



# PTCP 2010

PIANO TERRITORIALE DI COORDINAMENTO PROVINCIALE



PROVINCIA DI REGGIO EMILIA

LA PRESIDENTE DELLA PROVINCIA

*Sonia Masini*

L'ASSESSORE PIANIFICAZIONE:  
CULTURA, PAESAGGIO, AMBIENTE

*Roberto Ferrari*

IL DIRIGENTE SERVIZIO PIANIFICAZIONE  
TERRITORIALE, AMBIENTE E POLITICHE CULTURALI

*Arch. Anna Campeol*

Adottato dal  
Consiglio Provinciale  
con atto n° 92 del 06.11.2008

Approvato dal  
Consiglio Provinciale  
con atto n° 124 del 17.06.2010

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Dott. Enzo E. Di Cagno*

## Allegato 01 - Appendice

- LA STIMA DELLA QUALITA' IN PROVINCIA DI REGGIO EMILIA
- ANALISI DEL CONTESTO SOCIO-ECONOMICO DEL TERRITORIO MONTANO
- INDICI DI SPECIALIZZAZIONE PRODUTTIVA PER SETTORE

# QC1



## **STRUTTURA TECNICA**

### **Area Cultura e Valorizzazione Del Territorio** *(in essere fino al 23 Luglio 2009)*

Paolo Gandolfi *(Dirigente in carica fino al 30 Aprile 2007)*

#### **Servizio Pianificazione Territoriale, Ambiente e Politiche Culturali**

Anna Campeol (Dirigente)

##### *U.O. PTCP, Programmi e Piani di Settore*

Renzo Pavignani (Coordinatore), Francesca Ansaloni, Silvia Ascari, Simona Giampellegrini, Andrea Modesti, Lara Petrucci, Serena Pezzoli, Giuseppe Ponz de Leon Pisani *(fino al 31 Marzo 2008)*, Maria Giuseppina Vetrone

##### *U.O. Difesa del Suolo e Protezione Civile*

Federica Manenti, Alessio Campisi, Maria Cristina Cavazzoni, Matteo Guerra, Andrea Marchi

##### *U.O. Attività estrattive*

Barbara Casoli, Cristina Baroni, Andrea Chierici, Corrado Re

##### *U.O. Pianificazione Urbanistica*

Elena Pastorini, Maria Silvia Boeri, Francesca Cigarini

##### *U.O. Aree protette e Paesaggio*

Saverio Cioce, Elena Confortini, Rossana Cornia *(fino al 13 Maggio 2007)*, Alessandra Curotti, Dario Mussini, Federica Oppi, Gabriella Turina

##### *U.O. Tecnico Giuridica, AIA e Procedimenti Deliberativi*

Pietro Oleari, Alessandro Costi, Silvia Selmi

##### *U.O. Amministrativa*

Stefano Tagliavini, Mirella Ferrari, Francesco Punzi, Rosa Ruffini, Francesca Caroli, Paolo Arcudi *(fino al 30 Ottobre 2007)*

##### *U.O. Sistema Informativo Territoriale*

Stefano Bonaretti, Davide Cavecchi, Emanuele Porcu

##### *U.O. VIA e Politiche Energetiche*

Giovanni Ferrari, Aldo Treville, Paolo Ferri, Beatrice Cattini, Alessandro Cervi

##### *U.O. Qualità dell'Aria*

Francesca Inverardi, Cecilia Guaitoli, Raffaele Cosimo Scagliosi

##### *U.O. Tutela ed uso risorse idriche*

Attilio Giacobbe, Raffaella Geroldi *(fino al 31 Luglio 2009)*, Aimone Landini, Raffaele Scagliosi, Simona Tagliavini, Davide Varini



## **Consulenti e progettisti esterni**

---

### *Sistema paesistico-percettivo*

Prof. Roberto Gambino, Politecnico di Torino, Arch. Federica Thomasset, Arch. Raffaella Gambino

### *Sistema storico - archeologico*

Arch. Elisabetta Cavazza

Dott. James Tirabassi

### *Sistema ecologico e VALSAT/VINCA*

Prof. Sergio Malcevschi (NQA), Dott. Luca Bisogni (NQA), Dott. Riccardo Vezzani (NQA)

### *Sistema insediativo*

Prof. Federico Oliva, Arch. Piergiorgio Vitillo, Laboratorio labURB, DIAP, Politecnico di Milano  
Tecnicoop (insediamenti commerciali)

### *Sistema ambientale*

Dott. geol. Gian Pietro Mazzetti (pericolosità sismica)

Prof. Alessandro Corsini, Dott. Federico Cervi, Univ. Modena e Reggio (frane di superficie)

Ing. Tiziano Binini, Ing. Gianluca Lombardi Studio

Binini Architetti & Ingegneri Associati (fasce fluviali)

### *Percorso di partecipazione e ascolto*

Prof. Alessandro Balducci, Arch. Claudio Calvaresi, Arch. Elena Donaggio, DIAP, Politecnico di Milano

### *Sistema economico*

PEGroup



## LA STIMA DELLA QUALITÀ

<b>Premessa.....</b>	<b>5</b>
<b>1. Una nuova misura della qualità.....</b>	<b>6</b>
<b>2. La misura della qualità di reggio emilia .....</b>	<b>10</b>
2.1. La stima della qualità per la provincia di reggio emilia.....	10
2.2. Le quattro dimensioni della qualità a reggio emilia: il confronto con i valori nazionali . ...	11
<b>3. La dimensione settoriale della qualità reggiana.....</b>	<b>19</b>
3.1. La stima della qualità nei principali comparti produttivi del manifatturiero e dei servizi ..	19
3.2. La qualità reggiana a confronto con la qualità nazionale.....	23
settore.....	24
3.3. La qualità di reggio emilia rispetto alle province limitrofe. Il confronto con parma, modena e bologna.....	25



## **PREMESSA**

La Provincia di Reggio Emilia è da anni impegnata in un percorso che tra i suoi assi fondamentali la generazione, la diffusione, la tutela e la valorizzazione della qualità in tutti i suoi aspetti.

Per valutare i risultati raggiunti e posizzarli nel contesto italiano, essa è diventata il primo territorio del nostro paese a declinare a livello provinciale un nuovo indicatore, il Prodotto Interno di Qualità (PIQ), proposto in sede nazionale ed internazionale da Symbola - la Fondazione delle Qualità Italiane - che sbalza il tema della qualità, da una accezione intesa in senso molto "micro" di singoli casi d'eccellenza ad una misura di rilievo macroeconomico, strettamente legata al PIL, incisivamente diretta a misurare quanta parte di esso sia di qualità e quanta no.

In questo lavoro si fornisce una stima della qualità in provincia di Reggio Emilia, sia livello settoriale che territoriale, portando una serie di elementi di valutazione anche di natura comparativa con le province limitrofe e con l'insieme del Paese.

In estrema sintesi, la parte della qualità reggiana che può essere considerata di buona qualità è pari al 56,70%, pari ad un valore economico di 7 miliardi e trecentosettantatré milioni di euro. Tale quota è nettamente più elevata che in Italia in generale, mentre è abbastanza in linea con quanto accade nelle province limitrofe.

Il maggior contributo alla qualità provinciale è dato dall'intermediazione monetaria e finanziaria, settore le cui dimensioni (circa 2.000 mln di €) e l'ottima percentuale di qualità spingono a fornire il 25,8% della qualità provinciale. Seguono il commercio, la meccanica e le costruzioni.

La pubblica amministrazione e i servizi alla comunità godono di una elevata percentuale di Qualità (il 56,7%) e quindi contribuiscono al 2,8% del Qualità provinciale, cioè poco più di 200 mln di Euro.

Peraltro, molta della qualità reggiana passa da settori che non sono strettamente identificabili con le vocazioni del territorio ma che rimangono strategici per una politica complessiva di valorizzazione della qualità.

In altri termini, innalzare e diffondere la qualità richiede politiche settoriali specifiche, poiché il significato precipuo di qualità dipende dal settore, ma un territorio che complessivamente punta su un posizionamento alto dei propri settori può incrociarle con politiche orizzontali sui fattori produttivi, la qualità ambientale, la valorizzazione delle competenze pregiate, cosa effettivamente avviene, in buona misura, a Reggio Emilia.

## 1. UNA NUOVA MISURA DELLA QUALITA'

La discussione macroeconomica in Italia abbonda di ricette per far ripartire la crescita, ma rischia di non dedicare abbastanza attenzione alla qualità della crescita stessa. Eppure, nel quadro della globalizzazione, e viste le caratteristiche peculiari del nostro sistema economico-produttivo, la via della qualità dei prodotti e delle produzioni è l'unica sostenibile, a discapito di una competizione che si basi esclusivamente sui costi e sulle quantità prodotte, che è inevitabilmente destinata a non produrre risultati per il nostro Paese.

Per quanto quindi l'obiettivo di una crescita "ragionevole" del PIL nel tempo sia naturalmente logico, il cambiamento in profondità della composizione del PIL, con un ruolo sempre più marginale per le produzioni "banali" e a bassa qualità, è un obiettivo di gran lunga più giustificato.

Il circuito virtuoso della *Soft Economy* per un paese che ha un grande bisogno di crescita di qualità parte dalla buona qualità intrinseca, adeguatamente comunicata e percepita, si riverbera in prezzi remunerativi, che garantiscono profitti, che rendono fattibili ed appetibili gli investimenti (materiali ed immateriali) che portano, incrociando risorse umane altamente competenti e motivate, all'innovazione e quindi di nuovo ad una alta qualità di prodotto, di processo e di contesto (anche attraverso l'azione redistributiva dello Stato, avvantaggiato dalla buona salute delle imprese).

Per quanto solido concettualmente, questo ragionamento mancava fino a pochi anni fa di una rigorosa impostazione e misurazione della qualità, la grande assente delle statistiche ufficiali.

Ma una politica senza misura rischia di colpire al buio, di concentrarsi dove c'è meno necessità, di darsi obiettivi già raggiunti o, viceversa, irraggiungibili, creando aspettative eccessive e quindi crisi di consenso.

Ecco quindi una grande spinta a fare chiarezza concettuale, a cercare un modo empiricamente fattibile e realizzabile in tempi ragionevoli di misurare la qualità, sapendo che si tratta di un costrutto necessariamente multidimensionale ma che è necessario poter ridurre a fenomeno misurabile.

Con questo spirito, la Fondazione Symbola ha intrapreso alcuni anni fa un percorso di riflessione ed approfondimento, marcato da una prima release pubblica a Firenze nel gennaio 2006 del Prodotto Interno di Qualità dell'Italia e tutt'ora in corso.

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:

- Qualità come caratteristica dell'offerta e non come percezione della domanda;
- Qualità come caratteristica delle produzioni e non come ricerca del benessere del consumatore;
- Qualità come idea potenzialmente maggioritaria e non come concetto elitario e minoritario;
- 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; l’influenzabilità con politiche pubbliche della mera percezione di qualità, cui non corrispondesse un orientamento alla qualità profondamente radicato nelle imprese e nei soggetti, verrebbe rapidamente messa in crisi. Non basta uno spot per far dimenticare le discariche; il danno d’immagine nel mondo della spazzatura in Campania non può che riverberarsi sulle mozzarelle di bufala. E risalire la china richiederà un intervento in profondità, che certo deve avere una componente di comunicazione, ma anche deve essere accompagnato da una visione più ampia.

In termini metodologici, inoltre, focalizzarsi sulla percezione della qualità mette la misura nelle mani della 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”<sup>1</sup>.

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 una 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.)<sup>2</sup>. 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 una opinione pubblica su alcuna di esse.

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, anche in ragione di una operazionalizzazione del concetto, quanto mai sfuggente e quasi filosofico di felicità, tramite questionari standard, ormai sistematizzate in una straordinaria base dati comparativa, ad opera del World Database of Happiness amministrato dall’Erasmus University’s Trustfund.<sup>3</sup> Anche in termini di policy, cominciano a diffondersi discussioni su cosa vorrebbe dire impostare le politiche economiche al fine di allargare il novero delle persone “molto felici”, come ha fatto l’inglese NEF, New Economic Foundation<sup>4</sup>.

In effetti questi ricercatori hanno buon gioco a dimostrare che la crescita di lungo periodo del PIL, fatto incontrovertibile nelle statistiche ufficiali, non ha prodotto una maggiore felicità, misurata col numero di persone “molto felici”, che rimangono una netta minoranza della popolazione, la cui variabilità tra i diversi paesi del mondo non segue una geografia ovvia, essendo estremamente importanti questioni quali l’uso del tempo, la qualità dei rapporti umani, la vivibilità del territorio, gli ideali di vita, la religiosità<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> <http://www.theacsi.org>.

<sup>3</sup> <http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/>

<sup>4</sup> [http://www.neweconomics.org/gen/hottopics\\_well-being.aspx](http://www.neweconomics.org/gen/hottopics_well-being.aspx)

<sup>5</sup> Si pensi al National Happiness Index del piccolo stato himalayano del Bhutan, recentemente lanciato alla democrazia

La felicità, così misurata, risulta presente persino in situazioni estreme, ad esempio nelle carceri o sotto un regime di apartheid, grazie alla capacità di adattamento delle aspettative, col paradosso che una misura efficace per innalzare la felicità sarebbe abbassare le aspettative.

Questo approccio, però, 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. In altre parole, le popolazioni, e per estensione i territori, possono essere più o meno felici, ma in un mondo aperto agli scambi il PIL è costruito da elementi che solo molto lontanamente possono essere ricondotti in modo ordinato alla felicità.

L'influenzabilità con politiche pubbliche è media, forse un po' maggiore a livello locale, dove è possibile svolgere indagini accurate sulle cause maggiormente presenti di infelicità, che possono essere assai diverse e persino in contrasto tra loro (stress? troppo lavoro? disoccupazione? troppo poco lavoro? precarietà? mancanza di prospettive? eccesso di competizione per raggiungere obiettivi troppo elevati?). Ma rapidamente la questione diventa molto personale (divorzi, litigi, vicinato, inquietudine esistenziale,...) ed in Occidente la politica ha largamente smesso di occuparsene<sup>6</sup>.

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 dibattito<sup>7</sup> sul "Genuine Progress Index" e sugli altri indicatori simili come il Green GDP<sup>8</sup>. In questo filone, generalmente si perde la coerenza del PIL come risultato di un triplice conto economico<sup>9</sup>. 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)<sup>10</sup>. Laddove invece le componenti sono ampie, come nel caso dell'inclusione del valore del tempo di cura delle donne nei confronti di casa e figli, valorizzato a fini contabili, esse tendono ad essere molto stabili di anno in anno, avendo come unico effetto sulla dinamica di attutire ciò che avviene nelle componenti tradizionali di mercato del PIL.

In effetti, il PIL modificato ispira politiche macro sostanzialmente uguali a quelle standard, al più con un novero di micro-eccezioni<sup>11</sup>.

L'approccio di Symbola è invece del tutto innovativo: punta a suddividere il PIL, così come definito con precisione estrema e consenso internazionale, in due parti: la qualità e la non-qualità. In ciò ricorda l'approccio di Demsetz, fondatore di un approccio statistico alla qualità, che è il progenitore di quelle politiche per la qualità totale che effettivamente hanno trasformato

---

<sup>6</sup> Era tipico piuttosto del '68 mescolare vita privata e vita politica.

<sup>7</sup> Per una overview recente del dibattito si veda "Beyond GDP", Parlamento Europeo, novembre 2007, [www.beyond-gdp.eu/](http://www.beyond-gdp.eu/).

<sup>8</sup> Il cosiddetto "**Green GDP**" è stato recentemente rilanciato in Cina, dove sei regioni e province (tra le quali Pechino, Shanghai, il Guangdong, Jilin, Shaanxi) hanno cominciato in via sperimentale a raccogliere le statistiche del loro reddito, sottraendo il costo delle distruzioni ambientali che, come noto, è elevatissimo in Cina. Il PIL verde, infatti, viene misurato incorporando anche nuovi parametri relativi ai costi ambientali. L'uso di tale parametro dovrebbe servire a cambiare la cultura della crescita economica, incorporando anche la qualità dello sviluppo.

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> Nell'esempio precedente, un incremento del *budget* della polizia non si riverserebbe sul PIL e sarebbe quindi scoraggiato sul piano macroeconomico. È inutile sottolineare che nessuno ha mai proposto di aumentare tale *budget* per i suoi meri effetti keynesiani.

alcune imprese, e da un certo punto di vista, forse anche interi paesi<sup>12</sup>. Ma se ne distanzia poiché la discriminante tra qualità e non-qualità è in questo caso non una proprietà tecnica univoca ma una pluralità di accezioni e di indicatori puntuali che la rendono un concetto ricco, multilaterale e comprensivo.

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 innescare un effetto volano; la presenza di una consistente area della non qualità non mette però al riparo da possibili arretramenti.

“L'impressione che se ne trae è quella di una significativa reazione del sistema produttivo italiano ai processi di mondializzazione dei mercati ed alle nuove condizioni di mercato introdotte dall'Euro, reazione che, però, non è avvenuta in modo uniforme in tutto il tessuto produttivo, da cui i fenomeni di polarizzazione segnalati. Questa diversa apertura a scelte di qualità non è caratterizzata settorialmente, è piuttosto interna ai settori. Se solo si osserva la diversa dinamica intervenuta, ad esempio, tra le aziende del vino e quelle dell'olio è facile trovare un conferma di questo: la crisi del metanolo ha innescato un processo di riposizionamento che ha toccato tutta la catena del valore, dalla ricerca alla ridefinizione del prodotto, alla organizzazione della produzione, alle strategie di marketing e distribuzione. Questa azione coerente e potente ha fatto del vino italiano un prodotto leader nel mondo con una significativa presenza nei segmenti di mercato medio alti ed alti. Non così è accaduto per l'olio: il prodotto italiano, potenzialmente di qualità eccellente, è del tutto assente nei segmenti più elevati del mercato mondiale, mentre occupa posizioni di rilievo nei segmenti medio bassi”<sup>13</sup>.

Adesso andiamo a vedere cosa succede nella provincia reggiana.

---

<sup>12</sup> Si pensi alla Toyota ed al Giappone.

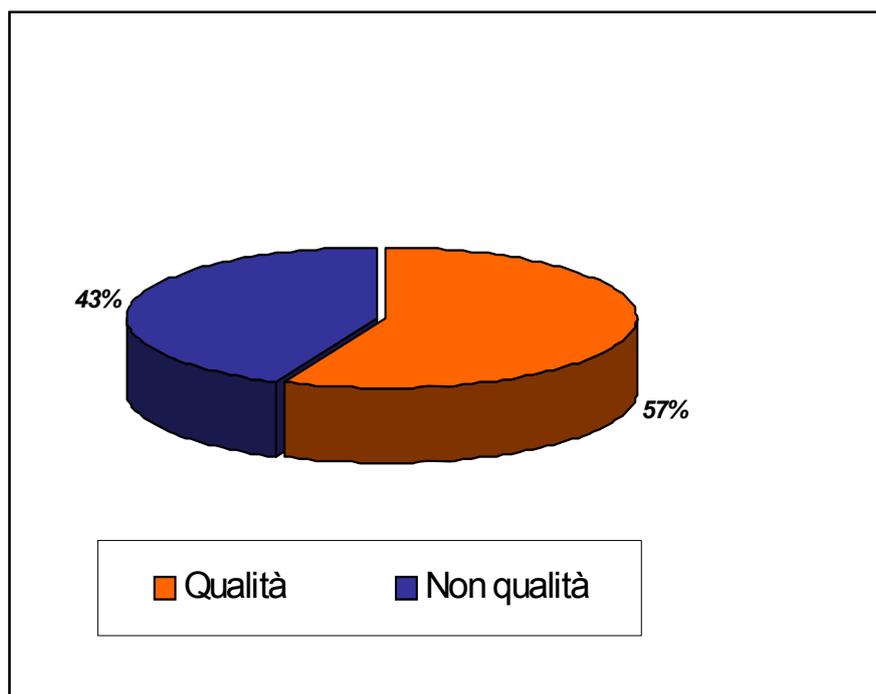
<sup>13</sup> Livio Barnabò, “Considerazioni di sintesi”, “PIQ 2007”, p. 8.

## 2. LA MISURA DELLA QUALITÀ DI REGGIO EMILIA

### 2.1. La stima della qualità per la provincia di Reggio Emilia

La parte del PIL reggiano che può essere considerata di buona qualità è pari al 56,70%, pari ad un valore economico di 7 miliardi e trecentosettantatré milioni di euro.

Graf. 1 - Il valore della qualità in provincia di Reggio Emilia (% sul PIL della provincia di Reggio Emilia, 2007)



Fonte: elaborazione PEGroup, 2008

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

Tenendo conto di una dinamica annuale di crescita della quota di qualità stimata in circa il 2%<sup>14</sup> si potrebbe dire che Reggio Emilia stia circa sei anni avanti rispetto al resto del paese. Ma naturalmente questo è relativo: nulla infatti assicura che i prossimi anni vedano un incremento così marcato a livello nazionale.

Anche il valore assoluto è significativo: 7.373 milioni di euro su un PIL provinciale di 13.002 milioni<sup>15</sup>. In termini di quota, la qualità provinciale rappresenta l'1,30% della qualità in Italia, mentre il PIL provinciale è solo l'1,02% del dato nazionale.

<sup>14</sup> Si veda "PIQ 2007", p. 16.

<sup>15</sup> Il dato economico disponibile dall'Istat è relativo all'anno 2005. Il panel nazionale col quale è stata calcolata la percentuale settoriale nazionale ha operato durante il 2007. Le analisi quantitative che hanno permesso di derivare in modo opportuno e coerente il valore provinciale si basano su dati 2004-2007.

Siamo dunque dinanzi ad un valore di cui essere orgogliosi, pur mostrando che vi è ancora molto da fare per ridurre la parte di “non-qualità”.

## 2.2. Le quattro dimensioni della qualità a Reggio Emilia: il confronto con i valori nazionali

Per capire meglio le ragioni e le aree su cui agire, è utile approfondire le **quattro accezioni di qualità** che concorrono al tutto: è noto infatti che la qualità è un concetto multiforme, i cui tratti fondamentali (a loro volta frutto di elementi più specifici) sono stati caratterizzati nel presente lavoro come i seguenti<sup>16</sup>:

1. **qualità del posizionamento e della competitività**, in termini di qualità intrinseca<sup>17</sup> e percepita del prodotto, inclusi gli elementi intangibili, nonché di successo sui mercati internazionali;
2. **qualità ambientale e legame col territorio**: riguarda il rispetto e la valorizzazione delle risorse naturali, nonché la capacità di valorizzare il patrimonio delle tradizioni locali;
3. **qualità delle risorse umane**: prende in considerazione il livello di valorizzazione ed effettiva utilizzazione delle competenze individuali di qualità elevata;
4. **qualità dell'innovazione**: prende in considerazione 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).

A livello nazionale, per ciascuna di queste eccezioni è stata proposta una batteria di domande di rappresentative al panel di esperti settoriali.

A livello provinciale, per ciascuna accezione di qualità sono stati valutati un largo novero di **indicatori**, tra i quali sono stati scelti alcuni dotati di caratteristiche ottimali sul piano statistico<sup>18</sup> e sono stati effettuati delle analisi comparative rispetto alla media Italia (cfr. nota metodologia in allegato).

In tal modo si è potuto quantificare la quota di produzione che corrisponde separatamente a ciascuna accezione di qualità:

---

<sup>16</sup> Si è utilizzata una leggera semplificazione rispetto al modello nazionale, dove le accezioni di qualità erano 5. Anche la metodologia seguita, utilizzando maggiormente indicatori quantitativi, è stata modificata, producendo valori per accezione di qualità non più comparabili in senso stretto. Rimangono invece comparabili i valori per settore e totali.

<sup>17</sup> 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.

<sup>18</sup> È stata condotta una analisi fattoriale per identificare il fattore principale per ogni accezione di qualità e sono emersi i 3-4 indicatori dotati della massima correlazione con tale fattore.

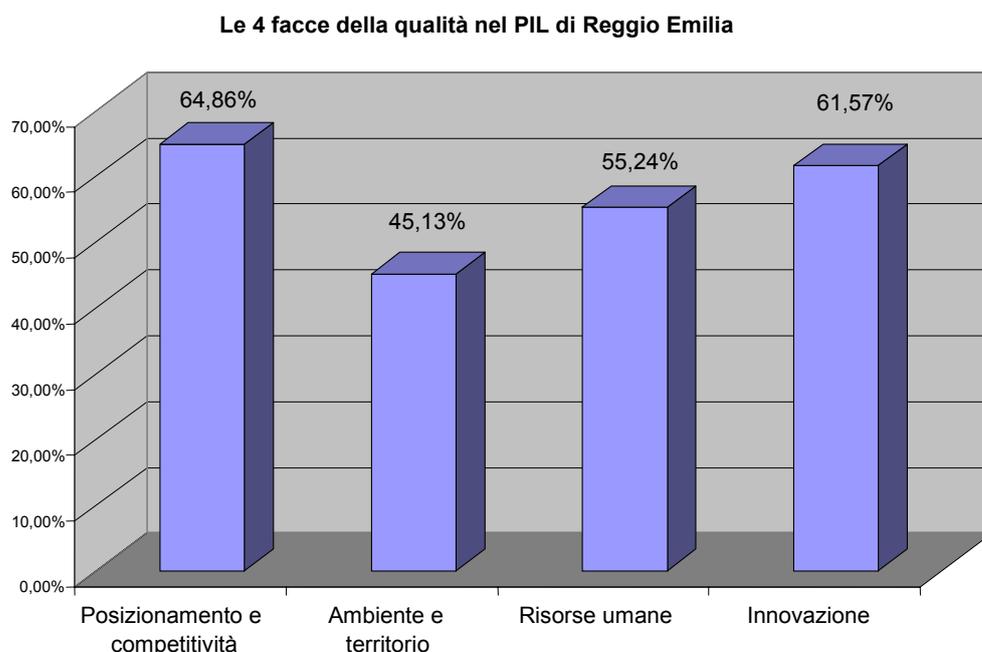
Graf. 2 Gli indicatori utilizzati per la valutazione della qualità

<b>Ambiente e territorio</b>	Raccolta differenziata; Utilizzo fonti rinnovabili; Qualità dell'ambiente (multidimensionale - Legambiente)
<b>Risorse umane</b>	Retribuzioni per qualifica, percentuale di dirigenti e quadri per classi di età; differenziale retributivo per sesso; Contratti di collaborazione; percentuale di laureati sulla popolazione; laureati in materie scientifiche; percentuale di lavoro irregolare
<b>Innovazione economica e sociale</b>	Brevetti per abitante; brevetti high tech; addetti in settori high tech; investimenti; spesa in r&s; cooperative; imprese artigiane; addetti nel sociale; donatori sangue; affluenza alle elezioni
<b>Posizionamento e competitività</b>	Propensione al commercio estero; percentuale esportazioni per contenuto tecnologico; imprese in gruppo; produttività; edilizia di pregio

Fonte: elaborazione PEGroup, 2008

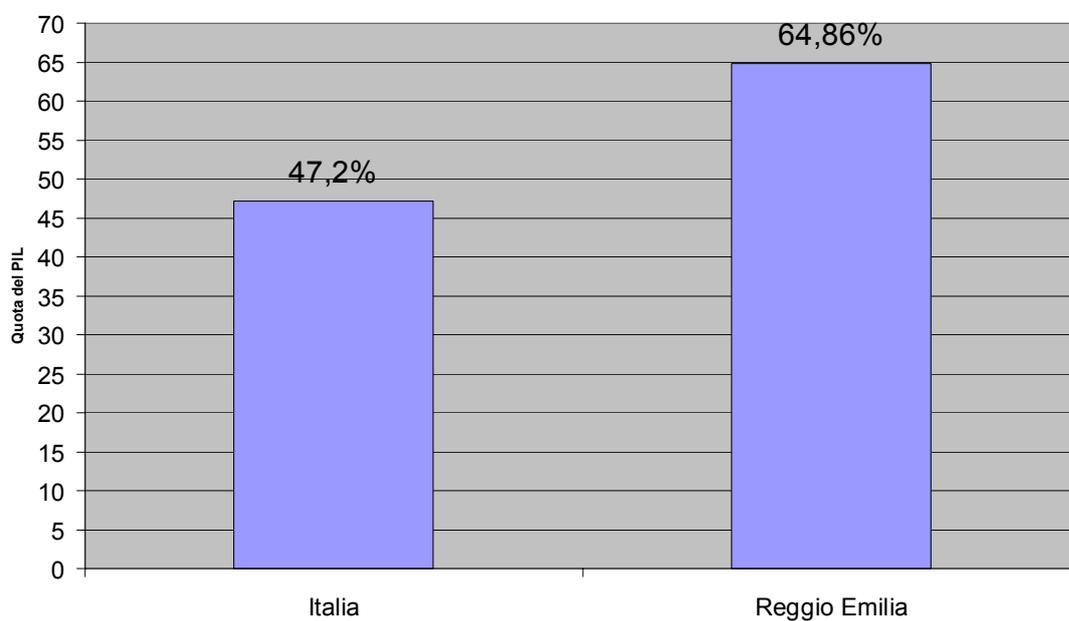
Spicca una elevata qualità del tessuto economico produttivo e una forte propensione all'innovazione sia in campo economico che sociale. Non arriva a livelli di eccellenza, invece, né il contesto relativo alla qualità delle le risorse umane né le qualità ambientali, che riguardano poco meno della metà del PIL.

Graf. 3-4-5-6-7 Le quattro facce della qualità nel PIL di Reggio Emilia



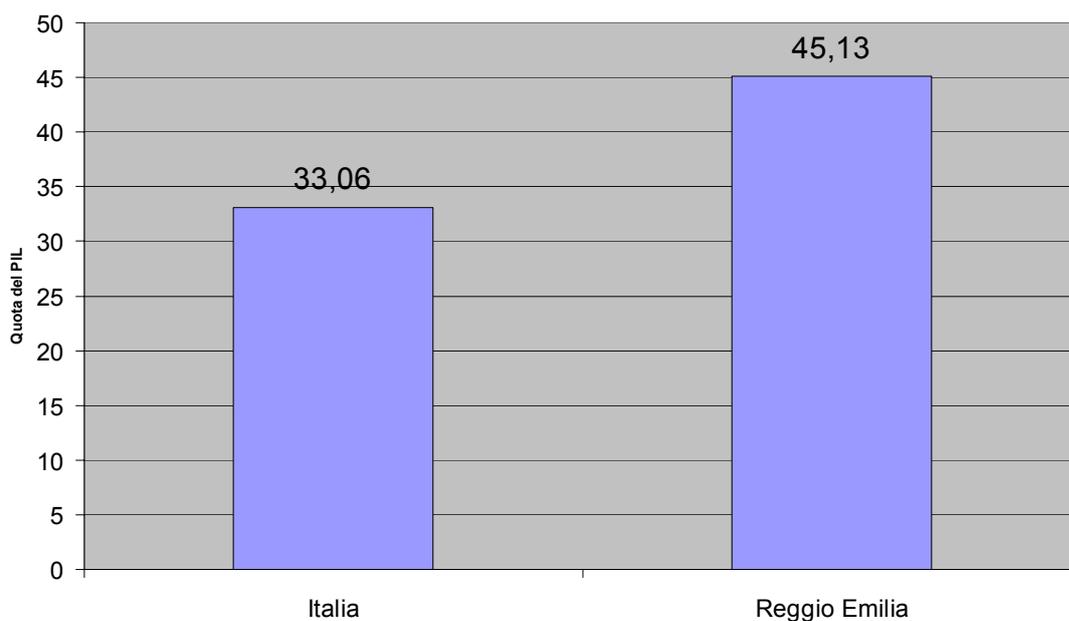
Fonte: elaborazione PEGroup, 2008

Quota di PIL di buona qualità in termini di  
posizionamento e competitività



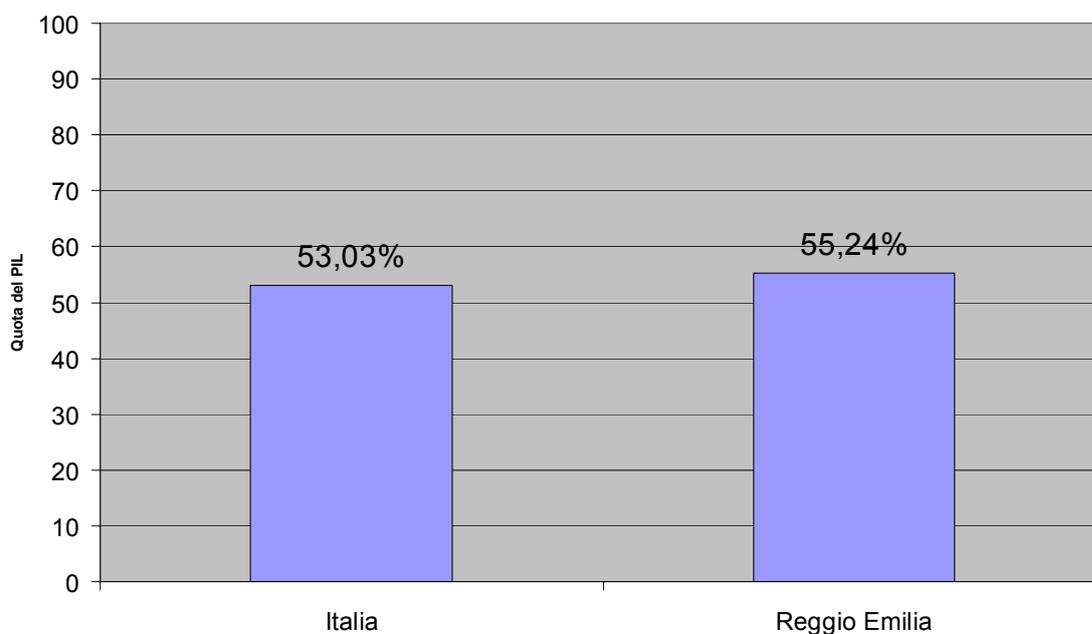
Il confronto con i dati nazionali offre risultati interessanti. Reggio Emilia supera di molto il dato medio italiano per quanto riguarda la qualità intrinseca e percepita delle sue produzioni, con un divario di oltre 17 punti.

