

ALPS BENCHMARKING INSIEME PER CRESCERE

CONFRONTI FRA PERFORMANCE DELLE PROVINCE ALPINE
ITALIANE, SINERGIE E COLLABORAZIONI



Progetto Alps Benchmarking Primo rapporto di benchmarking condiviso

a cura delle CCIAA coinvolte nel progetto Alps Benchmarking

Coordinamento della CCIAA di Sondrio
Area Studi ed Analisi territoriali – Progetto Statuto Comunitario/benchmarking territoriale

I confronti per area inclusi nella presente edizione sono a cura di:

Società: CCIAA Aosta – Ufficio Studi

Istituzioni: CCIAA Belluno – Ufficio Studi

Economia: CCIAA Sondrio – Area Studi e analisi territoriali – Progetto Statuto Comunitario/ benchmarking territoriale

Infrastrutture: CCIAA Bolzano – Istituto di Ricerca Economica

Ambiente e Territorio: CCIAA Trento – Ufficio Studi

Introduzione alle best practices: CCIAA Verbano–Cusio-Ossola – Ufficio Studi

Rapporto svolto nell'ambito delle attività previste dal Progetto Alps Benchmarking

Sintesi

Il presente rapporto di benchmarking elaborato in forma congiunta dalle Camere di Commercio dell'Arco Alpino italiano all'interno del progetto denominato proprio "Alps Benchmarking" rappresenta un importante momento di analisi e riflessione che permette di fotografare gli accadimenti trascorsi in periodi recenti e gli ultimi dati disponibili in una dimensione comparativa. Alps Benchmarking è un'iniziativa fondata sulla collaborazione fra province geograficamente e strutturalmente affini, disponibili a mettere in comune esperienze per individuare progettualità che possano rafforzare - attraverso l'azione di rete - l'economia alpina. Si tratta di un'attività di collaborazione che si è avviata nel 2012, promossa dalla Camera di Commercio di Sondrio e condivisa dalle altre Camere di Commercio Alpine. Le Camere di Commercio coinvolte sono così Aosta, Belluno, Bolzano, Cuneo, Sondrio, Trento e Verbano-Cusio-Ossola.

L'obiettivo specifico dell'attività di studio ed analisi in "rete", di cui in questo rapporto rappresenta una prima elaborazione, intende rendere permanente e sviluppare progressivamente il benchmarking territoriale per aumentare il livello di dettaglio e di approfondimento delle dinamiche che si sviluppano a livello locale ma che ormai richiedono contesti sempre più ampi per essere interpretate. Agendo sulla scorta di quanto già fatto dalle rispettive Camere di Commercio, condividendo indicatori e analisi, si intende trarre dal confronto vantaggi reciproci nella soluzione di problemi che accomunano i territori e fornire un patrimonio informativo più esteso da offrire ai decisori pubblici nelle scelte di politica economica da intraprendere.

Il rapporto si articola in due parti:

1) La prima parte, sulla scorta dell'ispirazione fornita dallo Statuto Comunitario per la Valtellina, opera del Professor Quadrio Curzio, "carta dei valori e orientamento strategico" per la costruzione di un futuro di qualità, racchiude un'analisi comparativa della performance dei diversi territori per area: Società, Istituzioni, Economia, Infrastrutture, Ambiente e territorio. Nello specifico le varie aree considerano gli aspetti complementari di un sistema socioeconomico: Società: per cogliere, in particolare, la disponibilità di reti di protezione e supporto, anche da parte di organizzazioni di società civile, nelle fasi critiche della vita individuale e sociale (infanzia, anziani, posto di lavoro) e la tematica della scuola; Istituzioni, per cogliere lo stato e l'efficienza erogativa dei servizi offerti a cittadini e imprese; Economia: per avere un'immagine sintetica di vari caratteri dell'economia locale, con indicatori di performance del sistema, ma anche relativi a imprenditorialità, innovatività, turismo e credito; Infrastrutture: per caratterizzare più gli aspetti di intensità nell'uso delle infrastrutture piuttosto che la loro dotazione (che cambia solo gradualmente), includendo anche il tema energia; Ambiente e territorio: per definire la dinamica di uso del territorio, il mutamento dei fattori di rischio e la qualità ambientale. In questa prima sezione del rapporto vengono confrontate le performance delle aree alpine italiane fra loro e offerti alcuni confronti dell'intera area (che qui chiamiamo Area Vasta) sia con il Nord Italia sia con la media nazionale. A puro titolo di esempio è possibile osservare che emergono punti di forza comuni alle aree alpine come la qualità della vita e l'elevata produzione di energia elettrica, oltre a specificità di determinate aree (come l'apertura internazionale superiore alla media nazionale dei distretti industriali consolidati, anche in area alpina (vedi ad esempio Belluno).

2) La seconda parte raccoglie una prima selezione di esperienze (best practices) su temi di interesse comune, da poter condividere e analizzare nelle loro condizioni di riproducibilità e da valutare per possibili adattamenti in altri contesti, prevedendo una possibile estensione anche a livello europeo. L'intenzione è poi quella di valutare la predisposizione e partecipazione congiunta a progetti a beneficio del sistema imprenditoriale e della società locale che possano essere finanziati a valere su misure dedicate al sistema camerale, su bandi nazionali e/o anche a livello Europeo.

Sono, infatti, stati realizzati già dall'avvio del progetto di collaborazione fra le Camere alpine, incontri sul tema dell'agroalimentare, in particolare sul lattiero caseario, e analisi delle esperienze e progetti volti a favorire l'apertura internazionale; al momento della redazione del rapporto sono in corso di realizzazione approfondimenti sul tema di filiera bosco-legno-energia ed è previsto di occuparsi anche di turismo, efficienza energetica, edilizia sostenibile, frutticoltura e innovazione. Sono così state qui raccolte e catalogate le esperienze legate al settore lattiero caseario, da un lato - grazie alla collaborazione avviata è stata presentata sul tema anche una proposta di progetto a valere sul fondo perequativo - e iniziative e progetti legati all'internazionalizzazione e al rafforzamento della presenza sui mercati esteri, dall'altro. Sempre ed in particolare in un momento congiunturale particolarmente incerto, confrontarsi diventa elemento strategico per guardare al futuro, chiave per conoscere i contesti di riferimento reciproci e per lavorare insieme, sviluppando sinergie e immaginando soluzioni nuove. Muovendo dalla condivisione e analisi di dati su molteplici tematiche (qualità della vita, credito, ricchezza energetica, vocazione turistica, accessibilità, propensione all'export e innovazione...) ci si sposta verso l'identificazione di punti di forza, di elementi da rafforzare e di esperienze da far conoscere e mettere a fattor comune, per disegnare nuove progettualità anche di dimensione internazionale rafforzando le già esistenti collaborazioni transfrontaliere di molti dei territori coinvolti.

Executive Summary

This benchmarking report, jointly drafted by the chambers of commerce of the Italian Alpine Arch under the "Alps Benchmarking" project, is an important tool for analysis and study that records recent events and provides up-to-date comparative data. The Alps Benchmarking initiative is based on collaboration among geographically and structurally similar provinces that are pooling their experiences and forming a network in order to devise initiatives to strengthen the Alpine economy. Initiated in 2012, this joint effort is promoted by the Sondrio Chamber of Commerce and involves the participation of the other Alpine chambers of commerce. The chambers of commerce involved in the project are: Aosta, Belluno, Bolzano, Cuneo, Sondrio, Trento and Verbano-Cusio-Ossola.

The objective of conducting the study and the analysis as a network (the first result of which is this report) is to create a permanent regional benchmarking system that can be developed over time. This system is intended to improve the understanding of dynamics that are local in nature but that require a broader context for accurate interpretation. Information that was previously gathered by the respective chambers of commerce, including indicators and analyses, is being compared in order to develop mutually beneficial solutions to problems that are common to all of the regions and provide public decision-makers with detailed information that can be used to make political and economic decisions.

The report is divided into two sections.

1) The first section – inspired by the Community Statutes for Valtellina (drafted by Professor Quadrio Curzio), "Charter of Values and Strategic Goals" for building a sound future – includes a comparative analysis of the performance of the different regions with respect to the following areas: Social Aspects, Institutions, Economy, Infrastructure, and Environment and Land. More specifically, these various areas take into consideration interrelated aspects of a socio-economic system. Social Aspects: gathering information on the availability of protection and support networks (including private sector organizations) during critical stages for individuals and groups (children, elderly, employment), and relating to education. Institutions: gathering information on the status and efficiency of services offered to citizens and businesses. Economy: developing an overview of the various characteristics of the local economy, including performance indicators for the system as well as business, innovation, tourism and credit. Infrastructure: focusing on the extent of use of the infrastructure rather than its features (which change slowly), including energy aspects. Environment and Land: identifying land use dynamics, changes in risk factors, and environmental quality. In addition to comparing performance among the Italian Alpine areas, the first section of the report compares the performance of the entire region (referred to here as the Wide Area) with that of Northern Italy, as well as the national average. As an example, the data shows that the Alpine areas share certain strengths, such as quality of life and a high level of electric power production, as well as specialized capabilities in certain areas (like the Alpine area's (e.g. Belluno) strong presence in foreign markets, which is higher than the national average for consolidated industrial districts).

2) The second section presents a range of best practices on issues of interest to all participating areas. These are intended to be shared, analyzed in terms of potential for reproducibility, and evaluated for possible adoption in other settings, keeping open a possibility for expansion on a Europe-wide level. The aim is therefore to evaluate the preparedness for and joint participation in projects that benefit business as well as the local community, which can be financed with loans granted through specific measures in the chamber of commerce system, or through national and/or European applications for funding.

Since the inception of the joint project among Alpine chambers of commerce, meetings have been held on the topic of agriculture and food, particularly dairy food, and an analysis of past experiences and projects relating to increasing the sector's presence in foreign markets was conducted. At the time that this report was written, a thorough study of the woodland-wood-energy production cycle was underway, and plans have been made to study tourism, energy efficiency, sustainable construction, fruit farming and innovation. This report presents examples relating to the dairy food sector (thanks to this new collaboration a project for the sector has been proposed that targets funding through the equalization fund) and initiatives and projects linked to internationalization and strengthening foreign market presence.

While always important, during these uncertain times a comparative analysis of performance becomes a particularly important strategic element for planning the future. It is essential for understanding other regions and for fruitful collaboration, as it promotes synergy and fosters the creation of new solutions. Sharing information and analyzing data pertaining to a variety of topics (quality of life, credit, energy resources, tourism potential, accessibility, potential for export and innovation, etc.) allows for the identification of strengths, weaknesses and examples that should be disseminated and adopted by all, thereby enabling the development of new projects, including international projects that strengthen the trans-border collaboration that already exists in many of the regions involved.

Sommaire

Ce rapport de benchmarking, élaboré conjointement par les Chambres de Commerce de l'arc alpin dans le cadre du projet nommé « Alps Benchmarking », constitue une démarche d'analyse et de réflexion importante en vue de l'examen comparatif des récents événements et des dernières données disponibles. Alps Benchmarking est une initiative fondée sur la collaboration de provinces présentant des affinités géographiques et structurelles, et disposées à partager leurs expériences en vue de définir des tendances pouvant renforcer l'économie alpine grâce à un réseau d'actions. Cette collaboration a démarré en 2012 sous l'égide de la Chambre de Commerce de Sondrio avec la participation des autres Chambres de Commerce alpines - Aoste, Belluno, Bolzano, Cuneo, Sondrio, Trente et Verbano-Cusio-Ossola.

L'objectif précis de cette activité d'étude et d'analyse en « réseau », dont ce rapport constitue une première élaboration, a pour but de développer progressivement un benchmarking territorial constant qui permettra d'approfondir et de préciser des dynamiques locales mais dont l'interprétation exige désormais des contextes de plus en plus amples. Dans la lignée de ce qui a déjà été fait par les Chambres de Commerce respectives, en partageant indicateurs et analyses, l'intention est de tirer de cette comparaison des avantages réciproques en termes de résolution des problèmes communs aux territoires et de fournir un patrimoine d'informations plus riche aux décideurs publics dans leurs choix des politiques économiques à adopter.

Le rapport s'articule en deux parties :

La première partie, s'inspirant du Statut communautaire pour la région Valtellina élaboré par Quadrio Curzio, « charte des valeurs et orientation stratégique » pour la construction d'un futur de qualité, consiste en une analyse comparative de la performance des différents territoires divisés en secteurs : société, institutions, économie, infrastructures, environnement et territoire. Plus spécifiquement, les différents secteurs comprennent les aspects complémentaires d'un système socioéconomique : Société : pour appréhender, en particulier, les réseaux de protection et de support prévus, également de la part des organismes de la société civile, durant les phases critiques de la vie individuelle et sociale (enfance, personnes âgées, emploi) ainsi que le thème de l'école ; Institutions : pour appréhender l'état et l'efficacité des services offerts à citoyens et entreprises ; Économie : pour disposer d'un tableau synthétique des différents caractères de l'économie locale avec des indicateurs de performance du système, mais également en termes d'esprit d'entreprise, esprit d'innovation, tourisme et crédit ; Infrastructures : pour caractériser l'intensité d'usage des infrastructures plutôt que leur disponibilité (qui ne change que graduellement) en incluant également le thème de l'énergie ; Environnement et territoire : pour définir la dynamique d'usage du territoire, la mutation des facteurs de risque et la qualité environnementale. Cette première partie du rapport compare les performances des régions alpines italiennes entre elles ainsi que l'ensemble de ces dernières (que nous appelons ici Grande Région), tant avec l'Italie du Nord qu'avec la moyenne nationale. À simple titre d'exemple, on peut observer l'émergence de points de force communs aux régions alpines, comme la qualité de la vie et la haute production d'énergie électrique, ainsi que la spécificité de régions déterminées (comme l'ouverture internationale supérieure à la moyenne nationale des districts industriels consolidés), également dans la région alpine (voir par ex. Belluno).

La seconde partie rassemble un premier groupe d'expériences (best practices) sur des thèmes communs, pouvant être partagées et analysées en termes de reproductibilité et évaluées en vue d'éventuelles adaptations à d'autres contextes - en prévoyant leur possible extension au niveau européen. L'objectif est d'évaluer ensuite la prédisposition et la participation conjointe à des projets bénéficiant au système d'entreprise et à la société locale, et pouvant être financés par des mesures intéressant le système des Chambres de commerce, des appels d'offres nationaux ou européens.

Dès le début du projet de collaboration entre les Chambres de Commerce alpines, des rencontres sur le thème de l'agroalimentaire ont été organisées, en particulier sur le secteur laitier-fromager, accompagnées d'analyses des expériences et projets visant à favoriser une ouverture internationale ; au moment de la rédaction du rapport, des approfondissements sur le thème de la filière forêt-bois-énergie sont en cours et il est également prévu d'examiner le tourisme, l'efficacité énergétique, la construction durable, la fruiticulture et l'innovation. Les expériences liées au secteur laitier-fromager ont donc été ici collectées et cataloguées - la collaboration établie a permis de présenter une proposition de projet sur le fond de péréquation - ainsi que les initiatives et projets liés à l'internationalisation et au renforcement de la présence sur les marchés étrangers.

Étant donné la conjoncture actuelle, particulièrement incertaine, se confronter devient un élément stratégique pour se tourner vers l'avenir, un instrument clé pour connaître les contextes de chacun et pour collaborer via le développement de synergies et l'élaboration de solutions nouvelles. Le partage et l'analyse de données portant sur une multitude d'aspects (qualité de la vie, crédit, richesse énergétique, vocation touristique, accessibilité, propension à l'export et innovation, etc.) permet de se mouvoir vers une identification des points forts, des éléments à renforcer et des expériences à faire connaître et à utiliser comme repères communs pour concevoir de nouvelles tendances, également internationales, en renforçant les collaborations transfrontalières déjà en acte de nombreux territoires intéressés.

Wirtschaftsbericht

Dieser Benchmarking-Bericht, der gemeinsam von den Handelskammern im italienischen Alpenraum im Rahmen des Projektes mit der Bezeichnung "Alps Benchmarking" ausgearbeitet wurde, stellt einen wichtigen Moment der Analyse und der Reflexion dar, anhand dessen die Ereignisse der jüngsten Zeit und die letzten, in vergleichender Form verfügbaren Daten festgehalten werden können. Alps Benchmarking ist eine Initiative, die auf der Kooperation zwischen geographisch und strukturell ähnlichen Provinzen basiert, die bereit sind, zur Entwicklung von Projekten ihre Erfahrungen zur Verfügung zu stellen, um durch Vernetzung die alpine Wirtschaft zu stärken. Es handelt sich um eine im Jahre 2012 ins Leben gerufene Kooperation, die von der Handelskammer Sondrio gefördert wurde und in die die anderen Handelskammern im Alpenraum (Aosta, Belluno, Bozen, Cuneo, Sondrio, Trient und Verbano-Cusio-Ossola) miteingebunden sind.

Die vernetzte Forschung und Analyse, worüber in diesem Bericht eine erste Ausarbeitung dargestellt wird, ist konkret darauf ausgerichtet, dauerhaft und laufend das territoriale Benchmarking zu entwickeln, um Details und Studien jener Dynamiken zu vertiefen, die sich auf lokaler Ebene entwickeln, die aber immer weitläufigere Kontexte benötigen, um interpretiert werden zu können. Anhand der bereits von den jeweiligen Handelskammern durchgeführten Tätigkeiten, der Indikatoren und Analysen, beabsichtigt man, aus dem Vergleich gegenseitige Vorteile bei der Suche nach Lösungen von gemeinsamen Problemen zu finden und mehr Informationen den öffentlichen Entscheidungsträgern bei der Wahl der einzuschlagenden Wirtschaftspolitik zu unterbreiten.

Der Bericht gliedert sich in zwei Teile:

1) Der erste Teil geht vom Gemeinschaftsstatut für das Valtellina aus, ein Werk von Professor Quadrio Curzio, ein "Dokument der Werte und der strategischen Orientierung" zur Gestaltung einer Zukunft mit Qualität, und schließt vergleichende Analysen der Performance der verschiedenen Gebiete ein: Gesellschaft, Institutionen, Wirtschaft, Infrastrukturen, Umwelt und Territorium. Im Konkreten werden für die verschiedenen Gebiete die komplementäre Aspekte eines sozioökonomischen Systems berücksichtigt: Gesellschaft: insbesondere zur Erfassung der Verfügbarkeit von Netzwerken zum Schutz und Unterstützung in schwierigen Lebensphasen des Einzelnen und der Gesellschaft (Kinder, alte Menschen, Arbeit), und zwar auch von Organisationen der Zivilgesellschaft, sowie zum Thema Schule; Institutionen: zur Erfassung des Istzustandes und der Effizienz von Diensten, die den Bürgern und Unternehmen angeboten werden; Wirtschaft: um einen Überblick über die heimische Wirtschaft zu bekommen, mit Performance-Indikatoren des Systems, aber auch in Bezug auf das Unternehmertum, Innovation, Tourismus und Darlehen; Infrastrukturen: um verstärkt die Aspekte der Intensität der Nutzung der Infrastrukturen als ihre Ausstattung zu berücksichtigen (die sich nur allmählich verändert), unter Miteinbindung des Themas Energie; Umwelt und Territorium: um die Dynamik der Nutzung des Gebietes, die Veränderung der Risikofaktoren und die Umweltqualität zu definieren. In diesem ersten Abschnitt des Berichtes werden die Performances der italienischen Alpengebiete untereinander verglichen und einige Vergleiche des Gesamtgebietes (den wir hier als 'Area Vasta' (überregionales Netzwerk) bezeichnen) mit Norditalien und dem nationalen Mittel angestellt. Als Beispiele für gemeinsame Stärken im Alpenraum seien an dieser Stelle Lebensqualität und die hohe Stromproduktion erwähnt, zudem aber auch die Eigenheit bestimmter Gebiete (wie die internationale Öffnung konsolidierter Industriestandorte auch im alpinen Raum (z.B. Belluno), die über dem nationalen Durchschnitt liegt).

2) Der zweite Teil umfasst eine erste Auswahl an Erfahrungen (Best Practices) zu den Themen, die von gemeinsamem Interesse sind, damit ihre Bedingungen der Reproduzierbarkeit gemeinsam analysiert und auf ihre mögliche Einbindung in andere Kontexte – auch auf europäischer Ebene – beurteilt werden können. Dadurch soll beurteilt werden, ob die Beteiligung an gemeinsamen Projekten zugunsten des Unternehmenssystems und der lokalen Gesellschaft Sinn macht, die über Maßnahmen für das Kammersystem, nationale und europäische Ausschreibungen finanziert werden können.

Es wurden bereits seit dem Beginn der Projektzusammenarbeit zwischen den Handelskammern im Alpenraum Treffen zum Thema Nahrungsmittel umgesetzt, insbesondere zum Thema Milch- und Käseprodukte sowie Analysen der Erfahrungen und der Projekte, die auf Stärkung der internationalen Öffnung ausgerichtet sind. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichtes werden laufend Studien zum Thema Produktionskette Wald-Holz-Energie durchgeführt. Ebenso ist auch die Auseinandersetzung mit Tourismus, Energieeffizienz, nachhaltige Bauweise, Obstbau und Innovation vorgesehen. So wurden hier die Erfahrungen in Zusammenhang mit dem Milch- und Käsesektor gesammelt und katalogisiert. Einerseits wurde dank der Zusammenarbeit zu diesem Thema auch ein Projektvorschlag aus dem Ausgleichsfonds eingereicht sowie Initiativen und Projekte in Zusammenhang mit der Internationalisierung und der Stärkung der Präsenz auf den ausländischen Märkten andererseits.

Insbesondere in einem konjunkturmäßig unsicheren Moment wird die Auseinandersetzung zu einem strategisch wichtigen Element, um in die Zukunft zu blicken, ein Schlüssel, um die gegenseitigen Bezugskontexte kennen zu lernen und um zusammen zu arbeiten, Synergien zu entwickeln und neue Lösungen auszuarbeiten. Durch das Teilen und die Analyse der Daten zu den verschiedenen Themen (Lebensqualität, Ansehen, Energiereichtum, Tourismus, Zugänglichkeit, Exportbereitschaft und Innovation ...) erfolgt eine Bewegung in Richtung Identifikation von Stärken, forcierenden Elementen und Erfahrungen, die man präsentiert und auf einen gemeinsamen Nenner bringt, um neue Projekte, auch auf internationaler Ebene zu entwickeln und die bereits bestehenden grenzüberschreitenden Kooperationen vieler der miteingebundenen Gebiete zu stärken.

Indice



I messaggi dei Presidenti

pag 8



Introduzione e sintesi degli obiettivi

pag 13



Nota metodologica

pag 15



I territori

pag 21



Confronti per area

pag 24

Società

Istituzioni

Economia

Infrastrutture

Ambiente e territorio



Esperienze da condividere

pag 60

Settore lattiero-caseario

Internazionalizzazione e apertura sui mercati esteri



Appendice

pag 71

Dati quantitativi di riferimento dei territori alpini

Catalogazione delle best practices sull'internazionalizzazione

Catalogazione delle best practices del settore lattiero-caseario



I messaggi dei Presidenti



Nicola Rosset
Presidente della Camera di Commercio di Aosta

“Il talento può farti vincere una partita, ma l’intelligenza ed il gioco di squadra un campionato” credo che questa famosa frase di Michael Jordan, uno dei più famosi cestisti americani di tutti i tempi, racconti meglio di tante altre parole quello che penso sia il principale punto di forza del lavoro che le Camere di Commercio di Aosta, Belluno, Bolzano, Cuneo, Sondrio, Trento e Verbano-Cusio-Ossola, hanno condotto nel corso di questi mesi e che proprio in questa pubblicazione mette a frutto gli sforzi messi in campo. In un sistema economico ed imprenditoriale che si evolve a ritmi sempre più rapidi, la capacità di dare vita a nuove sinergie tra realtà che presentano, nel rispetto delle proprie singole peculiarità, aspetti di omogeneità costituisce, infatti, un importante elemento di crescita sul quale puntare per vincere le sfide del mercato.

Oggi più che mai, fare rete è un’esigenza alla quale è impossibile non dare una risposta e sulla quale anche la Valle d’Aosta sta concentrando gli sforzi per riuscire ad uscire da una situazione economica nella quale proprio le realtà più piccole rischiano di pagare il prezzo maggiore. Ma per poter lavorare insieme è fondamentale conoscersi e conoscere il contesto nel quale ci si muove. A questa importante esigenza tenta di rispondere questo primo lavoro portato a compimento dalle Camere di Commercio.

Al suo interno, grazie alla collaborazione tra i diversi responsabili nelle diverse regioni, trova spazio una attenta descrizione socio economica dei territori di riferimento, che va a costituire un primo importante tassello per un quadro che speriamo possa essere in grado di dare vita a nuove ed importanti forme di collaborazione non solamente istituzionale, ma anche e soprattutto dal punto di vista economico ed imprenditoriale.



Paolo Doglioni
Presidente della Camera di Commercio di Belluno

In qualità di Presidente della Camera di Commercio ho aderito con convinzione ad Alps Benchmarking. Si tratta di un progetto che Belluno condivide con Aosta, Bolzano, Cuneo, Trento, Sondrio e Verbano-Cusio-Ossola, sei province interamente alpine, dotate di caratteristiche e problemi simili, ma intenzionate a condividere sia le best practices sia la messa a punto di strategie di valorizzazione delle rispettive peculiarità.

Fare rete aiuta, tanto più nell’attuale congiuntura di grave crisi economica, perché là dove si cimenta una squadra anziché un singolo giocatore, grazie al confronto delle idee, cresce la probabilità di individuare progetti che rendano più competitive le terre alte.

Questo rapporto, redatto dagli Uffici Studi delle Camere coinvolte in Alps Benchmarking, rappresenta il primo passo del progetto e mira ad acquisire una più puntuale conoscenza del territorio, che esce dai consueti confini provinciali per allargarsi all’area alpina. Ponendosi al servizio della politica economica, l’analisi statistica può favorire i decisori pubblici nell’adozione di iniziative che contribuiscano a sviluppare eccellenze – anche condividendo pratiche già collaudate – e migliorare il vivere e il fare impresa in montagna. Queste sei Camere di Commercio, in qualità di istituzioni pubbliche da sempre sensibili alle esigenze della vita produttiva locale, intendono dare il loro contributo.



On. Michl Ebner
Presidente della Camera di Commercio di Bolzano

La Camera di Commercio di Bolzano ha aderito con grande convinzione al progetto Alps Benchmarking. In un'era caratterizzata dalla globalizzazione e dall'apertura dei mercati è diventato più che mai indispensabile confrontarsi con altre realtà.

La comparazione si rende particolarmente preziosa quando viene effettuata tra territori affini, nel nostro caso accomunati dall'essere inseriti in un ambiente di montagna. Se è stato possibile predisporre in poco tempo – poco più di sei mesi – un ampio e valido set d'indicatori, teso al confronto tra le realtà delle sette province coinvolte, ciò è riconducibile alla lodevole iniziativa della Camera di Commercio di Sondrio e del suo Presidente Emanuele Bertolini, che oltre ad aver promosso il progetto ne ha assunto anche il coordinamento. L'esperienza congiunta va messa nella giusta luce: non si tratta tanto di assegnare dei "voti" ai singoli territori, quanto di individuare delle nuove opportunità che consentano di migliorare, insieme, imparando dall'esperienza altrui. Va considerato che il progetto è ancora nella fase pilota. Sarà ora importante insistere su questa strada ed ampliare il confronto anche ad altri territori dell'arco alpino sul versante austriaco, svizzero e francese. Un'iniziativa nata sul territorio italiano potrebbe così acquisire una dimensione europea.



Ferruccio Dardanello
Presidente della Camera di Commercio di Cuneo

Con la recente adesione al progetto camerale "Alps Benchmarking", la Camera di Commercio di Cuneo pone la montagna al centro, vista come risorsa e peculiarità, promettente terreno di azione e opportunità da non trascurare.

Forte delle sue 10 vallate alpine che tanto hanno inciso sulla storia della "provincia Granda", Cuneo ha in questi anni saputo coniugare tradizioni e testimonianze con valorizzazione di produzioni tipiche e conseguente sviluppo del turismo. Vallate che, in estate, nei 66 rifugi alpini ospitano migliaia di turisti, si preparano nei mesi invernali ad accoglierli per offrire loro comprensori sciistici con oltre 737 km di piste. Una montagna oggi vista come elemento di unione, cerniera e legame tra le genti, grazie alla vocazione innata verso la Francia e l'Alta Provenza, ancora più forte grazie ai progetti transfrontalieri.

Una prima selezione delle esperienze ha riguardato il settore lattiero caseario e la filiera bosco/legna/energia. In entrambi i settori, la provincia di Cuneo vanta esperienza: l'antica pratica zootecnica e l'alpeggio, l'allevamento della razza bovina "piemontese", i caseifici di montagna e gli straordinari formaggi. Così per il legno, ricchezza delle nostre montagne, in appoggio a un artigianato capace di reinventarsi coinvolgendo forestazione, manualità e nuove frontiere di filiera come le fonti energetiche alternative.

Nuove tematiche quali ad esempio l'acqua, oro blu del prossimo futuro, potranno essere sviluppate lavorando in rete, perché insieme si è più forti, propositivi e pronti ad affrontare le scommesse del futuro.



Emanuele Bertolini
Presidente della Camera di Commercio
di Sondrio

La sensazione, molto piacevole, è quella di sentirsi meno soli, la speranza, molto concreta, è quella di ottenere importanti risultati: da quando abbiamo avviato questo progetto, organizzando gli incontri e intensificando gli scambi, è nata una nuova consapevolezza. Insieme siamo più forti.

Confrontarsi, comprendere che i tuoi problemi sono anche quelli degli altri è il primo passo per costruire il futuro, per superare la crisi e uscirne migliori. In quanto territori alpini condividiamo le difficoltà legate alla presenza di un tessuto produttivo frammentato, di micro e piccole aziende che necessitano di supporto, ma siamo anche fieri sostenitori delle nostre specificità che, ognuno a suo modo, abbiamo cercato di salvaguardare e di valorizzare.

Abbiamo difficoltà comuni ma anche riflessioni, approfondimenti e studi sulle opportunità di crescita e di promozione del territorio ed è venuto il momento di condividerle, di mettere a frutto esperienze positive e negative di ciascuna provincia per fare sintesi, allargando i successi dell'una alle altre, spiegando le criticità, approfondendo gli insuccessi, per creare un database di best practice da mettere al servizio di tutti.

Alla piacevolezza degli incontri che abbiamo avuto da un anno a questa parte, noi presidenti e i responsabili delle rispettive Aree Studi, alla profondità dello scambio, aggiungiamo quale tappa significativa del progetto avviato il pragmatismo dei dati di questo rapporto. Uno strumento che noi per primi utilizzeremo, ma che mettiamo a disposizione di coloro i quali intendano approfondire le dinamiche di questi territori montani.



Adriano Dalpez
Presidente della Camera di Commercio di
Trento

Le province di Aosta, Belluno, Bolzano, Cuneo, Trento, Sondrio e Verbano-Cusio-Ossola sono territori montani e, in quanto tali, hanno molte caratteristiche simili: dalle strutture dei tessuti produttivi alle opportunità imprenditoriali, dalla sensibilità nell'amministrazione del territorio e nella gestione delle risorse ai problemi nella mobilità delle persone e delle merci.

Per questo motivo, come Camere di Commercio, soggetti rappresentativi del mondo delle imprese, abbiamo deciso di dare vita ad "Alps Benchmarking", un progetto ambizioso che, sulla base dell'analisi e del confronto di una molteplicità di indicatori socio-economici condivisi, permette un puntuale monitoraggio dei cambiamenti, l'approfondimento e la comprensione di tematiche specifiche relative all'economia, alla società, alle infrastrutture, all'ambiente e al territorio, l'individuazione di interventi e l'elaborazione di programmi di sviluppo più efficaci e mirati.

Questo Rapporto congiunto, elaborato dagli Uffici Studi delle nostre Camere di Commercio, costituisce il primo risultato tangibile di questo impegno comune; esso è anche e soprattutto uno strumento prezioso che gli enti camerali mettono a disposizione delle rispettive comunità per capire meglio i loro punti di forza e di debolezza, ma anche per proporre esempi e best practices in grado di migliorarne la competitività.



Tarcisio Ruschetti
Presidente della Camera di Commercio di
Verbano-Cusio-Ossola

Abbiamo aderito con convinzione ad Alps Benchmarking innanzitutto perché il confronto e la collaborazione con altri territori sono un po' nel nostro DNA.

Da tempo usiamo il benchmarking per migliorare efficienza/economicità (da 10 anni le Camere di Commercio piemontesi fanno benchmarking sul controllo di gestione) e per avere indicazioni di policies. Sin dal piano strategico 2003-2007 valutiamo il posizionamento competitivo del territorio anche con il benchmarking settoriale e territoriale.

Apprezziamo perciò l'effettiva e concreta utilità di questo strumento. Già durante la 10^a Giornata dell'Economia abbiamo dedicato ampio spazio ad alcuni indicatori di confronto. Alps Benchmarking ha il merito di mettere a confronto indicatori di tipo statistico-quantitativo e le esperienze più significative su temi di interesse comune. In un momento di crisi e grande incertezza conoscere, per comprendere come fare meglio e trovare anche insieme proposte e soluzioni, è fondamentale. "Conoscere per deliberare" è una delle più note e a volte inascoltate lezioni di Luigi Einaudi.

Alps Benchmarking ha un'ulteriore valenza: è la prima iniziativa di questo genere, in cui le Camere di Commercio dimostrano che è possibile creare valore aggiunto, perché oggi la conoscenza è il valore aggiunto, lavorando insieme, al di là delle appartenenze amministrative, delle dimensioni, delle differenze, mettendo a valore le esperienze e risorse che ciascuna possiede. Come, mi sembra, ci chiedono le imprese.

Introduzione e sintesi degli obiettivi



Introduzione e sintesi degli obiettivi

Il focus del progetto Alps Benchmarking è attuare la dimensione comparativa del confronto con aree simili dal punto di vista geografico e strutturale per individuare sinergie e collaborazioni. Un tale percorso, condiviso dalle Camere di Commercio dell'area alpina, si è avviato il 9 febbraio 2012 a Sondrio, con un incontro sul tema del benchmarking promosso dalla Camera di Commercio di Sondrio a cui hanno partecipato tutti i Presidenti delle diverse Camere Alpine: una tappa importante nel percorso verso la realizzazione di un sistema di comparazione territoriale delle aree alpine.

Il progetto muove e trova origine nel sistema di monitoraggio previsto dallo Statuto Comunitario per la Valtellina, che prevede indicatori su diversi temi per monitorare il progresso verso uno sviluppo economico sostenibile. I temi infatti vanno dall'economia, alla società, alle istituzioni, alle infrastrutture, ad ambiente e territorio, per cercare di abbracciare tutto ciò che permette di migliorare la qualità di vita di un territorio, da un lato, e di renderlo attrattivo, dall'altro. Il confronto è quindi inteso come stimolo per migliorare la propria performance, per porsi obiettivi sempre più ambiziosi, non tanto come la realizzazione di una graduatoria fra territori alpini. E' chiaro però che tale sistema di confronto da solo non può essere chiave di lettura di tutte le dimensioni di cui si deve tenere conto, in quanto serve la complementarità data da elementi quantitativi con valutazioni qualitative. L'obiettivo dell'azione avviata attraverso il benchmarking è quella di sviluppare e consolidare una rete di relazioni, avviare progettualità comuni, mutuare esempi e buone pratiche, condividere soluzioni comuni fra territori che si trovano ad affrontare situazioni e problematiche simili. Il confronto sarà così orientato al monitoraggio dei cambiamenti nel tempo, per poter offrire indicazioni di policy. Il valore aggiunto della collaborazione diventa quello del coinvolgimento attivo di tutti i territori per raccogliere e condividere esperienze, per aggiungere quindi alla dimensione quantitativa dei dati quella qualitativa delle valutazioni e delle interpretazioni che derivano da una conoscenza approfondita ciascuno del proprio territorio. La realizzazione di report di benchmarking condivisi da tutti i territori, a partire dalla prima realizzazione con il presente rapporto, intende offrire una sintesi dei confronti e mettere a fattor comune valutazioni specifiche, favorendo la possibilità di selezionare, importare, adattare al contesto specifico sviluppare ulteriormente esperienze realizzate in contesti diversi.

Gli obiettivi principali del progetto di monitoraggio e confronto territoriale avviato con gli altri territori sono pertanto:

1. la creazione e l'alimentazione di una banca dati socio-economica che consenta la comparabilità dei dati, flessibile a sufficienza da consentire, in prospettiva, anche l'apertura ad una dimensione transnazionale e tale da permettere una disponibilità di dati sufficiente a garantire una descrizione dei diversi sistemi non prettamente economica ma a più ampio spettro (includendovi quindi le altre aree indicate in ottica di sviluppo e attrattività);
2. una migliore conoscenza reciproca, sulla base di confronti, scambi di esperienze incontri e progetti comuni, quale volano di crescita e di sviluppo, a livello nazionale e transnazionale;
3. la redazione di periodici Report di benchmarking, innanzitutto specifici per i vari territori e inseriti nelle normali attività di studio e analisi territoriale svolte a livello istituzionale, ma soprattutto report periodici condivisi – come intende fare questo primo lavoro – per sintetizzare analisi e valutazioni qualitative raccolte dai diversi territori così da agevolare l'interpretazione e l'individuazione di strategie congiunte di sviluppo e crescita per le aree alpine. In tale ottica le Camere di Commercio partecipanti intendono anche dare vita ad un modello sperimentale collaborativo da proporre anche all'interno del Sistema Camerale nazionale ed in prospettiva anche europeo.

Nota metodologica



Nota metodologica

Il presente Rapporto nasce con l'obiettivo di raccogliere e sistematizzare informazioni quantitative e qualitative relative ai territori alpini italiani afferenti alle Camere di Commercio aderenti al progetto "Alps Benchmarking": Aosta, Belluno, Bolzano, Cuneo, Sondrio, Trento e Verbano-Cusio-Ossola. E' opportuno evidenziare che per Cuneo dati e riferimenti sono per questa prima elaborazione del report solo parziali ma che verranno integrati in modo più completo per una più articolata edizione del rapporto da realizzarsi a breve (e certamente in vista della Giornata dell'economia 2013). La realizzazione e l'avvio del progetto, come anticipato, hanno seguito l'iniziativa della Camera di Commercio di Sondrio e trovato spunto nello "Statuto Comunitario per la Valtellina", opera del Professor Alberto Quadrio Curzio che ha proposto le linee di uno sviluppo di qualità per la provincia di Sondrio, sulla base dei principi di sussidiarietà, solidarietà e sviluppo sostenibile. L'obiettivo proposto è che la provincia di Sondrio di fatto diventi "valle alpina lombardo europea nel XXI secolo", anche attraverso attività di confronto per posizionare e favorire il miglioramento del contesto locale, con confronti e sinergie fra aree geografiche simili: ecco quindi lo spunto alle attività di benchmarking territoriale per le aree alpine e allo sviluppo di Alps Benchmarking.

All'interno del progetto di benchmarking avviato con le Camere di Commercio alpine, nel corso dell'incontro tecnico tenutosi a Sondrio in febbraio 2012 è stata condivisa una proposta operativa predisposta da Sondrio per un'azione congiunta sul tema del benchmarking territoriale, che in sintesi prevede la condivisione di un sistema di indicatori, la realizzazione di rapporti di benchmarking congiunti, la condivisione di best practices su tematiche di interesse comune e la progressiva apertura a confronti europei. Il presente rapporto segue alla realizzazione, da parte di ogni Camera, ciascuna secondo le proprie modalità, di una sezione sul benchmarking all'interno delle Relazioni economiche presentate nel corso dell'annuale appuntamento della Giornata dell'Economia.

Alps Benchmarking è diventata così un'iniziativa fondata sulla collaborazione fra province affini, geograficamente simili e disponibili a mettere in comune esperienze per individuare progettualità che diano nuovo impulso all'economia della montagna. La collaborazione fra Camere alpine, articolata in una serie di incontri in programma a cadenza regolare, prevede di occuparsi di approfondimenti su temi specifici di interesse montano (settore agroalimentare e lattiero caseario, filiera foresta-legno-energia, turismo, efficienza energetica, edilizia sostenibile, frutticoltura, innovazione e apertura verso i mercati esteri...).

Nella parte del progetto dedicata alla raccolta di dati su aspetti riguardanti i molteplici temi individuati, per il confronto territoriale si è concordato di fare riferimento alle aree tematiche e sottoaree proposte dal Professor Quadrio Curzio rispetto alle quali già numerosi approfondimenti, verifiche ed estensioni erano state effettuate nel quadro della progressiva implementazione dello Statuto a livello locale di provincia di Sondrio. Le cinque aree tematiche base per il confronto sono, come già ricordato: Società, Istituzioni, Economia, Ambiente Territorio e Infrastrutture. Per ciascuna area vengono individuate anche delle sottoaree, ognuna delle quali poi ha degli indicatori di riferimento specifici, per consentire un'analisi più mirata e definita. La tabella¹ seguente propone l'elenco di aree sottoaree e indicatori utilizzati nel lavoro di analisi ed elaborazione.

