

PIQ
Prodotto Interno di Qualità
Una nuova misura della qualità
per Roma e il Lazio



**UNIONCAMERE
LAZIO**

CAMERE DI COMMERCIO DEL LAZIO

PIQ - PRODOTTO INTERNO DI QUALITÀ UNA NUOVA MISURA DELLA QUALITÀ PER ROMA E IL LAZIO

**A cura di
Symbola**

Roma, ottobre 2009

Studi e Ricerche di Unioncamere Lazio

Il presente rapporto è il frutto della collaborazione tra Unioncamere Lazio, Camera di Commercio di Roma e Fondazione Symbola.

Hanno collaborato:

Per il Sistema camerale:

Carla Messina Vice Segretario Generale CCIAA di Roma, Luigia Preziuso Responsabile Area Studi e Ricerche di Unioncamere Lazio, Olivia Cosimi Area Studi e Ricerche di Unioncamere Lazio, Dario Fiore Ufficio Relazioni Istituzionali CCIAA di Frosinone, Sandra Verduci Ufficio Studi CCIAA di Latina, Maria Forte Ufficio Studi CCIAA di Roma, Isabella Morandi Ufficio di Presidenza CCIAA di Roma, Rosa Carozza Ufficio Studi CCIAA di Viterbo.

Per Symbola:

Domenico Sturabotti Direttore Generale, Sara Consolato Ufficio Ricerche, Viviana Forcella Ufficio eventi, Annalisa Giachi Ricercatrice Senior PEGroup.

Coordinamento scientifico:

Livio Barnabò Presidente PEGroup, Fabio Renzi Segretario Generale Symbola.

Si ringraziano, infine, per il loro apporto alla realizzazione del lavoro di ricerca, i partecipanti ai focus group per la filiera dei servizi alla persona e del sistema moda e tutte le persone intervistate.

ISBN 978-88-89528-15-0

© 2009 Unioncamere Lazio

Via de' Burrò 147 - 00186 Roma

www.unioncamerelazio.it

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo sono riservati esclusivamente ad Unioncamere Lazio.

La deroga a tale esclusiva è ammessa solo nel caso in cui venga citata la fonte.

Indice

PRESENTAZIONE	5
PREFAZIONE	7
PREMESSA	9
1. Un quadro regionale della qualità	13
2. Il PIQ: misurare la qualità della regione Lazio e la provincia di Roma	19
2.1. La dimensione settoriale del PIQ regionale e la stima della qualità nei principali comparti produttivi del manifatturiero e dei servizi	20
2.1.1. Il PIQ per il terziario e i servizi	22
2.1.2. Il PIQ del commercio e del turismo	24
2.1.3. Il PIQ del settore chimico-farmaceutico	27
2.1.4. Il PIQ del comparto agroalimentare	28
3. Le dimensioni del PIQ regionale e della provincia di Roma	33
3.1 Ambiente e territorio	35
3.2 Capitale Umano.....	38
3.3 Innovazione tecnologica e sociale.....	42
3.4 Posizionamento competitivo	45
4. Gli approfondimenti settoriali della qualità	49
4.1. Il Sistema moda	49
4.1.1. Il concetto di qualità nel sistema moda.....	49
4.1.2. Il PIQ nel sistema moda: i risultati del Lazio	52
4.1.3. I risultati del PIQ del sistema moda per le singole accezioni di qualità.....	56
4.2. Il PIQ della filiera dei servizi alla persona	60
4.2.1. Il concetto di qualità nei servizi socio assistenziali.....	60
4.2.2. Il PIQ nella filiera dei servizi alla persona: i risultati per il Lazio.....	63
Allegato 1 - Nota metodologica	69
A.1.1. La sfida della qualità e l'approccio di Symbola rispetto alle tematiche del superamento del PIL.....	69
A.1.2. La metodologia di calcolo del PIQ regionale	71
Allegato 2 - Elenco degli indicatori utilizzati per l'indagine quantitativa del Lazio	75
Allegato 3 - Il Panel degli esperti utilizzati per l'indagine qualitativa	79
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....	81

Presentazione

Il dibattito in atto a livello mondiale sui misuratori della ricchezza ha reso sempre più evidente come il PIL sia un indicatore sintetico, efficace per comprendere le performance dell'economia di un territorio, ma non esaustivo per cogliere appieno la complessità delle dinamiche socio-economiche: presupposto, quest'ultimo, fondamentale per indirizzare in modo adeguato l'azione di tutti gli attori coinvolti nel processo di sviluppo di un sistema economico.

È in quest'ottica che Unioncamere Lazio, dedita da anni ad attenti studi dello scenario economico e produttivo regionale, ha realizzato, in collaborazione con la Camera di Commercio di Roma, una ricerca – la prima del genere in Italia – finalizzata a misurare la qualità dell'economia di Roma e del Lazio attraverso gli innovativi parametri del PIQ (Prodotto Interno di Qualità) messi a punto dalla Fondazione Symbola.

Ormai da alcuni anni il Lazio sta mostrando un dinamismo e una vivacità imprenditoriale superiori alla media del Paese, e che persistono pur in presenza di una congiuntura economica particolarmente critica. I principali indicatori economici ci dicono che nel territorio è in atto un processo di consolidamento e qualificazione complessivo dell'economia che trova il suo punto di forza nell'innovazione, nei servizi avanzati e in un settore manifatturiero in fase di riposizionamento competitivo e di riqualificazione.

Il Lazio è una regione che ha scelto di puntare sull'innovazione e oggi vanta eccellenze molteplici e ben distribuite sul territorio, come i poli dell'aerospaziale, dell'elettronica, del biochimico e il distretto dell'audiovisivo. È una regione che ha accettato la sfida delle energie rinnovabili, come dimostra l'attività dei poli di ricerca sull'idrogeno, sul solare organico e sulla mobilità sostenibile che pongono la regione al centro della ricerca internazionale di settore.

Il Lazio è anche una regione che ha reinterpretato in chiave nuova la sua naturale vocazione turistica, puntando a promuovere l'attrattività del territorio non solo in termini di ricchezze storiche e culturali, ma anche di offerta di un sistema formativo di eccellenza e di presenza di grandi infrastrutture materiali e immateriali.

I risultati del PIQ Lazio confermano questo progressivo orientamento alla qualità dell'intera economia regionale: la percentuale di PIL regionale di buona qualità è nettamente superiore alla media nazionale.

In questo contesto, la città di Roma spicca come polo di attrazione di qualità a livello nazionale e internazionale.

La lettura che emerge dal PIQ conferma, dunque, l'ambizione del Lazio a diventare un'economia basata sulla conoscenza e sulla valorizzazione degli asset locali, e capace di coniugare competitività e benessere sociale.

Il sistema camerale del Lazio, in linea con l'impegno assicurato negli ultimi anni per favorire la creazione di un contesto territoriale competitivo, è pronto a sostenere la spinta alla crescita, all'innovazione e alla qualità della nostra regione, incentivando la massima collaborazione tra le Camere di Commercio e tutti i protagonisti istituzionali, economici e sociali coinvolti nelle dinamiche di crescita territoriale su tutte le iniziative utili per lo sviluppo.

Andrea Mondello
Presidente Unioncamere Lazio

Prefazione

Marcel Proust sosteneva che un vero viaggio di scoperta non è cercare nuove terre ma avere nuovi occhi. È per guardare con nuovi occhi all'economia italiana che Symbola ha dato vita al Prodotto Interno Qualità (PIQ), uno strumento per misurare quanta della nostra economia è legata alla qualità. Negli ultimi anni vi sono stati molti tentativi di individuare nuovi parametri capaci di misurare beni intangibili, come la coesione sociale, il patrimonio culturale, la felicità. Difficile non richiamare alla memoria il discorso di critica al PIL tenuto da Bob Kennedy il 18 marzo 1968 e la sua conclusione: "il Prodotto Interno Lordo misura tutto eccetto ciò che rende la vita meritevole di essere vissuta, e può dirci tutto sull'America, eccetto se siamo orgogliosi di essere americani". Recentemente il presidente francese Sarkozy ha incaricato i due premi Nobel, Joseph E. Stiglitz e Amartya Sen, di avviare un'indagine sulle nuove misure di performance economica e sociale. L'obiettivo del PIQ è più limitato e al tempo stesso più ambizioso: scavare dentro il PIL, con tutti i suoi limiti, per trovare nei singoli comparti quanta parte dell'economia italiana è legata alla qualità. Troppe volte le letture della nostra economia sono risultate sbagliate. Come quando nel 2006 il capo della ricerca della Goldman Sachs, Jim O'Neill, liquidò l'Italia sostenendo che le rimaneva solo "il cibo e un po' di calcio". Peccato che da allora, prima della crisi in corso, le nostre esportazioni sono cresciute di oltre il 40% anche nei settori più tradizionali e che nel 2008 l'Italia abbia raggiunto la sua più alta quota di mercato nell'export complessivo di manufatti dei Paesi del G-6. Proprio per affinare una lettura dell'economia Italiana capace di coglierne le reali dinamiche e i punti di forza abbiamo elaborato nel 2007 il primo PIQ nazionale che ora con questo lavoro, grazie alla collaborazione e al sostegno di Unioncamere Lazio, trova una sua prima applicazione regionale e provinciale. Un contributo all'individuazione di quei punti di forza sui quali il Lazio e Roma devono puntare per uscire da una crisi che anche qui morde interi comparti produttivi, in particolare manifatturieri. Esiste infatti una larga condivisione sui nostri punti di debolezza: dal debito pubblico al deficit infrastrutturale, dagli scarsi investimenti pubblici nella ricerca fino all'illegalità. E tuttavia c'è un Lazio che in questi anni ha puntato sull'innovazione e sulla qualità come indicato dal valore del PIQ regionale pari al 50,33% (pari a circa 71.000 mln di euro) e del PIQ della provincia di Roma pari al 55,40%, pari a 62.230,7 mln di euro. Basti vedere il distretto dell'audiovisivo localizzato nella provincia di Roma che coinvolge più di 48 mila addetti e assorbe il 70% delle imprese cinematografiche e audiovisive del Paese. Dal polo industriale chimico-farmaceutico del Lazio meridionale - primo in Italia per valore aggiunto prodotto - alle eccellenze agroalimentari che per numero di produzioni certificate posizionano la regione davanti a nazioni come l'Austria. Esperienze che per essere più forti hanno bisogno di mettersi in rete e di riconoscersi nel comune progetto. È troppo presto per dire se Roma entrerà nella competizione internazionale per l'aggiudicazione delle Olimpiadi 2020, ma una cosa è certa dovrà sicuramente lavorare per costruire un futuro migliore e accettare la sfida della qualità puntando da un lato sulla sua forte identità e la sua storie, dall'altro sulla green economy, l'innovazione e il talento.

Ermete Realacci
Presidente Symbola

Premessa

Il dibattito sui limiti del PIL e sulla necessità di costruire nuovi modelli interpretativi delle società e delle economie nazionali anima ormai, da alcuni decenni, le riflessioni degli economisti e dei policy makers. Difficile non richiamare alla memoria il discorso sul PIL tenuto da Bob Kennedy il 18 marzo 1968 e la sua conclusione: “Il Prodotto Interno Lordo misura tutto, eccetto ciò che rende la vita meritevole di essere vissuta”.

Il tema è diventato più che mai attuale negli ultimi anni, in cui i nuovi scenari dell'economia globale hanno riportato alla ribalta la necessità di misurare con parametri nuovi il progresso sociale e il benessere dei Paesi. Nel 2006 l'OCSE ha lanciato il Global project on measuring the Progress of society; tra la fine del 2007 e gli inizi del 2008 la Commissione europea ha organizzato i convegni «Al di là del PIL», e «Una verità comoda», le cui conclusioni sono confluite nel Parere del Comitato economico e sociale europeo sul tema “Oltre il PIL: strumenti per misurare lo sviluppo sostenibile” (2009/C 100/09), dove si afferma con chiarezza che il PIL costituisce un buon strumento di valutazione quando si tratta di misurare prestazioni economiche, ma che non sussiste alcun nesso diretto fra la crescita economica e i progressi legati ad alcuni aspetti della qualità della vita. Anzi, alcune ricerche mettono in evidenza che l'incremento dei livelli di ricchezza economica dei territori può anche tradursi in una riduzione complessiva della qualità e del benessere sociale.

La consapevolezza della necessità di individuare nuovi strumenti di lettura dell'andamento dei sistemi economici è stata accelerata dalla crisi economica internazionale, che ha fatto emergere in maniera drammatica l'insufficienza e l'inadeguatezza dei tradizionali approcci di analisi che non sono stati in grado né di prevedere la crisi né tanto meno di indagarne a fondo le cause sistemiche.

La Fondazione Symbola ha inteso inserirsi da protagonista in questo dibattito e si è posta l'obiettivo di misurare con il PIQ – Prodotto Interno Qualità – quanta parte dell'economia possa essere considerata di qualità. La “Qualità” diventa la chiave interpretativa con cui leggere l'economia.

A differenza degli altri indicatori di misura del benessere, il PIQ è uno strumento fortemente connesso al PIL, del quale costituisce un'integrazione necessaria grazie alla valutazione di aspetti che, pur non generando immediatamente flussi monetari, sono tipici della qualità del *Made in Italy*. Il Prodotto Interno di Qualità è, infatti, un valore monetario, in Euro correnti, delle produzioni “di buona qualità” calcolato individuando la quota percentuale delle produzioni di qualità in ciascun settore e moltiplicandola per il rispettivo valore aggiunto.

La metodologia del PIQ, che ha già trovato applicazione a livello nazionale, viene declinata per la prima volta a livello regionale e provinciale grazie all'iniziativa di Unioncamere Lazio e dalla Camera di Commercio di Roma. Essa parte dai 24 settori per i quali l'ISTAT diffonde dati ufficiali regionali di ripartizione del valore aggiunto e ne calcola la percentuale di qualità a livello territoriale e settoriale. Tale percentuale di qualità è il risultato di un percorso che utilizza ed

integra metodologie di tipo quantitativo e qualitativo.

Per evitare possibili distorsioni dovute all'andamento annuale, l'analisi è stata condotta sulla base della media del valore aggiunto del triennio 2004-2006.

Dal punto di vista qualitativo, è stata effettuata un'indagine panel nella quale è stato chiesto agli interlocutori di valutare la qualità complessiva del proprio settore a partire da quattro accezioni di qualità¹:

1. **qualità ambientale**, che prende in considerazione i temi della sostenibilità ambientale e della valorizzazione delle risorse naturali;

2. **capitale umano e territorio**, che riguarda la capacità di un comparto di valorizzare le competenze delle risorse umane, nonché di creare sinergie tra prodotto e territorio;

3. **innovazione tecnologica e sociale**, che analizza la gestione del ciclo dell'innovazione, tanto in termini di fattori di *input* (ricerca e sviluppo, processi informali) che in termini di *output* (innovazioni introdotte a livello di processo e di prodotto);

4. il **posizionamento competitivo**, che prende in considerazione la qualità intrinseca e percepita del prodotto, gli elementi intangibili di valore, il grado di successo sui mercati internazionali².

L'**indagine quantitativa**, introdotta per la prima volta nell'analisi del PIQ del Lazio, ha portato a ricostruire, a partire dalle 4 accezioni di qualità sopra descritte, indicatori sintetici regionali e settoriali che hanno consentito di irrobustire notevolmente l'analisi.

La sintesi delle due metodologie ha portato alla stima finale del PIQ.

I risultati dell'analisi sono confortanti e indicano che la parte del PIL regionale che può essere considerata di buona qualità è pari al 50,33%, – valore nettamente superiore alla media nazionale (44,3%) – per un valore economico di circa 71.000 milioni di euro di qualità. La percentuale di qualità riferita alla provincia di Roma è invece del 55,40%, leggermente superiore al dato regionale e corrisponde, in termini monetari, a 62.230,7 milioni di euro di qualità. Su questo dato incide chiaramente la presenza della Capitale, che pesa in misura determinante sull'intero sistema economico regionale.

In termini settoriali, il Terziario è il primo componente del PIQ del Lazio e contribuisce per 58.550 milioni di euro (quindi per ben l'82,44%) alla qualità regionale. In particolare, il segmento relativo ai servizi alle imprese, alle attività professionali e alla ricerca e sviluppo produce qualità per 18.499 milioni di euro (su un valore aggiunto medio nel triennio 2004-2006 pari a circa 36.541 milioni di euro).

Il settore Manifatturiero contribuisce alla qualità regionale per 11.030,34 milioni di euro, con un PIQ medio del 53,4%. L'analisi mette in evidenza l'ottimo posizionamento di alcune filiere strategiche del territorio regionale e provinciale, come il polo chimico-farmaceutico (PIQ pari al 57,8%, con 1.424 milioni di euro di qualità), che è il secondo in Italia (dopo la Lombardia)

¹ L'indagine, svolta nel periodo febbraio-maggio 2009, è stata condotta attraverso la somministrazione di un questionario on line a circa 50 persone ed ha coinvolto istituzioni regionali, imprese, esperti di settore, associazioni di categoria.

² Per quanto riguarda la qualità intrinseca del prodotto, non si sono inclusi solo i prodotti di nicchia di assoluta eccellenza ma anche quei manufatti che superano i livelli *standard* per posizionarsi ad un livello medio-alto.

per numero di addetti alla Ricerca e Sviluppo e per investimenti in ricerca e sviluppo; la meccanica avanzata (PIQ pari al 54,2%, con 1.466 milioni di euro di qualità), grazie ai recenti investimenti nel settore aerospaziale, elettronico ed informatico; il comparto della logistica, dei trasporti e delle comunicazioni (PIQ pari al 49%, con 7.327 milioni di euro di qualità), grazie alla localizzazione a Roma di molte grandi imprese operanti nei servizi a rete e nelle utilities.

La parte finale della ricerca illustra i risultati di due focus group settoriali, relativi alla filiera dei servizi alla persona e al sistema moda laziale, che hanno coinvolto istituzioni, imprese e esperti di settore a livello regionale e nazionale.

La filiera dei servizi alla persona nel Lazio produce buona qualità per 3.961 milioni di euro, con un PIQ pari al 52,5%. Il dato è il risultato dello sforzo che, a partire dal 2000, è stato fatto per aumentare la capacità di accoglienza delle strutture e dei servizi socio-assistenziali nel territorio regionale, sforzo testimoniato dalle 2462 strutture e servizi attualmente presenti nella regione, nelle quali si stima operino circa 26.000 persone e 329.000 utenti.

La filiera della moda presenta anch'essa una buona percentuale di PIQ, pari a circa il 52%, che corrisponde a più di 230 milioni di euro di qualità. Si tratta di un dato soddisfacente che testimonia e conferma le enormi potenzialità di sviluppo e di evoluzione di un comparto che è stato fino ad oggi piuttosto "sotto traccia" ma che invece, se adeguatamente sostenuto e valorizzato, potrebbe diventare una nicchia di specializzazione importante per la competitività dell'economia regionale. L'indagine qualitativa ha messo in evidenza le numerose eccellenze del sistema romano e ha confermato il ruolo strategico di Altaroma nel valorizzare il patrimonio di esperienze e competenze esistenti sul territorio e promuovere la città di Roma come palcoscenico privilegiato per l'Alta moda.

1. Un quadro regionale della qualità

Ormai da alcuni anni la regione Lazio sta mostrando un dinamismo superiore alla maggior parte delle regioni italiane. Le numerose analisi effettuate a livello regionale evidenziano come la regione stia attraversando una fase di trasformazione e ripensamento della propria struttura produttiva che segue due direttrici: lo sviluppo di un Terziario Avanzato, e la riqualificazione del sistema manifatturiero¹.

Il Lazio, grazie al suo peso nel sistema economico italiano e alla sua crescente capacità innovativa, è tra le regioni leader dell'Unione Europea, come dimostrano le analisi comparative sugli indicatori di Lisbona che evidenziano il dinamismo della regione (nel periodo 2002-2007) rispetto ad alcuni indicatori chiave²:

- il **PIL regionale** cresce dell'8,4% (da 129 miliardi di euro nel 2002 a circa 140 miliardi nel 2007), con un incremento superiore alla media dell'Unione Europea (+4,5%);

- il **PIL regionale pro capite**, pari a circa € 25.186, risulta superiore alla media Italia (€ 22.796) e maggiore di circa il 15% della media UE (€ 23.428);

- la **produttività per occupato**, pari a € 57.425, pone il Lazio in quarta posizione nella classifica delle regioni italiane (dato medio Italia: € 54.074) e in 33° posizione a livello europeo (dato medio UE: € 52.405);

- la **distribuzione degli occupati tra i diversi comparti**, che vede nel Lazio circa l'80% di occupati nei servizi e il 20% nel manifatturiero, colloca il territorio a pieno titolo tra le aree europee a maggiore specializzazione terziaria (in sesta posizione dopo Bruxelles, Londra, Stoccolma, Ile de France e Berlino). A ciò si deve aggiungere che il 19,2% degli addetti al terziario opera

¹ Si fa qui riferimento in particolare a tre tipi di indagine: 1) le analisi di contesto contenute nel POR FESR e nel POR FSE 2007-2013, 2) le indagini congiunturali e strutturali realizzate dalle Camere di Commercio laziali e da Unioncamere Lazio e 3) il Documento di Programmazione Finanziaria 2009-2011 del Comune di Roma "Un nuovo ciclo di sviluppo per Roma Capitale".

² Cfr. SVILUPPO LAZIO, *Sviluppo economico ed innovazione: il Lazio e la sfida europea*, I quaderni di Sviluppo Lazio, anno III- n. 1, 2006, oppure SVILUPPO LAZIO, *Rapporto sulla Finanza Locale del Lazio 2007*, 2007.

in comparti ad alta tecnologia, e su questo specifico aspetto il Lazio occupa posizioni di tutto rilievo rispetto ad altri territori europei;

- il **tasso di scolarizzazione superiore**, pari nel Lazio al 83%, è superiore sia alla media Italia (75%) sia alla media UE (77,8%); i laureati inoltre costituiscono circa il 20% della popolazione nella fascia di età dai 25 ai 64 anni (a fronte del 14,5 % del dato medio nazionale), a conferma del primato del territorio come regione italiana a più alto livello di capitale umano;

- le **spese in Ricerca e Sviluppo** del settore pubblico e privato, pari all'1,9% del PIL, collocano il Lazio in prima posizione su base nazionale e in 36° posizione a livello europeo, con un ritardo che in questo caso dipende dall'insufficiente capacità di sviluppare processi di trasferimento tecnologico;

- secondo il **Regional National Summary** (RNSII), che è un'applicazione regionale del *National Innovation Index*, il Lazio, con un indice pari a 0,57 (in una scala che va da 0 a 1) risulta essere in ogni caso la prima regione italiana per potenziale innovativo complessivo.

I dati più recenti sulla struttura produttiva laziale confermano una dinamicità e una vivacità delle imprese unica nel panorama nazionale. Alla fine del 2008 nel Lazio vi erano 584.701 imprese registrate (+1,1% rispetto all'anno precedente), che rappresentano quasi il 10% dell'intero sistema produttivo nazionale. Il Lazio risulta quindi la seconda regione dopo la Lombardia per numerosità di imprese registrate e la prima per saldo tra imprese iscritte e cessate (6.275 unità). Tra il 2002 e il 2008 il numero di imprese è cresciuto dell'11,4%, dato anch'esso ampiamente superiore a quello medio nazionale (+4,7%). La struttura produttiva mostra inoltre una certa solidità, come dimostra il dato sulle società di capitali, che rappresentano il 34,58% del totale (contro il 20,75% dell'Italia).

L'insieme di questi indicatori confermano l'esistenza di un processo di consolidamento e qualificazione complessivo dell'economia regionale che ha il suo elemento di sviluppo strategico nell'economia dell'innovazione e dei servizi, ma che poggia anche su una struttura manifatturiera in fase di riposizionamento competitivo e di riqualificazione.

L'idea del Lazio come "regione della qualità" rimanda a due fattori di distintività e di eccellenza su cui il territorio sta sviluppando progetti e iniziative strategiche.

In primo luogo il Lazio si sta configurando come polo manifatturiero multispecializzato con eccellenze molteplici e ben distribuite sul territorio:

- **l'industria digitale**: il Lazio è diventato il primo polo italiano dell'industria italiana dell'audiovisivo, del tempo libero e dell'*entertainment*. Il fatturato complessivo del comparto, nel 2007, è stato pari a circa un miliardo e 490 milioni di euro con incremento, rispetto al 2006, pari al 19%. Più in generale, solo a Roma, il settore dell'audiovisivo genera lavoro per 15mila persone³;

- **il settore aerospaziale, aeronautico e aeroportuale**: la presenza del più importante hub aeroportuale italiano (Fiumicino) e del distretto tecnologico dell'aeronautica fanno del Lazio una piattaforma importante per le imprese che vogliono operare in questo comparto, anche grazie alla presenza dell'ESA;

³ Fonte: Istituto di Economia dei Media (Iem) e Fondazione Rosselli, *Rapporto 2009 sul Mercato della fiction italiana nel contesto internazionale*, 2009

- **la filiera metalmeccanica e chimico-farmaceutica**, che fanno dell'area di Latina e Frosinone e Pomezia il più importante polo industriale dell'Italia Centrale con aziende di medie e grandi dimensioni che, a dispetto di quanto si poteva prevedere qualche anno fa, continuano a rimanere e ad investire sul territorio svolgendo una funzione importante di "motore" per tutta l'economia regionale;

- **il settore agroalimentare**, che si sta qualificando non solo dal punto di vista produttivo, ma anche commerciale, facendo del Lazio (e in particolare dell'area di Latina) la piattaforma di commercializzazione dei prodotti agroalimentari più importante del Centro Italia.

In secondo luogo il Lazio sta potenziando fortemente la sua vocazione di regione accogliente e attrattiva: il Lazio sta cercando, non senza difficoltà, di reinterpretare in chiave nuova la sua naturale vocazione turistica con l'obiettivo di promuovere non solo le sue straordinarie ricchezze storiche, artistiche e culturali, ma un *mix* funzionale fatto di:

- **offerta educativa e formativa** (le numerose Università di Roma ma anche quelle di Rieti e Viterbo);

- **grandi infrastrutture materiali e immateriali** (il sistema aeroportuale, i grandi assi viari, i Parchi scientifici e tecnologici, il Polo fieristico);

- **servizi terziari evoluti.**

Il processo di qualificazione dell'economia regionale interessa in primo luogo la *provincia di Roma*, in cui la Capitale svolge il ruolo di polo attrattore per lo sviluppo di attività direzionali tipiche delle grandi metropoli europee.

Polo di riferimento internazionale e Capitale funzionale del Paese, Roma presenta un percorso evolutivo molto dinamico caratterizzato da un *mix* di fattori tipici delle grandi realtà metropolitane. Roma è "città della conoscenza", grazie alla presenza di sedi accademiche di spicco e di laboratori scientifici, ma è anche "città creativa" nella quale le attività del terziario avanzato rappresentano un fattore di sviluppo di particolare rilevanza. Oltre al terziario è poi cruciale anche il progressivo orientamento alla qualità di alcuni segmenti del manifatturiero: Roma è il principale tra i poli italiani dell'industria dell'audiovisivo, dell'*entertainment* e del tempo libero e sta acquisendo una posizione di tutto rilievo come "città delle tecnologie aerospaziali" grazie alla presenza di un distretto tecnologico dedicato.

Anche le altre province laziali si stanno orientando verso uno sviluppo economico incentrato sulla qualità e l'innovazione.