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



Il divario rimane piuttosto elevato (12 punti) anche sull'ambiente, dove il valore non particolarmente elevato di qualità a Reggio Emilia riflette in parte la debolezza di tutto il sistema paese nel quale solo il 33% della produzione nazionale è caratterizzato da elevata qualità ambientale.

Quota di PIL di buona qualità in termini di risorse umane



Fonte: elaborazione PEGroup, 2008

Vi è invece un divario molto ridotto rispetto al dato nazionale se si tratta di generazione e valorizzazione delle risorse umane, che rimane sostanzialmente in media Italia, a sua volta poco brillante. Si vedranno nelle pagine successive le ragioni che spiegano, per Reggio Emilia, questo risultato. Qui ci preme soltanto sottolineare che un eventuale approfondimento dei risultati del panel nazionale consente analisi piuttosto fini<sup>19</sup>:

---

<sup>19</sup> Fonte: "PIL 2007", p. 35.

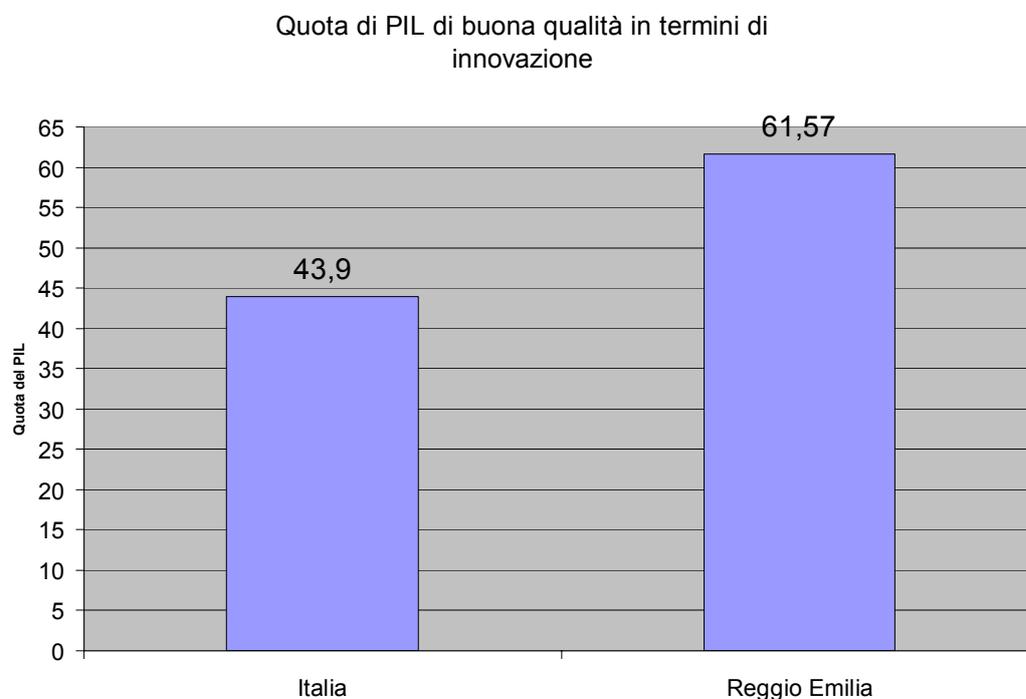
Graf. 8 La qualità delle risorse umane: risultati di dettaglio derivanti dal panel nazionale

Indicatore	% PIL in cui la competenza è utilizzata	Principali settori sopra media
Lingue straniere	55,1%	Editoria e stampa; informatica; fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici ed elettrici; servizi di istruzione; costruzioni <sup>17</sup>
Creatività e capacità innovativa	61,9%	Servizi alle imprese; istruzione; editoria e stampa; fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici ed elettrici, commercio
Capacità tecniche specializzate	64,6%	Tessile; pesca; farmaceutica; lavorazione minerali non metalliferi; intermediazione finanziaria; meccanica
Capacità organizzative e relazionali	64,7%	Estrazione minerali non energetici; fabbricazione mezzi di trasporto; commercio al dettaglio e all'ingrosso; poste e telecomunicazioni; servizi alle imprese
Gentilezza e orientamento al cliente	65,3%	Assicurazioni e fondi pensioni; intermediazione finanziaria; istruzione; poste e telecomunicazioni; editoria; tessile

Fonte: analisi Symbola

Più elevato il posizionamento del nostro Paese rispetto alla qualità dell'innovazione, accezione nella quale il divario positivo della provincia di Reggio Emilia torna ad essere molto elevato: oltre 17 punti.

Graf. 9 Quota di PIL di buona qualità intermini di innovazione



Fonte: elaborazione PEGroup, 2008

Rispetto a questa accezione, è possibile approfondire ad esempio il tema dell'innovazione di prodotto e di processo, a loro volta graduate tra innovazioni radicali di rottura e innovazioni incrementali progressive, sia pure solo a livello nazionale, grazie alle risposte fornite da esplicite domande in tal senso al panel.

*Graf. 10 Percentuale del valore aggiunto settoriali oggetto di innovazione (per macro-settori dell'economia italiana)*

MACROSETTORE	INNOVAZIONE RADICALE DI PROCESSO	INNOVAZIONE INCREMENTALE DI PROCESSO	INNOVAZIONE RADICALE DI PRODOTTO	INNOVAZIONE INCREMENTALE DI PRODOTTO
Agricoltura	62	66	68	71
Industria-made in Italy	56	41	44	39
Industria – metalmeccanica	49	37	37	31
Industria-altro	39	35	44	45
Costruzioni	50	60	50	50
Commercio	60	40	60	50
Alberghi e ristoranti	50	60	50	60
Servizi alle imprese	43	42	49	48
Servizi pubblici e pubblica amministrazione	83	78	70	73
Totale	51	44	47	46

Fonte: elaborazione PEGroup, 2008

La pubblica amministrazione risulta il settore dove si sono introdotte negli ultimi anni il più vasto novero di innovazioni, forse anche per lo stato di notevole arretratezza che caratterizzava il settore. Relativamente indietro rimane invece l'industria, nelle sue varie ripartizioni.

A causa della metodologia utilizzata, non è d'altro canto possibile ricostruire il medesimo schema a livello provinciale.

I grafici precedenti mettono chiaramente in evidenza che i maggiori ambiti di qualificazione del sistema reggiano sono:

1. il posizionamento competitivo e il sistema manifatturiero;
2. la propensione all'innovazione.

Il primo dato che emerge dall'analisi del potenziale è che Reggio continua ad essere un luogo ad alta potenzialità competitiva e a sviluppo avanzato. Il sistema economico-produttivo, come emergeva anche dall'analisi del potenziale del territorio<sup>20</sup>, conferma la propria condizione di sviluppo consolidata ed evoluta. Dal 2000 al 2007 sono cresciuti tutti gli indicatori relativi alla natalità di impresa (una delle più alte in Italia), alla densità imprenditoriale (che passa da 8,8 a 9,4 residenti per ogni azienda), all'incidenza delle imprese operanti nei servizi (che passano dal 25% al 43%).

Si conferma inoltre la forte vocazione all'export del sistema produttivo (il saldo import/export rispetto al numero di occupati arriva a 31.932 euro) e cresce il livello complessivo di internazionalizzazione delle aziende.

Per quanto riguarda i processi di innovazione occorre distinguere tra innovazione tecnologica e innovazione sociale. Dal punto di vista dell'**innovazione tecnologica** Reggio Emilia presenta

<sup>20</sup> Cfr. *Il potenziale competitivo della provincia di Reggio Emilia: il raffronto 2000-2007*, PEGroup, marzo 2008

un livello di sviluppo qualitativo più elevato rispetto al dato nazionale anche se non ancora adeguato rispetto ai fabbisogni del territorio. Se il tasso di crescita dei brevetti depositati è superiore al dato regionale e nazionale (+ 42% dal 1999 al 2005), è anche vero che la capacità di sviluppare brevetti high tech non è eccezionale (in linea con il dato regionale). In generale anche in questo caso l'analisi sulla qualità conferma quanto emerso nell'indagine di rating del territorio: a Reggio Emilia si fa innovazione senza fare ricerca strutturata. L'innovazione è prevalentemente incrementale e ancora poco strutturati appaiono i legami con l'università. Se non mancano imprese capaci di sviluppare strategie innovative, anzi esse esistono e sono più numerose rispetto a quelle medie italiane, sembra invece mancare una strategia di sistema di sostegno all'innovazione, che possa rendere la propensione all'innovazione una caratteristica diffusa non solo nel manifatturiero ma anche nei servizi, nel terziario culturale e nell'accoglienza (tema che in qualche modo ha alimentato anche il dibattito recente sui quotidiani locali circa la nascita di una "classe creativa"). Dal punto di vista dell'**innovazione sociale**, invece, Reggio Emilia presenta valori di qualità del tutto ragguardevoli, soprattutto per quanto riguarda alcuni indicatori, come la forza della cooperazione e del volontariato, la partecipazione civile e politica, ecc.

Gli ambiti di maggior debolezza del territorio riguardano invece :

1. l'ambiente e il territorio;
2. le risorse umane.

Il punteggio relativamente contenuto del contesto relativo alle risorse umane è un dato su cui occorre soffermarsi con attenzione. Se nel decennio scorso Reggio Emilia ha potuto contare sulla forza del proprio capitale umano e sulla solidità delle proprie competenze come elemento distintivo e qualificante per il mantenimento della leadership in alcuni settori strategici, oggi questo differenziale in termini di competenze sembra essersi esaurito. Il dato è il risultato di una molteplicità di fattori tra i quali:

- il difficile equilibrio tra le esigenze di riqualificazione professionale e di aggiornamento degli adulti e il ritardo nell'ingresso del mondo del lavoro da parte dei giovani;
- i cambiamenti intervenuti nella società reggiana a seguito dell'incorporazione di manodopera straniera che presenta un approccio e una cultura al lavoro molto diversa rispetto a quella del territorio e talvolta configgente;
- la mancanza di cultura manageriale nelle imprese private ma anche nei servizi e nella Pubblica Amministrazione.

Rispetto al tema della progettazione formativa, dell'analisi dei fabbisogni delle imprese e dell'investimento pubblico nella formazione Reggio Emilia risulta essere una delle province più avanzate in Italia: il coinvolgimento diretto delle imprese nella progettazione dei corsi, la rilevazione mirata dei fabbisogni attraverso i "tavoli di distretto", il legame tra formazione e politiche attive del lavoro sono aspetti che poi si traducono in risultati significativi (11,6% dei disoccupati iscritti alle liste di collocamento frequenta corsi di formazione, il 77% di essi trova un lavoro alla fine del corso), l'ingente spesa pubblica destinata ai corsi (solo nel 2008 la Provincia finanzia con risorse comunitarie pari a 927.612,50 euro attività formative e di accompagnamento al lavoro volte a sostenere politiche di inclusione sociale e lavorativa) sono elementi che fanno ben sperare e su cui occorre continuare a lavorare.

Rimangono tuttavia irrisolte almeno quattro questioni:

1. il problema della frammentazione e dell'eterogeneità dei soggetti che erogano formazione;
2. la necessità di sviluppare competenze evolute rispetto alle nuove professioni emergenti sul mercato: la progettazione formativa deve tener conto non solo dei fabbisogni dei comparti tradizionali del manifatturiero ma anche delle nuove specializzazioni del territorio sulle quali occorre creare competenze elevate: energia, ambiente, terziario evoluto, logistica, turismo, cultura, ecc.;

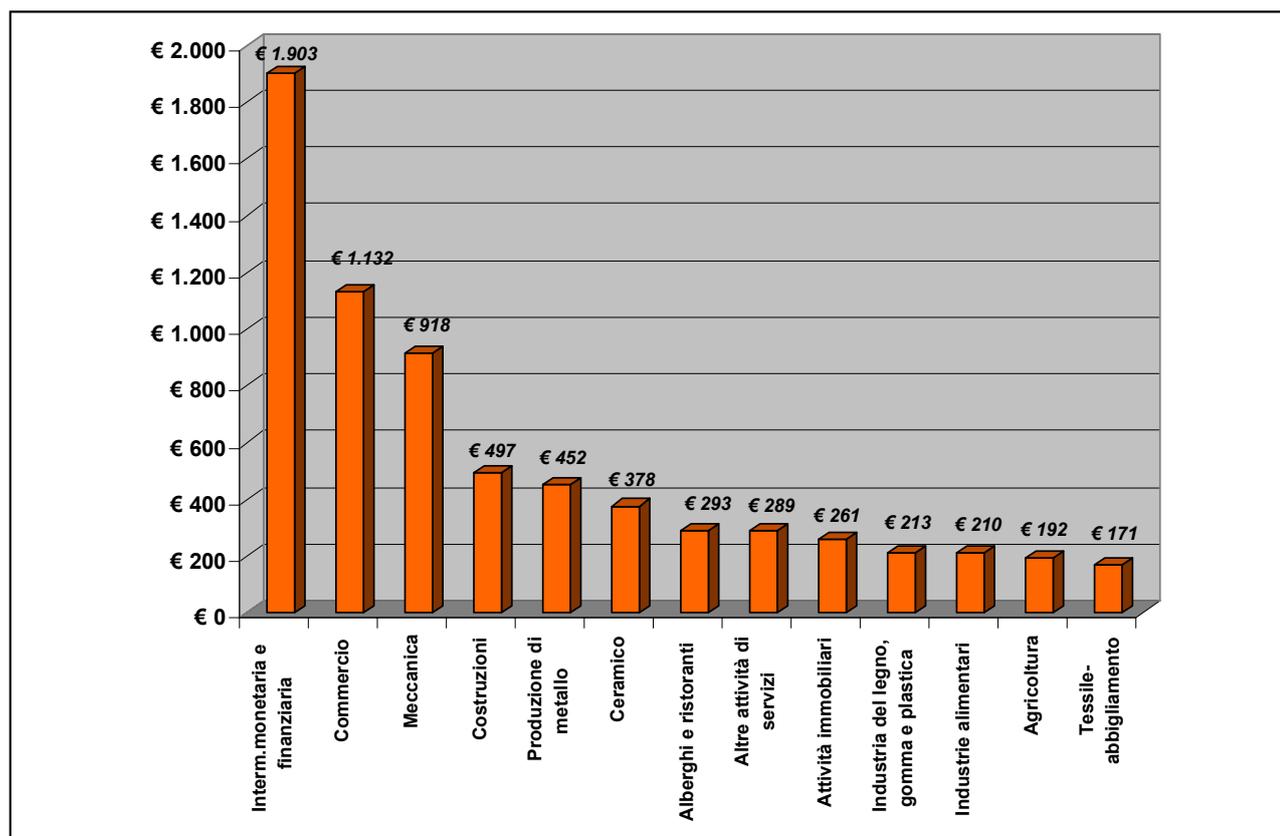
3. la maggiore qualificazione delle strutture che erogano formazione: le agenzie formative devono lavorare non solo sulle forme di accreditamento e sulla certificazione di qualità ma anche sulla qualità dei progetti e sull'integrazione dell'offerta;
4. la trasparenza dell'offerta formativa privata e la necessità di trovare forme di regolamentazione più stringenti riguardo ai fondi interprofessionali.

### 3. LA DIMENSIONE SETTORIALE DELLA QUALITÀ REGGIANA

#### 3.1. La stima della qualità nei principali comparti produttivi del manifatturiero e dei servizi

Il maggior contributo alla qualità provinciale proviene dal settore **dall'intermediazione monetaria e finanziaria**, settore le cui dimensioni (oltre 3 mld Euro) e l'ottima percentuale di qualità spingono a fornire il 25,8% dell'intera qualità provinciale.

Graf. 11 La composizione settoriale della qualità reggiana



Fonte: elaborazione PEGroup, 2008

Ma i settori che hanno una percentuale di qualità particolarmente elevata sono numerosi e talvolta inaspettati. Superano infatti il 60% i seguenti:

- l'agricoltura,
- il commercio al dettaglio e all'ingrosso,
- la pubblica amministrazione.

Sopra media provinciale, inoltre, si situano:

- la fabbricazione di prodotti non metallici (ceramico in primis),
- la già nominata intermediazione,
- i servizi alle famiglie.

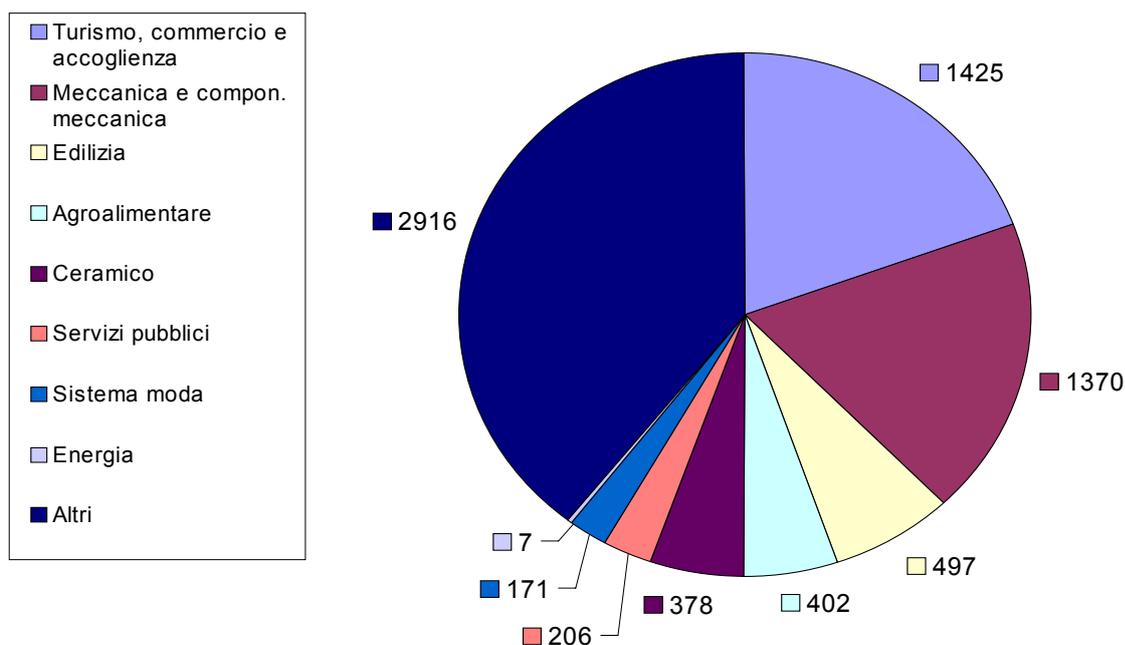
Il grafico sottostante conferma in maniera indiscutibile come la qualità sia un concetto ampio e diffuso nel territorio:

- è un concetto ampio, perché, come emerge dal peso della qualità nel settore definibile come “altro”, molta della qualità reggiana passa da settori che non sono strettamente identificabili con le vocazioni del territorio;
- è un concetto diffuso, perché risulta presente anche in settori non immediatamente identificabili con il concetto di qualità, come il ceramico, la pubblica amministrazione, il commercio.

Ciò significa che anche in questi settori, che comunque incidono pesantemente sull'economia del territorio in termini di PIL, il territorio sta facendo uno sforzo notevole di qualificazione e riqualificazione e comunque superiore a quanto si sta facendo negli stessi settori a livello nazionale.

Graf. 12 Composizione settoriale del PIQ di Reggio Emilia 8milioni di Euro)

### Composizione settoriale del PIQ di Reggio Emilia (milioni di Euro)



Fonte: elaborazione PEGroup, 2008

Molta della qualità reggiana passa dunque da settori che non sono strettamente identificabili con le vocazioni del territorio ma che rimangono strategici per una politica complessiva di valorizzazione della qualità.

Rimandando al capitolo successivo gli approfondimenti di alcuni settori (es. il ceramico) e l'analisi della relazione tra politiche per la qualità e prospettive di sviluppo delle diverse aree territoriali ci si limita nel seguito a fornire un commento rapido sui risultati dell'analisi per quanto riguarda le principali specializzazioni produttive e di servizio di Reggio Emilia.

In termini di macro settori, l'**agroalimentare** contribuisce per il 5,5% della qualità totale, con una cifra di oltre 400 mln di Euro, ripartita in modo sostanzialmente uguale tra la componente industriale e quella agricola, poiché le maggiori dimensioni di fatturato della prima sono contro bilanciate dalla maggiore quota di qualità della seconda. Ad un buon livello di qualità in termini di innovazione corrisponde un altrettanto notevole livello di diffusione della qualità in termini intrinseci e di immagine sul mercato. Rimane che la quota del 58,20% di qualità del settore potrebbe notevolmente crescere con una più selettiva politica di integrazione tra i due comparti.

Il sistema **moda**, di cui viene colto nelle statistiche il segmento prevalente del tessile-abbigliamento, contribuisce per il 2,3% alla qualità provinciale, caratterizzato da una produzione di qualità per il 54% del valore aggiunto. La qualità potrebbe crescere soprattutto con una politica di qualificazione e riqualificazione delle risorse umane, che sembra essere un punto di debolezza abbastanza preoccupante del comparto.

Il distretto della **ceramica**, con un 59,5% di quota di qualità, contribuisce per circa 378 mln di Euro alla qualità totale provinciale (il 5,1%) e mantiene un notevole equilibrio tra relazione con il territorio, innovazione e qualità del posizionamento del prodotto.

La **meccanica**, inclusa la **meccatronica**, porta un contributo essenziale alla qualità provinciale: ben il 18,6% - pari a 1370 mln di Euro. La quota di qualità sul totale settoriale è il 54,9%. Un punto di debolezza è nell'uso delle competenze ed intelligenze professionali, ancora non abbastanza rafforzate e valorizzate, mentre il livello di qualità innovativa è sicuramente molto elevato.

Per quanto riguarda l'**edilizia**, essa contribuisce per il 6,7% alla qualità provinciale, pari a circa 500 mln di Euro. Si stima infatti che la quota di qualità nel settore sia il 54%, ancora una volta dovuto principalmente ad innovatività e qualità intrinseca.

Delle filiere qui considerate è però il **turismo** in senso ampio quello che contribuisce maggiormente alla qualità provinciale, con ben il 19,3%, pari a circa 1425 mln di Euro. Al già rilevante contributo degli alberghi e ristoranti si somma l'apporto, ampio e qualificato, del commercio. In una filiera così definita la qualità risulta al 61% del valore aggiunto prodotto.

La **pubblica amministrazione e i servizi alla comunità** godono di una elevata percentuale di qualità (il 56,7%) e quindi contribuiscono al 2,8% della qualità provinciale, cioè poco più di 200 mln di Euro. Si noti peraltro che la contabilità nazionale per scelta metodologica considera il valore aggiunto di tale settore facendo riferimento essenzialmente ai soli stipendi pagati (mentre per il settore privato esso comprende profitti, ecc.). Il settore dell'energia è ancora non troppo sviluppato né di eccessiva qualità: esso apporta solo lo 0,1% del QUALITÀ (pari a circa 7 mln di Euro), a causa di una qualità diffusa solo nel 46,7% del settore.

In termini riassuntivi, la qualità provinciale di Reggio Emilia risulta così composto in termini settoriali:

Settore	PIL (mln euro)	QUALITÀ (mln euro)	% QUALITÀ settoriale
Agricoltura, caccia e silvicoltura	€ 314	€ 192	61,10
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	€ 0	€ 0	62,10
Estrazione di minerali	€ 42	€ 21	50,80
Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	€ 377	€ 210	55,61
Industrie tessili e dell'abbigliamento	€ 317	€ 171	53,95
Industrie conciarie, fabbricazione di prodotti in cuoio, pelle e	€ 7	€ 3	51,49
Fabbricazione della pasta-carta, della carta e dei prodotti di	€ 180	€ 90	49,98
Cokerie, raffinerie, chimiche, farmaceutiche	€ 120	€ 59	49,19
Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non	€ 635	€ 378	59,49
Produzione di metallo e Fabbricazione di prodotti in metallo	€ 857	€ 452	52,82
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici, elettrici	€ 1.640	€ 918	56,00
Industria del legno, della gomma, della plastica e altre	€ 388	€ 213	54,96
Produzione e distribuzione di energia elettrica, di gas, di	€ 15	€ 7	48,12
Costruzioni	€ 918	€ 497	54,09
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli,	€ 1.777	€ 1.132	63,68
Alberghi e ristoranti	€ 574	€ 293	51,02
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	€ 149	€ 77	51,87
Intermediazione monetaria e finanziaria	€ 3.289	€ 1.903	57,86
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività	€ 515	€ 261	50,71
Altre attività di servizi	€ 513	€ 289	56,37
Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale	€ 94	€ 57	60,61
Istruzione	€ 72	€ 37	52,33
Sanità e altri servizi sociali	€ 124	€ 65	52,15
Altri servizi pubblici, sociali e personali	€ 58	€ 30	51,81
Servizi domestici presso famiglie e convivenze	€ 29	€ 17	58,06
<b>TOTALE</b>	<b>€ 13.002</b>	<b>€ 7.373</b>	<b>56,70</b>

### **3.2. La qualità reggiana a confronto con la qualità nazionale**

Dal punto di vista specificatamente settoriale, il buon risultato di Reggio Emilia rispetto alla media italiana può dipendere, in linea di principio, da tre fattori:

1. ciascun settore produttivo ha una qualità migliore a Reggio Emilia che nella media Italia;
2. i settori dove Reggio Emilia è più specializzata sono anche quelli in cui la qualità è più elevata a livello nazionale;
3. i settori dove Reggio Emilia è più specializzata vedono un divario maggiore (positivo) tra il valore provinciale e quello nazionale.

Il primo fattore è effettivamente vero. I dati invece non confermano la seconda ipotesi di spiegazione. Neppure la terza risulta particolarmente forte, anche se effettivamente, ad esempio, la Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali (che è il settore in cui vi è la massima specializzazione 4 volte la media nazionale) la distanza positiva è di quasi 16 punti.

Come si vede, il divario maggiore con il dato nazionale riguarda i settori dove Reggio presenta note eccellenze produttive (settore ceramico, agroalimentare, tessile-abbigliamento, servizi sociali).

Settore	% PIQ settoriale Reggio Emilia	% PIQ settoriale Italia	Differenza RE-IT
<b>Agricoltura, caccia e silvicoltura</b>	<b>61,1</b>	<b>46,5</b>	<b>14,6</b>
Estrazione di minerali	50,8	42,1	8,7
<b>Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco</b>	<b>55,6</b>	<b>40,6</b>	<b>15,0</b>
Industrie tessili e dell'abbigliamento	54,0	41,5	12,5
Industrie conciarie, fabbricazione di prodotti in cuoio, pelle	51,5	40,4	11,1
Fabbricazione della pasta-carta, della carta	50,0	40,5	9,5
Cokerie, raffinerie, chimiche, farmaceutiche	49,2	41,1	8,1
<b>Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi</b>	<b>59,5</b>	<b>43,6</b>	<b>15,9</b>
Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo	52,8	44,3	8,6
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici, elettrici	56,0	46,0	10,0
Industria del legno, della gomma, della plastica e altre	55,0	45,2	9,7
Produzione e distribuzione di energia elettrica	48,1	40,0	8,1
<b>Costruzioni</b>	<b>54,1</b>	<b>40,1</b>	<b>14,0</b>
<b>Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli,</b>	<b>63,7</b>	<b>49,3</b>	<b>14,4</b>
Alberghi e ristoranti	51,0	42,6	8,5
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	51,9	44,7	7,1
<b>Intermediazione monetaria e finanziaria</b>	<b>57,9</b>	<b>43,6</b>	<b>14,3</b>
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività	50,7	42,5	8,3
Altre attività di servizi	56,4	44,6	11,8
<b>Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale</b>	<b>60,6</b>	<b>45,9</b>	<b>14,7</b>
Istruzione	52,3	41,7	10,7
Sanità e altri servizi sociali	52,2	40,7	11,5
Altri servizi pubblici, sociali e personali	51,8	42,8	9,0
<b>TOTALE</b>	<b>56,7</b>	<b>44,3</b>	<b>12,4</b>

### 3.3. La qualità di Reggio Emilia rispetto alle province limitrofe. Il confronto con Parma, Modena e Bologna

La provincia di Reggio Emilia compartecipa del buon risultato della regione ma pone una propria specificità. Se infatti il risultato è appena al di sotto di quello di Bologna (57%), è invece più elevato di quello di Modena (55%) e ancor più nettamente di quello di Parma (52,8%).

PROVINCE	QUALITÀ
Bologna	57,0 %
<b>Reggio Emilia</b>	<b>56,7%</b>
Modena	55,0%
Parma	52,8%

Rispetto a Bologna, città capoluogo nettamente più grande sul piano del PIL, Reggio Emilia arriva sostanzialmente alla pari, con un valore inferiore di solo lo 0,36% (in sostanza con uno scarto che la metodologia adottata non permette di distinguere significativamente).

In termini settoriali, le differenze più marcate si hanno, a favore di Reggio Emilia, nell'agroalimentare, nei prodotti delle lavorazioni non metalliche (in primis ceramica), nell'intermediazione monetaria e finanziaria, nella pubblica amministrazione (che risulta di buona qualità nel 60,61% a Reggio e nel 57,35% a Bologna); viceversa a favore di Bologna si posizionano le produzioni in metallo e apparecchi meccanici, il commercio, gli alberghi e ristoranti. In termini delle quattro accezioni di qualità con cui si declina la qualità, il risultato di Bologna è molto forte rispetto alla qualità delle risorse umane (che vengono utilizzate e valorizzate al meglio nel 68% del PIL), si ha una sostanziale parità rispetto alla qualità intrinseca di posizionamento e competitività, mentre Reggio Emilia risulta avere una qualità più diffusa di Bologna se si considera più da vicino l'elemento di Ambiente e Territorio, piuttosto minoritario nel capoluogo (solo il 33% del PIL).

Il distacco di Reggio rispetto a Modena è positivo e valutabile in circa l'1,70% del PIL. Rispetto ai settori, Modena può contare peraltro su un leggero vantaggio nel commercio e nel settore della carta e dell'editoria, risultando invece con un'area di qualità significativamente più ridotta se si tratta di sistema moda, servizi alle imprese, sistema dell'istruzione e, ancora, pubblica amministrazione.

Due accezioni vedono Reggio avvantaggiata rispetto a Modena: l'Ambiente e territorio e l'Innovazione (con uno scarto rispettivamente di 8 e 4 punti percentuali); la situazione si rovescia nelle altre due: Modena ha una quota del 67,55% di PIL ad alta qualità in termini di Posizionamento e competitività (+2,5%) ed una del 58,21% in termini di Risorse umane (+3%).

Il confronto, infine, con Parma vede un valore di qualità complessivamente inferiore di tale provincia (52,80%), pari al 3,90% in meno rispetto a Reggio. I settori in cui il divario si fa più sentire sono la meccanica, l'agricoltura, la produzione e distribuzione di energia, i servizi alle imprese e ancora, i prodotti non metalliferi, l'intermediazione monetaria e finanziaria, la pubblica amministrazione.