Condivisi gli indicatori e l'opportunità del loro utilizzo con tutti i partners del progetto si è deciso di affidarsi all'Istituto Guglielmo Tagliacarne per poter avere dati in serie storica, accessibili e confrontabili per tutti i territori e per i diversi indicatori di riferimento individuati. Il supporto dell'Istituto Tagliacarne, già di riferimento per la rete delle Camere di Commercio diventa così importante nel permettere di disporre di dati omogenei e confrontabili per descrivere l'evoluzione dei confronti avviati nel corso del 2012 all'interno di Alps Benchmarking. Accanto alla messa a disposizione di dati è opportuno segnalare poi che è in corso di realizzazione una piattaforma web quale sistema informativo aggiornato agile e accessibile

¹ Nell'appendice al presente volume sono proposte le tabelle di sintesi con i valori resi disponibili, area per area e territorio per territorio. Nel tempo, sarà possibile osservare il cambiamento dei singoli indici rispetto agli anni precedenti, per valutare il grado di miglioramento/peggioramento delle caratteristiche legate agli indicatori specifici. Sarà possibile inserire anche indicatori d'impatto legati all'implementazione di possibili iniziative mutate da altri territori grazie alla condivisione di best practices su temi specifici.

Figura 1: Aree tematiche, sotto-aree e sintesi degli indicatori. Fonte: elaborazione CCIAA alpine

Società	Popolazione	Popolazione totale e distribuzioni in base al sesso/età; indici di vecchiaia, mortalità, natalità, dipendenza, suicidi e divorzi
	Immigrati	Immigrati regolari, immigrati minorenni e percentuale di concessioni di cittadinanza
	Condizioni infanzia	Disponibilità di asili comunali
	Condizione scolastica	Rapporto studenti/classi, indice di dispersione scolastica e rapporto insegnanti/studenti
	Condizione universitaria	Numero di laureati e percentuale di popolazione con titolo di studio universitario
	Condizione anziani	Indice di dipendenza degli anziani e popolazione di età maggiore di 64 anni
	Non profit e volontariato	Numero di cooperative sociali
	Sicurezza sul lavoro	Numero di occupati e numero di infortuni, morti sul lavoro
Istituzioni	Servizi ai cittadini	Numero di musei, visitatori e introiti lordi
	Servizi sanitari	Tasso di emigrazione ospedaliera, posti letto in rapporto alla popolazione e attività di Day-Hospital
	Sicurezza personale	Tasso di criminalità
	Giustizia	Percentuale di cause evase su quelle nuove e pendenti
Economia	Performance macro	Piazzamento nelle classifiche sulla qualità della vita
	Imprenditorialità	Numero di imprese per settore, indici specifici sull'imprenditorialità come ad esempio la percentuale di imprese femminili, il numero di imprese fallite o la percentuale di imprese artigiane sul totale
	Innovazione	Numero di domande depositate per brevetti, marchi, modelli, disegni e invenzioni
	Economia	Addetti e superficie dei supermercati e grandi magazzini, assunzioni non stagionali previste, unità di lavoro e numero ore di Cassa Integrazione Guadagni
	Turismo	Numero di presenze, arrivi e permanenza media dei turisti, alcuni indicatori di tipo strutturale come ad esempio il numero di esercizi alberghieri, il rapporto tra il numero di stanze totali e il numero di stanze in hotel con più di 3 stelle o il numero di abitazioni residenziali
	Internazionalizzazione	Tasso di apertura e propensione all'export di ogni territorio oltre ai flussi di import ed export per paese di provenienza o per tipo di prodotto
	Credito	Impieghi, depositi e sofferenze del sistema bancario provinciale
	Risultati economici	Valore aggiunto dell'economia, consumi, reddito e patrimonio delle famiglie
	Occupazione	Numero di occupati per settore di attività e qualifica, tasso di disoccupazione e persone in cerca di lavoro
Infrastrutture	Infrastrutture urbane	Incidenti stradali e autovetture circolanti
	Energia	Consumi di energia e indicatori strutturali della rete oltre alla quantità di energia idroelettrica prodotta, il numero e il tipo di impianti da fonti rinnovabili. Dati sul consumo e vendita di idrocarburi
	Infrastrutture	Specifici indicatori del livello infrastrutturale provinciale
Ambiente e territorio	Qualità ambientale	Indice di qualità ambientale di Legambiente
	Qualità aria	Giorni di superamento della soglia di concentrazione di PM10
	Uso del suolo	Numero di permessi di costruire
	Gestione rifiuti	Percentuale di raccolta differenziata in provincia e quantità di rifiuti prodotti
	Ecosistemi forestali	Numero di incendi e superficie percorsa da fuoco
	Rischio ambientale	Classificazione sismica

da tutti i territori per la realizzazione di una base dati integrata, e in aggiornamento continuo, quasi in tempo reale.

Come si accennava, i dati quantitativi da soli permettono di offrire uno spaccato importante ma comunque parziale delle realtà messe a confronto: è per questo motivo che accanto all'importante confronto sui dati sono state aggiunte valutazioni qualitative fornite da ogni territorio rispetto ad elementi e situazioni specifiche, per permettere di connotare e spiegare pertanto in modo più preciso determinate realtà e condizioni locali sulla base di una conoscenza specifica del territorio di riferimento (un esempio è offerto ad esempio dai distretti industriali presenti in alcune aree montane che presentano propensioni all'export molto elevate rispetto agli altri territori e anche alle medie di confronto con aree legate al Nord Italia). A questo proposito sono stati utilizzati form specifici di indagine e confronto con la possibilità di offrire commenti di carattere qualitativo, particolarmente significativi in un quadro che possa integrare al meglio i dati, da una parte, e interpretazioni e valutazioni degli stessi, dall'altra.

Aspetto fondamentale del progetto e conseguentemente del presente rapporto è la volontà di raccogliere e catalogare, su temi di interesse specifico, esempi, esperienze e buone prassi riferite ai diversi territori, con lo scopo di condividere problematiche e soluzioni condividendo modelli di riferimento che in altri contesti si sono rivelati vincenti. Il form utilizzato per la catalogazione ha messo in luce per ogni esperienza raccolta i seguenti aspetti, di carattere quantitativo e qualitativo per fare un quadro preciso di ogni esperienza proposta:

- Area tematica e caratteristiche principali
- Soggetti responsabili
- Altri soggetti coinvolti
- Costi (e quota fra pubblico e privato)
- Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio
- Risultati raggiunti
- Obiettivi futuri
- Difficoltà riscontrate ed eventuali errori commessi
- Quali condizioni di riproducibilità

Dall'attività congiunta, dal team work, dalla condivisione di valutazioni ed interessi, i Presidenti delle Camere di Commercio coinvolte, insieme anche ai responsabili delle Aree di studio e analisi territoriali, hanno deciso di avviare i confronti sulle seguenti tematiche:

- Settore lattiero-caseario (tema approfondito nel meeting di Trento del 18 maggio 2012)
- Internazionalizzazione (Tema individuato e approfondito fra i responsabili delle aree studio e analisi territoriale nell'incontro del febbraio 2012 a Sondrio)
- Filiera bosco-legno-energia (oggetto dell' incontro ad hoc di Bolzano del settembre 2012).

In modo specifico è possibile evidenziare alcune motivazioni che hanno portato a scegliere tali tematiche fra i primi argomenti di interesse condiviso.

Per quanto riguarda il tema dell'internazionalizzazione, il difficile momento congiunturale che stiamo attraversando, ha ancora di più messo in evidenza il ruolo chiave dell'apertura sui mercati esteri come possibilità di agganciare una ripresa che all'interno si farà attendere a causa dell'incertezza e contrazione della domanda interna. Innovazione e internazionalizzazione rappresentano, infatti, strategie di crescita importanti per poter guardare avanti e oltre la crisi. Si tratta di linee di sviluppo chiave per le imprese, ma che spesso le imprese da sole non riescono ad intraprendere richiedendo il supporto di enti ed istituzioni (quali la Camera di Commercio) le quali mettono a disposizione competenze e contributi per agevolare una maggiore presenza in questo senso.

Relativamente, invece, al settore lattiero-caseario, si tratta di un settore che interessa tutte le aree coinvolte e richiama l'identità alpina, il forte radicamento del settore stesso e la tradizione che contraddistingue il lavoro in alpeggio e la trasformazione del latte in prodotti alimentari tipici. Ci si è avvalsi di esperti presenti sul territorio, molti dei quali presenti al meeting di Trento, per permettere una ricostruzione di tutte le caratteristiche del settore, ivi inclusa una SWOT analysis volta a mettere in luce punti di forza e debolezza e approfondimenti delle caratteristiche del settore anche nella sua evoluzione nel tempo. Accanto a questo, il coinvolgimento di esperti per settore ha risposto anche alla volontà di favorire una messa in rete a più livelli: non solo fra Camere di Commercio ma anche fra esperti in un'ottica di rete ancora più operativa.

In ottica di collaborazione attiva, sotto il coordinamento scientifico della Camera di Commercio di Sondrio, è opportuno evidenziare che questo primo rapporto è frutto della collaborazione fra le diverse strutture di studio e analisi afferenti ai diversi territori: ogni struttura, infatti, si è occupata di redigere una sezione del rapporto, analizzando in forma sintetica i dati disponibili per l'area tematica di specifica competenza. In particolare si è valutato opportuno inserire, a conclusione di ogni sezione, un grafico a "radar" (o a diamante) per avere una visione ancor più sintetica per gli indicatori più significativi e confrontarli rispetto alle varie dimensioni territoriali, anche se questo metodo – è opportuno ricordarlo - può essere soggetto ad alcune limitazioni (soprattutto nel caso di un insieme di territori non perfettamente omogenei, dove i valori dei territori più grandi influenzano quelli dell'area complessiva di confronto). Da un punto di vista meramente operativo segnaliamo che per costruire il grafico è stato associato un indicatore ad ogni vertice della figura, con 100 pari al valore dell'Area Vasta (il totale dei territori alpini coinvolti, tratteggiato); successivamente è stato inserito il dato relativo ad ogni indicatore per ogni territorio. Il risultato finale è la possibilità di avere in modo immediatamente confrontabile i dati di ciascun territorio evidenziando punti deboli e punti di forza (cosiddette punte di diamante).



I territori



Le province alpine: elementi di sintesi

Provincia di Aosta

Estensione:	3.263 Kmq
Popolazione:	128.230 abitanti al 1 gennaio 2011
Residenti stranieri	8.712 (pari al 6,8% del totale)
Totale imprese attive:	12.286
Quota imprese artigiane:	34,3% del totale
PIL pro-capite 2010:	33.784 Euro

Principali attività economiche:

L'economia della Valle d'Aosta si basa soprattutto su tre attività principali: l'agricoltura (in particolare pere, segale, uva e patate), l'allevamento (in particolare di bovini) e il turismo.

Aosta si colloca al decimo posto della classifica Sole 24 ore 2011, mentre era al sesto posto nel 2010.

Provincia di Sondrio

Estensione:	3.212 Kmq
Popolazione:	183.169 abitanti al 1 gennaio 2011
Residenti stranieri	8.506 (pari al 4,6% del totale)
Totale imprese attive:	15.186
Quota imprese artigiane:	32,8% del totale
PIL pro-capite 2010:	31.349 Euro

Principali attività economiche:

Turismo, energia, finanza e agroalimentare.

Secondo l'indagine annuale del Sole 24 Ore la provincia di Sondrio che era al terzo posto nel 2009 e nel 2010 nel 2011 ha perso sei posizioni collocandosi al nono posto.

Provincia del Verbano Cusio Ossola

Estensione:	2.255 Kmq
Popolazione:	163.247 abitanti al 1 gennaio 2011
Residenti stranieri	9699 (pari al 5,9% del totale)
Totale imprese attive:	12.603
Quota imprese artigiane:	38,8% del totale
PIL pro-capite 2010:	23.046 Euro

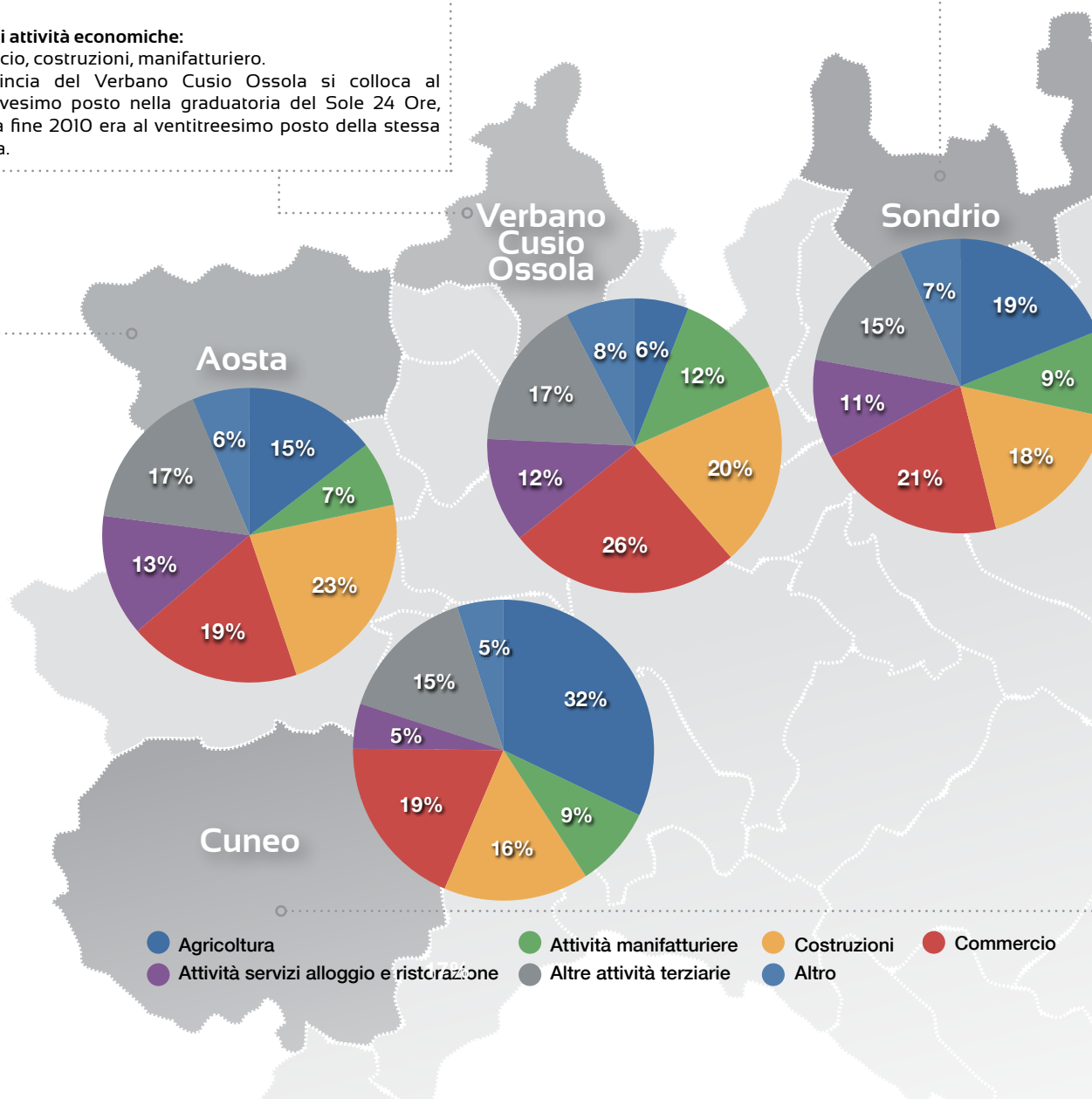
Principali attività economiche:

Commercio, costruzioni, manifatturiero.

La provincia del Verbano Cusio Ossola si colloca al trentanovesimo posto nella graduatoria del Sole 24 Ore, mentre a fine 2010 era al ventitreesimo posto della stessa classifica.

22

I territori



Provincia di Bolzano

Estensione:	7.400 Km ²
Popolazione:	507.657 abitanti al 1 gennaio 2011
Residenti stranieri	41.699 (pari al 8,2% del totale)
Totale imprese attive:	53.941
Quota imprese artigiane:	24,6% del totale
PIL pro-capite 2010:	35.250 Euro

Principali attività economiche:

Agroalimentare (mele) manifatturiero, la produzione energia da fonti rinnovabili e turismo.

Nell'indagine del Sole 24 ore 2011 Bolzano si colloca al secondo posto, perdendo una posizione rispetto al 2010, quando guidava la classifica.

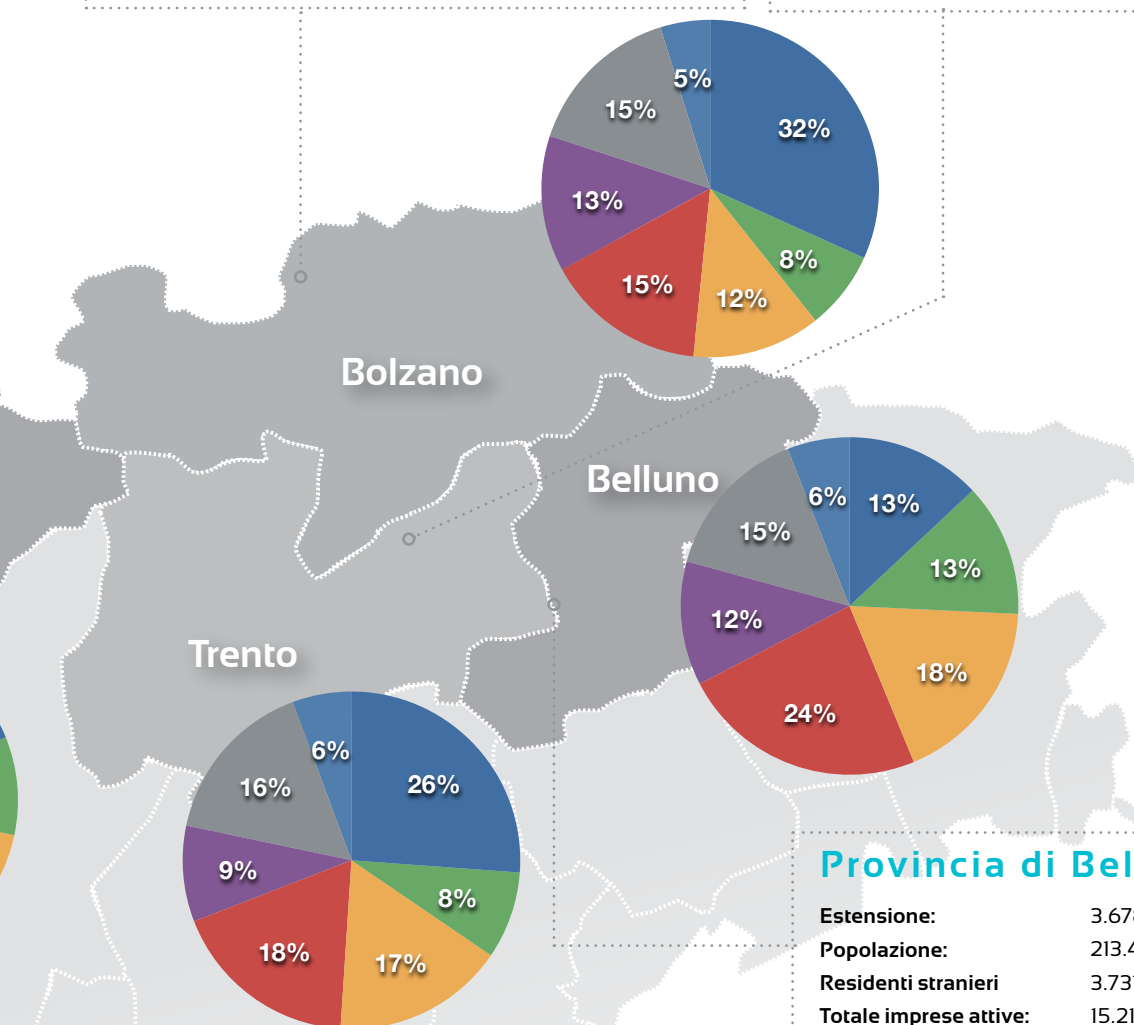
Provincia di Trento

Estensione:	6.207 Km ²
Popolazione:	529.457 abitanti al 1 gennaio 2011
Residenti stranieri	48.622 (pari al 9,2% del totale)
Totale imprese attive:	48.151
Quota imprese artigiane:	28,2% del totale
PIL pro-capite 2010:	31.305 Euro

Principali attività economiche:

Agroalimentare, allevamento, industria (tessile, edilizia, meccanica, legno e carta, lavorazione del porfido), turismo.

Nell'indagine del Sole 24 Ore 2011 Trento si colloca al sesto posto, mentre a fine 2010 si collocava subito dopo Bolzano e, quindi, al secondo posto.



Provincia di Cuneo

Estensione:	6.903 Km ²
Popolazione:	592.303 abitanti al 31 gennaio 2011
Residenti stranieri	56.166 (pari al 9,5% del totale)
Totale imprese attive:	70.323
Quota imprese artigiane:	28,9% del totale
PIL pro-capite 2010:	30.412 Euro

Principali attività economiche:

Agroalimentare, dolciario, industria meccanica e tecnologica.

Nell'indagine del Sole 24 Ore 2011 Cuneo si colloca al 20° posto perdendo nove posizioni rispetto alla classifica precedente.

Provincia di Belluno

Estensione:	3.678 Km ²
Popolazione:	213.474 abitanti al 1 gennaio 2011
Residenti stranieri	3.731 (pari al 6,4% del totale)
Totale imprese attive:	15.213
Quota imprese artigiane:	34,3% del totale
PIL pro-capite 2010:	29.453 Euro

Principali attività economiche:

Il distretto dell'occhialeria, i settori della refrigerazione industriale e dei sanitari, il turismo.

Nell'indagine del Sole 24 Ore 2011 Belluno è al terzo posto e guadagna sette posizioni rispetto al 2010.



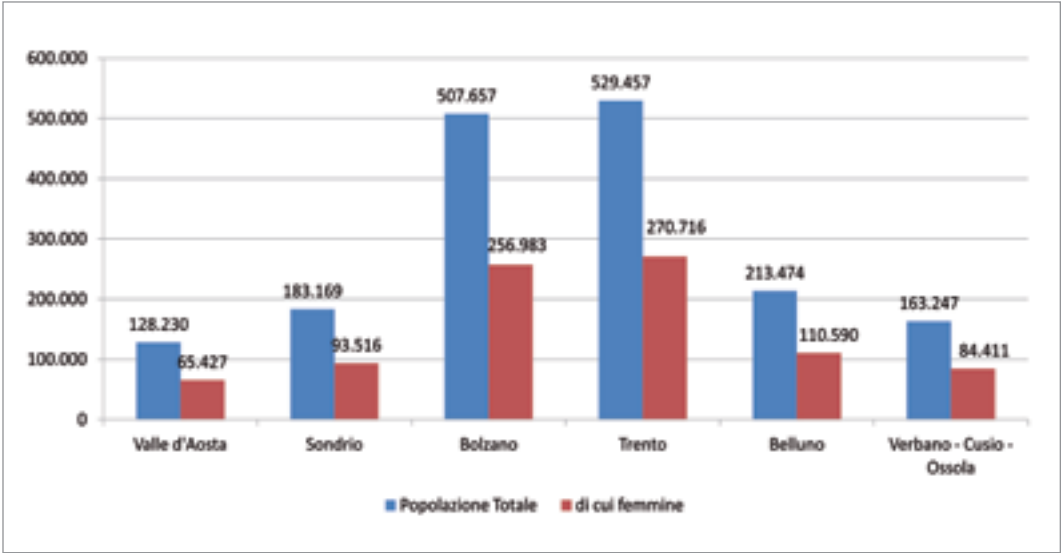
Confronti per area

Società

L'analisi del contesto socio-demografico costituisce sempre la base imprescindibile per la conoscenza di un territorio. Primo passo in questa direzione è necessariamente lo studio della popolazione in funzione delle sue caratteristiche strutturali e l'elaborazione di alcuni indici che servono a descriverla nel suo processo di rinnovamento; da questi indici, infatti, possono essere tratte indicazioni relative alle tendenze di sviluppo (indice di vecchiaia), alle sue capacità produttive (indice di struttura della popolazione attiva e indice di ricambio), alla misura del carico sociale sopportato dalla sua fascia in età lavorativa (indice di dipendenza giovanile e di dipendenza anziani). Il quadro si completa poi con l'analisi dell'offerta territoriale di servizi educativi e sociali, nonché del grado di tutela assicurato in termini di sicurezza sul lavoro (fenomeno infortunistico).

La figura 2 mostra la consistenza numerica della *popolazione residente* per territorio (anno 2010).

Figura 2: Popolazione residente per territorio. Anno 2010. Fonte: Istat



Come si può notare, a fine 2010, le aree significativamente più popolate risultano essere quelle di Trento e Bolzano, seguite dalla provincia di Belluno, l'unica a superare quota 200 mila tra gli altri territori presi in esame; più staccate Sondrio e Verbano-Cusio-Ossola. La Valle d'Aosta, con una popolazione di poco più di 128 mila abitanti, rappresenta l'area demograficamente più piccola. In termini relativi, la componente femminile è lievemente superiore per le zone di Belluno e del Verbano (circa 107 donne ogni 100 uomini).

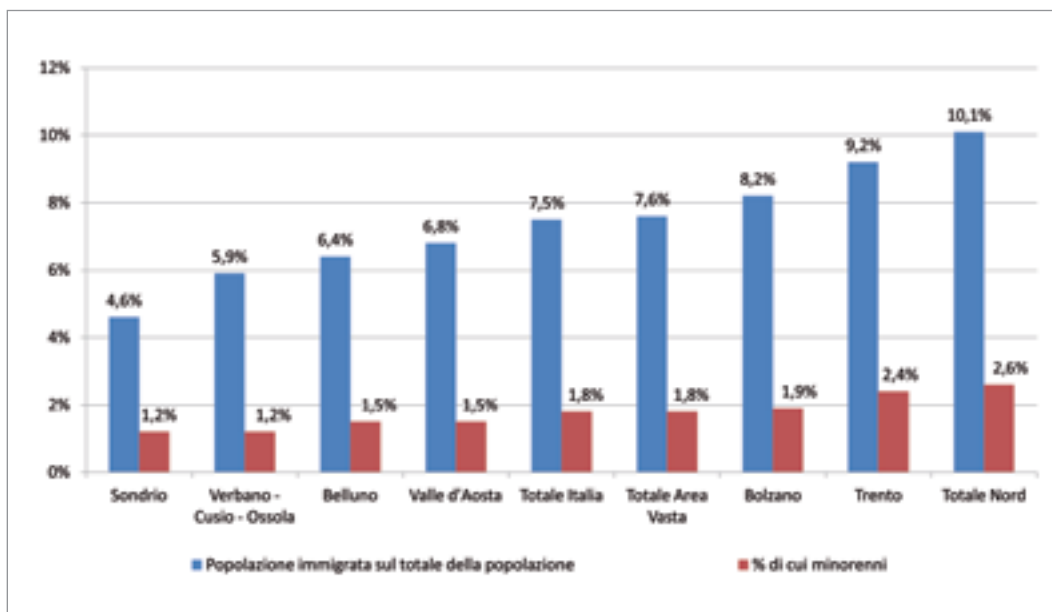
In rapporto al territorio (Figura 3), la popolazione dell'intera area si concentra quasi esclusivamente in montagna; soltanto il Verbano ne presenta una modesta porzione in territorio collinare (circa lo 0,3% dei suoi abitanti).

Figura 3: Popolazione per zona altimetrica di montagna. Anno 2010. Fonte: Istat

Anno 2010	Montagna	Collina	Pianura
Valle d'Aosta	128.230	0	0
Sondrio	183.169	0	0
Bolzano	507.657	0	0
Trento	529.457	0	0
Belluno	213.474	0	0
Verbano - Cusio - Ossola	162.693	554	0
Totale Area Vasta	1.724.680	554	0
Totale Nord	4.155.181	6.692.428	16.915.652
Totale Italia	7.602.613	23.685.506	29.338.323

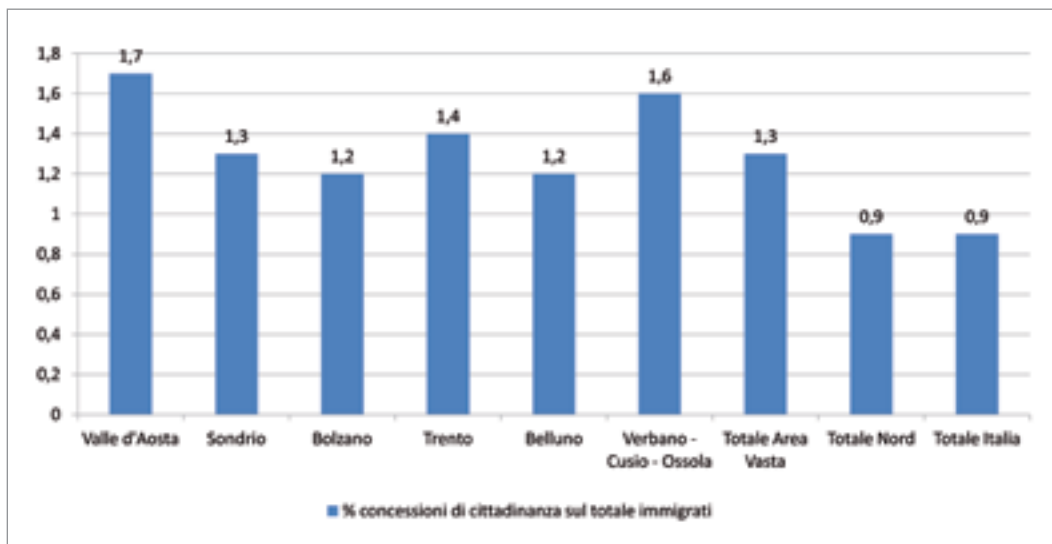
In merito alla *componente straniera*, la quota si rivela più consistente, ma comunque inferiore al dato riferito all'intera area Nord, a Trento e Bolzano, dove si toccano punte del 9,2% e 8,2% (Figura 4).

Figura 4: Incidenza percentuale della popolazione immigrata sul totale della popolazione e componente minorenni. Anno 2010. Fonte: Istat



Tutte al di sotto del dato medio dell'area benchmark (dato peraltro allineato al dato nazionale) le altre aree: presenza più bassa di stranieri a Sondrio, con una percentuale sul totale della popolazione residente pari al 4,6%. La Valle d'Aosta ed il Verbano si distinguono invece per la quota di *cittadinanze concesse* (Figura 5), con una percentuale quasi doppia rispetto al dato medio dell'area Nord ed al dato nazionale (tra l'altro coincidenti).

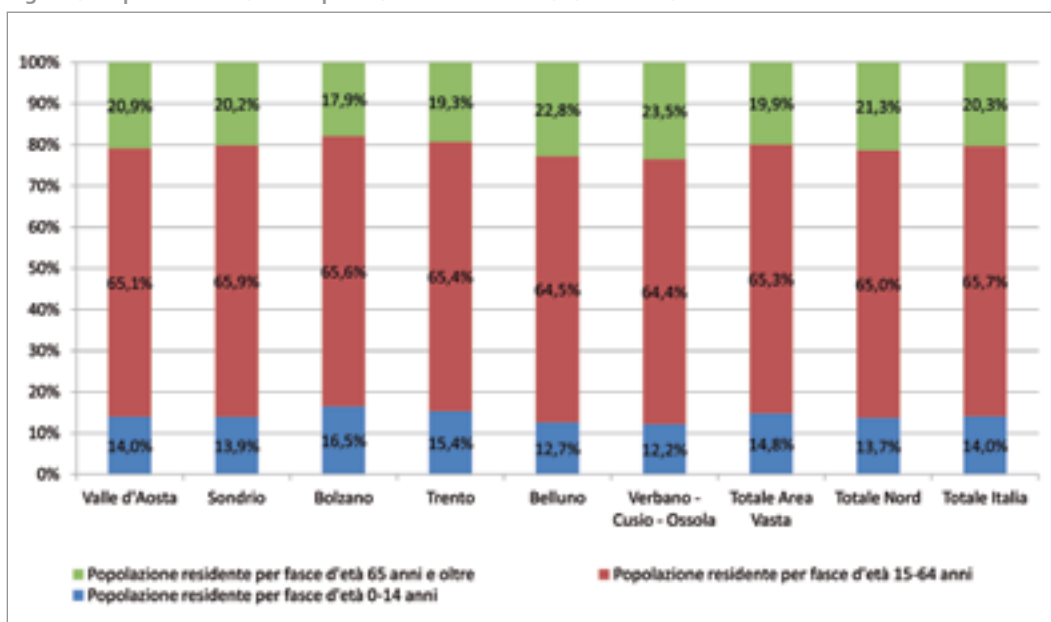
Figura 5: Concessioni di cittadinanza sul totale della popolazione immigrata. Anno 2010. Fonte: Istat - Ministero dell'Interno



Considerando la ripartizione percentuale della *popolazione per fasce d'età* (Figura 6), si evidenzia una percentuale più alta di giovanissimi a Bolzano (16,5) e Trento (15,4) che si innalza rispettivamente al 22% e al 20% se vengono considerati anche i giovani under 19. Tra l'altro, queste aree sono anche quelle che contano la presenza delle più alte percentuali di minorenni immigrati (2,4 per Trento e 1,9 per Bolzano).

Sondrio e Aosta presentano percentuali in linea con il dato nazionale, Belluno e Verbania riportano le maggiori quote della popolazione over 65.

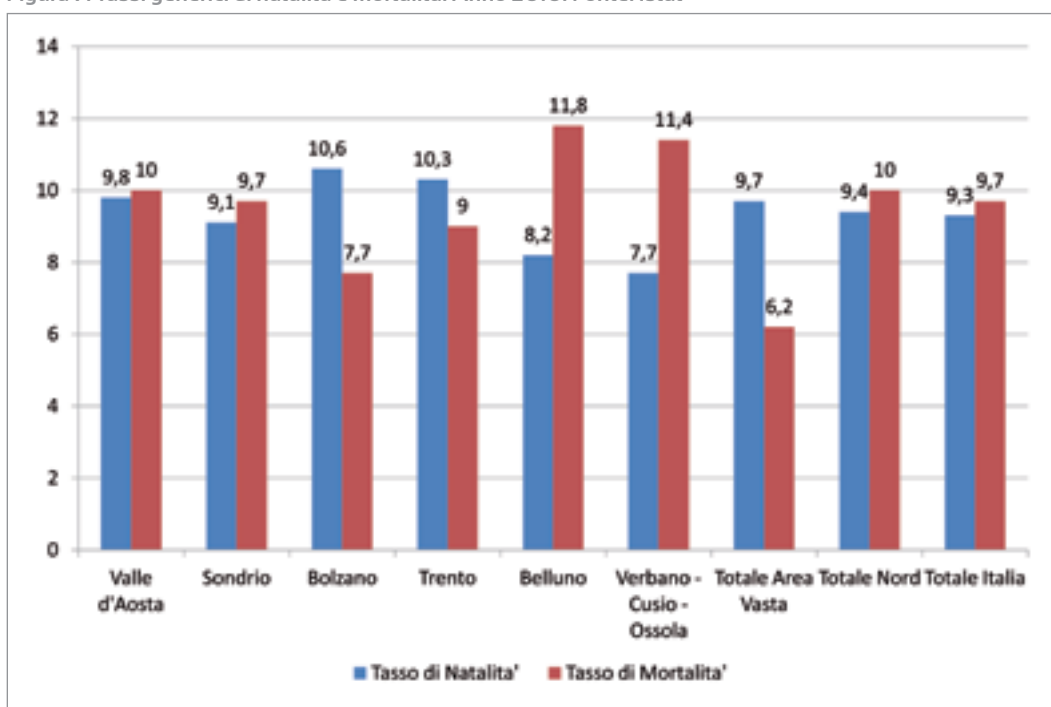
Figura 6: Popolazione residente per fasce d'età. Anno 2010. Fonte: Istat



Spostando adesso l'attenzione sul movimento naturale della popolazione, l'analisi della *nati-mortalità* (Figura 7) rivela una situazione di sostanziale equilibrio per la Valle d'Aosta, dei saldi positivi per Bolzano e Trento, negativi per gli altri territori.

Indagandone, invece, soltanto la principale componente negativa, la mortalità, non stupisce che Belluno e il Verbano si posizionino ai primi posti. Come già osservato, si tratta infatti dei territori condizionati da una struttura per età della popolazione più anziana.¹

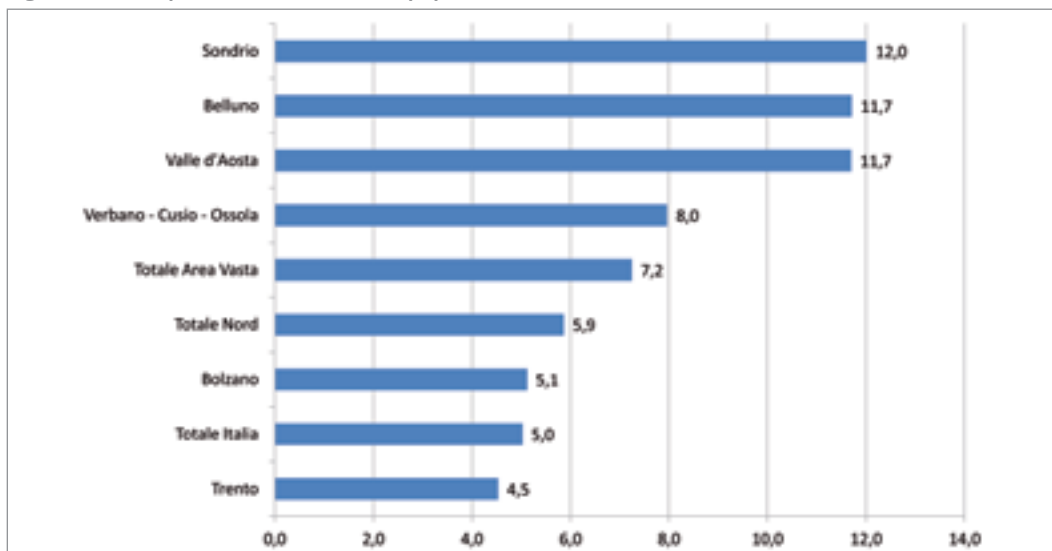
Figura 7: Tassi generici di natalità e mortalità. Anno 2010. Fonte: Istat



I dati sulla *mortalità per suicidio* fanno riflettere. Dei territori oggetto d'analisi solo Trento presenta un'incidenza inferiore a quella nazionale, mentre per Sondrio, Valle d'Aosta e Belluno il gesto estremo è stato compiuto da una percentuale più che doppia (Figura 8) rispetto a quella di riferimento nazionale.

¹ Per neutralizzare l'influenza della diversa composizione per età delle popolazioni poste a confronto sarebbe opportuno elaborare dei tassi specifici (o standardizzati) di mortalità, che rapportano il numero di decessi verificatisi per classi di età con la popolazione media appartenente a quella stessa classe nello stesso anno. Al momento dell'elaborazione di questo primo rapporto, però, il dato dei decessi dell'anno 2010, distinto per classe di età, non risulta ancora disponibile.

Figura 8: Suicidi per 100.000 abitanti su popolazione al 01/01/2010. Anno 2010. Fonte: Istat



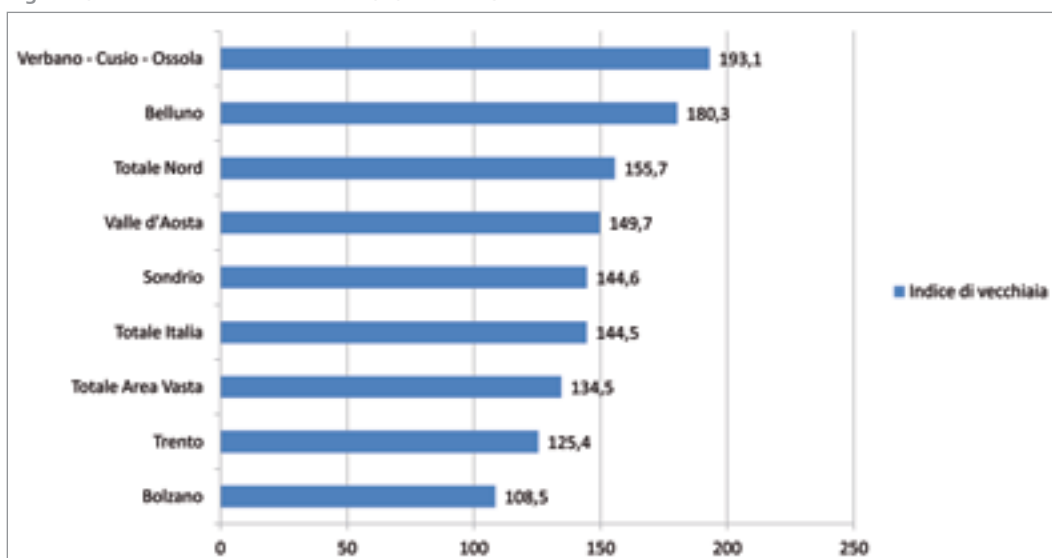
Per completare l'analisi della popolazione, indagandone il fenomeno *dell'instabilità coniugale* (Figura 9), tratto ormai tipico di ogni società moderna, si nota come essa interessi in maniera rilevante il Verbano e, in seconda battuta, la Valle d'Aosta (peraltro nel 2009 è proprio il Nord Ovest a detenere il primato di separazioni a livello nazionale).