Rieti, ad esempio, provincia tradizionalmente isolata dal resto del territorio regionale dal punto di vista geografico e infrastrutturale, sta adottando un modello di sviluppo basato sulla valorizzazione delle qualità locali e sul riposizionamento del sistema manifatturiero attraverso asset più innovativi e specialistici. I buoni risultati del Sistema Produttivo Locale dell'Innovazione che sta diventando un volano importante per le azioni di sostegno alla ricerca e all'innovazione, le numerose iniziative per il rilancio del comparto agroalimentare, che si basa su alcuni prodotti di eccellenza non ancora pienamente valorizzati (come l'olio DOP della Sabina, la castagna IGP, le produzioni di carni), la valorizzazione dell'ambiente attraverso la promozione delle energie alternative e le

azioni di riconversione dell'area del Terminillo in senso naturalistico-ambientale, sono le tre principali direttrici verso cui si sta muovendo il territorio. Nel quadro di una crescente domanda di qualità della vita e delle produzioni da parte dei cittadini e delle imprese, Rieti sta cercando di costruire il proprio vantaggio comparato proprio nell'essere distante dalla Capitale, "scommettendo" sugli asset intangibili di cui essa dispone e sull'offerta di una qualità della vita e di un *modus vivendi* che tende ad avvicinarla più alle cittadine della vicina Umbria che alla metropoli laziale.

Su un sistema di "qualità integrata" sta puntando anche la *provincia di Viterbo*, attraverso un modello di sviluppo che si basa proprio nell'integrazione di diverse vocazioni: un'industria agroalimentare di qualità, un turismo storico culturale e ambientale e un comparto manifatturiero che vede nella ceramica la sua maggiore specializzazione. Se il comparto manifatturiero, nel medio lungo termine, è probabilmente destinato ad un ridimensionamento (confermato anche dalla forte riduzione di imprese e addetti nel distretto di Civita Castellana), le maggiori prospettive di sviluppo qualitativo sembrano essere legate a due aspetti:

- **il turismo culturale:** Viterbo sta cercando di inserirsi nei circuiti internazionali legati a questo particolare segmento e sta lavorando alla creazione di prodotti turistici integrati con la Toscana meridionale, con cui condivide tratti paesaggistici e vocazioni produttive similari;

- **il potenziamento dell'Università della Tuscia**, tradizionalmente molto legata alle vocazioni del territorio e al tessuto di PMI locali.

Anche la realizzazione a Viterbo del terzo scalo aeroportuale del Lazio può essere un'occasione di qualificazione del territorio, soprattutto nell'ottica del potenziamento delle infrastrutture di collegamento con Roma.

Collocata in una posizione geograficamente strategica, vicina alle aree metropolitane di Roma e di Napoli, la *provincia di Frosinone* sta anch'essa affrontando la sfida della qualità, puntando su un tessuto di PMI che, da semplici subfornitrici, si stanno evolvendo e specializzando in segmenti produttivi fortemente innovativi e alternativi alle produzioni tradizionali. Le aziende leader del territorio, operanti nei comparti chimico-farmaceutico, meccanico ed elettronico, continuano ad essere motore dell'economia provinciale, ma tendono, più che in passato, a muoversi in una logica distrettuale (in provincia di Frosinone esistono ben 4 sistemi produttivi che presentano elevati livelli di specializzazione manifatturiera⁴) e ad investire in innovazione. Lo stesso polo chimico-farmaceutico, nonostante l'andamento altalenante dovuto alla difficile congiuntura internazionale, non è più un insieme di aziende esterne completamente svincolate dal territorio, ma rappresenta un centro di competenze produttive che alimenta il circuito regionale di innovazione e trasferimento tecnologico.

Anche per *Latina* l'investimento nella qualità passa attraverso un'azione di qualificazione del comparto manifatturiero, che incide in termini di valore aggiunto in misura maggiore rispetto alla media regionale, senza tuttavia trascurare altre importanti eccellenze del territorio, fino ad

⁴ Nello specifico: 1) distretto del tessile abbigliamento di Sora - Valle del Liri, 2) distretto lapideo dei Monti Ausoni e della Tiburtina, 3) sistema produttivo chimico-farmaceutico del Lazio meridionale 4) sistema produttivo cartario.

oggi poco conosciute e valorizzate. A questo scopo il territorio si sta muovendo in tre direzioni:

- **l'uscita da un sistema industriale "bipolare"** (che contrappone grandi imprese da un lato e micro imprese sub-fornitrici dall'altro), per consolidare un tessuto di piccole e medie imprese qualificate e innovative in grado di stare sul mercato in maniera autonoma. In quest'ottica vale la pena ricordare alcune eccellenze produttive che si stanno consolidando e rafforzando sul territorio, come il "distretto nautico" che interessa ben 13 comuni della provincia (oltre a due comuni in provincia di Viterbo e 6 in provincia di Roma), nel quale operano circa 500 imprese e oltre 2000 addetti;

- **la valorizzazione del comparto agricolo e agroalimentare**, che ha un ruolo fondamentale per l'economia locale e sul quale esistono importanti progetti, come l'attivazione del distretto agroalimentare di qualità e la creazione di una piattaforma logistica per la commercializzazione dei prodotti di tutto il Centro Sud Italia;

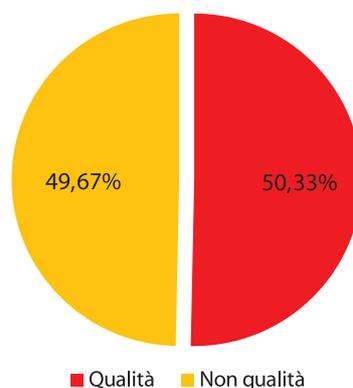
- **la valorizzazione del patrimonio ambientale, paesaggistico e naturalistico** (Circeo e Isole Pontine).

Questo scenario generale trova un riscontro nei risultati del PIQ Lazio che confermano il progressivo orientamento alla qualità dell'intera economia regionale e la dinamicità di alcuni settori produttivi del territorio.

2. Il PIQ: misurare la qualità della regione Lazio e la provincia di Roma

Il rapporto fornisce una stima del PIQ della regione Lazio e della provincia di Roma, ripartito settorialmente e sulla base di quattro accezioni di qualità (ved. Cap. 3), portando una serie di elementi di valutazione sull'andamento del sistema manifatturiero e dei servizi in termini di posizionamento verso la qualità. La parte del PIL regionale che può essere considerata di buona qualità è pari al 50,33%, per un valore economico di circa 71.000 milioni di euro.

Schema 1 - Il valore della qualità nel Lazio (% sul PIL regionale)



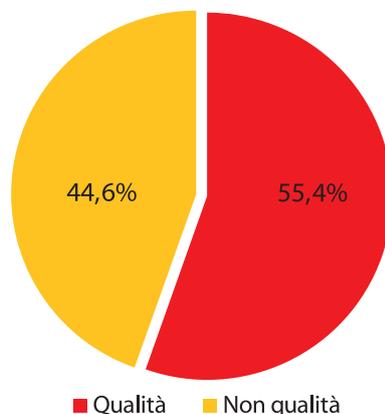
Fonte: analisi Symbola, 2009

Il valore è nettamente superiore alla media nazionale (44,3%) – sei punti in più – e rende conto della capacità notevole delle imprese laziali di rispondere alle esigenze della concorrenza internazionale e della capacità del territorio di porsi tra i territori più avanzati in Italia e in Europa.

La percentuale di qualità riferita al solo territorio della provincia di Roma è invece del 55,40%, leggermente superiore al dato regionale e corrisponde, in termini monetari, a 62.230,7 milioni di euro di qualità su un PIL medio annuo del triennio 2004-2006 di circa 112.300 milioni di

euro. Su questo dato incide chiaramente la presenza della Capitale, che pesa in misura determinante in termini di popolazione, ma “traina” con i suoi indicatori l’intero sistema economico circostante.

Schema 2 - Il valore della qualità nella provincia di Roma (% sul PIL provinciale)



Fonte: analisi Symbola, 2009

La provincia di Roma, come vedremo in seguito, si conferma essere un polo di attrazione di qualità a livello nazionale e internazionale, per le seguenti ragioni:

- **la concentrazione nella Capitale di numerosi centri di produzione di sapere e competenze** (scuole, università, fondazioni scientifiche e culturali);
- **la presenza di Enti e Istituti** operanti in ambito storico, culturale e religioso che alimentano la propensione all’innovazione e alle attività di ricerca e sviluppo in ogni ambito;
- **la vocazione direzionale** che rende la Capitale un punto di accumulazione di funzioni strategiche in ambito pubblico e privato.

2.1. La dimensione settoriale del PIQ regionale e la stima della qualità nei principali comparti produttivi del manifatturiero e dei servizi

La qualità ha un radicamento pregnante nella dinamica dei settori industriali. Sono infatti le imprese, con le loro strategie, a richiedere, spingere e remunerare la qualità, risultato di investimenti tecnologici ed organizzativi, con la collaborazione essenziale dei manager, dei lavoratori e dei fornitori. Il successo di mercato delle imprese che fanno qualità è il risultato composito delle preferenze (e disponibilità a pagare) dei consumatori finali e degli intermediari che su ogni mercato intervengono. A monte, la qualità dell’approvvigionamento delle materie prime è il risultato di una rigorosa politica di selezione e valorizzazione dei fornitori.

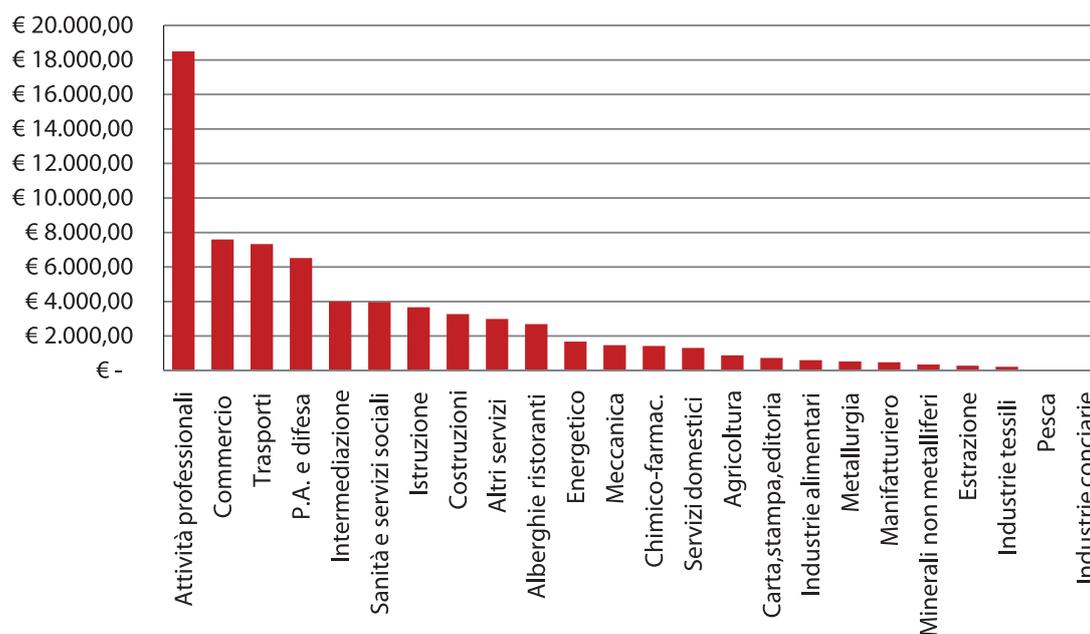
In questo giocano non solo fattori oggettivi, ma anche il protagonismo di imprenditori con una visione forte dell’importanza imprescindibile della qualità.

In questo senso, politiche europee, nazionali e regionali possono incidere sulle strategie aziendali, da un lato, e sui risultati differenziali tra le imprese che fanno e quelle che non fanno qualità.

Lo spostamento delle politiche industriali fino al livello regionale dà una particolare responsabilità agli attori istituzionali propri di tale articolazione decisionale, soprattutto in un contesto come quello italiano, caratterizzato da una notevole differenziazione territoriale.

Per quanto riguarda il Lazio, i risultati dell'analisi dei settori rappresentativi del PIL sono illustrati nello schema seguente.

Schema 3 - La composizione settoriale della qualità laziale (mln euro)



Fonte: analisi Symbola, 2009

I risultati del PIQ per settore devono innanzitutto tener conto del fatto che ogni comparto contribuisce al PIQ regionale in maniera direttamente proporzionale a due aspetti:

- **la quota di qualità** che lo caratterizza;
- **le dimensioni assolute** del settore cioè il suo peso complessivo sull'economia regionale.

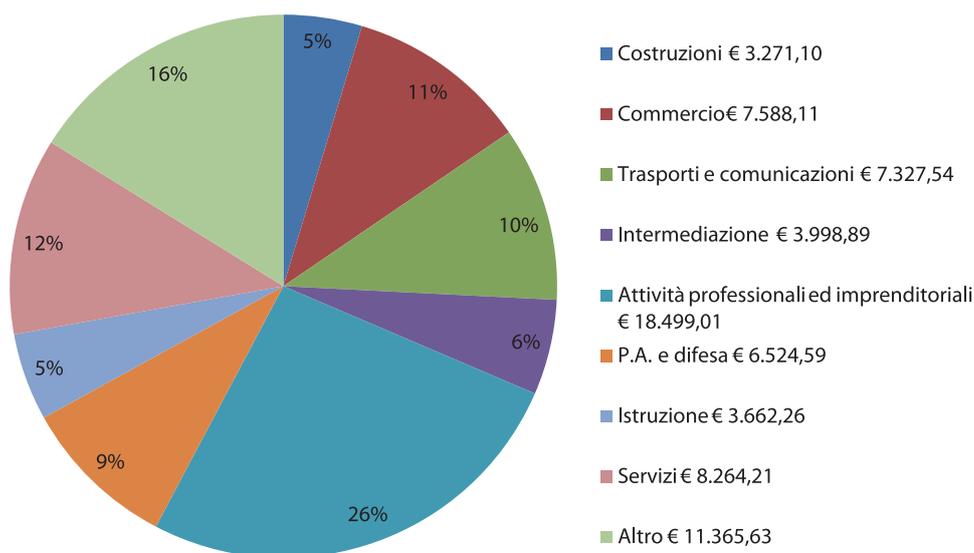
L'articolato **mondo del terziario**, che pesa in maniera assai rilevante in termini di PIL (circa 117.320 milioni di euro di PIL in media nel triennio 2004-2006) e che contribuisce per 58.550 milioni di euro alla qualità regionale (e quindi per ben l'82,44%), *risulta il primo componente del PIQ regionale*. In particolare, *il segmento relativo ai servizi alle imprese, alle attività professionali e alla ricerca e sviluppo produce qualità per 18.499 milioni di euro su un valore aggiunto medio nel triennio 2004-2006 pari a circa 36.541 milioni di euro*.

A seguire, in termini di produzioni di qualità, vi è il comparto del *commercio tradizionale al dettaglio e all'ingrosso che produce 7.588 milioni di euro di qualità*, a conferma che si tratta, anche in questo caso, di un settore dinamico in forte riorganizzazione e ristrutturazione e che nei prossimi anni porterà ad un consolidamento delle dinamiche di qualità e di innovazione.

Il **settore manifatturiero**, al di là della sua riarticolazione settoriale, è complessivamente un minore apportatore di PIQ. Non è tanto un problema di percentuale di qualità interna, che può ben essere superiore alla media, quanto di valori economici (PIL) sviluppati. Oggi un'analisi economica equilibrata richiede di considerare il comparto manifatturiero all'interno di un sistema più allargato. È peraltro interessante che il massimo contributo al PIQ venga dalle attività che svolgono, in larga parte, un ruolo di *trait d'union* tra manifattura e terziario come le attività professionali. In generale, il territorio presenta una vocazione distintiva e di discreta qualità nei settori che comunque corrispondono alle principali vocazioni e specializzazioni del territorio laziale:

- l'area dei **trasporti, magazzinaggio e comunicazioni** (PIQ pari al 49%, con 7.327 milioni di euro di qualità);
- il **segmento della pubblica amministrazione** (PIQ pari al 50,06%, con 6.524 milioni di euro di qualità);
- il **chimico-farmaceutico** (PIQ pari al 57,8%, con 1.424 milioni di euro di qualità).

Schema 4 - Composizione settoriale del PIQ del Lazio (i valori monetari si riferiscono a mln di euro)



Fonte: analisi Symbola, 2009

2.1.1. Il PIQ per il terziario e i servizi

Gli ottimi risultati ottenuti dal settore terziario si spiegano per una molteplicità di fattori. Innanzitutto si tratta di un comparto che ha assistito nel periodo 2003-2008 ad una rapida crescita del numero di imprese in tutti i segmenti. Le imprese del terziario nel 2003 rappresentavano oltre il 26% delle aziende attive, mentre nel 2008 rappresentano oltre 1/3 del totale delle imprese regionali⁵. Rispetto all'anno precedente, nel 2008 nel Lazio si registra una

⁵ Cfr. BIC Lazio, *Creare impresa: una rete di opportunità per crescere*, maggio 2009.

variazione del numero di imprese pari a +5,5% per le attività legate al settore immobiliare, noleggio, informatica e ricerca, al +4,5% per le attività legate all'istruzione, al +2,9% per l'intermediazione monetaria e finanziaria e al +3,7% per la sanità e gli altri servizi sociali. Si è poi assistito ad un aumento del numero di imprese nel settore ricettivo (+3,1%) sostenuto dal buon andamento della domanda turistica, delle imprese di trasporto, magazzinaggio e comunicazione, e di quelle impegnate in altri servizi pubblici, sociali e personali.⁶

In concomitanza a ciò, il terziario nel Lazio trae beneficio da altri fattori, quali la presenza degli Organi di Governo Centrale, le concentrazioni di imprese in settori strategici (trasporti, telecomunicazioni, audiovisivo, bancario o assicurativo), ma anche l'elevata attrattività turistica e la localizzazione di sedi e uffici di rappresentanza di numerose imprese italiane e straniere e di organizzazioni internazionali, che tendono a connotare sempre più il territorio come centro d'affari di livello internazionale.

Sulla qualità complessiva del comparto incide fortemente anche la performance di alcuni distretti innovativi di eccellenza che negli ultimi anni si sono progressivamente consolidati: il distretto dell'audiovisivo della provincia di Roma, quello dell'elettronica, sempre in provincia di Roma ed il sistema produttivo dell'innovazione del reatino.

Il **distretto dell'audiovisivo** è localizzato nel comune di Roma e rappresenta una vera eccellenza del territorio. Con oltre 2 mila imprese e più di 48 mila addetti (di cui circa 30.000 solo a Roma), il settore assorbe più del 70% delle imprese cinematografiche e audiovisive del Paese, e circa il 30% degli occupati complessivi a livello nazionale⁷. Proprio per rafforzare il sistema di competenze territoriali e garantire la professionalità degli operatori del settore è stato di recente costituito anche il *Polo formativo per il Cinema e l'Audiovisivo*, promosso e finanziato dalla Regione in accordo con il MIUR e il FSE, con l'obiettivo di valorizzare, nell'ambito della legge regionale sui Poli formativi e gli IFTS, la formazione professionale instaurando relazioni più solide tra sistema universitario, imprese e mondo della scuola. Nell'aprile 2009 è inoltre nata la *Fondazione Lazio per lo sviluppo del settore audiovisivo*, (promossa dalla Regione Lazio con un investimento di 6 milioni di euro, in collaborazione con la CCIAA di Roma) che intende essere un punto di riferimento del territorio per lo sviluppo del comparto, nonché il soggetto incaricato della gestione dei fondi europei destinati al settore e della creazione di nuove occasioni di lavoro per i professionisti e gli artigiani che operano nel settore. Negli ultimi mesi inoltre la Regione sta promuovendo importanti manifestazioni internazionali come "Roma, Festa Internazionale del Cinema", "RomaFictionFest" e "Castelli Animati" con l'obiettivo di fare di Roma un polo di attrazione anche internazionale per gli operatori del settore.

Altrettanto fiorente è il **sistema produttivo locale dell'elettronica**, localizzato a Roma nella cosiddetta "*Tiburtina Valley*" che conta circa 320 imprese e più di 7300 addetti. Nell'area sono presenti sia le imprese dell'ICT manifatturiero sia quelle operanti nel comparto dei servizi

⁶ Cfr. Unioncamere Lazio, *Relazione sulla situazione economica del Lazio*, 2008

⁷ Cfr. 1) GILDA MAZZARELLI, *L'impresa culturale: il distretto Audiovisivo nel Lazio*, in: *Quaderni di economia regionale di Sviluppo Lazio*, n. 9 - SVILUPPO LAZIO 2008; 2) UNIVERSITÀ LA SAPIENZA DI ROMA *L'economia della cultura, del cinema, della televisione, dello spettacolo e dell'intrattenimento a Roma*, 2008 (indagine promossa dal Cna con il contributo della Camera di Commercio di Roma)

informatici, dove Roma sta acquisendo competenze distintive uniche nel panorama nazionale.

Per quanto riguarda il **distretto dell'Innovazione**, l'area localizzata nei comuni di Rieti e Cittaducale impiega più di 2300 dipendenti anche se unità locali complessive regionali che operano in settori ad elevato contenuto innovativo sono oltre 6000, con più di 43.000 addetti.

Il distretto reatino presenta un *export* di oltre 565 milioni di euro nei settori di specializzazione dell'area dell'innovazione, circa il 92% delle esportazioni totali della provincia.⁸ Il comparto che pesa di più all'interno dei settori di specializzazione è quello delle "valvole e tubi elettronici ed altri componenti elettronici", con oltre 400 milioni di euro di export (65,3%) ed è comunque un settore in crescita. Confrontando i dati dell'ultimo anno disponibile (2005) con quelli del primo anno disponibile (2002), si osserva un aumento del numero di imprese del settore del 4%, mentre il numero di addetti è passato da 2.086 a 2.326 (+11,5%) ed il fatturato, in valori assoluti, è cresciuto nei tre anni di 80 milioni di euro (+25,1%).

2.1.2. Il PIQ del commercio e del turismo⁹

Il settore del commercio e del turismo (PIQ medio dei due settori pari a circa il 50%) nella sua complessità contribuisce fortemente alla qualità regionale, con 10.274 milioni di euro di produzione di qualità.

Il comparto del **turismo e dell'accoglienza** è sicuramente uno dei più dinamici dell'economia laziale e in forte crescita anche rispetto alle dinamiche di qualità: gli esercizi alberghieri del Lazio rappresentano il 5,4% del totale nazionale e contano più di 6mila strutture ricettive, 74mila camere e oltre 150mila posti letto. In aumento anche le altre tipologie di imprese direttamente impegnate nel settore turistico, quali le agenzie di viaggio e gli operatori turistici, passate nel Lazio tra il 2002 e il 2007 da 1.714 a 2.024 (pari a +18,1%) e le strutture complementari, come i campeggi e i villaggi turistici (che ricoprono circa i due terzi dei posti letto totali) o i bed&breakfast, che nel Lazio vedono la presenza più consistente fra tutte le regioni d'Italia con 11mila posti letto, pari al 15% dell'offerta nazionale. Roma assorbe ovviamente più dell'85% del flusso turistico regionale e nella Capitale operano il 67% degli alberghi e il 78% degli esercizi complementari. Tra le altre province, quella di Frosinone presenta una buona presenza di alberghi, anche se fortemente concentrati presso la stazione termale di Fiuggi, mentre quella di Viterbo risalta per B&B e agriturismi.¹⁰

Il concetto di qualità nel settore turistico-alberghiero fa riferimento soprattutto a due aspetti, che sono stati messi ben in evidenza dai testimoni privilegiati nel corso della rilevazione qualitativa effettuata: da un lato, il livello di professionalità e formazione degli operatori, che nel Lazio risulta essere adeguato e in linea con le aspettative dei clienti e, dall'altro, la capacità di erogare servizi di qualità, su cui la regione sta lavorando attivamente.

Più articolato il giudizio sul **comparto del commercio** che nel Lazio vede la presenza di

⁸ Fonte: QER n. 5 - Distretti Industriali e Sistemi Produttivi Locali nel Lazio, in Quaderni di Economia Regionale - Collana del Servizio Studi di Sviluppo Lazio - Anno I, 2007

⁹ Rif. Intervista a Gabriele Valli (Confcommercio Lazio) - Settore Commercio e terziario

¹⁰ Fonte: Rapporto sulla società e sull'economia del Lazio 2008 - Regione Lazio

numerossime imprese operanti sia nel segmento del commercio al dettaglio sia in quello della grande distribuzione organizzata.

Nel Lazio, come anche in altre regioni italiane, il settore ha risentito della congiuntura economica negativa, come emerge dal dato relativo al saldo tra iscrizioni e cessazioni delle imprese, che vede nel 2008 nel Lazio un saldo negativo di 3.250 unità, mentre a livello nazionale il saldo negativo è pari a 38.860 unità (Schema 5)¹¹.

Schema 5 - Saldo tra imprese iscritte e imprese cancellate nel Lazio e in Italia - Movimprese 2008

Provincia	Registrate	Attive	Iscritte	Cessate	Saldo Iscritte/cessate
LAZIO - totali	165.653	140.994	7.831	11.081	-3.250
<i>Commercio, manutenzione, riparazione autoveicoli e motocicli</i>	19.678	16.997	698	1143	-445
<i>Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio (escluso autoveicoli)</i>	53.683	41.178	2.177	3.144	-967
<i>Commercio al dettaglio (escluso autoveicoli), riparazioni beni personali</i>	92.292	82.819	4.956	6.794	-1.838
ITALIA - totali	1.579.871	1.446.900	82.350	121.210	-38.860
<i>Commercio, manutenzione, riparazione autoveicoli e motocicli</i>	185.188	171.679	6.944	11.403	-4459
<i>Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio (escluso autoveicoli)</i>	522.408	458.824	27.698	39.756	-12.058
<i>Commercio al dettaglio (escluso autoveicoli), riparazioni beni personali</i>	872.275	816.397	47.708	70.051	-22.343

Fonte: analisi Symbola, 2009

Per quanto riguarda nello specifico la **GDO**, l'Osservatorio Nazionale del Commercio del Ministero dello Sviluppo Economico registra nel 2008 nel Lazio 1150 strutture di GDO non specializzate (grandi magazzini, supermercati, minimercati e ipermercati) con 23.075 addetti e 56 strutture di GDO specializzate, con 3147 addetti¹². In linea generale, la GDO riesce meglio delle PMI a reagire alle difficoltà congiunturali non solo per una maggiore solidità economica, organizzativa e finanziaria ma anche perché si è iniziato ad introdurre innovazioni nell'offerta commerciale che vanno nella direzione dell'entertainment, cioè dello sviluppo di attività e servizi che riproducono all'interno del centro commerciale la varietà e la molteplicità di offerta tipica dei centri urbani: eventi di intrattenimento, strutture dedicate allo svago, ristoranti tradizionali ed etnici, bar, caffè, fast-food. Questo processo va chiaramente a scapito dei centri storici delle medie e grandi città, che vengono inevitabilmente impoveriti e "spopolati" ma dal punto di vista delle dinamiche della grande distribuzione, denota un processo di sempre maggiore modernizzazione e qualificazione.