## NOTA METODOLOGICA

La metodologia, utilizzata nel 2007 per il livello nazionale, riprende l'impostazione della prima edizione 2006 che aveva utilizzato, da un lato, i dati Istat sui settori economici e dall'altro aveva sollecitato, settore per settore, un ampio panel di esperti ad esprimere il loro giudizio sulle molte modalità con cui la qualità si può manifestare.

La formula generale di calcolo del PIQ secondo l'approccio di Symbola identifica per ogni settore la quota di produzione di qualità e le somma per giungere al PIQ totale. In simboli:

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

dove l'economia è stata suddivisa in n=43 settori (esaustivi dell'economia), di ciascuno dei quali è stato individuato il dato Istat del PIL (PIL<sub>i</sub>) ed è stata stimata la quota percentuale di produzione di qualità Q<sub>i</sub>. A sua volta Q<sub>i</sub> deriva da una aggregazione di cinque Q<sub>ai</sub>, indicanti per ogni settore la quota di qualità rispetto a una di cinque accezioni (a=1,...,5):

1. qualità ambientale e del legame col territorio: include il rispetto e la valorizzazione delle risorse naturali e del patrimonio delle tradizioni locali e nazionali,
2. qualità delle risorse umane: prende in considerazione il livello di valorizzazione ed effettiva utilizzazione delle competenze individuali di qualità elevata,
3. qualità dell'innovazione: prende in considerazione la gestione del ciclo dell'innovazione tanto in termini di fattori di *input* (ricerca e sviluppo), quanto in termini di *output* (innovazione a livello di processo e di prodotto),
4. qualità del posizionamento: prende in esame aspetti della qualità del prodotto che vanno dalle componenti che contribuiscono a determinare i livelli di qualità intrinseca a quelle che, invece, determinano il posizionamento in termini di immagine (*design*, comunicazione, ecc.),
5. qualità come competitività: considera gli aspetti che determinano la competitività relativa dei prodotti rispetto alla concorrenza tanto sul mercato interno che quello internazionale.

Nell'analisi provinciale, le ultime due accezioni sono state fuse in un'unica: Posizionamento e competitività.

A livello nazionale, per ciascuna accezione di qualità si è predisposta, anziché la domanda "secca" sulla quota di qualità rispettiva come era stato fatto in passato, una intera batteria di domande (di numerosità compresa tra 6 e 15), dando modo agli esperti di esprimersi su un range di possibili risposte, attribuendo a tale range un significato di quota percentuale.

Questa formulazione, che consente agli esperti di esplicitare un ventaglio di valori rispetto a questioni sufficientemente concrete, pone a carico del sistema l'aggregazione delle risposte alla medesima batteria, che è stata mediata da pesi, stabili per tutti i settori e per tutti gli esperti.

Il passaggio che aggrega più accezioni di qualità valutate è metodologicamente delicato. Tali valutazioni possono essere ordinate dalla maggiore alla minore. Se valesse la regola di "inclusione perfetta" per cui è possibile avere una qualità più selettiva (con minore percentuale) solo godendo già di una qualità meno selettiva, allora la stima della quota di produzione che gode di almeno una qualità (su cinque) sarebbe pari alla quota massima, mentre la quota di produzione che possiede tutte e cinque le qualità sarebbe pari alla quota minima.

L'area della "non qualità" sarebbe il complemento al 100% della quota massima rilevata nell'inchiesta. Il PIQ, definito in modo rigoroso nell'indagine nazionale come quota del PIL che gode di almeno tre "flag" positivi di qualità, sarebbe pari al terzo valore su cinque della classifica dall'accezione più diffusa alla meno diffusa.

In realtà l'ipotesi di "inclusione perfetta" non è cogente, anche se è plausibile che vi sia una correlazione positiva tra le diverse qualità (ad esempio che occorra una quota elevata di lavoratori ad alta professionalità per ottenere prodotti dell'"alto di gamma").

Contrariamente ad una formula semplificata dell'edizione precedente, si è chiesto nel 2007 al *panel* di stimare, indirettamente, tale correlazione, tramite una decina di domande; essa è risultata mediamente del 76% e si è quindi utilizzato tale valore per la stima del PIQ settoriale, la cui sommatoria ha dato il PIQ nazionale totale.

Per quanto riguarda le componenti non attribuite dalla contabilità nazionale ai settori (es.: imposte indirette sul valore aggiunto), si è optato per una scelta di neutralità, fissando anche per tali poste la quota di PIQ pari a quella ottenuta per i settori.

L'analisi per Reggio Emilia si è ispirata fortemente all'indagine nazionale e ha teso a ripartire a livello micro-territoriale il dato nazionale, con una procedura che ha garantito la coerenza della somma, rispetto:

- al dato regionale per i 24 settori di cui l'Istat fornisce i dati di PIL;
- al dato nazionale di PIQ settoriale aggregato.

Non si è invece imposto, a causa dei mutamenti di metodologia, la quadratura dei dati settoriali per singola accezione di qualità.

In sintesi, la ripartizione del dato nazionale è avvenuta con la seguente procedura:

1. inclusione nell'analisi di un vasto numero di indicatori disponibili a livello provinciale per ciascuna accezione di qualità;
2. analisi fattoriale degli indicatori, ottenendo un fattore per accezione;
3. analisi della correlazione degli indicatori singoli col fattore aggregativo, risultante nella scelta di un insieme non arbitrario di indicatori colla massima correlazione;
4. calcolo della media Italia per ciascun indicatore selezionato;
5. calcolo della deviazione della provincia rispetto alla media Italia;
6. riproporzionamento dei risultati per assicurare la "quadratura" dei risultati rispetto alle variabili summenzionate.

Gli indicatori che sono stati utilizzati per ciascuna accezione di qualità, frutto di tale selezione, sono i seguenti:

<b>Accezione di qualità</b>	<b>Indicatori</b>
Posizionamento e competitività	Propensione al commercio estero; percentuale esportazioni per contenuto tecnologico; imprese in gruppo; produttività; edilizia di pregio
Ambiente e territorio	Raccolta differenziata; Utilizzo fonti rinnovabili; Qualità dell'ambiente (multidimensionale - Legambiente)
Risorse umane	Retribuzioni per qualifica, percentuale di dirigenti e quadri per classi di età; differenziale retributivo per sesso; ,contratti di collaborazione; percentuale di laureati sulla popolazione; laureati in materie scientifiche; percentuale di lavoro irregolare
Innovazione tecnologica e sociale	Brevetti per abitante; brevetti high tech; addetti in settori high tech; investimenti; spesa in R&S; cooperative; imprese artigiane; addetti nel sociale; donatori sangue; affluenza alle elezioni

Questa procedura ha inoltre utilizzato una stima originale del PIL a 24 settori per provincia basata sui valori regionali ufficiali ed il numero degli addetti.

In tal modo sono stati generati i risultati per Reggio Emilia e per le province limitrofe.

## ELENCO DEGLI INDICATORI PER LE ACCEZIONI DI QUALITÀ

Estratto dal documento a cura di PEGroup "Il progetto di sviluppo della Montagna Reggiana", realizzato nell'ambito della Conferenza Economica della Montagna.

Provincia	Valore aggiunto (in mln di €)	Quota di raccolta differenziale produzione totale	Numero di impianti in progettazione e in esercizio e in esercizio alimentari da fonti rinnovabili (risumi energetici)	Indice sintacco qualità ambientale (Legambiente)	Ritribuzione media giornaliera in euro per lavoratore dipendente	Percentuale di dirigenti e quadri sul totale addetti	Differenziale retributivo per sesso (f=maschio)	Percentuale di collaboratori sul totale dei dipendenti	Percentuale di laureati in scienza e tecnologia tot	Numero di laureati (solo dato regionale)	Valore dei brevetti	Tasso di accumulazione e degli investimenti	Numero brevetti europei per milione di abitanti	% Brevetti hi tech sul totale brevetti	Percentuale di addetti in R&D tot.	Percentuale di imprese di tipo cooperativo sul totale imprese	Percentuale di imprese artigiane sul totale imprese	Percentuale addetti no profit sul totale addetti	Percentuale affluenza urne elezioni 2006	Donatori AYS per 100 abitanti	Export annuale (valore assoluto in migliaia di €)	Export per contenuto tecnologico (indice calcolato sulla base della economia di Paesi)	Percentuale di addetti in imprese appartenenti ad un group (for addetti)	Propensione alle esportazioni e (export/PL)	Valore aggiunto ULA - produttività (in €)
BOLOGNA	27.697,20	22,00	2,27	53,32	77,88	4,43	0,78	74,93	16,50	69,37	11,22	20,3	302,2	1,27	5,61	1,84	33%	2,18	90,5	3,40	351,419,20	1,61	7,34	30,63	55,824,50
MODENA	18.924,10	31,50	3,31	51,39	76,86	3,25	0,76	73,96	16,50	50,86	9,35	22	194,6	1,24	5,61	1,50	36%	1,69	90	3,40	504,439,78	1,58	6,08	44,33	53,721,80
PARMA	11.423,00	31,60	2,36	57,61	77,51	3,73	0,74	71,57	16,50	55,46	5,52	22,2	159,8	1,17	5,61	2,01	37%	3,57	87,1	3,40	345,577,29	1,48	5,21	30,17	51,352,20
REGGIO EMILIA	12.308,70	45,50	1,88	53,11	75,18	3,03	0,76	74,99	16,50	43,87	7,07	23,6	173,3	1,22	5,61	2,11	42%	2,55	90,1	3,40	599,985,15	1,53	4,72	47,28	50,607,30



## **ANALISI DEL CONTESTO SOCIO-ECONOMICO DEL TERRITORIO MONTANO**

<b>1. La montagna reggiana a confronto con alcune montagne limitrofe: sintesi dei principali indicatori socio-economici .....</b>	<b>33</b>
1.1 Il contesto socio-demografico.....	33
1.2 Il contesto economico produttivo.....	40
1.3 Il contesto dell'accoglienza e del turismo.....	47
<b>2. Quali qualità per la montagna reggiana .....</b>	<b>53</b>
2.1 La stima del prodotto interno qualità (piq) per la provincia di reggio emilia e le sue declinazioni territoriali.....	53
2.2 Quali "qualità" per la montagna reggiana.....	56



## 1. LA MONTAGNA REGGIANA A CONFRONTO CON ALCUNE MONTAGNE LIMITROFE: SINTESI DEI PRINCIPALI INDICATORI SOCIO-ECONOMICI

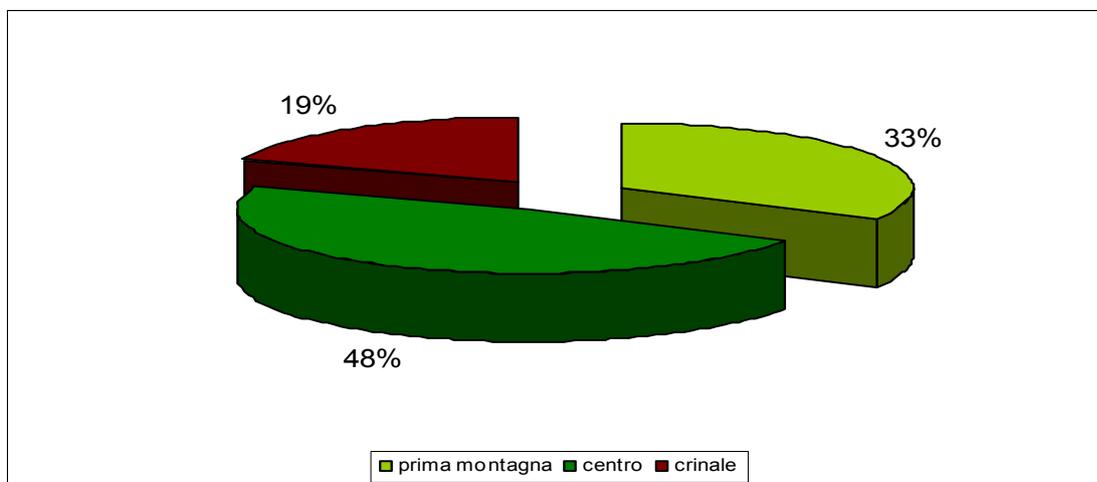
L'analisi del territorio montano è stata condotta con riferimento a tre sub-aree omogenee per conformità paesaggistica e tessuto economico-produttivo. In particolare l'analisi si riferisce a :

**La prima Montagna**, che raggruppa i comuni di Baiso, Canossa, Casina;  
**Il centro**, con Carpineti, Castelnuovo, Monti, Collagna, Ligonchio, Ramiseto, Toano e Vetto;  
**Il crinale**, che annovera Busana e Villa Minozzo.

### 1.1. Il contesto socio-demografico

Nel 2006 circa il 9% della popolazione provinciale (501.364 abitanti) risiede nell'area montana (44.549 abitanti). Analizzando la distribuzione tra le tre aree della Montagna (Fig.1) quel che subito si nota è una certa tendenza della zona centrale a concentrare la popolazione del territorio, con Castelnuovo che spicca per i suoi 10.548 abitanti (più di tutta la zona del crinale, che ne conta 8.652).

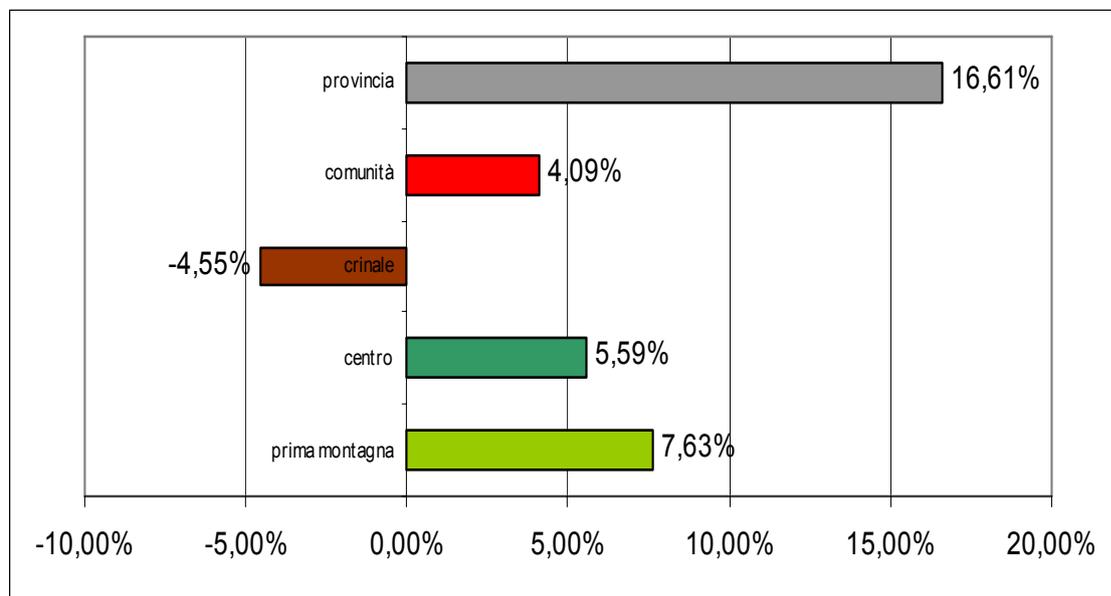
Fig.1 - Distribuzione percentuale della popolazione per aree territoriali della Comunità montana al 31.12.2006



Fonte: elaborazione PEGroup su dati della Provincia di Reggio Emilia

Molto interessanti risultano le analisi dei trend demografici nell'arco temporale nel periodo 1995-2006 (Fig.2). Seppure con tassi di variazione più contenuti di quello provinciale (+16,6%), l'area della Montagna risulta in crescita del +4,1%, grazie soprattutto al contributo dell'area limitrofa alla città della prima Montagna, che cresce del 7,6%, ma anche dell'area centrale (+5,6%); il crinale invece, subisce un processo di spopolamento pari a - 4,5%.

Fig.2 – Evoluzione demografica per aree territoriali della Comunità montana 1995-2006

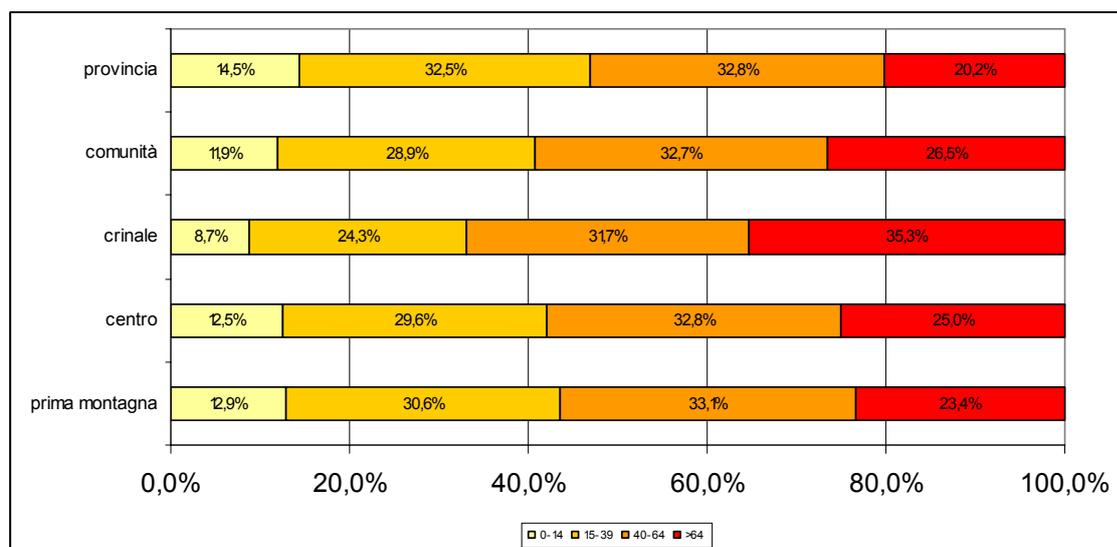


Fonte: elaborazione PEGroup su dati della Provincia di Reggio Emilia

Tale crescita risulta essere un fenomeno piuttosto peculiare e in controtendenza rispetto ad altre Comunità montane e parchi limitrofi. Mettendo a confronto trend demografici nel decennio 1996-2006 della stessa area con tre aree limitrofe - quali il Parco delle Cinque Terre, la Comunità montana della Garfagnana ed anche la Comunità montana di Parma - la Comunità Montana di Reggio Emilia spicca per essere l'unica che mostra dati positivi, dimostrando di avere le capacità per poter trattenere e attrarre nuovi abitanti, a testimonianza di un notevole potenziale di sviluppo.

Per quanto riguarda il profilo della popolazione (Fig. 3) dal punto di vista dell'età, non emergono particolari differenze rispetto al dato provinciale, relativamente alla fascia compresa tra i 15 e i 65 anni. L'incidenza della popolazione in terza età appare più spiccata nelle zone montane, e tra queste, particolarmente nel crinale, caratterizzato anche da un speculare sottodimensionamento di popolazione giovanissima, a testimonianza di difficoltà di ricambio generazionale.

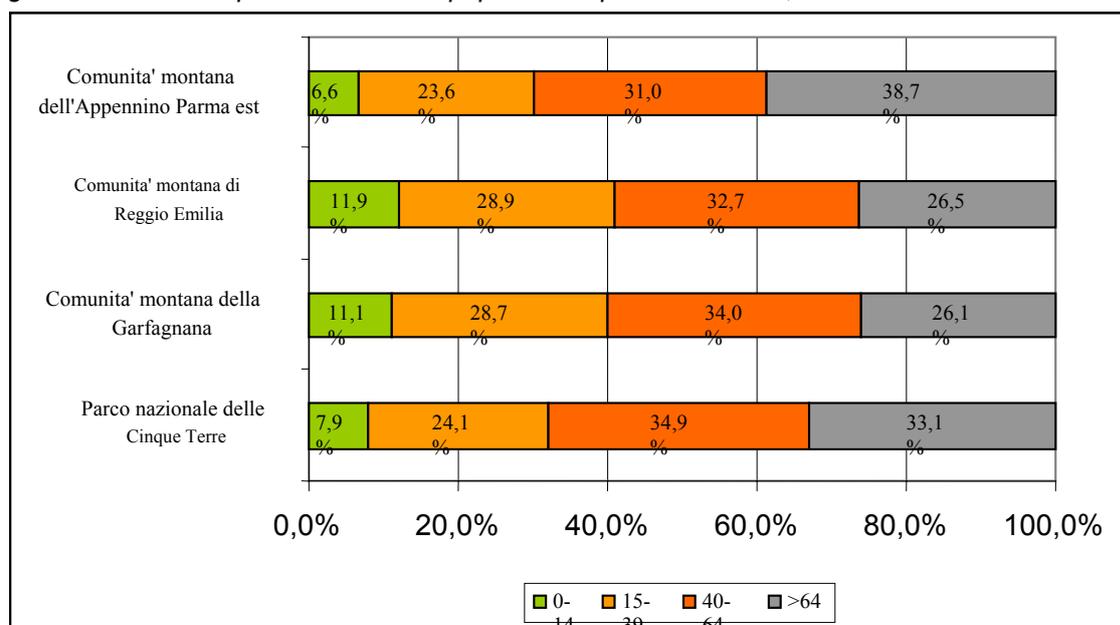
Fig.3 – La struttura demografica per età : distribuzione percentuale della popolazione per classi di età al 31.12.2006



Fonte: elaborazione PEGroup su dati del Censimento della Popolazione 2001

Ancora una volta però, il confronto con altre aree mette in evidenza la Comunità reggiana come tra le più dinamiche (Fig.4), dal momento che riporta una forte incidenza di giovani (quasi il doppio del dato della Comunità montana dell'Appennino di Parma est), e una minore incidenza di anziani rispetto ad altre aree (Comunità parmense e Parco Cinque Terre). Questo posizionamento relativo testimonia il fatto che la Comunità Reggiana abbia saputo fino ad oggi trattenere le fasce più giovani, offrendo opportunità di benessere, diversamente a quanto è potuto accadere in alcuni altri territori simili.

Fig.4 – Distribuzione percentuale della popolazione per classi di età, 01.01.2006

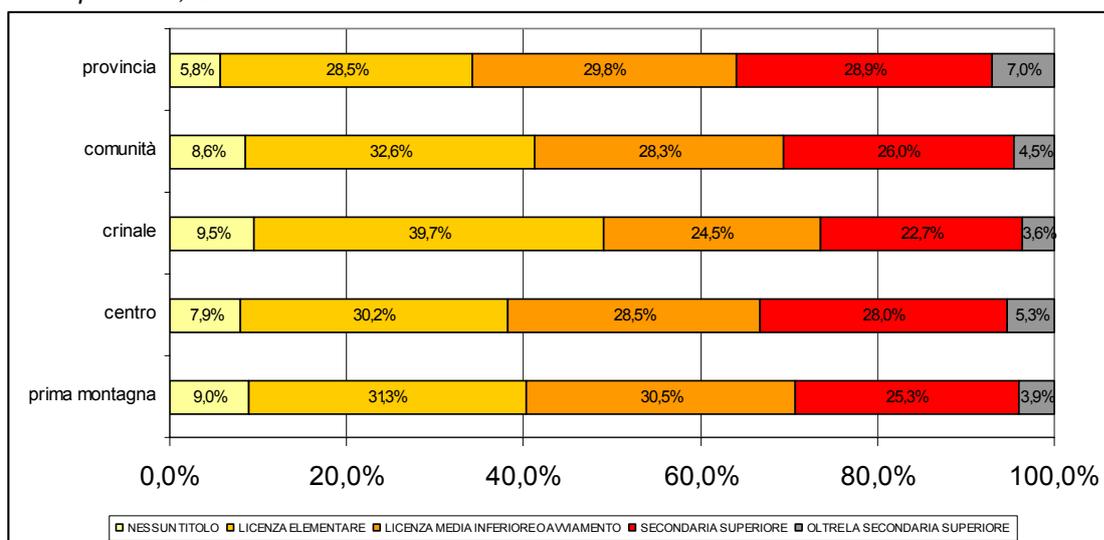


Fonte: elaborazione PEGroup su dati ISTAT, Provincia di Reggio Emilia

## Il livello di istruzione

L'analisi del livello di istruzione mette in evidenza degli squilibri per le classi estreme di titolo di studio (Fig.5). Rispetto alla media provinciale, infatti, nell'area montana risultano esserci una maggior incidenza di fasce basse di titolo di studio e specularmente una più contenuta incidenza di titoli universitari. La situazione più in linea con i dati provinciali risulta essere quella dell'area centrale, mentre il crinale appare occupare una posizione più arretrata.

Fig.5 – Il livello di istruzione : distribuzione percentuale della popolazione con età >14 anni per titolo di studio per area, 2001



Fonte: elaborazione PEGroup su dati del Censimento della Popolazione 2001

È evidente quindi che uno degli obiettivi da perseguire con maggiore urgenza sia quello di aumentare la capacità di formare e trattenere competenze che siano altamente qualificate, e possibilmente, specializzate sulle tematiche del territorio. La crescita del livello di istruzione, quindi, si deve legare con doppio filo alle nuove opportunità di occupazione, che involino tanto a rimanere nelle zone di origine, quanto ad impiegarsi nelle stesse, possibilmente contribuendo a rafforzare il processo di sviluppo economico attraverso l'apprezzamento della qualità della vita e quindi il rafforzamento del sentimento di appartenenza.

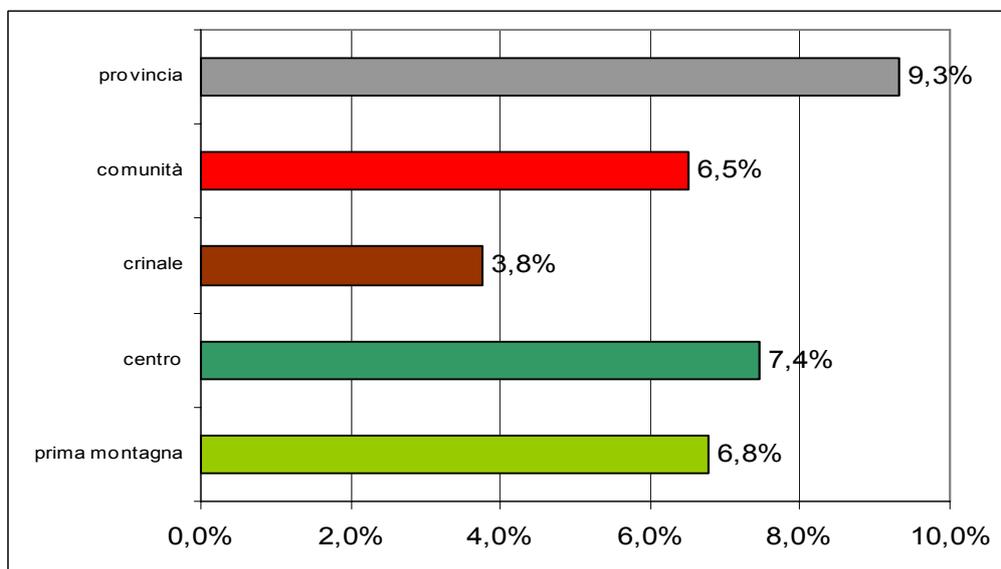
## L'immigrazione

Negli ultimi anni è interessante osservare come la Montagna abbia potuto conoscere un certo fenomeno di immigrazione straniera. Guardando ai dati di fine 2006 (Fig.6), la penetrazione della popolazione immigrati sui residenti della Comunità montana risulta pari al 6,5% rispetto al 9,3% della Provincia. Prima Montagna (7,4%) e l'area del centro (6,8) sono ovviamente i territori più attraenti, con particolare concentrazione del fenomeno in Castelnuovo Monti 8,3%, Canossa 8,2%, Toano 7,9 e Baiso 7,5%.

Le ragioni di tale fenomeno si possono ritrovare soprattutto nella contenuta distanza dall'area urbana e nel mercato immobiliare più conveniente. Ancora una volta riteniamo giochi un ruolo fondamentale anche la migliore qualità della vita che la Montagna sa offrire. Anche in questa ottica, quindi, occorrono politiche di rivalutazione e salvaguardia del territorio che permettano un

ulteriore salto in avanti, rimarcando le differenze rispetto con gli aspetti più negativi della vita nelle aree urbane.

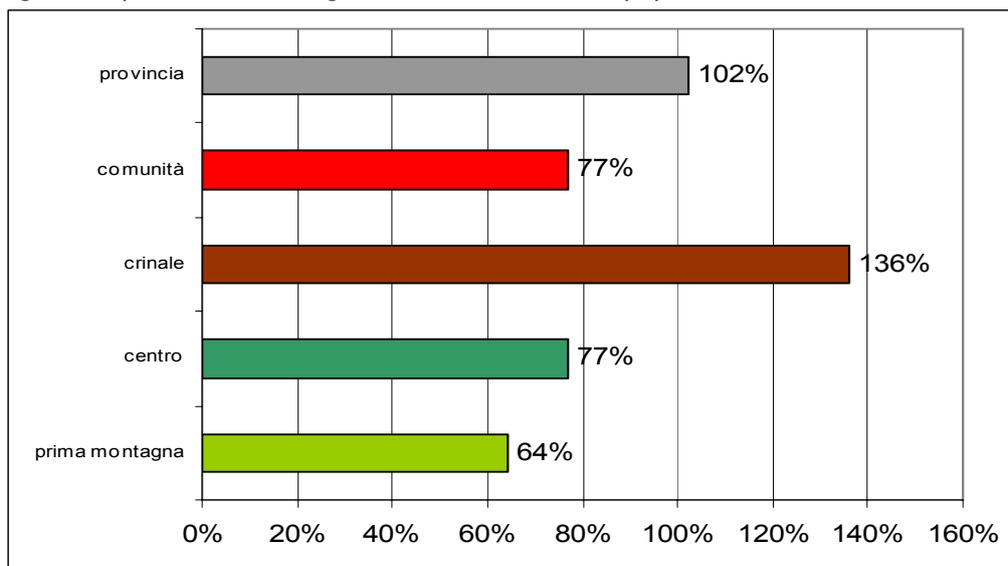
*Fig.6 – La presenza di immigrati : distribuzione percentuale della popolazione straniera per area, 31.12.2006*



Fonte: elaborazione PEGroup su dati della Provincia di Reggio Emilia

Guardando alla dinamica dei flussi di immigrazione, si nota che la Montagna ha suscitato negli ultimi anni una discreta attrazione nei confronti degli stranieri, mostrando una crescita tra il 2001 e il 2006 del 77%. La stessa area del crinale - seppur con la minor penetrazione - ha registrato una sorprendente crescita (+136%), dimostrando di disporre anch'essa di discrete qualità di richiamo.

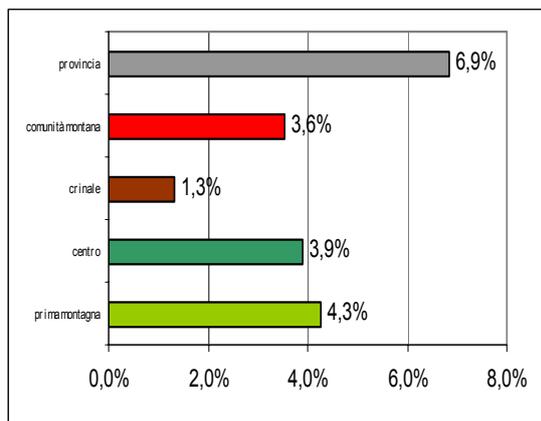
*Fig.7 – La presenza di immigrati : variazione % della popolazione straniera 2001-2006*



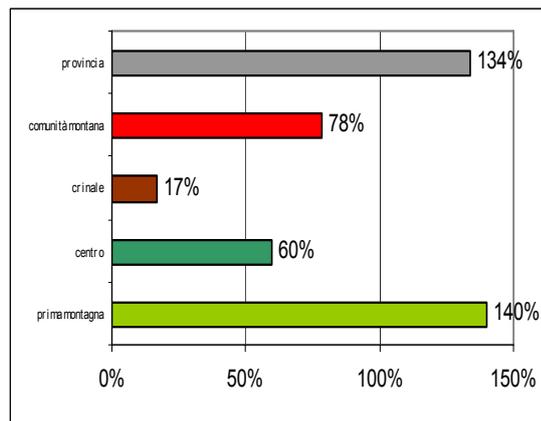
Fonte: elaborazione PEGroup su dati della Provincia di Reggio Emilia

Il contributo demografico dell'immigrazione ha stimolato un significativo aumento dell'imprenditorialità extracomunitaria, conferendo maggiore dinamismo economico alla zona (Figg.8 e 9). La più beneficiata da questo fenomeno è, come lecito aspettarsi, la prima Montagna, in cui si è registrato un discreto incremento di attività legate al piccolo commercio e all'artigianato.