Figura 9: Divorzi e separazioni ogni 10000 famiglie. Anno 2009. Fonte: Istat

Anno 2009	DIVORZI E SEPARAZIONI ogni 10.000 famiglie
Valle d'Aosta	66,9
Sondrio	53,4
Bolzano	58,4
Trento	49,4
Belluno	46,6
Verbano - Cusio - Ossola	88,9
Totale Area Vasta	60,6
Totale Nord	59,4
Totale Italia	53,9

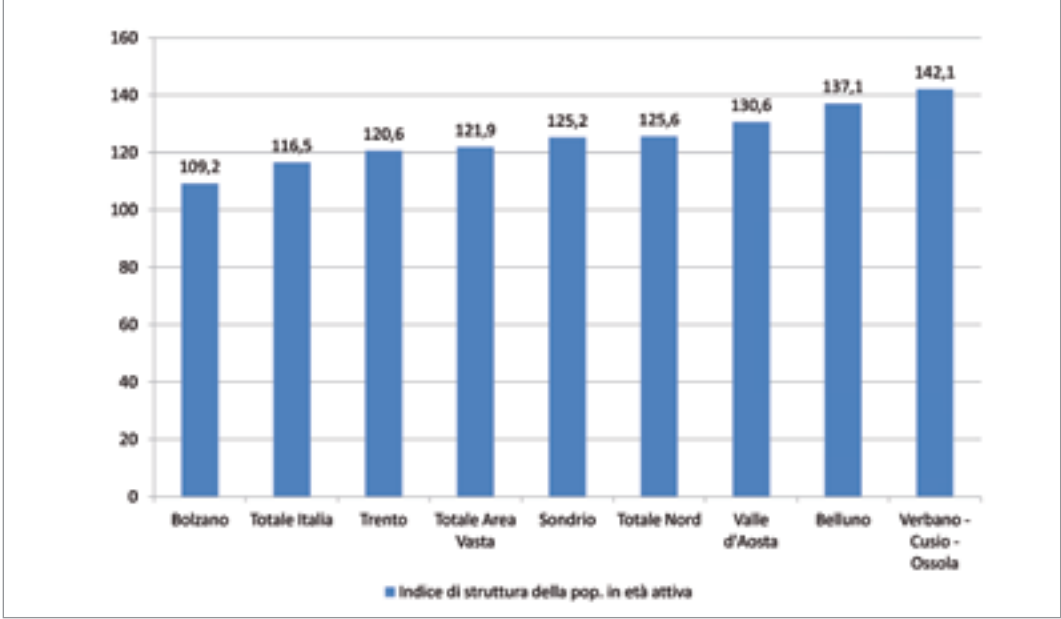
Indicazioni circa le tendenze di sviluppo demografico dell'area possono essere tratte con l'ausilio dell'*indice di vecchiaia* che consente di ottenere una stima del grado di invecchiamento della popolazione rapportando, in percentuale, la popolazione anziana (oltre i 65 anni) e quella d'età inferiore ai 14 anni (Figura 10).

Figura 10: Indice di vecchiaia. Anno 2010. Fonte: Istat



Decisamente in linea con il dato nazionale, che vuole una percentuale pari al 44% in più di anziani rispetto ai giovanissimi (0-14 anni), è Sondrio. Ben più alti i valori per Belluno (180,3), nel Verbano si contano addirittura 193 persone di 65 anni e oltre per ogni 100 giovani. Il dato valdostano supera il dato medio nazionale e anche quello dell'Area benchmark che, peraltro, risulta fortemente condizionato dalla più alta quota di popolazione entro i 14 anni presente a Bolzano (16,5%). Trento e Bolzano mostrano un processo di senilizzazione più lento. A Bolzano, un *indice di struttura della popolazione in età attiva* (rapporto percentuale tra l'ammontare di popolazione in età 40-64 anni e quello in età 15-39) di poco superiore al 100%, indica una popolazione in età lavorativa alquanto "giovane" (il che denota dei potenziali vantaggi in termini di dinamismo e spinta innovativa); discorso contrario per il Verbano, dove un valore elevato (142,1) denota un processo di obsolescenza della forza lavoro.

Figura 11: Indice di struttura della popolazione in età attiva per territorio. Anno 2010. Fonte: elaborazione CCIAA alpine su dati Istat.



Un'indicazione sull'entità del turnover generazionale della popolazione in età attiva viene fornita dall'*indice di ricambio*, calcolato come il rapporto tra popolazione compresa nella fascia 60-64 anni e popolazione della fascia d'età 15-19 (Figura 12).

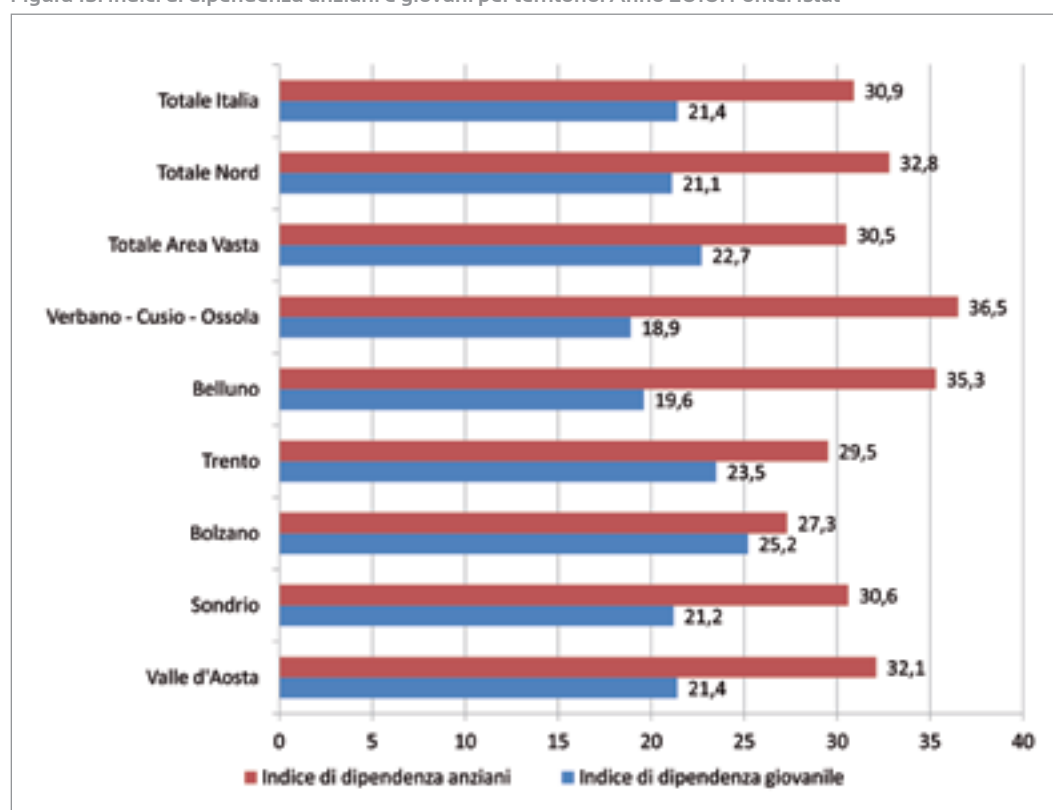
Figura 12: Indice di ricambio. Anno 2010. Fonte: elaborazione CCIAA alpine su dati Istat.

Anno 2010	Indice di ricambio
Valle d'Aosta	155,6
Sondrio	133,5
Bolzano	96,5
Trento	123,5
Belluno	166,7
Verbano-Cusio-Ossola	171,7
Totale Area Vasta	126,2
Totale Nord	150,5
Totale Italia	130,3

I valori superiori a 100, soglia di equilibrio, per quasi tutti i territori, fatta eccezione per Bolzano, rilevano che, da un punto di vista strettamente demografico, le uscite dal mercato del lavoro sono stimate maggiori delle entrate. Calcolando l'*indice di dipendenza giovanile* e l'*indice di dipendenza anziani*, si giunge invece ad una più accurata valutazione dell'entità del carico sociale delle classi di popolazione non attiva (0-14 anni e 65 e oltre anni), presumibilmente non autonome dal punto di vista economico, sulla popolazione attiva (15-64 anni)².

2 L'utilità della costruzione di due indici si spiega per via della diversa dipendenza economica delle due classi in età non lavorativa (rispettivamente reddito familiare e sistema previdenziale) e dunque per le differenti implicazioni di ordine sociale e economico che ciò può comportare.

Figura 13: Indici di dipendenza anziani e giovani per territorio. Anno 2010. Fonte: Istat



L'indice di dipendenza giovanile per la Valle d'Aosta si colloca lievemente al di sotto del dato medio dell'area benchmark ma eguaglia il dato medio nazionale (cui peraltro si approssima molto anche Sondrio); l'indice risulta superiore per Bolzano e Trento (territori a più alta natalità), più basso per Belluno e Verbano.

Occorre comunque ribadire che il dato medio dell'area risente fortemente della composizione demografica di Bolzano, caratterizzata da una maggiore presenza di popolazione giovane.

Discorso speculare per l'indice di dipendenza anziani. Nel Verbano (incalzato da Belluno), si contano 100 persone in età attiva che, oltre a dover far fronte alle proprie esigenze, hanno teoricamente "a carico" circa altre 36 persone, che ne risultano quindi dipendenti. Carico sociale minore, inferiore al dato medio dell'area, per Trento e Bolzano.

Un quadro di confronto territoriale più completo include anche il vaglio del 'sistema istruzione'. In tale prospettiva, indicatori utili a descrivere il funzionamento del sistema formativo sono il numero medio degli *studenti per classe* ed il rapporto numerico intercorrente tra *studenti ed insegnanti*³ (Figura 14).

Figura 14: Rapporto studenti/classi e studenti/insegnanti per ordine di scuola. Anno 2009. Fonte: MIUR

	Scuola primaria		Scuola secondaria I grado		Scuola secondaria II grado	
	studenti/ classi	studenti/ insegnanti	studenti/ classi	studenti/ insegnanti	studenti/ classi	studenti/ insegnanti
Valle d'Aosta	14,8	-	20,6	-	18,2	-
Sondrio	16,1	8,6	20,8	2,0	20,2	8,2
Bolzano	15,1	-	19,5	6,1	17,5	-
Trento	17,7	-	21,8	21,7	18,8	-
Belluno	16,3	8,9	19,7	1,9	19,6	8,5
Verbano - Cusio - Ossola	15,6	8,0	19,8	6,6	19,1	7,8
Totale Area Vasta	16,1	29,7	1,6	3,9	18,6	23,9
Totale Nord	19,0	10,4	21,7	8,9	21,0	10,1
Totale Italia	18,8	10,3	21,2	8,7	20,9	9,8

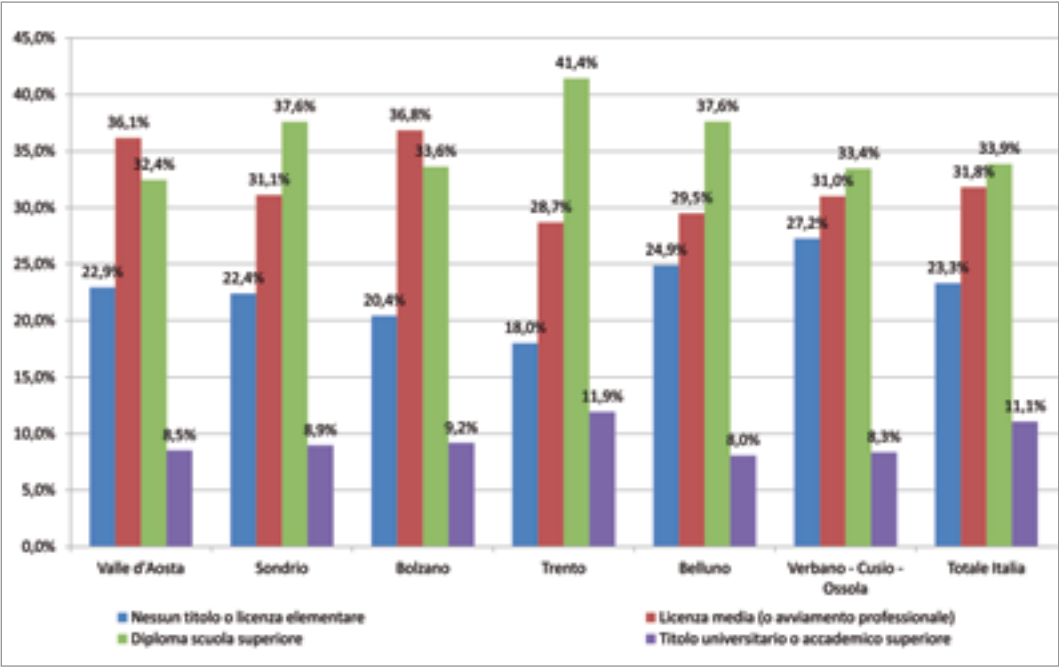
³ In proposito occorre comunque sottolineare che non necessariamente esiste una correlazione tra i due rapporti considerati ed il livello qualitativo dell'offerta formativa erogata.

In merito al primo aspetto, nel 2009, i territori coinvolti si collocano tutti al di sotto del dato medio nazionale per ogni ordine di scuola, fatta eccezione per Trento che presenta un valore medio lievemente più elevato per la scuola secondaria di I grado.

Il rapporto studenti/insegnanti, snello soprattutto per la scuola secondaria di primo grado, rivela, limitatamente ai territori per cui il dato è disponibile, dei valori decisamente inferiori al dato italiano (unica anomalia Trento).

La distribuzione della popolazione per titoli di studio evidenzia, per la Valle d'Aosta, una concentrazione superiore alla media nelle fasce a più bassa scolarità – licenza elementare e licenza media che insieme costituiscono il 59% della popolazione contro il 55% nazionale ed il 47% di Trento (Figura 15).

Figura 15: Distribuzione percentuale della popolazione per grado di istruzione. Anno 2010. Fonte: Istat



Specularmente, risulta più bassa la quota di popolazione con diploma o laurea che a Trento supera, anche grazie alla presenza da più di 40 anni dell'Ateneo universitario, il 50% della popolazione. Anche a Sondrio e Belluno questo valore risulta essere più alto della media. Dal punto di vista dei titoli di studio, nell'area la percentuale di popolazione in possesso di titoli di "istruzione universitaria o superiore" risulta più bassa del dato medio nazionale (Figura 16).

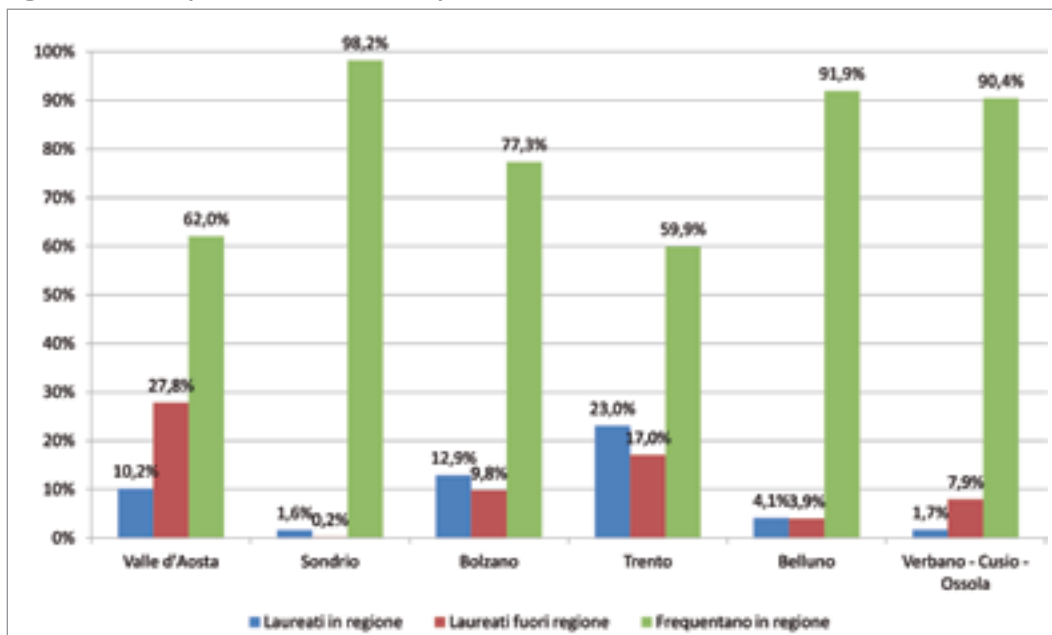
Figura 16: Popolazione con elevata scolarità per territorio. Anno 2010. Fonte: Istat - Miur

	% popolazione con titolo accademico o superiore	Laureati x 1000 giovani
Valle d'Aosta	8,5	63,5
Sondrio	8,9	58,3
Bolzano	9,2	32,7
Trento	11,9	77,1
Belluno	8,0	65,0
Verbano - Cusio - Ossola	8,3	50,4
Totale Area Vasta	9,7	57,8
Totale Italia	11,1	60,0

In Valle d'Aosta, i residenti in possesso di laurea risultano, nel 2010, l'8,5% della popolazione e, tra i giovani di età compresa tra 20-29 anni, l'indice è pari al 63,5 per mille. Trento rappresenta l'unico territorio di Alps Benchmarking con entrambi gli indicatori posizionati al di sopra della media nazionale.

Tra i laureati per Trento e Bolzano, sono le locali sedi universitarie a fungere da significativo attrattore per i propri giovani (Figura 17). Nel 2010 se ne è laureato infatti circa 1 su 2 (1 su 4 in Valle d'Aosta) mentre la restante parte ha terminato gli studi universitari in atenei posti al di fuori della regione (73% per i valdostani).

Figura 17: Laureati per residenza e ateneo di provenienza. Anno 2010. Fonte: Miur

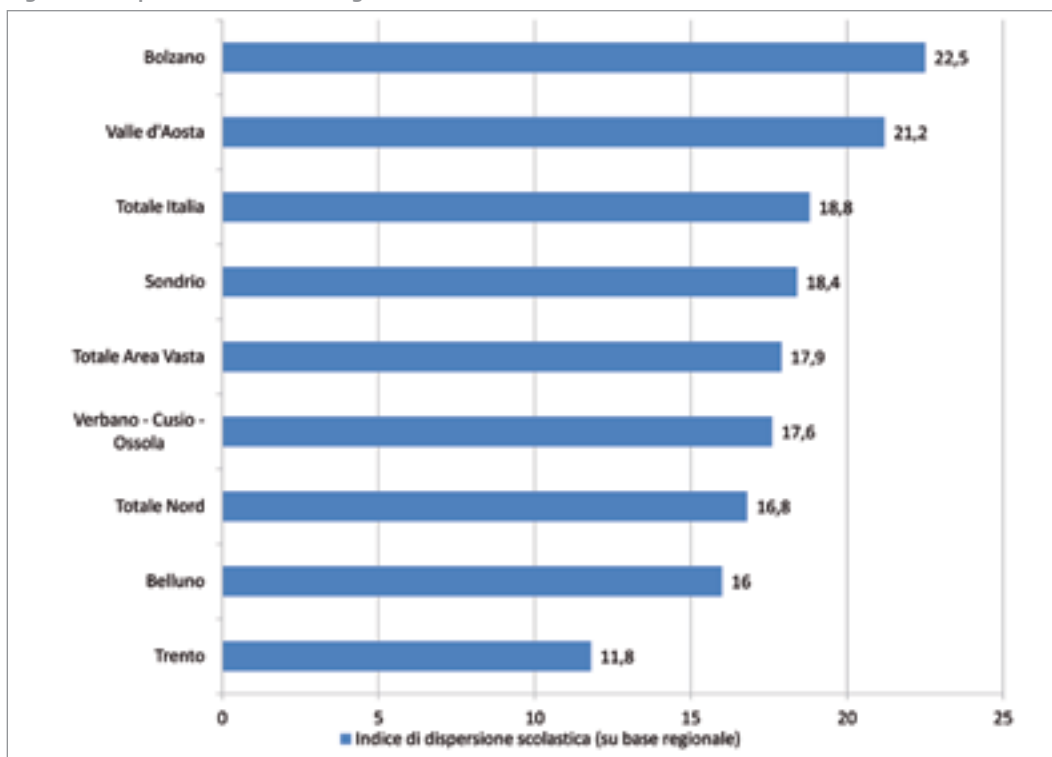


32

Sul territorio di Sondrio (privo di strutture universitarie), prevale la forza attrattiva regionale, in particolare di Milano (89%) mentre nel Verbano oltre l'80% degli studenti residenti si è laureato al di fuori del Piemonte e, in buona parte, nelle università lombarde, anche in questo caso fortemente attrattive.

Indagando poi la condizione scolastica, anche in vista dell'obiettivo di "crescita intelligente" fissato dal programma Europa 2020, che, entro il 2020, mira a ridurre al 10% la quota di giovani che abbandonano prematuramente gli studi, è possibile ottenere una misura del grado di abbandono del percorso educativo, a livello regionale⁴ (Figura 18).

Figura 18: Dispersione scolastica regionale. Anno 2010. Fonte: Istat



A ciò deputato, l'indice di dispersione scolastica (percentuale di giovani 18-24enni con al più la licenza media che non frequenta altri corsi scolastici o svolge attività formative da almeno 2 anni, sul totale dei giovani di età 18-24 anni) segnala valori elevati per Bolzano (22,5%)

⁴ Il dato sulla dispersione scolastica è disponibile su base regionale e per le province autonome.

e Valle d'Aosta (21,2%), lontani dal dato nazionale (18,8%) e superiori anche al dato medio dell'area di comparazione (17,9%). In questo campo è Trento a presentare il miglior risultato (11,8%).

Saggiare la disponibilità di servizi sociali (socio-sanitari ed educativi) all'interno dei singoli territori consente di arricchire l'analisi del contesto cui si fa riferimento. In questa prospettiva, è possibile valutare la *presenza delle cooperative sociali*, fetta rilevante del terzo settore, e l'offerta di servizi per l'infanzia.

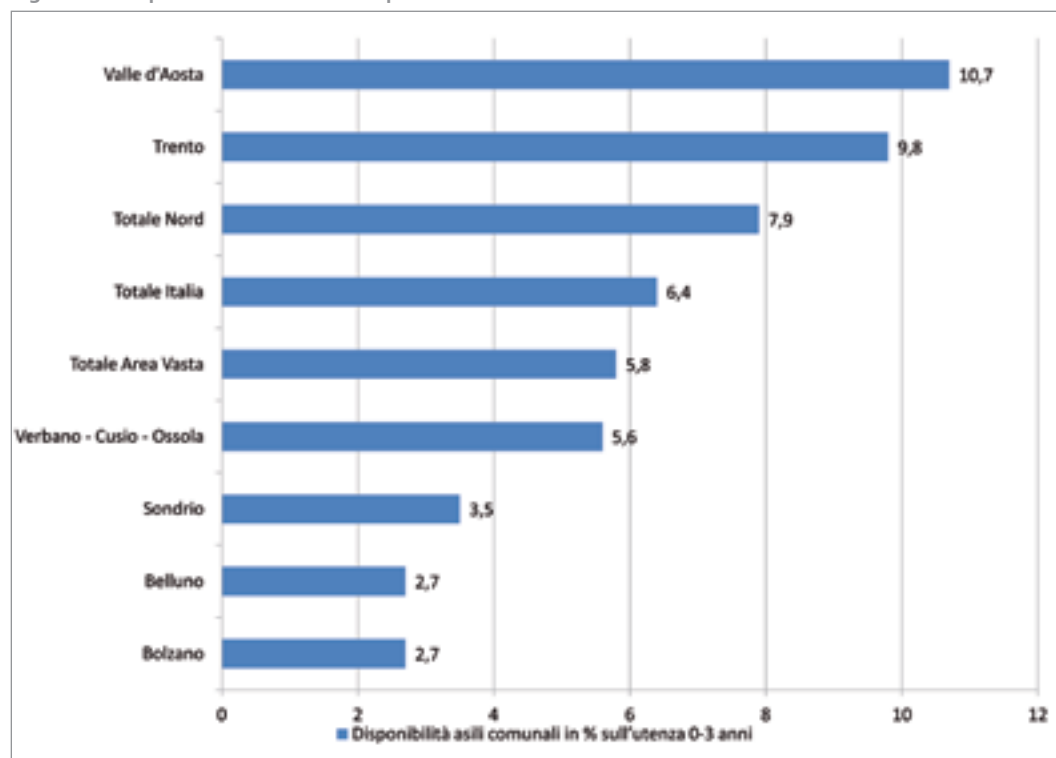
Come si evince dalla figura 19, nel 2011 più della metà delle cooperative sociali dell'area Vasta è presente a Trento e Bolzano (il 53%).

Figura 19: Cooperative sociali per territorio. Anno 2011. Fonte: Infocamere

Anno 2011	Cooperative sociali (v.a.)
Valle d'Aosta	5
Sondrio	44
Bolzano	67
Trento	80
Belluno	21
Verbano - Cusio - Ossola	12
Totale Area Vasta	229
Totale Nord	2.677
Totale Italia	8.454

La disponibilità sul territorio di *asili nido comunali* assume un ruolo chiave perché, oltre all'opportunità educativa proposta, può offrire un significativo contributo all'incremento del tasso di partecipazione femminile al mercato del lavoro, in risposta alle esigenze delle giovani famiglie (Figura 20).

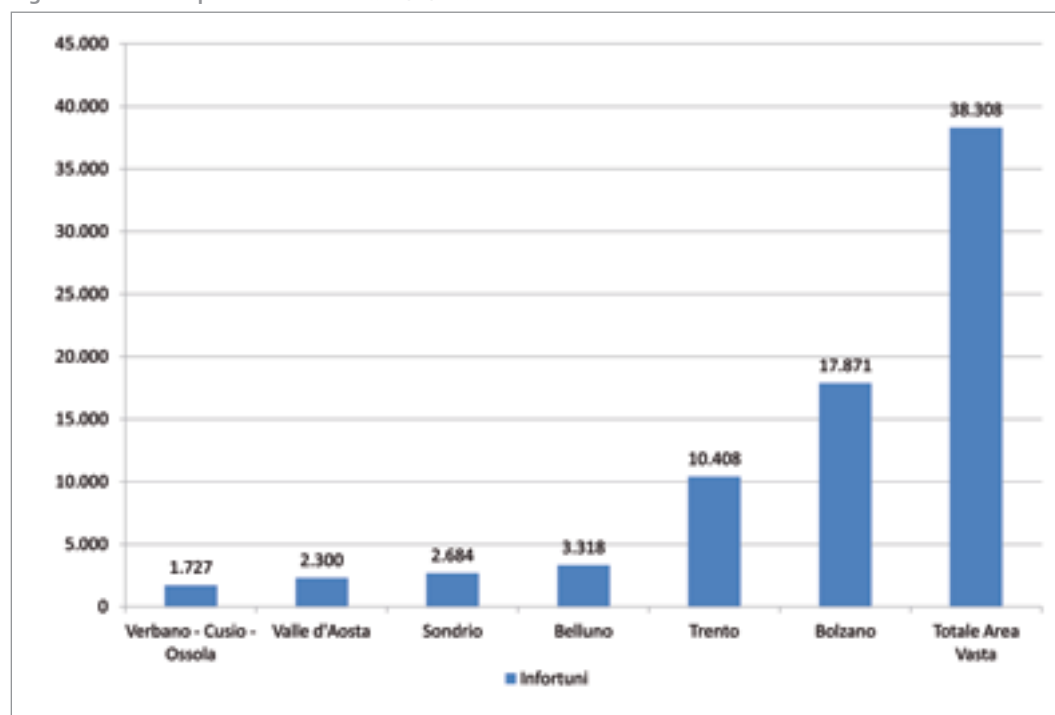
Figura 20: Disponibilità asili comunali per territorio. Anno 2010. Fonte: Sole 24 Ore – Cittadinanza attiva



Nel 2010, nel contesto delle aree esaminate, la Valle d'Aosta detiene il primato per disponibilità di asili comunali in percentuale sull'utenza potenziale (bambini 0-3 anni), riportando il 10,7%, seguita a breve distanza da Trento (9,8%). Le aree rimanenti presentano un'ampia variabilità che spazia dal 2,7% delle meno dotate (Bolzano e Belluno), passa per Sondrio (3,5) e giunge al 5,6% del Verbano-Cusio-Ossola.

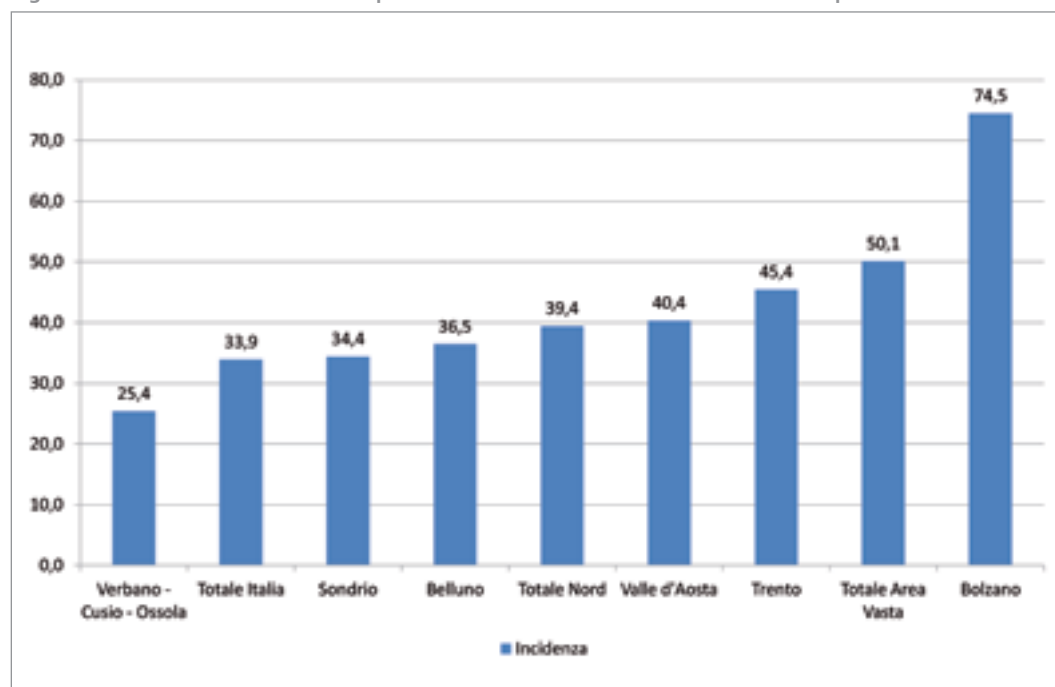
Un ulteriore aspetto di raffronto territoriale, che permette di indagare l'area in termini di sicurezza sul lavoro, fa riferimento al *numero di infortuni* registrati (Figura 21).

Figura 21: Infortuni per territorio. Anno 2010. Fonte: Inail



Primato 'negativo' per Bolzano e Trento, che da soli rappresentano quasi il 74% del totale degli infortuni registrati nell'area benchmark. Valori decisamente più bassi per gli altri territori. Tuttavia, per avere una più corretta percezione del fenomeno infortunistico, lo si può ragionevolmente analizzare in relazione all'andamento occupazionale, calcolando l'incidenza degli *infortuni sul numero di occupati* rilevati nel 2010 (Figura 22).

Figura 22: Incidenza infortuni su occupati. Anno 2010. Fonte: elaborazione CCIAA alpine su dati Inail - Istat



Rispetto dunque alla popolazione lavorativa, è il Verbano a proporre il risultato maggiormente virtuoso con un indice di incidenza pari al 25 per mille, seguito da Sondrio e Belluno. Altissima incidenza di infortuni per Bolzano, che insieme a Trento sconta anche più del 65% delle morti avvenute all'interno dell'area benchmark.

A conclusione di questa sezione, si ritiene opportuno proporre anche un grafico "a radar" che presenta una sintesi di alcuni indicatori rappresentativi dell'area tematica società.

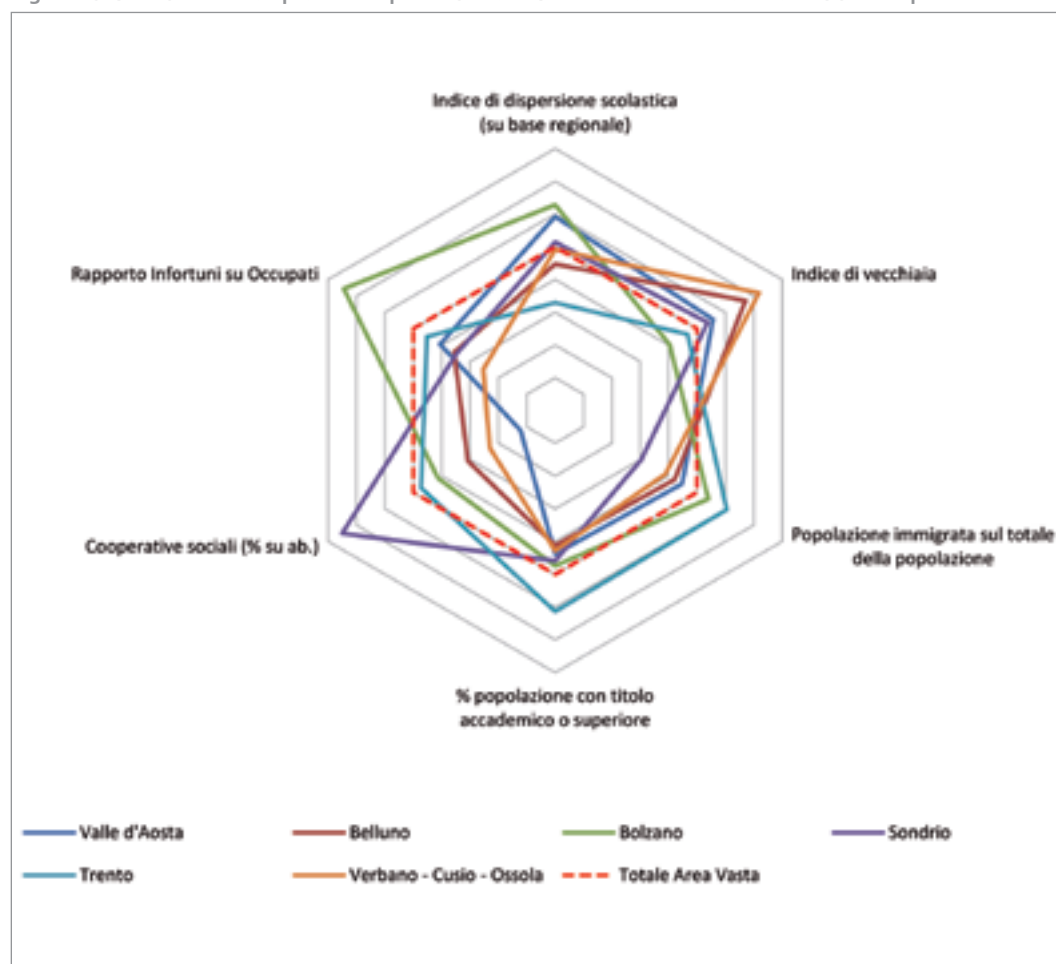
Gli indicatori selezionati per la sintesi sono:

- Indice di vecchiaia
- Popolazione immigrata sul totale

- Indice di dispersione scolastica
- % popolazione con titolo universitario o superiore
- Cooperative sociali su abitanti
- Rapporto infortuni su occupati

Da questo emerge che è Bolzano la provincia con l'indice di vecchiaia più basso. Tuttavia, la dispersione scolastica risulta la più alta tra i giovani. Per quanto riguarda l'immigrazione, è Trento il territorio alpino con la capacità maggiore di attrarre immigrati, inoltre, sempre a Trento, grazie anche alla tradizione universitaria, si ha la percentuale di popolazione con titolo accademico (o superiore) maggiore. Dal grafico si osserva poi che Verbano-Cusio-Ossola è il territorio dove si verificano meno infortuni sul totale degli occupati rispetto a tutte le province alpine, mentre Bolzano è il territorio dove l'incidenza è maggiore. Se si considera invece la presenza del settore cooperativo si nota che Aosta è la meno presente, mentre all'opposto a Sondrio si ha il maggior numero di cooperative sociali in rapporto alla popolazione.

Figura 23: Sintesi indicatori province alpine – sezione Società. Fonte: elaborazione CCIAA alpine

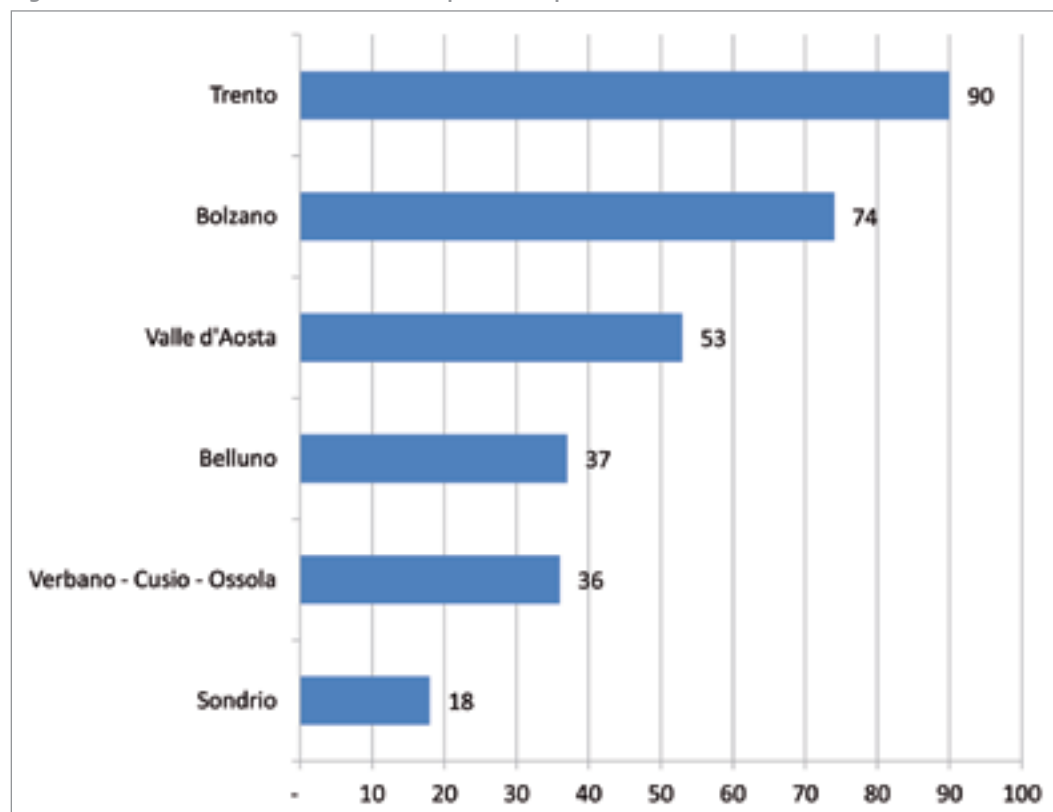


Istituzioni

Affrontiamo in questo paragrafo una sintetica analisi territoriale dedicata alle istituzioni. Il tema è strettamente legato all'obiettivo di fotografarne lo stato e cercare di valutarne l'efficienza nell'erogare servizi ad imprese e cittadini.

I primi tre indicatori riguardano i servizi ai cittadini, a cominciare dal *patrimonio museale non statale*. Analizziamo quindi il numero dei musei, il totale dei visitatori e l'ammontare in euro degli introiti lordi. I dati, di fonte Istat, si riferiscono all'anno 2006.

Figura 24: Numero di musei non statali nelle province alpine. Anno 2006. Fonte: Istat



La rilevazione è di natura censuaria ed è condotta sugli istituti di antichità e d'arte e sui luoghi della cultura non statali. La figura 24 riporta la graduatoria decrescente delle province alpine rispetto al *numero dei musei*⁵; il totale più elevato spetta a Trento, che ne vanta ben 90, seguito da Bolzano, dove ve ne sono 74; insieme le due province autonome arrivano a quota 164; oltre la metà dei musei di tutta l'Area Vasta (che comprende il territorio di tutte le province alpine) è, pertanto, dislocata nella sola regione del Trentino Alto Adige. I 308 musei complessivi dell'Area sono quasi quanti quelli dell'intera Lombardia (360); essi costituiscono il 7,1% di totale nazionale e il 15,2% di quello dell'Italia del Nord. 53 si trovano in Valle d'Aosta (il 17,2% del totale Area Vasta); seguono Belluno e Verbano-Cusio-Ossola che ne contano quasi lo stesso numero (37 e 36 rispettivamente, pari al 12% e all'11,7%); molto più distanziata è Sondrio, cui spettano solo 18 musei, il 5,8% di quelli dell'Area.