¹¹ Fonte: Movimprese

¹² Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio del Ministero dello Sviluppo Economico. Dati al 31.12.2008

Più critica la situazione del **commercio al dettaglio**, che negli ultimi anni ha visto nell'intero territorio italiano, una significativa riduzione degli esercizi: secondo i dati della Confcommercio, nel 2008 il saldo tra le imprese iscritte e quelle cancellate nel Lazio è pari a -1.838 unità, mentre a livello nazionale è pari a -22.343 unità. All'interno del territorio regionale, la provincia dove si è manifestata la più alta riduzione delle imprese nel commercio al dettaglio è stata quella di Frosinone dove, nell'arco del 2008, le imprese di nuova iscrizione sono state 495 mentre quelle che hanno cessato l'attività 883¹³, con un saldo di -388 imprese.

Nonostante questo, il commercio rimane un pilastro fondamentale dell'economia laziale e anche il peso in termini di qualità rimane rilevante. Gli elementi qualitativi sono riconducibili a due fattori:

- il fenomeno dell'**imprenditoria extracomunitaria**, che nel Lazio si è sviluppata in misura assai considerevole, soprattutto nel comparto del commercio: solo nella provincia di Roma vi sono circa 18.878 titolari e soci di impresa di origine straniera, il 40,2% dei quali opera nel comparto del commercio con quasi 10.000 iniziative imprenditoriali¹⁴;

- **le politiche di sostegno** messe in campo dalle istituzioni locali, che per il comparto del commercio sono particolarmente significative e riguardano l'accesso al credito, la promozione della formazione, l'investimento nell'innovazione tecnologica, organizzativa e commerciale.

Una dinamica interessante che sta prendendo piede è quella del rilancio del *commercio di vicinato*, come risposta alla crisi dei centri storici e del piccolo dettaglio. La Regione Lazio ha stanziato 22 milioni di euro per realizzare i progetti di *Centri commerciali naturali*, con l'obiettivo di abbinare lo shopping con la vivibilità cittadina e il miglioramento del verde pubblico. Il Centro commerciale naturale è un luogo sviluppatosi nel tempo anche senza programmazione unitaria, concepito come spazio unico in cui opera un insieme organizzato di esercizi commerciali, esercizi di somministrazione, strutture ricettive, attività artigianali e di servizio, eventualmente integrate da aree di sosta e di accoglienza e da sistemi di accessibilità comuni. I finanziamenti messi a disposizione dalla Regione servono per la riqualificazione di vie, aree o porzioni di zone del centro storico o di altri quartieri e per l'adeguamento agli standard e ai servizi che il mercato attualmente richiede. Il progetto punta anche alla riqualificazione e al riposizionamento della rete commerciale, i cosiddetti "negozi di vicinato", che rischiano sempre più di soccombere alla grande distribuzione organizzata con conseguente problema di desertificazione e marginalizzazione dei centri storici e dei quartieri.

Al momento, nel Lazio, sono stati riconosciuti e ammessi a finanziamento 19 centri commerciali naturali a Roma, a Palestrina, Frascati, Monterotondo, Pomezia, Nemi, Ladispoli, Cerveteri, Anguillara Sabazia, Genzano, Olevano Romano (in provincia di Roma); Frosinone, Sora e Isola del Liri (in provincia di Frosinone); Tarquinia e Acquapendente (in provincia di Viterbo) e Poggio Mirteto e Antrodoco (in provincia di Rieti). Si tratta di un'iniziativa che risponde ad un'idea del commercio orientata alla qualità e al rilancio, anche in chiave turistica, di aree cittadine marginali.

¹³ Confcommercio, *Rapporto sulle Economie territoriali*, febbraio 2009.

¹⁴ Istituto Guglielmo Tagliacarne, *Immigrati e Impresa nei comuni della provincia di Roma*, 2007

2.1.3. Il PIQ del settore chimico-farmaceutico¹⁵

Quando si parla di chimico-farmaceutico nel Lazio si fa riferimento ad un polo produttivo e di ricerca tra i primi in Italia, come confermato dai risultati del **PIQ settoriale, che risulta pari al 57,8%, con un contributo alla qualità complessiva della regione pari a 1424 milioni di euro.** Nel dettaglio i risultati dell'analisi quantitativa sono i seguenti:

- le **emissioni** di CO2 e di azoto nel Lazio sono inferiori alla media Italia (17,47 migliaia di tonnellate di CO2 per 100.000 abitanti contro le 31 migliaia di media nazionale);
- vi è inoltre una **buona capacità di assorbimento di competenze** manageriali e dirigenziali (la percentuale di quadri e dirigenti sul totale dei dipendenti è tra le più alte della regione ed è pari all'11%),
- il **divario tra le retribuzioni maschile e femminile** è più contenuto rispetto ad altri comparti (la retribuzione femminile è pari al 90% di quella maschile),
- il **livello di innovazione** risulta elevato, come emerge dal dato sulla ricerca e sviluppo (€ 128.000 per abitante, inferiore solo al comparto meccanico e a quello dei servizi innovativi e tecnologici alle imprese) e da quello sulla certificazione di qualità (227 siti di imprese certificati).

Il settore chimico-farmaceutico è perlopiù presente nel Lazio meridionale. L'area, che comprende le Province di Roma, Frosinone e Latina, ospita più di 250 imprese tra aziende di piccole dimensioni e *big pharma* del settore. È una realtà economica molto importante che copre due macro-aree: la prima si estende lungo la via Pontina tra Latina e Pomezia, la seconda si sviluppa lungo l'autostrada Roma - Napoli nel territorio della Provincia di Frosinone. L'intera area è specializzata nella produzione di prodotti farmaceutici, nella fabbricazione di coke, nella fabbricazione di prodotti chimici e di fibre sintetiche e artificiali, articoli in gomma e materie plastiche.

Il sistema produttivo locale comprende 25 stabilimenti multinazionali e un vasto indotto che fornisce occupazione a oltre 18.000 addetti, pari al 20,73% della forza lavoro nazionale del comparto¹⁶.

La forma giuridica privilegiata è la società di capitali (77,1%), le ditte individuali e le società di persone pesano per circa il 10% del totale ed il restante 2,5% del tessuto imprenditoriale è costituito in forma di società cooperative¹⁷.

Va comunque sottolineato che anche molte realtà minori, oltre a costituire l'indotto, sono già protagoniste nei mercati esteri e risorsa strategica per lo sviluppo del comparto.

Il polo industriale chimico-farmaceutico del Lazio è in effetti il primo in Italia per valore aggiunto prodotto (circa il 25% del totale manifatturiero, incluso l'indotto), il secondo (dopo la Lombardia) per numero di addetti alla Ricerca e Sviluppo (1.130 unità) e per investimenti in Ricerca e Sviluppo (255 milioni di euro), il terzo per numero di studi clinici (1689 studi su

¹⁵ Rif. Intervista a Sabrina Florio (Sosepharm) – Settore Chimico farmaceutico

¹⁶ Cfr. <http://www.civisonline.it/leggiarticolo.aspx?ref=834>, www.filas.it

¹⁷ Dati Archivio Asia 2005

4.591 sperimentazioni totali a livello nazionale)¹⁸.

Le aziende dell'area contribuiscono in misura determinante all'export provinciale, (5,1 miliardi di euro nel 2008, l'11% in più rispetto all'anno precedente): tra i primi partner nell'ambito dell'interscambio commerciale si collocano la Germania con il 19,7%, gli Stati Uniti con il 10,5%, il Belgio con il 9,8 e a Francia con l'8%.

Nonostante la crisi congiunturale, che sta penalizzando le aziende locali (crollo del 20% della produzione nel primo semestre 2009 e circa 2700 addetti in mobilità) e che rischia di avere un impatto drammatico su alcuni centri di ricerca di primaria importanza del territorio (il centro Eni di Monterotondo e l'Istituto di biologia molecolare di Pomezia rischiano la chiusura) il settore ha investito negli ultimi anni in un processo di innovazione e qualificazione che ha interessato sia le imprese che le istituzioni.

Dal punto di vista delle imprese vale la pena segnalare il percorso di *Corporate Social Responsibility (CSR)* che ha coinvolto nel 2008 nove aziende del Distretto chimico farmaceutico di Pomezia e che ha confermato un forte impegno del tessuto produttivo locale per le tematiche ambientali (il 100% delle aziende si è dotata di un sistema di gestione ambientale ed il 78% lo ha certificato), l'attenzione per la qualità dei prodotti (il 75% effettua controlli di qualità sui prodotti e ha implementato procedure per la qualifica dei propri fornitori), per le proprie risorse umane (tutte le aziende hanno implementato un sistema di gestione per la sicurezza ottenendone la certificazione nel 78% dei casi) e per la comunità locale (l'88% ha realizzato partnership con attori locali).

Dal punto di vista istituzionale si ricordano invece due importanti iniziative:

- l'attivazione del **Distretto tecnologico delle Bioscienze del Lazio** istituito il 4 aprile 2008 con un Accordo sottoscritto da Regione Lazio, MISE e MUR finalizzato a favorire rapporti e collaborazioni tecnico/scientifiche tra i sistemi della ricerca e dell'industria, rafforzare la competitività e la visibilità del settore in ambito internazionale;

- il progetto **Pharma Finance**¹⁹, finalizzato alla promozione di relazioni industriali ed interscambi tra mondo delle biotecnologie, *medical devices* e mondo della finanza, nazionale ed internazionale.

2.1.4. Il PIQ del comparto agroalimentare²⁰

In termini di macro settori, l'*agroalimentare* contribuisce per circa il 52% della qualità totale, con una produzione di qualità pari a circa 1.479 milioni di euro, ripartita in modo sostanzialmente uguale tra la componente industriale e quella agricola, poiché le maggiori dimensioni di fatturato della prima sono controbilanciate dalla maggiore quota di qualità della seconda. Ad un sufficiente livello di qualità in termini di innovazione corrisponde un altrettanto notevole livello di diffusione della qualità in termini intrinseci e di immagine sul mercato, soprattutto, in alcune aree del territorio laziale (ad es. il viterbese).

¹⁸ Dati Farindustria

¹⁹ <http://www.sprintlazio.it/pharmafinance2009/pharmafinance2009.html>

²⁰ Rif. Intervista a Massimo Gargano (Coldiretti Lazio) - Settore Agroalimentare

Nel Lazio, su una superficie di un milione di ettari, 730mila sono destinati all'agricoltura, con oltre centomila aziende attive e 65.000 addetti. Questi numeri testimoniano l'importanza di un settore che, dopo anni di declino, sta vivendo una nuova stagione. I prodotti di eccellenza, dall'olio al vino, i marchi tipici regionali come, i distretti agro-energetici, la legge sugli agriturismo e il turismo rurale, costituiscono parte del patrimonio agroalimentare «Made in Lazio».

Il sistema agroalimentare del Lazio può essere suddiviso in due comparti: quello della produzione industriale su larga scala che ha sposato una filosofia produttiva basata sulle grandi quantità, sull'abbattimento dei costi e sulla standardizzazione, e quello costituito da una rete di piccole e medie imprese agricole con una forte vocazione alla qualità. Da tempo questo tipo di agricoltura «*Made in Lazio*» è sinonimo di *tracciabilità, tipicità, freschezza e stagionalità*. C'è un serrato controllo sui diversi nodi della filiera il cui costo viene ammortizzato grazie alla risposta positiva dei consumatori che, premiando le scelte di qualità delle aziende, consentono loro di produrre reddito. I profitti di chi investe in qualità aumentano in media dal 10 al 15%. Secondo la Coldiretti, nel Lazio il fatturato dei prodotti agroalimentari di qualità (Dop, Igp e agricoltura biologica) ammonta a circa 156,5 milioni di euro, circa il 2% del totale nazionale. Il 6% del giro di affari dell'agricoltura regionale è costituito da prodotti Dop, Igp e biologici.

Il Lazio è settimo in Italia per numero di produzioni riconosciute, con 16 prodotti a denominazione registrata, di cui 10 Dop e 6 Igp. Fra questi spiccano gli oli extravergini di oliva, gli ortofruttili e i prodotti a base di carne, senza contare gli oltre 350 prodotti tipici tradizionali che completano il quadro delle produzioni di qualità. La Regione sostiene gli agricoltori che vogliono specializzarsi in questo settore, come dimostrano i circa 6 milioni di euro stanziati per la realizzazione di 5 distretti produttivi dedicati alle colture di pregio e i progetti di tracciabilità e assistenza alle aziende, che coinvolgono più di 100 comuni, per la creazione una filiera corta e controllata della qualità. Vi sono poi diversi marchi di qualità ideati dall'assessorato regionale.

Il Consorzio Colossella, nato a giugno del 2008, è frutto di un accordo fra 100 allevatori e 15 caseifici e ha l'obiettivo di promuovere il consumo dei prodotti di qualità della filiera lattiero-casearia. Dal 2006 è invece attivo il marchio Lazio Qualità Spesa Bene, un accordo commerciale fra la Regione, 618 supermercati laziali e 20 ipermercati per promuovere la vendita di 26 prodotti laziali di qualità, come le lenticchie di Onano o le patate dell'Alto Viterbese. Grazie a questa partnership, nel 2007 le vendite dei suddetti prodotti sono aumentate del 5%.

Per quanto concerne la *produzione di vino* nel Lazio è di circa 2 milioni di ettolitri fra vini da tavola, vini rossi e vini bianchi, per una produzione totale per il 2007 pari a 115 milioni di euro che corrispondono al 5% del valore aggiunto dell'agricoltura regionale e al 3,8% di quella nazionale. Il sistema imprenditoriale regionale conta 69.000 aziende che coltivano la superficie di poco più di 25.000 ettari di cui il 71% in collina, il 22,2% in pianura e il resto in montagna.

L'incremento della superficie vitata in collina e la progressiva riduzione di quella in pianura indica un processo di qualificazione complessivo del comparto. La regione vanta 27 denominazioni di origine (1 DOP e 26 DOC) e 4 IGT. La DOP Cesanese del Piglio, ottenuta lo scorso anno, è un chiaro esempio di dinamicità del settore. La produzione laziale è concentrata nell'area dei

Castelli Romani (11.000 ettari circa di superficie vitata), nell'area litoranea (zona di Cerveteri e l'area Pontina con 10.000 ettari); l'area dell'alto Viterbese (in particolare intorno al lago di Bolsena con ettari 10.600) e l'area del Cesanese (comuni di Genazzano, Olevano, Piglio ecc.) con 4.000 ettari. Il DOC Frascati forse è quello più conosciuto, ma occorre citare, sempre nella zona dei Castelli Romani, anche il DOC Montecompatri-Colonna, lo Zagarolo, il DOC Marino (vino prodotto nel versante occidentale del Lago di Albano) e il DOC Colli Albani. Nonostante negli ultimi anni la produzione vinicola laziale abbia subito una forte contrazione (-46% dal 2000 al 2008) dovuta in primo luogo dall'abbandono dei vigneti in pianura, la tendenza più significativa oggi è quella di un riorientamento del settore verso una maggiore qualità, un recupero dei vitigni autoctoni nella piattaforma ampelografica dei vini di maggior pregio ed una progressiva crescita relativa dei rossi.

Buoni i risultati anche sul fronte del *biologico*: si tratta di un mercato che muove più di 100 milioni di euro, dietro il quale operano 2736 aziende agricole biologiche e 70mila ettari di superficie coltivata. Non a caso la regione Lazio rientra tra le prime tre regioni italiane per estensione di terreni ad uso biologico, spesso destinati alla coltivazione di cereali o di prodotti ortofrutticoli.

I prodotti di qualità laziali godono quindi di una riconoscibilità presso il consumatore regionale, ma il loro posizionamento al di fuori dei confini della regione e del Paese rimane debole. Questo a causa della presenza di una città come Roma che, con i suoi circa 3 milioni di abitanti, il più grande mercato d'Italia, è capace di fagocitare gran parte della domanda.

L'agroalimentare di qualità ha dei riflessi positivi anche sulle attività turistiche. Si è infatti sviluppato un turismo legato all'agricoltura e alla ruralità che offre spazi dove trascorrere il proprio tempo libero all'insegna della qualità della vita. A sua volta, il turismo rappresenta uno sbocco commerciale di fondamentale importanza economica per le produzioni agricole della campagna romana.

Dal punto di vista distributivo, la novità è rappresentata dal progressivo diffondersi dei *mercati di Campagna Amica* in tutto il territorio, con Roma a fare la parte del leone. Scopo del progetto è accorciare la filiera agroalimentare, mettendo a disposizione dei consumatori prezzi più convenienti, qualità, freschezza, stagionalità. Un'iniziativa che risponde ai bisogni di identità, sicurezza, etica, sostenibilità, trasparenza sempre più diffusi nella società laziale. I mercati di Campagna Amica contribuiscono così a promuovere una filiera tutta laziale che trasferisce i valori dall'agricoltura al prodotto, dal campo alla tavola, creando valore per le imprese agricole e vantaggi per i consumatori.

Passi avanti si registrano anche sul piano della sostenibilità ambientale. Molte imprese di qualità, grazie anche alla politica di incentivi, hanno investito nella produzione di energia fotovoltaica, mentre fra le strutture pubbliche spicca l'attività dei Consorzi di Bonifica per le acque irrigue che hanno puntato sull'idroelettrico e sul fotovoltaico, inserendosi così in una tendenza d'avanguardia a livello nazionale.

Sul piano *dell'innovazione*, i principali investimenti sono effettuati dalle aziende che operano

nella grande distribuzione, mentre il sistema di piccole-medie imprese sembra non puntare molto su questo asset, se non per piccoli investimenti legati al miglioramento del prodotto. Debole è il legame fra mondo imprenditoriale e ricerca universitaria, che ricalca, anche in questo settore, la dinamica nazionale: si produce conoscenza, ma non la si trasferisce al mondo produttivo²¹.

Dal punto di vista delle *politiche di sostegno al settore*, la Regione sta investendo in maniera prioritaria sull'attivazione di strategie di filiera e sullo sviluppo locale integrato. A tale scopo il Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013 identifica otto assi specifici di intervento considerati prioritari per lo sviluppo del settore:

- garantire la continuità ed il rafforzamento del tessuto imprenditoriale, favorendo il ricambio generazionale e le politiche di genere;
- garantire l'innovazione continua della filiera;
- favorire le agro-energie, non solo in ambito agricolo ma anche in quello forestale;
- perseguire la tutela dell'ambiente, compresa la componente antropica e il bagaglio delle tradizioni e della cultura legate al territorio;
- innalzare il livello qualitativo (la salubrità, le proprietà organolettiche, l'igiene, la tipicità, la "biologicità", ed altri aspetti immateriali associati al prodotto);
- tutelare il sistema montano dal rischio di declino socio demografico;
- rafforzare il turismo rurale ed il ruolo degli agriturismi;
- garantire la qualità della vita nelle aree rurali (favorendo ad esempio l'occupazione).

²¹ Fonte: Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013 – Regione Lazio
(http://www.agricoltura.regione.lazio.it/binary/agriweb/agriweb_allegati_schede_informative/PSR_2007_2013_LAZIO_testo_consolidato_9ott2008.1225110535.pdf)

In termini riassuntivi, la qualità della regione Lazio risulta così composta per settori:

Schema 6 - Composizione settoriale della qualità della regione Lazio

Settore	Pil (mln di euro)	Qualità (mln di euro)	% Qualità settoriale
<i>Cokerie, raffinerie, chimiche, farmaceutiche</i>	€ 2.463,10	€ 1.424,71	57,8%
<i>Industria del legno, della gomma, della plastica e altre manifatturiere</i>	€ 843,96	€ 478,90	56,7%
<i>Estrazione di minerali</i>	€ 496,19	€ 277,28	55,9%
<i>Pesca, piscicoltura e servizi connessi</i>	€ 70,60	€ 38,74	54,9%
<i>Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici, elettrici ed ottici; mezzi di trasporto</i>	€ 2.705,55	€ 1.466,02	54,2%
<i>Produzione e distribuzione di energia elettrica, di gas, di vapore e acqua</i>	€ 3.128,03	€ 1.680,22	53,7%
<i>Servizi domestici presso famiglie e convivenze</i>	€ 2.461,57	€ 1.311,57	53,3%
<i>Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo</i>	€ 993,75	€ 527,39	53,1%
<i>Agricoltura, caccia e silvicoltura</i>	€ 1.661,01	€ 881,43	53,1%
<i>Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi</i>	€ 665,32	€ 352,14	52,9%
<i>Industrie tessili e dell'abbigliamento</i>	€ 413,38	€ 217,21	52,5%
<i>Sanità e altri servizi sociali</i>	€ 7.542,96	€ 3.961,80	52,5%
<i>Alberghi e ristoranti</i>	€ 5.139,11	€ 2.686,22	52,3%
<i>Industrie conciarie, fabbricazione di prodotti in cuoio, pelle e similari</i>	€ 21,05	€ 10,98	52,2%
<i>Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco</i>	€ 1.154,22	€ 598,19	51,8%
<i>Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali ed imprenditoriali</i>	€ 36.541,55	€ 18.499,01	50,6%
<i>Pubblica amministrazione e difesa, assicurazione sociale obbligatoria</i>	€ 12.896,83	€ 6.524,59	50,6%
<i>Fabbricazione della pastacarta, della carta e dei prodotti di carta, editoria</i>	€ 1.444,34	€ 726,20	50,3%
<i>Intermediazione monetaria e finanziaria</i>	€ 8.024,61	€ 3.998,89	49,8%
<i>Istruzione</i>	€ 7.459,90	€ 3.662,26	49,1%
<i>Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni</i>	€ 14.963,57	€ 7.327,54	49,0%
<i>Costruzioni</i>	€ 6.692,29	€ 3.271,10	48,9%
<i>Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali e per la casa</i>	€ 15.565,49	€ 7.588,11	48,7%
<i>Altri servizi pubblici, sociali e personali</i>	€ 6.724,85	€ 2.990,85	44,5%
Totale	€ 140.073,23	€ 70.501,33	50,33%

Fonte: analisi Symbola, 2009

3. Le dimensioni del PIQ regionale e della provincia di Roma

Nell'approccio del PIQ la qualità è un concetto multiforme e variabile nel tempo che non si limita a valutare solo le caratteristiche del prodotto o del processo produttivo ma che amplia il suo campo di analisi ponendo l'attenzione anche su altri aspetti determinanti della qualità per ogni singolo settore, quali, ad esempio, il legame con il territorio, il rispetto delle condizioni lavorative, la propensione all'innovazione, il livello di apprezzamento dei prodotti da parte dei clienti sia nazionali che esteri e così via. Tali caratteristiche qualitative che la Fondazione Symbola ha voluto misurare possono essere raggruppate in quattro accezioni principali:

1. **ambiente e territorio**: riguarda tutte le tematiche connesse al rispetto dell'ambiente, alla valorizzazione delle risorse naturali e in generale alla sostenibilità dei processi di sviluppo;

2. **capitale umano**: prende in considerazione il livello di valorizzazione ed effettiva utilizzazione delle competenze individuali di qualità elevata, nonché la capacità di valorizzare l'identità territoriale e il patrimonio delle tradizioni locali;

3. **innovazione tecnologica e sociale**: analizza la gestione del ciclo dell'innovazione, tanto in termini di fattori di *input* (ricerca e sviluppo, processi informali) che in termini di *output* (innovazioni introdotte a livello di processo e di prodotto);

4. **posizionamento competitivo**: prende in considerazione la qualità effettiva e percepita del prodotto, gli elementi intangibili di valore, il grado di successo sui mercati internazionali.

Per ciascuna accezione di qualità sono stati utilizzati sia **indicatori qualitativi** (derivanti dall'indagine panel condotta attraverso la somministrazione di un questionario on line) sia **indicatori quantitativi** (derivanti dall'analisi statistica), come illustrato nello schema seguente:

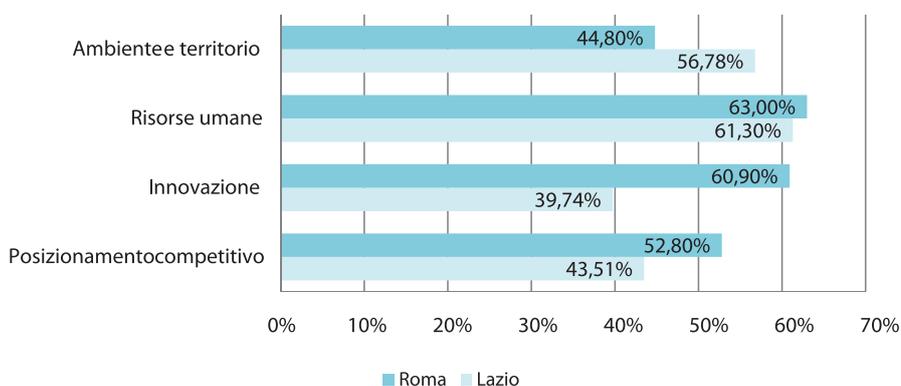
Schema 7 - Gli indicatori utilizzati per la valutazione della qualità

Accezione	Fonti quantitative	Fonti qualitative
<i>Ambiente e territorio</i>	<i>Raccolta differenziata; Utilizzo fonti rinnovabili; Indice di povertà; Emissioni CO2 e Acidificazione; Certificazione ambientale; ecc.</i>	<i>Efficienza energetica; Inquinamento idrico; Emissione gas ad effetto serra; Utilizzo energie rinnovabili; Produzione residui nocivi, ecc.</i>
<i>Capitale Umano</i>	<i>Capacità nell'uso di PC e di Internet; Partecipazione ad attività formative; Disoccupazione giovanile; Indice di lavoro irregolare; Numero laureati; ecc.</i>	<i>Livello di capacità maggiormente richieste ai lavoratori nei vari settori; Incidenza dei contratti a tempo atipici sul totale dei contratti; Legame tra la produzione e le competenze diffuse nel territorio</i>
<i>Innovazione tecnologica e sociale</i>	<i>Volontariato; Donazioni; Numero brevetti emessi; Accesso ad Internet; Investimenti in R&S; Numero associazioni culturali; Numero enti internazionali; ecc.</i>	<i>Propensione all'innovazione da parte del management e dei lavoratori; Propensione a produrre brevetti; Frequenza di innovazioni radicali o incrementali, di processo o di prodotto; Diffusione della certificazione di qualità e della responsabilità sociale; Limiti e difficoltà per giovani, donne o immigrati; Utilizzo di strategie di marketing e design; ecc.</i>
<i>Posizionamento competitivo</i>	<i>Percentuale di società di capitali attive; Investimenti diretti lordi dall'estero in Italia; Flusso turistico; Import/Export; Affluenza in aeroporti; Investimenti diretti netti della regione all'estero; Investimenti diretti netti dall'estero in Italia; ecc</i>	<i>Livello di apprezzamento dei prodotti italiani in termini di qualità complessiva; Livello di valorizzazione della produzione di qualità da parte dei canali di vendita e distribuzione; Tendenza dell'export; Ruolo delle politiche pubbliche; Capacità di spesa dei consumatori</i>

Fonte: analisi Symbola, 2009

Entrambe le metodologie vengono descritte in dettaglio negli Allegati 1, 2 e 3 del presente rapporto. I risultati di sintesi per le diverse accezioni di qualità e per i due territori in esame (regione Lazio e provincia di Roma) sono descritti nel grafico successivo.