*Fig.8 – Incidenza degli imprenditori stranieri sul totale, 2006*



*Fig.9 – Variazione percentuale degli imprenditori stranieri 2000- 2006*



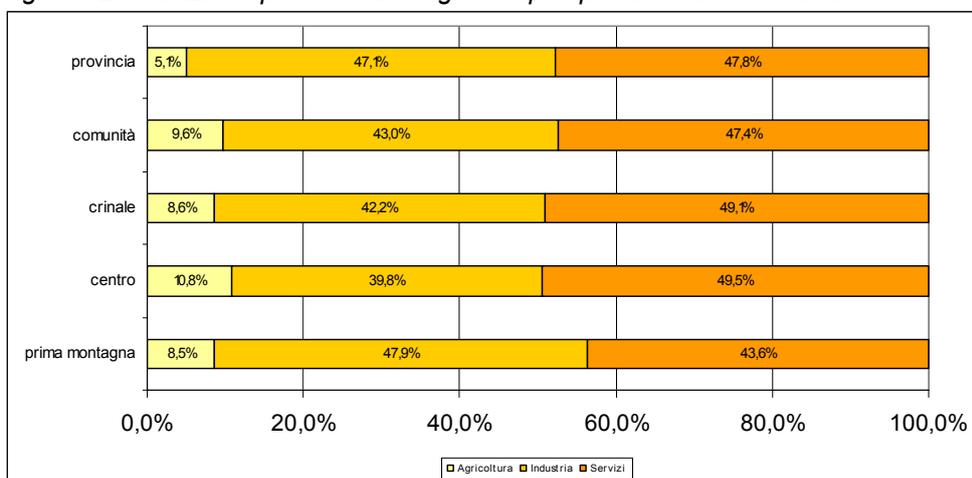
Fonte: elaborazione PEGroup su dati Infocamere, Camera di Commercio di Reggio Emilia

## L'occupazione

Per ciò che concerne l'occupazione, i dati di provincia e Comunità montana sulla distribuzione percentuale degli occupati per settore di attività risultano allineati rispetto ai servizi, mentre non sorprende notare come si confermi

rilevante, per la Montagna, il comparto agro-alimentare, soprattutto nell'area di produzione del Parmigiano Reggiano. Tutta la zona è infatti ricca di un ingente patrimonio di know how, che deve continuare ad essere parte integrante della cultura del luogo, facendo sì che anche altre attività, quali ad esempio quella della coltivazione del sughero, accrescano la loro rinomanza a livello nazionale. Centro e crinale, inoltre, si caratterizzano per un alto livello di popolazione impegnata nel terziario, sintomo di come il turismo sia una componente fondamentale dell'economia di queste zone, offrendo lavoro a quasi la metà della popolazione locale. La prima Montagna è invece quella che offre il livello più significativo di occupati nell'industria, traendo giovamento dalla vicinanza geografica alla pianura.

Fig.10 - Distribuzione percentuale degli occupati per attività economica



Fonte: elaborazione PEGroup su dati del Censimento della popolazione, 2001

## 1.2. Il contesto economico produttivo

### La densità imprenditoriale

Il tessuto economico-produttivo della Comunità montana accoglie un notevole numero di imprese, mostrando una densità imprenditoriale più alta di quella della media provinciale (12.5% vs. 10,5%) (Fig.12). Guardando alla dislocazione per area (Fig.11), delle 5588 imprese presenti sulla Montagna, quasi la metà (2.655) si concentrano nella zona centrale, mentre ne spettano 1.904 alla prima Montagna e 1.029 al crinale.

Fig.11 – Distribuzione delle imprese per area - 2006

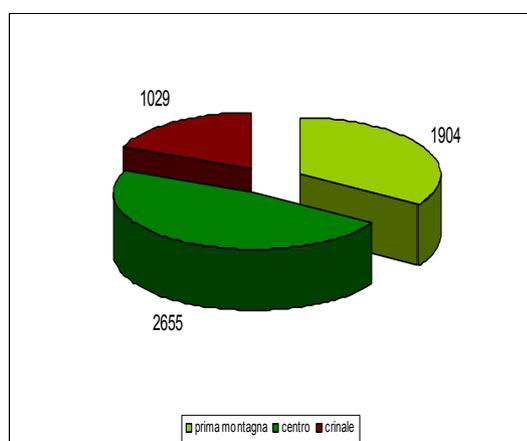
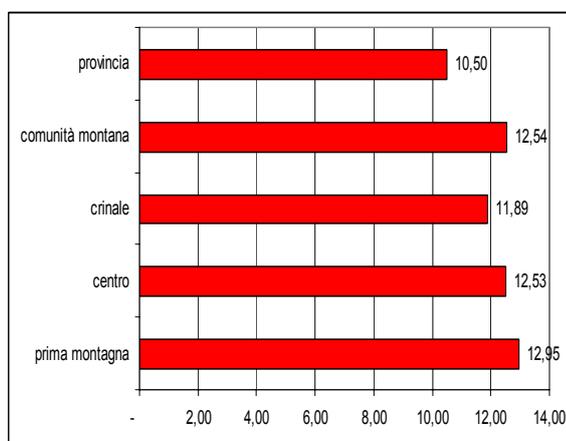


Fig.12 – Densità delle imprese: imprese per 100 abitanti - 2006



Fonte: elaborazione PEGroup su dati Infocamere, Camera di Commercio di Reggio Emilia

### Il tasso di natalità e mortalità

Dal punto di vista dinamico, il tasso di natalità delle imprese tra il 2000 e il 2006 mostra un trend interessante: a livello aggregato, infatti, la Comunità fa registrare in incremento di quasi 50%. Anche l'andamento nei singoli anni segue tale dinamica, o perlomeno lo fa nelle aree del centro e della prima Montagna, mentre il crinale dimostra di essere l'area a maggior sofferenza.

Fig.13 – Tasso di natalità 2000-2006 (num. di imprese extra-agricole iscritte alla CCIAA dal 2000 al 2006 ogni 100 esistenti al 2000)

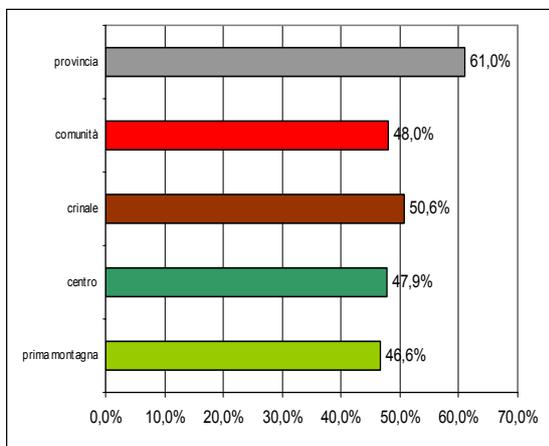
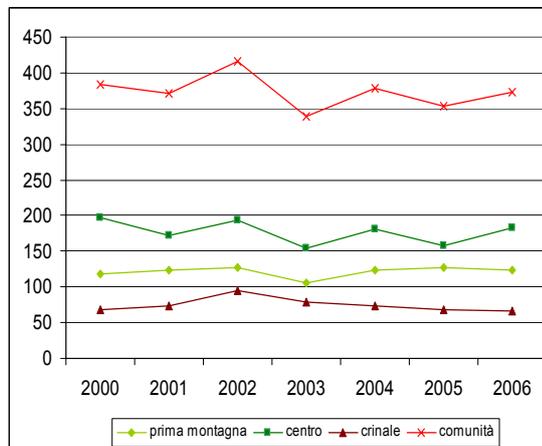


Fig.14 – La vitalità imprenditoriale : andamento delle nuove imprese nel periodo 2000-2006

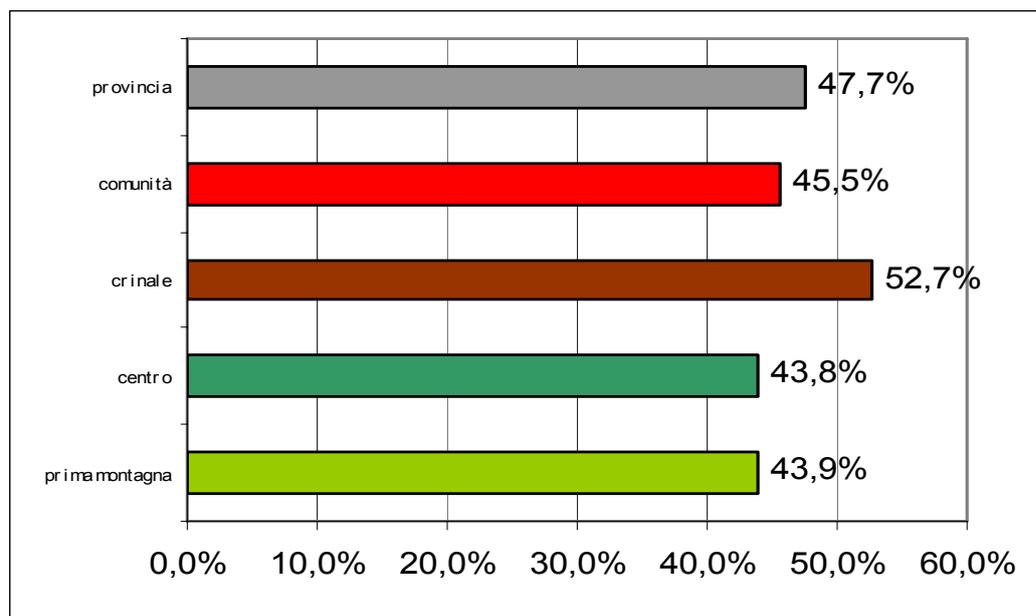


Fonte:

elaborazione PEGroup su dati Infocamere

La conferma arriva anche dalla lettura del tasso di mortalità complessivo delle aziende della Comunità tra il 2000 e il 2006. Il valore di quest'ultima, infatti, è di poco inferiore alle medie provinciali (45,5% contro un 47,7%), ma tale somiglianza nasconde una situazione di grande difficoltà del crinale, che si trova a dover affrontare un problema dal punto di vista della sopravvivenza delle proprie imprese, con particolare riguardo alle nuove nate.

Fig.15 – Tasso di mortalità 2000-2006 (num.di imprese extra-agricole cancellate dal registro della CCIAA dal 2000 al 2006 ogni 100 esistenti al 2000)



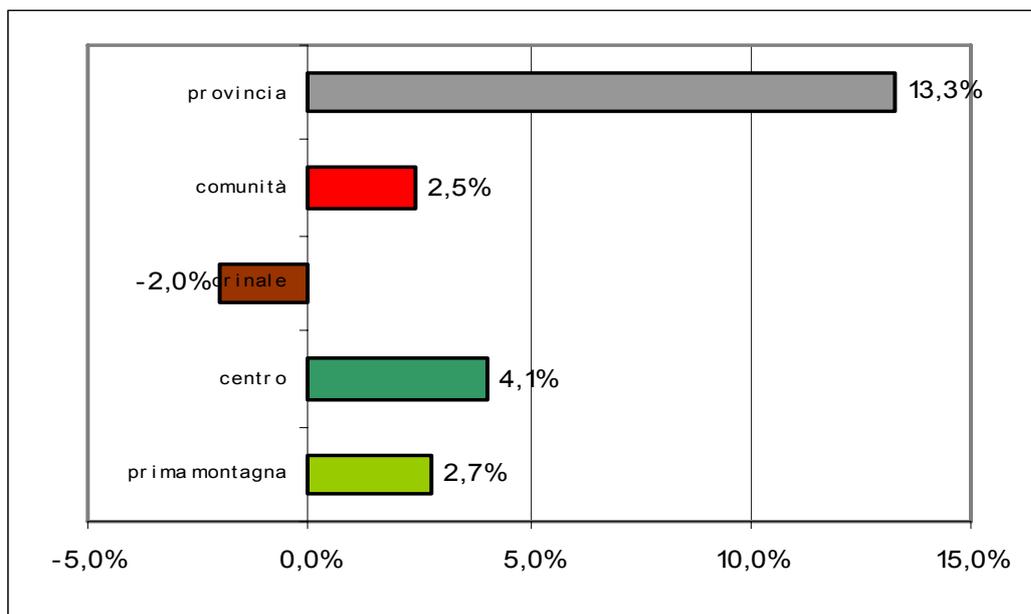
Fonte: elaborazione PEGroup su dati Infocamere

La differenza stessa tra i tassi di natalità e mortalità esplicita tali difficoltà del territorio montano di creare impresa stabile e continuativa nel tempo. Le ragioni individuabili sono principalmente due:

- la migrazione dei cervelli montani, che preferiscono andare a lavorare fuori dal territorio;
- le difficoltà relative agli alti costi di impianto e alla scarsa accessibilità.

Tali scogli concorrono alla formazione dei rispettivi valori del saldo (Fig.16), laddove ad un valore positivo della provincia del 13,3% (calcolato tra il 2000 e il 2006), rispondono rispettivamente il centro e la prima Montagna con il 4,5% e col 2,7%, mentre risulta staccato il crinale, con un valore negativo del 2%.

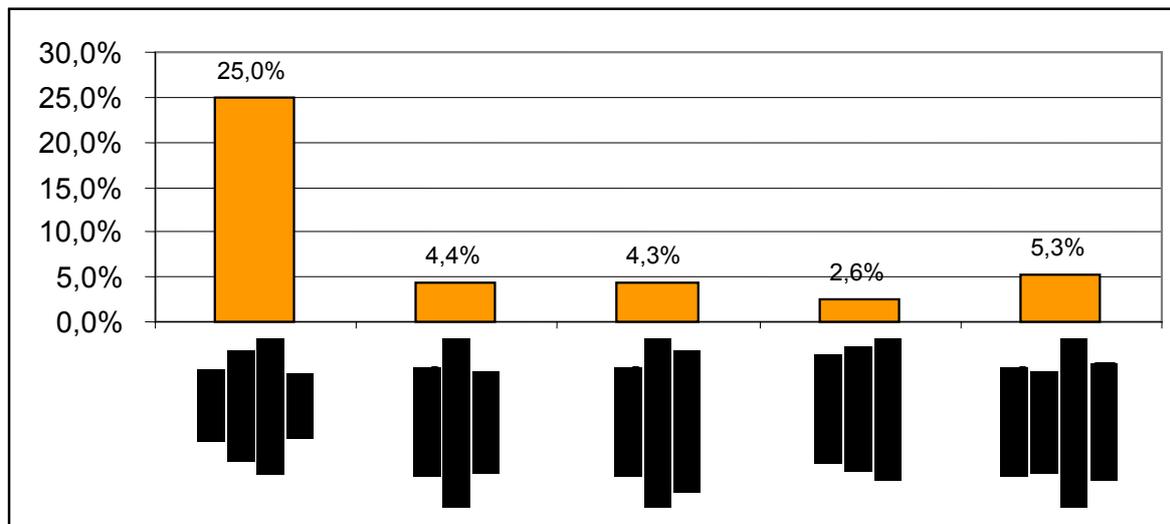
Fig.16 – Tasso di evoluzione delle imprese 2000-2006 (differenza fra il tasso di natalità ed il tasso di mortalità)



Fonte: elaborazione PEGroup su dati Infocamere

Attraverso la comparazione con le altre Comunità montane limitrofe, emerge chiaramente come i problemi di crescita delle imprese colpiscano la Comunità montana emiliana con particolare intensità, risultando quest'ultima fanalino di coda per quel che riguarda la variazione percentuale delle imprese registrate tra il 2000 e il 2006. Se da una parte il valore di 25% del Parco Nazionale delle Cinque Terre rappresenta un'eccellenza che merita un discorso a parte, il 2,5% fatto registrare dall'Appennino reggiano è tutt'altro che confortante, anche in relazione alle restanti Comunità analizzate, tutte oltre il 4%. L'analisi attenta del modello Cinque Terre, promuovendo magari dei progetti di collaborazione con le imprese operanti nelle zone limitrofe per l'arricchimento di tutta la zona (intesa come area vasta), può essere un viatico per aumentare la consapevolezza delle proprie possibilità, contribuendo alla scoperta e all'utilizzo delle potenzialità sopite.

Fig.17 - Variazione percentuale delle imprese registrate, 2000-2006

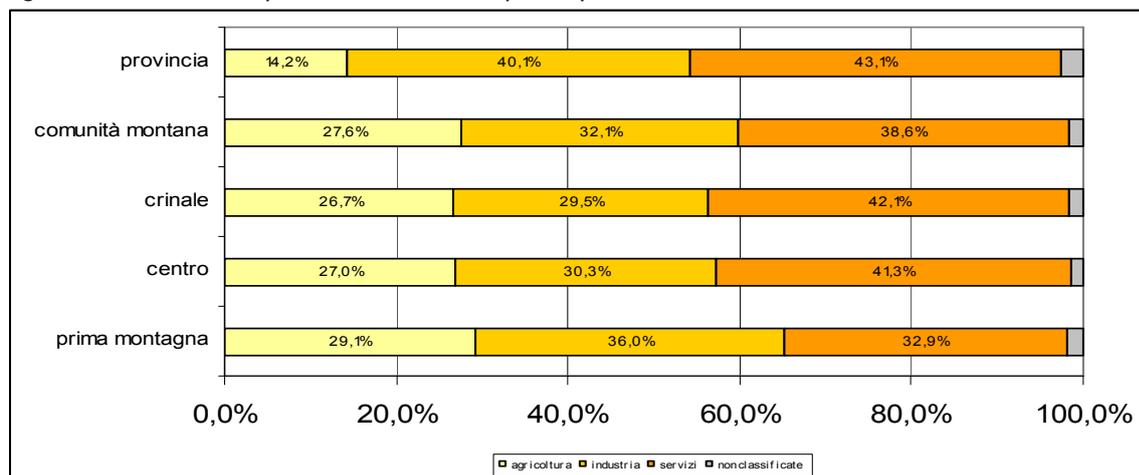


Fonte elaborazione PEGroup su dati Infocamere, Camera di Commercio di Reggio Emilia

### Le attività economiche

La focalizzazione dei rami di attività economica permette di confermare ancora una volta l'importanza del comparto agro-industriale per tutta la Comunità con un peso specifico ben più alto rispetto alla provincia (Fig.18). Tutti e tre i comprensori, infatti, mettono in campo più del 27% di imprese agricole sul totale rispetto ad un valore provinciale del 14%.

Fig.18 – Distribuzione percentuale delle imprese per attività economica, 2006



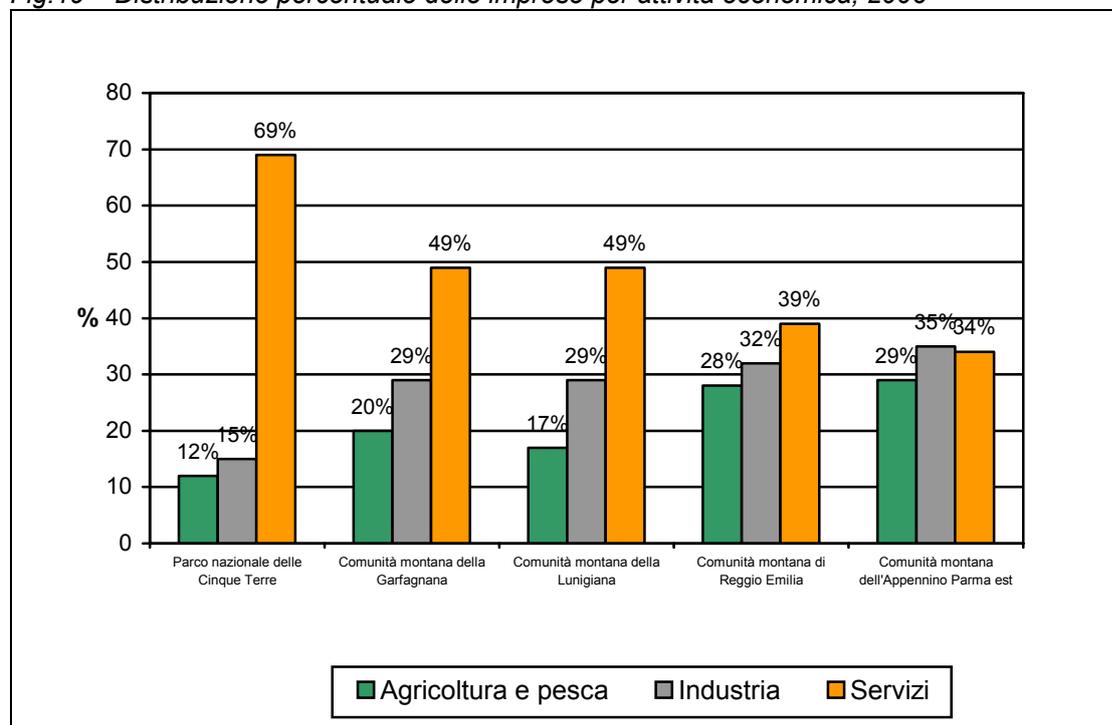
Fonte: elaborazione PEGroup su dati della Provincia di Reggio Emilia

A livelli più bassi è ovviamente l'industria (relativamente più sviluppata nella prima Montagna grazie al settore manifatturiero), mentre il dato sui servizi non fa registrare particolari divergenze. A tale proposito occorre dire però che, mentre la zona centrale ospita un terziario moderno con diverse punte di eccellenza (soprattutto in ambito sanitario), il crinale rimane attaccato ad una attività economica fatta di turismo (specialmente invernale) e di accoglienza del piccolo commercio.

Questa distribuzione delle imprese tra i diversi settori di attività economica, fa dell'Appennino reggiano una delle comunità più avanzate rispetto alle montagne limitrofe, avendo una percentuale di imprese operanti nel settore manifatturiero e agro-alimentare tra le più alte.

Sempre dall'analisi comparativa (Fig.19) emerge la primazia del Parco Nazionale delle Cinque Terre per quanto concerne i servizi, qui estremamente sviluppati a ragione della grande incidenza del comparto legato all'ospitalità e all'accoglienza.

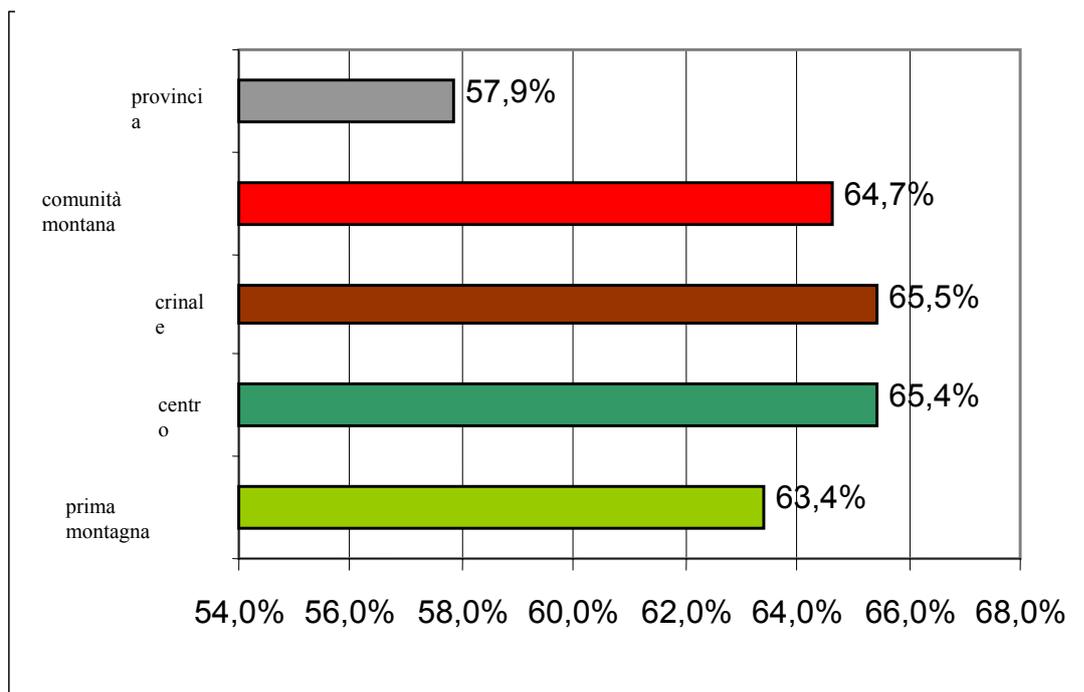
Fig.19 – Distribuzione percentuale delle imprese per attività economica, 2006



Fonte: elaborazione PEGroup su dati Infocamere, Camera di Commercio di ReggioEmilia

Una particolare attenzione la merita infine il peso che il comparto edile ha nella Comunità montana. La sua incidenza sul settore industriale, del 64,7%, risulta estremamente superiore rispetto a quello della provincia (57,9%), con riguardo tanto alla zona del centro quanto a quella del crinale. In tale ottica proprio la valorizzazione, il rinnovo e la riqualificazione di tale patrimonio di imprese, in un ambito di innovazione tecnologica, bioarchitettura e di sviluppo sostenibile, può rappresentare un percorso progettuale molto interessante, in grado di connotare ulteriormente l'identità della Montagna stessa.

Fig.20 - Incidenza delle imprese operanti nelle costruzioni sul settore industriale 2006



Fonte: elaborazione PEGroup su dati Infocamere, Camera di Commercio di ReggioEmilia

### 1.3. Il contesto dell'accoglienza e del turismo

Nel 2006 la Montagna reggiana ha attratto più di 40.000 turisti (circa il 14% degli arrivi totali provinciali) e ha registrato quasi 200.000 presenze (più del 20% delle presenze totali della Provincia), che si sono prevalentemente concentrate nell'area del Parco Nazionale. Il turismo della Montagna, pur essendo ancora poco "internazionalizzato", ha un peso rilevante sui flussi provinciali, soprattutto in rapporto alla popolazione residente. Questi dati inoltre sono fortemente sottostimati poiché non tengono conto del fenomeno delle seconde case, che pesano fortemente sulle presenze complessive del territorio.

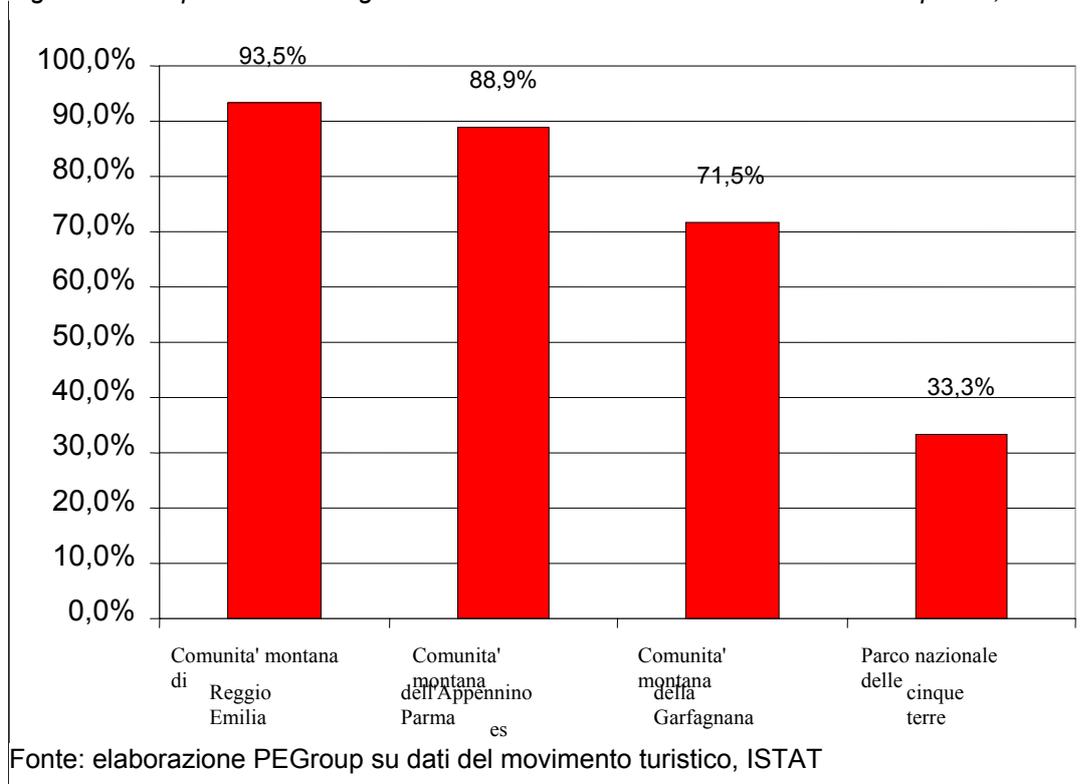
Fig.21 Arrivi e presenze italiane e straniere nel 2006

COMUNI	ITALIANI		STRANIERI		TOTALE	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
BAISO	178	1.170	17	102	195	1.272
BUSANA	11.205	67.530	640	1.883	11.845	69.413
CANOSSA	1.306	3.738	197	746	1.503	4.482
CARPINETI	2.140	9.045	215	856	2.355	9.901
CASINA	713	4.220	167	1.296	880	5.516
CASTELNOVO MONTI	4.934	17.778	624	2.081	5.558	19.859
COLLAGNA	4.697	23.338	215	2.068	4.912	25.406
LIGONCHIO	2.817	6.958	226	786	3.043	7.744
RAMISETO	4.306	21.171	22	71	4.328	21.242
TOANO	766	4.003	178	1.056	944	5.059
VETTO	268	1.931	22	73	290	2.004
VIANO	343	1.690	45	939	388	2.629
VILLA MINOZZO	4.237	20.290	60	2.418	4.297	22.708
<b>TOTALE COMUNITA' MONTANA</b>	<b>37.910</b>	<b>182.860</b>	<b>2.628</b>	<b>14.375</b>	<b>40.538</b>	<b>197.235</b>
<i>di cui Comuni del Crinale</i>	<b>27.262</b>	<b>139.287</b>	<b>1.163</b>	<b>7.226</b>	<b>28.425</b>	<b>146.513</b>
<b>TOTALE PROVINCIA</b>	<b>233.738</b>	<b>742.095</b>	<b>72.139</b>	<b>227.197</b>	<b>305.877</b>	<b>969.292</b>

Fonte: elaborazione PEGroup su dati del movimento turistico

Il grado di internazionalizzazione dei flussi turistici risulta praticamente nullo, dal momento che il 94% dei turisti della Montagna reggiana sono italiani.

Fig.22 – Peso percentuale degli arrivi italiani in diverse Comunità montane e parchi, 2006



• I dati della Comunità di Parma est sono relativi al 2005

Tale dato deve far riflettere in direzione di uno sviluppo di iniziative di marketing, che superino anche i confini nazionali, e che siano capaci di portare la Montagna reggiana alla conoscenza di un bacino dei turisti stranieri sempre più vasto, soprattutto in ambito naturalistico ed ambientale. La tendenza di attrarre flussi prettamente domestici sembra essere specifica della Comunità Montana di Reggio in quanto al confronto con alcune comunità montane limitrofe, la Montagna reggiana presenta la più bassa penetrazione di turisti stranieri. In particolare il Parco Nazionale delle Cinque Terre fa registrare un elevato livello di internazionalizzazione con quasi il 67% di stranieri sui flussi totali.

L'analisi delle tipologie ricettive mette in evidenza la sempre maggiore rilevanza delle strutture extra-alberghiere rispetto a quelle alberghiere: i visitatori della Montagna, a differenza di quelli della città, dove prevalgono le motivazioni legate agli affari, sono sempre meno attratti dall'offerta alberghiera tradizionale e sempre più interessati a soggiornare o nei campeggi (basti pensare a Cervarezza) o in strutture alternative più rispondenti ad una vacanza che si associ all'idea di benessere, di tempo libero, buona cucina e qualità della vita (da qui il successo degli agriturismi, dei B&B, degli alberghi diffusi, ecc.).