5 Per "museo" s'intende "una struttura permanente che acquisisce, conserva, ordina ed espone beni culturali per finalità di educazione e di studio". La modalità comprende, oltre ai musei, istituti assimilabili quali: pinacoteche, gallerie d'arte senza scopo di lucro, raccolte, collezioni, antiquaria, tesori, istituti destinati alla conservazione e alla esposizione dipendenti da una biblioteca o un centro archivistico, contenitori museali, ecc..

Per "area archeologica" si intende "un sito caratterizzato dalla presenza di resti di natura fossile o di manufatti o strutture preistorici o di età antica".

Per "parco archeologico" si intende "un ambito territoriale caratterizzato da importanti evidenze archeologiche e dalla compresenza di valori storici, paesaggistici o ambientali, attrezzato come museo all'aperto".

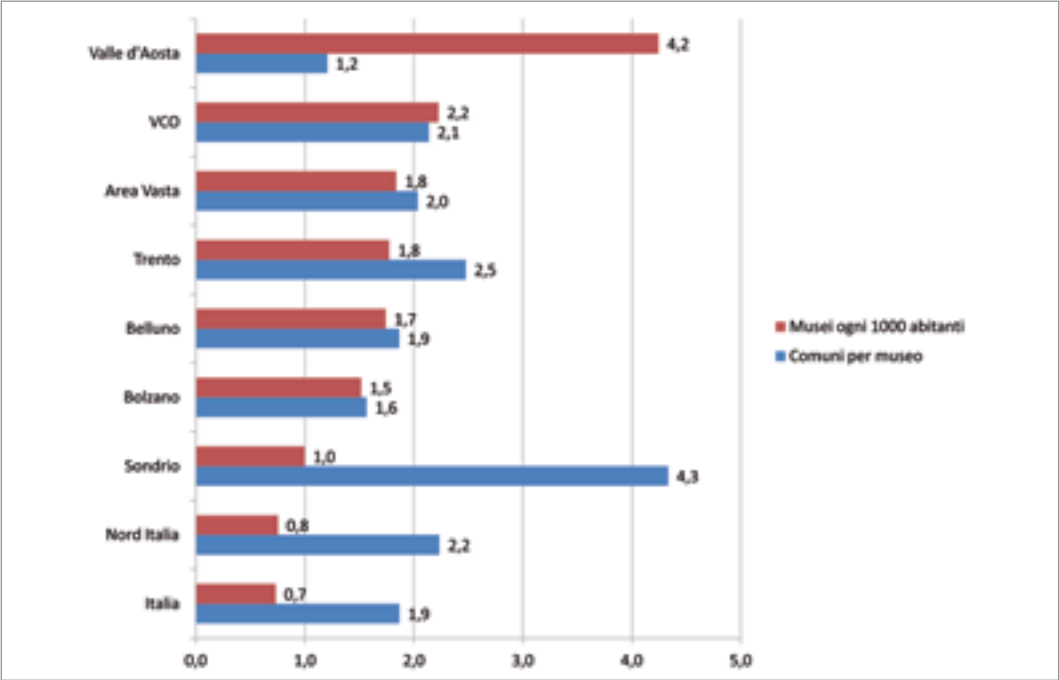
Per "monumento" si intende "un'opera architettonica o scultorea o un'area di particolare interesse dal punto di vista artistico, storico, etnologico e/o antropologico", la cui visita sia organizzata e regolamentata secondo determinate modalità di accesso e fruizione. Può essere di carattere civile, religioso, funerario, difensivo, infrastrutturale e di servizio, nonché naturale. Per "complesso monumentale" si intende "un insieme formato da una pluralità di fabbricati edificati anche in epoche diverse, che con il tempo hanno acquisito, come insieme, un'autonomia rilevanza artistica, storica o etno-antropologica". La categoria "altro" può comprendere ogni altro istituto di antichità e d'arte o luogo della cultura (ad esempio: centri scientifici e culturali, planetari e osservatori astronomici, ecc.) che abbia la stessa natura e le caratteristiche dei musei, in quanto acquisisce, conserva, ordina ed espone beni culturali di interesse storico, artistico, archeologico, naturalistico e/o scientifico per finalità di educazione e di studio.

Figura 25: Numero di musei e di istituti similari non statali per tipologia prevalente nelle province alpine e in Italia. Anno 2006. Fonte: Istat

Territorio	Tipologia prevalente			Totale musei e istituti similari
	Museo	Area o parco archeologico	Monumento, complesso monumentale o altro	
Trento	52	3	35	90
Bolzano	74	0	0	74
Valle d'Aosta	23	5	25	53
Belluno	30	1	6	37
Verbano-Cusio-Ossola	26	1	9	36
Sondrio	15	1	2	18
Totale Area Vasta	220	11	77	308
Nord Italia	1.604	23	396	2.023
ITALIA	3.409	129	802	4.340

La figura 25 entra nel dettaglio della *tipologia di museo non statale per provincia*; quella prevalente è il museo in senso stretto, che va da un minimo di 15 a Sondrio (l'83% di tutti i musei di quella provincia) a un massimo di 74 a Bolzano (il 100%). Aosta, che ne ha 23, è quella che percentualmente ne conta il numero minore (43%), avendo essa una composizione più diversificata tra monumenti e complessi monumentali (25, pari al 74% del totale musei provinciale) e di aree e parchi archeologici (5, pari al 9%).

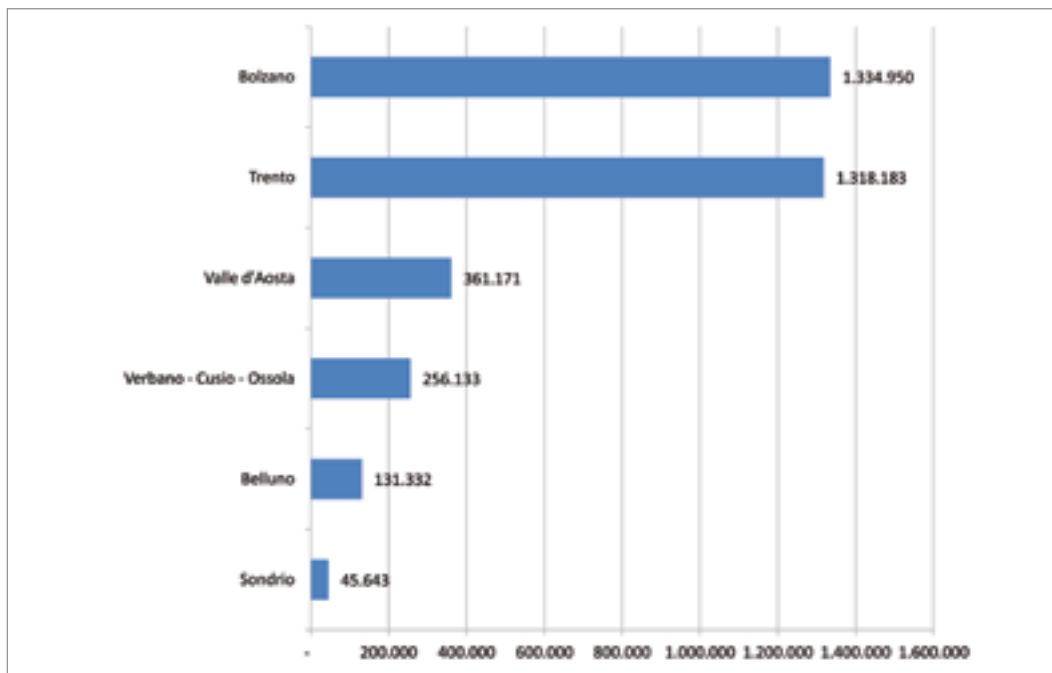
Figura 26: Numero di musei nelle province alpine ogni 1.000 abitanti e numero di comuni per museo. Anno 2006. Fonte: elaborazione CCIAA alpine su dati Istat



La graduatoria delle province alpine si modifica quando dal numero (assoluto) di musei ci si sposta ai valori relativi in rapporto al numero degli abitanti (cioè dei residenti a fine 2006) e ai comuni, riprodotti alla figura 26. La più elevata concentrazione di musei si ha in Valle d'Aosta, che ne conta 4,2 ogni 1.000 abitanti, a Verbano-Cusio- Ossola, al secondo posto, ne corrispondono 2,2; entrambe le province, come emerge nella figura stessa, si collocano al di sopra della media dell'Area Vasta (1,8). Trento scende al terzo posto, con un valore esattamente pari alla media dell'Area, Belluno (1,7) precede Bolzano (1,5) ma Sondrio si conferma all'ultimo posto con un museo ogni 1.000 residenti, secondo un rapporto che risulta comunque più elevato della media nazionale (0,7) e dell'Italia del Nord (0,8). Se invece spostiamo l'attenzione al rapporto dei musei rispetto ai comuni, Aosta si conferma ancora la provincia meglio servita, poiché si trova un museo ogni 1,2 comuni, così come a Sondrio spetta l'ultimo posto con un museo ogni 4,3 comuni, un rapporto più che doppio rispetto alla media dell'Area Vasta (2), che comunque si colloca al di sopra di quella dell'Italia del Nord

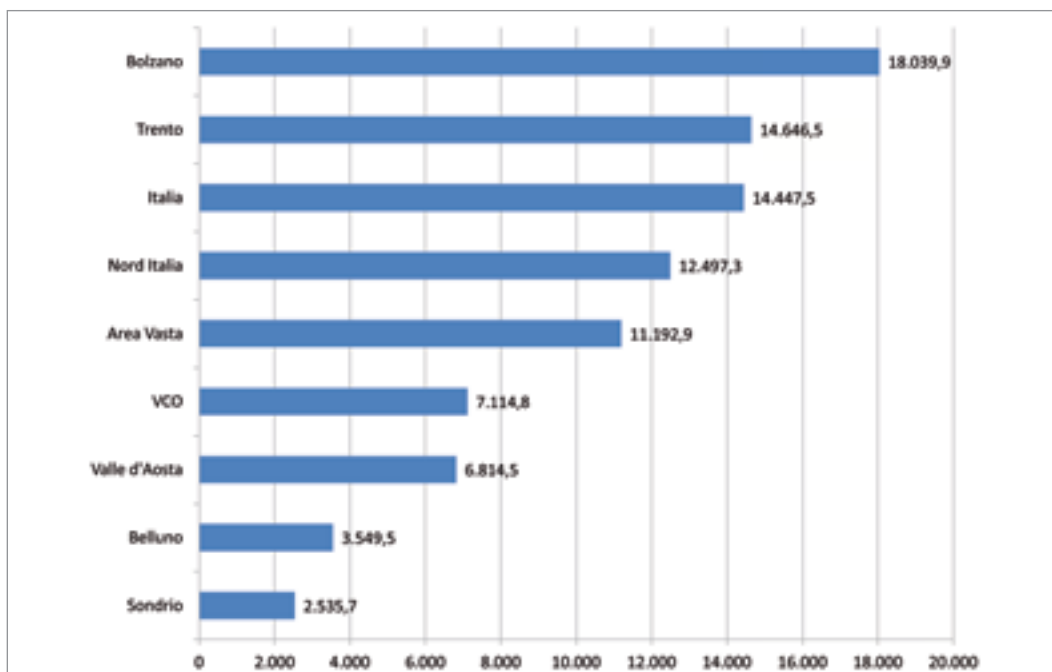
(2,2), ma al di sotto di quella nazionale (1,9). Tra le province alpine dopo Aosta nell'ordine si trovano Bolzano (1,6), Belluno (1,9) e Verbano-Cusio-Ossola (2,1), mentre Trento occupa il penultimo posto con un museo ogni 2,5 comuni.

Figura 27: Numero di visitatori dei musei nelle province alpine. Anno 2006. Fonte: Istat



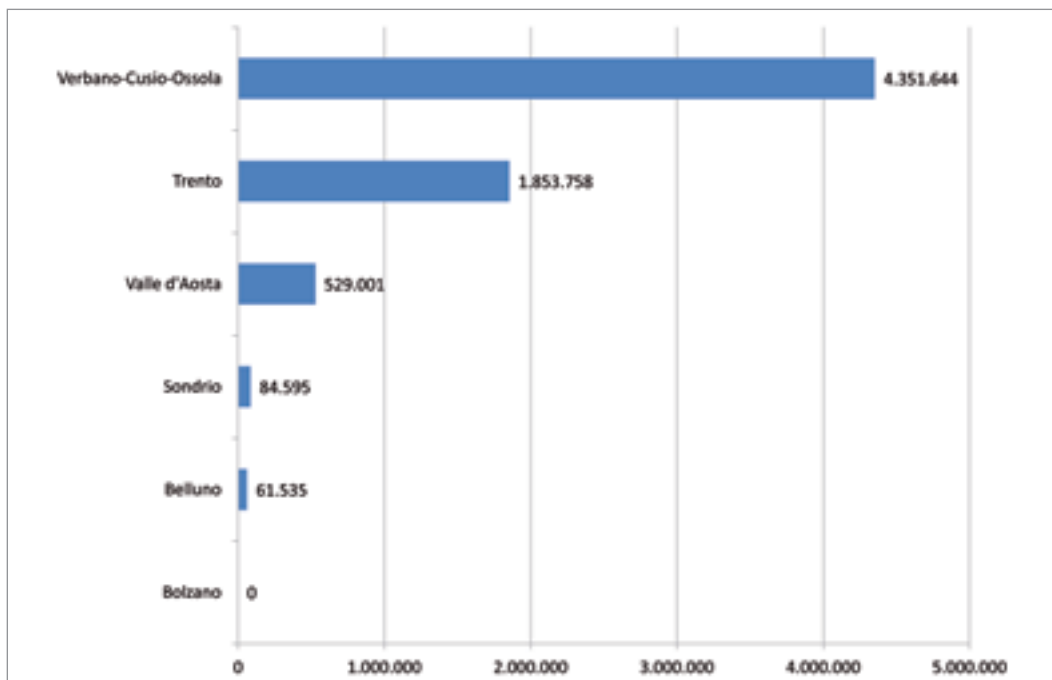
Il secondo indicatore è relativo al *numero dei visitatori*: emerge dalla figura 27 che quello più elevato spetta a Bolzano, che nel 2006 ne ha accolto poco meno di 1 milione e 335mila, cui fa seguito Trento con un numero solo di poco inferiore e insieme costituiscono il 77% delle visite nel parco museale non statale di tutta l'Area Vasta; il rimanente 33% si distribuisce tra Aosta (10,5%), Verbano-Cusio-Ossola (7,4%), Belluno (3,8%) ed infine Sondrio (1,3%). Bolzano e Trento mantengono le loro posizioni anche nella graduatoria del *numero dei visitatori per museo*, come evidenziato nella figura 28, con 18mila e 15mila visitatori per struttura rispettivamente, valori ben al di sopra della media dell'Area Vasta ma anche dell'Italia. Aosta e Verbano-Cusio-Ossola si scambiano le posizioni collocandosi al quarto (l'una) e al terzo posto (l'altra), ma il numero di visitatori per struttura (circa 7mila) risulta più che dimezzato rispetto alle consorelle del Trentino Alto Adige, mentre Belluno e Sondrio mantengono il quinto e il sesto posto con 3,5 e 2,5 migliaia di visitatori per museo.

Figura 28: Numero medio di visitatori per museo nelle province alpine. Anno 2006. Fonte: nostra elaborazione su dati Istat



Infine, il terzo indicatore riguarda l'ammontare lordo degli *introiti* derivanti dalla vendita di biglietti di ingresso dei musei e degli istituti simili non statali nelle province alpine nel 2006 (figura 29). Ebbene, la quota più elevata è in capo a Verbano-Cusio-Ossola, con oltre 4 milioni di Euro, mentre in coda si colloca Belluno, con poco meno di 62mila Euro, ma va segnalato che Bolzano, per la quale non è stata data alcuna indicazione in proposito dalle strutture museali non statali locali, non compare in graduatoria.

Figura 29: Introiti lordi in euro derivanti dalla vendita dei biglietti nei musei delle province alpine. Anno 2006.
Fonte: Istat

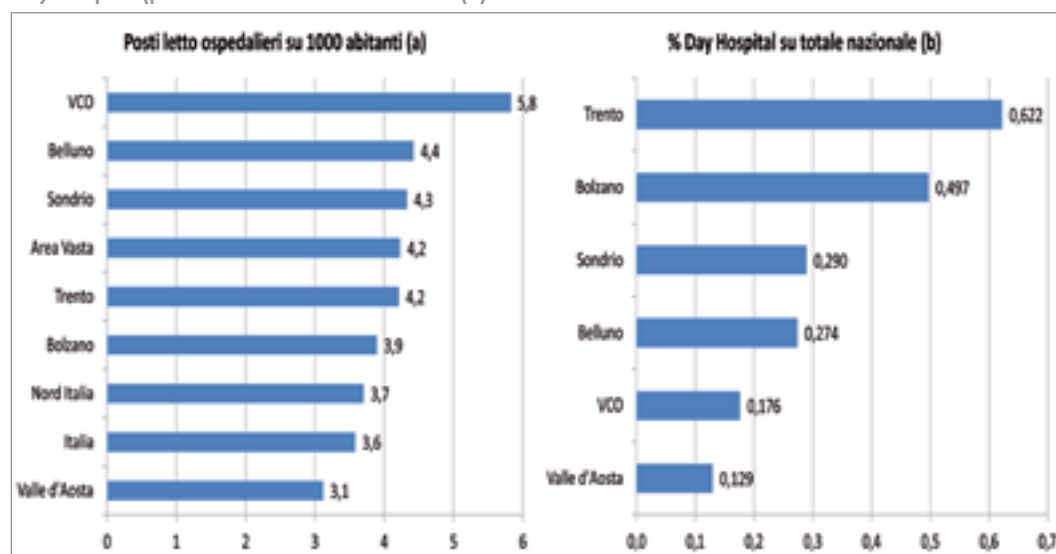


Tuttavia, grazie alle informazioni rese disponibili dall'Istat si comprende che una buona percentuale delle strutture museali sono ad ingresso gratuito⁶: si tratta del 74% di quelle di Aosta, del 64% di Verbano-Cusio-Ossola, del 54% dei musei di Trento, del 51% di quelli di Belluno, del 39% a Sondrio e del 35% a Bolzano. L'informazione stessa sull'ammontare degli introiti derivanti dai biglietti d'ingresso è limitata alle sole unità rispondenti, così che il riscontro che ne deriva va interpretato con cautela. Per questo motivo non si ritiene significativo rapportare il totale degli introiti al numero dei visitatori (per stimare il prezzo medio d'ingresso a persona) nonché rispetto al numero dei musei, giacché entrambi i rapporti andrebbero considerati limitatamente ai visitatori paganti e alle strutture con ingresso a pagamento, in merito alle quali le informazioni sono solo parziali.

Una seconda categoria di indicatori oggetto del presente capitolo riguarda i servizi sanitari, presentati nelle figure 30 e 31. Emerge nella figura 30.a che la migliore dotazione spetta alla provincia di Verbano-Cusio-Ossola, che con *5,8 posti letto ogni 1.000 abitanti* supera di gran lunga la media dell'area alpina (4,2), che a sua volta prevale sia sulla media nazionale (3,6) sia su quella del Nord Italia (3,7). Belluno (4,4), Sondrio (4,3) e Trento (4,2) hanno capienze piuttosto simili, mentre Bolzano (3,9) e Aosta (3,1) chiudono la graduatoria delle province alpine.

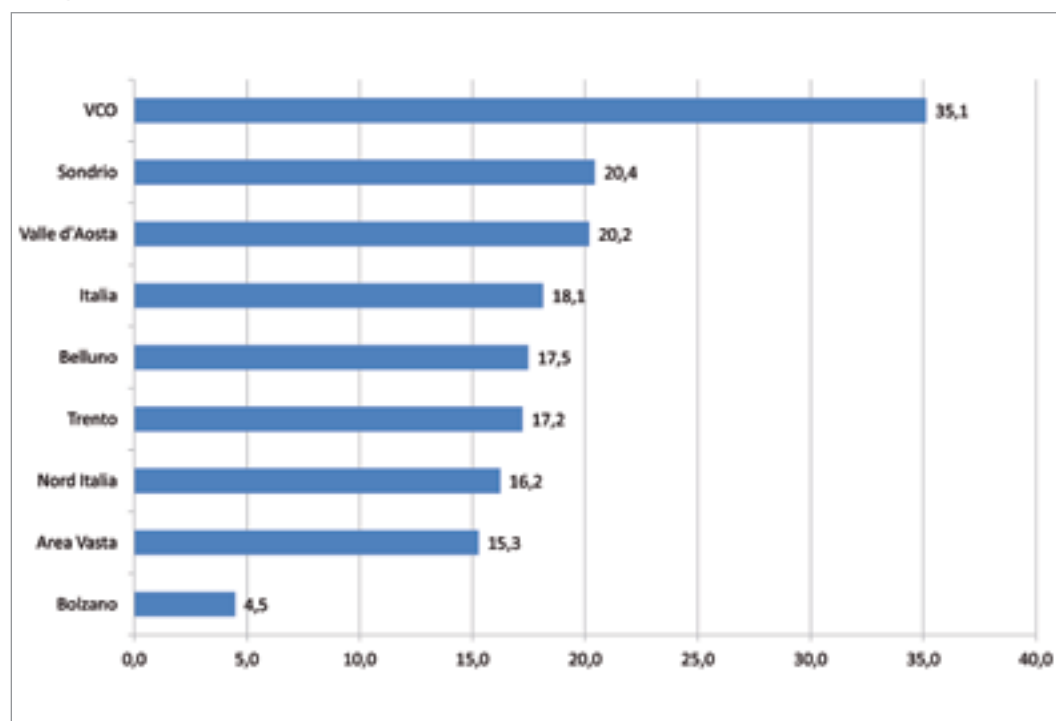
6 L'informazione è limitata alle strutture rispondenti che non sempre corrispondono al totale delle strutture censite.

Figura 30 (a) e 30 (b): Posti letto ospedalieri per 1.000 abitanti nelle province alpine e in Italia (a) e attività di Day Hospital (percentuale su totale nazionale (b). Anno 2008. Fonte: Ministero della salute



Secondo i dati del 2008, l'attività di Day Hospital praticata all'interno dell'Area Vasta è pari al 2% del totale nazionale mentre la sua caratterizzazione tra le province alpine è evidenziata nella figura 30.b. Trento vanta la partecipazione massima (0,6%), seguita a ridosso da Bolzano (0,5%); la somma di entrambe determina oltre la metà degli interventi di questo tipo praticati nell'area di interesse. Sondrio e Belluno si trovano nella fascia centrale con una percentuale pari allo 0,3%, mentre Verbano-Cusio-Ossola (0,2) e Aosta (0,1%) chiudono la graduatoria.

Figura 31: Indice di emigrazione ospedaliera nelle province alpine e in Italia. Anno 2008. Fonte: Ministero della salute

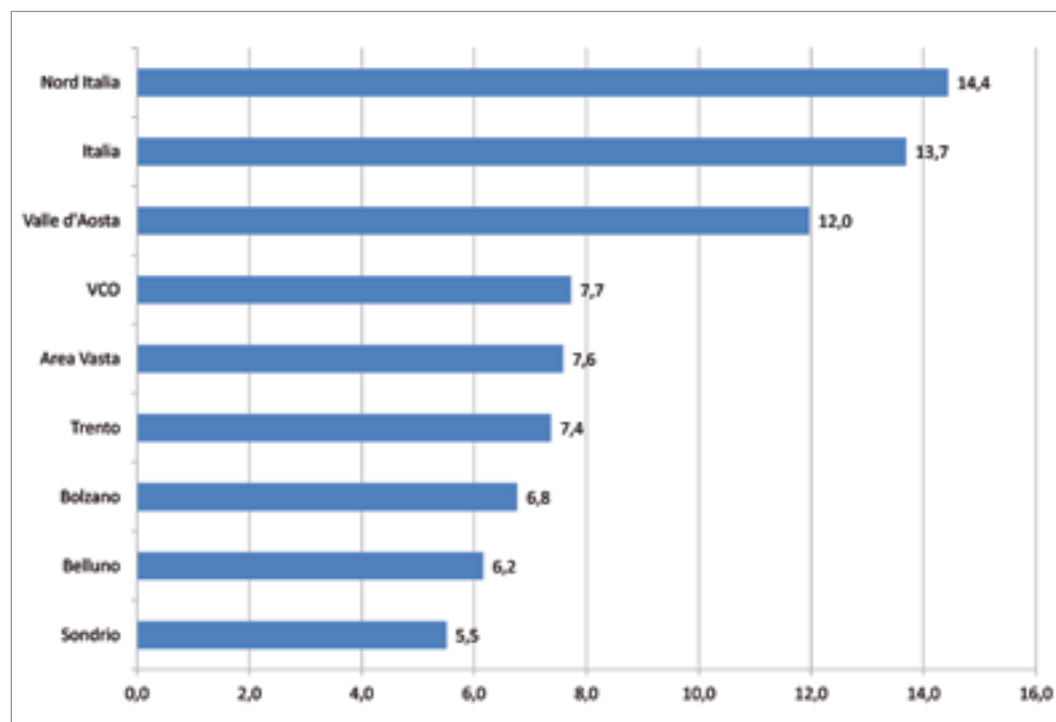


Un indicatore di interesse è quello rappresentato alla figura 31 e riguarda l'indice di emigrazione ospedaliera; esso misura il rapporto tra il numero di dimissioni di pazienti residenti in una determinata provincia (o area) effettuate nel resto del territorio nazionale sul totale dei ricoveri di residenti in provincia (o area) effettuati su tutto il territorio nazionale (esclusi cittadini stranieri e di nazionalità sconosciuta). L'indicatore così calcolato quantifica la propensione della popolazione ad allontanarsi dalla propria provincia (o area) per usufruire delle prestazioni richieste: più è basso, minore è l'indice di fuga dei residenti, che quindi trovano presso le strutture in loco una risposta adeguata alla domanda di servizi sanitari. Emerge chiaramente che la propensione ad uscire dal proprio territorio è all'interno dell'Area Vasta piuttosto bassa, poiché solo il 15,3% delle dimissioni di pazienti residenti nelle province

alpine avviene in strutture mediche e ospedaliere al di fuori dell'area, che è una percentuale inferiore alla media del Nord Italia (16,2%). Un indice di fuga ospedaliera piuttosto contenuto fa onore a un territorio di montagna, in quanto evidenzia che la scelta di altre province e in particolare della pianura è un fenomeno piuttosto contenuto. Bolzano appare di gran lunga superiore alle consorelle, con un indice pari a 4,5 che è meno di un terzo di quello dall'Area Vasta; Trento (17,2%) e Belluno (17,5%), pur a livelli decisamente più alti di Bolzano, occupano il secondo e il terzo posto all'interno dell'area alpina; seguono Aosta e Sondrio con due valori superiori al 20% (20,2 e 20,4% rispettivamente), mentre a debita distanza chiude Verbano-Cusio-Ossola, con una percentuale del 35,1%, che indica che oltre un terzo dei ricoveri dei residenti avviene al di fuori della provincia.

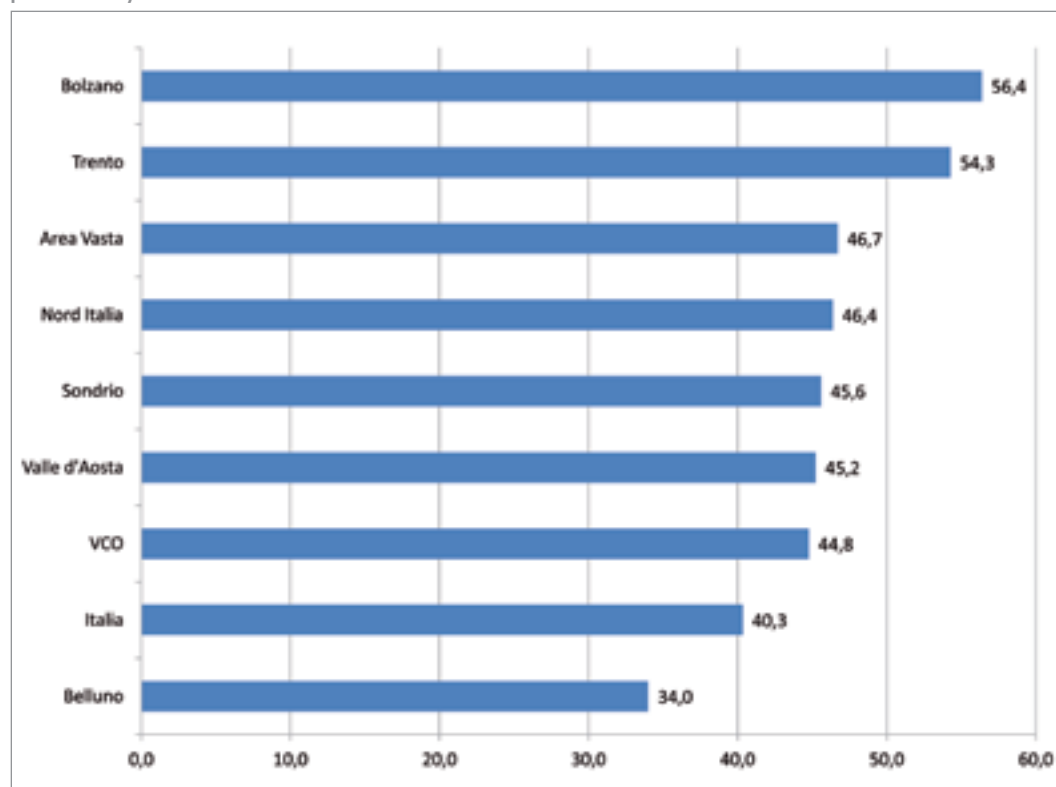
Una quarta area di indagine riguarda la sicurezza personale e in particolare il *tasso di criminalità*, che misura il numero di reati denunciati in un anno in rapporto a 100.000 abitanti: più è basso l'indice, migliore è il giudizio in termini di sicurezza personale di un determinato territorio. La situazione per le province alpine a confronto con la media nazionale e dell'Italia del Nord è rappresentata alla figura 32: una prima considerazione riguarda il complesso dell'Area Vasta, che con un tasso pari a 7,6 ogni 100.000 abitanti si colloca decisamente al di sopra della media nazionale (13,7) e soprattutto del Nord Italia, la quale chiude la graduatoria in oggetto con un tasso di 14,4 (basti pensare che in Lombardia tale valore arriva a 16,1). All'interno della zona alpina Sondrio rappresenta l'eccellenza con un indice di 5,5, ma anche Belluno (6,2), Bolzano (6,8) e Trento (7,4) fanno meglio della media dell'area, mentre Verbano-Cusio-Ossola (7,7) e soprattutto Aosta (12) si piazzano al di sotto. In particolare, una sensibile disparità emerge tra Sondrio (la migliore) e Aosta (l'ultima): nella prima la sicurezza personale risulta più che doppia rispetto alla seconda.

Figura 32: Tasso di criminalità nelle province alpine e in Italia (valore medio ogni 100.000 abitanti). Anno 2010. Fonte: Associazione nazionale Forze Polizia



Infine, la figura 33 analizza l'ultimo degli indicatori relativi alle istituzioni, relativo alla giustizia, e riproduce il ranking tra le province alpine in base al rapporto tra il numero di *cause evase rispetto al totale delle cause in essere* (pendenti e nuove).

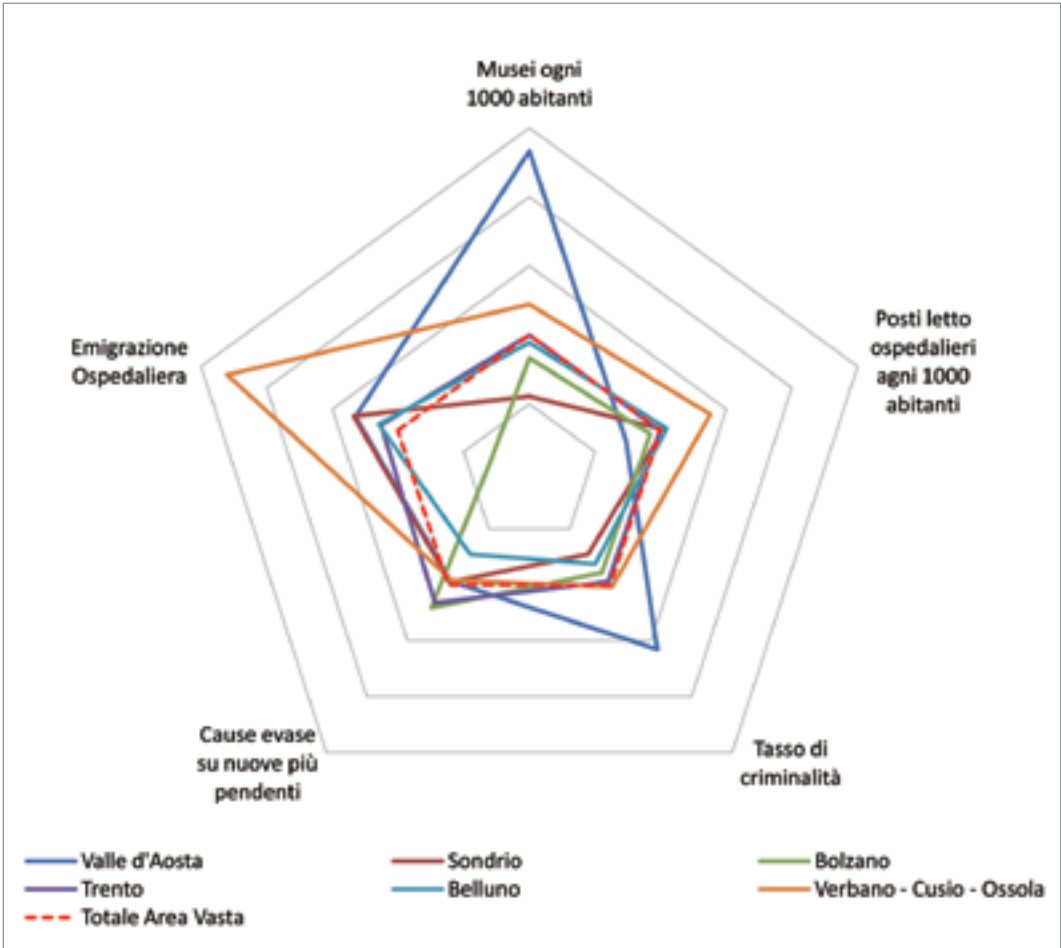
Figura 33: Rapporto tra cause evase e cause totali (pendenti e nuove) nelle province alpine e in Italia (valore percentuale). Anno semestre 2010. Fonte: Ministero della Giustizia



Anche in questo caso il giudizio sull'Area Vasta è migliore di quello dell'Italia, poiché l'indicatore è pari a 46,7% rispetto al 40,3%, ma è solo di poco superiore a quello dell'Italia del Nord, in cui il rapporto tra le cause concluse nel primo semestre 2010 rispetto a quelle totali è piuttosto elevato (46,4%), mentre in Lombardia si raggiunge addirittura il 48,7%. All'interno dell'area alpina a Bolzano spetta il primato con il 56,4%, delle cause evase in sei mesi e Trento gli fa subito seguito con il 54,3%, entrambe superiori alla media dell'Area Vasta. In tutte le altre province l'efficienza della giustizia scende, con Sondrio (45,6%), Aosta (45,2%) e Verbano-Cusio-Ossola (44,8%) migliori della media nazionale e Belluno ben al di sotto, con un valore di appena 34%.

A conclusione della sezione specifica all'area istituzioni, analogamente a quanto già fatto per l'area società, si propone un grafico a "radar" che raffiguri una sintesi di alcuni degli indicatori esaminati confrontandoli per tutti i territori. Pur essendo questo metodo soggetto alle limitazioni già evidenziate permette di confrontare simultaneamente indicatori e province. Dal quadro di sintesi emergono le "punte di diamante", fra cui il numero dei musei ogni 1.000 abitanti di Aosta, ma anche il numero dei posti letto ospedalieri su 1.000 abitanti di Verbano-Cusio-Ossola. Questo ultimo dato è da considerare in relazione ai dati offerti dall'indicatore legato all'emigrazione ospedaliera: quest'ultima nel Verbano-Cusio-Ossola risulta essere la più alta tra le province alpine, mentre a Bolzano risulta essere la più bassa. Considerando poi il numero di cause concluse in un semestre in rapporto a quelle esistenti (nuove e pendenti) solo Trento e Bolzano vanno oltre la media dell'Area Vasta. Infine, rispetto ad altri indicatori, spiccano da un lato il basso tasso di criminalità di Sondrio e, dall'altro, quello più elevato di Aosta.

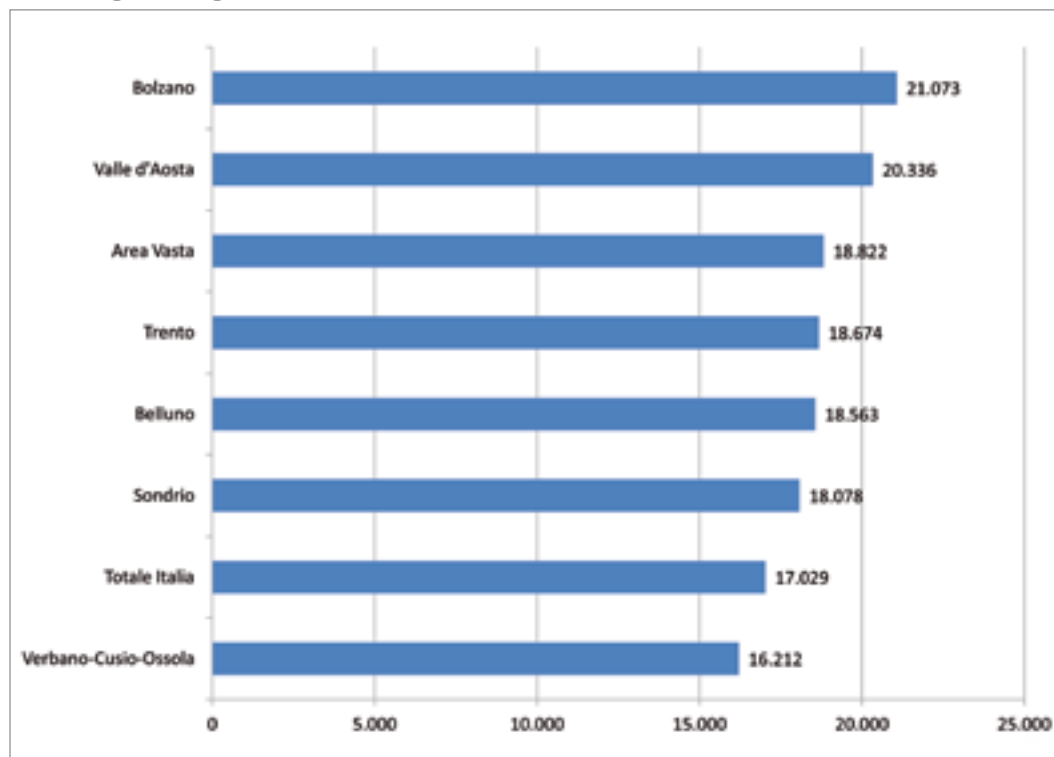
Figura 34: Sintesi indicatori province alpine – sezione Istituzioni. Fonte: elaborazione CCIAA alpine



Economia

Allo scopo di fornire un quadro sintetico di confronto territoriale, considerando gli indicatori economici, è opportuno partire da un livello di indicatori di sintesi "macro" per poi scendere su indicatori più specifici. L'indicatore di sintesi per eccellenza che viene utilizzato di norma è quello relativo al PIL pro capite. La figura 35 mostra il *reddito procapite* al 2010 per ogni provincia alpina.

