, si sono molto evolute, ma alcune cose non sono cambiate, continuano ad essere un bene costoso e trasportano noi ed i nostri cari, per questo è importante che siano ben mantenute. La formazione ci ha preparato alla tecnologia, il tempo ci ha insegnato a soddisfare i nostri utenti ed è per questo che ci sentiamo i custodi dell'efficienza delle vostre auto".

Tavola n.9

### **ONORATI SPORT DI SIMONETTA ONORATI & C. SNC (Jesi - AN)**

Le nostre attività principali sono le forniture di abbigliamento e attrezzature sportive alle quali abbiamo affiancato personalizzazioni, premiazioni, abiti da lavoro e oggettistica promozionale.

La nostra storia inizia così: le sorelle Alessia e Simonetta Onorati, unite dalla passione per lo sport ed ex campionesse italiane di pattinaggio corsa, da Roma - città natale - si trasferiscono nelle Marche, a Santa Maria Nuova, e nel 1993 decidono di aprire un negozio specializzato in forniture sportive, continuando così la tradizione familiare del papà Augusto, che, trasmettendo principi e valori, lascia le basi per l'inizio di una nuova attività. Il negozio è avviato, ma la voglia di aprire un laboratorio e produrre direttamente per personalizzare i modelli diventa fondamentale, e così trasformiamo l'attività da commerciale a produttiva. Nasce la necessità di spostarci da Santa Maria Nuova in una città più grande e così nel 2001 ci avventuriamo nell'acquisto dell'attuale locale di 530 mq a Jesi, l'anno dopo apriamo un punto vendita ad Ancona, Zona Baraccola, che per 11 anni veste le maggiori società sportive del capoluogo e dintorni. Poi la situazione economica generale ci fa decidere di concentrare tutto a Jesi.

Ed eccoci qui....

Siamo arrivate a 25 anni di attività, ci presentiamo come ditta giovane e dinamica tutta la femminile, con la voglia di continuare a fornire le società sportive come fosse il primo giorno, ma con in più esperienza maturata in tutti questi anni. La garanzia tra prezzo-qualità, la serietà e la puntualità unite ad una grande passione sono i ns punti di forza.

Vi aspettiamo nel ns punto vendita di Jesi.

Tavola n.10

**PASTA FRESCA “DA CARLA” (Santa Maria Nuova – AN)**

33 anni di attività “con le mani in pasta”.

Un legame intenso con il territorio, puntando sempre sulla qualità delle materie prime e sul rapporto di amicizia e fiducia con la clientela. Nel 1985, a soli 22 anni, ho iniziato la mia attività, con la collaborazione di mio fratello Luciano. In un piccolo paese come Santa Maria Nuova, è per noi un grande traguardo, a cui contribuiscono in particolar modo i clienti che da tutti questi anni accordano la loro preferenza al nostro punto vendita e al laboratorio, sito in centro in Piazza Magagnini 35. Ho diversificato la produzione negli anni, introducendo nuove ricette e sapori, pur preservando l'essenza del gusto, la genuinità e puntando sulla tipicità del prodotto di ottima qualità, tramite la scelta accurata delle materie prime, prodotti freschi selezionati di prima scelta, nel rispetto della tradizione culinaria della zona. Nel corso degli anni ho poi introdotto anche svariati prodotti di rosticceria. Tutti i cibi sono realizzati interamente in azienda, comprese olive ripiene e gnocchi di crema, sempre con la garanzia di prodotto fresco e di qualità. Mi sono specializzata inoltre nella fornitura di pranzi da asporto, anche per comitive numerose.

Tavola n.11

**SPAZIO INDEFINITO S.A.S. DI DINI ANDREA & C. (Ancona)**

Società nata nel 2000 per fornire servizi innovativi alle imprese.

Cresciuta nel mondo dell'Information and Communication Technology, si occupa di analisi, sviluppo e formazione di soluzioni digitali fortemente personalizzate.

Fornisce da sempre ai propri clienti gli strumenti innovativi più adatti alla realtà aziendale esistente.

Ha sviluppato negli anni numerose piattaforme software per imprese pubbliche e private.

Ha acquisito un know-how tale da poter sviluppare soluzioni personalizzate per i più differenti settori di business, dal medicale al manifatturiero, dal gestionale al ludico.

Ha pacchettizzato alcune soluzioni software che promuove tramite i nuovi canali web e vende direttamente ad imprese e professionisti.

Entrata in Confartigianato nel 2005, ha cercato di apportare il proprio contributo nel migliorare la conoscenza degli strumenti ICT applicati al business.

Dal 2010 al 2016 ha conseguito e mantenuto la certificazione ISO 9001:2008 nei settori EA33 (progettazione, produzione, installazione ed assistenza di sistemi ed applicazioni software stand-alone e distribuite in rete intranet ed internet) ed EA37 (progettazione ed erogazione di corsi di formazione professionale su sistemi e pacchetti software).

Dal 2015 ha investito principalmente nella divisione di ricerca e sviluppo, affiancando e contribuendo alla nascita, nel febbraio 2018, di una nuova startup innovativa, Encablist Srl, volta alla creazione, produzione e commercializzazione a livello nazionale ed internazionale di un prodotto innovativo di largo consumo con i relativi accessori (disponibile su Amazon dal mese di maggio 2018).