Schema 8 - Le quattro dimensioni della qualità nel PIQ del Lazio e della provincia di Roma



Fonte: analisi Symbola, 2009

Il confronto offre alcuni spunti valutativi interessanti:

- sul tema della **sostenibilità ambientale**, il Lazio presenta un valore di PIQ più alto della sola provincia di Roma (56,78% contro 44,80%), sia per le maggiori concentrazioni di inquinamento presenti nel capoluogo sia per l'incidenza, nell'analisi regionale, di territori che hanno nell'ambiente e nella qualità della vita punti di forza indiscussi (es. Rieti, Viterbo);

- sul tema delle **risorse umane**, i punteggi sono molto alti per entrambe le dimensioni territoriali (61,30% nel Lazio e 63% a Roma), poiché la domanda e l'offerta di educazione e formazione e, in generale, la qualità del capitale umano esistente sul territorio rappresentano uno dei maggiori punti di forza del territorio regionale;

- sul tema dell'**innovazione** prevale nettamente il PIQ dell'area romana (60,9%) rispetto a quello laziale (39,74%) a conferma dello sforzo compiuto da Roma negli ultimi anni per competere con le grandi capitali funzionali europee;

- sul tema del **posizionamento competitivo** la provincia di Roma supera ancora una volta il dato regionale: 52,8% per Roma e 43,51% per il Lazio.

Nei paragrafi successivi si riportano i risultati di dettaglio dell'analisi svolta per le quattro accezioni di qualità, sia in termini qualitativi (indagine panel) che quantitativa (indagine statistica su indicatori selezionati).

3.1 Ambiente e territorio

Il Lazio e la provincia di Roma presentano valori di PIQ che si aggirano intorno al **50%** del PIL (più precisamente 56,78% per il Lazio e 44,8% per la provincia di Roma): si tratta di un buon risultato, ma comunque al di sotto della media nazionale (pari a 66%).

Schema 9 - Quota di PIL di buona qualità in termini di ambiente e legame col territorio



Fonte: analisi Symbola, 2009

Va precisato che per qualità ambientale non si intende solo il rispetto delle risorse naturali ma, in un'ottica più ampia, anche la loro valorizzazione ed il rapporto con le tradizioni locali, il legame con il territorio, la diffusione di saperi e competenze locali.

La misurazione della qualità dipende, in questo senso, da un punto di vista **quantitativo**, da una serie di indicatori legati al livello di inquinamento prodotto, all'utilizzo di fonti rinnovabili, alla raccolta differenziata e, dal punto di vista **qualitativo**, da valutazioni sul rispetto per la salute dei lavoratori, sulla certificazione ambientale, sull'efficienza energetica e così via.

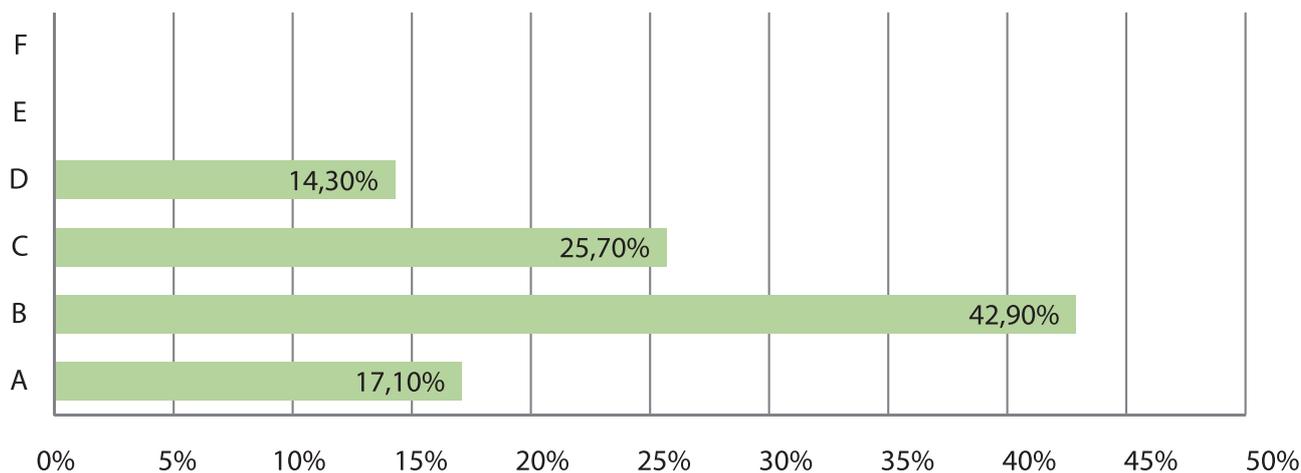
Tenendo conto di tutti questi fattori, si può dire che il concetto di sostenibilità ambientale è largamente diffuso nell'intero sistema economico regionale ed i vari settori presentano in media bassi tassi di inquinamento idrico, di emissione di gas, anidride carbonica e residui nocivi.

Il **panel di esperti** settoriali intervistato ha ammesso che il riciclo degli scarti è regolarmente praticato dalle aziende locali, come quelle operanti nel settore estrattivo dei minerali solidi che sono tenute obbligatoriamente ad utilizzare gli scarti dell'attività per il ripristino delle aree. La maggiore debolezza della regione è legata principalmente all'*approvvigionamento energetico*.

Alcuni settori economici sopportano ancora elevati costi per i quali sarebbe utile intervenire ricorrendo all'utilizzo di nuove tecnologie oppure, ai fini di un reale miglioramento dell'impatto ambientale, agire secondo una logica di "filiera", che posizioni gli interventi sui punti di maggiore incisività ed efficacia rispetto ai costi.

Inoltre, come si può chiaramente evincere dal grafico sottostante che sintetizza le risposte degli esperti settoriali, le aziende locali hanno ancora difficoltà nell'utilizzare le energie rinnovabili: solo l'1,4% dei consumi interni lordi di energia elettrica deriva da fonti rinnovabili (escludendo l'ambito idrico).

Schema 10 - Approvvigionamento energetico da fonti rinnovabili



A - (per niente); B - (molto poco); C - (poco); D - (abbastanza); E - (molto); F - (moltissimo)

Fonte: analisi Symbola, 2009

Le **stime quantitative regionali** confermano questi elementi di debolezza:

- nel Lazio ci sono in media solo 5 impianti da fonti rinnovabili per 1.000 kmq, mentre in Piemonte se ne contano circa 20 e in Trentino Alto Adige 27;

- la raccolta differenziata è pari all'11% del totale dei rifiuti, mentre la media nazionale è assestata sul 25,8%;

- le imprese che presentano la certificazione ambientale sono solo il 4,2% rispetto ad una media nazionale del 7,7%.

Sul tema ambientale, la provincia di Roma presenta un PIQ più basso del dato regionale (44,8%): Roma è in effetti tra le città europee con maggiore inquinamento e presenta un aumento costante delle emissioni CO₂. A Roma sono immatricolate 71 auto ogni 100 abitanti (dati ACI 2006), una tra le più alte densità automobilistiche d'Europa. Ogni giorno, inoltre, entrano in città almeno 500.000 auto dall'hinterland (dati CENSIS 2008). Preoccupa l'inquinamento atmosferico, soprattutto per gli ossidi di azoto e soprattutto le polveri sottili, nel 2007 oltre i limiti di legge un giorno su tre in tredici su sedici delle centraline di monitoraggio a Roma (il massimo valore medio annuale per le polveri è di 40,4 microgrammi/metro cubo).

Il Comune di Roma intende affrontare questa problematica con interventi che contrastano il crescente inquinamento attraverso la produzione di energie con tecnologie pulite, il miglioramento del verde pubblico e investimenti nel trasporto urbano. Anche sul settore delle energie rinnovabili Roma intende investire molto, con iniziative allargate a partire dagli edifici pubblici (sugli edifici comunali, per il solare termico Roma vede 0,29 metri quadri ogni 1.000 abitanti, mentre sul solare fotovoltaico i numeri sono molto bassi, con 0,08 kw/1.000 ab.) e semplificazioni delle norme comunali per l'installazione delle stesse²².

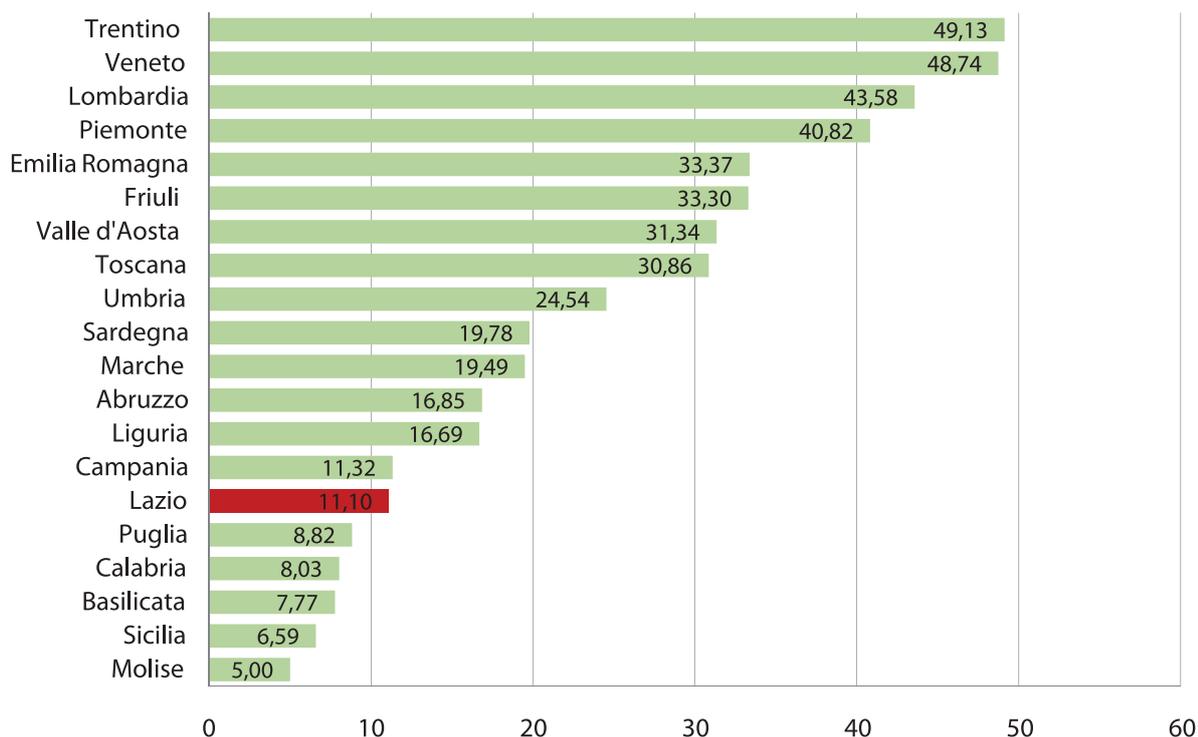
La stessa Regione Lazio ha definitivamente semplificato e liberalizzato i piccoli impianti solari termici, fino a 30 mq, fotovoltaici, fino a 20 kW posti sopra le coperture degli edifici, ed eolici fino a 5 kW.²³ L'installazione di tali impianti è quindi oggi una "attività libera", che non necessita più della DIA (Dichiarazione di Inizio Attività) rivolta al Comune.

Tra le diverse iniziative attivate in questo campo, vi è quella indetta recentemente dalla Regione Lazio e dalle cinque Province, riguardante l'istituzione di Sportelli Informativi provinciali ad hoc. Questa volta l'attività è atta a fornire informazioni ai cittadini, alle pubbliche amministrazioni, alle imprese private, alle associazioni di categoria e ai liberi professionisti sulla normativa di settore, sulle competenze e sui servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione in materia di risparmio energetico, sugli iter amministrativi per l'autorizzazione di impianti energetici, sulle modalità di accesso a fondi, contributi e finanziamenti comunitari, statali, regionali e provinciali disponibili, sulle tipologie di fonti energetiche rinnovabili e sulle buone pratiche di risparmio energetico.

²² DPEF Comune di Roma 2009-2011

²³ Fonte: <http://www.sportellolazyotolazio.it/>

Schema 11 - Raccolta differenziata dei rifiuti in Italia sul totale dei rifiuti urbani (valori percentuali)

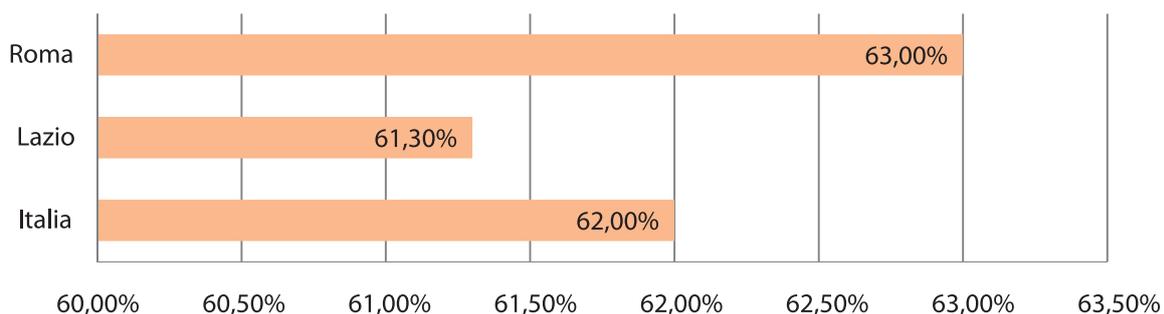


Fonte: analisi Symbola, 2009

3.2 Capitale Umano

Sul tema della valorizzazione e qualificazione del capitale umano, il Lazio presenta, sia a livello regionale complessivo che, nello specifico della provincia di Roma, valori di PIQ che si assestano attorno alla media nazionale (circa il 62%).

Schema 12 - Quota del PIL di buona qualità in termini di risorse umane



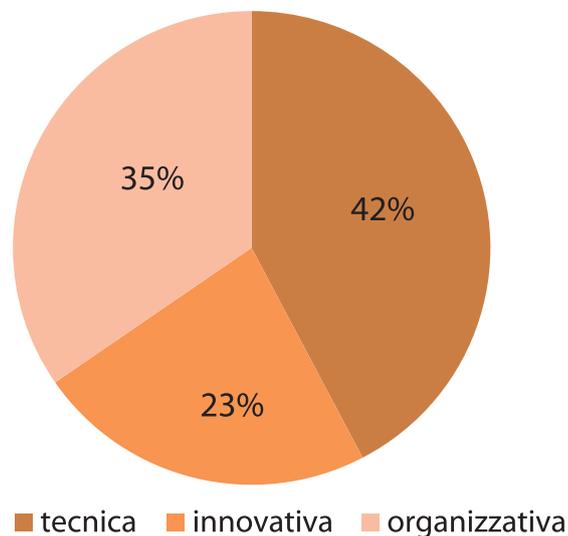
Fonte: analisi Symbola, 2009

In misura maggiore rispetto ad altri contesti di analisi, la provincia di Roma incide fortemente su questo risultato, con un PIQ pari al 63%. Il dato è principalmente il risultato del modello di sviluppo romano che già adesso, ma in misura maggiore nei prossimi anni, tenderà a crescere

in settori che richiedono alta professionalità e manodopera specializzata: istruzione e ricerca, attività professionali e imprenditoriali, turismo e accoglienza, cultura. Roma infatti già oggi presenta 43,5 associazioni artistico-culturali ogni 100.00 abitanti (contro il 30,7 della media nazionale) e concentra il 13% di tutti i teatri italiani, il 12% di librerie e il 7% dei musei e delle pinacoteche. Passando ad analizzare nel dettaglio i principali risultati dell'**indagine panel** rispetto alla tematica delle risorse umane, emergono considerazioni interessanti.

Interrogati innanzitutto sulle principali tipologie di competenze necessarie alle aziende dei diversi settori, gli esperti dichiarano la grande rilevanza delle competenze di natura tecnica, seguite dalle competenze organizzative e relazionali, spesso accompagnate da una buona dose di creatività e di capacità innovativa. Tra le capacità tecniche rientrano ovviamente anche quelle informatiche.

Schema 13 - Tipologia di competenze richieste dalle aziende



Fonte: analisi Symbola, 2009

Il dato è d'altra parte confermato anche dall'ultima *Indagine "Excelsior"*, realizzata da Unioncamere Nazionale su un campione di circa 100.000 imprese con almeno un dipendente di tutti i settori economici e di tutte le tipologie dimensionali, finalizzata a rendere noto in modo analitico il proprio fabbisogno di occupazione per l'anno in corso. I risultati dell'*Indagine "Excelsior"*, per quanto concerne la provincia di Roma, mettono in evidenza che, in termini di titoli di studio maggiormente richiesti, le lauree più ricercate sono quelle tecniche, quelle ad indirizzo economico e quelle in ingegneria e, per i diplomi, quelli di indirizzo amministrativo-commerciale, seguiti dagli indirizzi elettrotecnici, turistico-alberghieri e meccanici. In termini di valori assoluti le assunzioni più numerose riguardano le professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi, seguite, appunto, dalle professioni tecniche.²⁴

²⁴ Cfr. UNIONCAMERE LAZIO, *Indagine "Excelsior" 2008*.

Schema 14 - Le professioni più richieste nella provincia di Roma per grandi gruppi professionali

Dirigenti	290
<i>Direttori dipartimentali in grande aziende private</i>	190
Professioni intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione	5.070
<i>Specialisti in scienze matematiche, fisiche e naturali</i>	2.250
Professioni tecniche	12.400
<i>Tecnici dell'amministrazione e dell'organizzazione</i>	3.960
Impiegati	8.010
<i>Personale di segreteria e operatori su macchine di ufficio</i>	2.130
<i>Personale addetto alla gestione degli stock, approvvigionamento e trasporti</i>	2.040
<i>Cassieri, addetti allo sportello e assimilati</i>	2.000
Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	13.650
<i>Addetti alle vendite al minuto</i>	5.050
<i>Addetti alla ristorazione ed ai pubblici servizi</i>	4.410
Operai specializzati	10.380
<i>Operai specializzati addetti alle rifiniture delle costruzioni</i>	3.100
<i>Meccanici, montatori, riparatori e manutentori macchine</i>	2.340
<i>Operai specializzati addetti alle costruzioni e al mantenimento di strutture edili</i>	1.830
Conducenti di impianti e operai semi-qualificati addetti a macchinari fissi e mobili	4.340
<i>Conducenti di veicoli a motore</i>	2.490
Personale non qualificato	10.310
<i>Personale non qualificato nei servizi di pulizia, igienici, di lavanderia e assimilati</i>	6.900

Fonte: Elaborazione su dati Unioncamere – Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2008.

Altri dati interessanti provengono dalla parte **quantitativa** dell'indagine, da cui si evince che l'utilizzo di computer fa parte del bagaglio culturale di quasi tutti i lavoratori laziali e che il 21,4% degli abitanti tra i 16 e i 74 anni di età posseggono un alto livello di conoscenza dei software applicativi, mentre il 10,7% conosce perfettamente il canale Internet. Inoltre, nonostante la formazione sia riconosciuta come aspetto importante per la crescita professionale (vengono regolarmente organizzate attività formative e corsi di aggiornamento), spesso il "saper fare" deriva da altri fattori, come l'esperienza diretta sul campo, le competenze diffuse nel territorio e le tradizioni locali o settoriali.

Per quanto riguarda le **dinamiche di qualità nel mercato del lavoro**, il Lazio registra nel 2008 un tasso di attività del 51,2%, superiore alla media nazionale (49,3%) e un tasso di disoccupazione pari al 7,5% rispetto alla media nazionale del 6,7%.

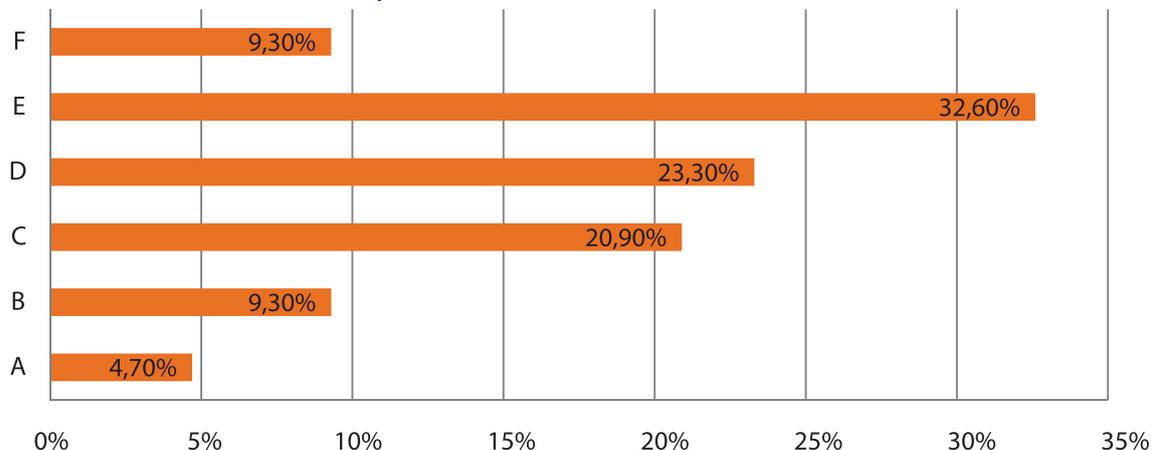
Schema 15 - La situazione occupazionale della regione (media 2008)

Regione	Tasso di attività (%)	Tasso di disoccupazione (%)
Piemonte	52,0	5,0
Valle d'Aosta	54,5	3,3
Lombardia	54,7	3,7
Trentino Alto Adige	56,9	2,8
Veneto	54,4	3,5
Friuli Venezia Giulia	51,3	4,3
Liguria	48,5	5,4
Emilia Romagna	55,2	3,2
Toscana	51,8	5,0
Umbria	51,4	4,8
Marche	51,3	4,7
Lazio	51,2	7,5
Abruzzo	48,4	6,6
Molise	45,2	9,1
Campania	39,9	12,6
Puglia	42,2	11,6
Basilicata	43,5	11,1
Calabria	39,7	12,1
Sicilia	40,6	13,8
Sardegna	48,0	12,2
Italia	49,3	6,7

Fonte: analisi Symbola-PEGroup su dati Istat 2009

È interessante anche notare il comportamento delle aziende locali rispetto all'inserimento del personale in quanto, perfettamente in linea con le tendenze nazionali, si preferisce sottoscrivere sempre più contratti a tempo atipici (come ad esempio i contratti di collaborazione, i contratti a progetto, ecc.).

Schema 16 - Incidenza dei contratti atipici



A - (nessun contratto di collaborazione); B - (pochissimi); C - (pochi); D - (abbastanza); E - (molti); F - (moltissimi)

Fonte: analisi Symbola, 2009

Nel complesso la regione presenta un mercato del lavoro caratterizzato dal grosso rilievo assunto dal settore terziario anche se persiste, come in gran parte del territorio nazionale, la difficoltà dei giovani nell'accedere al mercato del lavoro. In più, rispetto al passato, si registra una progressiva trasformazione del carattere delle condizioni lavorative offerte, ovvero il peso che vanno assumendo i lavori atipici sul totale.

Ciò contribuisce alla formazione di un mercato del lavoro piuttosto segmentato: i lavoratori autonomi sono concentrati solitamente in alcuni settori come l'agricoltura o le costruzioni; il part-time è un fenomeno prevalentemente femminile ed è particolarmente presente nei servizi²⁵. Di fronte al fabbisogno di assorbire elevate professionalità, la ricerca del personale si spinge ad individuare le competenze migliori al di fuori dei confini regionali, anche se, onde garantire un livello occupazionale interno migliore, sarebbe opportuno focalizzare l'obiettivo sui talenti regionali.

3.3 Innovazione tecnologica e sociale

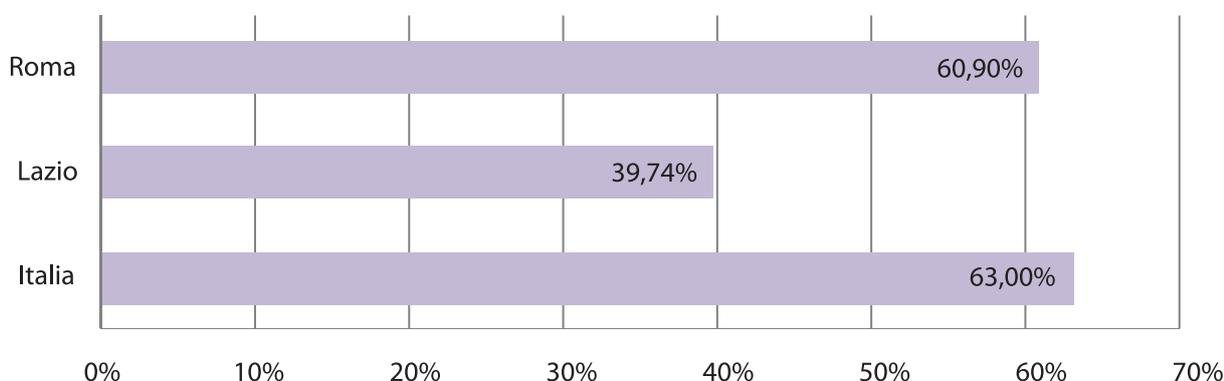
Questo contesto di analisi prende in considerazione due tipologie di innovazione:

- l'innovazione **tecnologica**, rilevata tramite indicatori che descrivono l'incidenza della spesa delle imprese in Ricerca e Sviluppo, la percentuale di addetti per questa funzione, il grado di intensità brevettuale, l'accesso ad Internet, ecc.

- l'innovazioni **sociale**, rilevata tramite altri fattori, quali il ruolo delle donne e dei giovani, l'integrazione degli immigrati, la diffusione della certificazione di qualità, la percentuale di persone che hanno svolto attività gratuita per associazioni di volontariato o che hanno versato soldi ad associazioni umanitarie, il numero di associazioni artistiche, culturali e ricreative o di enti internazionali presenti nel territorio, ecc.

Dall'analisi risulta che il Lazio, con un PIQ del **39,74%**, è collocato circa 23 punti sotto la media nazionale (63%), mentre la provincia di Roma sembra produrre più qualità, con un PIQ del 60,9%.

Schema 17 - Quota di PIL di buona qualità in termini di innovazione



Fonte: analisi Symbola, 2009

²⁵ Fonte EURES - Rapporto sul mercato del lavoro nel Lazio
<http://ec.europa.eu/eures/main.jsp?catId=395&acro=Imi&lang=it&countryId=IT®ionId=ITE&nuts2Code=ITE4&nuts3Code=null>

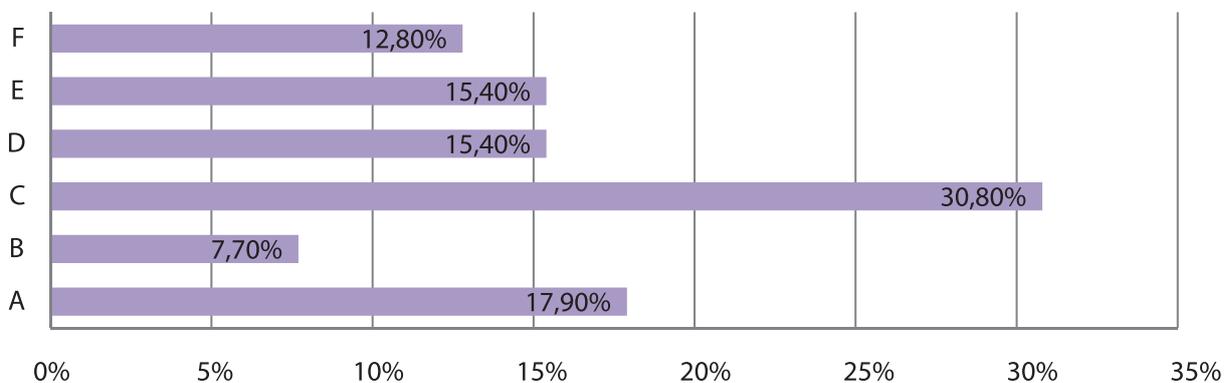
I **dati quantitativi** mettono in evidenza come il ritardo del Lazio sia essenzialmente legato a due aspetti, peraltro noti nelle statistiche ufficiali sull'innovazione territoriale:

- la capacità di produrre brevetti: nel Lazio si producono 28 brevetti ogni 1000 abitanti, contro i 61,5 del dato medio Italia;
- le spese in R&S: nel Lazio la spesa per Ricerca e Sviluppo delle imprese pubbliche e private è pari allo 0,5 % PIL, contro lo 0,6% del dato nazionale.