Figura 35: Reddito pro capite delle province alpine, dell'Area Vasta e dell'Italia in Euro. Anno 2010. Fonte: Istituto Guglielmo Tagliacarne - Unioncamere

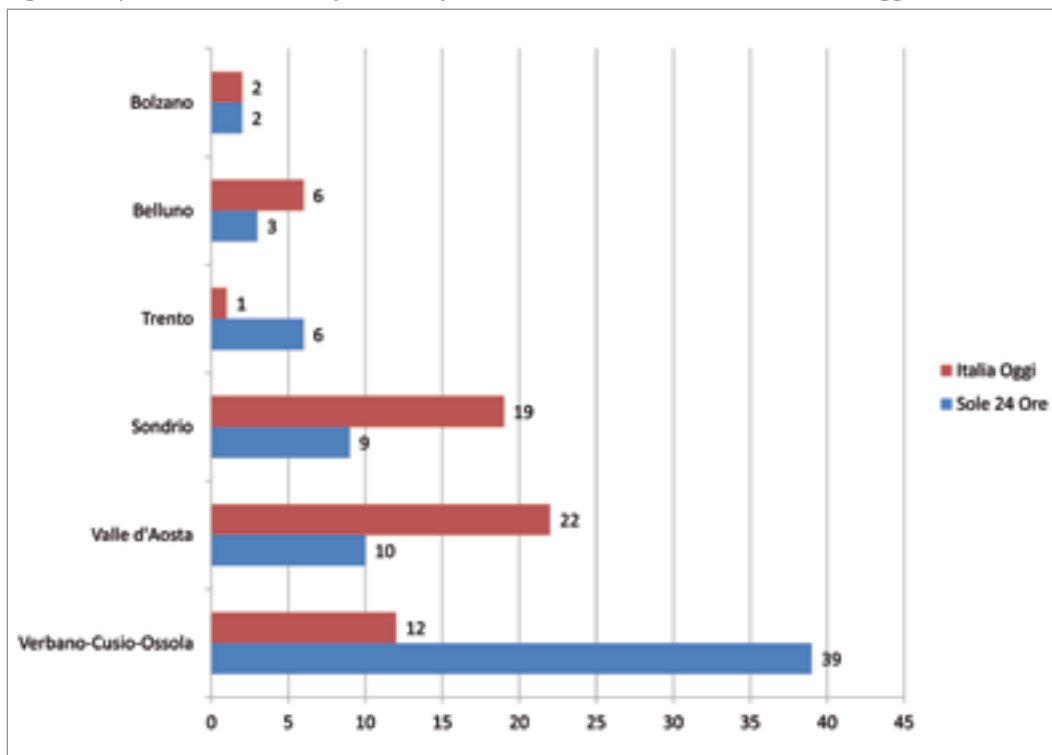


Come si nota dalla figura, il reddito pro capite dell'Area Vasta (ovvero l'area che comprende il territorio di tutte le province alpine) risulta molto più alto rispetto a quello italiano. Al di sotto del valore medio italiano si colloca soltanto la provincia di Verbano-Cusio-Ossola (dato più basso tra le province alpine). Comunque, il *patrimonio medio per famiglia* risulta essere maggiore di quello medio italiano per tutti i territori montani: il valore più alto è registrato ad Aosta.

Considerando il *valore aggiunto* complessivo nel 2010, è possibile affermare che in tutti i territori considerati la percentuale generata dal settore dei servizi è superiore al 50%. In particolare ad Aosta la terziarizzazione è particolarmente evidente con una quota dei servizi sul totale valore aggiunto pari al 75,8%, mentre a Belluno i servizi sono il 59% del valore aggiunto complessivo: qui una quota importante del valore aggiunto, infatti, deriva dal settore industriale (40,2%) grazie in particolare ad un distretto dell'occhialeria fra i più sviluppati ed internazionalizzati. La quota del valore aggiunto dell'industria negli altri territori è più bassa, ma in linea con il valore medio italiano. Infine, il settore agricolo è quasi inesistente a Verbania (0,3% del totale del valore aggiunto) mentre a Bolzano rappresenta il 4,2% del valore aggiunto totale.

PIL pro capite e Valore aggiunto da soli non permettono di avere un quadro complessivo; a questo suppliscono altri indicatori; ad esempio, per la *qualità di vita* nei diversi territori, vi sono indicatori di sintesi che tengono conto non solo di aspetti economici, ma anche di altre aree (ambiente, servizi, infrastrutture etc). Considerando quindi la qualità della vita è possibile osservare gli studi, su un insieme di 103 province, di Italia Oggi, e su 107 per quello de Il Sole 24 Ore. In entrambe le analisi le province alpine si collocano generalmente in posizioni molto alte.

Figura 36: Qualità della vita nelle province alpine. Anno 2011. Fonte: Sole 24 Ore e Italia Oggi



Questi approfondimenti, che, come anticipato, tengono conto non solo di aspetti economici, sono un buon punto di partenza per analizzare le province alpine nella loro performance globale. Infatti, se si effettua un confronto fra il reddito prodotto e la qualità della vita registrata, si osserva come Aosta, pur avendo il secondo maggior reddito prodotto risulta essere al decimo e ventiduesimo posto nelle classifiche sulla qualità della vita. Ciò evidenzia quindi come il PIL pro capite dia informazioni solo legate alla ricchezza economica mentre considerare altre dimensioni (ambiente, salute, servizi, etc) ci avvicina di più al concetto di BIL di benessere interno lordo che comprende dimensioni diverse.

Per dare un quadro più completo nel confronto fra territori simili, si ritiene opportuno fare riferimento anche ad alcuni aspetti legati all'anagrafe delle imprese così come descritta dal Registro delle Imprese delle Camere di Commercio. Innanzitutto, è opportuno ricordare che le province alpine, pur presentando elementi qualitativi e, in alcuni casi, anche quantitativi simili, mostrano anche differenze significative, ad esempio rispetto al numero di *imprese attive* sul territorio. Infatti, se si osserva la composizione del tessuto economico all'interno di queste province si notano differenze (a volte molto accentuate) nel numero di imprese attive: le province di Aosta, Belluno, Sondrio e Verbano-Cusio-Ossola hanno un numero di imprese attive simile che va dalle 12 mila unità alle 15 mila mentre a Bolzano e a Trento il loro numero è quasi triplo (53.941 e 48.151 rispettivamente).

Se si considera la *ripartizione settoriale delle imprese sul totale*, nelle varie province alpine, la fotografia è data dalla figura 37. Tale figura permette di osservare le differenze tra i territori e di effettuare considerazioni rispetto ad altre aree significative (l'Area Vasta e l'Italia). Si nota che le attività dei servizi di alloggio e ristorazione nelle province prese in esame sono molto maggiori rispetto alla media italiana (6%), in linea con la vocazione turistica dei territori. Le imprese agricole si posizionano rispetto al dato nazionale (16%) in modo eterogeneo: infatti, a fronte di una quota doppia per Bolzano (32%) e maggiore in quasi tutte le province, Aosta e Verbano-Cusio-Ossola presentano invece una percentuale minore di quella media (14% e 6% rispettivamente). In tutti i territori è comunque riscontrabile una tendenza alla terziarizzazione del sistema economico, e, solo per alcuni, il numero delle imprese agricole si è ridotto anche a seguito di dinamiche di aggregazioni e accorpamenti. Il settore manifatturiero è più sviluppato a Belluno (13% delle imprese attive) e a Verbano-Cusio-Ossola (12%) rispetto al dato nazionale (10%). Il settore dell'edilizia invece presenta percentuali maggiori al dato italiano ad Aosta (23%), Verbano-Cusio-Ossola (20%), Belluno (18%) e Sondrio (18%).

Figura 37: Quota percentuale per settore delle imprese attive nelle provincie alpine e in Italia. Anno 2011.
Fonte: Movimprese

	Agricoltura	Attività manifatturiere	Costruzioni	Commercio all'ingrosso e al dettaglio	Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	Altre attività
Aosta	14%	7%	23%	19%	14%	23%
Belluno	13%	13%	18%	24%	12%	21%
Bolzano	32%	7%	12%	15%	13%	20%
Sondrio	19%	9%	18%	21%	11%	22%
Trento	26%	8%	16%	18%	9%	22%
VCO	6%	12%	20%	26%	12%	25%
Area Vasta	24%	9%	16%	19%	11%	21%
Italia	16%	10%	16%	27%	6%	24%

Nei territori alpini le *imprese femminili* sul totale delle imprese attive superano sempre il 19,6%. Se ci si confronta con il dato medio italiano (23,5%) si nota che solo tre province si posizionano sopra tale quota: Sondrio (25,9%), Aosta (24,1%) e Verbano-Cusio-Ossola (23,7%). Per quanto riguarda le *imprese giovanili* i territori analizzati registrano una quota di imprese minore rispetto alla media italiana (11,4%). Il valore corrispondente relativo all'Area Vasta (9,2%) risulta così essere molto inferiore rispetto a quello nazionale. Solo a Sondrio la quota delle imprese giovanili è di poco inferiore al dato medio nazionale (10,8%).

Le *imprese artigiane* rappresentano in tutte le realtà montane una quota importante, quasi pari ad un terzo delle imprese: il valore medio nazionale è del 27,7%; nelle provincie alpine solo a Bolzano il dato è inferiore (25,2%). La provincia con la maggior concentrazione di imprese artigiane è Verbano-Cusio-Ossola dove queste sono circa il 39% del totale.

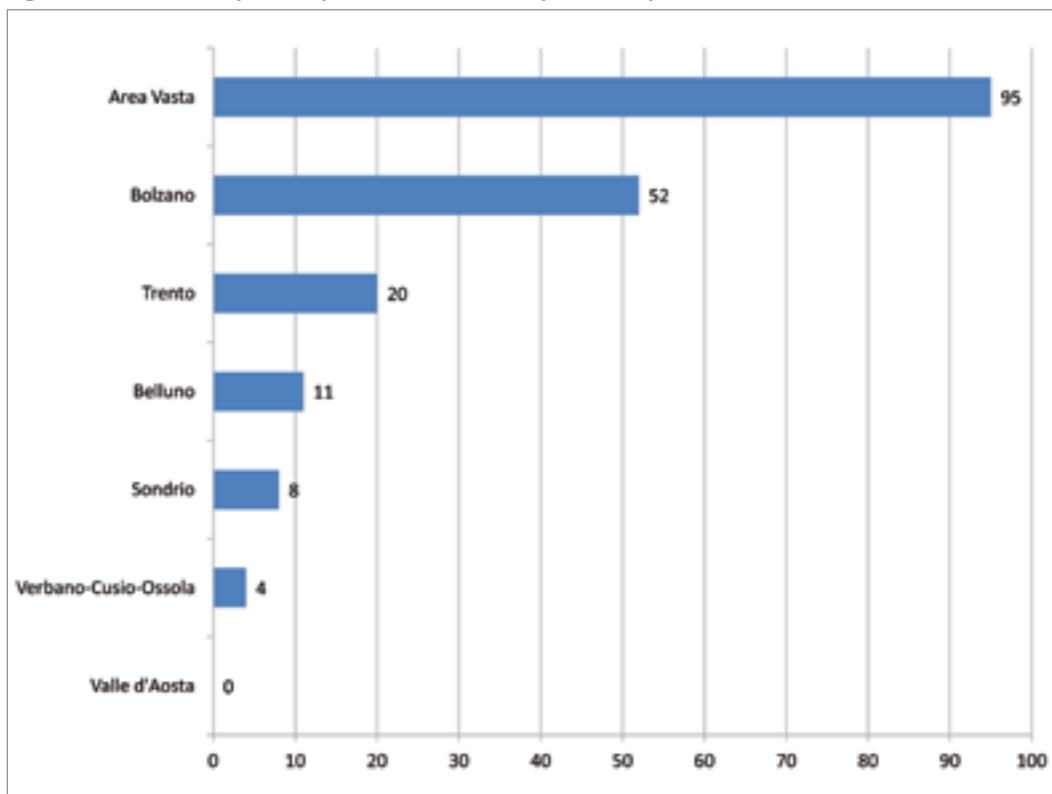
Dal *rapporto tra imprese iscritte e imprese registrate*, la Natalità d'impresa, è possibile osservare che, rispetto al dato nazionale (3,8), solo quello di Verbano-Cusio-Ossola (3,9) risulta essere maggiore. I territori con valori più bassi sono Bolzano e Trento (2,9). Il dato medio complessivo per l'Area Vasta (3,1) risulta inferiore rispetto a quello nazionale. All'opposto, si osserva che il *rapporto tra imprese cessate e imprese attive* è minore rispetto al dato italiano (7,5) in quasi tutti i territori. L'unica provincia che eguaglia il dato italiano è Aosta con 7,5, a indicazione di un tasso di imprese cessate in linea a quello nazionale e più alto rispetto agli altri territori. Se si considera, poi, il rapporto tra imprese *iscritte e cessate* si nota come rispetto al dato italiano (1,15) solo Bolzano (1,22) si posizioni meglio ad indicazione di un numero di imprese che nascono superiore rispetto a quelle che muoiono. Anche il dato dell'Area Vasta è maggiore di 1 quindi positivo, ma leggermente più basso di quello italiano. Con 0,85 Sondrio è la provincia dove, con i dati riferiti al 2011, muoiono più imprese di quante ne nascano. Se si considerano le *cariche ricoperte in azienda* si nota come solo in provincia di Bolzano e Trento la percentuale di cariche femminili sul totale scenda al di sotto del 25% mentre negli altri territori sia vicina al 29%, ad indicazione di una maggiore presenza femminile impegnata in impresa.

Volendo offrire un quadro di sintesi del confronto nell'area alpina italiana temi chiave sono, poi, quelli dell'innovazione, internazionalizzazione e attrattività del territorio.

Il tema dell'innovazione inteso come innovazione multidimensionale e non solo tecnologica è strategico per uno sviluppo di sistema e come via per guardare oltre la difficile congiuntura. Infatti, i dati dimostrano che le imprese che hanno prodotto nuovi prodotti o realizzato nuovi processi - e ancora di più quelle che oltre a fare ciò intensificano la presenza internazionale - sono quelle che crescono di più (misurato in base alla domanda di assunzioni): se in media il 22,5% delle imprese prevede nuove assunzioni per il 2012 questo dato sale al 31% per le imprese che innovano e al 32,5% per quelle che innovano ed esportano (Cfr. ricerca Unioncamere 2011). I dati disponibili sul fronte dell'innovazione sono riconducibili a *domande di invenzioni, marchi, modelli di utilità, disegni e brevetti*. E' noto che essi danno una visione comparativa per i diversi territori e sintetica per l'Area Vasta (corrispondente alla somma dei vari territori), ma non si tratta di una declinazione completa, non avendo ad esempio a disposizione dati provinciali sulla spesa in R&S e sui progetti d'innovazione realizzati. L'Area Vasta corrisponde, per i marchi, al 3% del totale marchi del Nord Italia e 1,8% a livello italiano:

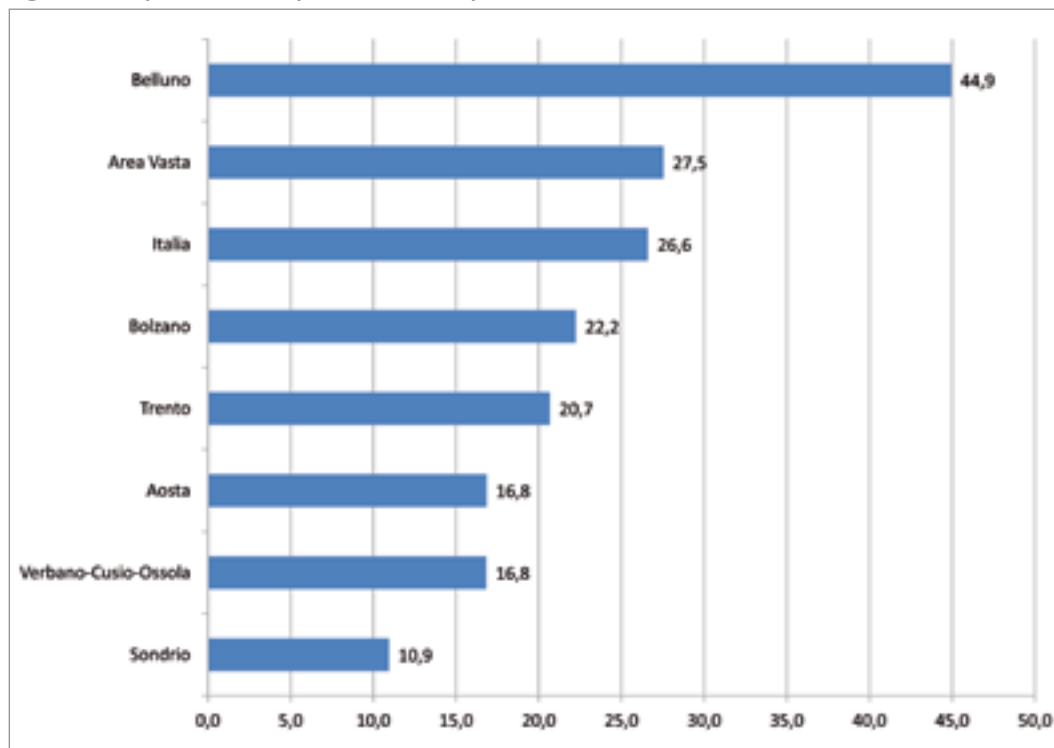
in altre parole nel 2011 nelle 6 province alpine sono stati registrati l'1,8% dei marchi registrati complessivamente in Italia. Se si considera la situazione nei diversi territori possiamo osservare che un indicatore sintetico dato dalla somma di invenzioni, marchi, disegni e modelli d'utilità porta al primo posto le province di Bolzano e Trento (con valore superiore ai 400 per Bolzano e di poco sotto a 400 per Trento), e seguiti poi da Belluno (136). Nelle ultime posizioni con valori sotto il 100 si collocano Verbania, Sondrio e Aosta. Con riferimento in modo specifico ai *brevetti EPO* il dato del 2010 conferma la preminenza di Bolzano anche su questo fronte (vedi figura 38), mentre la somma dei brevetti complessivamente registrati nell'area è pari a 95.

Figura 38: Domande depositate per Brevetti EPO nelle province alpine. Anno 2010. Fonte: Unioncamere



Per competere nel mercato globale è necessario puntare sulla qualità - che deriva anche dall'innovazione - riuscendo a controbilanciare la concorrenza di territori che competono su combinazioni di fattori diversi. Per evidenziare la presenza sui mercati esteri, un dato importante è quello della *propensione all'export*. A livello complessivo l'Area Vasta si colloca in una posizione di propensione leggermente maggiore rispetto a quella media italiana: 27,5% per l'Area Vasta, 26,5% per l'Italia. Il valore medio registrato è invece inferiore a quello medio del Nord Italia pari a 31,4%. Fra i territori spicca la provincia di Belluno che manifesta una propensione all'export superiore al 40% (44,9%), grazie al distretto industriale dell'occhialeria fortemente innovativo ed internazionalizzato. Tutte le altre province si collocano al di sotto del valore medio (sia italiano sia dell'Area Vasta) con Bolzano al 22,2%, Trento al 20,7%, Aosta e Verbania al 16,8% ed infine Sondrio al 10,9%.

Figura 39: Propensione all'Export dei territori alpini. Anno 2011. Fonte: Istat

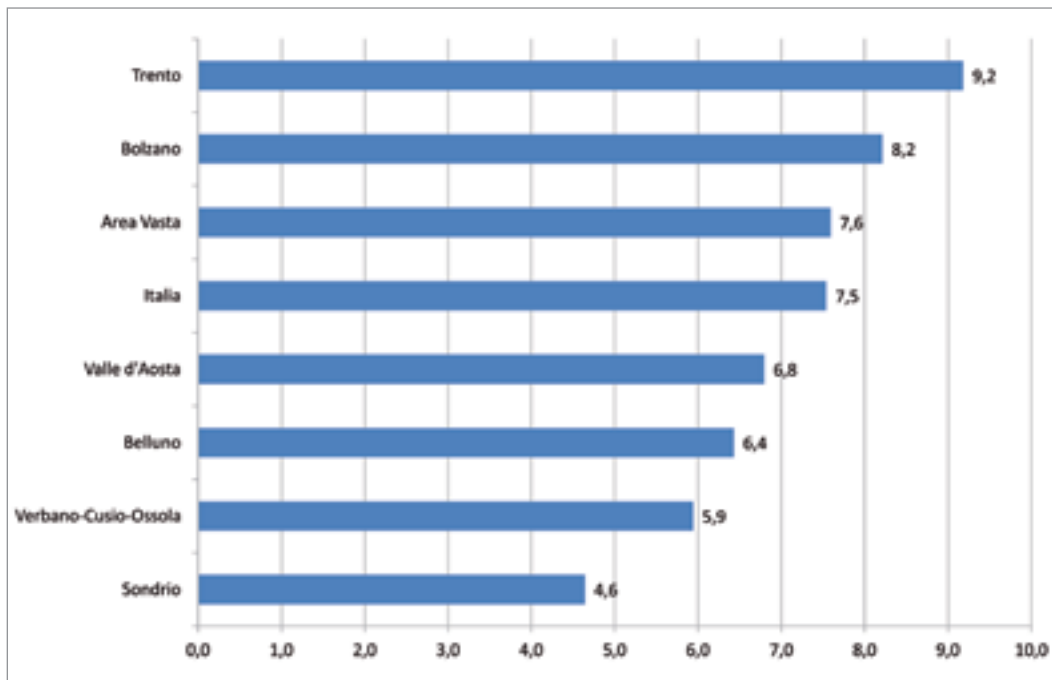


Nel quadro della attrattività del territorio, rilevante è anche la dimensione del *turismo*, rispetto a cui è possibile considerare la *presenza di turisti dall'Italia e dall'estero*. La cosiddetta Area Vasta raccoglie l'11% degli arrivi di turisti italiani e il 14% dei turisti stranieri complessivamente arrivati in Italia. Si tratta infatti per tutti i territori di aree ad elevata vocazione turistica, in particolare in periodi invernali per il turismo della neve, ma non solo, se vista in un'ottica di destagionalizzazione e di offerta su tutto l'arco dell'anno, praticata da tutti per rispondere alle richieste di una *user experience* a 360 gradi. Osservando la composizione dei turisti si rileva che la clientela è prevalentemente straniera nelle province di Verbania e di Bolzano: nel Verbano-Cusio-Ossola il 70% dei turisti sono stranieri mentre a Bolzano sono il 61% a fronte di un dato medio per l'Area alpina pari al 49,5%. Per quanto riguarda la permanenza media, complessivamente nelle province alpine essa è più alta (4,7gg) rispetto a quella media italiana, pari a 3,8 giorni. Ci sono delle differenziazioni nei diversi territori: 5 giorni di permanenza media per Belluno e Bolzano come valori più alti, 4,7 giorni a Trento, 3,9 giorni a Sondrio, 3,8 giorni a Verbania fino ai 3,3 giorni di Aosta. Una diversa permanenza media si lega alle politiche sul turismo, sull'afflusso di stranieri per le settimane bianche e nel caso di Aosta risulta con molta probabilità ascrivibile anche alla possibilità di soggiorni più frequenti, ma più brevi grazie anche ad infrastrutture di connessione con i grandi centri metropolitani particolarmente efficienti. Di interesse anche l'*indice di qualità alberghiera*, definito come la quota di stanze di hotel categoria superiore alle 3 stelle sul totale, identificabile come indice della qualità dell'offerta ricettiva locale; tale indicatore rileva la presenza di un'offerta medio-alta spesso associata anche a clientela con maggiori capacità di spesa. Da questo punto di vista il dato relativo al complesso delle sei province alpine è 18,9% a fronte di un dato relativo all'Italia del 33,3% e al nord Italia del 25,7%.

Nel contesto dei fattori che evidenziano l'attrattività di un territorio, un riferimento importante è legato anche alla *valorizzazione del capitale umano*, volano di sviluppo di un territorio e del proprio sistema socio-economico. In questo contesto è di interesse osservare la previsione di *assunzioni di capitale umano con titolo universitario* e, quindi, di capitale umano qualificato sul totale delle assunzioni non stagionali previste, secondo il quadro offerto dal sistema Excelsior: il dato per le sei province alpine è pari al 10,6% a fronte di un dato italiano pari al 14,3% sul totale delle assunzioni previste. Belluno e Verbania si collocano sopra il valore medio con una quota pari a circa il 12% del totale. Se si considera che il valore nazionale è pari al 14,3% si nota come le province alpine richiedano in maniera minore rispetto al resto d'Italia figure che hanno conseguito una elevata formazione. Si può osservare anche come, di riflesso, a Bolzano (27,6%) e ad Aosta (25,2%) sia richiesta una percentuale maggiore di figure con almeno un diploma secondario rispetto al dato nazionale (22,6%).

Nel quadro dell'attrattività del territorio è possibile considerare anche la *quota della popolazione immigrata* sul totale della popolazione, che andrebbe combinato con altri indicatori relativi alla "tipologia" di capitale umano e alla localizzazione sul territorio. In ogni caso, su un valore medio italiano che vede la quota di immigrati pari al 7,5% del totale della popolazione, quota che sale al 10,1% nel Nord Italia, la quota di popolazione immigrata nelle aree alpine è pari al 7,6%, quindi in perfetta linea con la media italiana. Sopra la media si collocano Trento e Bolzano, rispettivamente con il 9,2% e 8,2%; sotto vi sono invece tutte le altre, dal 6,8% di Aosta al 4,6% di Sondrio.

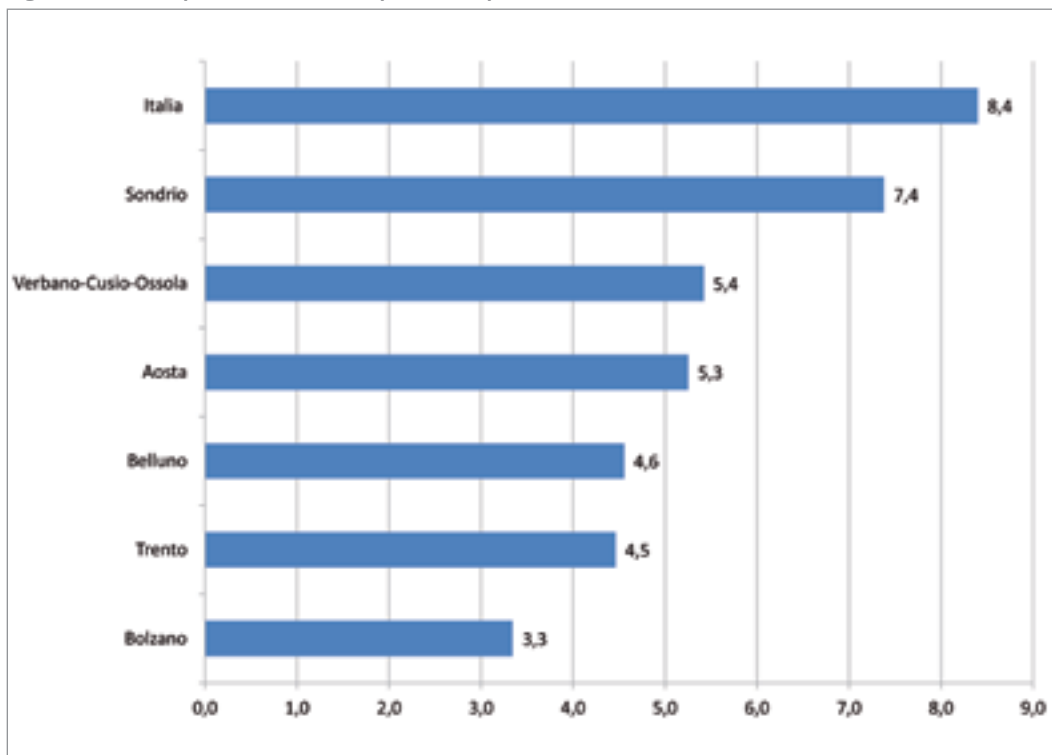
Figura 40: Quota della popolazione immigrata sul totale della popolazione nelle province alpine. Anno 2011.
Fonte: Istat



Sempre nell'ambito della popolazione immigrata si può registrare che la *quota di imprenditori stranieri sul totale degli imprenditori* nei territori alpini risulta essere molto più bassa rispetto alla media italiana (pari all'8%). Infatti, solo il dato di Bolzano (8,5%) è maggiore rispetto alla media nazionale. L'Area Vasta registra un valore di 6,8% mentre Sondrio, fanalino di coda, è al 4,6%.

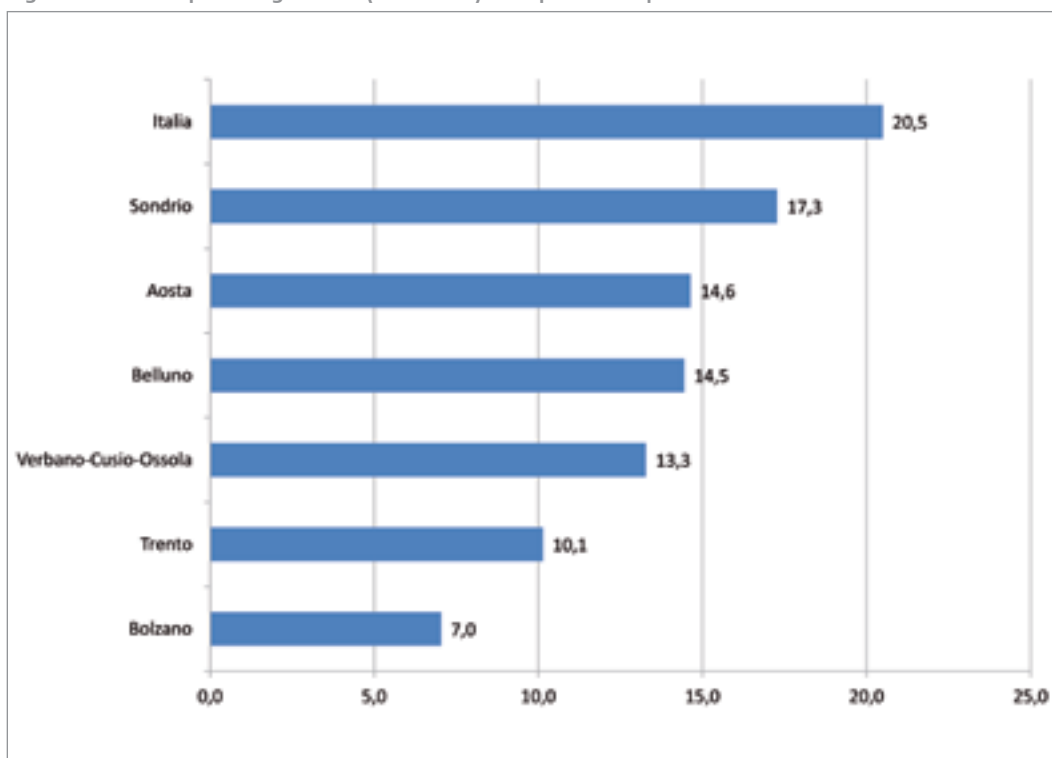
Osservando la dinamica *di occupazione e disoccupazione*, è necessario rilevare che a fronte di un dato complessivo italiano sulla disoccupazione che è al 9,6% a fine 2011 le province alpine si collocano ad un livello più basso, pari ad un tasso medio del 5% circa: ci sono province come Sondrio e Aosta, che hanno registrato un tasso di disoccupazione in crescita dal 2010 al 2011 arrivando al 7,38% per Sondrio e al 5,4% per Aosta e altre che invece nell'ultimo anno hanno visto tassi di disoccupazione in calo (Belluno, che scende al 5,4% e Verbania al 4,5%). Il tasso di disoccupazione delle province alpine resta leggermente più basso rispetto a quello lombardo, pari a 5,77% che possiamo offrire come ulteriore dato di confronto. Bolzano è la provincia che ha mantenuto anche in un anno di difficile congiuntura come il 2011 il tasso di disoccupazione più basso, pari al 3,3%.

Figura 41: Disoccupazione totale nelle province alpine. Anno 2011. Fonte: Istat



Considerando anche i dati sulla *disoccupazione giovanile* la dinamica rilevata è pressoché la stessa: Bolzano è la provincia con il tasso più basso (7% circa), altre province come Verbania hanno registrato dei cali nel tasso di disoccupazione nel 2011 dopo i picchi del 2010, mentre province come Sondrio e Aosta invece hanno registrato incrementi nel tasso di disoccupazione giovanile: questo si rileva in particolare a Sondrio dove negli ultimi due anni il tasso di disoccupazione giovanile è passato dal 10% al 17,3%.

Figura 42: Disoccupazione giovanile (15-29 anni) nelle province alpine. Anno 2011. Fonte: Istat



Sul fronte del mercato del lavoro è opportuno considerare anche il quadro relativo alle ore di *Cassa Integrazione Guadagni* come evidenziato nella figura 43.

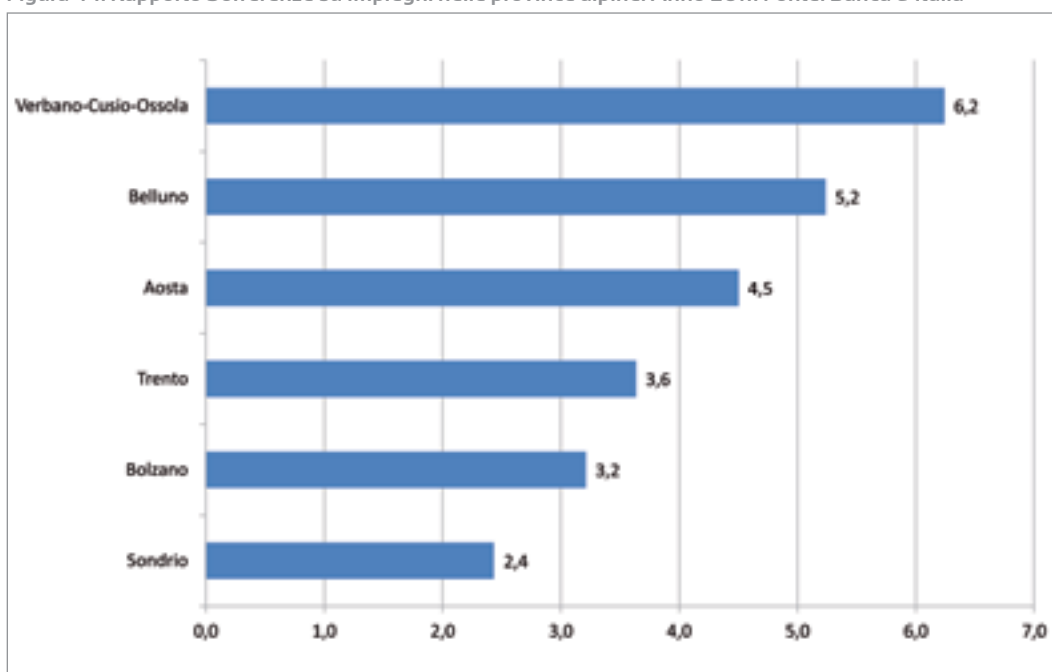
Figura 43: Ore totali di Cassa Integrazione Guadagni, percentuale del territorio rispetto all'Area Vasta e percentuale di ore autorizzate per l'edilizia. Anno 2011. Fonte: Inps

	Ore totali Cig	% sul totale Area Vasta	% di ore autorizzate all'edilizia
Valle d'Aosta	863.457	5,02%	72,2%
Sondrio	1.277.289	7,43%	26,8%
Bolzano	3.085.444	17,94%	65,0%
Trento	4.872.108	28,33%	45,5%
Belluno	3.976.716	23,12%	20,0%
Verbano - Cusio - Ossola	3.122.507	18,16%	25,4%
Area Vasta	17.197.521	100,00%	39,4%
Italia	776.675.074	-	12,9%

Si può osservare che a livello italiano, fra 2010 e 2011, le ore autorizzate complessivamente si riducono del 18,8%. Il complesso delle province alpine registra una riduzione maggiore della media nazionale e pari al 27% rispetto al 2010. Se si osservano le dinamiche dei vari territori, si può rilevare una riduzione di ore di CIG di quasi il 50% a Bolzano e del 32,8% a Belluno. Intorno alla media il valore registrato ad Aosta (-19,4%) e a Trento (-14,3%). Molto più bassa della media la riduzione di ore CIG autorizzate (rispetto al 2010) a Verbania (-6,5%) e a Sondrio (-1,6%).

Anche il *credito* riveste un ruolo importante nell'offrire un quadro comparativo per i territori alpini, dove il sistema bancario spesso fortemente radicato sul territorio agisce in modo diretto per lo sviluppo socio economico del sistema locale. Un indicatore che permette di confrontare in modo sintetico l'andamento del sistema creditizio è il rapporto fra *sofferenze ed impieghi*. Dai dati emerge che il valore medio è pari a 4,15 per il 2011: Sondrio, Bolzano e Trento sono sotto la media; nello specifico Sondrio registra il dato più basso, pari a 2,4. Inoltre, si osserva anche che in tutti territori, tranne che a Sondrio, nel 2011 il rapporto sofferenze su impieghi è aumentato.

Figura 44: Rapporto Sofferenze su Impieghi nelle province alpine. Anno 2011. Fonte: Banca d'Italia



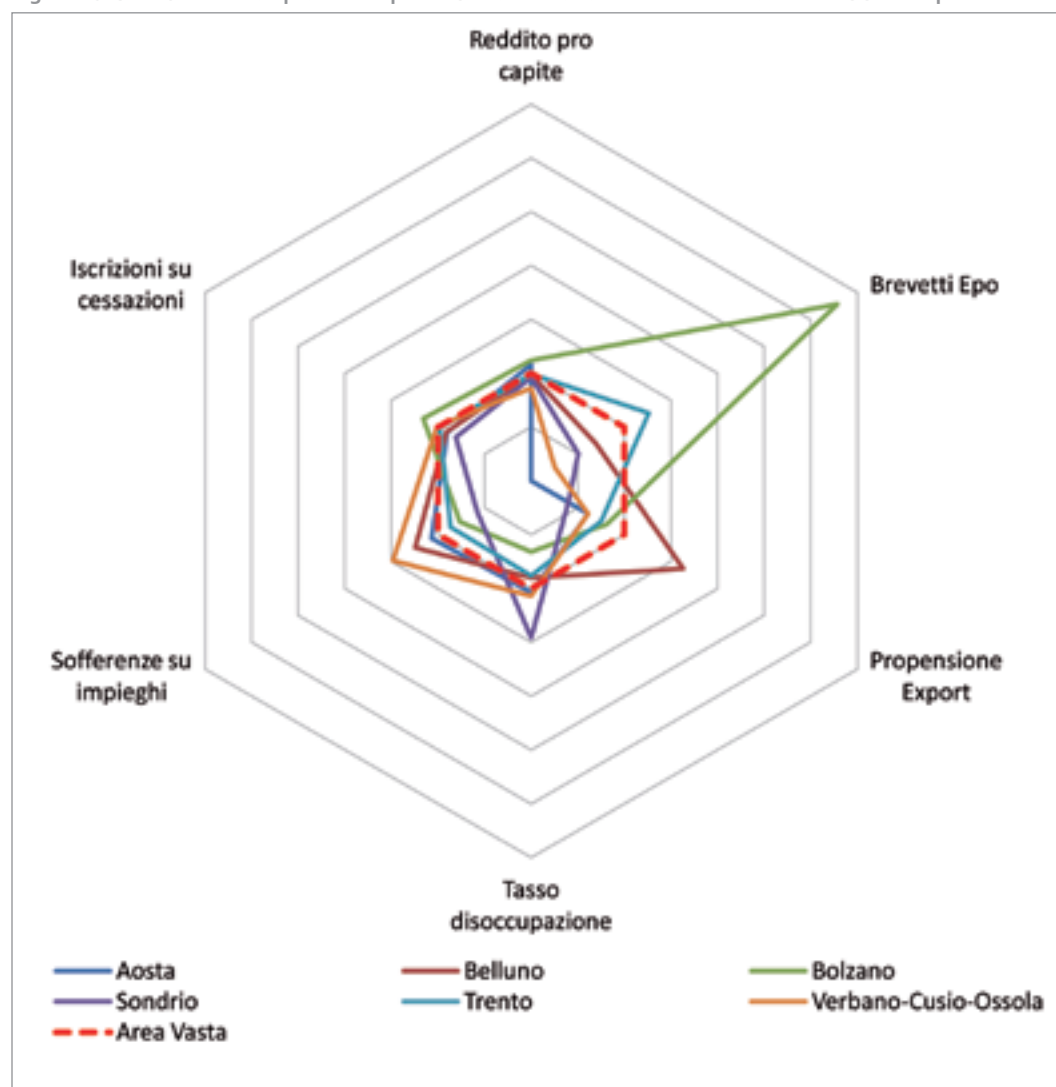
Questo dato può essere letto insieme a quello relativo al *rapporto impieghi/depositi*. Con un valore di 0,9 Aosta è la provincia che ha la quota di deposito maggiore in rapporto agli impieghi, subito seguita da Sondrio e Belluno che registrano lo stesso rapporto (1,2), a indicazione di un'attenta gestione del credito. Bolzano è invece la provincia dove gli impieghi sono più alti in rapporto ai depositi (2,00). In un quadro di confronto, è possibile osservare anche gli impieghi normalizzati per popolazione residente: ai primi posti ci sono Bolzano e Trento, con un valore superiore ai 43.000 Euro per Bolzano e ai 37.000 Euro per Trento. In posizione intermedia si trova Sondrio con un valore di impieghi pro-capite pari a circa

24.500 Euro. Con un valore intorno ai 20.000 Euro Belluno e Verbania chiudono il quadro alpino.

Allo stesso modo è possibile rivolgere lo sguardo ai dati sui depositi normalizzati per popolazione residente: anche per il 2011 Aosta registra livelli di depositi bancari procapite più elevati (sui 25.000 Euro); segue Bolzano e subito dopo Sondrio (con un valore di depositi procapite che aumenta rispetto al 2010 e arriva a circa 20.000 Euro). Nelle ultime posizioni si trovano, come nel 2010, Belluno e Verbania con valori rispettivamente pari a 17.800 Euro e 14.300 Euro.