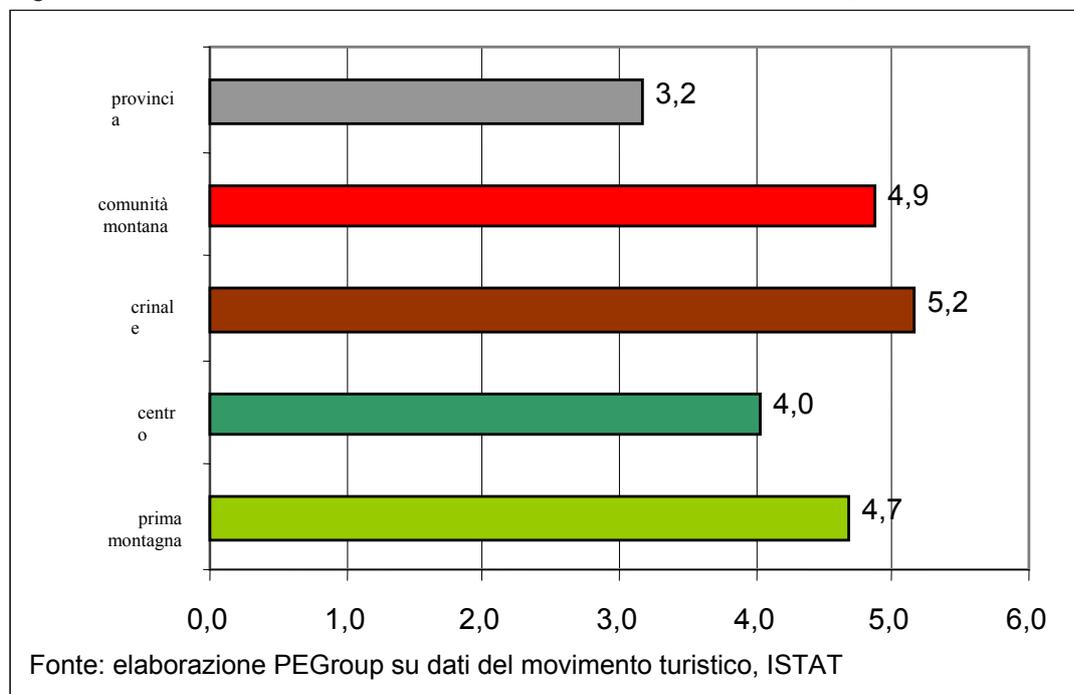
Fig.23 Arrivi e presenze alberghiere ed extra-alberghiere nel 2006

COMUNI	ALBERGHIERE		EXTRA ALBERGHIERE		TOTALE	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
BAISO	195	1.272	0	0	195	1.272
BUSANA	3.993	17.600	7.852	51.813	11.845	69.413
CANOSSA	0	0	1.503	4.482	1.503	4.482
CARPINETI	1.874	8.976	481	925	2.355	9.901
CASINA	386	3.816	494	1.700	880	5.516
CASTELNOVO NE' MONTI	4.809	17.241	749	2.618	5.558	19.859
COLLAGNA	4.627	20.015	285	5.391	4.912	25.406
LIGONCHIO	775	3.380	2.268	4.364	3.043	7.744
RAMISETO	251	1.636	4.077	19.606	4.328	21.242
TOANO	794	3.685	150	1.374	944	5.059
VETTO	290	2.004	0	0	290	2.004
VIANO	0	0	388	2.629	388	2.629
VILLA MINOZZO	949	6.995	3.348	15.713	4.297	22.708
<b>TOTALE COMUNITA' MONTANA</b>	<b>18.943</b>	<b>86.620</b>	<b>21.595</b>	<b>110.615</b>	<b>40.538</b>	<b>197.235</b>
<b>DI CUI COMUNI DEL CRINALE</b>	<b>10.595</b>	<b>49.626</b>	<b>17.830</b>	<b>96.887</b>	<b>28.425</b>	<b>146.513</b>
<b>TOTALE PROVINCIA</b>	<b>265.336</b>	<b>810.952</b>	<b>40.541</b>	<b>158.340</b>	<b>305.877</b>	<b>969.292</b>
<b>% COMUNITA' MONTANA SU TOTALE PROVINCIA</b>	<b>16,2</b>	<b>24,6</b>	<b>3,6</b>	<b>6,3</b>	<b>13,3</b>	<b>20,3</b>

Fonte: elaborazione PEGroup su dati del movimento turistico

Altro elemento significativo, che permette di comprendere l'importanza della Montagna nel territorio, è il dato sulla permanenza media (Fig.24). Oltre ad essere un "generatore di arrivi", infatti, la Comunità si distingue rispetto alla provincia anche per quel che concerne le presenze (intese come numero di notti trascorse nelle relative strutture di accoglienza).

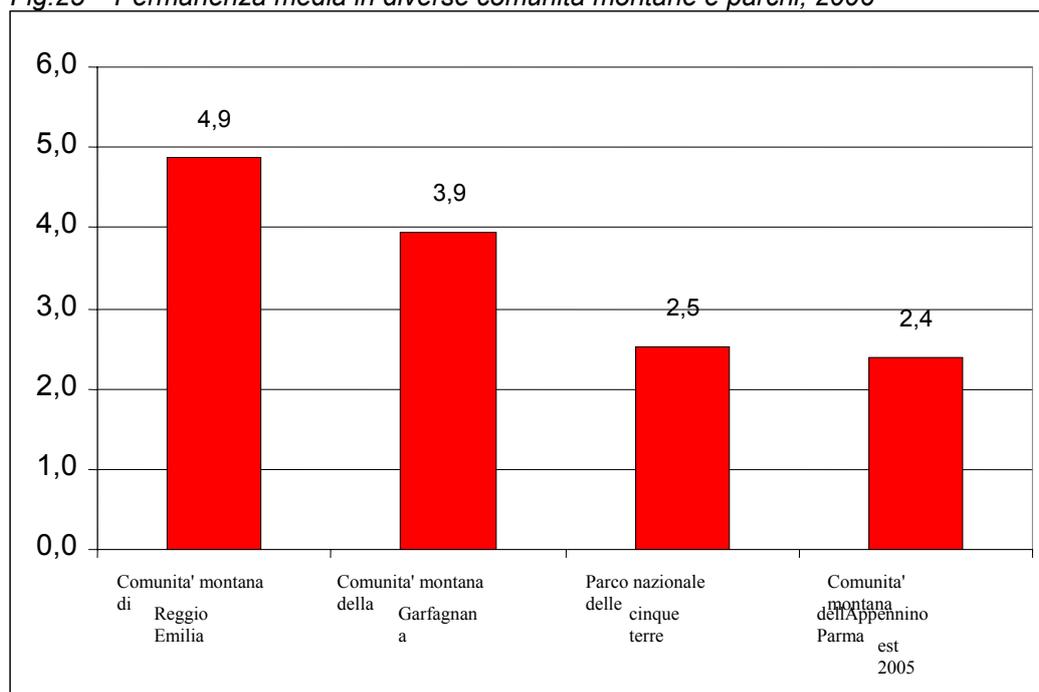
Fig.24 – Permanenza media dei turisti: numero medio di notti trascorse, 2006



Potremo dire, in sostanza, che se i turisti si fermano mediamente per tre notti nelle zone di provincia, in Montagna lo fanno per cinque notti, evidenziando inoltre una spiccata preferenza per il crinale, che fa così pesare le sue bellezze naturali e la possibilità di evasione. Fattori di tale fenomeno positivo sono senza dubbio sia le strutture di accoglienza stagionali, su cui si è puntato fino ad oggi, sia quelle complementari, con particolare attenzione ai campeggi, recentemente oggetto di discreti investimenti con ottimi risultati.

L'aspetto appena analizzato assume ancora maggior rilievo se lo si compara con la permanenza media delle aree limitrofe, che risulta essere di quattro notti per la Garfagnana e due notti e mezzo per le Cinque Terre e l'Appennino di Parma (Fig.25).

Fig.25 – Permanenza media in diverse comunità montane e parchi, 2006\*

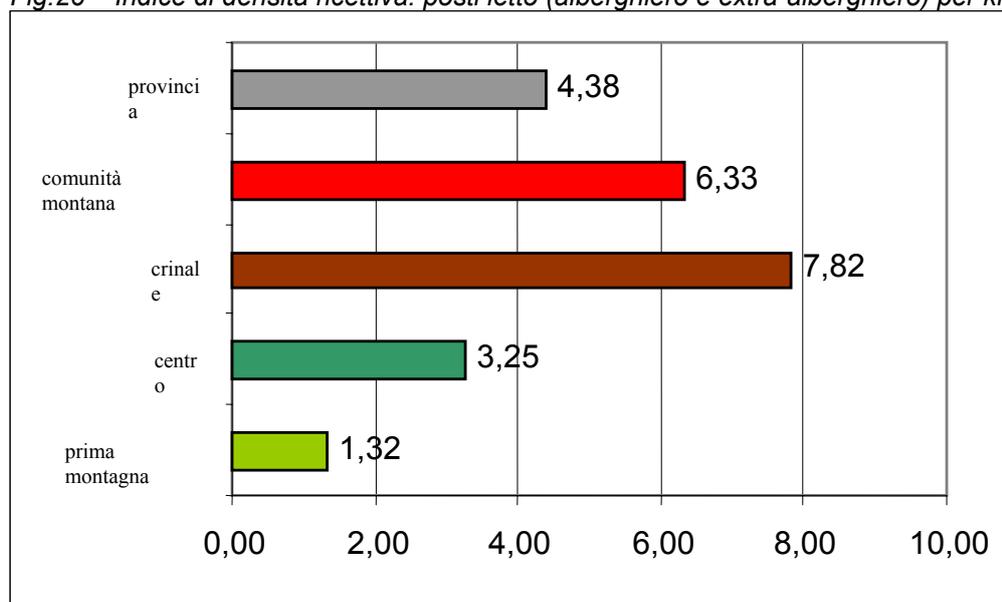


• I dati della Comunità di Parma est sono relativi al 2005

Fonte: elaborazione PEGroup su dati del movimento turistico, ISTAT

Osservando l'indice di densità ricettiva della Comunità, calcolata come il rapporto dei posti letto per chilometro quadrato (Fig.26). si nota che il valore di 6,33, seppur ben più alto dei 4,38 della provincia, nasconde però alcune problematiche che variano a seconda del comprensorio analizzato. il crinale, per esempio, pur non manifestando alcun problema quantitativo di offerta, deve affrontare problemi relativi alla tipologia di ricettività, non sempre all'altezza. Da parte loro, il centro e la prima Montagna, il cui turismo culturale è legato all'area matildica, hanno nella mancanza di strutture ricettive, un freno allo sviluppo.

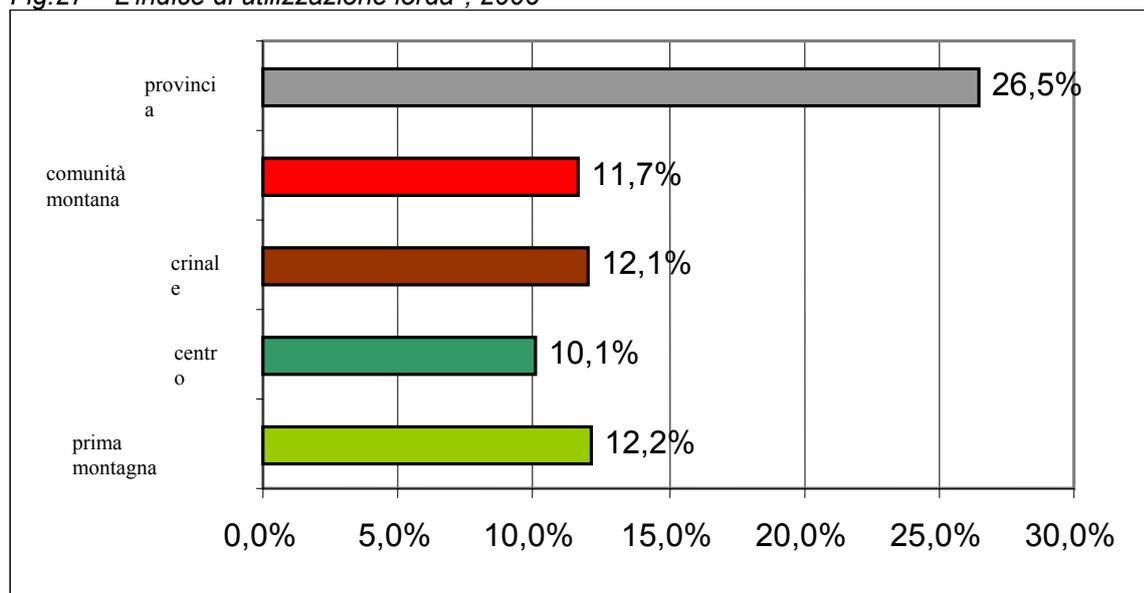
Fig.26 – Indice di densità ricettiva: posti letto (alberghiero e extra-alberghiero) per kmq, 2006



Fonte: elaborazione PEGroup su dati del movimento turistico

Le suddette strutture, inoltre, soffrono di una non piena valorizzazione, rimanendo spesso sotto utilizzate, come emerge chiaramente dall'analisi dell'indice di utilizzazione lorda relativo all'anno 2006 (Fig.27). Se nella provincia tale indice si aggira su valori del 26%, le varie zone della Comunità non vanno oltre il 12%. Chiaramente, per il crinale, questo è dovuto alla forte stagionalità dell'offerta, il che suggerisce come siano necessari degli investimenti che permettano una efficace differenziazione della stessa, mentre per il centro e la Montagna, gli scarsi risultati dipendono in larga misura da una difficoltà nell'organizzazione e nell'attrazione dei flussi.

Fig.27 – L'indice di utilizzazione lorda\*, 2006



Fonte: elaborazione PEGroup su dati del movimento turistico, ISTAT

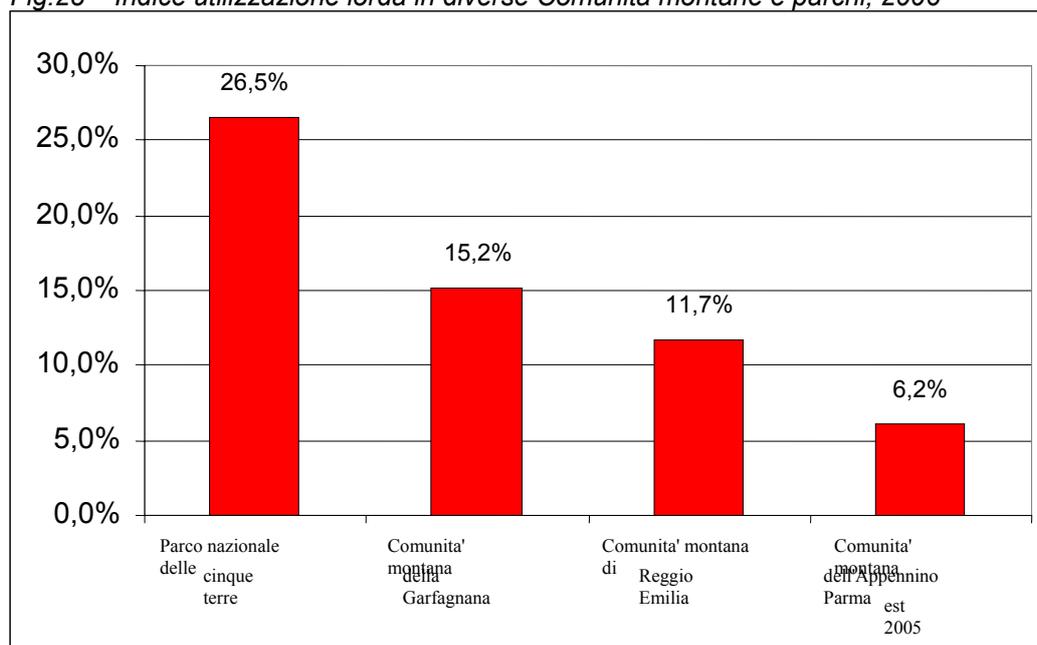
Il problema della stagionalità, però, non affligge solo la Montagna emiliana, essendo anzi una problematica ricorrente di tutte le zone limitrofe, ad eccezione delle Cinque Terre, che

sembrano essere uscite da una tale logica grazie tanto alla loro rinomanza, quanto agli investimenti in strutture.

Per misurare la capacità di sostenere i flussi turistici da parte delle aree interessate si è ricorso all'analisi dell'indice di utilizzazione ricettiva, calcolato come il rapporto tra le presenze dell'anno nei relativi esercizi ricettivi della zona ed il prodotto tra la popolazione residente nella stessa e i giorni di periodo analizzato (365).

I valori così trovati, invero relativamente bassi, evidenziano come non esista, per la Montagna reggiana, un problema di eccessiva concentrazione di turisti, o di danno all'ambiente e alla sostenibilità sociale, che invece sono temi di grande attualità per quanto riguarda le Cinque Terre.

Fig.28 – Indice utilizzazione lorda in diverse Comunità montane e parchi, 2006\*



\* I dati della comunità di Parma est sono relativi al 2005

Fonte: elaborazione PEGroup su dati Infocamere, Camera di Commercio di Reggio Emilia

## 2. QUALI QUALITA' PER LA MONTAGNA REGGIANA

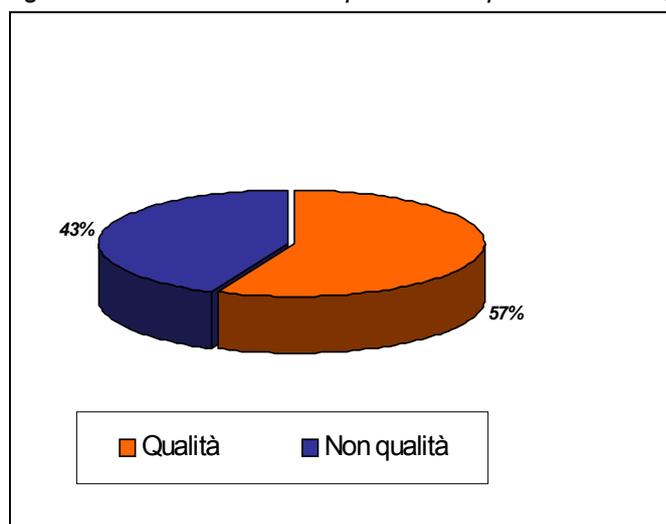
### 2.1. La stima del Prodotto Interno Qualità (PIQ) per la provincia di Reggio Emilia e le sue declinazioni territoriali

Nell'ambito dell'elaborazione del PTCP è stata condotta un'analisi finalizzata a misurare la quota di qualità delle proprie produzioni<sup>21</sup>. L'analisi si ispira all'approccio di Symbola – Fondazione per le Qualità italiane, che ha elaborato uno strumento, denominato PIQ, volto a misurare quanta parte dell'economia italiana possa essere considerata di qualità. Si tratta di uno strumento fortemente connesso al PIL, ma che consente di valutare aspetti tipici della qualità del Made in Italy, come l'innovazione, il legame con il territorio, le competenze, le conoscenze, ecc.

I principali risultati del lavoro possono essere così sintetizzati:

1. La parte del PIL reggiano che può essere considerata di buona qualità è pari al 56,70% del PIL. In termini assoluti la Qualità reggiana vale 7.373 milioni di euro su un PIL provinciale di 13.002 milioni. In termini di quota, la Qualità provinciale rappresenta l'1,30% della Qualità prodotta in Italia, mentre il PIL provinciale è pari all'1,02% del rispettivo dato nazionale

Fig. 29 - Le dimensioni della qualità nella provincia di Reggio Emilia



Fonte: Elaborazioni PEGroup

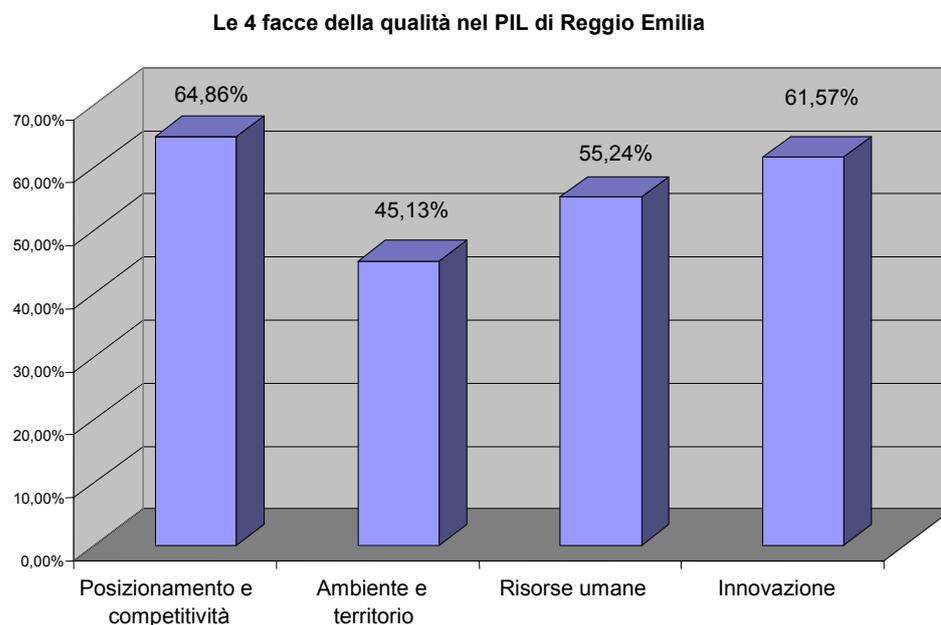
Il valore è nettamente superiore alla media nazionale (pari, secondo le misurazioni effettuate da Symbola, al 44,3%): oltre dodici punti in più. Ciò sottolinea la notevole capacità delle imprese e del territorio di rispondere ad una domanda più esigente, con una competenza delle risorse umane superiore alla media.

2. Rispetto alle diverse accezioni di qualità, i maggiori ambiti di qualificazione del sistema reggiano sono la forza e la dinamicità del sistema manifatturiero e la propensione

<sup>21</sup> Cfr. La qualità dei sistemi di produzione della provincia di Reggio Emilia: i risultati, PEGroup per l'Amministrazione Provinciale di Reggio Emilia, maggio 2008

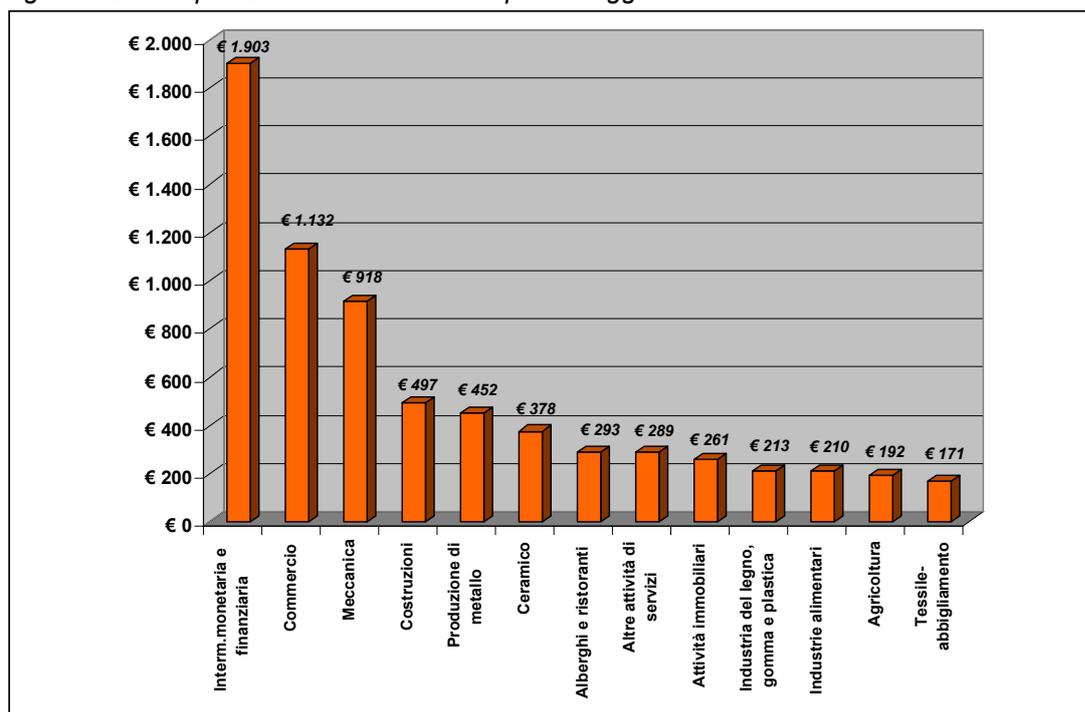
all'innovazione, mentre gli ambiti di maggior debolezza del territorio riguardano invece l'ambiente e il territorio e il le risorse umane.

Fig.30 - L'orientamento alla qualità del sistema reggiano



**3.** In termini settoriali il maggior contributo alla qualità provinciale è dato dall'intermediazione monetaria e finanziaria, settore le cui dimensioni (circa 2.000 mln di €) e l'ottima percentuale di qualità spingono a fornire il 25,8% della qualità provinciale. Seguono il commercio, la meccanica e le costruzioni. Molta della qualità reggiana passa, come si vede, da settori che non sono strettamente identificabili con le vocazioni del territorio ma che rimangono strategici per una politica complessiva di valorizzazione della qualità.

Fig.31 - La composizione settoriale della qualità reggiana



Partendo dal lavoro condotto a livello provinciale, i cui risultati non possono essere sottovalutati alla luce di una politica di qualificazione complessiva del territorio reggiano, questo capitolo si pone tre obiettivi strategici:

- ricostruire le vocazioni produttive e di servizio delle diverse aree nelle quali si articola il territorio della Montagna. Dal punto di vista metodologico l'analisi delle vocazioni è stata effettuata a partire da un'analisi dettagliata delle specializzazioni produttive esistenti a livello comunale;
- verificare in termini qualitativi come si distribuisce la qualità nelle diverse aree del territorio montano. Vista l'impossibilità di calcolare a livello micro territoriale il valore della qualità, analogamente a quanto è stato fatto a livello provinciale e settoriale; il tentativo è stato quello di mettere in relazione i risultati delle analisi sviluppate nel capitolo precedente con le vocazioni produttive e di servizio dei diversi territori;
- verificare se, sulla base delle diverse analisi realizzate, il modello di specializzazione oggi esistente nei diversi territori è sostenibile e coerente con gli obiettivi di qualità verso cui il territorio sta andando e se invece occorre investire in altre direzioni.

In questo contesto, ci sembra opportuno precisare che questo tipo di analisi non viene realizzata per "determinare" o per "imporre" determinate vocazioni alle diverse aree produttive quanto piuttosto per valorizzare quelle "eccellenze" del territorio (che già esistono ma che fino ad oggi non sono state sufficientemente valorizzate) che possono orientare verso uno sviluppo di qualità .

## 2.2. Quali “qualità” per la Montagna reggiana

### ***IL PERCORSO DI ASCOLTO TERRITORIALE: IL LAVORO SVOLTO, GLI AMBITI DI INDAGINE E L'APPROCCIO METODOLOGICO***

Coerentemente con quanto detto fin qui, il lavoro è stato finalizzato ad approfondire le dinamiche di sviluppo del territorio della Montagna e ad individuare linee operative concrete sulle quali intervenire per rilanciare il territorio nei prossimi anni.

Dal punto di vista metodologico, il lavoro è stato condotto a due livelli: a livello qualitativo, attraverso incontri mirati con i soggetti locali e lo svolgimento di focus group e a livello quantitativo, attraverso un'indagine desk sulle specializzazioni del territorio e gli approfondimenti quantitativi sulle diverse tematiche.

Per quanto riguarda i focus group, essi si sono svolti nel corso del mese di febbraio e marzo 2008 e sono stati dedicati ad un percorso di ascolto e raccolta dei punti di vista territoriali. I focus group sono stati così articolati:

#### Agroalimentare e sistema manifatturiero:

Area del Parco Nazionale, Busana, 19 febbraio 2008;  
Area Valdenza, Vetto, 20 febbraio 2008;  
Area del Centro, Castelnuovo Monti, 20 febbraio 2008.

#### Turismo, accoglienza e Servizi

Castelnuovo Monti, 6 marzo 2008

Gli incontri hanno coinvolto un centinaio tra imprenditori, associazioni di rappresentanza, operatori turistico-alberghieri.

Per quanto riguarda invece le analisi di tipo statistico-quantitativo, l'approccio seguito è stato quello della differenziazione e valorizzazione delle specificità delle diverse aree nelle quali si articola il territorio montano, cioè:

**l'area del Parco nazionale**, che include comuni di Busana, Collagna, Ligonchio, Ramiseto, Villa Minozzo;

**l'area centrale** con i comuni di Carpiteti, Castelnuovo ne' Monti, Toano, Vetto;

**l'area della prima Montagna** che include i comuni di Baiso, Canossa, Casina, Viano.

Al fine di misurare le vocazioni del territorio sono stati elaborati gli indici di specializzazione produttiva a livello di sub-area. Tali indici costituiscono una sintesi di posizionamento del territorio in oggetto rispetto ad un territorio di confronto, nella fattispecie quello nazionale, per ciò che concerne le diverse attività economiche.

L'indice di specializzazione produttiva esprime il livello di concentrazione dell'occupazione locale in un determinato settore rispetto al valore medio nazionale. E' stato calcolato prendendo quale unità di misura gli addetti alle unità locali delle imprese che operano nell'industria e nei servizi<sup>22</sup> sul territorio in questione nei diversi settori di attività economica secondo quanto segue:

$$I_j = (A_{i,j} / A_{i,tot}) / (A_{naz,j} / A_{tot}) \times 100$$

<sup>22</sup> Censimento industria e servizi, 2001 ISTAT

dove

i: area territoriale di riferimento

j: il settore di attività economica ("divisione" o codice a due cifre secondo la classificazione Ateco)

naz: territorio nazionale

tot: totale settori per l'industria e i servizi

In altre parole, il calcolo dell'indice è effettuato rapportando il peso della occupazione locale della categoria j-sima sulla occupazione locale totale al peso della occupazione nazionale della categoria j-ima sulla produzione nazionale totale.

Il valore 100 esprime l'allineamento del valore locale del territorio al valore nazionale. Se l'indice è maggiore di 100 il territorio presenta una significativa vocazione al settore in questione; viceversa, il valore inferiore a 100 indica una bassa vocazione rispetto al settore in analisi.

### ***I RISULTATI DEGLI INCONTRI CON I SOGGETTI LOCALI: IL SISTEMA AGROALIMENTARE E MANIFATTURIERO***

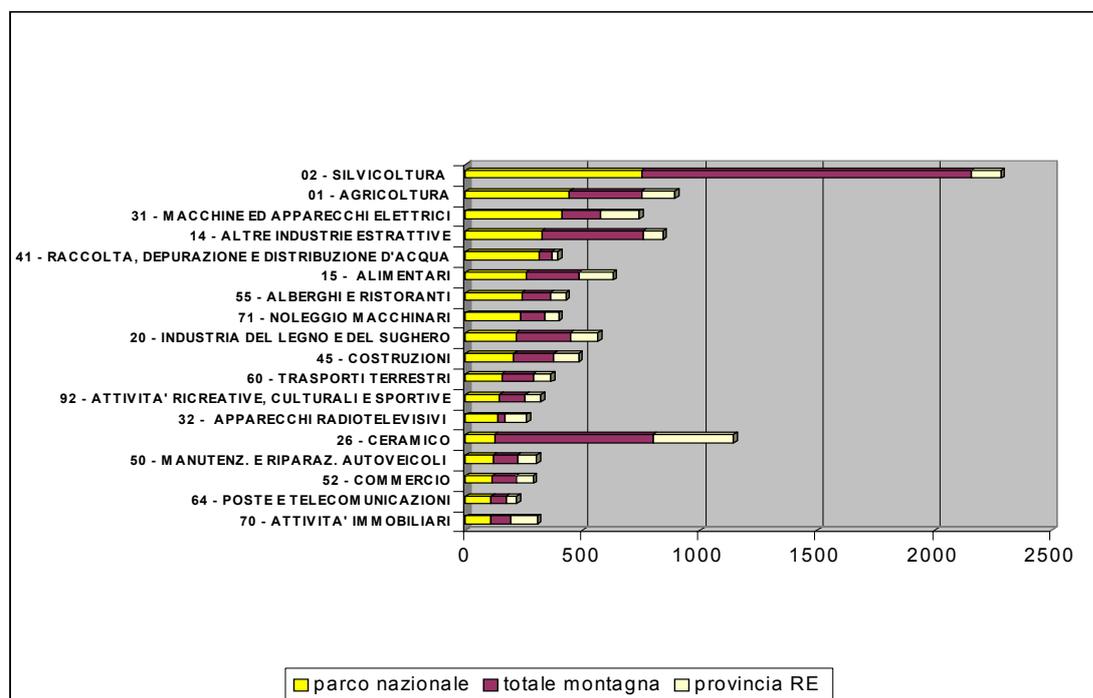
Al di là delle esigenze delle singole imprese e delle specificità delle diverse aree territoriali (dettagliate nelle pagine successive) i focus group con le imprese agroalimentari e manifatturiere hanno fatto emergere con grande forza quattro aspetti su cui occorre lavorare in maniera trasversale per promuovere lo sviluppo del territorio e su cui il soggetto pubblico può incidere in modo significativo:

- lo sviluppo di reti di impresa a servizio della qualificazione del prodotto e della commercializzazione (forme di collaborazione, consorzi, accordi di filiera, ecc.);
- l'organizzazione e la strutturazione delle imprese per affrontare i mercati esteri (rete commerciale, managerializzazione, fiere, ecc.),
- lo sviluppo di rapporti organici con l'università e i centri di ricerca esistenti sul territorio (formazione e sensibilizzazione, consulenza, trasferimento tecnologico),
- la qualificazione delle imprese agricole e manifatturiere in due direzioni: la valorizzazione delle eccellenze del territorio montano (anche attraverso disciplinari specifici di qualità e la distintività dei prodotti) e la crescita qualitativa delle aziende anche attraverso politiche di certificazione di qualità delle strutture.