L'**indagine panel** fa emergere una fotografia più positiva dell'effettiva propensione all'innovazione del territorio: la tendenza all'innovazione di processo o di prodotto è infatti riscontrata nella larga maggioranza dei settori. Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, il sistema economico regionale accoglie facilmente non solo le innovazioni di natura incrementale ma anche quelle di natura radicale: il 100% degli intervistati ha dichiarato di aver dato vita ad almeno un'innovazione radicale (di processo o di prodotto) nel corso degli ultimi dieci anni.

D'altro canto, la funzione di Ricerca e Sviluppo ha un ruolo ancora debole, poco presente o limitato a settori circoscritti (il 46% delle aziende locali dice di avvertirne a stento la presenza). Sarebbero auspicabili maggiori investimenti, che ad oggi presentano un'incidenza dello 0,50% sul PIL, anche favoriti dall'apparato pubblico, tramite una politica di incentivi, o semplicemente un maggior livello di coordinamento degli enti di sviluppo regionali. In tutti i settori si applicano efficacemente strategie di marketing e comunicazione, ma, in alcuni di essi, fattori come l'estetica ed il design dei prodotti risultano quasi del tutto privi di effettiva valorizzazione:

Schema 18 - Importanza della funzione di design e progettazione



A - (per niente); B - (molto poco); C - (poco); D - (abbastanza); E - (molto); F - (moltissimo)

Fonte: analisi Symbola, 2009

Il territorio romano si identifica come motore trainante per il sistema innovativo tecnologico provinciale e regionale, presentando un divario di venti punti percentuali rispetto al PIQ laziale. La presenza di imprese *high-tech*, poli di alta formazione e ricerca, sedi universitarie e distretti tecnologici specializzati (come quelli dell'audiovisivo o dell'elettronica) fa di Roma una "capitale dell'innovazione".

Dal Documento di Programmazione Finanziaria comunale 2007-2011 si intravedono ulteriori strategie di intervento, orientate da un lato al rafforzamento e al consolidamento dei settori di punta (aerospaziale,

multimedia, ICT, ricerca, informatica, e-commerce, ecc.) e dall'altro allo sviluppo di filiere integrate nei settori emergenti, quali ad esempio, la filiera delle tecnologie a basso impatto ambientale, promuovendo iniziative volte a favorire l'innovazione, il trasferimento tecnologico, la creazione di impresa e lo sviluppo di forti sinergie tra centri di ricerca, aziende, enti finanziatori e utenti finali.

Per quanto riguarda l'**innovazione sociale**, il **panel** di esperti settoriali conferma che il divario uomo-donna sul mercato del lavoro rimane marcato: raramente una donna riesce a raggiungere cariche direttive (solo il 2,4% degli intervistati ha ammesso che nel suo settore le donne non trovano alcuna difficoltà). Lo stesso discorso vale per i giovani e per gli immigrati. Ad essi vengono, in genere, affidati impieghi pratici in ambiti in cui la manodopera scarseggia, come nel settore della pesca e della piscicoltura.

Spunti interessanti emergono se si analizzano i **dati quantitativi** relativi al numero di abitanti dediti ad attività di volontariato gratuito o quelli che versano soldi ad associazioni, oppure il numero di associazioni culturali, associazioni internazionali o ricreative presenti nel territorio:

Schema 19 - Livelli di innovazione in campo sociale e culturale

Regione	Persone che hanno svolto attività gratuita per associazioni di volontariato (%)	Persone che hanno versato soldi ad associazioni (%)	Associazioni artistiche, culturali e ricreative per 100.000 abitanti	Associazioni, organizzazioni ed enti internazionali per 100.000 abitanti
	Fonte: Istat 2006	Fonte: Istat 2006	Fonte: Pagine Gialle 2009	Fonte: Pagine Gialle 2009
Piemonte	9,4	16,8	32,8	1,1
Valle d'Aosta	12,4	19	26,9	0,7
Lombardia	12,9	23,7	24,3	1,2
Trentino Alto Adige	21,7*	32,9*	52,5	0,8
Veneto	13,1	21,2	24,4	1,1
Friuli Venezia Giulia	12,7	20,8	44,2	1,9
Liguria	7,4	16,7	43,2	1,6
Emilia Romagna	10,2	25,1	43,7	1,8
Toscana	9,8	23	58,4*	1,5
Umbria	9	20	48,1	1,3
Marche	7,4	16,1	37,8	0,9
Lazio	6,6	13,7	35,1	4,5*
Abruzzo	5,1	11,2	20,7	0,7
Molise	4,5	10,5	14,6	0,6
Campania	4,4	8,3	14,2	0,6
Puglia	5,1	11,1	15,1	0,5
Basilicata	9,2	15,9	19,6	0,3
Calabria	5,2	9,6	15,2	0,5
Sicilia	4,9	7,8	19,6	0,5
Sardegna	7,6	18,4	23,3	0,7

*valori massimi

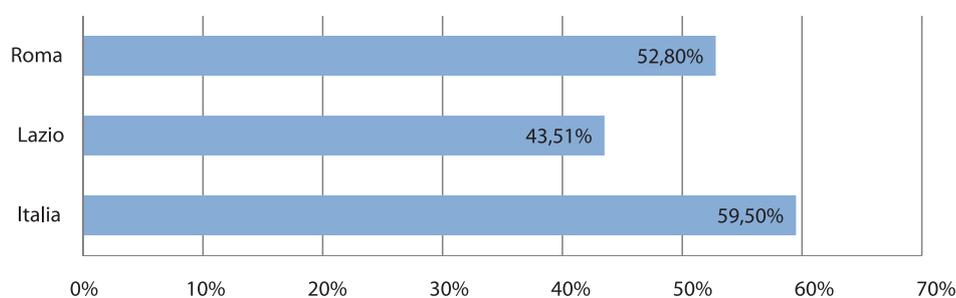
Fonte: analisi Symbola, 2009

Anche rispetto a questa tematica emerge con particolare evidenza la posizione di *leadership* dell'area romana. Non solo a Roma sono concentrate circa 1/3 delle strutture socio-culturali dell'intero Paese, ma la Capitale occupa già una posizione fortissima nel network degli organismi internazionali. Basti pensare che le 235 associazioni, organizzazioni ed enti internazionali e sedi dei più importanti soggetti internazionali, rappresentano quasi un terzo di quelle italiane e fortemente polarizzate nel territorio provinciale.

3.4 Posizionamento competitivo

Parlando di posizionamento competitivo, la provincia di Roma supera il livello di qualità regionale con 52,8 punti percentuali di PIQ rispetto il 43,51% del Lazio. In entrambi i casi permane un certo divario con il dato medio nazionale, pari al 59,50%.

Schema 20 - Quota di PIL di buona qualità in termini di posizionamento e competitività

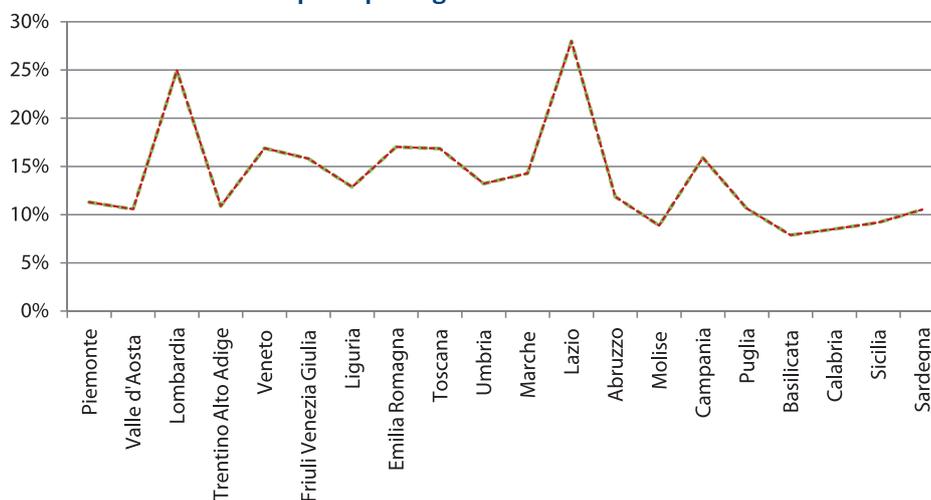


Fonte: analisi Symbola, 2009

L'analisi dei **dati quantitativi** spiega piuttosto bene questi risultati e mette in evidenza un quadro di luci e ombre.

Innanzitutto il Lazio è la regione d'Italia con la percentuale più alta di società di capitali attive sul territorio regionale (27,98%), con un notevole divario rispetto alla media nazionale: il dato indica non solo la presenza di aziende di medio-grandi dimensioni ma anche probabilmente una tendenza al consolidamento della dimensione di impresa.

Schema 21 - Percentuale di società di capitali per regione



Fonte: analisi Symbola, 2009

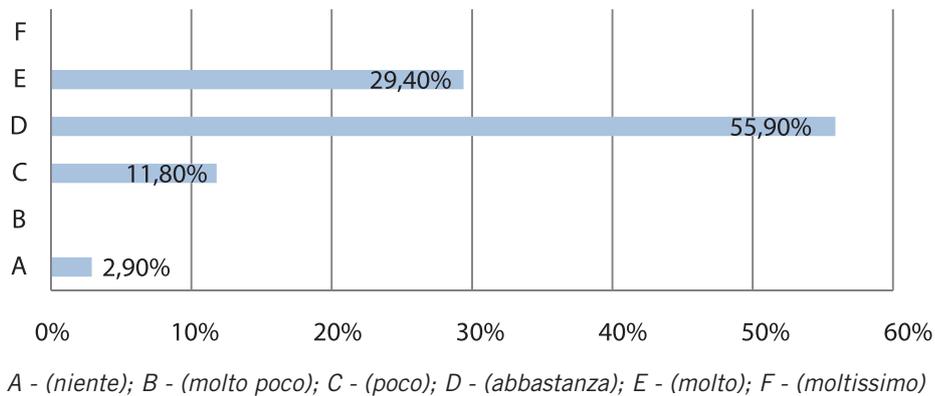
Ugualmente positivo risulta il dato sul livello di investimenti diretti: gli investimenti diretti dall'estero sulla regione sono pari al 2,1% del PIL (rispetto ad una media nazionale dello 0,2%) mentre gli investimenti diretti laziali all'estero sono pari al 2,5% del PIL (rispetto ad una media nazionale dello 0,5%), a conferma della spiccata capacità di attrazione di capitali e risorse da parte di Roma e dell'intera regione.

Molto positivo anche il dato sugli arrivi turistici italiani e stranieri nel complesso degli esercizi ricettivi (197 arrivi ogni 100 abitanti) e il dato sul rapporto tra il numero di passeggeri arrivati e partiti e la superficie delle piste degli aeroporti (37,500 passeggeri nel 2006). Su questi ultimi due valori incide chiaramente la presenza della Capitale, che riesce meglio del resto della regione ad intercettare le dinamiche di qualità rispetto al tema del posizionamento e della competitività.

Sul dato incide soprattutto l'attrazione turistica del territorio, (sui 9,7 milioni di arrivi complessivi registrati nel Lazio del 2007, circa 8,5 milioni hanno riguardato la provincia di Roma) e la crescita di nuove imprese nell'extra-alberghiero (bed & breakfast, campeggi, ostelli, ecc.) che ha fatto crescere del 13% l'anno le strutture extra -alberghiere e dell'11% i relativi posti letto negli altri comuni della provincia.

Meno positivi i dati sull'**import-export** che, in parte, sono la naturale conseguenza di un sistema economico fortemente orientato al terziario e quindi naturalmente meno vocato all'export ma che, dall'altra parte, confermano anche la scarsa internazionalizzazione del sistema economico laziale e la difficoltà ad essere presente in maniera stabile sui mercati internazionali. Le importazioni nette sono pari al 6,7% del PIL (rispetto al dato nazionale del 12,1%). Le esportazioni sono invece pari al 7,7% del PIL (rispetto al dato nazionale del 18,6). Si tratta dunque di un aspetto critico che incide in maniera significativa sul dato contenuto del PIQ e che richiama le leadership politiche ed economiche della regione a concentrare gli sforzi su questo aspetto cruciale della competitività del territorio.

Per quanto riguarda i risultati di dettaglio dell'**indagine panel**, il primo dato che emerge sul tema della competitività del territorio riguarda l'alto livello di apprezzamento dei prodotti italiani e laziali da parte dei consumatori, nazionali o meno. Dal prodotto laziale medio, infatti, oggi ci si attende notevoli qualità di realizzazione, cura dei dettagli, fantasia del disegno e delle forme, durevolezza. Questo deriva in parte dalla diffusione del concetto di *Made in Italy*, con cui si indica il processo di rivalutazione della produzione artigianale e industriale italiana che ha portato (soprattutto negli anni '80) i prodotti italiani ad eccellere nella competizione commerciale internazionale. All'estero, infatti, i prodotti italiani e laziali hanno nel tempo guadagnato una fama (con corrispondente vantaggio commerciale) tale da costituire una categoria a sé in ciascuna delle merceologie rispettivamente interessate. A questo va aggiunto poi il fatto che, di fronte ad una sempre più consapevole richiesta dei consumatori, che sembrano aver sviluppato un maggior senso critico sui loro acquisti, le aziende laziali riescono facilmente ad ampliare la loro offerta, variegando la gamma dei prodotti ed offrendo un numero sempre maggiore di servizi. L'analisi conferma che i clienti esteri sono disposti a pagare anche prezzi alti se possono di comprare prodotti italiani di qualità, come dimostrato dal grafico seguente:

Schema 22 - L'atteggiamento del consumatore estero verso la qualità italiana / Quanto è disposto a pagare per la buona qualità dei prodotti

Fonte: analisi Symbola, 2009

Gli esperti intervistati confermano infine che le politiche pubbliche possono avere un ruolo di primo piano per lo sviluppo della produzione regionale, soprattutto, quando queste sono riferite a leggi contro le contraffazioni e frodi anche se in generale si lamenta l'assenza di un "sistema Paese" che nel suo complesso fa fatica a ragionare in termini di sistema integrato. Altri punti di debolezza che sono stati segnalati riguardano:

- i canali locali di distribuzione e vendita che hanno ancora difficoltà nel valorizzare le produzioni di qualità;
- la mancanza di infrastrutture tecnologiche e di banda larga.

4. Gli approfondimenti settoriali della qualità

Questo capitolo approfondisce le dinamiche di qualità in due filiere specifiche dell'economia laziale: la **filiera dei servizi alla persona** e il **sistema moda**, portando a sintesi tre percorsi di ricerca distinti:

- il **percorso quali-quantitativo realizzato per il calcolo del PIQ** nei 24 settori rappresentativi del PIL regionale (panel qualitativo, da un lato e analisi su una batteria di indicatori quantitativi dall'altro);
- l'**analisi desk** sui principali documenti strategici relativi alle dinamiche di qualità nelle due filiere oggetto di approfondimento, con particolare riferimento al Lazio ma con uno sguardo alle dinamiche di sviluppo qualitativo delle due filiere a livello nazionale;
- due **focus group** di approfondimento:
 - il primo, sui servizi alla persona, realizzato il 12 maggio 2009 presso l'Assessorato alle Politiche sociali della Regione Lazio, al quale hanno partecipato funzionari e dirigenti degli uffici responsabili dell'integrazione socio-sanitaria, della programmazione regionale e dei Piani di zona e del Terzo settore;
 - il secondo, sulla filiera moda, realizzato il 23 giugno 2009 da Unioncamere Lazio, presso la Camera di Commercio di Roma, al quale hanno partecipato professionisti, imprenditori ed esperti di Alta Roma, della filiera moda laziale e nazionale.
- la definizione di una **catena del valore** per i settori di riferimento studiata ad hoc con lo scopo di migliorare la metodologia.

4.1. Il Sistema moda

4.1.1. Il concetto di qualità nel sistema moda

Nella filiera della moda la qualità è un concetto complesso, ma al tempo stesso evolutivo e “multiplo”, nel senso che si riferisce ad un valore percepito e non assoluto nel tempo. La sua

definizione, secondo la Fondazione Symbola, può essere considerata la risultante dell'interazione tra quattro macro-ambiti:

- **la forma ed il design,**
- **il senso,**
- **il contenuto,**
- **l'immagine.**

Nel tempo cambia il mix delle quattro componenti, il peso che ciascuna di esse ha nel concetto complessivo di qualità e gli elementi costitutivi delle stesse.

Tutto ciò che è legato alla fase di progettazione e al design costituisce la **forma** dei prodotti. Il modo in cui le aziende rendono unico il loro prodotto, caratterizzandolo esteticamente, stabilendone il **design** o semplicemente curando le politiche verso i fornitori, è estremamente rilevante se si intende creare qualità. Prodotti capaci di esprimere la loro funzione e, perché no, di ispirarne anche qualcuna a sorpresa. Le aziende di successo nel settore della moda riescono ad abbattere la standardizzazione e a dotare i loro capi di un forte carattere distintivo, personalizzando i loro prodotti secondo una politica di differenziazione di merce per target definito. Si pensi, ad esempio a come nell'alta moda la creazione di uno stile e di un design riconoscibile sia prerogativa imprescindibile per il successo.

Il **senso** di un prodotto, nella moda, fa invece riferimento a ciò che il prodotto stesso riesce ad evocare. Si tratta dunque dell'insieme delle percezioni e sensazioni evocate dal prodotto e collegate alle tradizioni o ad esperienze passate (ricordi, colori che evocano specifiche sensazioni, emozioni, profumi, ecc.). Dietro al concetto di senso si cela dunque un intero mondo di strategie, legate alla comunicazione e al marketing, ma anche al senso di appartenenza ad un brand piuttosto che ad un altro. Negli ultimi anni si è verificato, in termini di dinamiche di qualità, uno spostamento verso i valori della comunicazione, del marketing e del brand, che spesso ha portato ad una "percezione della qualità" non sempre coincidente con la qualità effettiva.

L'attuale crisi economica globale sta determinando uno spostamento dell'attenzione, del consumatore e sicuramente di importanti buyers internazionali, verso il valore intrinseco. La comunicazione pur rimanendo un'importante leva per lo sviluppo dei prodotti e l'acquisizione di quote di mercato, sempre più deve trovare un riscontro nella qualità effettiva del prodotto finale.

È possibile rilevare a livello internazionale un'evoluzione dal virtuosismo creativo al virtuosismo produttivo basato sulla qualità dei processi, dei materiali e dei dettagli, legata al crescente apprezzamento delle capacità del saper far bene.

In questo nuovo scenario l'integrazione totale della filiera di business, la personalizzazione e il sourcing esclusivo diventano i tre asset decisivi per lo sviluppo del settore.

Parlando invece di **contenuto** ci si cala nel cuore del prodotto e del processo produttivo, toccandone concretamente le caratteristiche intrinseche di qualità. Per quanto riguarda il prodotto, la provenienza delle materie prime è un elemento di qualità prioritario per ottenere un prodotto finito pregiato ed è la conseguenza di un'attività continuativa di ricerca e sviluppo sui materiali. Altre componenti indispensabili della qualità sono l'affidabilità offerta, la sicurezza, il rapporto

qualità/prezzo e, ovviamente, la funzionalità del prodotto stesso.

Il processo produttivo, invece, per essere di qualità, deve, oltre ad adeguarsi alle norme di rispetto ambientale, proporre soluzioni in tema di eco-sostenibilità, garantire la sostenibilità sociale, permettere la trasmissione dei saperi e delle competenze tra profili professionali diversi e tra le diverse generazioni, garantire, seppur innovando, il contenuto artigianale del prodotto. Il tema della trasmissione del sapere è cruciale anche nel rapporto tra la fase del design e della progettazione e quella dello sviluppo industriale del prodotto. Le tecniche e i problemi industriali, di cui gli stilisti devono saper tener conto, non hanno a che fare direttamente con la creatività, per cui è importante distinguere Alta moda/Artigianato e libertà assoluta di tempi e metodi e la produzione industriale.

Sempre più importante sta inoltre diventando la *tracciabilità del prodotto e del processo*: la qualità dei prodotti deve essere verificata e resa verificabile, al fine di fornire ai clienti la certezza di acquistare un prodotto di cui si conosce tutta la storia, comunicata chiaramente con un'apposita etichetta, che sancisce la provenienza di ciascuna fase della lavorazione. La tracciabilità aiuta, d'altro canto, a rendere maggiormente appetibili i prodotti sul mercato e a promuovere il proprio marchio.

L'ultimo, ma non il meno importante, dei macro-ambiti di qualità nel settore della moda è l'**immagine**. Crearsi un'immagine riconoscibile nella filiera della moda vuol dire per un'azienda aver raggiunto uno degli obiettivi principali. In questo contesto la commercializzazione, la scelta di efficienti canali distributivi, la cura di strumenti comunicativi, quali la vetrina o il sito internet, possono essere di grande aiuto. Il prezzo del prodotto è un'ulteriore discriminante particolarmente significativa, ma la qualità si configura anche nei servizi offerti al cliente, prima, durante e dopo il processo di vendita.

Rispetto a questa tematica il mercato tende oggi a premiare gli attori della moda che offrono qualità in tempi ridotti e a costi contenuti, come è evidente da diversi casi di successo, talvolta anche a prescindere dai modelli distributivi adottati. Si pensi ad esempio al caso di H&M, azienda con una rete esclusivamente proprietaria o a Zara che applica un modello di rete più flessibile accompagnato da un modello di assortimento dei negozi che ne rappresenta il vero punto di forza o, ancora, Intimissimi, che assortisce al meglio i suoi franchising riuscendo a segmentare l'offerta, i processi e le politiche di servizio. Infatti è quasi sempre richiesto ai player della moda di sviluppare dei modelli di offerta sempre più veloci e meno costosi, prevedendo, oltre alla tradizionale produzione programmata, degli inserimenti last-minute, che prevedano un "time-to-market" estremamente ridotto. Tutto, ovviamente, senza mai perdere di vista il livello di servizio (puntualità delle consegne, assistenza post-vendita, vasta gamma di scelta tra i prodotti offerti, servizio "*never out to stock*", ecc.)²⁶ che resta comunque un fattore critico.

²⁶ Fonte: Approfondimenti tematici – Evoluzione del Supply System – Bain & Company

L'interazione delle quattro componenti (forma, senso, contenuto e immagine) genera una sorta di catena del valore della qualità del sistema moda, riportata nel grafico seguente:

Schema 23 - La catena del valore della qualità nel sistema moda



Fonte: analisi Symbola 2009

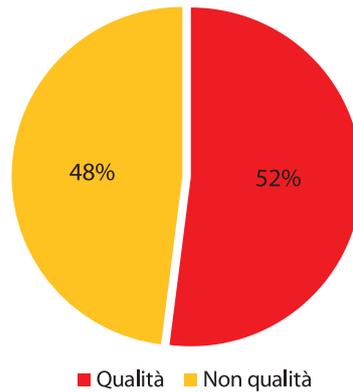
Per garantire livelli ottimali di qualità complessiva, nessuna delle quattro componenti dovrebbe avere un peso inferiore rispetto alle altre. Il mix cioè deve essere “spalmato” in maniera proporzionale sui diversi ambiti. La situazione del mercato della moda odierno, invece, evidenzia uno “sbilanciamento” verso la componente *forma*, con una rilevanza schiacciante delle politiche di marketing e comunicazione, a scapito soprattutto del *contenuto del prodotto*, che è andato perdendo peso e considerazione. Se da un lato il pubblico è diventato più consapevole rispetto al passato nelle scelte di qualità ed ha sviluppato un maggior senso critico nonché una maggiore sensibilità ambientale e sociale, dall’altro lato, il valore percepito dal cliente ha seguito nel tempo un vero e proprio processo evolutivo: in una prima fase (risalente al mercato degli anni '80) la qualità percepita era legata esclusivamente al prodotto offerto e alle sue caratteristiche tangibili, mentre già negli anni '90 l'interesse si è spostato verso il marchio e il brand.

Il valore finale del prodotto deriva dunque da una valutazione più complessa di fattori legati sempre più spesso a specifiche esigenze del cliente, all’etica, al senso, alle esperienze personali e alla facilità di ottenere informazioni sul prodotto (tracciabilità). Occorre, quindi, alla luce di questi nuovi fattori, impegnarsi ad attuare un ridimensionamento dell’incidenza di alcune componenti rispetto ad altre.

4.1.2. Il PIQ nel sistema moda: i risultati del Lazio

Secondo quanto emerso dalla rilevazione, il PIQ Lazio nella filiera della moda presenta una buona percentuale di qualità, pari a circa il 52%, cioè più di 230 milioni di euro di qualità.

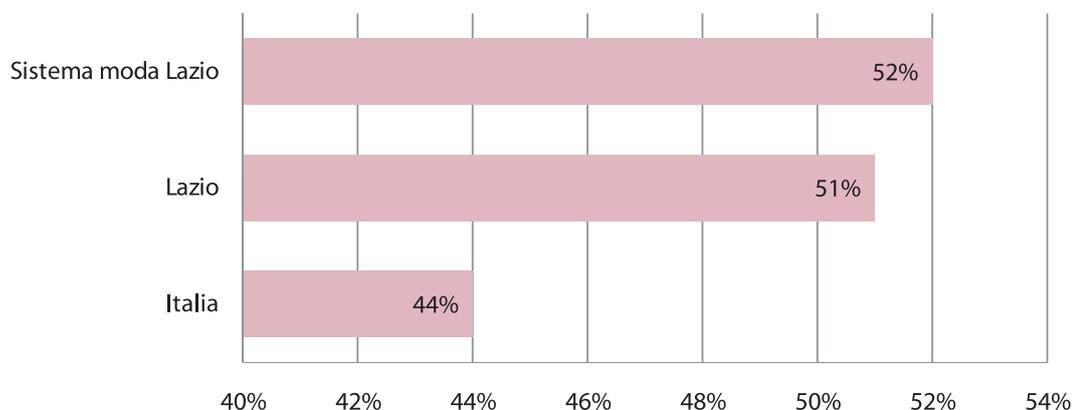
Schema 24 - I risultati del PIQ Lazio per il sistema moda



Fonte: analisi Fondazione Symbola, 2009

Si tratta di un dato soddisfacente che testimonia e conferma le enormi potenzialità di sviluppo e di evoluzione di un comparto che nel Lazio è stato fino ad oggi piuttosto “sotto traccia” ma che invece, se adeguatamente sostenuto e valorizzato, potrebbe diventare una nicchia di specializzazione importante per la competitività dell’economia regionale. Il dato del PIQ di filiera risulta tra l’altro in linea con il PIQ regionale complessivo e ampiamente superiore al PIQ nazionale.