Come conclusione della sezione specifica all'area economia, si ritiene opportuno proporre – analogamente a quanto fatto nelle precedenti sezioni - un grafico a "radar" (o a diamante) che permette di osservare in un quadro di sintesi alcuni indicatori significativi e di confrontarli per tutti i territori. Anche se siamo consapevoli delle limitazioni esistenti, nel caso specifico dato il confronto fra territori non perfettamente omogenei, il valore aggiunto che offre è il quadro sintetico che ci permette di dare. Dal quadro di sintesi emergono le "punte di diamante", fra cui ricordiamo il Pil procapite e i brevetti a Bolzano (anche se ricordiamo che i dati di tutti i territori potrebbero essere sottostimati data la possibilità di registrarli anche fuori provincia) e la propensione all'export per Belluno. Come si può notare, si evidenzia dal grafico, poi, come il tasso di disoccupazione per Sondrio sia molto più alto rispetto agli altri territori. Dal punto di vista del credito, invece, è Verbano-Cusio-Ossola la provincia con la performance peggiore nel rapporto sofferenze impieghi.

Figura 45: Sintesi indicatori province alpine – sezione Economia. Fonte: elaborazione CCIAA alpine



Infrastrutture

I territori considerati ottengono un punteggio generalmente piuttosto basso nelle dotazioni infrastrutturali esaminate, sia per quanto riguarda l'area economica che per quanto riguarda quella sociale: in tutte le tipologie di infrastrutture analizzate, le province alpine registrano valori inferiori alla media nazionale (100), con rare isolate eccezioni.

Le infrastrutture di trasporto rappresentano un fattore determinante per lo sviluppo e la competitività di una regione, sia per l'impresa che per il singolo cittadino, sia per la circolazione delle merci che per la mobilità delle persone. "La quantità di merci trasportate attraverso l'arco alpino è andata continuamente aumentando nel corso dell'ultimo trentennio", con una "netta prevalenza della strada rispetto alla rotaia"⁷. Analogamente anche il traffico cosiddetto leggero ha registrato una continua crescita, incidendo per oltre due terzi sul traffico stradale complessivo. La dotazione di strade, autostrade e linee ferroviarie viene rappresentata dagli indici della figura 46, i quali stimano in che misura le infrastrutture di ciascuna provincia possano soddisfare la relativa domanda di trasporto, determinata in base alla superficie, alla popolazione ed al numero di occupati. Essi risentono anzitutto della conformazione del territorio, prettamente montano.

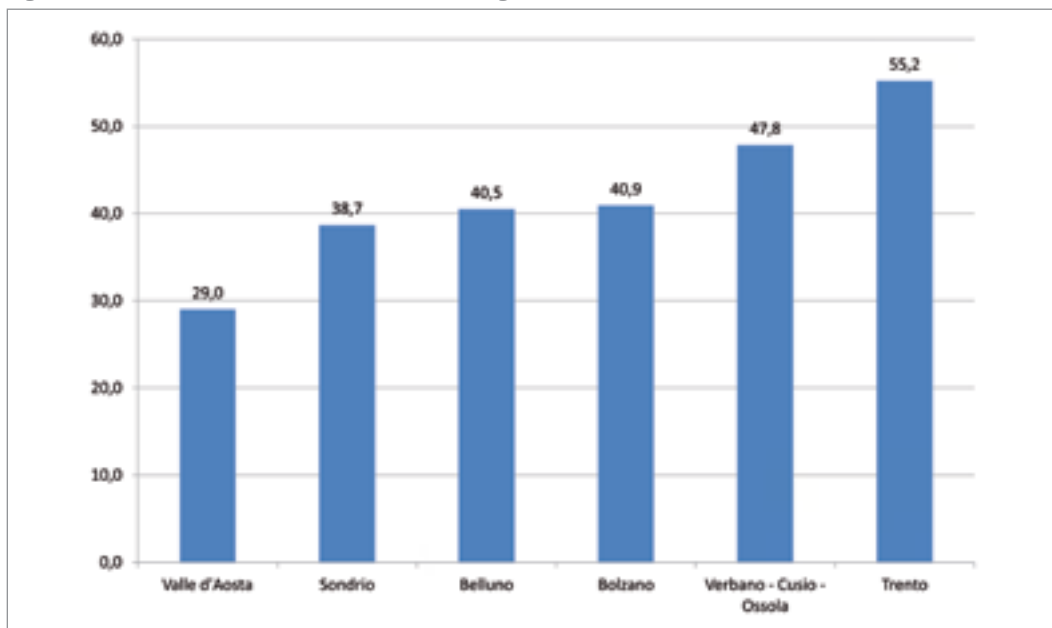
Figura 46: Indici di dotazione infrastrutturale (anno 2011): trasporto stradale e ferroviario. Fonte: Istituto Tagliacarne

Infrastrutture di trasporto	Valle d'Aosta	Sondrio	Bolzano	Trento	Belluno	Verbano Cusio Ossola	Regione Lombardia	Totale Italia
Rete stradale	126,9	33,3	75,5	78,6	66,4	58,8	84,3	100
Rete ferroviaria	10	66,8	74,4	50,5	12,6	132,8	86	100

L'indice di dotazione della rete stradale viene calcolato considerando la lunghezza di strade ed autostrade, la lunghezza dei tratti autostradali a tre corsie, il numero di porte e stazioni autostradali ed infine la spesa per la manutenzione delle strade provinciali. Il maggiore deficit in tal senso è realizzato dalla provincia di Sondrio, che, priva di rete autostradale, ha un indice di dotazione che si attesta appena sul 33,3% della media nazionale (l'intera Lombardia realizza l'84,3%). Anche le province di Verbano-Cusio-Ossola, Belluno, Bolzano e Trento, con una modesta rete autostradale, hanno un indice che si colloca tra il 59% ed il 79%. Fa eccezione la Valle d'Aosta, situata sulla direttrice internazionale autostradale Milano-Ginevra-Parigi, con un indice pari al 127% della media nazionale.

L'indice di dotazione della rete ferroviaria non appare nel complesso migliore. Esso tiene conto della lunghezza dei tratti a binario unico e a doppio binario, dell'elettrificazione della linea e della frequenza di treni ad alta velocità. Per ovvie ragioni di conformazione territoriale, Aosta e Belluno realizzano rispettivamente soltanto un 10% ed un 13%, disponendo di una rete di trasporto esclusivamente locale. Migliore la situazione in Trentino (51%), in provincia di Sondrio (67%) ed in provincia di Bolzano (74%). L'unica eccezione a questo trend è però costituita dalla provincia Verbano-Cusio-Ossola, che da un punto di vista ferroviario è situata lungo la direttrice Roma-Parigi con la galleria del Sempione. L'indice di dotazione della rete ferroviaria (133%) è qui di gran lunga superiore alla media italiana e a quella lombarda (86%).

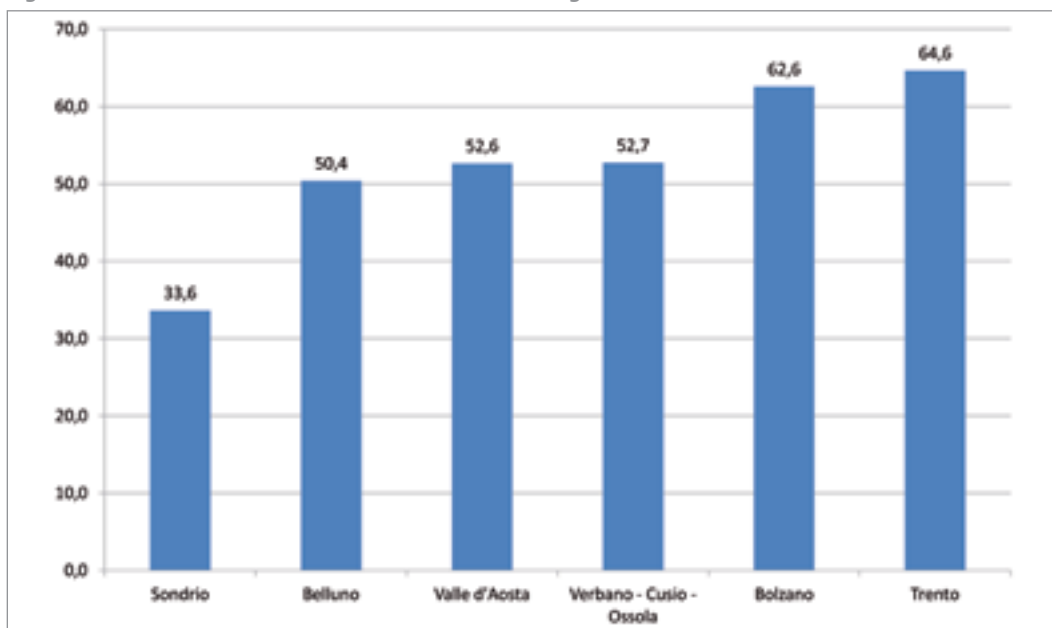
Figura 47: Telefonia e telematica. Fonte: Istituto Tagliacarne



Le strutture e le reti per la telefonia e la telematica appaiono ovunque piuttosto in ritardo di sviluppo: registrano un indice molto basso in tutte le sei realtà territoriali, senza eccezione alcuna. Rispetto alla media nazionale, pari a 100, è la Valle d'Aosta a registrare la situazione peggiore, collocandosi per questo indice in fondo alla graduatoria, con un valore pari al 29% soltanto. Ricordiamo per questo che dal 2009 l'Amministrazione regionale ha avviato un programma per la realizzazione di dorsali in fibra ottica lungo tutte le vallate della regione. La regione Lombardia realizza complessivamente un 130%.

Le dotazioni infrastrutturali cosiddette "sociali", atte a garantire i servizi fondamentali del cittadino, registrano valori particolarmente contenuti sia per quanto concerne le strutture culturali e ricreative che quelle sanitarie.

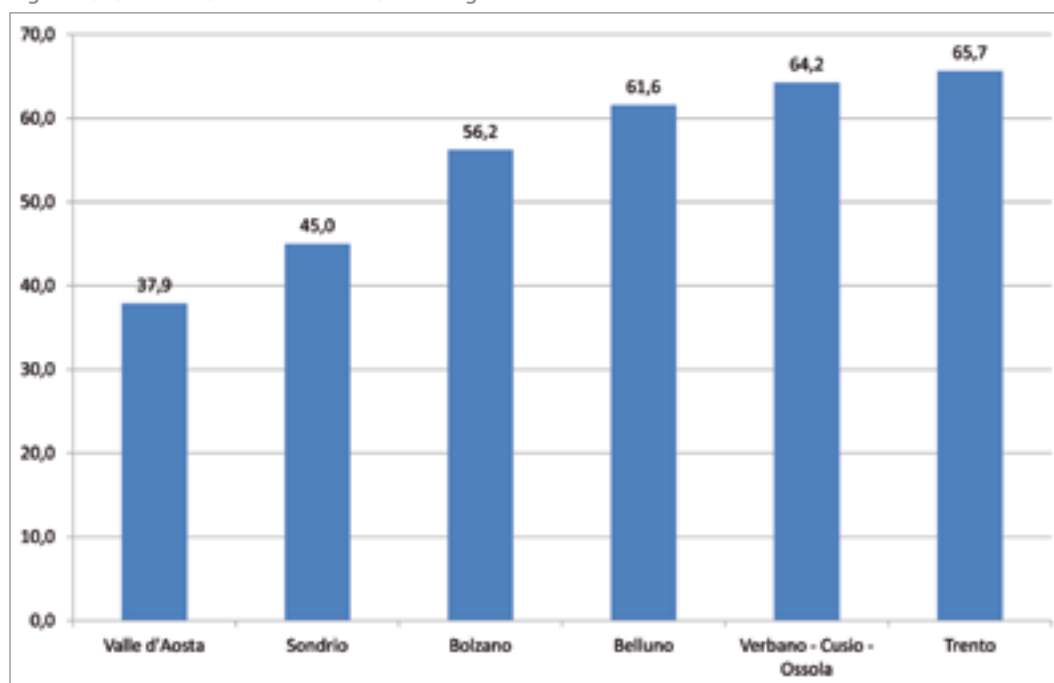
Figura 48: Strutture culturali e ricreative. Fonte: Istituto Tagliacarne



Se nelle "strutture culturali e ricreative" (attività legate a musei, biblioteche, teatri e cinematografi) la regione Lombardia si colloca di poco al di sopra del dato medio nazionale (105), la provincia di Sondrio sfiora appena il 34%. Non molto al di sopra si collocano le altre aree, con punte massime del 63 e 65% toccate da Bolzano e Trento rispettivamente⁸.

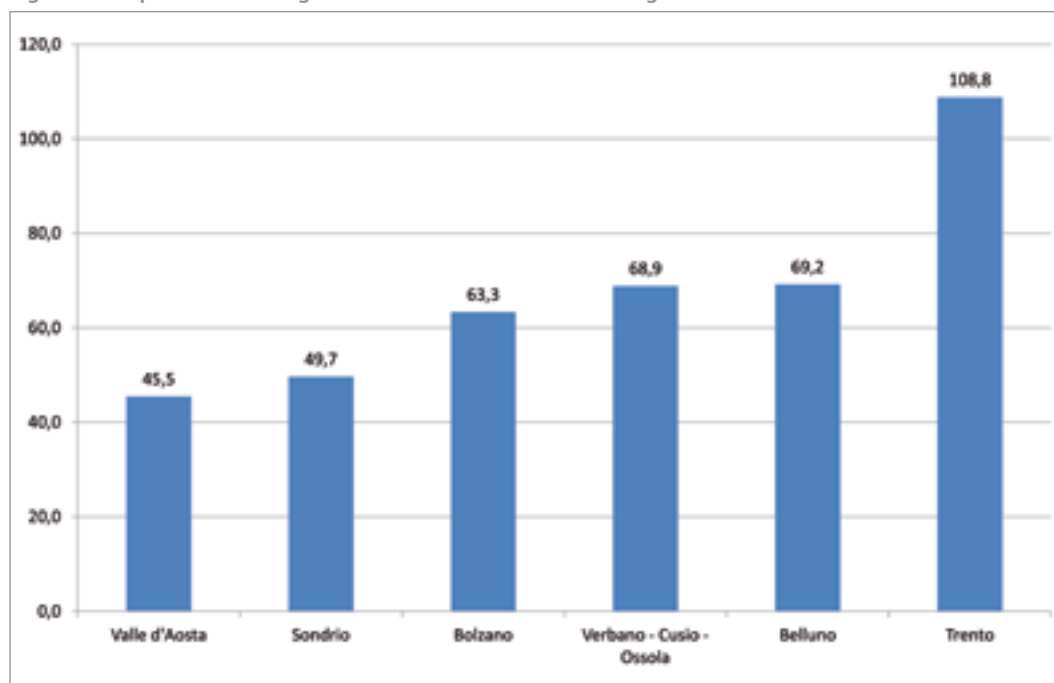
8 Cfr. anche sezione su istituzioni per le strutture museali

Figura 49: Strutture sanitarie. Fonte: Istituto Tagliacarne



Per le *strutture sanitarie* vale più o meno lo stesso discorso fatto poc'anzi per quelle culturali e ricreative: in tutte e 6 le province dell'Area Vasta l'indice di dotazione di infrastrutture registra valori nettamente inferiori a 100, compresi tra il 38 di Aosta ed il 66 di Trento.

Figura 50: Impianti e reti energetico-ambientali. Fonte: Istituto Tagliacarne



Le dotazioni infrastrutturali in campo energetico (*reti energetico-ambientali*) hanno a che fare con la fornitura di acqua e gas, con la depurazione delle acque, la produzione ed il consumo di energia elettrica e con la raccolta e lo smaltimento dei rifiuti. Anche in tale campo la situazione non è delle migliori: fatta 100 la media italiana (e 151 la media della regione Lombardia), cinque province presentano un valore di gran lunga inferiore e quindi abbastanza carente, compreso tra il 46% (Aosta) ed il 69% (Belluno). Il miglior dato lo ottiene la provincia di Trento (109%).

Se isoliamo i dati di *produzione dell'energia* e concentriamo l'attenzione sulle fonti rinnovabili, il quadro muta completamente. L'idroelettrico è il settore tutt'ora preponderante e vede in testa alla classifica delle regioni italiane produttrici la Lombardia, il Piemonte ed il Trentino Alto Adige.

Rispetto all'Italia, il settore idroelettrico si posiziona molto bene in tutte le province dell'Area Vasta, con una produzione media per km² di superficie che va da un minimo di 155,4 MW (Belluno) ad un massimo di 687,2 MW per Sondrio. Per l'intera Area Vasta (dato 2009) la produzione media di energia idroelettrica è di 291,3 MW per km².

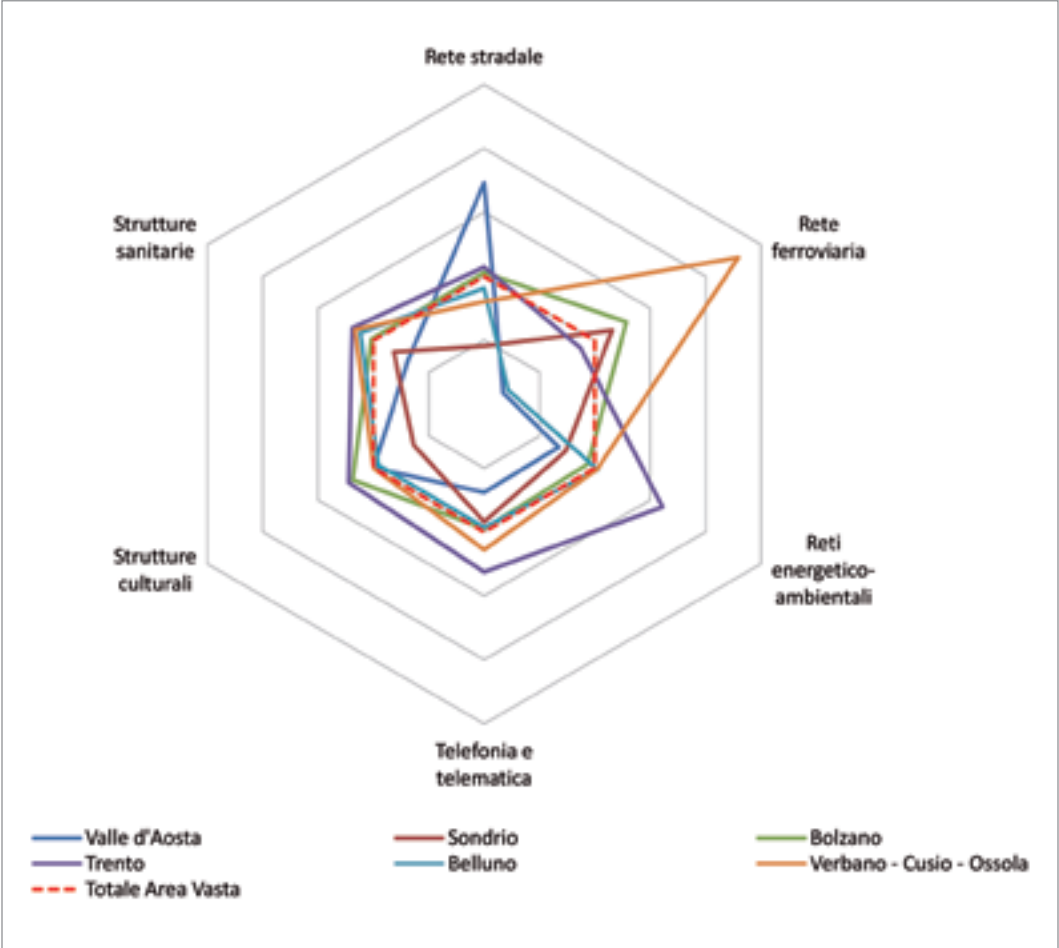
Figura 51: Distribuzione percentuale dell'energia prodotta da impianti rinnovabili nei territori alpini. Anno 2010. Fonte: GSE

	Valle d'Aosta	Sondrio	Bolzano	Trento	Belluno	Verbano-Cusio-Ossola	Area Vasta
Fotovoltaico	2,0%	4,9%	60,1%	28,4%	3,5%	1,1%	100,0%
Bioenergia	4,2%	8,3%	58,3%	4,2%	20,8%	4,2%	100,0%
Idraulica	12,4%	23,7%	25,4%	17,7%	9,8%	10,9%	100,0%
Eolica	25,0%	0,0%	25,0%	25,0%	25,0%	0,0%	100,0%

Per quanto riguarda gli impianti alimentati da fonti rinnovabili, la situazione appare invece molto meno equilibrata, soprattutto per ciò che concerne il fotovoltaico e la bioenergia. In entrambi i casi Bolzano è di gran lunga in testa alla classifica con una produzione che copre circa il 60% sia dell'energia fotovoltaica che della bioenergia prodotta dai territori dell'intera area alpina osservata. Al secondo posto si collocano la provincia di Trento per quanto riguarda il fotovoltaico e la provincia di Belluno per quanto riguarda la bioenergia.

La figura 52 mostra, come già proposto nelle altre sezioni, il grafico a "radar" per l'area Infrastrutture. In questo possiamo notare come la rete stradale di Sondrio risulti essere la meno sviluppata mentre all'opposto si colloca Aosta. Aosta registra invece un dato significativamente basso per il tessuto ferroviario (infatti ad Aosta troviamo una ferrovia a binario unico non elettrificato) mentre Verbano-Cusio-Ossola dove la rete è più articolata, il dato registrato ha un indice maggiore. Trento registra risultati decisamente sopra la media per quanto concerne le reti energetico-ambientali oltre alla telefonia e telematica. Anche per quanto riguarda le strutture culturali e sanitarie, Trento si colloca al primo posto rispetto alle altre province alpine.

Figura 52: Sintesi indicatori province alpine – sezione Infrastrutture. Fonte: elaborazione CCI/AA alpine



Ambiente e Territorio

I temi della salvaguardia ambientale, dell'uso sostenibile delle risorse naturali, della tutela della paesaggio assumono per le province impegnate nel progetto "Alps Benchmarking" particolare interesse e rilevanza, per vari motivi.

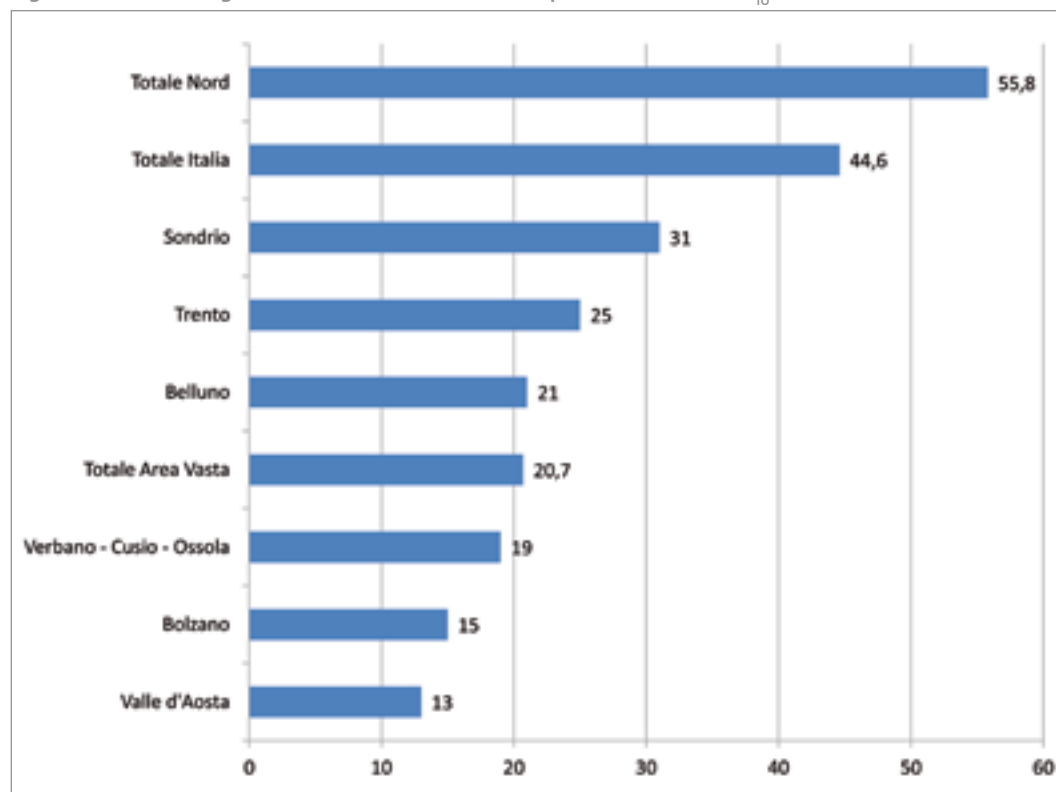
In primo luogo perché il contesto alpino all'interno del quale sono inserite è un contesto complesso, in cui l'uomo deve gestire e intervenire sul territorio con misura per non mettere in discussione gli equilibri delicati su cui si reggono gli ecosistemi delle zone montane.

In secondo luogo perché questo patrimonio assume oggi ulteriore valore sul piano socio economico per le popolazioni residenti, sia per gli alti livelli di qualità della vita che è in grado di offrire, sia perché negli ultimi decenni lo sviluppo turistico e i crescenti livelli di inquinamento delle aree metropolitane hanno favorito una crescente frequentazione di quei territori caratterizzati da un ambiente incontaminato e da ritmi meno frenetici.

Sul fronte del monitoraggio gli indicatori presi in esame per l'attività di benchmark sono quelli della qualità dell'aria (delle città capoluogo), dell'uso del suolo, della gestione dei rifiuti, degli ecosistemi forestali e, infine, del rischio ambientale derivante da fenomeni sismici.

Partendo dall'esame di un dato di sintesi, *l'Indice di Ecosistema di Legambiente*, che deriva dall'analisi di una molteplicità di fattori (qualità dell'aria, consumi e gestione delle risorse idriche, gestione e produzione dei rifiuti, gestione e sostenibilità della mobilità urbana, percentuale di aree verdi, consumi di energie a produzione di energia rinnovabile, attività di eco-management, ecc.), si evidenzia che Belluno conferma la posizione di vertice già riconosciutale negli anni precedenti e che cinque delle città capoluogo (Belluno, Verbania, Bolzano, Trento e Aosta) si trovano ai primi sei posti.

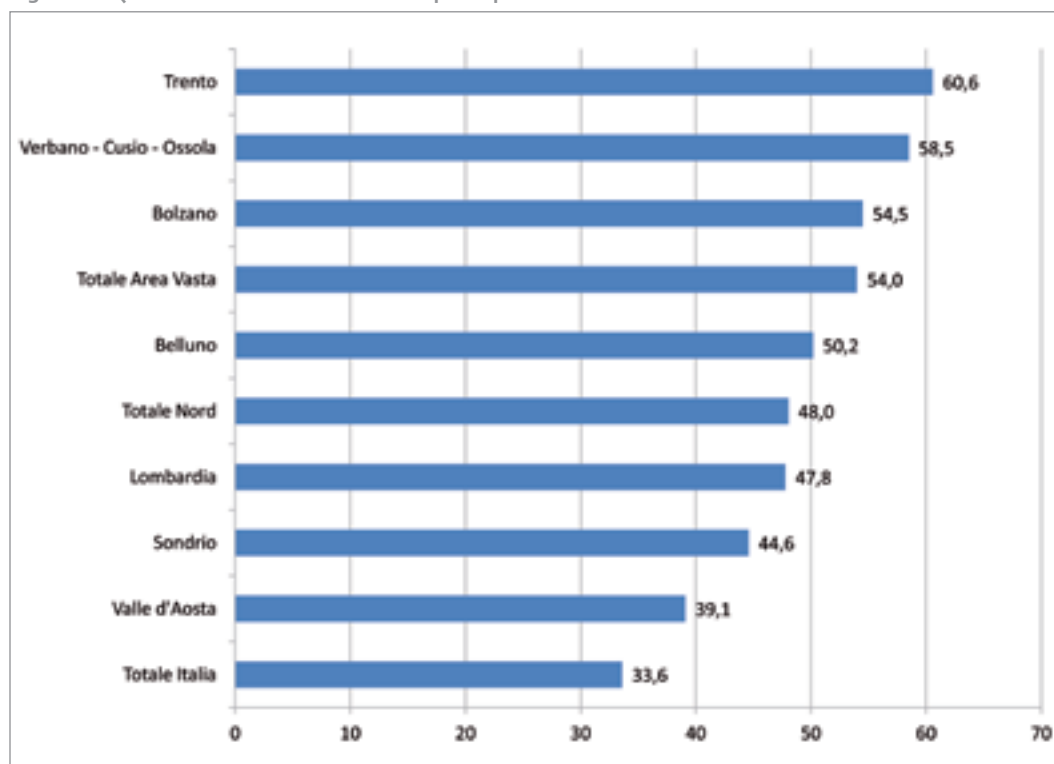
Figura 53: Numero di giorni del 2012 in cui sono stati superati i limiti delle PM_{10} . Fonte: Istat



Per quanto riguarda *la qualità dell'aria* e, in particolare, i giorni del 2010 in cui sono stati superati i limiti delle PM_{10} ($50 \mu g/m^3$ come valore medio misurato nell'arco di 24 ore), tutte le sei province si collocano abbondantemente sotto le medie nazionali e del Nord-Italia; esaminando le serie storiche emergono confortanti segnali di miglioramento rispetto ai primi anni del ventunesimo secolo (dalla media di 53 giorni sulle 6 città capoluogo del 2004 si è passati ai 21 giorni del 2010), grazie probabilmente all'adozione di misure di contingentamento del traffico e alla crescente diffusione di sistemi di filtraggio anti-particolato. Ciononostante, rimane ancora lontano l'obiettivo di massimo 7 giorni all'anno oltre i limiti, stabilito dalla direttiva 99/30/CE.

L'uso del suolo e i criteri adottati dalle istituzioni locali nella pianificazione dell'utilizzo di questa fondamentale risorsa assumono particolare rilevanza per territori montani come le sei province in esame. L'indicatore analizzato – i *permessi di costruire* rilasciati nel 2009, espressi in mq – è un dato di flusso e, pertanto, anche se interessante sotto vari punti di vista non consente di trarre conclusioni precise in merito a un tema che, per la sua complessità, necessita dell'ausilio di altri elementi di studio come la destinazione della superficie (uso agricolo, aree industriali, infrastrutture, ...) e l'attuale numero (stock) di edifici esistenti. Nel dettaglio, il dato sui permessi di costruzione evidenzia, sia in termini assoluti, sia se rapportato alla dimensione numerica delle popolazioni residenti, valori di superficie decisamente più alti per le Province Autonome di Bolzano (circa 517.000 mq) e Trento (circa 383.000 mq). Tale differenza, oltre ad eventuali differenze nelle politiche per l'edilizia a livello locale, sembrano essere in parte riconducibili all'effetto "moltiplicatore" sul comparto dell'edilizia derivante dalla massiccia presenza turistica stagionale, già analizzata nello specifico capitolo.

Figura 54: Quota % di raccolta differenziata pro capite nel 2009. Fonte: ISPRA



Sul fronte della gestione dei rifiuti è interessante osservare i valori della *raccolta differenziata pro capite* espressa in percentuale rispetto al totale dei rifiuti pro capite. Infatti, anche se al momento è ancora prematuro, una volta diffusi e "metabolizzati" i nuovi sistemi di raccolta, nei prossimi anni questo tipo di dati potrà divenire un importante indice della sensibilità ambientale delle amministrazioni locali e delle popolazioni dei territori presi in esame. L'indicatore evidenzia per 4 province (Trento, Verbano-Cusio-Ossola, Bolzano e Belluno) risultati molto positivi (superiori al 50% di raccolta differenziata pro capite) e sempre più vicini ai livelli di paesi "virtuosi" dell'Unione Europea come Germania e Belgio (62%); buoni margini di miglioramento, anche se i valori attuali li posizionano sopra la media nazionale (33%), sono perseguibili dalle province di Sondrio e Aosta.

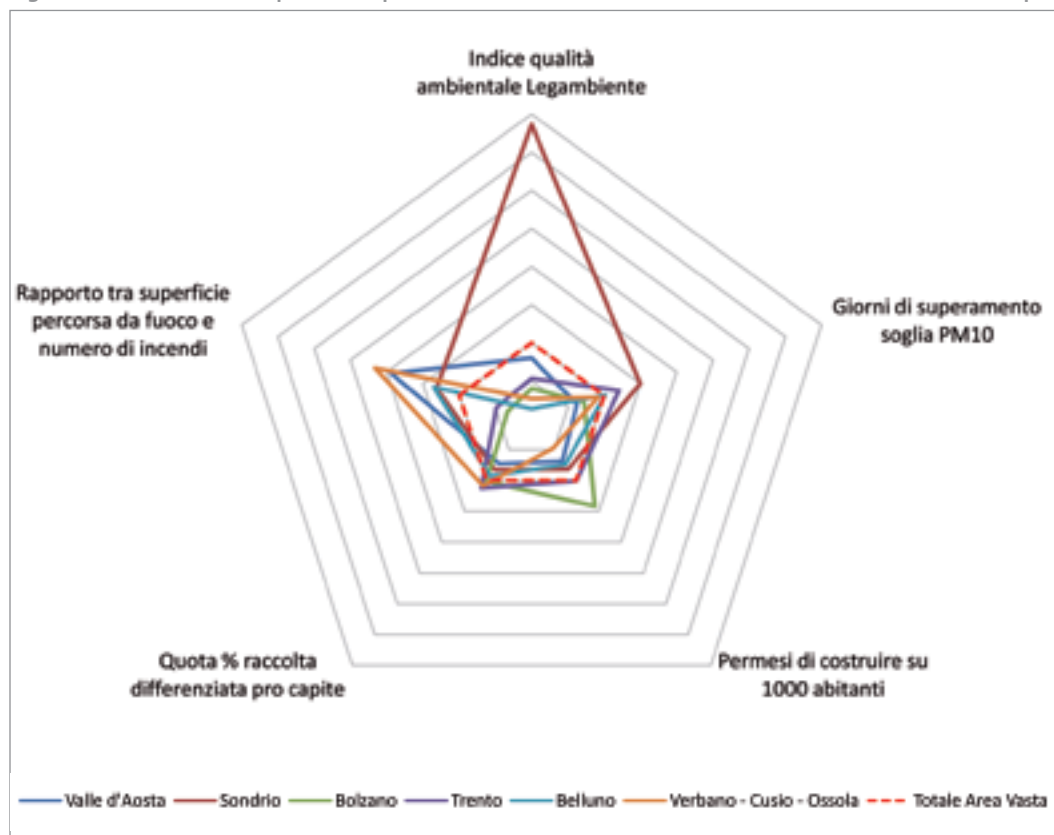
Con riferimento all'ecosistema forestale sono stati presi in esame i dati relativi al *numero e alla superficie boschiva interessata da incendi* nel corso del 2009. Nello specifico, la Provincia di Trento risulta di gran lunga il territorio con il maggiore numero di incendi registrati (37) mentre la superficie complessiva più ampia danneggiata dal fuoco è stata in Valle d'Aosta. Nel complesso si può senz'altro affermare che la limitata dimensione della superficie distrutta in rapporto agli episodi verificatisi è indicativa, per tutti i 6 territori, di una rete di intervento e tutela del patrimonio forestale molto efficiente e tempestiva.

L'ultimo indicatore preso in esame, quello relativo al *rischio sismico*, prende in esame la classificazione dei Comuni italiani su 4 parametri in base al rischio sismico. A parte alcuni Comuni situati nella fascia pedemontana della provincia di Belluno, caratterizzati da una

sismicità media (grado 2), il resto dei territori esaminati rientra nei parametri 3 e 4, quindi a basso o molto basso rischio sismico.

Come di consueto si propone il grafico a radar anche per l'area tematica "Ambiente e Territorio". Da questo si nota facilmente come Sondrio risulti essere il territorio alpino con l'indice di qualità ambientale più basso. Inoltre sempre a Sondrio si è registrato il maggior numero di giorni di superamento della soglia di PM_{10} consentita. Tutti i territori risultano essere molto virtuosi per quanto riguarda la percentuale di raccolta differenziata pro capite. A Bolzano vengono concessi più permessi di costruire rispetto alla media dell'Area Vasta. Una notazione rispetto agli incendi permette di osservare che il rapporto tra la superficie percorsa da fuoco e il numero di incendi risulta essere molto alto in tutti i territori ma non a Bolzano e Trento.

Figura 55: Sintesi indicatori province alpine – sezione Ambiente e territorio. Fonte: elaborazione CCIAA alpine





Esperienze da condividere

Come indicato sopra, uno dei principali obiettivi di Alps Benchmarking è quello di mettere in luce i punti di forza ed individuare le aree di miglioramento relativi ai diversi territori, di condividere esperienze, risultati e problematiche comuni: per questo il gruppo di lavoro ha raccolto, analizzato e condiviso anche informazioni di carattere qualitativo. Uno dei punti qualificanti è stato il confronto fra le esperienze più significative, individuandone, come accennato:

- Condizioni di contesto
- Riproducibilità
- Criticità

Si è formata così una raccolta di esempi ai quali attingere o ispirarsi: esempi di best practices che vengono proposte al sistema delle Camere ed ai territori che partecipano ad Alps Benchmarking (e che potrebbero successivamente essere proposte anche ad altri territori. I primi confronti sono nati intorno a due aree tematiche: l'internazionalizzazione e la filiera lattiero-casearia, cui si fa riferimento in questa prima pubblicazione.

Internazionalizzazione

Il tema dell'internazionalizzazione, ancora più pregnante per lo sviluppo del sistema delle imprese e del sistema economico locale nell'attuale contesto di debolezza di molti mercati "domestici", è particolarmente sentito dalle Camere di Commercio dell'arco alpino. Del resto, i sei territori coinvolti hanno una propensione all'export inferiore a quella media nazionale (con la sola eccezione di Belluno che è ben al di sopra dei valori medi) ed anche il grado di apertura al commercio estero vede risultati lontani dalla media.

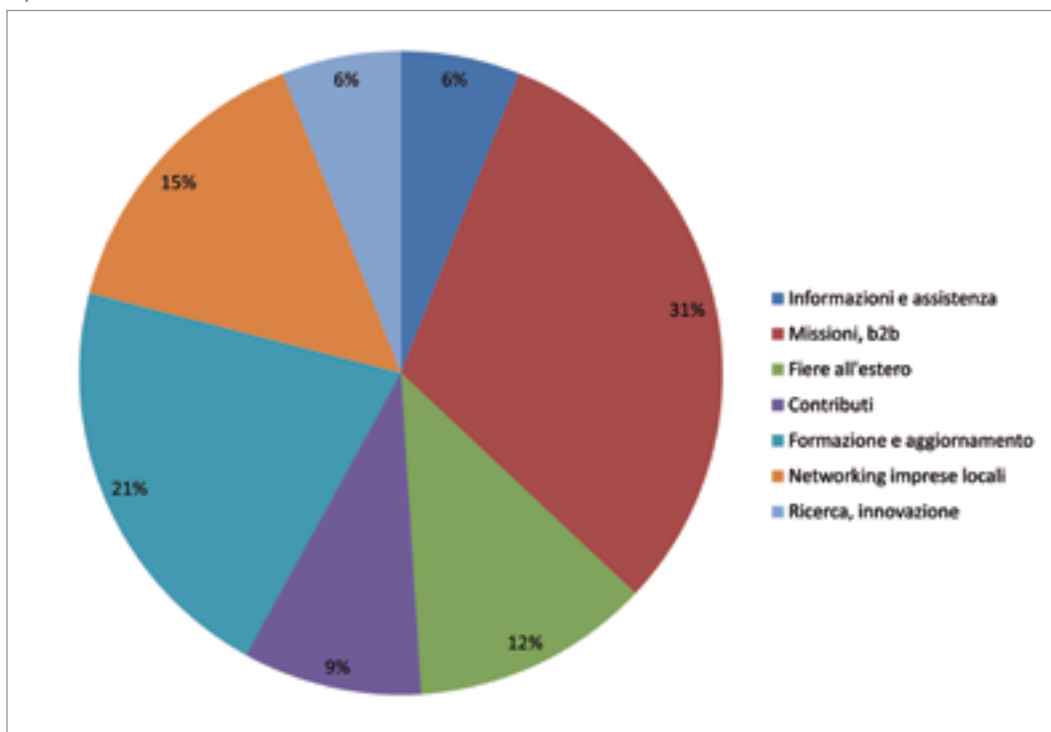
Sono state quindi raccolte e descritte numerose iniziative, diciotto, ritenute esemplari, concluse di recente o in alcuni casi ancora in corso di svolgimento, generalmente gestite dalle Camere di Commercio coinvolte in modo diretto. Tutte le iniziative, in forma schematica, sono proposte nell'appendice a conclusione del presente lavoro.

In linea generale, emergono quattro principali spunti di riflessione.