#### **1) Area del Parco Nazionale**

Nell'area del Parco Nazionale la situazione di difficoltà delle imprese manifatturiere e agroalimentari locali è nota e indiscutibile. Tuttavia gli incontri con gli imprenditori hanno dimostrato l'esistenza di un gruppo di imprese vitali e dinamiche pronte a rinnovarsi ed anche a realizzare investimenti importanti per incrementare le proprie capacità competitive e proiettarsi sui mercati esteri. I comparti produttivi che appaiono più promettenti sono quelli che riescono a valorizzare le materie prime della Montagna e a trasformarle in risorse economiche e imprenditoriali: si pensi alle piccole imprese di nicchia, ma fortemente innovative, operanti nella filiera del sughero, ma anche alla lavorazione delle acque, alle imprese edili, a quelle che lavorano nei settori della meccanica e dell'elettronica.

Fig.32 – Area del Parco Nazionale: indici specializzazione (valori > 100). Confronto con Montagna e Provincia



Fonte: elaborazione PEGroup su dati del Censimento dell'Industria e Servizi, 2001 ISTAT

Analizzando gli indici di specializzazione (Fig.32) si conferma per quest'area la centralità di un modello produttivo che valorizzi in primo luogo le ricchezze e le materie prime del territorio: agricoltura e agro-alimentare, lavorazione dei boschi, lavorazione delle acque, legno e sughero, trasporti ed edilizia sono attualmente le filiere che assorbono più occupazione e che connotano l'identità del Crinale. Interessante risulta la vocazione turistica: l'indice per alberghi e ristoranti infatti risulta pari 241, di gran lunga superiore allo stesso della Comunità e della provincia. Anche per le attività ricreative, culturali e sportive, il crinale raggiunge valori significativi di specializzazione, a testimonianza della forte attenzione dedicata a tale comparto di servizi sociali. Superiore alla media Italia anche la specializzazione nel comparto pubblico e nel commercio.

Le opportunità per questa area sono legate alla capacità di agire contemporaneamente su almeno 5 leve:

1. la valorizzazione delle produzioni di Parmigiano Reggiano;
2. la filiera del recupero edilizio e del riuso;
3. la "diversificazione" della filiera meccanica ed elettronica;
4. la promozione della filiera del legno;
5. la valorizzazione di nicchie produttive originali del territorio quali le acque minerali e la lavorazione del sughero.

## 2) Area della Valdenza

I comuni della Valdenza e della cosiddetta “prima Montagna” hanno problematiche invece ben diverse e stanno affrontando in questi anni una profonda trasformazione del sistema manifatturiero che deriva:

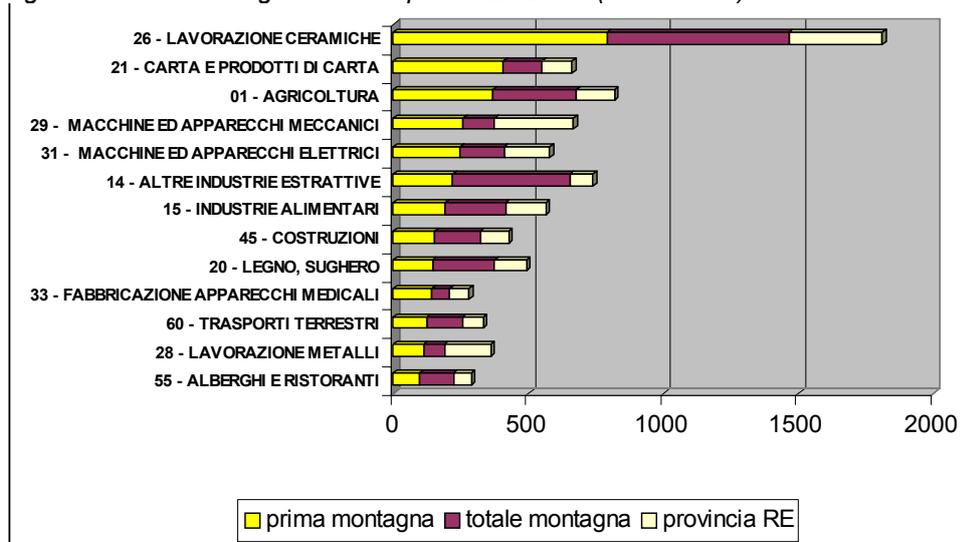
- dalle nuove dinamiche demografiche (crescita consistente della popolazione, soprattutto Canossa, crescita del fenomeno migratorio, nuova residenzialità proveniente dalla Pianura);
- dalle nuove dinamiche produttive (l'area presenta parametri di sviluppo di impresa del tutto simili a quelli della pianura e sta subendo una pressione insediativa e antropica abbastanza rilevante destinata a dar vita ad un problema di contenimento della crescita);
- dalle nuove dinamiche infrastrutturali (l'apertura del nuovo casello “Terre di Canossa” che darà ulteriore slancio al territorio).

Il modello produttivo attuale dei comuni della prima Montagna si conferma essere un modello fortemente manifatturiero, con specializzazioni tradizionali nel settore della ceramica, della meccanica, dell'elettronica e dei prodotti legati alla lavorazione della carta. Molto forte anche il comparto agro-alimentare con un indice di specializzazione pari a 368, maggiore rispetto a quello medio della Montagna e del resto della provincia. Il territorio sembra dunque prestarsi, in termini di rafforzamento delle vocazioni, ad un mix funzionale tra:

- un settore manifatturiero forte che dovrà investire maggiormente nella qualificazione produttiva e nella capacità di sviluppare reti tra imprese;
- un settore agroalimentare ed alimentare ad elevata specializzazione che connoterà in misura crescente il territorio con la prospettiva di dar vita ad un vero e proprio polo agroalimentare;
- un settore terziario evoluto, che si sviluppi a monte dell'area del nuovo casello autostradale e che sia costituito da industrie di punta nell'innovazione (informatica, TLC, comunicazione e mass media) e da servizi commerciali evoluti (medie-grandi aziende commerciali);
- la valorizzazione del Marchio Matilde come veicolo per promuovere le eccellenze del territorio e la sua identità.

L'analisi delle vocazioni attuali dei comuni della prima Montagna conferma quanto detto, con specializzazioni tradizionali nel settore della ceramica, della meccanica, dell'elettronica e dei prodotti legati alla lavorazione della carta. Molto forte anche il comparto agricolo (indice di specializzazione pari a 368) maggiore rispetto a quello medio della Montagna e del resto della provincia, e alimentare (192).

Fig.33 – Prima montagna : indici specializzazione (valori >100). Confronto con Montagna e provincia

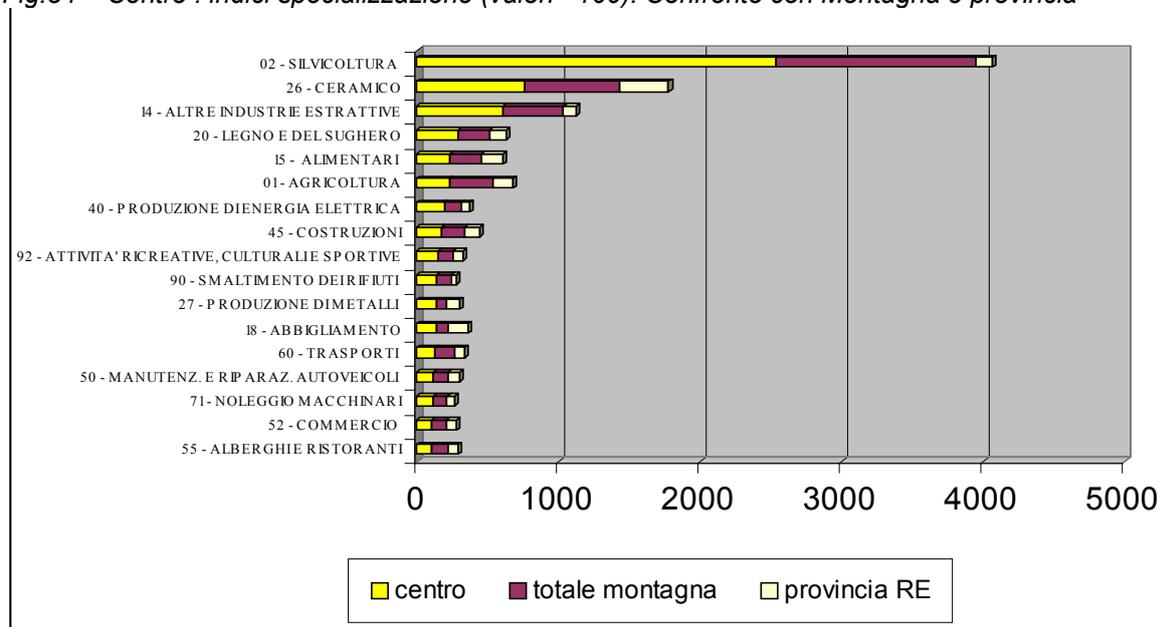


Fonte: elaborazione PEGroup su dati del Censimento dell'Industria e Servizi, 2001 ISTAT

### 3) Area del Centro

Guardando alle vocazioni che connotano il profilo economico produttivo dell'area del centro (Fig.34), al primo posto spicca in modo distintivo la silvicoltura con un indice pari a 25 volte la media nazionale. Seguono a distanza –anche se con valori degli indici ancora molto elevati - il comparto ceramico e quello dell'industria estrattiva. L'agro-alimentare risulta essere un altro importante comparto di specializzazione dell'area centrale.

Fig.34 – Centro : indici specializzazione (valori >100). Confronto con Montagna e provincia



Fonte: elaborazione PEGroup su dati del Censimento dell'Industria e Servizi, 2001 ISTAT

Il focus group conferma l'importanza e la centralità del sistema manifatturiero anche in questa parte del territorio montano, pur nella consapevolezza del ruolo centrale dei servizi pubblici e dei servizi alle imprese. Anche in questo caso è stata ribadita l'importanza di investire in aree

legate all'identità del territorio e di promuovere progetti che siano il risultato dell'impegno congiunto di più imprese.

In termini di vocazioni il territorio deve puntare su almeno tre aspetti strategici:

- continuare ad essere il “Centro dei servizi della Montagna” , attraverso una sempre maggior qualificazione dei servizi pubblici che già oggi appaiono in linea e, in alcuni casi, più adeguati rispetto a quelli della pianura;
- affrontare in un'ottica di collaborazione tra imprese le problematiche legate alla commercializzazione dei prodotti agroalimentari e del Parmigiano Reggiano che fanno fatica ad uscire dal canale della grande distribuzione (che commercializza l'80% della produzione complessiva) e a proiettarsi sui mercati esteri (dove i costi sono elevatissimi);
- Innovare e qualificare il sistema manifatturiero:
  1. Puntando su pochi progetti strategici in grado di concentrare le risorse;
  2. Supportando lo sviluppo di alcune filiere particolarmente promettenti (vetro, energie rinnovabili, realizzazione di impianti fotovoltaici, ICT, ecc.);
  3. Avviando forme di collaborazione e dialogo con l'università di Mo-Re e con i centri di ricerca esistenti sul territorio;
  4. Qualificazione delle aree insediative: valorizzazione dell'area di Fora di Cavola inserendola nel progetto regionale APEA.

### ***I RISULTATI DEGLI INCONTRI CON I SOGGETTI LOCALI: IL COMPARTO DELL'ACCOGLIENZA E NEL TURISMO***

Per interpretare i risultati delle analisi svolte e degli incontri effettuati si è utilizzata la metodologia della Catena del valore del turismo che consente di valutare in maniera integrata la competitività dei territori dal punto di vista dell'accoglienza e dei servizi.

*Schema 1 - La catena del valore del turismo: le quattro fasi fondamentali*



Si tratta di uno strumento diagnostico che identifica i quattro momenti sequenziali fondamentali di valutazione del posizionamento della filiera dell'accoglienza e della ospitalità. Secondo questa mappa concettuale quattro risultano essere gli aspetti cruciali per la competitività del territorio in tema del turismo:

- definizione degli obiettivi strategici, che richiede non solo capacità di innovazione di processo e di prodotto, ma anche una visione chiara delle dinamiche delle destinazioni turistiche; essenziali risultano le capacità di coordinamento di progetti e di risorse umane, competenze strategiche ed operative;

- generazione della domanda, momento importante di stimolo forte delle vendite della destinazione e dei suoi prodotti turistici, attraverso la formulazione di un piano di marketing turistico che definisce strategie ed azioni, promozioni, comunicazione e piano vendite;
- gestione del prodotto, fase che attiene alla messa a punto di prodotti nel rispetto delle esigenze del mercato in termini di adeguatezza degli standard, di qualità di erogazione servizi, di accoglienza e assistenza al turista ed anche di distintività ed originalità dell'offerta;
- monitoraggio post vendita, ultimo passaggio della catena ma tra i più cruciali della filiera, in quanto viene controllato non solo il livello di servizio, a cui il turista pone una forte attenzione, ma anche l'impatto delle strategie e azioni adottate ed intraprese a monte della filiera, restituendo un quadro informativo completo del grado di successo della filiera.

Il percorso di ascolto territoriale ha quindi consentito di far luce per ciascun "pilastro" della catena del valore sui punti di forza del territorio e le aree di miglioramento che verranno illustrati qui di seguito.

Per ciò che riguarda il primo "anello" della catena del valore, ovvero le competenze/presidio strategico e operativo, l'incontro collettivo ha messo in evidenza un buon livello di investimento nella formazione di base degli operatori e nello sviluppo di competenze qualificate. Dal dibattito sono anche emersi gli aspetti su cui occorre concentrare l'attenzione per dare maggior slancio al comparto turistico per questo ambito:

- mancanza di una programmazione strategica unitaria, con conseguente confusione di ruoli;
- difficoltà dei soggetti a "fare rete" e a dar vita a forme organizzative e gestionali innovative e più sostenibili economicamente;
- scarsa cultura dell'accoglienza al turista;
- debole cultura imprenditoriale nel settore turistico e debolissimo il ricambio generazionale;
- mancanza di iniziative di alta formazione specializzata finalizzate alla creazione e attrazione sul territorio di professionalità specifiche sul tema dell'ambiente, dell'accoglienza e della qualità della vita.

Confrontando tali risultati con gli altri territori emerge chiaramente che esiste sul territorio la necessità di creare un presidio strategico delle competenze in materia di accoglienza. A questo scopo occorre agire in tre direzioni.

- dar vita a percorsi/iniziative di educazione all'accoglienza per la popolazione (senso di appartenenza/identità);
- fornire assistenza e spinta al ricambio generazionale;
- cercare di trattenere sul territorio le risorse di formazione umanistica e in generale "di pregio", perché queste poi innescano una richiesta di qualità della vita superiore (biblioteche, attività ricreative,...) che stimola lo sviluppo complessivo del territorio.

Dal punto di vista organizzativo, occorre recuperare il gap rispetto ai competitor, concentrandosi sull'organizzazione e il coordinamento del sistema dell'accoglienza, valorizzare il percorso verso l'affermazione di una cabina di regia del turismo e dell'accoglienza (a livello provinciale) che non sia una nuova struttura che va ad aggiungersi alle numerose esistenti ma che coordini ed integri le azioni dei diversi attori. Anche in questo caso occorre agire in tre direzioni:

- arrivare ad una programmazione strategica unitaria;
- sviluppare il dialogo tra operatori;

- sviluppare la consapevolezza della filiera integrata; turismo.accoglienza.ambiente-qualità della vita;

Riguardo alle leve messe in campo di generazione delle domanda, gli imprenditori locali sono stati coinvolti nel sistema regionale unico e integrato di teleprenotazione, oramai in fase di attuazione definitiva. Tale sistema consentirà a tutti gli operatori di essere presenti in una vetrina regionale integrata. Inoltre questo progetto avrà come altro importante risultato quello di stimolare la partecipazione attiva e la capacità di gestione diretta degli operatori. Su questo fronte il focus group ha fatto emergere diverse aree di miglioramento:

- scarso dinamismo degli operatori privati per quanto riguarda la commercializzazione dei prodotti;
- eccessiva frammentazione dei soggetti pubblici con ruoli promozionali;
- scarsa integrazione tra soggetti deputati allo sviluppo di politiche di supporto al turismo e all'accoglienza (Provincia e Comunità Montana, Provincia e Parco Nazionale, Parco Nazionale e Montagna);
- presenza di marchi che si sovrappongono e conseguente mancanza di un'immagine unitaria del territorio;
- mancanza di materiali comunicativi e promozionali.

Il confronto con gli altri territori mette chiaramente in evidenza che ormai le funzioni di commercializzazione e vendita dei prodotti, e quindi l'organizzazione dell'offerta turistica dal punto di vista economico, devono spettare all'insieme degli operatori privati. Questi operatori devono trovare la modalità più efficaci per unirsi e/o consorzarsi in maniera tale da definire insieme le modalità e le strategie di commercializzazione dei prodotti.

La Montagna reggiana su questo fronte è ancora indietro e deve recuperare il gap organizzativo rispetto ai competitors, arrivando ad una programmazione strategica unitaria, sviluppando il dialogo tra operatori e promuovendo la consapevolezza della filiera integrata. A tale scopo una strada percorribile potrebbe essere quella di rafforzare le esperienze (come il Club di Prodotto) esistenti sul territorio della Montagna, rivedendone, se necessario, l'organizzazione e le funzioni. Alcuni operatori privati hanno manifestato una certa disponibilità e apertura a portare avanti un'innovazione di questo genere. I vantaggi di questo percorso sarebbero molteplici:

- concentrazione degli investimenti e delle risorse pubbliche verso le iniziative di questo soggetto;
- possibilità di gestire in maniera integrata funzioni di promozione e funzioni di commercializzazione (gestendo ad esempio le attività dello IAT in convenzione con il club di prodotto).

Nella costruzione, sviluppo e gestione dei prodotti turistici occorre procedere verso forme di aggregazione tra operatori pubblici e operatori privati.

Nell'area vasta del **Parco Nazionale**, occorre in particolare:

- costruire prodotti che vadano nella direzione della valorizzazione delle risorse ambientali, naturali e paesaggistiche;
- affrontare la questione della riorganizzazione e della gestione delle stazioni sciistiche, in due direzioni: 1) differenziazione delle vocazioni e 2) coordinamento delle società di gestione.

**L'area matildica** è il secondo macro-prodotto da costruire. A questo scopo occorre:

- rendere “fruibili” i castelli, i monumenti e le residenze storiche presenti nell'area, aprendoli al pubblico e rendendoli essi stessi elementi di attrazione e di valore per il turista;
- valorizzare la rete dei B&B presenti sul territorio inserendoli nel circuito del sostegno previsto dalle leggi regionali.

Infine sull'ultimo passaggio della catena del valore, il monitoraggio della post-vendita, l'incontro collettivo ha messo in luce una discreta crescita della sensibilità degli operatori circa la necessità di avere parametri di misurazione della qualità dei servizi erogati. Tuttavia, anche in questo ambito diverse sono gli aspetti importanti che necessitano di attenzione:

- miglioramento degli standard di qualità delle strutture attraverso forme di certificazione di qualità dell'offerta;
- mancanza di iniziative finalizzate a rilevare il grado di soddisfazione degli utenti;
- mancanza di iniziative finalizzate ad effettuare forme di analisi di impatto delle scelte attuate.

Alla luce di quanto rilevato, gli strumenti possibili da mettere in campo potrebbero essere i seguenti:

- valorizzare gli aspetti distintivi e differenzianti del prodotto che la Montagna reggiana può offrire anche rispetto alle montagne più vicine, quali per esempio l'elevata qualità della vita e il paesaggio incontaminato;
- adottare marchi di qualità il più possibile integrati e coerenti con il prodotto della Montagna reggiana;
- adottare disciplinari contenenti l'indicazione di requisiti di qualità specifici per le strutture ricettive;
- porre maggiore attenzione al rapporto qualità-prezzo dei prodotti offerti rendendo il prodotto più competitivo sul mercato, alla luce della concorrenza proveniente da altre destinazioni di Montagna più note e attrattive.

### *I risultati degli incontri con i soggetti locali: la qualità nei servizi*

L'analisi sui servizi è stata finalizzata ad indagare il livello di adeguatezza dei servizi offerti in Montagna per valutare se esiste effettivamente un gap competitivo con il resto del territorio, come in generale si tende a pensare, oppure se al contrario esiste sul territorio terziario, ancorché tradizionale, ma comunque ben posizionato e qualitativamente soddisfacente rispetto i fabbisogni della popolazione. L'indagine ha approfondito quattro tipologie di servizio:

- i servizi a valore aggiunto;
- i servizi commerciali;
- i servizi legati al benessere e al tempo libero,
- le utilities e il livello di copertura dei servizi energetici.

### I servizi a valore aggiunto

Con 115 strutture dedicate, il territorio montano presenta in termini assoluti un livello di servizi soddisfacente, soprattutto per quanto riguarda i servizi formativi e culturali (29 strutture), i servizi per attività sportive (28 strutture principali), i servizi sanitari (24 strutture totali). Dal punto di vista territoriale si conferma il ruolo di Castelnuovo Monti quale "polo di servizio di elevato livello", anche e soprattutto per la presenza di un ospedale con servizi altamente qualificati (riabilitazione-emergenza urgenza). Buono anche il livello di adeguatezza dei comuni di Baiso, Carpineti, Toano, Casina e Villa Minozzo.

Fig.35 - Numero e tipologia di servizi per comune

COMUNE	POPOLAZIONE AL 31.12.2007	MICRONIDO	NIDO D'INFANZIA	SERVIZI SANITARI	SERVIZI FORMATIVI E CULTURALI	SERVIZI PER ATTIVITA' SPORTIVE	SERVIZI DI BASE (scuole, municipi, caserma)	TOTALE PER COMUNE
1 Baiso	3.373	1	2	5	4	4	1	12
2 Busana	1.293	1	1	1	1	2		6
3 Canossa	3.677		1	0	3	1		5
4 Carpineti	4.216	1		4	3	2	2	12
5 Casina	4.457	1	3	2	2	2	1	11
6 Castelnovo nè Monti	10.548		2	9	6	5	5	27
7 Collagna	996			1	1	2	0	4
8 Ligonchio	940		1	1	1	1	0	4
9 Ramiseto	1.372	1	1	1	0	1	0	4
10 Toano	4.450		1	3	2	3	1	10
11 Vetto	2.205	1	1	0	2	1	1	6
12 Viano	3.411		1	0	1	2	0	4
13 Villa Minozzo	4.043	1		2	3	2	2	10
<b>TOTALE MONTAGNA</b>	<b>44.981</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>24</b>	<b>29</b>	<b>28</b>	<b>13</b>	<b>115</b>

Fonte: elaborazione PEGroup Su dati forniti dalla Comunità Montana di Reggio Emilia

Rapportando il numero di strutture di servizio con la popolazione residente, i dati relativi al Crinale sono ben più confortanti e evidenziano un livello di densità dei servizi superiore alla media degli altri comuni della Montagna. Questo è vero, in particolare, per i servizi all'infanzia (soprattutto nel caso di Busana, Ligonchio e Ramiseto), per i servizi sanitari (soprattutto a Busana, Collagna e Ligonchio) e per i servizi formativi culturali e sportivi dove ad esempio Collagna mostra una densità più che doppia rispetto alla media della Montagna.

Fig.36 -. Densità delle diverse tipologie di servizio ogni 1.000 abitanti

COMUNE	MICRONIDO	NIDO D'INFANZIA	SERVIZI SANITARI	SERVIZI FORMATIVI E CULTURALI	SERVIZI PER ATTIVITA' SPORTIVE	SERVIZI DI BASE (scuole, municipi, caserma)	TOTALE PER COMUNE
1 Baiso	0,3	0,6	1,5	1,2	1,2	0,3	3,6
2 Busana	0,8	0,8	0,8	0,8	1,5	0,0	4,6
3 Canossa	0,0	0,3	0,0	0,8	0,3	0,0	1,4
4 Carpineti	0,2	0,0	0,9	0,7	0,5	0,5	2,8
5 Casina	0,2	0,7	0,4	0,4	0,4	0,2	2,5
6 Castelnovo nè Monti	0,0	0,2	0,9	0,6	0,5	0,5	2,6
7 Collagna	0,0	0,0	1,0	1,0	2,0	0,0	4,0
8 Ligonchio	0,0	1,1	1,1	1,1	1,1	0,0	4,3
9 Ramiseto	0,7	0,7	0,7	0,0	0,7	0,0	2,9
10 Toano	0,0	0,2	0,7	0,4	0,7	0,2	2,2
11 Vetto	0,5	0,5	0,0	0,9	0,5	0,5	2,7
12 Viano	0,0	0,3	0,0	0,3	0,6	0,0	1,2
13 Villa Minozzo	0,2	0,0	0,5	0,7	0,5	0,5	2,5
<b>TOTALE MONTAGNA</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>	<b>2,6</b>

Fonte: elaborazione PEGroup su dati forniti dalla Comunità Montana di Reggio Emilia

Per quanto riguarda i servizi per gli anziani la Montagna presenta un buon posizionamento con un numero di presidi in rapporto alla popolazione inferiore soltanto a Correggio e Montecchio ma ampiamente superiore alla media provinciale.

Fig.37 - I servizi per gli anziani

Case protette + case riposo + RSA + centri diurni						Servizi assistenza domiciliare	
Distretti	n. posti	n. abitanti distretto fascia età > 65 anni	dotazione	N presidi	N presidi ogni 1000 anziani	N presidi	N presidi ogni 1000 anziani
Castelnuovo Monti	254	9.445	26,9	13	1,4	10	1,1
Correggio	380	10.141	37,5	17	1,7	6	0,6
Guastalla	612	14.531	42,1	21	1,4	8	0,6
Montecchio	595	11.828	50,3	21	1,8	8	0,7
Reggio Emilia	1.445	41.734	34,6	37	0,9	7	0,2
Scandiano	315	13.380	23,5	12	0,9	5	0,4
<b>totale provincia</b>	<b>3.601</b>	<b>101.059</b>	<b>35,6</b>	<b>121</b>	<b>1,2</b>	<b>44</b>	<b>0,4</b>

Fonte: elaborazione PEGroup su dati della Provincia di Reggio Emilia

Sui servizi di assistenza domiciliare la Montagna risulta poi essere di gran lunga il distretto più attrezzato con il numero di presidi più alto di tutto il territorio provinciale

### I servizi commerciali e turistici

L'analisi degli indici di specializzazione nei servizi fa emergere l'importanza, anche in termini di occupazione, delle attività commerciali, nelle quali soprattutto Castelnuovo Monti ha una posizione privilegiata (ma anche la stessa area del Parco Nazionale ha valori superiori alla media della Montagna e della stessa provincia). Interessante anche il dato relativo alle attività ricreative, culturali e sportive, che denota una certa vitalità del territorio montano

Fig.38 - I servizi commerciali: indici di specializzazione (in termini di addetti)

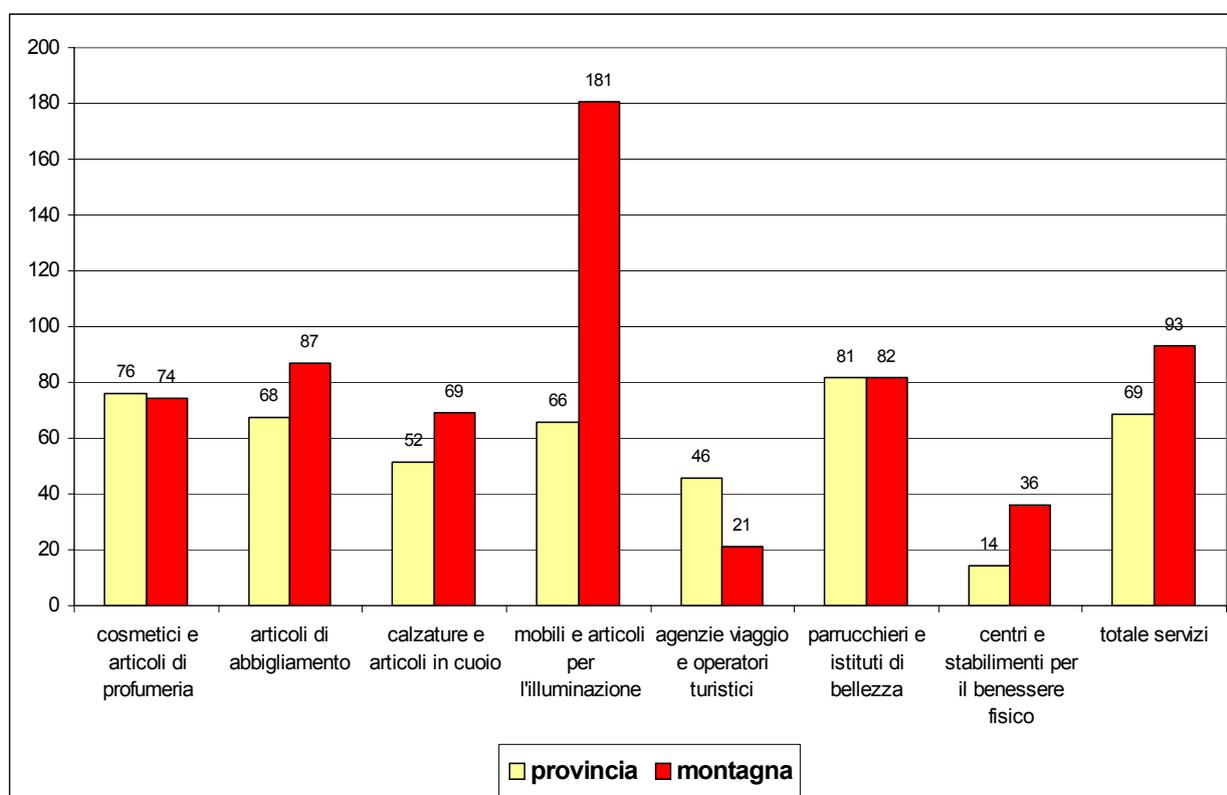
Fonte: elaborazione PEGroup su dati del Censimento Industria e servizi ISTAT, 2001

Nome area	Area Centrale*	Area Crinale**	totale Montagna	provincia Reggio Emilia
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>105</b>	<b>117</b>	<b>101</b>	<b>70</b>
<b>ATTIVITA' RICREATIVE, CULTURALI E SPORTIVE</b>	<b>148</b>	<b>147</b>	<b>109</b>	<b>67</b>
<b>ALBERGHI E RISTORANTI</b>	<b>103</b>	<b>241</b>	<b>123</b>	<b>65</b>
* Comprende i comuni di: Castelnuovo Monti, Carpineti, Toano, Vetto				
** Comprende i comuni di Villa Minozzo, Ligonchio, Busana, Collagna, Ramiseto				

### I servizi commerciali legati al benessere

Infine si è voluto dare uno sguardo anche ad una serie di servizi commerciali la cui presenza denota in qualche modo una discreta qualità della vita. La scelta quindi è ricaduta sulla vendita di articoli di profumeria e cosmetici, moda, arredamento, viaggi e servizi di centri benessere. L'analisi mette in evidenza il sostanziale allineamento tra la Montagna e il resto della provincia per quanto attiene alle attività legate alla cura della persona, del tempo libero e del benessere. In particolare, la Montagna presenta indici di specializzazioni superiori al resto del territorio per quanto concerne gli articoli d'abbigliamento, le calzature, il mobilio, i centri benessere. In generale su questa tipologia di servizi, che rimandano ad una disponibilità di reddito e di consumo elevata da parte della popolazione residente, la Montagna non mostra elementi di particolare criticità rispetto al resto del territorio.