Schema 25 - Il PIQ del sistema moda a confronto con il PIQ Lazio e con il PIQ Italia

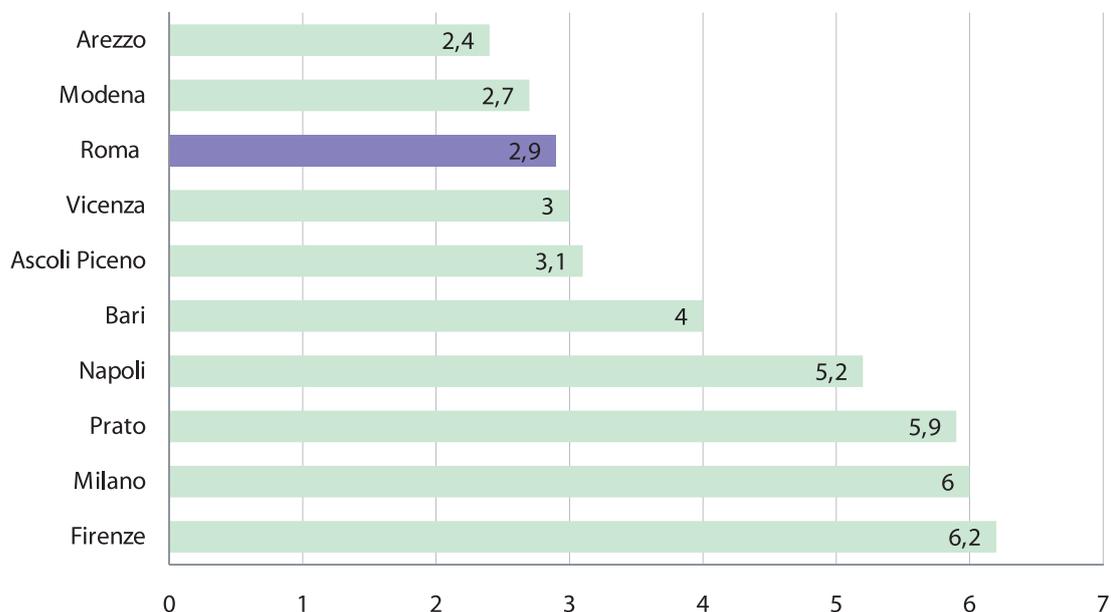


Fonte: analisi Fondazione Symbola, 2009

Il risultato ottenuto è confortante e conferma l’esistenza di un settore variegato e dinamico, che non può essere ricondotto al solo tessile abbigliamento (che di per sé incide solo per lo 0,32% sul PIL regionale) ma ad una serie di attività collaterali che hanno dato vita nel tempo ad una vera e propria filiera.

Benché il Lazio, a confronto con altre regioni d’Italia, presenti un numero di aziende contenuto (4.100 imprese attive nel 2007 contro le 21.283 della Toscana), la provincia di Roma risulta essere all’ottavo posto della graduatoria delle province italiane a più alta vocazione per il settore moda, come si evince dallo schema seguente:

Schema 26 - Prime 10 province italiane a più alta vocazione per il settore moda del manifatturiero locale (Giugno 2007; valori percentuali; Totale Italia = 100)



Fonte: analisi Fondazione Symbola su elaborazioni ITF - Istituto Tagliacarne su dati Infocamere

Il Lazio inoltre presenta una tradizione artigianale pregiata in questo settore, come emerge dal dato relativo alle imprese artigiane operanti nella filiera, che sono il 76% del totale delle imprese, dato di gran lunga superiore al dato medio Italia (66%) e anche a quello di altre regioni altamente vocate per la moda (Toscana, Veneto, Emilia Romagna). Si tratta, nel caso specifico del Lazio, di un artigianato di eccellenza e di elevatissima qualità a servizio delle grandi *maison* di Alta moda che nel Lazio hanno la loro sede principale e che possono contare su una capacità tecnica locale pregiata e su un network di competenze specializzate che rendono il territorio un luogo di eccellenza.

Schema 27 - La vocazione artigiana del sistema moda (giugno 2007)

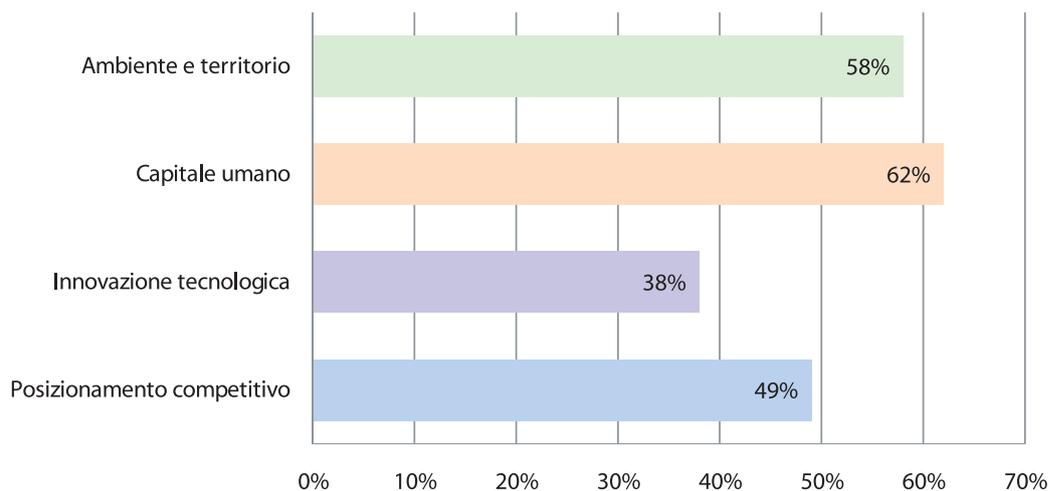
Regioni	imprese artigiane del sistema moda	imprese del sistema moda	peso dell'artigianato sul sistema moda
<i>Abruzzo</i>	1.765	2.776	63,6
<i>Basilicata</i>	359	496	72,4
<i>Calabria</i>	1.288	1.646	78,3
<i>Campania</i>	4.083	9.438	43,3
<i>Emilia Romagna</i>	6.606	8.742	75,6
<i>Friuli Venezia Giulia</i>	621	751	82,7
<i>Lazio</i>	3.198	4.197	76,2
<i>Liguria</i>	989	1.195	82,8
<i>Lombardia</i>	10.780	17.488	61,6
<i>Marche</i>	5.565	7.284	76,4
<i>Molise</i>	216	350	61,7
<i>Piemonte</i>	4.252	5.658	75,2
<i>Puglia</i>	4.528	7.272	62,3
<i>Sardegna</i>	1.041	1.193	87,3
<i>Sicilia</i>	2.168	2.935	73,9
<i>Toscana</i>	13.156	21.048	62,5
<i>Trentino Alto Adige</i>	523	613	85,3
<i>Umbria</i>	1.607	2.030	79,2
<i>Valle d'Aosta</i>	44	54	81,5
<i>Veneto</i>	8.285	11.930	69,4
<i>Nord-Ovest</i>	16.065	24.395	65,9
<i>Nord-Est</i>	16.035	22.036	72,8
<i>Centro</i>	23.526	34.559	68,1
<i>Sud</i>	15.448	26.106	59,2
<i>Italia</i>	71.074	107.096	66,4

Fonte: analisi Fondazione Symbola su elaborazioni ITF - Istituto Tagliacarne su dati Infocamere

4.1.3. I risultati del PIQ del sistema moda per le singole accezioni di qualità

Entrando nel dettaglio dei risultati del PIQ della filiera moda, la buona qualità del settore si esprime soprattutto nella qualità delle competenze e delle professionalità che vi operano e nel basso impatto ambientale del comparto. Più critico il tema del posizionamento competitivo e dell'innovazione.

Schema 28 - Le discriminanti di qualità nel PIQ della filiera moda



Fonte: analisi Fondazione Symbola

Nei paragrafi successivi vengono approfondite le dinamiche di qualità per ciascuna accezione.

Qualità e ambiente: Il valore del PIQ della filiera moda per quanto riguarda il tema dell'ambiente è pari al 58%. Il dato, molto alto, è il risultato di due fattori, che ben vengono messi in evidenza dall'analisi quantitativa:

- il sistema moda rispetto ad altri comparti del manifatturiero inquina meno e dunque presenta in senso generale un livello di PIQ strutturalmente più alto;
- all'interno del sistema moda, la filiera laziale è piuttosto competitiva nel confronto con altre regioni rispetto ad alcuni indicatori chiave che rilevano l'inquinamento (emissioni di CO₂, livelli di acidificazione e di ozono, effetto serra)

In generale su questa filiera le imprese hanno raggiunto un discreto livello di sensibilizzazione verso le tematiche del risparmio energetico e della sostenibilità ambientale.

Capitale umano: Il valore del PIQ della filiera moda per quanto riguarda le risorse umane è pari al 62%. Questo dato, molto positivo, è il risultato dei dati emersi dall'analisi quantitativa e dei giudizi positivi espressi nel corso dell'indagine panel e del focus group realizzato con gli operatori del settore. Per quanto riguarda l'analisi quantitativa, gli indicatori settoriali specifici indicano la presenza di una leadership giovane, con un livello di qualifica e di professionalità elevato:

- la percentuale di dirigenti e quadri nella fascia 25-49 anni che lavorano nel sistema moda

sono nel Lazio pari al 60%, in linea con il dato della Toscana (61%), anche se ancora inferiore a quello della Lombardia (68%) e dell'Emilia Romagna (65%);

- la percentuale di dirigenti e quadri sul totale dei dipendenti del settore è pari al 3%, in linea con il dato delle altre regioni specializzate nel settore moda.

Il dato è riconfermato anche dagli operatori del settore e dai testimoni privilegiati, che hanno sottolineato, su questo aspetto, tre caratteristiche positive del Lazio:

- la presenza di scuole e di centri di formazione numerosi e di altissima qualità (L'Accademia Italiana di Roma, L'Accademia del Lusso, L'Istituto europeo del Design, Accademia Costume e Moda, ecc.);

- un elevato livello di professionalità, soprattutto da parte di chi opera nelle botteghe artigiane e in alcuni segmenti produttivi nei quali il Lazio ha un'eccellenza unica a livello nazionale (Alta moda, costumi per il comparto cinematografico, audiovisivo e religioso, ecc.)

D'altro canto gli operatori del settore sottolineano che a fronte di questa ricchezza in termini di *know how* e competenze vi è un sistema di imprese ancora ridotto e che fa fatica ad assorbire le professionalità prodotte. La conseguenza è che spesso i giovani formati a Roma trovano un impiego a Milano e in altre aree interne o esterne al Paese. Il dato di PIQ conferma dunque l'esistenza di un patrimonio di competenze che attualmente va disperso e che invece dovrebbe poter trovare impiego e valorizzazione sul territorio. In questo senso lo sforzo che deve essere compiuto dalle istituzioni deve andare in una duplice direzione:

- da un lato, consolidare, dal punto di vista organizzativo, manageriale e finanziario, il tessuto di imprese presenti nel Lazio affinché sia possibile portare avanti una vera e propria azione di *marketing* territoriale rivolta all'attrazione di talenti e competenze;

- dall'altro, operare sul fronte della promozione e della comunicazione per far conoscere le opportunità che offre il Lazio in questo settore e creare così un ambiente attrattivo e più ricco di opportunità.

Innovazione tecnologica: Il valore del PIQ della filiera moda per quanto riguarda il tema dell'innovazione è pari al 38%. Sul risultato incide, dal punto di vista dell'analisi quantitativa, il dato della R&S per abitante in questo comparto, che nel Lazio è pari € 19.000 per abitante, piuttosto basso rispetto ad altre regioni che presentano una forte specializzazione nel sistema moda, come la Toscana (€ 30.000 per abitante), il Veneto (€ 22.000 per abitante), l'Emilia Romagna (€ 25.000 per abitante).

Il risultato è confermato anche dai testimoni privilegiati e dagli esperti di settore, che mettono in risalto la difficoltà del sistema moda laziale ad innescare processi di innovazione in grado di mettere in relazione il mondo della ricerca con quello delle imprese. Analogamente ad altri comparti produttivi il sistema moda ha una serie di fabbisogni di innovazione che spesso non sono intercettati dai soggetti che producono e alimentano la ricerca (università, centri di ricerca). Il dato testimonia una difficoltà nei processi di trasferimento tecnologico, che dipende da un lato, dalle difficoltà delle piccole e piccolissime imprese del settore ad esplicitare i propri fabbisogni e dall'altro, dalla difficoltà dei centri di ricerca di portare avanti linee di innovazione

secondo i tempi e le modalità del tessuto produttivo.

Non va tuttavia dimenticato che il Lazio è tra le prime regioni italiane quanto a concentrazione di centri di ricerca, università ed enti che si dedicano sistematicamente alla ricerca: questo non solo ha di per sé una ricaduta positiva sul sistema delle imprese, ma sta aprendo anche scenari di collaborazione molto ampi con il sistema produttivo, soprattutto su tre versanti nei quali si sta orientando, anche a livello internazionale, la ricerca nella filiera moda:

- la produzione di prodotti specialistici, che utilizzano processi evoluti, materie prime, fibre, filati e tessuti funzionali, basati su nano/micro/biotecnologie;
- l'applicazione del prodotto tessile come materia prima per altri settori industriali (applicazioni mediche, costruzioni, trasporti, ecc..);
- lo sviluppo, piuttosto che di grandi quantità, di produzioni personalizzate, che utilizzino meglio la logistica, la distribuzione ed i servizi.

A questi filoni si aggiunge poi la necessità di migliorare la qualità del design e dei processi di produzione, attraverso lo sviluppo di sistemi di *rapid prototyping* e sistemi CAD/CAM, in grado di favorire la co-progettazione, la produzione integrata e personalizzata e la distribuzione multicanale in tutta la filiera.

Su tutti questi aspetti il Lazio, forte delle numerose strutture operanti in ciascuno di questi filoni di ricerca, potrebbe davvero giocare un ruolo importante a livello nazionale e internazionale, qualora riuscirà ad interagire con il tessuto delle imprese in maniera più continuativa e coordinata.

Posizionamento competitivo: Il valore del PIQ della filiera moda per quanto riguarda il posizionamento competitivo della filiera è pari al 58%. Il dato è il risultato di un processo complessivo di riorganizzazione e ristrutturazione che, analogamente a quanto accaduto in altri territori, ha generato effetti positivi in termini di produzioni ed importazioni, ma ha provocato al contempo l'uscita dal mercato delle imprese meno competitive, generalmente di minori dimensioni e a vocazione artigianale. Nel Lazio in particolare si è assistito a due fenomeni interessanti:

- la flessione del numero delle aziende è stata più contenuta di quella media nazionale (-0,3% dal dicembre 2006 al giugno 2007 contro il -1,6% del dato nazionale);
- le società di capitali sono aumentate del 2,1% (contro lo 0,6% del dato medio Italia), così come sono aumentate in maniera significativa forme societarie innovative rispetto a quelle tradizionali.

Il Lazio dunque sembra aver in qualche modo ormai “digerito” le trasformazioni strutturali e di mercato degli ultimi anni e sta andando verso un nuovo assetto di mercato che si basa sulla valorizzazione di almeno tre plus competitivi:

1. il **segmento dell'Alta moda**, basato su una grande tradizione artigianale e su imprese di elevatissima qualità quanto a creatività, sartorialità e competenza tecnica;
2. alcune **nicchie iperspecializzate** su cui Roma ha competenze uniche a livello nazionale: il tessile abbigliamento per il settore teatrale e cinematografico e per il comparto religioso;
3. alcune **concentrazioni produttive locali** che si stanno configurando come sistemi distrettuali o paradistrettuali (Sora, Valle del Liri).

Per quanto riguarda il primo aspetto, ormai da alcuni anni si è compresa la necessità di valorizzare il patrimonio di esperienze e competenze esistenti sul territorio per promuovere la città di Roma come palcoscenico privilegiato per l'Alta moda. Anche a questo scopo è nata **Alta Roma**, società partecipata dalla CCIAA di Roma, dal Comune e dalla Provincia di Roma, che ha proprio il compito di sostenere l'Alta moda romana e in particolare l'innovazione nella moda, anche attraverso l'organizzazione di eventi di grande impatto mediatico attraverso cui sottolineare il connubio tra cultura, arte, stile e creatività. In questo quadro si inserisce anche l'obiettivo dell'Amministrazione Comunale di "realizzare uno spazio, in collaborazione con i privati, a disposizione per sfilate ed eventi di moda e che possa rilanciare Roma rispetto alle altre capitali del settore" (DPF Comune di Roma 2009-2011). Particolare attenzione viene rivolta alle Scuole ed Accademie di moda romane per stimolare la formazione e la promozione dei giovani stilisti anche attraverso la possibilità di inserire in taluni eventi culturali programmati, sfilate di moda da loro organizzate o garantendo loro un circuito di location istituzionali a seconda delle esigenze.

Per quanto riguarda le nicchie di specializzazione, oltre al segmento dell'Alta moda, Roma ha un'eccellenza nella produzione di abiti a servizio del comparto audiovisivo (per la presenza di Cinecittà) e religioso (per la presenza del Vaticano). Purtroppo, soprattutto nel primo caso, si tratta di sartorie che non hanno più la forza competitiva di un tempo, quando Roma era la location privilegiata delle grandi produzioni cinematografiche (oggi spostate in molti casi nell'Est Europa), ma che mantengono tuttavia un patrimonio di *know how* e una ricchezza in termini di collezioni unica a livello nazionale.

Per quanto riguarda le concentrazioni territoriali, vale la pena ricordare il distretto dell'abbigliamento di Sora e della Valle del Liri. Il distretto (130 milioni di euro di giro d'affari nel 2007, il 20% del quale destinato all'export, circa 200 imprese con una media di 10 addetti ciascuna, quasi 2000 occupati), si caratterizza per due tipologie di imprese: imprese a ciclo di lavorazione completo (taglio, confezionamento, stiro), a cui si stima appartengano tutte le imprese maggiormente strutturate (10-50 addetti), e imprese a ciclo di lavorazione parziale (solo confezionamento), a cui si stimano appartenere le imprese di micro-dimensione (meno di dieci addetti). Sono inoltre presenti aziende meccaniche che producono macchinari e attrezzature per la filiera, nonché piccole aziende di servizio. Molte imprese subfornitrici del distretto hanno tentato negli ultimi anni di lanciare sul mercato dei brand propri, con l'obiettivo di esplorare le potenzialità di sviluppo di prodotti di nicchia (abiti da sposa, abbigliamento per le persone anziane, ecc.) da veicolare attraverso punti vendita propri, scavalcando così i distributori e aumentando i margini. Questa strategia sta dando risultati significativi, anche dal punto di vista della crescita delle competenze interne delle aziende, che devono essere in grado di leggere le dinamiche evolutive dei mercati e identificare nuove opportunità di sviluppo.

L'area, pur essendo stata colpita negli ultimi anni dal peso della concorrenza cinese ed indiana, produce prodotti di elevata qualità (oltre il 90% rivolta a un target alto o medio-alto), con un notevole livello di professionalità. Di contro le micro aziende del territorio sono scarsamente aperte al mercato (solo il 5% del totale esporta) e fanno fatica a fare sistema e ad organizzarsi

in strutture consortili per essere presenti sul mercato in maniera più strutturata. A questo scopo è attualmente in atto un progetto di rilancio del distretto, gestito dal comune di Sora in accordo con la Regione Lazio, che prevede la promozione e lo sviluppo commerciale per la creazione di una vera e propria filiera, la gestione comune degli approvvigionamenti, l'istituzione di un polo logistico, la riqualificazione delle risorse umane e la riqualificazione del Centro Servizi per il governo del Distretto.

4.2. Il PIQ della filiera dei servizi alla persona

I servizi alla persona rappresentano una filiera abbastanza complessa che si articola in due segmenti appartenenti a due distinti codici ATECO²⁷:

Sanità ed altri servizi sociali (codice Ateco N), che comprende i servizi sociali e assistenziali in senso stretto, che nel triennio 2004-2006 hanno prodotto un PIL medio annuo di 7.542 milioni di euro, per un PIQ pari al 52,5%;

Altri servizi pubblici, sociali e personali (codice Ateco O), che comprende le attività svolte dalle organizzazioni associative e di rappresentanza ed il variegato mondo dei servizi legati alla cura del corpo, che nel triennio 2004-2006 hanno prodotto un PIL medio annuo di 6.724,85 milioni di euro, per un PIQ pari al 44,5%.

In questo capitolo ci occupiamo di servizi socio assistenziali in senso stretto e quindi le valutazioni si riferiscono esclusivamente al codice Ateco N²⁸.

4.2.1. Il concetto di qualità nei servizi socio assistenziali

Il concetto di qualità nella filiera dei servizi alla persona ha caratteristiche e peculiarità totalmente differenti rispetto al comparto manifatturiero: i servizi alla persona sono, infatti, offerti ai cittadini, direttamente dal soggetto pubblico, ma in misura crescente anche dagli operatori privati, in materia di salute, alloggio, istruzione, sicurezza sociale e assistenza. Negli ultimi anni tali servizi sono stati oggetto di una profonda riforma e modernizzazione in Italia e in Europa finalizzata al miglioramento complessivo dei livelli di qualità, una maggiore attenzione ai costi, una più attiva partecipazione dell'utente (*empowerment*), un più ampio ruolo delle organizzazioni senza fine di lucro e di volontariato nell'erogazione dei servizi.

In particolare un ampio dibattito è sorto sul tema della qualità, che è stato declinato negli ultimi anni non solo come miglioramento della qualità dei servizi erogati ma anche come sviluppo di indicatori di misurazione e valutazione degli impegni verso l'utente e delle condizioni di lavoro che possono diventare standard di riferimento²⁹. Su questo tema le indagini più recenti e le opinioni emerse nel corso del focus group mettono in evidenza che il concetto di qualità si sviluppa attorno a due concetti: la **persona** e il **servizio**.

²⁷ Riferimento Classificazione ATECO 2002.

²⁸ Il PIQ è stato calcolato per tutti i settori rappresentativi del PIL (cfr. schema 6 - Composizione settoriale della qualità della regione Lazio), mentre l'approfondimento qualitativo è stato realizzato solo su "Sanità e servizi sociali" in quanto ritenuto da Symbola più interessante ai fini dell'analisi qualitativa regionale.

²⁹ Cfr. Fondazione Europea per il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro, *Qualità dei servizi sociali di interesse collettivo*.

È evidente che nella filiera dei servizi sociali la qualità si ha quanto più il servizio è orientato al rispetto della persona, in due sensi:

- la persona come utente e destinataria del servizio, che deve essere rispettata e tutelata nella propria individualità, nei propri fabbisogni specifici e nel sistema di interazione con gli altri;
- la persona come soggetto responsabile dell'erogazione dei servizi, che deve essere a sua volta tutelato nell'ambiente in cui si trova ad operare.

Nel primo caso il servizio di cura per essere efficace deve inevitabilmente essere differenziato, personalizzato e in grado di rispondere a domande specifiche. Nel secondo caso invece la qualità riguarda essenzialmente la vita lavorativa e le condizioni finalizzate a ridurre lo stress e il carico di lavoro degli operatori di settore.

Il secondo ambito in cui si esplicita la nozione di qualità è quella che ruota attorno al servizio, cioè al processo di produzione/fruizione del servizio cura³⁰. Sono almeno quattro gli aspetti individuati dalla Fondazione Symbola in grado di incidere sul processo di produzione della qualità:

1. **l'interazione territoriale e funzionale del servizio:** uno dei temi principali per la lettura della qualità del futuro sarà quella di sviluppare forme di partenariato ed integrazione del servizio non solo tra centro e periferia (al fine di garantire l'equità nella distribuzione delle risorse) ma anche tra soggetti operanti a diversi livelli, con l'obiettivo di coinvolgere gli utenti e le loro organizzazioni nella progettazione strategica del servizio;

2. la **gestione delle risorse umane:** a differenza di altri settori, nella filiera dei servizi alla persona la qualità del servizio è strettamente connessa al sistema di relazioni che si instaura tra l'operatore e la persona. In questo senso la qualità si sviluppa non tanto nell'ambito dell'innovazione tecnologica, che in questo settore ha una bassa rilevanza, quanto piuttosto nell'ambito dell'innovazione sociale che attiene al sistema dei ruoli all'interno dell'organizzazione, ai percorsi di carriera, alla formazione degli operatori, al mantenimento di un sistema di motivazioni elevato. Una corretta politica di gestione delle risorse umane garantisce la qualità tecnica del servizio e il mantenimento di un sistema di competenze di alto profilo;

3. **l'individuazione di obiettivi che rispondono a bisogni specifici dell'utente.** La ricerca della qualità nella filiera del sociale rimanda all'insieme dei fattori in grado di soddisfare bisogni espliciti ed impliciti a chi fa uso del servizio. Questo riporta nuovamente al centro concetti come personalizzazione, creazione di progetti individualizzati, continuità nell'assistenza, attenzione complessiva alla domanda della singola persona;

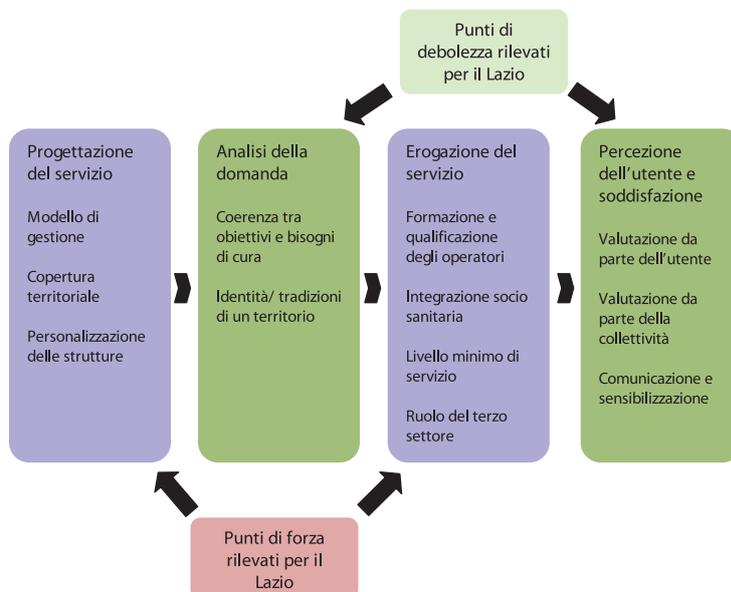
4. la **valutazione del servizio**, cioè la rappresentazione che del servizio si fanno gli utenti e la collettività. Quest'ultimo aspetto sta diventando sempre più importante ai fini della realizzazione di sistemi di certificazione di qualità delle strutture in grado di fornire strumenti di valutazione concreti circa l'operato delle organizzazioni pubbliche e private operanti nella filiera.

Analogamente a quanto fatto per la filiera del tessile-abbigliamento, può essere ricostruita

³⁰ Cfr. Daniela Cecchetti, *La qualità nei servizi territoriali alla persona*, <http://www.valutazioneitaliana.it/riv/num3/cecc2.pdf>

una sorta di **catena del valore della qualità del servizio** che consente di isolare le diverse componenti di un servizio di qualità e quindi di valutarne meglio i punti di forza e di debolezza. La catena del valore è composta da 4 segmenti che nel tempo assumono un valore e un significato diverso a seconda delle trasformazioni sociali in atto e delle modifiche nella struttura dei fabbisogni della popolazione:

Schema 29 - La catena del valore della qualità nella filiera dei servizi alla persona



Fonte: analisi Symbola, 2009

La **progettazione del servizio** riguarda le azioni messe in campo per progettare un modello ottimale di erogazione del servizio: in essa rientrano componenti strategiche quali il modello di gestione del servizio, la distribuzione territoriale, la tipologia di infrastrutture.