- 1) Un terzo delle best practices è qualificabile come *"progetto complesso"* (per caratteristiche e numerosità di azioni, partner coinvolti...): accanto quindi a tutta una serie di iniziative di impatto ma che richiedono un medio sforzo organizzativo, le Camere di Commercio sono spesso impegnate in progetti che richiedono un impegno molto elevato anche in termini di progettazione e coordinamento.
- 2) Tutte le Camere operano in *forte collegamento con il sistema regionale* (Regione, Unioncamere, Centro Estero) e a volte, nazionale (ICE), elemento che garantisce maggiore efficienza ed efficacia alle azioni. Le Camere di Commercio guidano, infatti, oltre la metà delle iniziative, ma anche in questo almeno uno degli interlocutori regionali è quasi sempre coinvolto. Inoltre almeno 1/3 dei progetti vede esplicitamente coinvolti altri partner (associazioni di categoria, consorzi...): anche questo un segnale della capacità di dialogare con il territorio e coordinare al meglio i vari interventi, agendo secondo logiche di rete.
- 3) L'area-target omogenea prevalente è europea o limitrofa (Svizzera) ma poco meno dei due terzi delle iniziative guarda a BRIC, area asiatica e paesi arabi, USA, altri mercati – aree ad alto potenziale alle quali le imprese di minori dimensioni hanno più difficoltà d'accesso.
- 4) Per quanto riguarda le tipologie di azioni¹, il concreto supporto all'esplorazione dei mercati esteri e alla *ricerca di opportunità di business* (organizzazione di missioni incoming e outgoing, b2b e workshop, fiere internazionali) prevale decisamente sulle altre - che spesso sono di complemento a questa tipologia (in particolare formazione/aggiornamento) anche se vi sono iniziative che associano in modo sempre più integrato queste componenti imprescindibili. Le iniziative che coniugano esplicitamente innovazione ed internazionalizzazione - un binomio di per sé indissolubile - sono ancora rare: le singole Camere realizzano specifici progetti sul tema di ricerca ed innovazione, ma non collegandole direttamente alla presenza sui mercati internazionali. Può inoltre stupire, considerate dimensioni e caratteristiche delle imprese, che *non siano molte le azioni esplicitamente dirette alla creazione/sviluppo di reti*, un elemento che potrebbe supportare i processi di internazionalizzazione delle pmi locali.

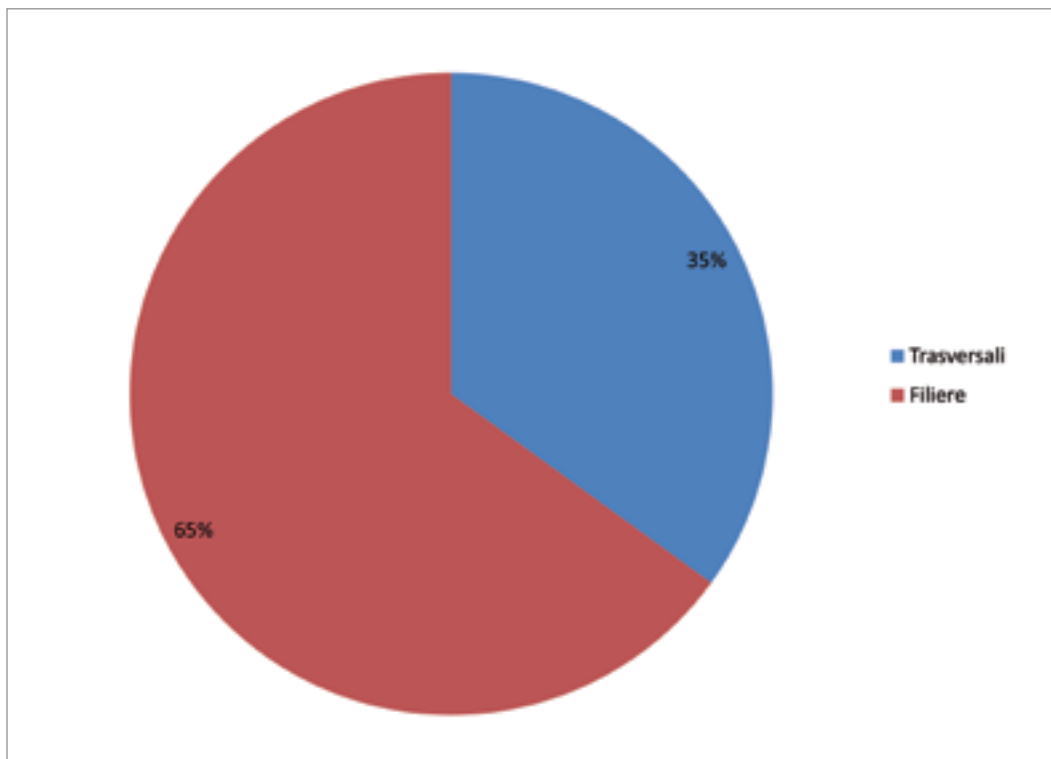
¹ Una esperienza descritta come best practice può essere composta da più azioni

Figura 56: Best Practices sul tema Internazionalizzazione – tipologia di azioni. Fonte: elaborazione CCIAA alpine



Questo dato va comunque letto in relazione ai settori coinvolti: quasi 2/3 delle azioni sono di supporto a singoli settori e spesso si rivolgono a filiere (bioedilizia, sistema casa - ad esempio).

Figura 57: Best Practices sul tema Internazionalizzazione – settori coinvolti. Fonte: elaborazione CCIAA alpine



I singoli settori sono ovviamente espressione delle diverse peculiarità locali, sia a livello di eccellenze produttive che di "maturità" nelle esperienze di collaborazione Camera-Imprese.

Figura 58: Settori Best Practices Internazionalizzazione. Fonte: elaborazione CCIAA alpine

Settori	Biodielizia	Sistema casa	Lapideo	Agroalimentare	Moda	Metalmecanico	Legno
Progetti	1	2	3	3	1	1	1

Tornando alle iniziative, le *missioni commerciali (incoming e outgoing)*, i *workshop* ed i *b2b* sono importanti per favorire la reciproca conoscenza fra gli operatori italiani e stranieri (di solito buyer o comunque soggetti decisivi per entrare in un nuovo mercato/sviluppare la propria presenza). Ad esempio "Buy Made in Veneto", realizzata dal sistema camerale veneto, ha visto l'organizzazione di visite di importatori, grossisti, rappresentanti di catene commerciali etc. che hanno incontrato i potenziali fornitori di Belluno e veneti nell'arco di due giornate. Anche la missione di operatori francesi del settore lapideo ad Aosta, ha previsto visite alle aziende locali e successivamente incontri bilaterali. Il "Roadshow delle Camere di Commercio in Asia" organizzato a Trento ha il suo punto di forza in un incontro di formazione sui mercati emergenti e successivi incontri individuali con le aziende. Analogamente si collocano il progetto "Legno Svizzera" di Sondrio, con missioni incoming ed outgoing, Explore di Belluno con i b2b per la filiera della biodielizia. Queste iniziative spesso hanno previsto momenti di formazione ed aggiornamento alle imprese e, nei progetti più complessi, costituiscono uno degli step per accompagnare le imprese sui mercati esteri. Un innovativo esempio in questo senso è rappresentato dal progetto Club degli Esportatori di Sondrio che ha favorito l'aggregazione di rete, la formazione e la partecipazione ai mercati esteri nella stessa iniziativa.

Ad esempio la "promozione del comparto agroalimentare lombardo in Nord America-Canada" alla quale ha partecipato Sondrio prevede formazione, missione e partecipazione a *fiere* in USA. Anche "Lago Maggiore Casalinghi" realizzato a Verbania affianca ad altre azioni l'organizzazione della collettiva nelle fiera internazionale più importante per il settore, in Germania. La partecipazione alle fiere internazionali è da sempre una delle leve usate dalle imprese che, se di piccole dimensioni, possono faticare a sostenere i costi sia per così dire vivi ma anche quelli organizzativi di partecipazione. Sono quindi numerose le azioni segnalate: a quelle già citate si affianca la partecipazione all'evento top del settore ortofrutticolo nazionale "**Fruit Logistica**" organizzata da Trento.

All'organizzazione della partecipazione si affianca anche l'erogazione di *contributi*, come ad esempio il bando provinciale fiere internazionali di Sondrio cui si affiancano i voucher per l'internazionalizzazione delle micro, piccole e medie imprese lombarde ed il bando di aggiornamento strumenti di comunicazione estera, ancora di Sondrio, di contribuzione alla realizzazione degli strumenti come cataloghi, brochure, siti web....

Si è già sottolineata l'importanza della *formazione* ed *aggiornamento* per supportare le imprese nei processi di internazionalizzazione: proprio per questo alle iniziative già citate - in cui la formazione è propedeutica alla partecipazione a missioni, b2b, fiere etc. - si aggiungono alcuni progetti come i "seminari di formazione sull'internazionalizzazione", articolati in 5 momenti formativi che attraverso Unioncamere Lombardia hanno coinvolto Sondrio, che invece ha realizzato in modo diretto il progetto Club degli Esportatori, già citato. Il progetto "Explorer" di Belluno ha visto realizzare un seminario sull'architettura sostenibile ed un convegno sul risparmio energetico: in questo come in molti altri progetti il momento formativo, sempre gradito dalle imprese, è anche occasione per sviluppare ulteriori azioni - in questo caso facilitare la cooperazione delle imprese dell'area transfrontaliera italo-austriaca.

All'attività di formazione si affianca quella di *consulenza*, perlopiù gratuita: un servizio presente in buona parte delle Camere di Commercio italiane - a testimoniarne necessità ed efficacia. Nell'arco alpino si segnalano come esempi lo "sportello per l'internazionalizzazione Lombardia Point" - presente a Sondrio tramite il sistema camerale lombardo e che offre consulenza gratuita on-line, oltre alle attività formative già citate - e lo "sportello internazionalizzazione" di Belluno, con il coordinamento di Unioncamere Veneto e Centro Estero Veneto; lo stesso modello si articola a Verbania tramite Unioncamere Piemonte e Centro Estero per l'internazionalizzazione del Piemonte.

Le reti di impresa sono spesso considerate “la risposta più efficace alle necessità di **competitività e di innovazione**” delle Pmi: consentono di raggiungere economie di scala e di conoscenza, ridurre costi e rischi dei processi di internazionalizzazione ed innovazione e, vantaggio importante per imprese “tascabili”, di fare massa critica sui mercati. Le reti competitive possono essere *reti di difesa* – ad esempio per ridurre i costi ed ampliare il portafoglio clienti, o “reti di attacco”, per sviluppare nuovi prodotti e servizi, entrare in nuovi mercati etc².

Sono sei le best practices delle Camere di commercio dell’arco alpino che hanno come obiettivo esplicito lo sviluppo di reti di collaborazione e reti d’impresa.

Lo Speed-dating di Bolzano, il quale si è già svolto quattro volte, coinvolge circa 40 imprenditori italiani e transfrontalieri. L’iniziativa si articola in due momenti decisivi: il primo riguarda una fase di formazione sulle particolarità e sulle normative da rispettare per sviluppare l’attività imprenditoriale oltre confine mentre il secondo riguarda proprio momento un cui avviene una prima e rapida conoscenza tra gli imprenditori finalizzata all’instaurazione di nuovi contatti e nuove possibilità di business.

L’Aperitivo dell’imprenditore coinvolge a Trento 60 professionisti con quattro appuntamenti l’anno ed ha come obiettivo “creare occasioni di confronto e di scambio informale tra i professionisti che si occupano di commercio con l’estero all’interno delle aziende trentine, riunendoli a discutere su temi specifici identificati da loro stessi di volta in volta in un contesto informale”.

Il *Club degli esportatori* a Sondrio è nato nel 2010 per rafforzare e diffondere la cultura per l’internazionalizzazione attraverso un’azione informativa e formativa fra i membri del Club, oggi una quarantina. Tra le attività realizzate: incontri formativi sulle tematiche del team building, dell’internazionalizzazione e dell’aggregazione e la selezione di 15 Export Leader, oltre alle già citate missioni in Germania. Un importante risultato già raggiunto: l’intero gruppo di imprese del settore agroalimentare è stato qualificato Best Improved, costituendo una rete d’impresa che ha visto la sua formalizzazione nei primi mesi del 2012.

Lago Maggiore Casalinghi è un’Associazione Temporanea di scopo che ha come capofila la Camera di Commercio di Verbania tramite la sua azienda speciale Fedora e come partecipanti 14 imprese e 3 associazioni di categoria. L’ATS ha concluso nel settembre 2011 un primo progetto del valore complessivo di Euro 1.000.000, il 50% finanziato sul POR regionale, e sta realizzando un altro progetto di pari valore, sempre cofinanziato al 50%. All’esplorazione di nuovi mercati (Russia, EU) ed azioni promozionali si affiancano la certificazione territoriale etico-ambientale (marchio Lago Maggiore Casalinghi) ed azioni dirette a sostenere l’innovazione.

Explore viene realizzato a Belluno su coordinamento di Unioncamere del Veneto ed Eurosportello ed ha un’ampia partecipazione di partner locali. L’iniziativa promuove la cooperazione fra imprese italiane ed austriache della filiera della bioedilizia, con numerosi eventi di approfondimento e scambio, b2b, piattaforme di comunicazione.

Lapidei del Lago Maggiore e dell’Ossola è un’Associazione Temporanea di scopo che ha come capofila la Camera di Commercio di Verbania e come partecipanti 6 imprese e 3 associazioni di categoria. L’ATS sta realizzando un progetto del valore di 1.000.000 Euro – il 50% finanziato dal Por Regionale – che prevede missioni incoming e partecipazione a fiere internazionali, la certificazione di filiera territoriale ed etico-ambientale e azioni per l’innovazione.

Il binomio *internazionalizzazione-innovazione* è previsto da alcuni dei progetti appena citati: Explore ad esempio contempla la realizzazione di un modello di piattaforma virtuale di comunicazione fra le imprese transfrontaliere per lo scambio di conoscenze e lo sviluppo della gestione dei contatti d’affari on line. *Lago Maggiore casalinghi* ha realizzato una ricerca applicata relativa alle nanotecnologie applicate ai materiali, che ha affrontato alcuni temi individuati insieme alle imprese, giungendo alla realizzazione di alcuni prototipi.

Alcune aziende hanno poi aderito alla proposta di collaborare con un studio di giovani ma affermati designer: in occasione dell'edizione 2012 del Salone del Mobile è stata presentata la prima collezione "Lago Maggiore Casalinghi" con prodotti ad alto impatto e legati da un tema (il paesaggio domestico), buon riscontro sui media e da parte dei buyer. I *lapidei del Lago Maggiore e dell'Ossola* stanno realizzando insieme al locale centro di ricerca "Centro Servizi Lapidario" tutta una serie di ricerche applicate per incrementare la competitività delle imprese locali (studio sulle possibilità di impiego degli scarti di lavorazione del settore lapideo per recuperi e ripristini ambientali, opere d'ingegneria civile etc.; analisi compatibilità ambientale dei residui di lavorazione lapidei; analisi tecnica ed economica sull'impiego dei fanghi lapidei come filler per bitume etc).

Nell'ambito del progetto Club degli Esportatori sono state realizzate innovative modalità di collaborazione di rete che hanno permesso di associare innovazione e presenza sui mercati esteri per presentare tutta la filiera dell'agroalimentare valtellinese su piattaforme web e fiere all'estero, includendo attività di ricerca, innovazione e promozione d'impresa.

Settore lattiero-caseario

Il settore lattiero-caseario rappresenta un comparto di particolare importanza per l'economia dell'area alpina soprattutto in termini di valorizzazione della materia prima, ma anche in termini di occupazione e di attività indotte sul territorio. Inoltre, rappresenta una delle componenti principali del sistema agroalimentare essendo caratterizzato dal forte radicamento nel territorio e dal legame con le produzioni casearie di alta qualità, in particolare DOP e altri marchi di qualità.

Articolata e diversificata appare la situazione nell'area di interesse, con imprese chiamate a rispondere a sfide sempre più complesse, dovute ai processi di innovazione, trasformazione nelle preferenze dei consumatori, orientamento verso la sostenibilità, evoluzione delle politiche agricole e crisi economica. Il settore del latte è uno dei più articolati dell'economia agroalimentare e si muove in un ambito concorrenziale particolarmente dinamico. Esso comprende un'ampia gamma di produzioni che vanno dal latte fresco e UHT, al burro, ai formaggi freschi e stagionati, tipici o industriali, oltre a una vasta schiera di derivati del latte in continua evoluzione, che ne fanno probabilmente una delle filiere maggiormente interessate da processi di innovazione del prodotto. A questo scenario si aggiungono un'ampia gamma di tipologie aziendali, diversi sistemi di allevamento, tecnologie di trasformazione, apparati organizzativi, canali commerciali e mercati di distribuzione. In particolare alla realtà di pianura, caratterizzata da grandi aziende, allevamenti e industrie di trasformazione, si contrappone quella caratteristica delle zone collinari e montane, spesso contraddistinta da piccole o addirittura microscopiche realtà che vanno via via occupando nicchie di mercato a loro confacenti e giocando un ruolo preciso nello sviluppo e nella salvaguardia ambientale del territorio.

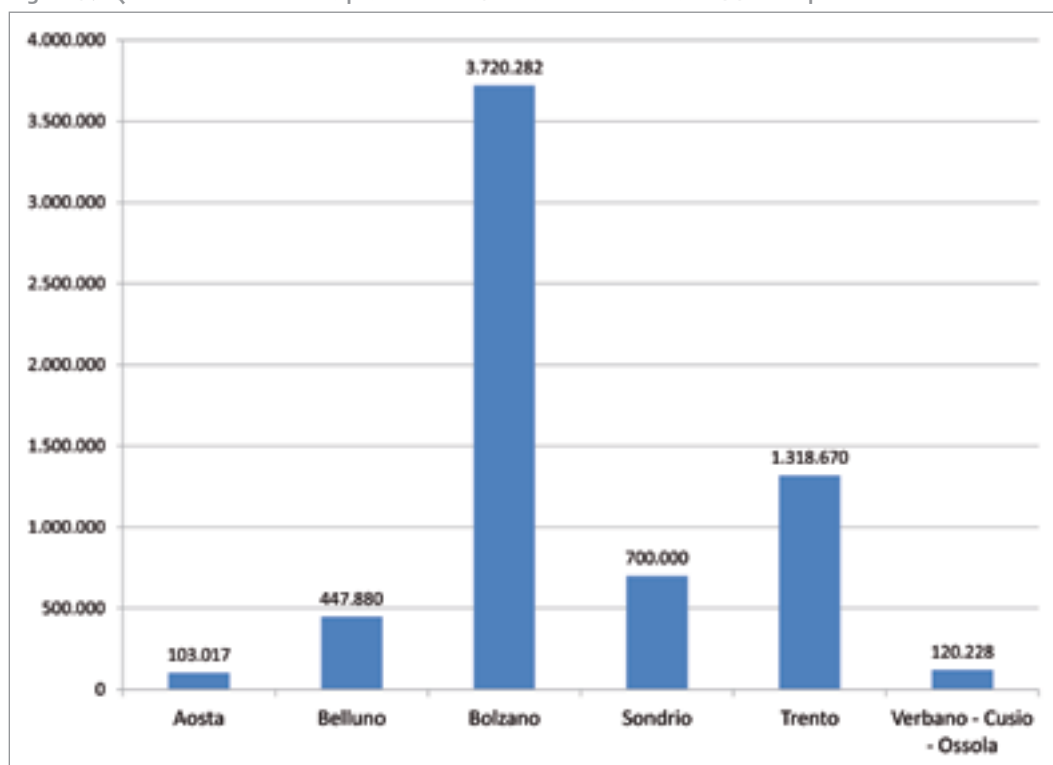
Nell'area interessata dalla presente indagine convivono aziende dalle dimensioni e dagli orientamenti più diversi, caratterizzate però da una geografia affine e da elementi esterni nuovi e particolarmente importanti con i quali rapportarsi, tra i quali la crescente attenzione del consumatore al benessere e pertanto alla qualità dei prodotti e alla tutela ambientale. Naturale conseguenza è la necessità fondamentale di una più definita tracciabilità dei prodotti, di una collaborazione anche commerciale fra le singole realtà di impresa e di un sempre più stretto legame fra eccellenze agroalimentari e turismo.

Il confronto ha toccato principalmente quattro elementi:

- l'evoluzione del settore negli ultimi 50 anni;
- differenze e similitudini in termini di struttura e organizzazione aziendali, modalità di certificazioni e valutazioni della qualità;
- mercato e distribuzione dei prodotti;
- le principali strategie delle imprese e del settore.

I dati e le informazioni raccolte dalle singole Camere di Commercio mostrano realtà variegata, con quantità di latte prodotto molto differenti tra loro, che passano da poco più di 100.000 a 3.700.000 quintali di latte prodotto, utilizzati per produzioni di diverso tipo (formaggi, yogurt, latte) e in proporzioni variabili tra loro. Tra le tipologie di prodotti, Bolzano spicca per la parte di latte destinata alla produzione di yogurt, che negli altri territori risulta essere in proporzione al latte prodotto molto più contenuta.

Figura 59: Quintali di latte vaccino prodotti nel 2011. Fonte: elaborazione CCIAA alpine



Le differenti aree mostrano tuttavia alcune caratteristiche ricorrenti e attenzione ad alcuni temi.

In primo luogo l'attenzione alla qualità dei prodotti, attraverso analisi, disciplinari di produzione, marchi DOP. Nell'area alpina esistono ben 11 formaggi DOP, ai quali si aggiungono marchi di territorio (Qualità Alto Adige, Qualità Trentino, marchio collettivo geografico per scimudin Valtellina...) e marchi relativi al latte (Latte Biomilch Alto Adige-Südtirol, Latte fresco della Valtellina). Nel Verbano-Cusio-Ossola è inoltre in corso il riconoscimento della DOP al formaggio Ossolano. La provincia con maggiore percentuale di latte trasformato in formaggi DOP è Trento, con ben il 61% del totale. La provincia di Trento si caratterizza anche per la percentuale (75%) della produzione venduta tramite la grande distribuzione organizzata (GDO).

Formaggi DOP	Provincia
Valle d'Aosta Formadzo	Aosta
Fontina	Aosta
Piave	Belluno
Montasio	Belluno
Granapadano-Trentingrana	Trento
Spessa delle Giudicarie	Trento
Provolone Valpadana	Trento
Asiago	Trento
Stelvio	Bolzano
Valtellina Casera	Sondrio
Bitto	Sondrio

In ogni territorio emerge la presenza di attività legate al supporto alla *qualità del prodotto*, che oltre ai disciplinari relativi ai prodotti DOP riguarda disciplinare volontari (ne sono un esempio le associazioni di produttori recentemente nate nel Verbano-Cusio-Ossola), la presenza di laboratori di analisi specializzati, la commercializzazione attraverso marchi collettivi, l'attenzione alle produzioni biologiche e all'utilizzo di prodotti non OGM, la valorizzazione dei prodotti di alpeggio, caratteristica che contraddistingue ad esempio la provincia di Aosta, nella quale la trasformazione del latte in alpeggio supera il 75%.

In secondo luogo si evidenzia la spiccata tendenza alla trasformazione/commercializzazione dei prodotti attraverso *forme associative* (cooperative, latterie sociali, consorzi di vario genere). La provincia nella quale la concentrazione del settore è maggiore è Belluno, dove il Consorzio Lattebusche ritira e trasforma il 90% del latte bellunese. Belluno ha inoltre la più alta percentuale di export (37% del fatturato).

Infine il tentativo, difficile ma di riconosciuta valenza da parte di tutti i territori, *di integrazione con il settore turistico*, tramite l'organizzazione di rassegne, festival, e la realizzazione di progetti a supporto della collaborazione con i ristoranti e gli alberghi.

In Alto Adige il legame tra prodotti tipici e sistema ricettivo è molto forte, tanto che il marchio ombrello Alto Adige viene declinato in Qualità Alto Adige per i prodotti. Quali iniziative troviamo il *Festival del Gusto Alto Adige*, la *Festa del Latte*, le *Giornate dello Yogurt* di Vipiteno. La *Strada dei vini e dei sapori*, ed il progetto, in via di revisione, *Osteria Tipica Trentina* sono gli esempi di collaborazione tra turismo e agroalimentare nella provincia di Trento; nel Verbano Cusio Ossola abbiamo la rassegna "Serate di Gola", realizzata dalla Camera di Commercio in collaborazione con l'associazione Piccoli Alberghi Tipici ed Ospitalità di Montagna ed alcuni progetti di cooperazione transfrontaliera tesi a creare una maggiore connessione tra prodotti agroalimentari tipici e turismo; in Valle d'Aosta l'amministrazione regionale promuove il progetto "*Saveur de Val D'Aoste*".

In Valtellina l'integrazione tra settore agroalimentare e settore turistico è supportato tramite il *Distretto Agroalimentare di Qualità della Valtellina* ed il *marchio Valtellina* oltre a specifiche iniziative di promozione e integrazione fra promozione turistica e valorizzazione del settore agroalimentare.

Nella provincia di Belluno è in fase di realizzazione un progetto per la creazione e la diffusione di pacchetti turistici nei quali la vacanza è collegata al settore agroalimentare.

Gli obiettivi comuni a tutta l'area sembrano essere rivolti all'innovazione ed alla collaborazione tra imprese del settore, come riportato in più punti in tutte le schede di territorio.

Di seguito una breve sintesi delle principali caratteristiche emerse dall'analisi dei singoli territori:

Aosta

Negli ultimi decenni si è assistito ad un passaggio da piccole aziende familiari ad aziende agricole più strutturate. Le dinamiche di aggregazione risalgono agli anni '50-'60 con la trasformazione delle latterie turnarie in cooperative.

Caratteristica dell'area è la fortissima tipicità legata al territorio ed alla razza allevata (valdostana). La trasformazione in alpeggio del latte è preponderante, molto bassa invece la percentuale di latte venduto non trasformato.

Prodotto di eccellenza è la Fontina, tutelata dal Consorzio di Tutela della DOP Fontina.

Per quanto riguarda la qualità, l'alimentazione del bestiame in alpeggio è esclusivamente a base di erba spontanea. Esistono sul territorio laboratori per l'analisi del latte, dei foraggi, dell'erba e dei mangimi.

Gli operatori rilevano una riduzione nel consumo di formaggi grassi e ritengono la piccola dimensione delle aziende un punto di debolezza. Gli obiettivi a lungo termine sono l'apertura di nuovi mercati e l'incremento della qualità.

Belluno

Il settore è caratterizzato da una società cooperativa (Lattebusche), che copre il 90% della produzione di latte bellunese, e da una decina di latterie di piccole dimensioni

I formaggi DOP sono Piave e Montasio, tutelati dai rispettivi Consorzi.

La qualità del latte Alta Qualità della Lattebusche è garantita dalla tracciabilità dell'origine degli alimenti e da analisi igienico-sanitarie con parametri più restrittivi rispetto alle norme cogenti. Per le produzioni DOP il disciplinare di produzione richiede l'uso preponderante di foraggi locali. Lattebusche si avvale inoltre del CSQA, ente di certificazione nel settore alimentare. Sono presenti produzioni biologiche.

Il settore è in moderata crescita e la remunerazione del latte da parte di Lattebusche è notevolmente aumentata. Punti di forza sono il collegamento con il territorio e le grandi dimensioni di Lattebusche che consentono il perseguimento di economie di scala nella commercializzazione e nell'innovazione.

Bolzano

La filiera lattiero casearia si caratterizza per l'elevata quantità prodotta e la riconoscibilità del marchio, nonché per la capacità distributiva al di fuori della provincia (67% dei prodotti è venduto sul mercato nazionale ed internazionale).

La qualità dei prodotti è legata ad una filiera non OGM, con fornitori scelti, a tecniche di allevamento naturali, alla presenza di produzione biologica. Numerosissimi e approfonditi i controlli della qualità: esami microbiologici, chimici-fisici ed organolettici sul latte secondo i criteri del marchio Qualità Alto Adige, che determinano anche il prezzo del latte stesso; controllo dei parametri previsti dai disciplinari per i formaggi DOP (3% circa della produzione); un unico laboratorio di analisi accreditato che controlla latte, fasi di produzione, uso del marchio, etc.

Tre i marchi geografici collettivi: Marchio di Qualità Alto Adige, Latte Biomilch Alto Adige, Formaggio Stelvio DOP.

Negli ultimi anni il numero di aziende della filiera è diminuito, con un aumento del numero medio di capi per azienda. Il numero dei consorzi è diminuito, la produzione di latte è in flessione. Si registrano crescita delle sinergie tra produttori e miglioramento costante della qualità media delle produzioni di base e dei prodotti trasformati.

Innovazione e collaborazione tra i produttori sono evidenziati come principali obiettivi a medio-lungo termine.

Sondrio

Negli ultimi 50 anni, anche nella provincia di Sondrio si registra una riduzione del numero di aziende di allevamento bovino rispetto ai periodi precedenti, l'aumento del numero medio di capi per azienda ed il passaggio dal conferimento del latte alle latterie turnarie alle cooperative di trasformazione e commercializzazione. Esistono 4 cooperative più grandi, 20 latterie tradizionali e un centinaio di caseifici aziendali. Le 3 maggiori cooperative sono riunite in un consorzio di secondo livello (Latterie Valtellinesi).

Si registrano aumento dei volumi produttivi, della sinergia tra produttori ed un costante miglioramento della qualità.

Per quanto riguarda i prodotti DOP – Valtellina Casera e Bitto - la qualità è controllata attraverso i parametri previsti dal disciplinare e la valutazione alla marchiatura, per il latte attraverso parametri sanitari. Il prezzo di acquisto viene fissato sulla base della qualità aziendale.

Notevole il numero di caseifici d'alpeggio autorizzati: la presenza di prodotti a latte crudo e soprattutto di prodotti d'alpeggio facilmente differenziabili da quelli di pianura sono considerati punti di forza.

Gli obiettivi a lungo termine riguardano la maggiore aggregazione, l'innovazione di prodotto e delle modalità produttive, la creazione di *brand* territoriali. Sono nati nel 2012 i marchi geografici collettivi "Latte fresco della Valtellina" e "Scimudin della Valtellina".

Trento

Uno dei punti di forza del settore in provincia di Trento è costituito dalla forma consortile: all'inizio del '900 nascono i primi caseifici cooperativi e negli anni '50 il primo Consorzio di 2° grado. Oggi Trentingrana-CON.CA.S.T. s.c.a.r.l. si occupa di trasformazione, commercializzazione, assistenza, verifica della filiera e qualità.

La qualità del prodotto è un altro elemento importante: si va dalla selezione del mangime da parte della società cooperativa a tutto il sistema di controllo qualità a campione con cadenza settimanale, al pagamento del latte conferito sulla base di alcune caratteristiche del prodotto (ad esempio grasso, proteine, carica batterica etc.). Il controllo della filiera si accompagna al divieto di uso di mangimi con OGM: aspetto questo che può costituire motivo di differenziazione sul mercato, soprattutto se legata all'immagine consolidata del territorio (sostenibilità, affidabilità, identità alpino-montana).

Un terzo aspetto è quello della certificazione: ai 4 DOP - Trentingrana, Sprezza della Giudicarie, Provolone Valpadana e Asiago, che rappresentano più del 60% della produzione, si affiancano i due marchi "Qualità Trentino" e "Trentino".

Se la presenza di buoni servizi di assistenza tecnica e formazione, coniugati con una maggiore propensione degli operatori ad effettuare nuovi investimenti o complementarietà con altri comparti (es. turismo) delineano uno scenario più positivo rispetto ad altri territori e comparti agricoli, anche in provincia di Trento si assiste ad una progressiva riduzione della quantità di latte prodotto, a fronte di una produzione che è già oggi quantitativamente ridotta rispetto ai principali *competitors* italiani.

Verbano-Cusio-Ossola

L'area presenta numerosi Prodotti Agroalimentari Tipici (PAT) ed è in fase di riconoscimento la DOP per il formaggio Ossolano (anche d'Alpe). Gran parte del latte è destinato alla trasformazione in formaggio. I principali operatori sono 2 società cooperative (Latteria Antigioriana e Latteria Vigezzina) che trasformano il latte e commercializzano latte e derivati, accanto ai quali operano alcune piccole aziende indipendenti.

Significativa ed in crescita la produzione di formaggi caprini, buona parte delle aziende si sono recentemente riunite nell'associazione CRAVA – formaggi caprini del Verbano Cusio Ossola, al fine di sviluppare la qualità dei prodotti (sono previste analisi e assistenza tecnica in azienda) e promuoverli.

La qualità del formaggio Ossolano verrà controllata secondo i parametri previsti dal disciplinare.

Il settore risente delle piccole dimensioni delle aziende e delle loro scarse capacità di commercializzazione e promozione dei prodotti, che potrebbero essere migliorate attraverso una maggiore aggregazione tra le aziende e lo sviluppo di collaborazione con il settore turistico.

Appendice Statistica



	Fonte	Anno	Specifiche indicatore	Indicatore			TERRITORI	
SOCIETÀ								
POPOLAZIONE	Istat	2010	Valori assoluti	TOTALE	Popolazione			
	Istat	2010	Valori assoluti	PER GENERE	Di cui Femmine			
					Di cui Maschi			
	Istat	2010	Valori assoluti	PER CLASSI DI ETÀ	0-14 anni			
					15-19 anni			
					20-39 anni			
					40-59 anni			
					60-64 anni			
					65 anni e oltre			
	Istat	2010	Valori assoluti	PER ZONA ALTIMETRICA DI MONTAGNA	Montagna			
					Collina			
					Pianura			
	Istat	2010	Valori percentuali	INDICE DI VECCHIAIA	Popolazione >di 65 anni/Popolazione <14 anni			
	Istat	per 1000 abitanti 2010		TASSO DI NATALITA'	Nati/popolazione media			
	Istat	per 1000 abitanti 2010		TASSO DI MORTALITA'	Morti/Popolazione media			
	Istat	2010		INDICE DI DIPENDENZA GIOVANILE	Popolazione fino a 14 anni/Popolazione 15-64 anni			
	Istat	2010	Valori assoluti	SUICIDI				
	Istat	2009	Valori relativi	DIVORZI E SEPARAZIONI ogni 10.000 famiglie	Divorzi e separazioni/popolazione*10.000			
	Istat	2010	Valori assoluti	POPOLAZIONE PER GRADO DI ISTRUZIONE	Nessun titolo o licenza elementare			
					Licenza media (o avviamento professionale)			
					Diploma scuola superiore			
					Titolo universitario o accademico superiore			
IMMIGRATI	Istat	2010	Valori percentuali	IMMIGRATI REGOLARI	%su popolazione			
					di cui minorenni (in % della popolazione)			
CONDIZIONI INFANZIA	Sole 24ore-Cittadinanza attiva	2010	Valori percentuali	DISPONIBILITA' ASILI COMUNALI IN % SU UTENZA	Asili com. nella provincia in % su utenza 0-3 anni			
CONDIZIONE SCOLASTICA	MIUR	2009	Valore medio	N. STUDENTI/CLASSI	Scuola primaria			
					I°			
					II°			
	Istat	2010	Valori percentuali	INDICE DI DISPERSIONE SCOLASTICA (calcolato a livello regionale)	percentuale della popolazione in età 18-24 anni che, dopo aver conseguito la licenza media , non ha concluso un corso di formazione professionale riconosciuto dalla Regione di almeno 2 anni e non frequenta corsi scolastici o altre attività formative.			
	MIUR	2009	Valore medio	STUDENTI/INSEGNANTI	Scuola primaria			
					I°			
					II°			
CONDIZIONE UNIVERSITARIA	Istat	2010	Valori percentuali	%POPOLAZIONE CON TITOLO ACCADEMICO O SUPERIORE				
	Miur	2010	Valore medio	LAUREATI OGNI 1000 GIOVANI				
			Valori assoluti	RESIDENTI IN PROVINCIA	Laureati in regione			
					Laureati fuori regione			
					Frequentano in regione			
CONDIZIONE ANZIANI	Istat	2010	Valori percentuali	INDICE DI DIPENDENZA ANZIANI	Popolazione di 65 anni/Popolazione attiva (15-64)			
			Valori assoluti	POPOLAZIONE >64				
NON PROFIT E VOLONTARIATO	Infocamere	2011	Valori assoluti	COOPERATIVE SOCIALI (Numero)				
SICUREZZA SUL LAVORO	Inail	2010	Valori assoluti	INFORTUNI				
				MORTI				
				OCCUPATI	Dati in migliaia- Anno 2011-Istat			

	Valle d'Aosta	Sondrio	Bolzano	Trento	Belluno	Verbano - Cusio - Ossola	Totale Area Vasta	Lombardia	Totale Nord	Totale Italia
	128.230	183.169	507.657	529.457	213.474	163.247	1.725.234	9.917.714	27.763.261	60.626.442
	65.427	93.516	256.983	270.716	110.590	84.411	881.643	5.073.190	14.257.044	31.213.168
	62.803	89.653	250.674	258.741	102.884	78.836	843.591	4.844.524	13.506.217	29.413.274
	17.902	25.534	83.773	81.302	27.008	19.839	255.358	1.410.614	3.801.466	8.513.222
	5.351	8.781	28.010	26.311	9.241	6.719	84.413	434.165	1.194.720	2.934.617
	30.875	44.814	131.153	130.654	48.863	36.690	423.049	2.498.765	6.801.595	15.456.230
	38.978	55.403	146.794	156.735	64.264	50.149	512.323	2.951.493	8.247.280	17.595.705
	8.324	11.721	27.031	32.499	15.401	11.534	106.510	632.194	1.798.441	3.825.131
	26.800	36.916	90.896	101.956	48.697	38.316	343.581	1.990.483	5.919.759	12.301.537
	128.230	183.169	507.657	529.457	213.474	162.693	1.724.680	1.054.835	4.155.181	7.602.613
	0	0	0	0	0	554	554	2.052.259	6.692.428	23.685.506
	0	0	0	0	0	0	0	6.810.620	16.915.652	29.338.323
	149,7	144,6	108,5	125,4	180,3	193,1	134,5	141,1	155,7	144,5
	9,8	9,1	10,6	10,3	8,2	7,7	9,7	6,6	9,4	9,3
	10,0	9,7	7,7	9,0	11,8	11,4	6,2	9,1	10,0	9,7
	21,4	21,2	25,2	23,5	19,6	18,9	22,7	21,6	21,1	21,4
	15	22	26	24	25	13	125	496	1.628	3.048
	66,9	53,4	58,4	49,4	46,6	88,9	60,6	61,5	59,4	53,9
	25.013	34.953	84.722	79.169	45.994	38.783	308.634	1.724.471	5.148.677	12.012.890
	39.457	48.605	152.910	126.215	54.549	44.130	465.867	2.696.440	7.389.617	16.395.523
	35.406	58.704	139.568	182.267	69.536	47.625	533.106	2.959.390	8.419.831	17.457.352
	9.277	13.975	38.010	52.448	14.878	11.849	140.436	1.014.514	2.691.160	5.705.435
	6,8	4,6	8,2	9,2	6,4	5,9	7,6	10,7	10,1	7,5
	1,5	1,2	1,9	2,4	1,5	1,2	1,8	2,8	2,6	1,8
	10,7	3,5	2,7	9,8	2,7	5,6	5,8	6,4	7,9	6,4
	14,8	16,1	15,1	17,7	16,3	15,6	16,1	19,5	19,0	18,8
	20,6	20,8	19,5	21,8	19,7	19,8	1,6	21,1	21,7	21,2
	18,2	20,2	17,5	18,8	19,6	19,1	18,6	21,2	21,0	20,9
	21,2	18,4	22,5	11,8	16,0	17,6	17,9	18,4	16,8	18,8
	-	8,6	-	-	8,9	8,0	29,7	10,0	10,4	10,3
	-	2,0	6,1	21,7	1,9	6,6	3,9	10,1	8,9	8,7
	-	8,2	-	-	8,5	7,8	23,9	10,3	10,1	9,8
	8,5	8,9	9,2	11,9	8,0	8,3	9,7	12,1	11,4	11,1
	63,5	58,3	32,7	77,1	65,0	50,4	57,8	52,3	58,4	60,0
	156	665	664	1.533	475	85	3.578	34.129	90.201	217.122
	426	75	504	1.134	454	403	2.996	4.429	20.286	64.414
	951	40.865	3.986	3.986	10.602	4.598	64.988	40.865	144.729	585.105
	32,1	30,6	27,3	29,5	35,3	36,5	30,5	30,5	32,8	30,9
	26.800	36.916	90.896	101.956	48.697	38.316	343.581	1.990.483	5.919.759	12.301.537
	5	44	67	80	21	12	229	979	2.677	8.454
	2.300	2.684	17.871	10.408	3.318	1.727	38.308	133.241	466.949	775.669
	5	3	10	17	4	2	41	127	487	1.053
	57	77	240	231	93	68	768	4.273	11.925	22.967