Fig.39 – Il posizionamento per alcuni servizi commerciali legati al benessere



Fonte: elaborazione PEGroup su dati del Censimento industria e servizi, 2001 ISTAT

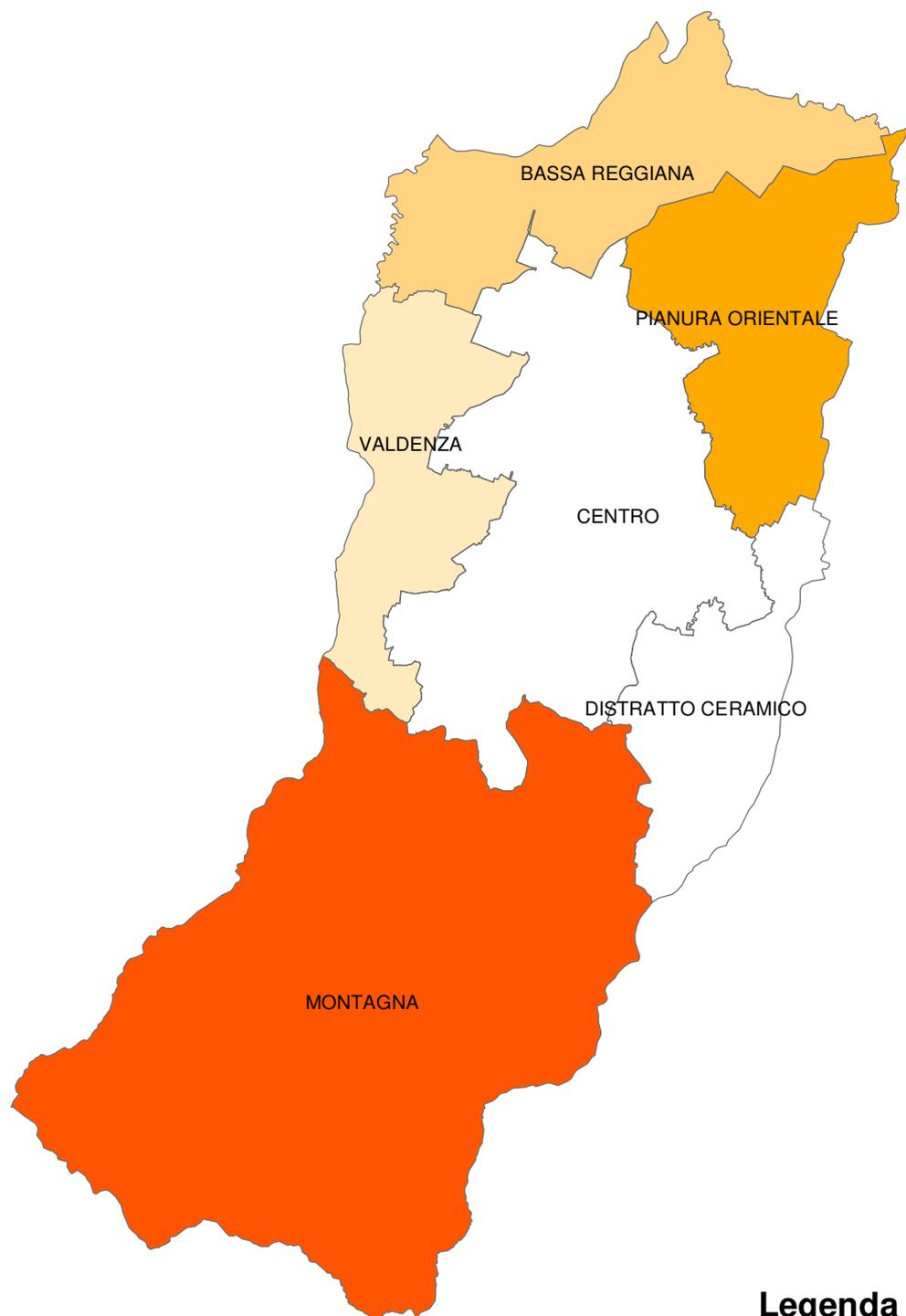




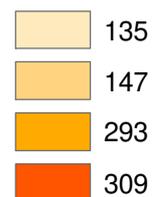
## INDICE DI SPECIALIZZAZIONE PRODUTTIVA PER SETTORE



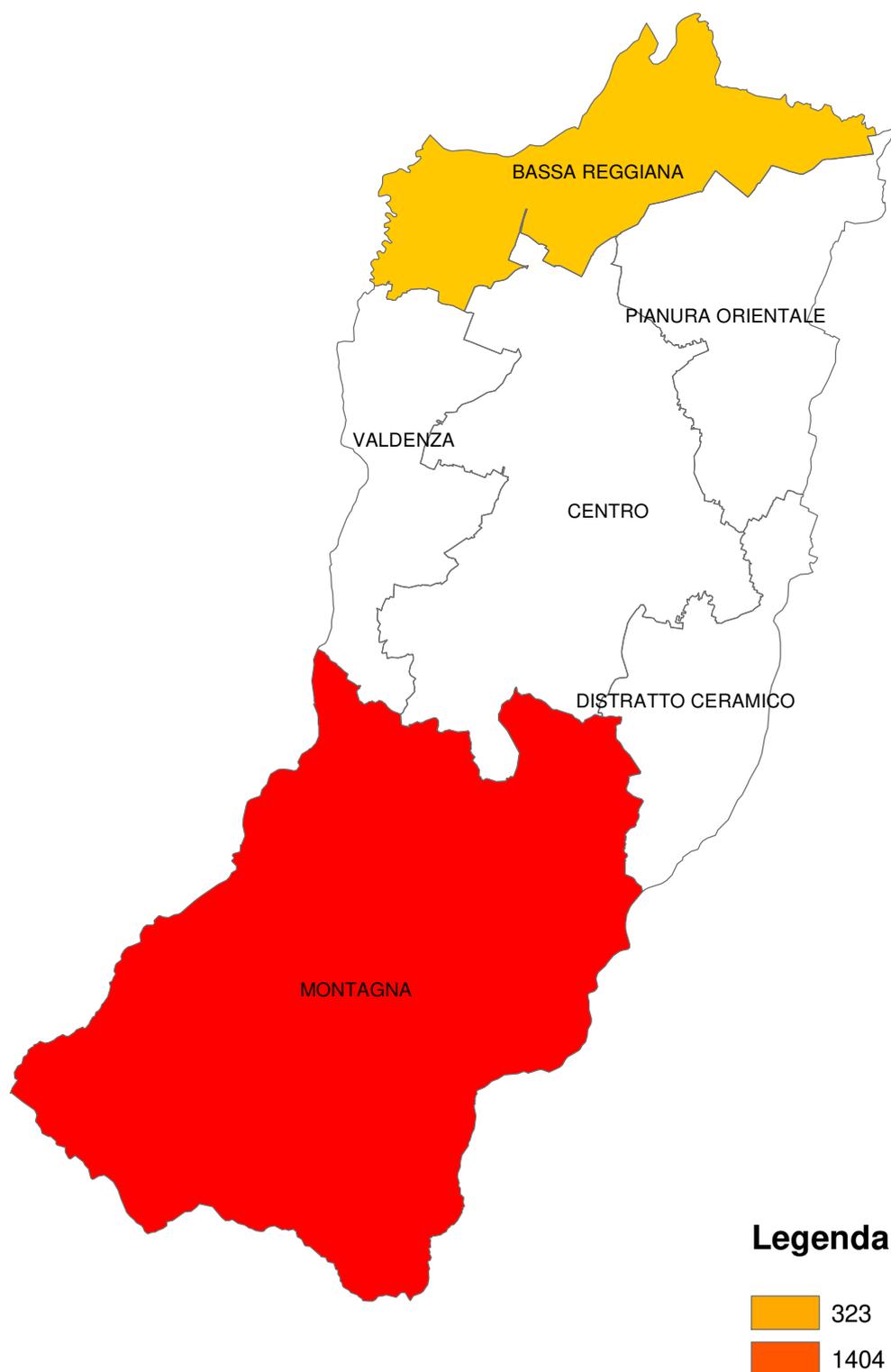
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
01 - AGRICOLTURA, CACCIA E RELATIVI SERVIZI,  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



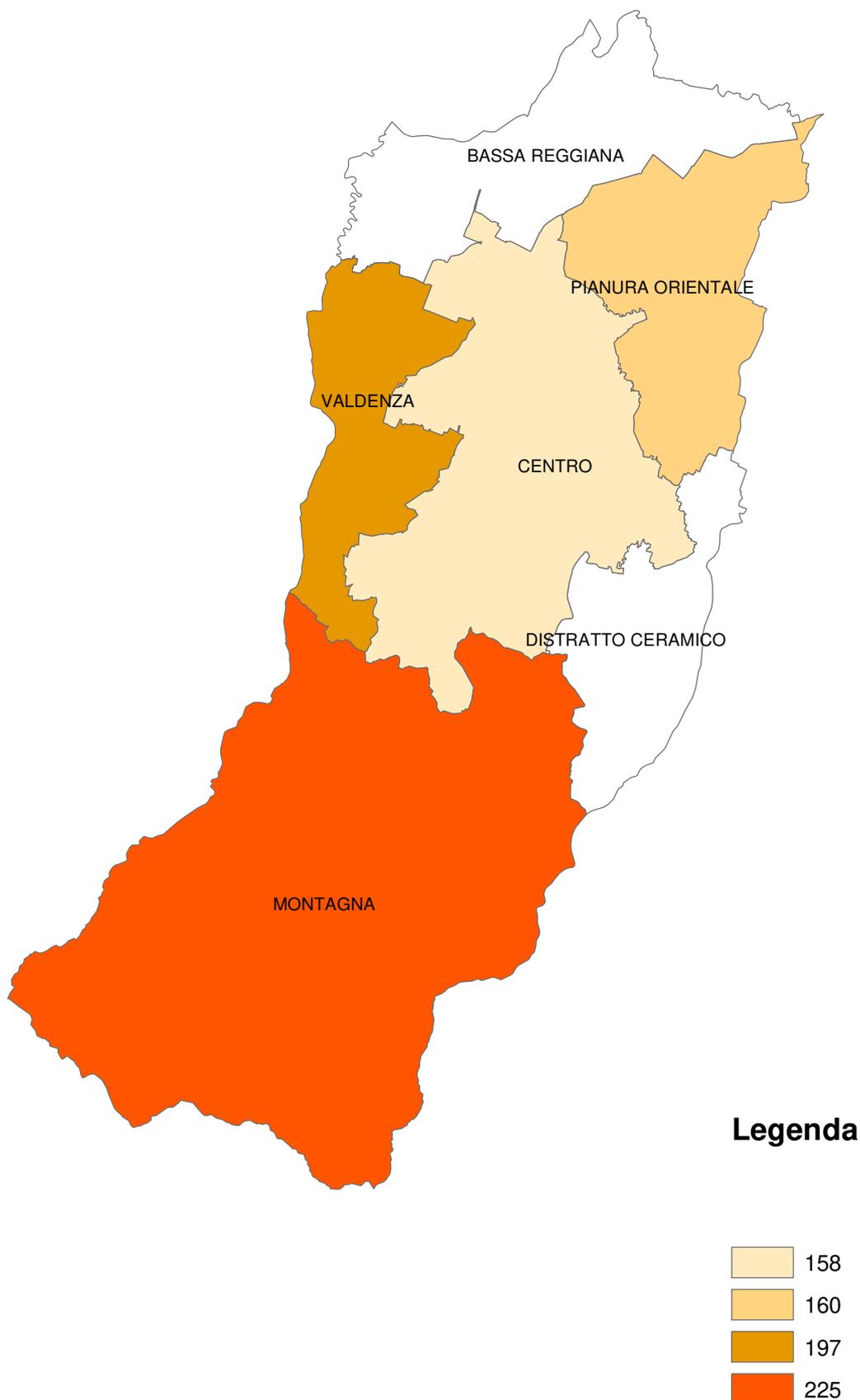
**Legenda**



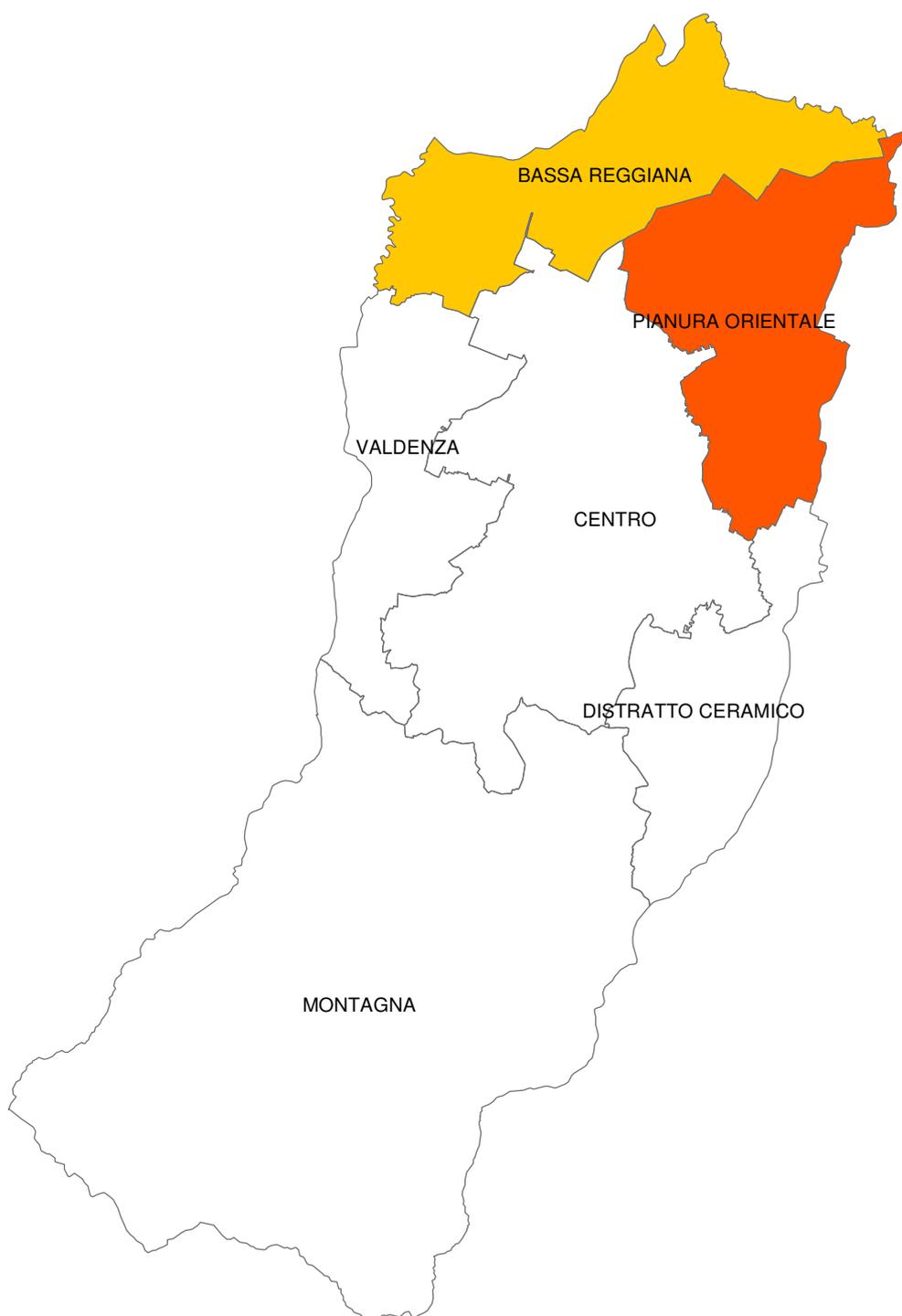
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
02 - SILVICOLTURA E UTILIZZAZIONE DI AREE FORESTALI  
E SERVIZI CONNESSI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



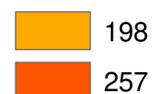
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
15 - INDUSTRIE ALIMENTARI E DELLE BEVANDE  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



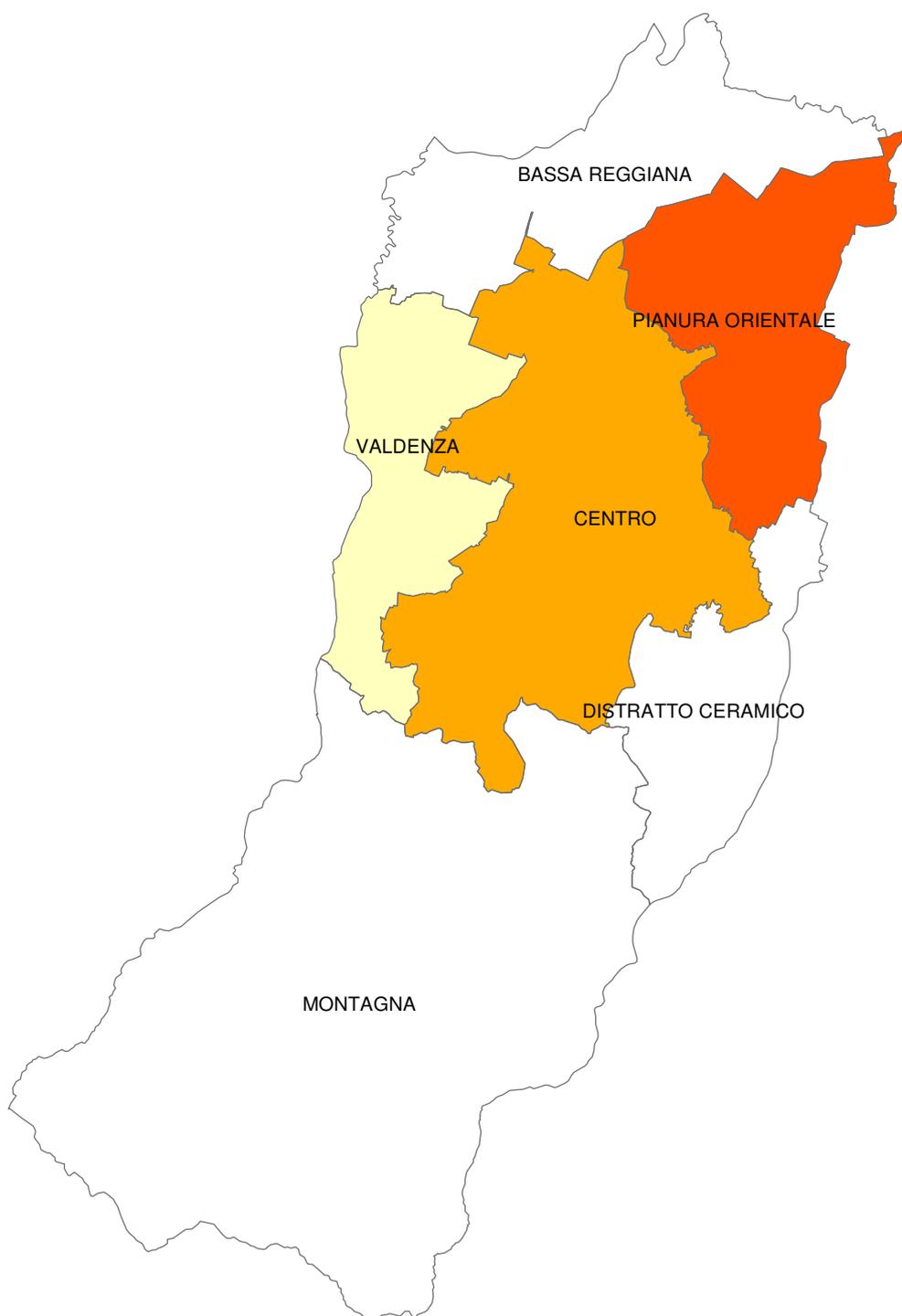
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
17 - INDUSTRIE TESSILI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



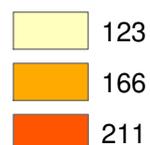
**Legenda**



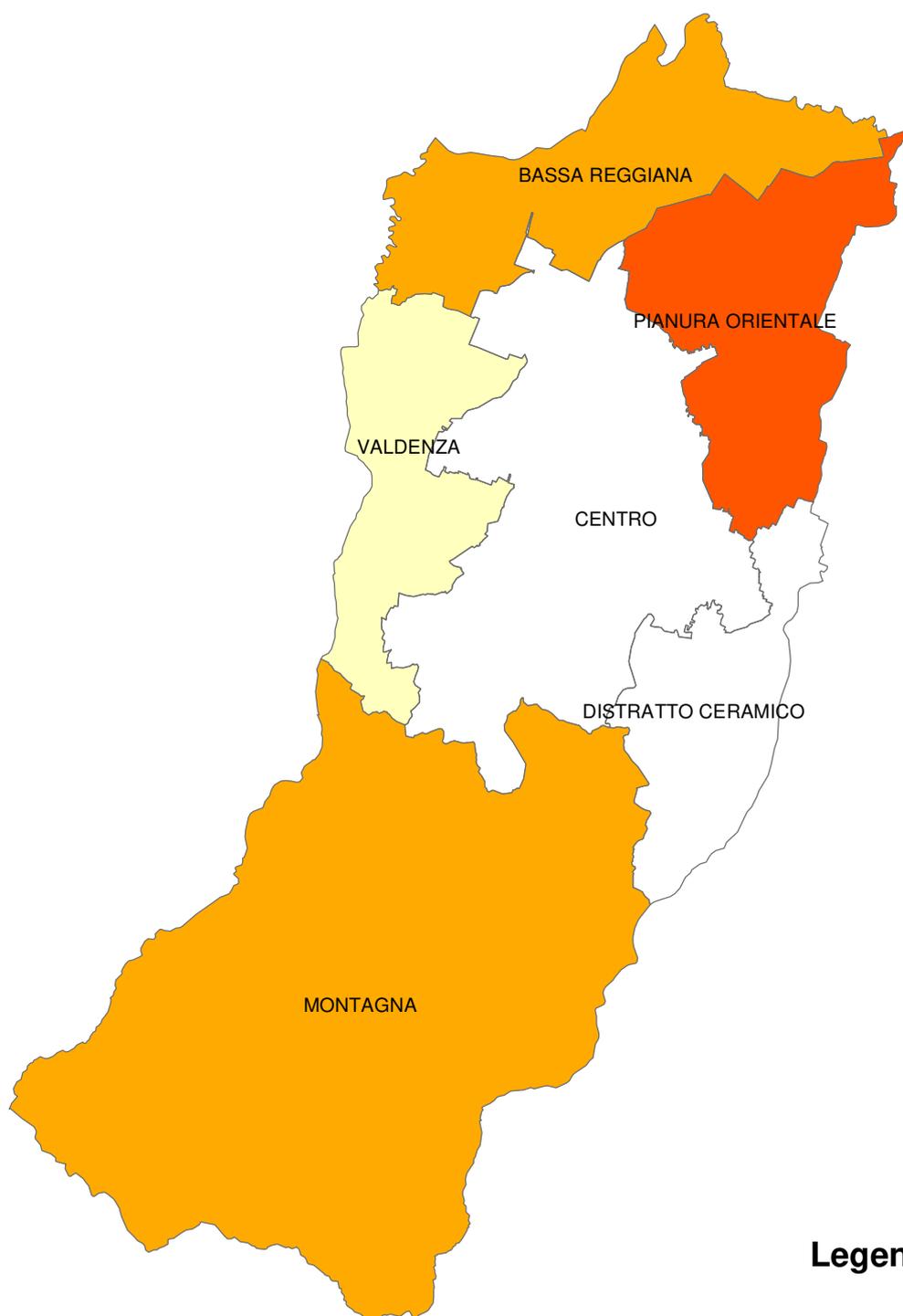
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
18 - CONFEZIONE DI ARTICOLI DI VESTIARIO;  
PREPARAZIONE E TINTURA DI PELLICCE  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



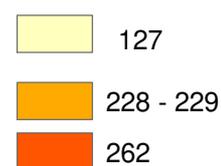
**Legenda**



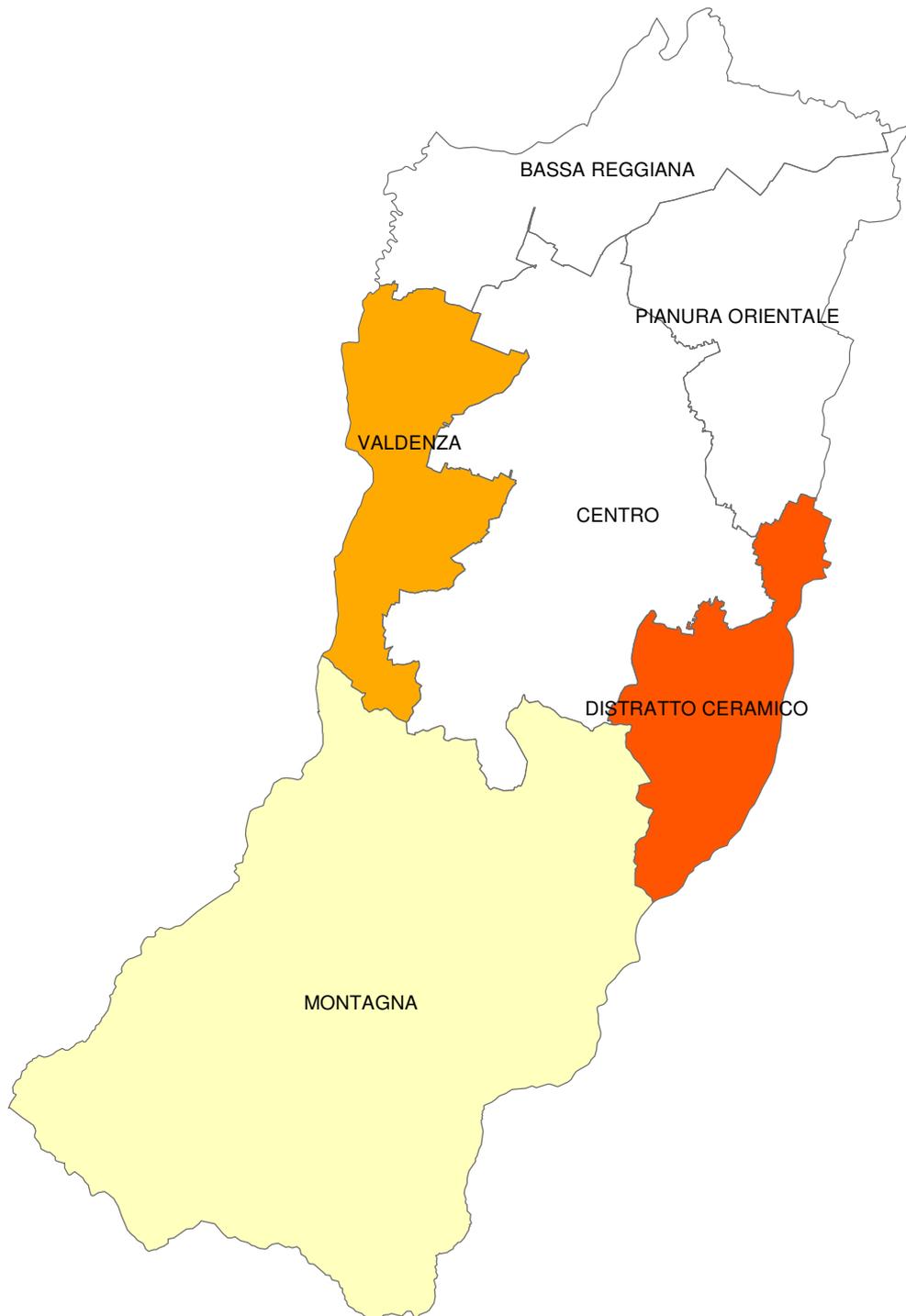
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
20 - INDUSTRIA DEL LEGNO E PRODOTTI IN LEGNO,  
SUGHERO, PAGLIA, ESCLUSI I MOBILI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



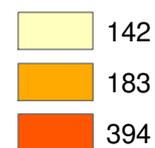
**Legenda**



PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
21 - FABBRICAZIONE DELLA PASTA-CARTA,  
DELLA CARTA E DEI PRODOTTI DI CARTA  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**



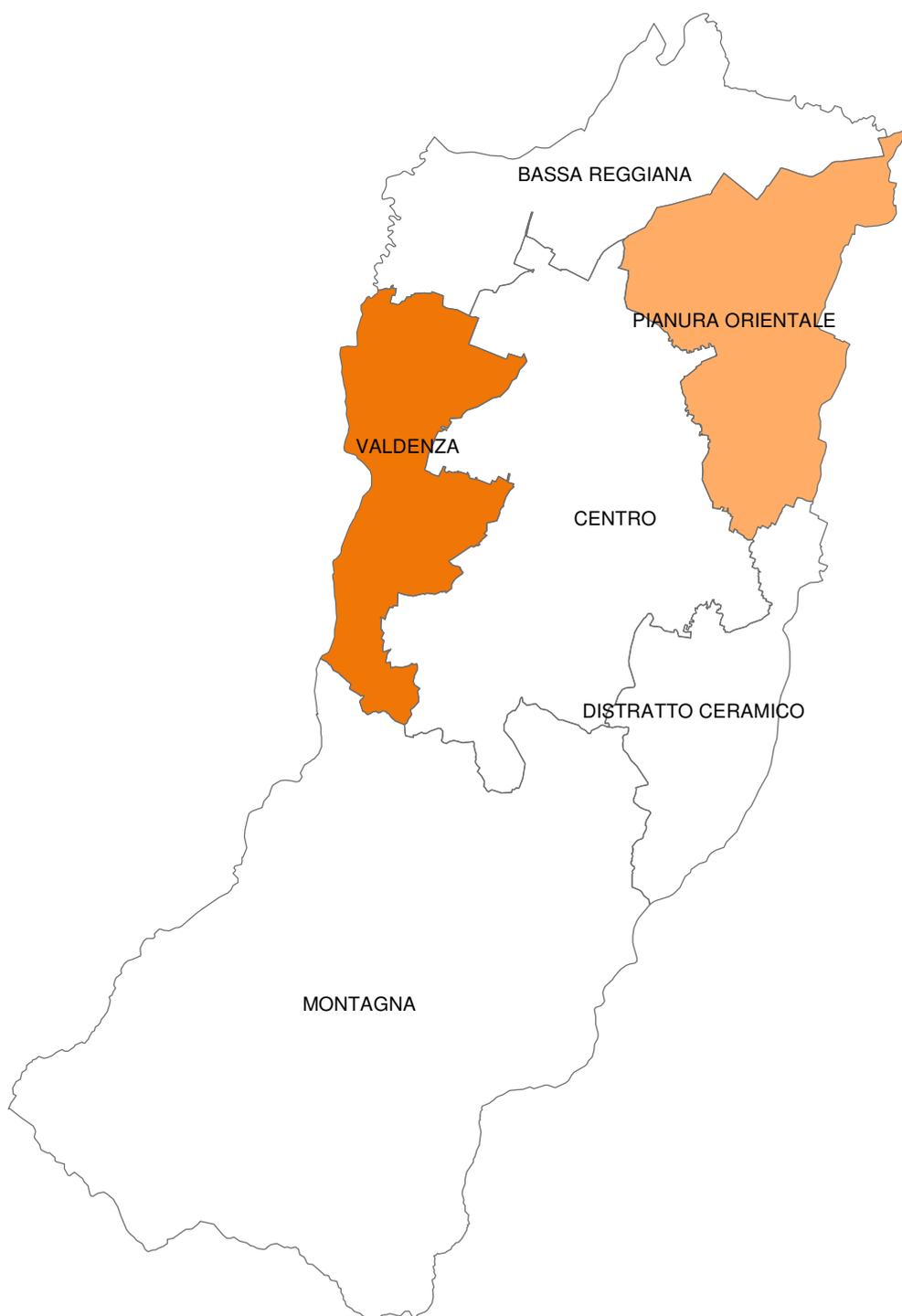
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
22 - EDITORIA  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