Il segmento dell'**analisi della domanda** attiene invece alla capacità del servizio di soddisfare un fabbisogno specifico della popolazione e quindi di programmare interventi coerenti con l'evoluzione dei fabbisogni. Sulla domanda influiscono due aspetti fondamentali:

- la coerenza tra gli obiettivi del servizio e il fabbisogno di cura;
- l'insieme delle tradizioni di un territorio che influenzano la sensibilità di un territorio verso le tematiche sociali.

L'**erogazione del servizio** riguarda le modalità operative concrete con cui viene offerta la prestazione e l'insieme di tutti i fattori che possono condizionare tale prestazione. Nel caso dei servizi alla persona sono strategici gli elementi connessi alla formazione professionale degli operatori del settore, alla capacità di attivare politiche di integrazione tra servizi sanitari e servizi assistenziali, alla possibilità di definire standard minimi di qualità del servizio, al tipo e al grado di coinvolgimento del terzo settore.

Infine il **livello di soddisfazione dell'utente** è un parametro essenziale nella valutazione della qualità della prestazione, intesa sia come capacità di risposta individuale che come impatto complessivo sulla collettività.

4.2.2. Il PIQ nella filiera dei servizi alla persona: i risultati per il Lazio

Secondo quanto emerso dalla rilevazione quali-quantitativa, la filiera dei servizi alla persona nel Lazio produce buona qualità per 3.961 milioni di euro, con un PIQ pari al 52,5%. Il dato positivo che emerge per la filiera, superiore al dato medio della regione (50%), è il risultato dello sforzo che, a partire dal 2000, è stato fatto per aumentare la capacità di accoglienza delle strutture e dei servizi socio-assistenziali nel territorio regionale, sforzo testimoniato dalle 2462 strutture e servizi attualmente presenti nella regione, nelle quali si stima operino circa 26.000 persone e 329.000 utenti³¹.

Strumenti di programmazione: dalle analisi e dagli incontri effettuati i punti di forza più rilevanti nel sistema laziale dei servizi alla persona sono nell'area della progettazione del servizio e in quella relativa all'erogazione dell'offerta. Per quanto riguarda il primo aspetto, il Lazio, con il recepimento della Legge 328/2000, che detta i principi generali del sistema integrato di interventi e servizi sociali, ha avviato un processo di cambiamento radicale del proprio sistema di offerta avviando un percorso di modernizzazione e qualificazione che ha il suo punto di partenza strategico nella creazione dei piani di zona e quindi nell'identificazione dei distretti socio sanitari, che diventano la dimensione ottimale di programmazione e di erogazione dei servizi.

Questo ha consentito di mettere a punto un sistema di programmazione degli interventi che ha la sua regia nel distretto (Ufficio di Piano) e un modus operandi che si basa su un sistema di tavoli di lavoro tematici attorno ai quali sono presenti tutti i soggetti pubblici e privati che hanno responsabilità e competenze in materia. I distretti, che operano sulla base di un budget le cui linee guida vengono definite dalla Regione, sono dunque il motore delle politiche sociali regionali e i soggetti che devono garantire la qualità del processo, intesa come:

- qualità delle strutture;
- professionalità degli interventi;
- livello minimo garantito dei servizi;
- integrazione e sviluppo di sinergie tra i soggetti.

Sempre rispetto alla progettazione del servizio, il Lazio sta lavorando su un altro importante concetto di qualità: la facilità e l'accessibilità al servizio. A questo scopo ci si è mossi nella direzione di creare, ad esempio per i minori, strutture socio assistenziali a dimensione individuale e/o in semiautonomia che garantiscano una maggiore flessibilità nei periodi di permanenza al fine di tutelare i tempi effettivi di maturazione e crescita dell'individuo al di là dell'età fisica.

Un'altra sfida importante su cui si gioca la qualità di questa filiera e su cui il Lazio sta iniziando a lavorare è il tema dell'integrazione socio sanitaria, cioè del coordinamento e del raccordo tra politiche sociali e politiche sanitarie del territorio, al fine di dare risposte unitarie all'interno di percorsi assistenziali integrati, con il coinvolgimento e la valorizzazione di tutte le competenze e le risorse, istituzionali e non. L'integrazione socio sanitaria, resa necessaria dall'evoluzione della domanda sociale, dai cambiamenti istituzionali e dai vincoli di sostenibilità economica, ha

³¹ Cfr. Assessorato alle Politiche Sociali della Regione Lazio, *Primo Rapporto sui Servizi Sociali del Lazio*, marzo 2009

dato vita in alcune regioni ad esperienze più o meno consolidate di effettiva pianificazione congiunta. Piani sociosanitari esistono in: Valle D'Aosta, Piemonte (ancorché in fase di proposta per il periodo 2006-2010), Veneto, Lombardia e Sardegna e lo stesso "Piano di Zona" è uno strumento di programmazione fortemente ispirato al principio di "intersectorialità" degli interventi.

Il Lazio dunque sta procedendo verso un percorso programmatico virtuoso che dovrebbe portare nei prossimi anni a garantire all'individuo un accompagnamento complessivo nel suo percorso di cura sia sul fronte sanitario che su quello sociale³². Aspetti fortemente qualificanti di questo percorso saranno:

- la creazione di un "punto unico di accesso ai servizi sociali e sanitari" al quale l'individuo potrà rivolgersi in caso di bisogno per essere poi orientato verso la tipologia di servizio più adeguato;
- la messa a punto di un sistema informativo socio sanitario che consenta di erogare informazioni attendibili ai cittadini.

Offerta di strutture e servizi: dal punto di vista dell'offerta di servizi il posizionamento competitivo del settore risulta soddisfacente e comunque in rapido miglioramento, grazie ad una serie di consistenti investimenti che sono stati fatti per il potenziamento e il miglioramento dell'offerta territoriale a partire dal 2000.

Attualmente, come emerge dal "Primo rapporto sui servizi sociali del Lazio", nel quale per la prima volta è stato effettuato il censimento delle strutture e dei servizi presenti nelle diverse province, esistono nel Lazio più di 2400 strutture e servizi socio-assistenziali distribuiti in modo capillare sull'intero territorio e in grado di fronteggiare emergenze anche complesse, come quelle dei minori extracomunitari non accompagnati. Questa offerta si basa su una pluralità di provider che riguardano il pubblico ma anche il privato sociale, con un ruolo di quest'ultimo fondamentale nell'erogazione dei servizi e anche nella copertura dei costi.

Su questo versante, gli aspetti su cui intervenire per migliorare ulteriormente la qualità sono due:

- la differenziazione dei livelli di copertura garantiti ai cittadini a seconda del luogo di residenza. Infatti, la capacità di accoglienza delle strutture e dei servizi per tipologie di utenza è molto elevata nelle province di Viterbo e, soprattutto, Rieti, e molto meno elevata in altre province dove il fabbisogno è più elevato, come Latina e Roma;
- il rafforzamento del principio della prossimità dell'offerta rispetto alla domanda potenziale per tutte le tipologie di utenza, al fine di agevolare la continuità delle relazioni con la famiglia e con il contesto di riferimento.

Va poi sottolineata l'importanza del forte investimento fatto dalla Regione Lazio nella creazione di un "Sistema Informativo dei servizi sociali" (Siss) che, mediante la raccolta dei dati sui bisogni e sulle risorse disponibili sul territorio, ha consentito l'analisi dell'offerta assistenziale, la promozione di interventi mirati sui fenomeni sociali più rilevanti nonché l'attivazione di iniziative di formazione ed aggiornamento degli operatori e, più in generale, la partecipazione "consapevole"

³² Cfr. Silvia Casagrande, Maurizio Marceca, *Integrazione socio-sanitaria*, 2006, in http://www.careonline.it/2006/6_06/pdf/parole_chiave.pdf

degli Enti Locali alla pianificazione e gestione degli interventi sul territorio.

Capitale umano: per quanto riguarda il capitale umano, esse contribuiscono in maniera decisiva alla qualità del settore: le donne e i giovani sono una quota preponderante, anche nelle figure apicali di direzione e coordinamento (la percentuale di dirigenti e quadri giovani è pari al 59% del totale dei dirigenti e dei quadri), anche se viene sottolineato il problema del mancato inserimento a tempo pieno di queste persone che lavorano part time e spesso come volontari. Sul tema della formazione e della qualificazione delle risorse umane gli interlocutori contattati confermano alcuni aspetti di debolezza del sistema laziale:

- la difficoltà a reperire risorse umane qualificate ed esperte su tematiche socio-assistenziali, che oggi provengono quasi esclusivamente dall'esterno del territorio romano;
- la difficoltà a portare avanti politiche formative e politiche sociali integrate affinché la programmazione di percorsi di formazione professionali mirati riguardi anche il mondo dei servizi alla persona.

Misura dei livelli di soddisfazione: gli ultimi due aspetti su cui il sistema laziale dei servizi alla persona dovrà fortemente investire nei prossimi anni sono:

la messa a punto di strumenti di valutazione del servizio da parte degli utenti e della collettività, che attualmente rappresenta la parte più debole della catena del valore della qualità;

il rafforzamento delle iniziative di comunicazione e promozione delle iniziative, su cui invece il territorio ha iniziato a lavorare.

Il primo aspetto, come noto, è molto complesso e di difficile definizione. In linea generale si possono fare tre considerazioni generali³³:

- è molto difficile per l'utente conoscere la qualità effettiva del servizio, prima della decisione del consumo ma anche dopo la fruizione del servizio stesso: per tale comparazione è necessario l'uso di indicatori che richiedono il coinvolgimento di diverse tipologie di utenti per ciascun soggetto erogatore del servizio, e quindi un sistema informativo e tecniche statistiche di comparazione assai sviluppate;

- la valutazione nell'ambito dei servizi alla persona deve essere centrata sull'*outcome* del servizio e sull'esigenza di individuare *benchmarking* a cui adeguare i livelli di produzione in termini di quantità e qualità. L'accento posto sull'*outcome* serve a spostare l'attenzione dal semplice "fare" al più complesso problema di "fare per qualcuno" al fine di raggiungere obiettivi generali che, a seconda del servizio, possono essere di avanzamento culturale e delle conoscenze (istruzione), di mantenimento in buone condizioni di salute (sanità, assistenza) ecc.;

- sta crescendo la consapevolezza della necessità di implementare i tradizionali criteri di valutazione adottati per l'assegnazione dei fondi con nuovi parametri legati all'efficacia e alla qualità dei servizi erogati. Questo criterio si sta diffondendo sia nella sanità che nell'istruzione, dove l'ammontare del finanziamento deve essere commisurato al numero e alla tipologia di utenti, alla tipologia di servizio che risulta necessario fornire per assicurare adeguati livelli di qualità, e

³³ Cfr. ENRICO GORI, *La valutazione nei servizi alla persona: prospettive, problemi e impostazione*, Dipartimento di Scienze Statistiche – Udine

infine alle condizioni ambientali in cui si svolge l'attività di produzione del servizio, tipicamente espresse attraverso indicatori di bisogno.

Tradurre tutti questi aspetti in indicatori di efficienza ed efficacia è la sfida che tutti i territori stanno cercando di portare avanti. I concetti di efficacia ed efficienza assumono infatti, nel quadro sopra delineato, un significato peculiare rispetto ad altri settori, in quanto l'efficacia appartiene alla sfera dell'*outcome*, cioè ai risultati ottenuti in termini di benessere finale dell'individuo, mentre l'efficienza riguarda più propriamente il processo di erogazione del servizio, l'adeguatezza dell'offerta, la rispondenza a determinati standard (numero di allievi per classe, organizzazione dei corsi, struttura delle stanze di degenza, preparazione dei pasti, numero di assistiti per medico di famiglia, ecc.).

Uno strumento che comincia ad essere utilizzato in alcune regioni italiane³⁴ è la Carta dei Servizi. La Carta, definita anche "carta per la cittadinanza sociale" non si limita a regolamentare l'accesso ai servizi, ma si caratterizza come percorso progettuale finalizzato a sintetizzare le modalità, il funzionamento e le condizioni del servizio, per facilitarne la valutazione da parte del cliente, nonché le procedure per assicurarne la sua tutela. L'adozione della Carta dei Servizi Sociali da parte degli erogatori pubblici e privati costituisce requisito necessario ai fini dell'accreditamento dei servizi (Legge Quadro n. 328/2000), essa pertanto focalizza la realtà delle politiche sociali in modo chiaro e leggibile.

La carta può divenire uno strumento di supporto alla progettazione dei servizi stessi, inserendosi nella fase di valutazione e verifica dei risultati in termini di qualità ed efficacia delle prestazioni e degli interventi. Essa, inoltre, oltre ad incentivare il sistema integrato di interventi, rappresenta uno strumento di verifica dell'efficienza e dell'efficacia dei servizi, infatti, mediante l'utilizzo di questo strumento si possono prendere in esame quattro fattori determinanti la qualità dei servizi e cioè: la copertura territoriale del servizio, la continuità e la regolarità dell'erogazione, la completezza e l'accessibilità alle informazioni nonché il rapporto con gli utenti.

Alcune regioni si stanno muovendo anche sul fronte dell'accreditamento delle strutture fissando standard minimi sui quali esse devono basarsi per avere l'autorizzazione all'esercizio e quindi risultare idonee a erogare prestazioni sociosanitarie e sociali per conto dell'Ente regionale e ottenere i finanziamenti e le risorse pubbliche previste.

Anche su questo versante il Lazio sta iniziando a lavorare, anche se occorre uno sforzo di integrazione tra politiche sanitarie e politiche sociali.

Per quanto riguarda invece la comunicazione, occorre innanzitutto sottolineare che nel caso dei servizi alla persona, la comunicazione delle iniziative non ha soltanto un obiettivo promozionale generale ma è essa stessa un criterio di efficacia del servizio stesso: in effetti, la piena conoscenza del servizio e la possibilità di disporre di informazioni corrette circa le prestazioni effettuate da parte del cittadino è indispensabile per un utilizzo corretto del servizio stesso.

In questo senso la nascita del Sistema Informativo degli interventi e lo sforzo compiuto dalla

³⁴ Emilia Romagna (<http://www.emiliaromagnasociale.it/>), Toscana (<http://www.regione.toscana.it/sociale/guida/>) e Veneto (<http://www.venetosociale.it/>)

Regione Lazio con la creazione del Portale Sociale rappresentano due iniziative molto importanti per diffondere una conoscenza delle opportunità e anche delle grandi trasformazioni in atto su questa tematica sul territorio laziale.

Allegato 1

Nota metodologica

A.1.1. La sfida della qualità e l'approccio di Symbola rispetto alle tematiche del superamento del PIL

Nell'approccio di Symbola, il **Prodotto Interno di Qualità** è il valore monetario, in Euro correnti, delle produzioni "di buona qualità". Esso è calcolato individuando la quota percentuale delle produzioni di qualità in ciascun settore costituente il PIL e moltiplicandola per il rispettivo valore aggiunto. A livello nazionale, la quota percentuale è stata stimata nel 2007 con un panel di oltre 250 esperti settoriali.

Questo approccio si distingue per una serie di discriminanti concettuali:

1. Qualità come caratteristica dell'offerta e non come percezione della domanda;
2. Qualità come caratteristica delle produzioni e non come ricerca del benessere del consumatore;
3. Qualità come idea potenzialmente maggioritaria e non come concetto elitario e minoritario;
4. Qualità come valore monetario e non come valore indice.

Non si è trattato di una scelta facile e quindi intendiamo mostrare brevemente le alternative.

La qualità come nozione percepita dal consumatore è certamente un approccio diffuso nella funzione *marketing* delle grandi imprese, che costantemente cercano di influenzarla attraverso *advertising, packaging, framing* delle aspettative e quant'altro. Nella prospettiva di uno stato o di un territorio, viceversa, lavorare solo sul lato "perceptivo" della qualità è riduttivo e per altro assai difficile. In termini metodologici, inoltre, appare rischioso focalizzarsi per la percezione della qualità sulla valutazione soggettiva dei consumatori, contraddistinti normalmente da grande divergenza di opinioni, instabilità dei punti di riferimento per la valutazione e dipendenza dalle aspettative e dai "frame"³⁵.

Un approccio simile, ma non identico, definisce la qualità come *Customer Satisfaction*. In questo caso, la *best practice* internazionale è costituita dall'*American Customer Satisfaction Index*, che sottopone ad un largo campione di cittadini un questionario sul loro giudizio su specifiche marche (es. Apple, IBM, Nike, ecc.) ed agenzie federali e statali (es. Internal Revenue Service, ecc.)³⁶. Esso fornisce preziose informazioni ai decisori di tali *brand*, nonché ai sistemi di monitoraggio dell'organizzazione e della spesa pubblica. È un metodo che si presta bene nei settori dove pochi grandi attori sono ben visibili al pubblico, come pure succede in ambito locale con una serie di scuole, università, aziende di servizi pubblici e privati, ecc. Ma tali indicazioni, ripetute nel tempo e comparabili, non sono viceversa aggregabili per l'intera economia, tanto più che molti settori sono contraddistinti da una pletora di piccole imprese che collaborano produttivamente le une con le altre senza che si formi un'opinione pubblica su nessuna di esse.

³⁵ Si noti per altro che tra le domande sottoposte al panel per il PIQ nazionale vi è naturalmente spazio anche per la qualità percepita. Ma rimane che tale valutazione è affidata ad un testimone privilegiato del sistema e non ad una pluralità di consumatori finali.

³⁶ <http://www.theacsi.org>.

Un terzo approccio, molto nobile e moderno, è quello di considerare la qualità come una valutazione dello stato psicologico dei cittadini funzionale alla felicità (“*Happiness*”). Questo tema sta prendendo piede a livello internazionale, dove si è cercato di misurare il concetto sfuggente di felicità attraverso questionari *standard*, ormai sistematizzati in una straordinaria base dati comparativa, ad opera del *World Database of Happiness* amministrato dall’Erasmus University’s Trustfund.³⁷ Si tratta di un approccio che riduce notevolmente il ruolo complessivo della produzione e quindi risulta poco rilevante dal punto di vista degli imprenditori, i cui prodotti vanno ad impattare su una vasta area geografica, sicuramente disomogenea in termini di felicità.

Un quarto approccio, più ufficiale ed ortodosso, ci giunge dalla Banca Mondiale, che cerca di riconsiderare la dinamica del PIL al netto di depauperamenti delle risorse (minerarie, boschive, di pesca,...). Essa si inserisce nel dibattito³⁸ sul “Genuine Progress Index” e sugli altri indicatori simili come il Green GDP. In questo filone, generalmente si perde la coerenza del PIL come risultato di un triplice conto economico³⁹. Sul piano tecnico, la ridefinizione del PIL aggiungendo o togliendo piccolissime componenti finisce per essere sostanzialmente privo di conseguenze rispetto al valore della dinamica (che fa i titoli e focalizza l’attenzione)⁴⁰.

L’approccio di Symbola è invece del tutto innovativo: approfondire ciò che nel PIL produce effettivamente ricchezza/qualità, scomputando ciò che non la produce e individuare nuovi indicatori che integrati al PIL permettano a questo di misurare la ricchezza effettiva prodotta dai sistemi Paese è l’obiettivo del Prodotto interno di Qualità. Molte sono le sperimentazioni che in questi anni si sono avviate per individuare fattori correttivi, o nuovi indicatori in grado di calcolare la ricchezza delle nazioni. Il citato parere (2009/C 100/09, Premessa) del Comitato economico e sociale individua tre percorsi di lavoro funzionali ad apportare correzioni o revisioni al PIL attuale:

- il primo consiste nel costruire, in aggiunta al PIL, una serie di altri indicatori riguardanti la sostenibilità e il benessere (e/o loro aspetti) che nelle scelte politiche dovrebbero assumere un peso pari a quello del PIL;
- il secondo consiste nel sostituire il PIL con un indicatore nuovo, di carattere globale, che includa tutti gli elementi connessi alla sostenibilità e al benessere (di difficile costruzione perché si tratta di indicatori molto diversi tra di loro);
- il terzo percorso, che consiste nell’individuare alcuni indicatori che vadano ad integrare il PIL, come un indice della sostenibilità (già esistente) e uno della qualità della vita (che dovrebbe essere creato ad hoc).

La ricerca promossa da Symbola si inserisce in questo ultimo percorso di lavoro perché non intende creare sistemi di misura alternativi o sostitutivi al PIL ma va nella direzione di individuare

³⁷ <http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/>

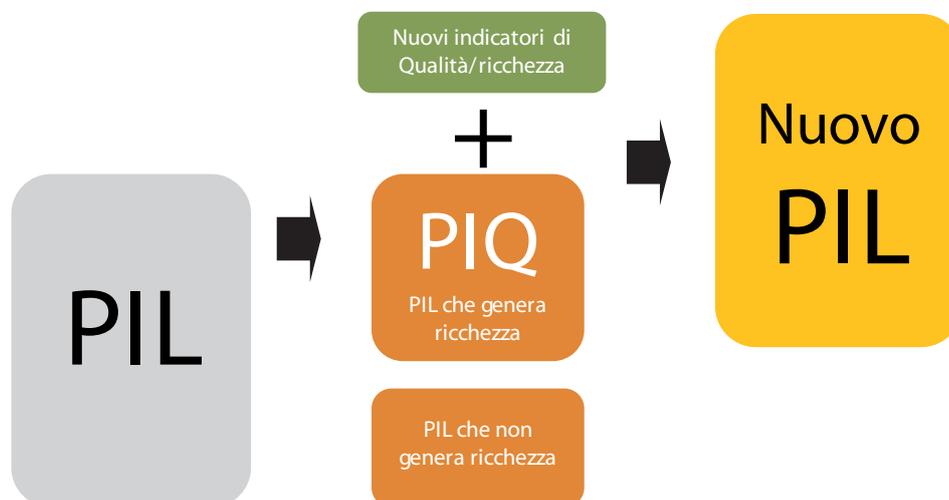
³⁸ Per una *overview* recente del dibattito si veda “*Beyond GDP*”, Parlamento Europeo, novembre 2007, www.beyond-gdp.eu/.

³⁹ Il PIL è nel contempo la somma dei valori aggiunti di tutti i settori economici ATECO, la somma delle componenti della domanda effettiva (consumi, investimenti, spesa pubblica, *export* netto) e infine come la somma dei redditi dei fattori produttivi.

⁴⁰ Ad esempio, una modificazione del PIL spesso proposta sarebbe di eliminare i costi della polizia, che oggi contribuiscono ad esso, sulla base del giudizio, probabilmente corretto, che un incremento è più un sintomo di una situazione criminale che sta deteriorandosi che un miglioramento del benessere. Tali costi però sono una quota assolutamente irrisoria del totale e qualsiasi loro variazione rimarrebbe sostanzialmente inavvertita. La dinamica del nuovo PIL non trasmetterebbe particolari informazioni utili. Se da un elefante tolgo una pulce, l’elefante non smette di correre.

indicatori di qualità che possano essere integrati al PIL per renderlo più aderente alla realtà economica e sociale dei Paesi.

Il percorso concettuale può essere così raffigurato:



Questo approccio permette quindi nel contempo di giungere ad un numero singolo, il valore economico della produzione di buona qualità, e di scomporlo sia rispetto ad una pluralità di accezioni di qualità che nei settori economici che lo hanno prodotto.

L'esercizio di stima che è stato effettuato nel 2007 ha portato a valutare che in Italia il 44,6% della produzione sia di buona qualità. Questo suo valore consente di pensare che la qualità abbia raggiunto una dimensione critica capace di innestare un effetto volano; la presenza di una consistente area della non qualità non mette però al riparo da possibili arretramenti.

A.1.2. La metodologia di calcolo del PIQ regionale

La metodologia di calcolo del PIQ utilizzata nel presente documento migliora significativamente i metodi utilizzati nel 2006 e nel 2007 per la stima del PIQ a livello nazionale. A rimanere invariato è, in ogni caso, la formula generale di calcolo del PIQ che prevede l'identificazione per ogni settore della quota di produzione di qualità e procede tramite somma per giungere al PIQ totale. In simboli:

$$PIQ = \sum_{i=1}^n PIL_i \times Q_i$$

dove l'economia viene suddivisa in n settori (43 nel caso del PIQ nazionale, 24 nel caso di quello regionale), per ciascuno dei quali è stata effettuata una stima della quota percentuale di produzione di qualità Q_i . A sua volta Q_i deriva dall'aggregazione delle quote di qualità per settore e per quattro accezioni:

1. **qualità ambientale:** riguarda il rispetto e la valorizzazione delle risorse naturali;
2. **capitale umano e territorio:** prende in considerazione il livello di valorizzazione ed effettiva utilizzazione delle competenze individuali di qualità elevata, nonché la capacità di valorizzare l'identità territoriale e il patrimonio delle tradizioni locali;
3. **innovazione tecnologica e sociale,** che analizza la gestione del ciclo dell'innovazione, tanto in termini di fattori di *input* (ricerca e sviluppo, processi informali) che in termini di *output* (innovazioni introdotte a livello di processo e di prodotto).
4. il **posizionamento competitivo**, che prende in considerazione la qualità intrinseca⁴¹ e percepita del prodotto, gli elementi intangibili di valore, il grado di successo sui mercati internazionali.

A livello nazionale era stato possibile disaggregare maggiormente (43 settori anziché 25) ma l'Istat, fonte primaria del dato di PIL, non fornisce, a livello di regione Lazio, tale elevato numero di settori. La logica di tale formula è di ricavare il valore complessivo a partire da valori oggettivi economici e da valori quali-quantitativi espressione sintetica di diffusione della qualità nel settore.