## **SPIDER SYSTEM SAS (Senigallia - AN)**

### **PRESENTAZIONE AZIENDA:**

Spider System è una software house di Senigallia (provincia di Ancona) costituita nel 1996. Ci occupiamo di *SOLUZIONI SOFTWARE GESTIONALI* per aziende di vari settori: dal commercio alla produzione, dall'artigiano all'impiantista, settore automotive, retail, beauty. Offriamo Soluzioni Standard e/o Personalizzate dalla micro, piccola azienda fino alla società strutturata sul territorio marchigiano e nazionale; offriamo i ns. servizi ad oltre 250 clienti. Partendo dalle esigenze del cliente facciamo un'attenta analisi indispensabile per configurare la soluzione più adeguata; quindi provvediamo all'installazione, formazione ed assistenza nel tempo. Come artigiani del software cuciamo la soluzione come un vestito su misura. Con noi mai più "lavoro fermo" in attesa di assistenza; contattandoci siamo in grado di risolvere immediatamente i problemi tramite interventi in tele-assistenza / supporto remoto online. La ns. mission è "*FORNIRE PRODOTTI E SERVIZI PER LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE*". Il nostro sito [www.spidersystem.it](http://www.spidersystem.it) mostra in modo strutturato e con esempi ciò che forniamo.

### **STORYTELLING:**

Il nostro staff è ben formato sia sotto il profilo tecnico (programmazione e Know-how) che nella conoscenza di problematiche di gestione aziendale (anche articolate), ed opera in ambiente Windows con database relazionali.

La soluzione di base proposta, il SOFTWARE ADVANCE ®, come standard prevede le aree:

- gestione anagrafiche clienti, fornitori, articoli e tutte le tabelle correlate
- gestione documenti (preventivi, ordini, documenti di trasporto, fatture di varie tipologie)
- gestione magazzino (carico, scarico e giacenze, inventario, riordino)
- gestione scadenze (Ri.Ba. elettroniche e castelletto, bonifici e rimesse dirette)
- gestione contabilità (fiscale oppure per uso interno fino alla gestione di bilanci e/o cespiti)

ADVANCE è una soluzione modulare per cui possono essere configurate solo le aree di interesse.

All'interno di ogni area sono presenti varie funzionalità per avere sotto controllo tutta l'azienda.

Accrescendo il parco clienti si è reso necessario proporre soluzioni verticali per alcuni settori.

Per questo motivo sono nate soluzioni dedicate:

- ❖ ADVANCE AUTOMOTIVE per autofficine, autoricambi ed autocarrozzerie
- ❖ ADVANCE COMMESSE per impiantisti (elettrico, idraulico), edili, altre (nautica, allestimenti)
- ❖ ADVANCE RETAIL per negozi al dettaglio (petshop, emporio, ferramenta, casalinghi, etc.)
- ❖ ADVANCE AFRODITE per centri estetici, centri benessere e spa
- ❖ ADVANCE PRODUZIONE per le aziende di produzione e/o conto terzi

#### ADD-ON:

Le nuove conoscenze ci hanno permesso di

- ✓ Migliorare la comunicazione in modo efficace
- ✓ Pubblicare il nuovo sito [www.spidersystem.it](http://www.spidersystem.it) in modo consapevole
- ✓ Introdurre il CONTROLLO DI GESTIONE (esempio marginalità previste in offerte, andamento di acquisti e vendite, riepiloghi dei vari reparti dell'azienda, etc.)
- ✓ Realizzare il CRM INTEGRATO COL GESTIONALE fruibile nel lavoro quotidiano.

In riferimento al CRM, in modo semplice e veloce, si possono registrare informazioni qualitative da affiancare alle informazioni quantitative per avere una panoramica completa dei clienti e fornitori.

In estrema sintesi riepiloghiamo come funzionalità:

- Gestione stato documento ed esito offerte
- ALERT fatturato clienti in calo confrontato tra più periodi
- Andamento delle vendite su base budget previsionale
- Registrazione lamentele e segnalazioni (per prezzo, consegna, qualità prodotti)
- Registrazione contatti e visite clienti nell'ottica di svolgere delle attività entro una certa data
- Registrazione delle attività svolte e da svolgere in Azienda (attività 1 to 1 oppure di gruppo)

Il CRM è così efficace che permette di avere in automatico un "mansionario" per il personale; ogni figura in Azienda ha un elenco di attività cadenzate da svolgere e le informazioni raccolte sono utili nelle riunioni periodiche affinché tutti possano condividere risultati e problematiche da affrontare.

#### SISTEMA APERTO:

Spider System propone un "SISTEMA APERTO" per soluzioni avanzate.

Siamo propensi a collaborazioni nel settore IT lavorando con clienti strutturati per cui

- ❖ Il Gestionale ha un sistema di import dati (esempio aggiornamento listini, prezzari, etc.)
- ❖ Il Gestionale prepara il file per invio delle Ri.Ba. elettroniche per il Remote Banking
- ❖ Il Gestionale prepara le fatture P.A. (pubblica amministrazione) per l'invio previsto per legge
- ❖ Il Gestionale esporta trasferisce i dati a chi gestisce la contabilità esterna (commercialisti)
- ❖ Il Gestionale si integra con dispositivi di automazione (terminali barcode, registratori di cassa)
- ❖ Il Gestionale può essere interfacciato con magazzini verticali robotizzati
- ❖ Il Gestionale scambia dati col sito web / e-commerce
- ❖ Il Gestionale scambia dati con sistemi di progettazione grafica (esempio SOLID ADGE)
- ❖ Il Gestionale può scambiare dati con macchine a controllo numerico (riferimento Industria 4.0)

#### Riferimenti e fonti dati

Confartigianato (2018), Digitalizzazione della produzione e delle relazioni delle piccole imprese: analisi di alcune evidenze statistiche, marzo

Confartigianato Marche (2018), Focus "Quali servizi per quali imprese: traiettorie evolutive per una nuova competitività", in TrendMarche 2017/I, gennaio

Istat (2017), Cittadini, Imprese e ICT, dicembre

Istat (2018), I.stat. Il datawarehouse dell'Istat