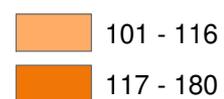
**Legenda**



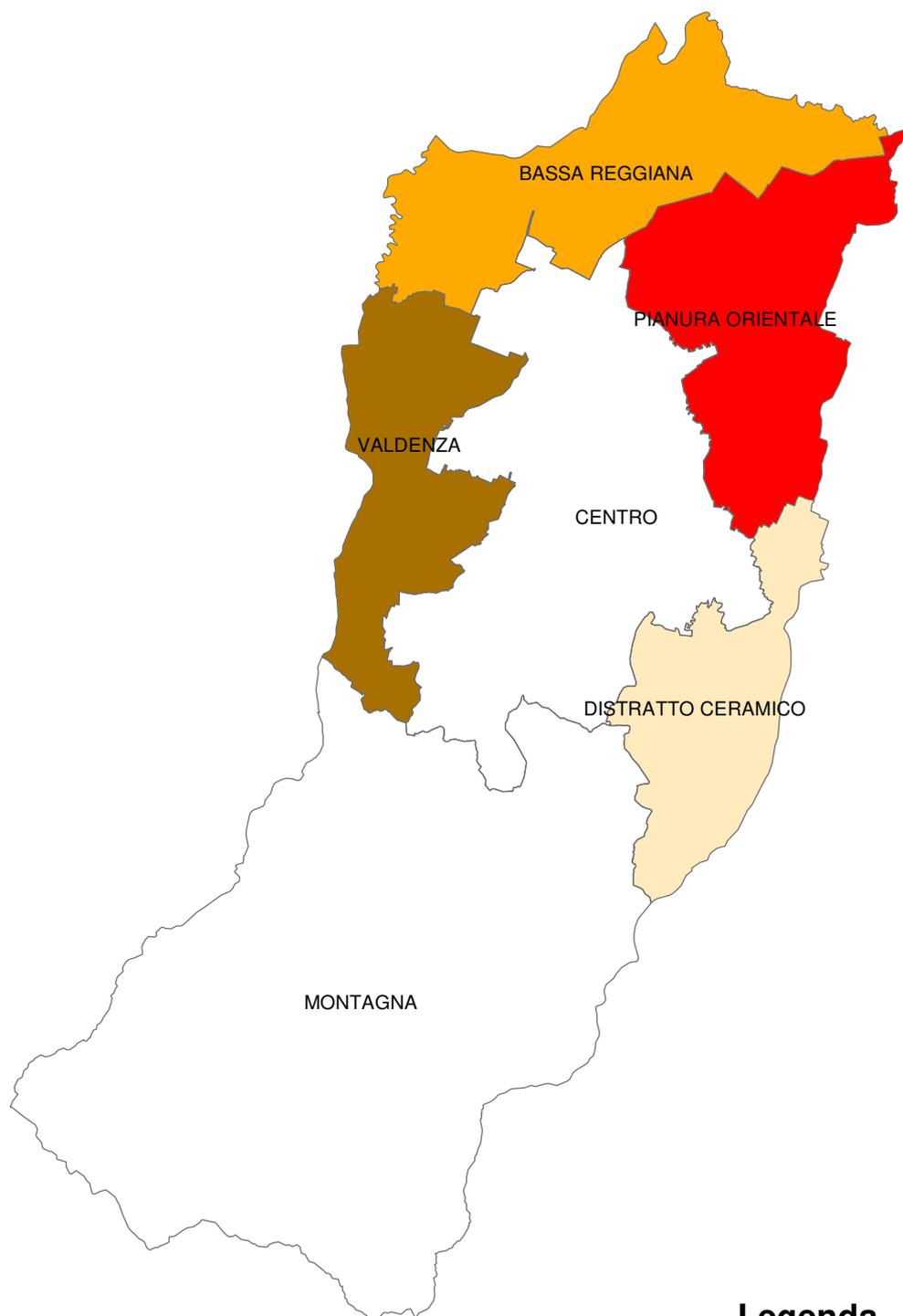
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
24 - CHIMICA E FIBRE SINTETICHE  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



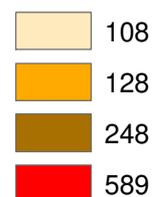
**Legenda**



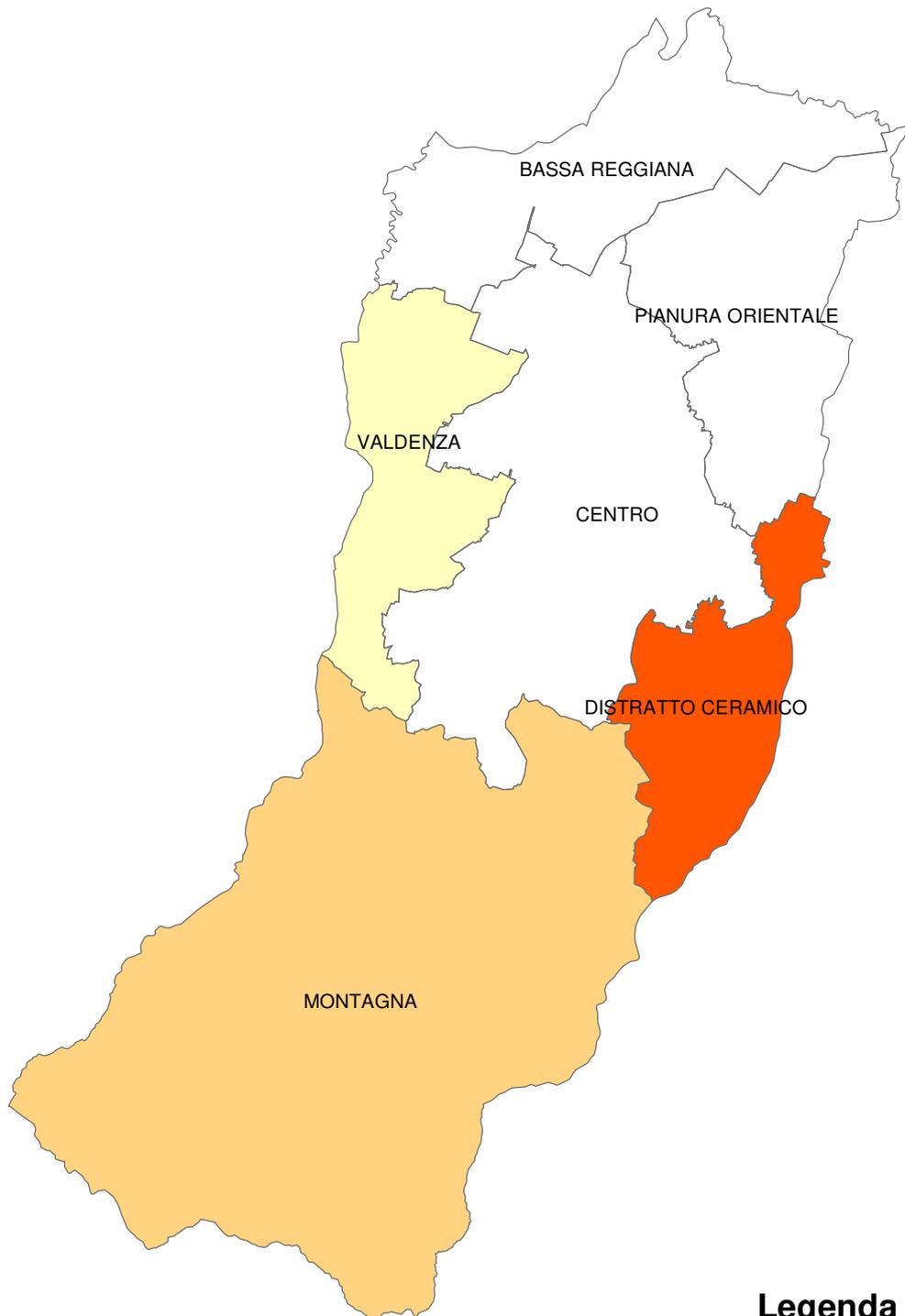
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
25 - GOMMA E MATERIE PLASTICHE  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**



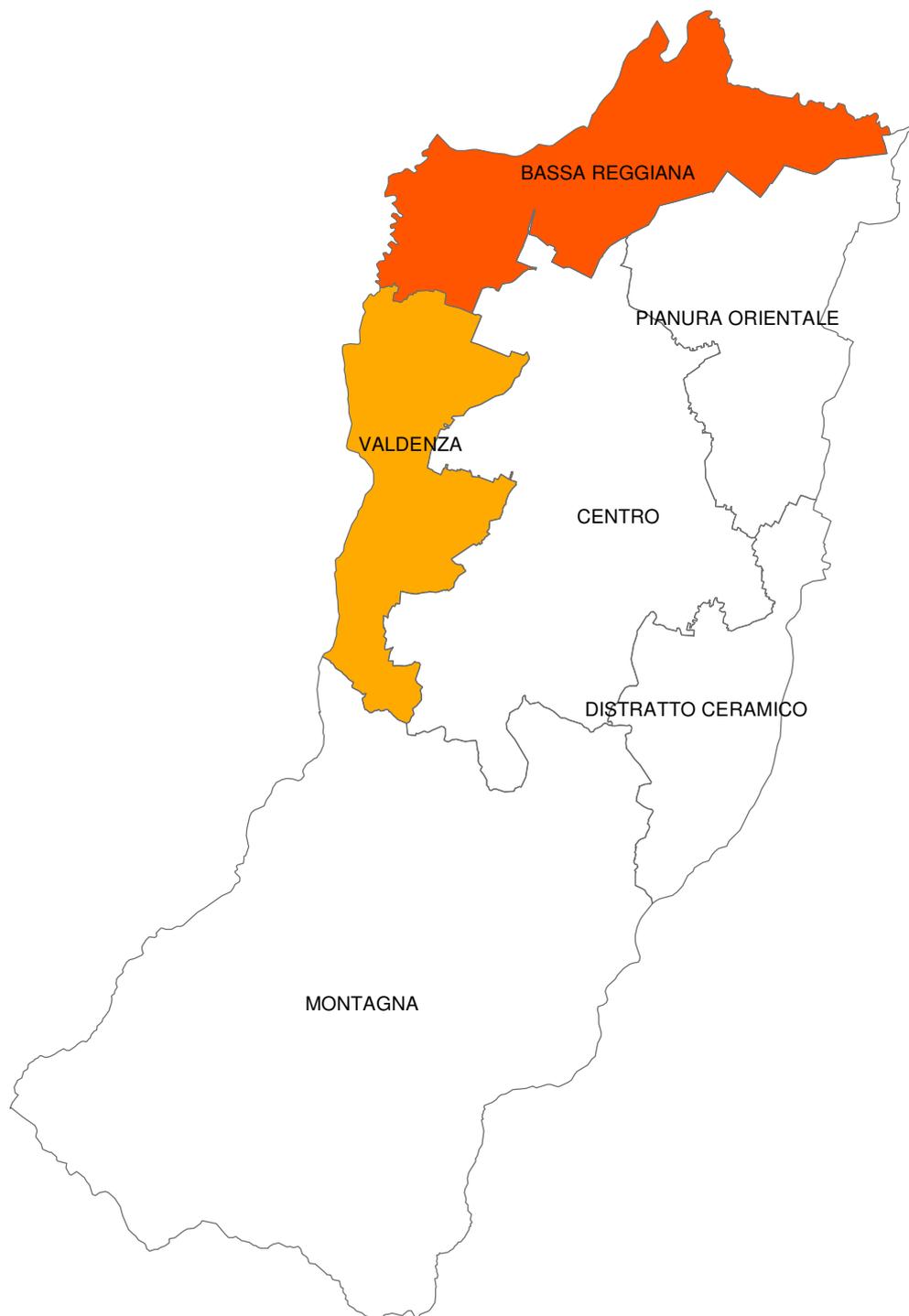
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
26 - FABBRICAZIONE DI PRODOTTI DELLA LAVORAZIONE  
DI MINERALI NON METALLIFERI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



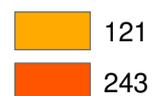
**Legenda**



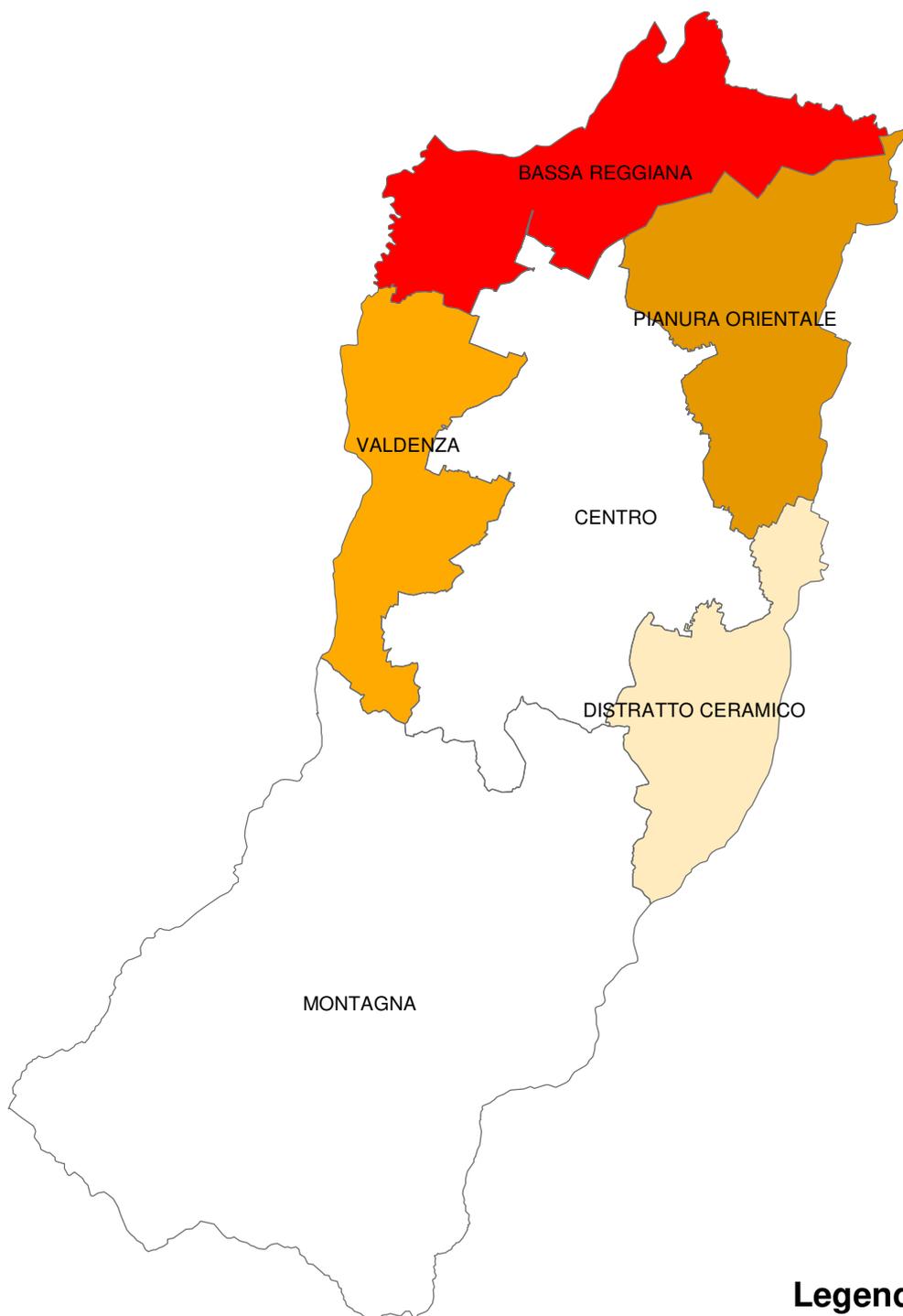
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
27 - METALLI E LEGHE  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



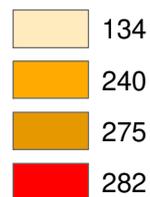
**Legenda**



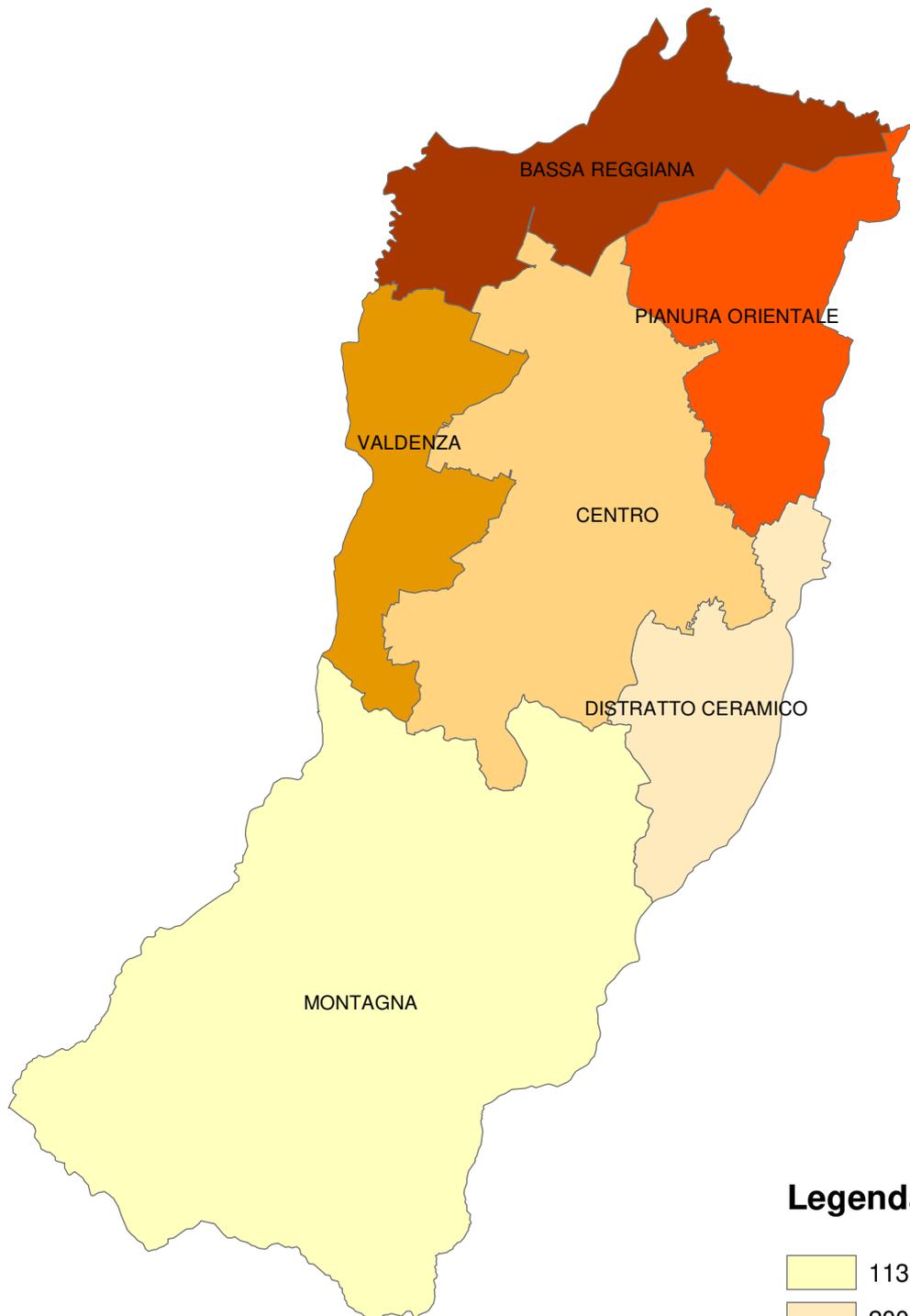
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
28 - FABBRICAZIONE E LAVORAZ. DEI PRODOTTI IN METALLO,  
ESCLUSE MACCHINE E IMPIANTI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



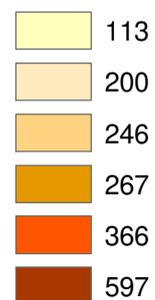
**Legenda**



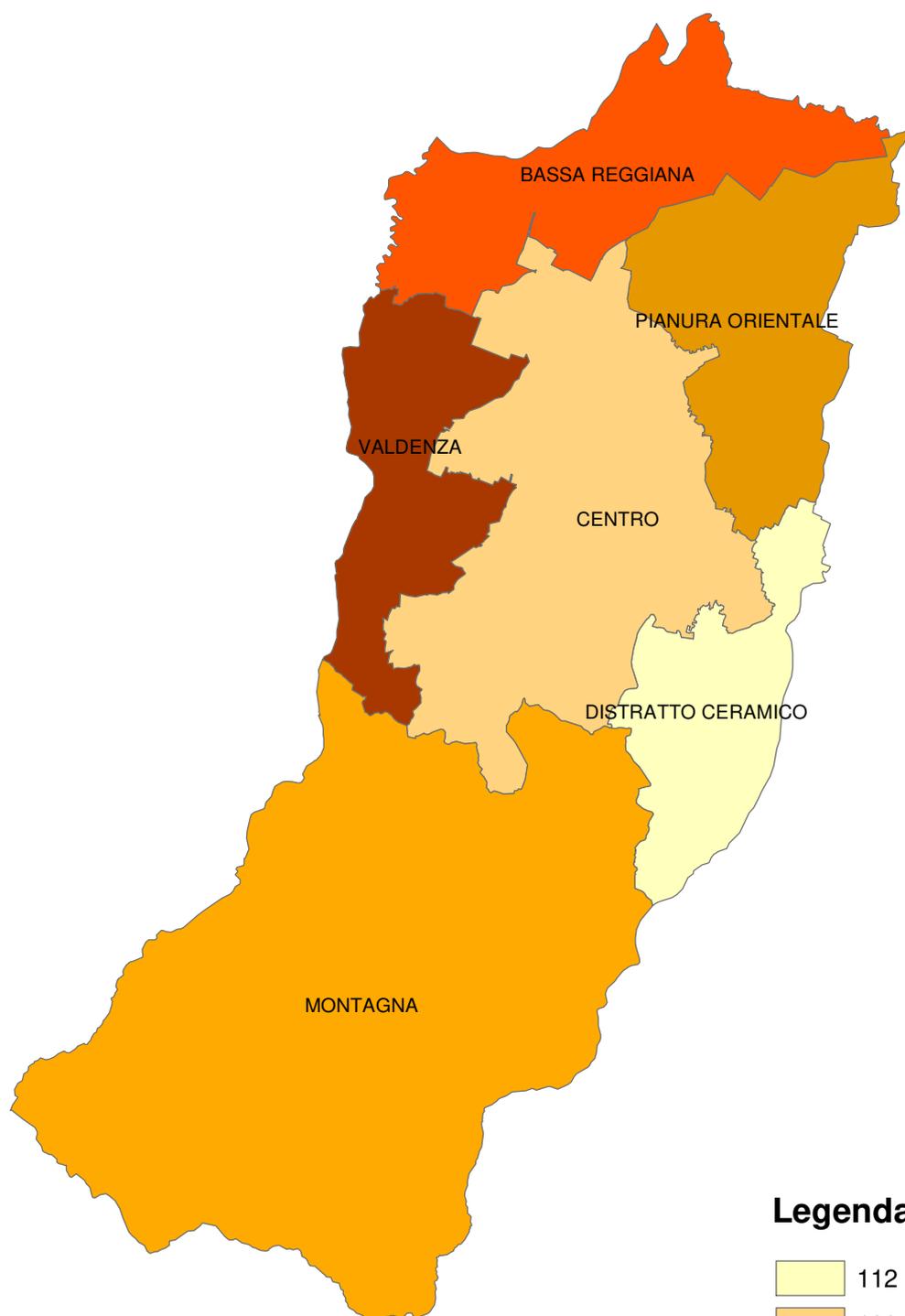
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
29 - FABBRICAZIONE MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI;  
INSTALLAZIONE E RIPARAZIONE  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



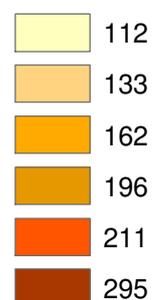
**Legenda**



PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
31 - FABBRICAZIONE DI MACCHINE ED  
APPARECCHI ELETTRICI N.C.A.  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**



PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
32 - APPARECCHI RADIOTELEVISIVI E PER COMUNICAZIONI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**

 187

PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
33 - APPARECCHI MEDICALI, DI PRECISIONE, STRUMENTI OTTICI  
E OROLOGI

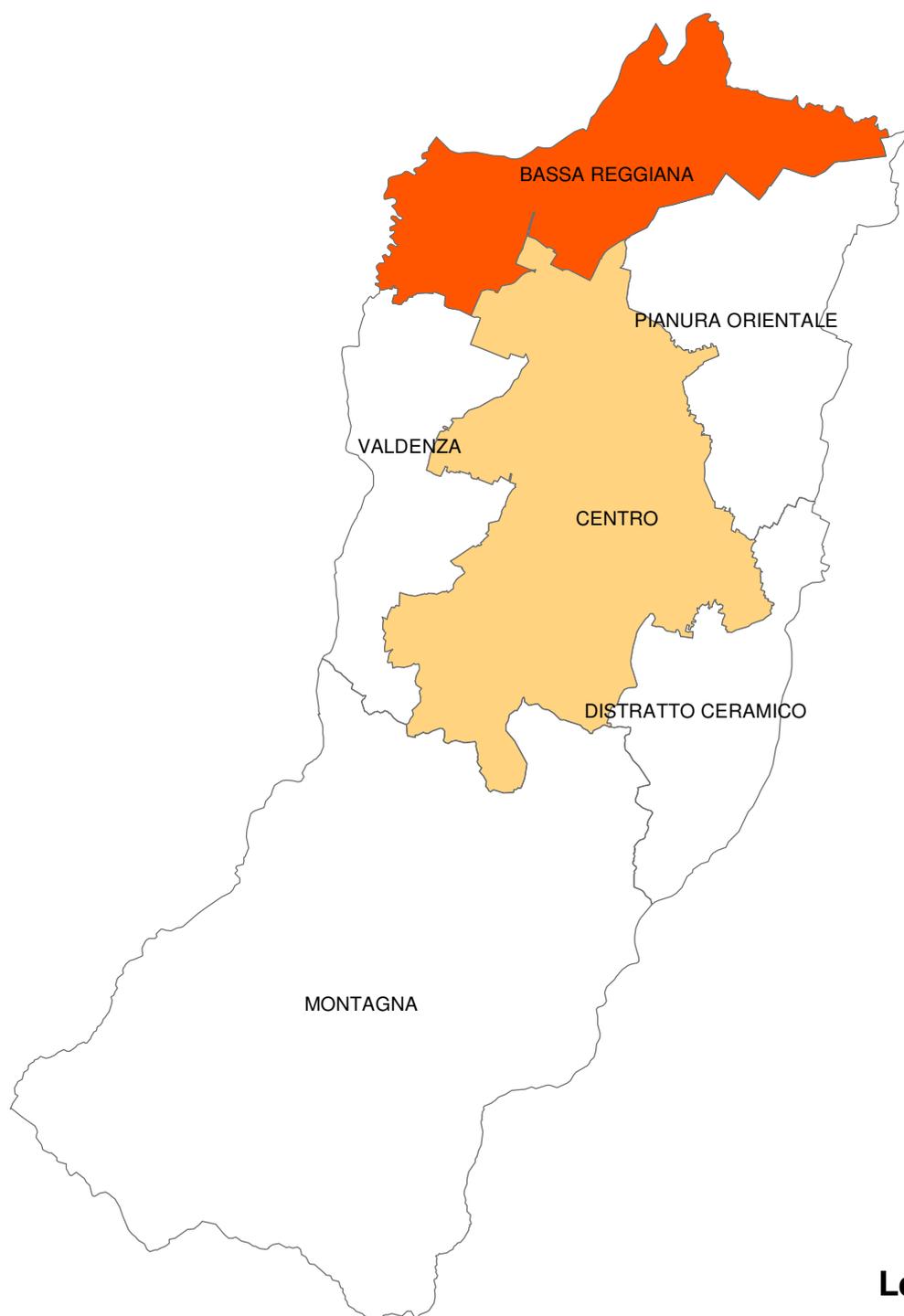
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



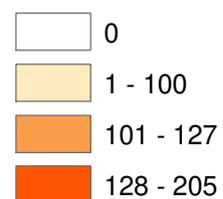
**Legenda**

 202

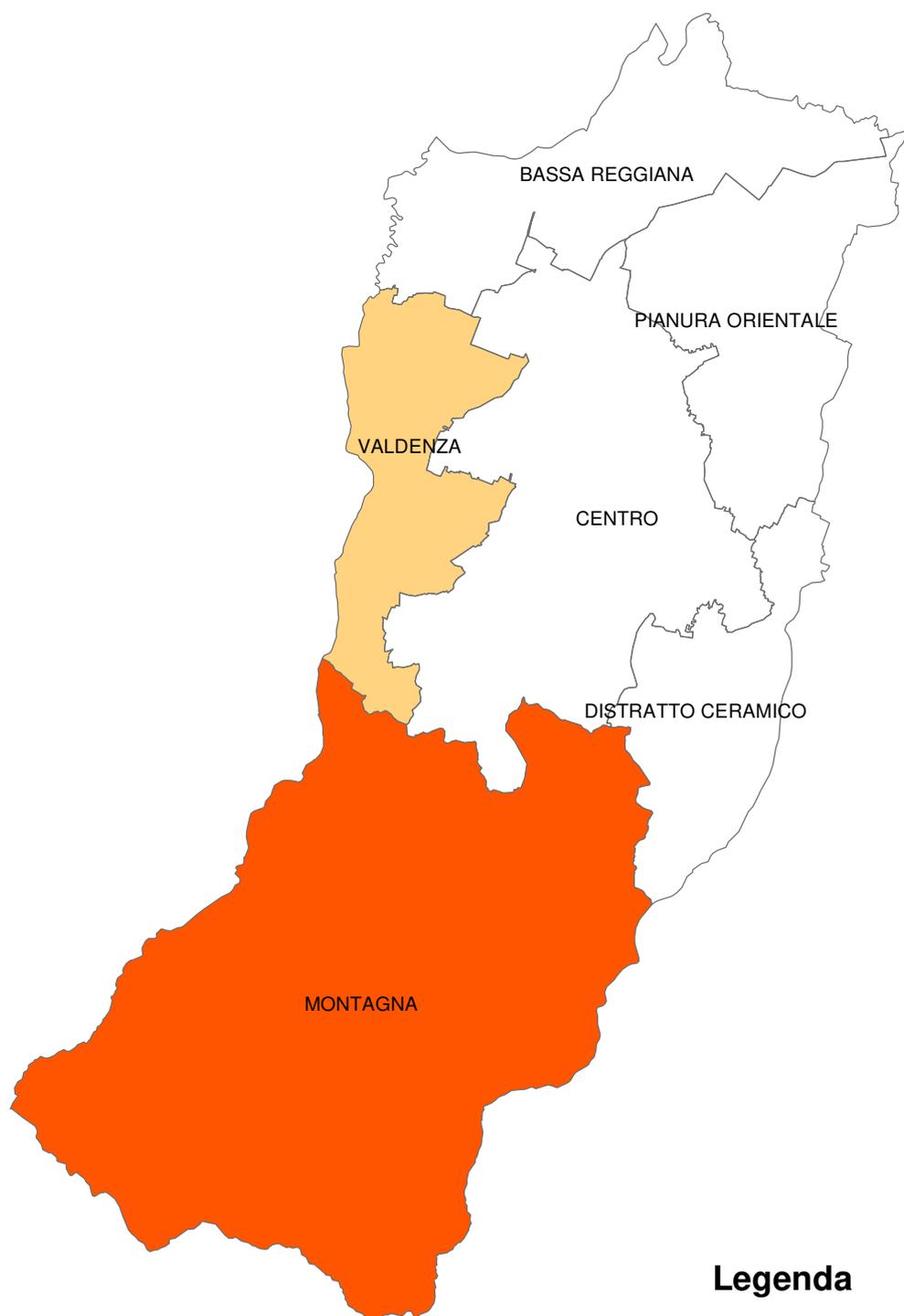
PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
37 - RECUPERO E PREPARAZIONE PER IL RICICLAGGIO  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



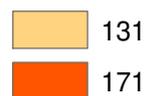
**Legenda**



PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
45 - COSTRUZIONI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**



PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
51 - COMMERCIO ALL'INGROSSO E INTERMEDIARI DEL COMMERCIO  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**

 202

PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
55 - ALBERGHI E RISTORANTI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**

 123

65 - INTERMEDIAZIONE MONETARIA E FINANZIARIA  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**

 140

PROVINCIA DI REGGIO EMILIA  
70 - ATTIVITA' IMMOBILIARI  
indici specializzazione produttiva (100=Italia),  
Censimento industria e servizi, 2001



**Legenda**

134