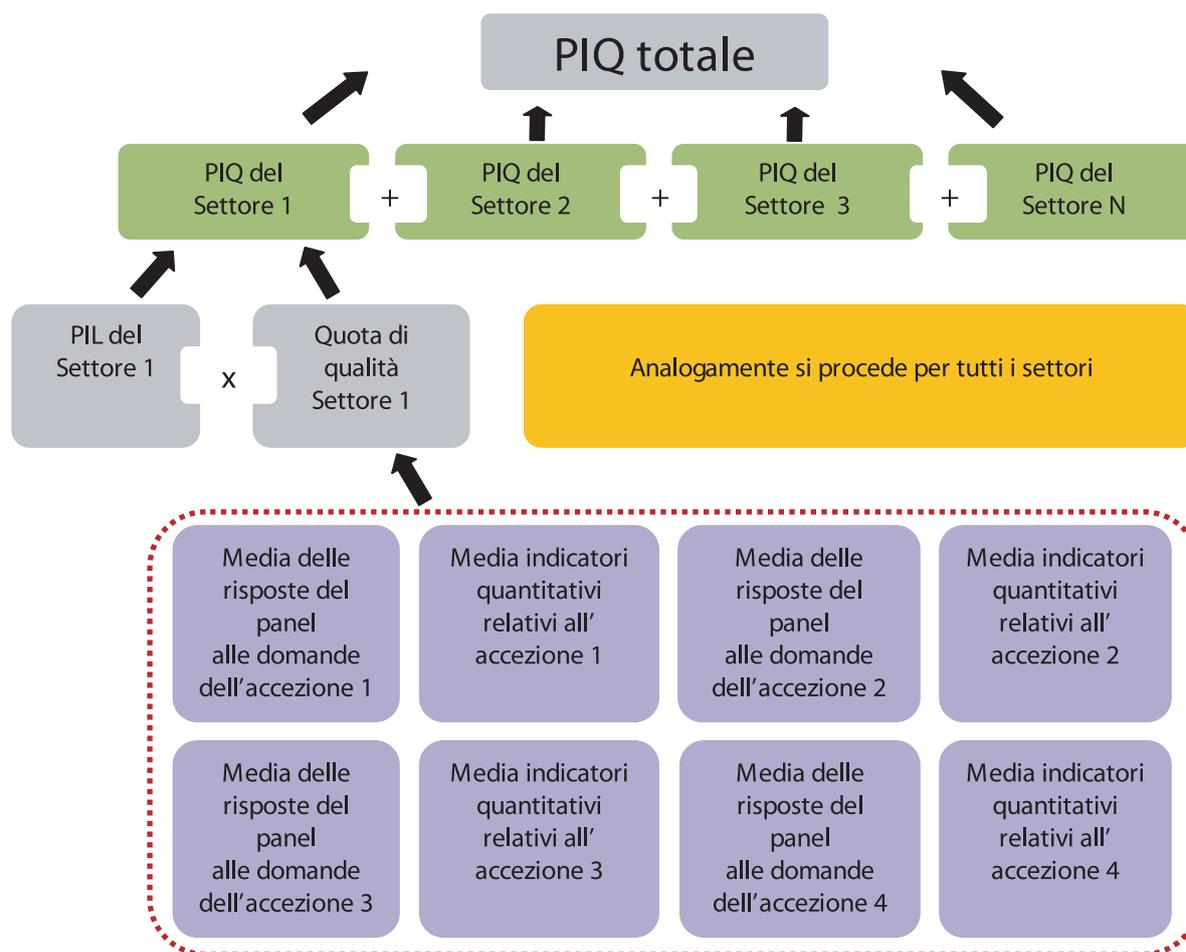
Nelle versioni passate, si era utilizzata una metodologia più "secca", nella quale la percentuale di qualità scaturiva da una domanda esplicita in tal senso ad un panel di esperti. Ad esempio si poneva una domanda tipo: "Quale è a suo avviso la quota di produzione del settore che si può considerare di buona qualità rispetto alla valorizzazione dell'ambiente?" che ammetteva come risposta un numero compreso tra 0% e 100%. Quel modo di procedere scaricava sull'esperto settoriale l'intero problema di definizione di cosa sia la qualità e richiedeva uno sforzo di quantificazione estremamente delicato.

Nell'edizione del 2007 si era già passati ad un approccio più equilibrato: il panel rispondeva ad una batteria di domande per ciascuna accezione, dovendo individuare non tanto una percentuale secca quanto una risposta su una scala graduata da 1 a 5, il che è molto consueto e comunemente accettato nelle indagini a questionario. La percentuale veniva desunta a partire dalla media delle risposte di tutti gli esperti del settore, su tutte le domande della batteria corrispondente a ciascuna accezione, riportando i risultati ad una "ghiera" di valori compresi tra 0% e 100%.

Nella presente edizione, si sono ampliate le domande per ciascuna accezione e soprattutto si sono messe in relazione le risposte del panel con una serie di indicatori quantitativi. Ogni accezione è stata infatti posta in relazione con un numero, tra due e sei, di indicatori quantitativi i cui dati sono disponibili a livello regionale e, nella misura del possibile, a livello di settore.

⁴¹ Per quanto riguarda la qualità intrinseca del prodotto, non si sono inclusi solo i prodotti di nicchia di assoluta eccellenza ma anche quei manufatti che superano i livelli *standard* per posizionarsi ad un livello medio-alto.

Schema 30 - L'albero di costruzione del Prodotto Interno di Qualità



Il vantaggio ottenuto è quello di combinare le intuizioni e la testimonianza di esperti settoriali, consapevoli delle dimensioni non banali della qualità nel loro settore, con indicatori oggettivi, evidentemente meglio attrezzati per un'analisi quantitativa.

È la prima volta che indicatori quantitativi vengono inseriti nell'analisi del PIQ e questo comporta un irrobustimento concettuale significativo. La stima del PIQ (complementare a quella qualitativa) è stata fatta in questo caso seguendo una metodologia di tipo gerarchico. In altre parole da cinque famiglie (accezioni di qualità) di indicatori regionali attraverso sintesi statistiche si è pervenuti a valori di quote che, insieme ai risultati dell'analisi qualitativa, hanno contribuito alla stima finale del PIQ.

Le fasi di stima per l'analisi quantitativa si possono così riassumere:

1. selezione di un vasto numero di indicatori disponibili a livello regionale per ciascuna accezione di qualità;
2. normalizzazione degli indicatori sulla base della variabilità settoriale e spaziale, dopo aver escluso valori anomali all'interno delle distribuzioni;
3. elaborazione di una sintesi di quota di qualità del PIL a livello di singola accezione, funzionale alla stima finale della quota del PIQ.

In conclusione, la ricerca di una modalità di misurazione della qualità non è una iniziativa facile, ma ogni anno si raffina sempre di più. Con le parole di Stefano Zamagni, che così commentava nell'aprile 2007 l'iniziativa di Symbola:

“la soluzione, va cercata altrove. In Italia è nata la fondazione Symbola che ha nel consiglio di amministrazione tutte le principali banche e imprese e altri soggetti, la quale ha lanciato la proposta del PIQ (Prodotto Interno di Qualità): in altre parole propone di affiancare ai criteri di rilevazione del PIL anche il PIQ, il che vuol dire cercare di misurare quanta qualità il sistema produttivo è in grado di produrre. Notate bene: molti dicono che la qualità non è misurabile, ma questo è sbagliato. La qualità non è misurabile con gli algoritmi con cui misuriamo la quantità, ma ciò non significa che non possa essere misurata. Certo, occorre una metrica speciale, sulla quale ci sono già diversi studi e diverse proposte. Ecco allora qual è il punto: il giorno in cui arrivassimo a ciò, state pur certi che il gioco sarebbe fatto, perché se a un certo punto l'imprenditore vedrà che la qualità è apprezzata dal consumatore e dalla politica, si metterà a produrre più qualità. Allora diminuirà la produzione ed il consumo di beni materiali e aumenterà la produzione e il consumo di beni immateriali, ad esempio di beni intangibili e relazionali”⁴².

⁴² http://www.questionifilosofiche.it/doc_etica_economia/zamagni_etica_economia.pdf

Allegato 2

Elenco degli indicatori utilizzati per l'indagine quantitativa del Lazio

Tab. 1 - Indicatori specifici di settore

settore denominazione	Effetto serra (Migliaia di tonnellate di CO2 equivalente per 100.000 ab). Fonte Istat	Acidificazione (tonnellate di potenziale acido equivalente per 100.000 ab). Fonte Istat	Ozono troposferico (tonnellate di potenziale di ozono troposferico per 100.000 ab). Fonte Istat	% dir+quad (25-49 anni) su tot dir+quad, 2004 Fonte INPS	% dir+quad/tot dip 2004 Fonte INPS	differenziale reddito femminile/reddito maschile 2004 Fonte INPS	Spesa delle imprese per R&S intramuros per attività economica per abitante (euro) 2006 Fonte Istat	Imprese certificate SINCERT ogni 1000 imprese Fonte Sincert	Investimenti fissi per unità lavoro totali, 2005 (milioni euro correnti) Fonte Istat	Propensione export 04-06 Fonte Istat
Agricoltura, caccia e silvicoltura	40,11	18,67	207,98	-	-	-	-	0,31	7,54	9,78
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	0,62	0,18	11,72	-	-	-	-	0,31	11,92	1,78
Estrazione di minerali	2,03	0,18	14,99	67%	11%	90%	9.669	93,15	61,39	7,38
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	7,86	0,91	90,38	60%	3%	66%	23.131	32,61	15,25	36,06
Industrie tessili e dell'abbigliamento	1,45	0,11	6,95	60%	3%	66%	19.292	10,46	4,71	90,91
Industrie conciarie, fabbricazione di prodotti in cuoio, pelle e similari	0,43	0,02	18,77	60%	3%	66%	5.608	8,40	2,57	535,96
Industria del legno, della gomma, della plastica e altre manifatturiere	2,48	0,13	132,79	60%	3%	66%	50.771	33,82	9,50	78,51
Fabbricazione della pastacarta, della carta e dei prodotti di carta; stampa ed editoria	7,19	0,19	46,32	60%	3%	66%	18.611	30,93	15,89	15,22
Cokerie, raffinerie, chimiche, farmaceutiche	17,47	1,96	122,71	67%	11%	90%	128.301	227,59	29,51	200,21
Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	28,45	3,75	159,72	67%	11%	90%	12.134	77,38	17,23	39,49
Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo	1,28	0,13	27,53	70%	9%	81%	31.320	57,58	10,17	38,89
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici, elettrici ed ottici; mezzi di trasporto	3,53	0,23	48,66	70%	9%	81%	772.212	108,61	15,77	134,81
Produzione e distribuzione di energia elettrica, di gas, di vapore e acqua	263,86	5,94	203,76	56%	11%	73%	17.580	220,59	80,24	0,97
Costruzioni	5,32	0,65	107,33	53%	1%	109%	4.150	47,31	7,07	-
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali e per la casa	26,78	2,56	206,49	74%	2%	75%	33.943	5,71	6,09	-
Alberghi e ristoranti	4,16	0,33	20,74	74%	2%	75%	7.341	4,58	6,67	-

Segue Tab. 1 - Indicatori specifici di settore

settore denominazione	Effetto serra (Migliaia di tonnellate di CO2 equivalente per 100.000 ab). Fonte Istat	Acidificazione (tonnellate di potenziale acido equivalente per 100.000 ab). Fonte Istat	Ozono troposferico (tonnellate di potenziale di ozono troposferico per 100.000 ab). Fonte Istat	% dir+quad (25-49 anni) su tot dir+quad, 2004 Fonte INPS	% dir+quad/tot dip 2004 Fonte INPS	differenziale reddito femminile/reddito maschile 2004 Fonte INPS	Spesa delle imprese per R&S intramuros per attività economica per abitante (euro) 2006 Fonte Istat	Imprese certificate SINCERT ogni 1000 imprese Fonte Sincert	Investimenti fissi per unità lavoro totali, 2005 (milioni euro correnti) Fonte Istat	Propensione export 04- 06 Fonte Istat
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	102,25	14,01	768,22	65%	5%	86%	46.284	4,76	28,92	-
Intermediazione monetaria e finanziaria	1,80	0,16	10,30	55%	10%	55%	40.830	15,16	10,11	-
Attività immobiliari, noleggio, informatica, r icerca, altre attività professionali	12,12	1,19	75,71	55%	10%	55%	253.707	20,99	25,39	0,05
Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale obbligatoria	5,16	0,67	51,66	59%	3%	59%	-	-	10,75	-
Istruzione	1,52	0,08	4,37	59%	3%	59%	-	328,09	1,01	-
Sanità e altri servizi sociali	8,46	0,26	15,61	59%	3%	59%	6.113	7,82	2,58	-
Altri servizi pubblici, sociali e personali	57,11	2,10	137,22	59%	3%	59%	-	8,90	8,83	2,68
Servizi domestici presso famiglie e convivenze	-	-	-	59%	3%	59%	-	-	0,00	-

Tab. 2 - Elenco indicatori utilizzati per l'accezione di qualità: Ambiente e territorio

FONTE	APAT- ISTAT	ISTAT			SINCERT	ISTAT
ELENCO INDICATORI (non settorializzati)	Raccolta differenziata dei rifiuti urbani - Rifiuti urbani oggetto di raccolta differenziata sul totale dei rifiuti urbani (%)	Consumi di energia elettrica coperti da fonti rinnovabili (escluso idrico) - Produzione lorda di energia in percentuale dei consumi interni lordi di energia elettrica (%)	Indice di povertà regionale (famiglie) - Popolazione che vive in famiglie al di sotto della soglia di povertà (%)	Inquinamento causato dai mezzi di trasporto - Emissioni di CO2 da trasporto stradale (tonnellate per abitante)	Incidenza della certificazione ambientale Organizzazioni con certificazione ambientale ISO 14001 sul totale dei siti di organizzazioni certificate	Impianti da fonti rinnovabili per 1.000 kmq di superficie territoriale
ANNO	2006	2007	2007	2005	2006	2006
Lazio	11,1	1,4	7,9	1,8	4,2	5,0
Italia	25,8	4,6	11,1	2,0	7,7	8,7

Tab.3 - Elenco indicatori utilizzati per l'accezione di qualità: Capitale umano

FONTI	INPS		ISTAT SIT	ISTAT					ISTAT Forze Lavoro
	% dirigenti+quadri giovani (25-49 anni)/tot dirig+quadri	% dirigenti+quadri/tot dip.		Persone di 16 - 74 anni con un alto livello di capacità nell'uso del Personal Computer (per 100 persone)	Persone di 16 - 74 anni con un alto livello di capacità nell'uso di Internet (per 100 persone d)	Adulti occupati (25-64 anni) che partecipano ad attività formative e di istruzione per 100 adulti occupati - (%)	Tasso di disoccupazione giovanile Persone in cerca di occupazione in età 15-24 anni su forze di lavoro della corrispondente classe di età (%)	Laureati in discipline scientifiche e tecnologiche per mille abitanti in età 20-29 anni	
<i>ELENCO INDICATORI (non settorializzati)</i>									
<i>ANNO</i>	<i>2004</i>	<i>2004</i>	<i>2007</i>	<i>2007</i>	<i>2007</i>	<i>2007</i>	<i>2006</i>	<i>2005</i>	<i>2007</i>
<i>Lazio</i>	<i>61,8</i>	<i>5,3</i>	<i>21,4</i>	<i>10,7</i>	<i>8,0</i>	<i>24,9</i>	<i>16,1</i>	<i>11,9</i>	<i>14,2</i>
<i>Italia</i>	<i>62,2</i>	<i>5,4</i>	<i>19,1</i>	<i>9,4</i>	<i>6,4</i>	<i>20,3</i>	<i>12,1</i>	<i>12,1</i>	<i>10,2</i>

Tab.4 - Elenco indicatori utilizzati per l'accezione di qualità: innovazione tecnologica e sociale

FONTI	ISTAT - SIT		ISTAT			ISTAT, Cittadini e nuove tecnologie		Pagine Gialle	
	Persone che hanno svolto attività gratuita per associazioni di volontariato per 100 persone di 14 anni e più	Persone che hanno versato soldi ad associazioni per 100 persone di 14 anni e più	Addetti alla ricerca e sviluppo per 1.000 abitanti	Numero di brevetti registrati allo European Patent Office (EPO) per milione di abitanti	Spese per ricerca e sviluppo delle imprese pubbliche e private in percentuale del PIL	Famiglie che possiedono l'accesso ad Internet	Persone di 14 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi per relazionarsi con i Servizi pubblici e/o la Pubblica Amministrazione	Associazioni, artistiche, culturali e ricreative x 100.000 ab.	Associazioni e organizzazioni e enti internazionali x 100.000 ab.
<i>ELENCO INDICATORI (non settorializzati)</i>									
<i>ANNO</i>	<i>2006</i>	<i>2006</i>	<i>2005</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2008</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2009</i>
<i>Lazio</i>	<i>6,6</i>	<i>13,7</i>	<i>5,6</i>	<i>28,1</i>	<i>0,5</i>	<i>49,5</i>	<i>32,9</i>	<i>35,1</i>	<i>4,6</i>
<i>Italia</i>	<i>8,8</i>	<i>17,1</i>	<i>2,9</i>	<i>61,5</i>	<i>0,6</i>	<i>42,0</i>	<i>28,9</i>	<i>29,1</i>	<i>1,4</i>

Tab. 5 - Elenco indicatori utilizzati per l'accezione di qualità: posizionamento competitivo

FONTI	Movimprese	ISTAT				UIC		
<i>ELENCO INDICATORI (non settorializzati)</i>	% soc. capitale attivo /tot attive	Arrivi turistici italiani e stranieri nel complesso degli esercizi ricettivi per 100 abitanti	Rapporto tra il numero di passaggeri arrivati e partiti e la superficie delle piste degli aeroporti (in mq) per 1.000	Importazioni nette in percentuale del PIL	Valore delle esportazioni di merci in % del PIL	Investimenti diretti lordi dall'estero in Italia su investimenti diretti netti in EU15 (0/00)	Investimenti diretti netti della regione all'estero in percentuale al PIL	Investimenti diretti netti dall'estero in Italia in percentuale al Pil
<i>ANNO</i>	<i>2008</i>	<i>2007</i>	<i>2006</i>	<i>2006</i>	<i>2006</i>	<i>2006</i>	<i>2006</i>	<i>2006</i>
<i>Lazio</i>	<i>28,0</i>	<i>197,0</i>	<i>37.534,5</i>	<i>6,8</i>	<i>7,7</i>	<i>28,1</i>	<i>2,5</i>	<i>2,1</i>
<i>Italia</i>	<i>14,0</i>	<i>209,6</i>	<i>12.468,0</i>	<i>12,1</i>	<i>18,6</i>	<i>374,6</i>	<i>0,5</i>	<i>0,2</i>

Allegato 3

Il Panel degli esperti utilizzati per l'indagine qualitativa

Organizzazione contattata	Settore di competenza
1 Lega Pesca Lazio	Pesca, piscicoltura e servizi connessi
2 Regione Lazio	Agricoltura, caccia e silvicoltura
3 Università di Roma Tor Vergata	Istruzione
4 Lega Pesca	Pesca, piscicoltura e servizi connessi
5 Federalberghi Roma e Lazio	Alberghi, campeggi ed altri alloggi
6 Isfort - Istituto Superiore di Formazione e Ricerca per i Trasporti	Trasporti marittimi, aerei e attività ausiliarie dei trasporti
7 Società Chimica Italiana	Fabbricazione di prodotti chimici di base, per l'agricoltura, l'edilizia, la stampa e per usi diversi
8 Società Chimica Italiana	Fabbricazione di prodotti farmaceutici, chimici e botanici, per la cosmesi e la pulizia degli ambienti
9 Federcaccia Lazio	Agricoltura, caccia e silvicoltura
10 Wind Telecomunicazioni	Poste e telecomunicazioni
11 Coldiretti Lazio	Agricoltura, caccia e silvicoltura
12 N.D.	Fabbricazione di fibre sintetiche e artificiali
13 Città dell'olio - Provincia di Rieti	Industrie alimentari
14 Università San Pio V Roma	Istruzione
15 Istituto della Enciclopedia Italiana	Editoria, stampa e riproduzione di supporti registrati
17 Confcommercio Roma	Altri servizi
18 Federalimentare	Industrie alimentari
19 Comune di Roma	Attività ricreative, culturali e sportive
20 Eurosport Editoriale SRL	Editoria, stampa e riproduzione di supporti registrati
21 Polycar Srl	Gioielleria, oreficeria, giochi, videogiochi, altre industrie manifatturiere e riciclaggio
22 N.D.	Attività dei servizi alle imprese
23 Poste Italiane	Poste e telecomunicazioni
24 Bais S.r.l.	Informatica, ricerca e attività connesse
25 Ministero della Difesa	Servizi generali della pubblica amministrazione e assicurazione sociale obbligatoria
26 Fondazione Patrizio Paoletti	Sanità e assistenza sociale
27 Dinamo Italia Srl	Editoria, stampa e riproduzione di supporti registrati
28 A.M. Architetti s.r.l. - AMAGROUP	Costruzioni
29 British American Tobacco	Industria delle bevande e del tabacco
30 N.D.	Servizi generali della pubblica amministrazione e assicurazione sociale obbligatoria
31 Libero professionista	Attività dei servizi alle imprese
32 N.D.	Poste e telecomunicazioni
33 Assomineraria	Estrazione di minerali non metalliferi
34 Associazione Nazionale Città Del Vino	Industria delle bevande e del tabacco
35 Tecnoborsa SCpA - Organizzazione per lo sviluppo e la regolazione dell'economia immobiliare	Attività immobiliari e noleggio di macchine e attrezzature
36 Allianz Bank SpA	Intermediazione monetaria e finanziaria escluse le assicurazioni e i fondi pensione
37 Alta Roma S.c.p.a	Industrie tessili e dell'abbigliamento
38 Hotel Center 2	Alberghi, campeggi ed altri alloggi
39 Farminindustria	Fabbricazione di prodotti farmaceutici, chimici e botanici, per la cosmesi e la pulizia degli ambienti
40 Federvini	Industria delle bevande e del tabacco
41 Aeroporti di Roma	Trasporti marittimi, aerei e attività ausiliarie dei trasporti
42 N.D.	Commercio al dettaglio, esclusi auto-motoveicoli; riparazione di beni personali e per la casa
43 N.D.	Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua

1. FOCUS GROUP FILIERA DEI SERVIZI ALLA PERSONA

Antonella Polenta - Strutture e Qualità

Antonietta Bellisari - Integrazione Socio sanitaria

Franca Cioffarelli - Terzo settore e servizio civile

2. FOCUS GROUP SISTEMA MODA

Bruno Piattelli - Navarose Investment Italy

Philippe Taylor - Campus della moda di Carpi

Tiziano Ciampetti - Titolare Studio Ciampetti

Antonio Franceschini - Federmoda CNA

Alessandra Carta - Carta e Costura

Guido Razzano - Fondazione Valore Italia

Cristian Fioroni - Mac's

Sandro di Castro - Alta Roma (Vice Presidente)

Adriano Franchi - Alta Roma (Direttore Generale)

3. INTERVISTE DI APPROFONDIMENTO

Gianluca Lo Presti (Sviluppo Lazio) - Quadro generale economia laziale

Sabrina Florio (Sosepharm) - Settore Chimico farmaceutico

Massimo Gargano (Coldiretti Lazio) - Settore Agroalimentare

Gabriele Valli (Confcommercio Lazio) - Settore Commercio e Terziario

Mauro Veronesi (Legambiente Lazio) - Settore Ambiente ed Edilizia

Paolo Benvenuti (Associazione Nazionale Città del Vino) - Settore Vitivinicolo

Bibliografia e Sitografia

ASSESSORATO ALLE POLITICHE SOCIALI DELLA REGIONE LAZIO, *Primo Rapporto sui Servizi Sociali del Lazio*, marzo 2009

BAIN & COMPANY, *L'evoluzione del Supply System nel settore della moda*, Firenze, novembre 2004

CAMERA DI COMMERCIO DI ROMA, *La domanda e l'offerta dei servizi del Terzo settore nel territorio della provincia di Roma*, 2006

CAMERA DI COMMERCIO DI ROMA, *Dossier statistico – 7° Giornata dell'Economia*, 10 maggio 2009

CASAGRANDE SILVIA, MARCECA MAURIZIO, *Integrazione socio-sanitaria*, 2006

COMUNE DI ROMA, *Documento di Programmazione Finanziaria 2009-2011 del Comune di Roma - "Un nuovo ciclo di sviluppo per Roma Capitale*, novembre 2008

DANIELA CHECCHETTI, *La qualità nei servizi territoriali alla persona*, 2007

ENRICO GORI, *La valutazione nei servizi alla persona: prospettive, problemi e impostazione*, Dipartimento di Scienze Statistiche – Udine

FEDERAZIONE IMPRESE TESSILI E MODA ITALIANE, *Il settore tessile-moda italiano nel 2007-2008*

FERRARIO PAOLO, *La qualità nei servizi alla persona: rielaborazione da un incontro con operatori e familiari*, 2003

FONDAZIONE EUROPEA PER IL MIGLIORAMENTO DELLE CONDIZIONI DI VITA E DI LAVORO, *Qualità dei servizi sociali di interesse collettivo*, 2007

ISTITUTO GUGLIELMO TAGLIACARNE, *Osservatorio sul sistema moda: le dinamiche congiunturali e strutturali del 2007*, dicembre 2007

ISTITUTO GUGLIELMO TAGLIACARNE, *Immigrati e Impresa nei comuni della provincia di Roma*, 2007

ITF – ITALIAN TEXTILE FASHION, *La tracciabilità nel settore moda: il progetto di ITF*, gennaio 2008

LA MARCA PATRIZIA, PALAMARA GIADA, *Strategie di nicchia nel settore moda, in Quaderno di ricerca n. 4*, Facoltà di Economia, Università di Pavia – febbraio 2005

PEGROUP (PER UNIONCAMERE LAZIO), *Sviluppo competitivo e sostenibilità economico-sociale nel Lazio: il futuro dell'economia regionale*, dicembre 2008

REGIONE LAZIO, *POR Lazio - FESR 2007-2013*

REGIONE LAZIO, *POR Lazio - Programma Operativo del Fondo Sociale Europeo, Obiettivo 2 - Competitività regionale e Occupazione, 2007-2013*

REGIONE LAZIO, *Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013*

SVILUPPO LAZIO, *Rapporto sulla finanza locale del Lazio*, 2007

SVILUPPO LAZIO, *Sviluppo economico ed innovazione: il Lazio e la sfida europea*, I quaderni di Sviluppo Lazio, anno III- n. 1, 2006

SVILUPPO LAZIO, *Rapporto sulla società e sull'economia del Lazio*, 2007

UNIONCAMERE in collaborazione con PEGroup, *"Sistema/Italia" - Rapporto sulle economie e le società locali*", Franco Angeli, anni 2003, 2004 e 2005

UNIONCAMERE LAZIO, *Indagine Excelsior 2008*

UNIONCAMERE LAZIO, *Relazione sulla situazione economica del Lazio*, Franco Angeli, 2007

SCIUCCATI FLAVIO (Ambrosetti), *Il sistema moda in tempi difficili: cosa buttare, cosa tenere e dove innovare?*, aprile 2009

Siti Internet:

<http://www.regione.lazio.it>

<http://www.filas.it>

<http://sprintlazio.it>

<http://www.sviluppolazio.it>

<http://www.rm.camcom.it>

<http://www.lazio.coldiretti.it>

<http://www.agricoltura.regione.lazio.it>

<http://www.theacsi.org>

http://www.neweconomics.org/gen/hottopics_well-being.aspx

<http://beyond-gdp.eu>

<http://www.sportellokyotolazio.it>

<http://ec.europa.eu/eures/main.jsp?catId=395&acro=1mi&lang=it&countryId=IT®ionId=ITE&nuts2Code=ITE4&nuts3Code=null>

<http://www.civisonline.it/leggiarticolo.aspx?ref=834>

<http://www.socialelazio.it>

<http://www.emiliaromagnasociale.it>

<http://www.regione.toscana.it/sociale/guida/>

<http://www.symbola.net/>

<http://www.symbola.net/din/adminphp/doc/PIQ%20-%20def.%2026.05.06.pdf>
(Testo integrale del PIQ 2007)

<http://www.venetosociale.it/>

http://careonline.it/2006/6_06/pdf/parole_chiave.pdf

<http://www.segnalo.it>

http://www.sviluppoeconomico.gov.it/osservatori/commercio/indice_statistiche.htm

<http://www.strategiadilisbonalazio.it/news.asp?id=154>

http://www.istat.it/dati/catalogo/20080507_01/testointegrale20080507.pdf

http://www.arsialweb.it/cms/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=563&Itemid=100

Finito di stampare nel mese di ottobre 2009
presso DigitaliaLab srl
Via Giacomo Peroni, 130 - 00131 - Roma - Tel. 06 27800551 - Fax 06 27800554
www.digitalialab.it e-mail info@digitalialab.it