	Fonte	Anno	Specifiche indicatore	Indicatore			TERRITORI	
ISTITUZIONI								
SERVIZI AI CITTADINI	Istat	2006	Valori assoluti	MUSEI	non statali			
				VISITATORI				
				INTROITI LORDI (Euro)				
SERVIZI SANITARI	Ministero della salute	2008	Valori medi e composizione percentuale	EMIGRAZIONE OSPEDALIERA	Dmissioni fuori regione/Dimissioni totali			
				POSTI LETTO OSPEDALIERI/1000 ABITANTI				
				ATTIVITA' DI DAY HOSPITAL	%su totale nazionale			
SICUREZZA PERSONALE	Ass. Naz. Forze Polizia	2010	Valore medio	TASSO DI CRIMINALITA'	Valore medio ogni 100.000 abitanti			
GIUSTIZIA	Ministero Giustizia	1 semestre 2010	Valore percentuale	CAUSE EVASE/CAUSE PENDENTI+NUOVE				
ECONOMIA								
PERFORMANCE MACRO	SOLE24ORE	2011	Valori assoluti	INDICE QUALITA' DELLA VITA (Posizione)	Sole24 ore			
	ITALIA OGGI				Italia Oggi			
IMPRENDITORIALITA'	Ministero dello sviluppo economico	2010	Valori assoluti	IPERMERCATI (Numero)				
				MINIMERCATI (Numero)				
	Elaborazioni du dati Ufficio Italiano cambi	2009 provvisori	Valori assoluti	IDE (Migliaia di euro)				
	Movimprese	2011	Valori percentuali	IMPRESE ARTIGIANE/TOT. IMPRESE	*Imprese artigiane/imprese attive (al 2011)			
				NATALITA' IMPRESA	Imprese iscritte/imprese registrate			
			Valori assoluti	IMPRESE CHIUSE				
			Valori percentuali	IMPRESE CESSATE/IMPRESE ATTIVE	imprese cessate/imprese attive			
				IMPRESE FALLITE/IMPRESE ATTIVE	*Imprese fallite(in scioglimento o liquidazione)/ imprese attive			
	Osservatorio Unioncamere	2009	Valori percentuali	FEMMINILE riferiti al 2009	*Imprese con imprenditrici nei territori su totale imprese con imprenditrici in Italia			
		2011		GIOVANILE	*Imprese giovanili nei territori su totale Italia			
		2009		STRANIERA riferiti al 2009	*Imprese con imprenditori stranieri nei territori su totale imprese con imprenditori stranieri in Italia			
	Infocamere	2011	Valori percentuali	FEMMINILE	*Imprese femminili nel territorio su totale imprese registrate del territorio			
	Osservatorio Unioncamere	2011		GIOVANILE	*Imprese giovanili nel territorio su totale imprese registrate del territorio			
	Infocamere	2011		STRANIERA	*Imprenditori nati in uno stato estero del territorio su totale imprenditori del territorio			
	Movimprese	2011	Valori percentuali (in % su totale economia territoriale)	PER SETTORI (% su totale economia territoriale)	A Agricoltura, silvicoltura pesca			
					B Estrazione di minerali da cave e miniere			
					C Attività manifatturiere			
					D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata			
					E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento			
					F Costruzioni			
					G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli			
					H Trasporto e magazzinaggio			
					I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione			
					J Servizi di informazione e comunicazione			
					K Attività finanziarie e assicurative			
					L Attività immobiliari			
					M Attività professionali, scientifiche e tecniche			
					N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese			
					O Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria			
					P Istruzione			
					Q Sanità e assistenza sociale			
					R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento			
					S Altre attività di servizi			
					T Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro per personale domestico; produzione di beni e servizi indifferenziati per uso proprio da parte di famiglie e convivenze			
					U Organizzazioni ed organismi extraterritoriali			
					X Imprese non classificate			

	Valle d'Aosta	Sondrio	Bolzano	Trento	Belluno	Verbano - Cusio - Ossola	Totale Area Vasta	Lombardia	Totale Nord	Totale Italia
	53	18	74	90	37	36	308	360	2.023	4.340
	361.171	45.643	1.334.950	1.318.183	131.332	256.133	3.447.412	5.238.242	25.282.054	62.701.994
	529.001	84.595	-	1.853.758	61.535	4.351.644	6.880.533	14.055.650	68.790.377	149.302.875
	20,2	20,4	4,5	17,2	17,5	35,1	15,3	16,2	16,2	18,1
	3,1	4,3	3,9	4,2	4,4	5,8	4,2	3,7	3,7	3,6
	0,1	0,3	0,5	0,6	0,3	0,2	2,0	13,0	38,5	100,0
	12,0	5,5	6,8	7,4	6,2	7,7	7,6	16,1	14,4	13,7
	45,2	45,6	56,4	54,3	34,0	44,8	46,7	48,7	46,4	40,3
	10	9	2	6	3	39	-	-	-	-
	22	19	2	1	6	12	-	-	-	-
	2	4	1	7	4	5	23	153	387	588
	19	35	84	94	22	13	267	595	2.386	5.524
	2.837	911	173.275	17.253	13.032	8.423	215.731	22.015.197	33.178.032	44.832.191
	34,3	32,9	25,2	28,2	36,1	38,9	30,4	32,4	55,9	27,7
	3,6	3,0	2,9	2,9	3,5	3,9	3,1	3,8	3,8	3,8
	917	1.051	2.633	3.108	1.050	925	9.684	31.187	149.577	393.463
	7,5	6,9	4,9	6,5	6,9	7,3	6,2	3,8	7,3	7,5
	2,9	1,5	0,9	1,7	2,1	2,0	2,3	6,0	2,9	4,7
	0,2	0,3	0,6	0,6	0,2	0,3	2,2	13,8	41,6	100,0
	0,2	0,3	0,7	0,7	0,2	0,2	2,3	14,4	28,0	100,0
	0,2	0,2	0,7	0,6	0,2	0,2	2,1	20,4	56,3	100,0
	24,1	25,9	21,6	19,6	19,6	23,7	21,8	20,2	21,6	23,5
	9,6	10,8	8,1	9,4	9,3	10,7	9,2	10,1	9,6	11,4
	4,7	4,6	8,5	6,1	8,0	6,9	6,8	9,7	8,7	8,0
	14,5	18,9	31,7	26,2	13,0	6,0	23,6	6,2	11,5	16,1
	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
	7,2	9,4	7,5	8,4	12,7	12,4	8,8	13,0	11,1	10,3
	0,3	0,3	0,7	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2	0,1	0,1
	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
	23,1	17,8	12,3	16,5	18,0	20,3	16,2	18,0	16,6	15,7
	18,9	21,0	15,4	18,1	23,6	25,6	18,6	23,7	22,6	26,9
	1,9	3,3	2,7	2,6	2,6	2,4	2,6	3,5	3,2	3,1
	13,4	10,9	13,0	9,2	11,9	11,5	11,4	6,0	6,2	6,5
	2,0	1,2	1,6	2,0	1,5	1,7	1,7	2,9	2,1	2,1
	1,7	1,9	1,2	1,7	1,9	2,1	1,6	2,6	2,2	2,1
	4,8	4,7	3,7	4,4	3,5	4,7	4,1	8,6	6,8	4,6
	2,6	1,9	3,2	2,8	2,8	2,5	2,8	5,3	3,9	3,2
	3,1	1,8	2,0	2,2	2,0	2,7	2,2	3,2	2,6	2,6
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	0,4	0,3	0,3	0,0	0,3	0,3	0,2	0,5	0,4	0,4
	0,4	0,6	0,2	0,7	0,3	0,4	0,4	0,7	0,5	0,5
	1,3	1,1	0,9	0,3	0,9	1,0	0,8	1,0	1,0	1,1
	4,0	4,4	3,2	0,8	4,3	5,5	2,9	4,5	4,1	4,2
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,1	0,0
	0,1	0,1	0,1	3,6	0,0	0,1	1,2	0,0	1,8	0,2

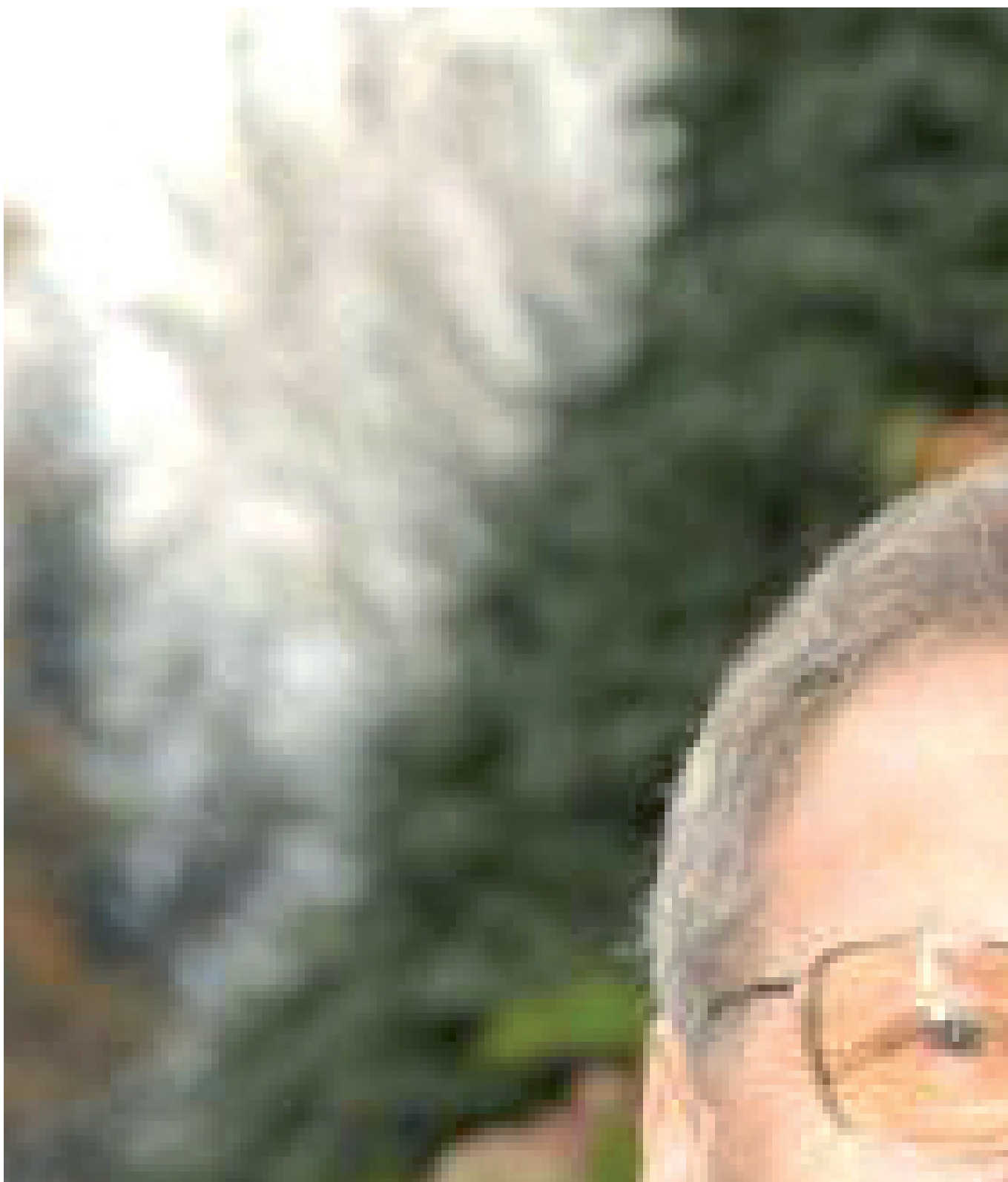
	Fonte	Anno	Specifiche indicatore	Indicatore			TERRITORI		
INNOVAZIONE	Ministero dello sviluppo economico	2011	Valori assoluti	DOMANDE DEPOSITATE	INVENZIONI				
	Unioncamere	2010			DISEGNI				
					MODELLI DI UTILITA'				
					MARCHI				
				BREVETTI EPO					
ECONOMIA	Ministero dello sviluppo economico	2010	Valori assoluti	SUPERMERCATI	ADDETTI				
			Valore medio		SUPERFICIE in metri quadri				
					SUPERFICIE MEDIA				
			Valori assoluti	GRANDI MAGAZZINI	ADDETTI				
	Valore medio	SUPERFICIE in metri quadri							
		SUPERFICIE MEDIA							
	Excelsior - Unioncamere	2011	Valori percentuali	ASSUNZIONI NON STAGIONALI PREVISTE PER LIVELLO DI ISTRUZIONE	UNIVERSITARIO (% su totale assunzioni previste)				
					DIPLOMA (% su totale assunzioni previste)				
	ASIA	2009	Valori assoluti		UNITA' DI LAVORO				
	Inps	2011	Valori assoluti	NUMERO DI ORE CIG	INDUSTRIA				
di cui EDILIZIA									
TURISMO	Istat	2010	Valori percentuali	Presenze/arrivi	STANZE HOTEL>3 STELLE SU TOTALE STANZE (Esclusi gli alberghi a 3 stelle)				
			Valori medi (giorni)		PERMANENZA MEDIA				
			Valori assoluti	ARRIVI TURISTI IN VALORE ASSOLUTO	ITALIANI				
			Valori percentuali	ARRIVI TURISTI IN PERCENTUALE	ITALIANI				
			Valori assoluti	NUMERO	STRANIERI				
					ESERCIZI ALBERGHIERI				
	Istat	2010	Valori assoluti	Capacità degli es.alberghieri per comune	ESERCIZI COMPLEMENTARI				
					LETTI				
	Banca d'Italia	2011	Valori assoluti		CAMERE				
					BAGNI				
	Istat	2009	Valori assoluti	ABITAZIONI RESIDENZIALI	NUMERO VIAGGIATORI STRANIERI (dati in migliaia)				
					NUMERO				
			Valori assoluti	FABBRICATI NON RESIDENZIALI	SUP. UTILE ABITABILE (in metri quadri)				
					DESTINAZIONE ECONOMICA (Numero di fabbricati)	AGRICOLTURA			
INDUSTRIA E ARTIGIANATO									
COMMERCIO E ATTIVITA' TURISTICHE ALTRO									
INTERNAZIONALIZZAZIONE	Istat	2011	valori assoluti in euro	IMPORT-EXPORT PER CONTINENTE (Valori in euro)		EUROPA	IMPORT		
						EXPORT			
					AFRICA	IMPORT			
						EXPORT			
					AMERICA	IMPORT			
						EXPORT			
			Valori assoluti in euro	IMPORT - EXPORT PER ATTIVITA' ECONOMICA (Valori in euro)	ASIA	IMPORT			
						EXPORT			
					OCEANIA	IMPORT			
						EXPORT			
					A-PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA, DELLA SILVICOLTURA E DELLA PESCA	IMPORT			
						EXPORT			
					B-PRODOTTI DELL'ESTRAZIONE DI MINERALI DA CAVE E MINIERE	IMPORT			
						EXPORT			
					C-PRODOTTI DELLE ATTIVITA' MANIFATTURIERE	IMPORT			
						EXPORT			
					D-ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA CONDIZIONATA	IMPORT			
						EXPORT			
	E-PRODOTTI DELLE ATTIVITA' DI TRATTAMENTO DEI RIFIUTI E RISANAMENTO	IMPORT							
		EXPORT							
	J-PRODOTTI DELLE ATTIVITA' DEI SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	IMPORT							
		EXPORT							
M-PRODOTTI DELLE ATTIVITA' PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE	IMPORT								
	EXPORT								
R-PRODOTTI DELLE ATTIVITA' ARTISTICHE, SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DIVERTIMENTO	IMPORT								
	EXPORT								
S-PRODOTTI DELLE ALTRE ATTIVITA' DI SERVIZI	IMPORT								
	EXPORT								
Elaborazioni su dati Tagliacarne e Istat	2011	Valori percentuali	TASSO DI APERTURA	Import+Export su valore aggiunto totale					
			PROPENSIONE ALL'EXPORT	Export totale su valore aggiunto totale					

	Valle d'Aosta	Sondrio	Bolzano	Trento	Belluno	Verbano - Cusio - Ossola	Totale Area Vasta	Lombardia	Totale Nord	Totale Italia
	0	1	62	6	13	3	85	2.851	7.465	9.501
	0	0	9	7	1	2	19	308	718	1.392
	0	4	5	14	3	8	34	585	1.469	2.406
	38	49	374	366	119	64	1.010	15.382	33.470	55.547
	0	8	52	20	11	4	95	15.767	3.303	4.200
	359	539	2.527	2.449	779	576	7.229	36.545	99.263	17.300
	14.033	31.674	97.930	129.806	42.730	32.324	348.497	1.617.113	4.710.252	8.572.281
	877,1	905,0	736,3	786,7	854,6	979,5	806,7	1.028,7	937,6	888,2
	133	6	254	267	138	270	1.068	5.335	12.478	27.346
	14.204	506	22.234	22.919	10.105	28.601	98.569	440.341	1.059.380	2.275.320
	946,9	506,0	1.170,2	1.273,3	1.122,8	1.362,0	1.187,6	1.601,2	1.733,8	1.449,2
	7,7	7,9	10,2	11,5	12,4	12,8	10,6	19,6	-	14,3
	25,2	21,3	27,6	20,1	18	17,6	22,4	22,2	-	22,6
	13.117	15.285	46.307	45.204	16.777	13.760	13.760	896.383	2.470.563	4.845.183
	863.457	1.277.289	3.085.444	4.872.108	3.976.716	3.122.507	17.197.521	173.906.005	496.512.384	776.675.074
	623.255	342.161	2.004.131	2.216.040	797.156	792.937	6.775.680	16.491.214	52.009.278	100.122.828
	20,3	14,1	18,7	17,6	19,4	33,3	18,9	44,9	25,7	33,3
	3,3	3,9	5,0	4,7	5,2	3,8	4,7	2,5	3,8	3,8
	632.835	427.740	2.202.599	1.999.647	589.525	196.122	6.048.468	6.466.236	29.907.636	55.019.507
	295.493	207.813	3.494.891	1.200.433	242.909	478.593	5.920.132	5.832.704	25.394.811	43.794.338
	68,2	67,3	38,7	62,5	70,8	29,1	50,5	54,0	54,1	55,7
	31,8	32,7	61,3	37,5	29,2	70,9	49,5	48,7	45,9	44,3
	489	402	4.254	1.553	440	246	7.384	2.979	19.944	33.999
	528	410	5.973	1.295	10.070	332	18.608	3.397	71.493	116.316
	310	244	1.303	439	295	17.583	626	131	251	278
	147	120	639	223	142	9.099	310	65	127	135
	146	117	631	218	147	8.858	306	64	128	135
	1.121	134	1.668	1.175	156	519	4.773	20.636	61.907	95.983
	367	545	2.223	1.633	419	299	5.486	29.154	72.361	141.587
	23.989	39.282	187.045	127.353	36.048	23.119	436.836	2.083.607	5.496.303	10.703.097
	8	34	246	137	24	6	455	492	2.241	5.505
	10	27	48	69	10	9	173	522	1.634	3.133
	9	9	69	49	11	6	153	184	784	1.681
	7	17	103	26	7	14	174	178	1.052	2.339
	282.415.032	398.604.918	4.117.706.742	1.587.868.420	397.461.254	302.596.861	7.086.653.227	87.622.367.486	174.962.332.202	258.131.209.526
	507.885.147	447.924.492	2.986.727.224	2.269.262.937	1.617.884.285	492.997.170	8.322.681.255	72.341.059.430	187.268.139.814	260.592.485.688
	7.862.750	6.487.555	144.939.603	21.253.534	12.278.638	15.091.502	207.913.582	3.260.460.261	9.260.411.201	27.733.321.449
	11.001.049	16.573.037	54.909.415	61.715.428	54.998.424	16.525.986	215.723.339	4.445.534.909	10.211.101.689	16.001.240.379
	16.388.360	31.479.337	117.101.239	150.529.438	56.820.532	89.882.625	462.201.531	7.269.592.815	14.837.320.905	26.716.025.368
	65.236.666	38.123.825	226.465.669	457.958.310	590.650.381	21.017.040	1.399.451.891	9.986.267.340	28.150.119.975	39.683.471.331
	38.497.310	25.866.950	263.255.387	268.057.227	470.077.877	52.164.942	1.117.919.693	24.883.744.043	48.532.448.705	85.637.972.474
	51.576.239	38.754.035	379.538.428	326.591.633	376.013.871	40.243.622	1.212.717.828	15.988.326.145	38.492.862.328	53.281.122.691
	52862	605.082	805.948	731.604	930.714	3.717.015	6.843.225	173.047.572	729.371.667	2.261.085.487
	543.019	1.211.135	15.670.440	23.427.923	50.095.723	2.478.575	93.426.815	1.402.579.774	3.493.832.803	6.291.260.632
	5.302.079	22.510.817	154.187.850	50.334.328	19.462.354	1.360.571	253.157.999	2.259.759.736	9.218.375.234	12.980.295.428
	769.480	5.213.772	571.093.514	74.688.325	267.979	3.131.123	655.164.193	328.393.245	3.455.454.702	5.770.014.803
	1.099.052	3.653.534	41.570.483	10.798.087	1.664.323	5.413.081	64.198.560	8.416.606.337	15.082.685.766	69.234.922.503
	386.264	23.916.372	11.181.084	5.597.372	2.333	2.210.389	43.293.814	248.142.943	435.601.846	1.249.227.034
	301.815.087	433.960.885	4.314.400.847	1.946.322.226	899.884.031	416.767.048	8.313.150.124	109.618.849.227	219.008.002.307	303.383.992.957
	629.433.647	512.369.492	3.040.865.174	2.982.373.889	2.680.372.075	566.110.093	10.411.524.370	101.422.190.601	259.670.637.447	359.757.480.065
	0	0	3.203	0	0	0	3.203	17.060	39.163	2.980.207.844
	0	0	0	0	0	0	0	170.035	172.232	275.788.931
	35.692.275	2.725.074	28.215.466	18.253.528	15.900.684	39.056.414	139.843.441	1.969.982.305	3.636.535.241	5.244.807.699
	1.445.706	520.263	3.367.798	5.830.327	1.949.236	1.029.039	14.142.369	698.241.416	1.243.708.232	1.484.565.820
	377.800	168.539	104.586.015	2.081.136	551.921	796.371	108.561.782	829.538.755	1.170.502.002	1.368.268.129
	4.138.418	563.563	34.258.845	68.947.200	6.417.160	419.543	114.744.729	626.915.728	1.392.079.669	1.572.197.381
	0	0	116.198	1.486	1.639	0	119.323	7.241.236	8.129.282	11.348.631
	0	0	345.875	0	0	0	345.875	28.070.378	30.536.944	30.731.318
	3.317	17.417	512.959	321.439	35.827	1.184	892.143	38.213.569	81.567.437	105.705.655
	20.750	2.996	1.573.129	31.622	281.383	312.850	2.222.730	71.020.272	125.455.383	206.639.710
	0	0	1.004	0	0	0	1.004	91.319	370.353	6.557.675
	0	0	0	0	0	0	0	109.706	136.367	2.849.024
	926.704	7.576	214.894	327.993	68.236	58.276	1.603.679	68.912.633	115.677.895	5.163.507.783
	47.855	66	625.757	1.487.496	352.518	49.356	2.563.048	740.513.274	1.262.273.787	5.500.086.635
	26,0	20,3	50,4	34,0	60,6	30,4	49,3	77,3	60,6	54,9
	16,8	10,9	22,2	20,7	44,9	16,8	27,5	35,4	31,4	26,6

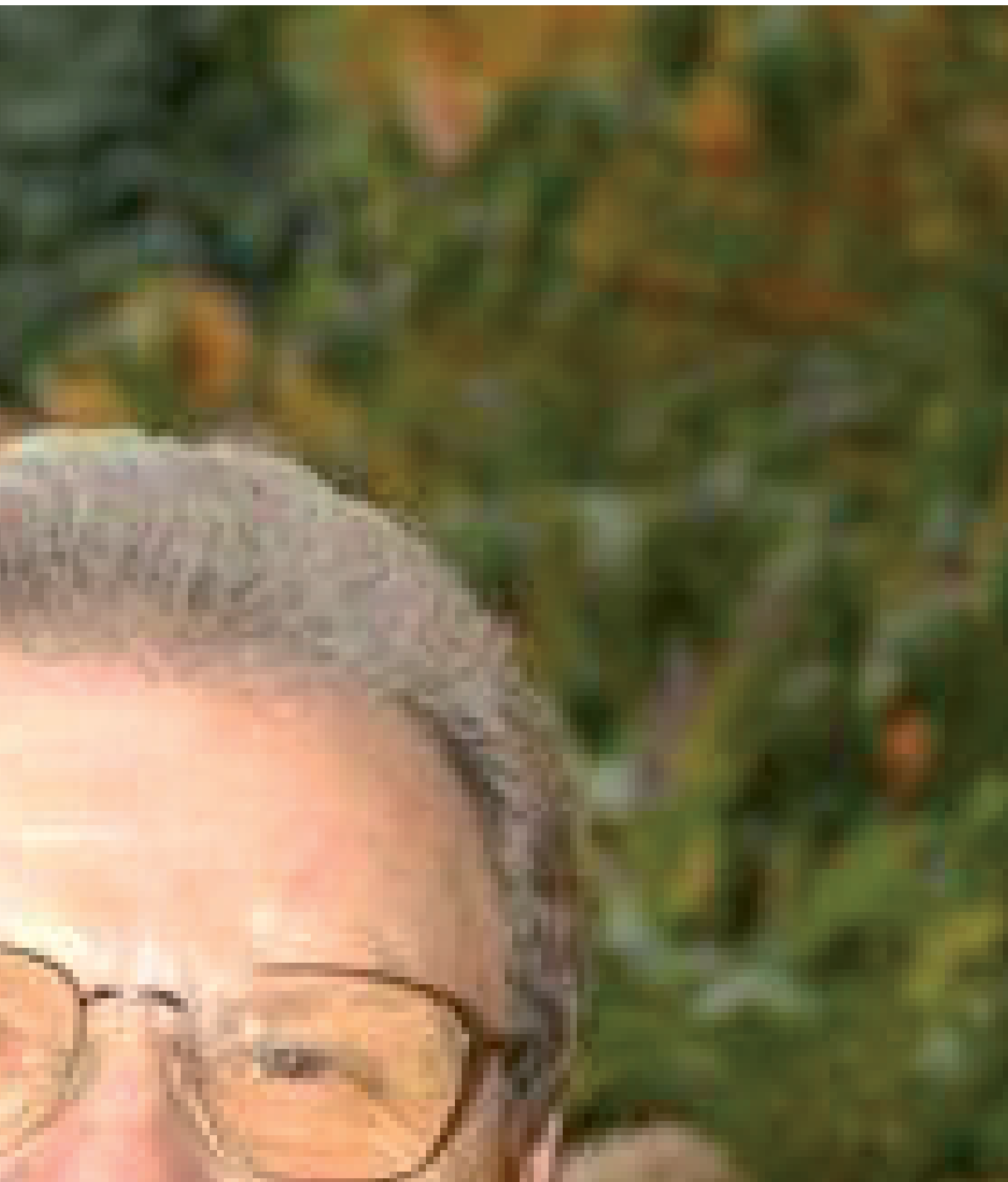
	Fonte	Anno	Specifiche indicatore	Indicatore			TERRITORI	
CREDITO	Banca d'Italia	2011	Valori assoluti (In milioni di euro)	IMPIEGHI	La Fonte a partire da giugno 2011 nel calcolo dei depositi e degli impieghi considera nel novero degli Enti Segnalanti anche la Cassa Depositi e Prestiti oltre gli Istituti Bancari.			
				DEPOSITI				
				SOFFERENZE AL 30 SETTEMBRE 2011				
RISULTATI ECONOMICI	Istituto Tagliacarne-Unioncamere		Valori percentuali	VALORE AGGIUNTO PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	IN % SUL TOTALE	Agricoltura		
						Industria	Industria in senso stretto	
							Costruzioni	
							Totale Industria	
			Servizi					
			Valori assoluti	CONSUMI PRO CAPITE				
REDDITO PRO CAPITE								
Valori assoluti	PATRIMONIO	PER FAMIGLIA						
		MEDIO PER FAMIGLIA						
OCCUPAZIONE	Istat	2011	Valori percentuali	TASSO DI DISOCCUPAZIONE	MASCHILE	Persone in cerca di lavoro/Forza lavoro		
					FEMMINILE			
					GIOVANILE (Media 2010)			
			Valori assoluti	PERSONE IN CERCA DI LAVORO	Dati in migliaia			
					Valori assoluti	OCCUPATI	PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA	Agricoltura
			Industria					
			di cui: in senso stretto					
			Servizi					
			PER POSIZIONE NELLA PROFESSIONE	DIPENDENTI				
				INDIPENDENTI				
Valori assoluti	LAVORATORI	Fino a 10 ore	DATI ASSOLUTI IN MIGLIAIA					
		Da 11 a 20 ore						
		Da 21 a 30 ore						
		Oltre 30 ore						
INFRASTRUTTURE								
INFRASTRUTTURE URBANE	Istat-ACI	2010	Valori assoluti	INCIDENTI STRADALI	TRA VEICOLI			
					VEICOLI-PEDONI			
	Aci	2010	Valori assoluti	AUTOVEETURE CIRCOLANTI	A VEICOLI ISOLATI			
					TOTALE			
				PER 1000 ABITANTI				
ENERGIA	Terna	2010	Valori assoluti	ELETTRICITA' EROGATA (Linee elettriche)	380 Kv e 220 KV			
	TERNA	2010	Valori assoluti	CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA	TOTALE			
					PROCAPITE			
					DI CUI AGRICOLTURA			
					DI CUI INDUSTRIA			
	GSE	2009	Valori medi					
	GSE	2010	Valori assoluti	IMPIANTI ALIMENTATI DA FONTI RINNOVABILI in Gwh	Fotovoltaica			
					Eolica			
					Idraulica			
					Bioenergia			
					Geotermica			
	Terna	2010	Valori assoluti	CONSUMO DOMESTICO DI ENERGIA ELETTRICA	Milioni di KWH			
	Ministero dello sviluppo economico	2009	Valori assoluti	VENDITA DI BENZINA (tonnellate)	TOTALE			
PER RETE DI DISTRIBUZIONE					RETE ORDINARIA			
					RETE AUTOSTRADALE			
					RETE EXTRA			
VENDITA DI GPL (tonnellate)				PER TIPOLOGIA DI UTILIZZO	AUTOTRAZIONE			
					AUTOTRAZIONE RETE			
VENDITA DI GASOLIO (tonnellate)				GASOLIO TOTALE				
	GASOLIO MOTORI RETE ORD.							
	GASOLIO MOTORI RETE AUTOSTR.							
	GASOLIO MOTORI EXTRA RETE							
	GASOLIO RISCALD.TO							
	GASOLIO AGRICOLO							
INFRASTRUTTURE	Tagliacarne-Unioncamere	2011	Valori percentuali	Rete stradale				
				Ferrovie				
				Reti energetico-ambientali				
				Servizi a banda larga				
				Strutture culturali				
				Strutture sanitarie				

	Valle d'Aosta	Sondrio	Bolzano	Trento	Belluno	Verbano - Cusio - Ossola	Totale Area Vasta	Lombardia	Totale Nord	Totale Italia
	178,1	174,7	947,5	292,7	232,7	247,8	2.073,4	9.912,9	36.294,4	257.474,6
	323,8	104,5	782,4	659,2	69,9	53,3	1.992,9	4.368,5	13.622,4	42.220,5
	126,0	110,0	700,0	731,0	230,0	209,0	2.106,0	19.611,0	48.483,0	99.523,0
	1,1	1,5	4,2	3,0	0,8	0,3	2,6	1,0	1,5	1,9
	11,8	21,2	15,2	17,1	33,3	22,4	18,7	24,8	23,2	18,8
	11,3	9,2	6,7	7,3	6,9	6,3	7,5	5,6	5,9	6,1
	23,1	30,3	21,9	24,4	40,2	28,8	26,2	30,4	29,1	24,9
	75,8	68,2	73,9	72,7	59,0	70,9	71,1	68,6	69,4	73,2
	21.397	17.943	20.795	18.683	18.299	17.931	-	18.082	-	15.660
	20.336	18.078	21.073	18.674	18.563	16.212	-	19.724	-	17.029
	519.997	517.577	480.258	414.413	484.949	442.892	-	469.653	-	378.790
	518.881	492.235	476.078	409.824	476.553	431.487	-	-	-	377.995
	5,1	5,4	3,0	4,0	3,8	3,4	3,8	5,1	5,0	7,6
	5,4	10,2	3,8	5,1	5,4	8,1	5,5	6,7	6,8	9,6
	16,7	18,7	6,4	15,1	11,4	20,7	-	19,8	20,6	27,8
	3	6	8	11	4	4	37	261	585	2.108
	2	2	15	9	1	1	30	58	310	850
	12	27	57	65	46	25	232	1.464	3.979	6.538
	6	17	34	43	38	17	154	1.137	3.075	4.692
	42	49	168	157	46	43	506	2.751	7.636	15.579
	41	55	179	183	75	52	585	3.295	9.090	17.240
	15	22	61	48	19	17	182	978	2.835	5.727
	4,4	8,3	23,6	25,6	8,9	7,2	78,1	467,3	1.254,7	2.329,2
	3,1	5,4	19,8	19,3	7,2	4,7	59,4	323,1	910,3	1.826,8
	5,5	7,7	25,4	25,9	9,6	6,2	80,2	414,4	1.196,0	2.398,4
	43,8	53,9	170,5	161,1	66,9	49,7	545,8	3.049,4	8.518,1	16.312,9
	234	307	822	1.087	362	272	3.084	26.091	74.425	153.252
	38	33	117	135	56	64	443	3.578	9.816	18.948
	98	94	185	274	137	93	881	6.498	17.935	34.187
	134.836	106.816	264.984	301.849	128.756	101.257	1.038.498	5.808.618	16.536.839	36.751.311
	1051,5	583,2	522,0	570,1	603,1	620,3	601,9	585,7	595,6	606,2
	367,7	431,5	470,4	684,9	176,5	126,3	197,3	3.661,0	11.200,0	21.997,0
	952,8	1.006,10	3.195,90	3.209,80	1.055,90	931,7	10352,2	65881,7	142257,3	309.884,50
	7,4	5,5	6,3	6,1	4,9	5,7	6,0	6,6	5,1	5,1
	4,40	11,10	163,60	68,40	8,80	2,00	253,90	840,50	3.086,50	5.610,30
	429,50	442,80	1.098,50	1.391,30	497,60	486,00	3.916,20	34.279,20	85.439,00	138.439,30
	270,3	687,2	210,2	250,8	155,4	357,2	291,3	207,5	110,6	58,8
	2,1	5,1	62,1	29,3	3,6	1,1	103	190	742	1.905,7
	0,9	0,0	0,9	0,9	0,9	0,0	4	0	94	9.126,0
	2.956,8	5.658,7	6.066,5	4.231,3	2.345,1	2.599,9	23.858	11.430	39.433	51.117,0
	9,3	18,6	130,0	9,3	46,4	9,3	223	1.866	4.764	9.440,0
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	0	5.376,0
	184	213	601	660	242	185	2.085	12.045	32.822	69.551
	47.794	33.160	85.843	109.932	35.557	30.372	342.658	1.792.743	5.096.734	10.605.353
	38.530	33.160	75.674	91.357	31.734	30.237	300.692	1.566.618	4.372.916	9.294.235
	4.633	0	4.634	5.593	504	-	15.364	97.729	321.063	568.242
	4.631	0	5.535	12.982	3.319	135	26.602	128.396	402.755	742.876
	242	738	3.640	8.056	95	-	12.771	144.453	505.078	1.099.024
	242		3.111	8.045	95	-	11.493	75.616	265.550	611.262
	189.048	74.795	256.154	438.884	76.461	41.887	1.077.229	4.139.724	12.186.210	25.389.699
	37.383	61.217	139.587	156.252	52.812	37.234	484.485	2.237.701	6.480.115	14.203.400
	11.384	0	15.200	23.166	1.503	0	51.253	335.116	1.190.041	2.183.530
	140.281	13.578	101.367		22.146	4.653	541.491	1.566.907	4.516.054	9.002.769
	76.157	9.239	50.459	130.626	27.259	1.498	295.238	493.108	1.342.531	1.940.973
	11.508	540	12.903	35.061	931		60.943	363.548	999.114	2.064.672
	126,9	33,3	75,5	78,6	66,4	58,8	-	84,3	-	100
	10,0	66,8	74,4	50,5	12,6	132,8	-	86,0	-	100
	45,5	49,7	63,3	108,8	69,2	68,9	-	150,7	-	100
	29,0	38,7	40,9	55,2	40,5	47,8	-	130,1	-	100
	52,6	33,6	62,6	64,6	50,4	52,7	-	105,0	-	100
	37,9	45,0	56,2	65,7	61,6	64,2	-	132,8	-	100

	Fonte	Anno	Specifiche indicatore	Indicatore			TERRITORI	
AMBIENTE E TERRITORIO								
QUALITA' AMBIENTALE	Legambiente	2011	Valori assoluti	INDICE QUALITA' AMBIENTALE (Posizione)				
QUALITA' ARIA	Istat	2010	Valori assoluti	GIORNI DI SUPERAMENTO PM10	* MEDIA			
USO DEL SUOLO	Istat	2009	Valori assoluti	PERMESSI DI COSTRUIRE	Superficie metri-quadri			
GESTIONE RIFIUTI	Ispra	2009	Valori percentuali	QUOTA% RACCOLTA DIFFERENZIATA PROCAPITE	* Raccolta differenziata procapite/Totale Raccolta procapite			
	Ispra	2009	Valori assoluti	RIFIUTI PER TIPOLOGIA (in kg)	DIFFERENZIATA			
					INDIFFERENZIATA			
ECOSISTEMI FORESTALI	Corpo forestale	2009	Valori assoluti	INCENDI	quando la superficie percorsa è inferiore all'unità per motivi statistici è stato riportato <1			
				SUPERFICIE PERCORSO DAL FUOCO (HA)				
RISCHIO AMBIENTALE	Protezione civile	2006		CLASSIFICAZIONE SISMICA				



	Valle d'Aosta	Sondrio	Bolzano	Trento	Belluno	Verbano - Cusio - Ossola	Totale Area Vasta	Lombardia	Totale Nord	Totale Italia
	6	29	3	4	1	2	-	-	-	-
	13	31	15	25	21	19	20,7	*64,9	*55,8	44,6
	63.053	107.874	516.869	382.693	114.081	56.028	1.240.598	4.422.922	12.632.702	23.663.844
	39,1	44,6	54,5	60,6	50,2	58,5	54,0	47,8	48,0	33,6
	24,2	20,5	25,4	31,9	23,6	29,9	27,0	23,7	25,3	17,8
	35,3	23,9	19,9	18,4	22,4	21,2	21,4	23,6	26,2	34,5
	2,4	1,5	1,3	2,3	1,0	0,0	1,6	2,4	1,2	0,7
	13	11	11	37	8	10	90	138	893	5.409
	7	4	<1	5	3	6	25	396	3.997	73.348
	4	4	4	4-3	3-2	4-3	-	-	-	-



Focus sui principali indicatori socio-economici della provincia di Cuneo

SOCIETÀ

Popolazione residente al 31 dicembre 2010 in provincia di Cuneo - Fonte: Istat

Valori assoluti	%	
Popolazione residente al 31 dicembre 2010	592.303	100,0%
di cui: donne	301.131	50,8%
di cui: stranieri	56.166	9,5%

Bilancio demografico della provincia di Cuneo - Anno 2010 (per 1.000 residenti) - Fonte: Istat

	Valori
Tasso di natalità	9,2
Tasso di mortalità	11,3
Crescita naturale	-2,1
Saldo migratorio interno	1,7
Saldo migratorio con l'estero	6,3
<i>Saldo migratorio per altro motivo</i>	<i>-1,4</i>
Saldo migratorio totale	6,6
Crescita Totale	4,5

Gli indicatori demografici della popolazione residente in provincia di Cuneo al 31/12/2010 - Fonte: Elaborazione Unioncamere su dati Istat

	Valori
Indice di vecchiaia	159,4
Indice di dipendenza strutturale	56,0
Indice di dipendenza strutturale dei giovani	21,6
Indice di dipendenza strutturale degli anziani	34,4
Indice di ricambio	140,0
Indice di struttura	122,8

Popolazione di 15 anni e oltre classificata per massimo titolo di studio conseguito (valori percentuali) - Provincia di Cuneo - Anno 2010 - Fonte: elaborazione Unioncamere su dati Istat

	Valori
Nessuno titolo o licenza elementare	24,9
Licenza media (o avviamento professionale)	33,4
Diploma di scuola superiore	32,0
Titolo universitario accademico e superiore	9,7
Totale	100,0

Il numero di laureati residenti in provincia di Cuneo per luogo di conseguimento del titolo (valori percentuali) - Anno 2010 - Fonte: MIUR

	Valori
In provincia	20,4
Fuori provincia ma nella regione	69,1
Fuori regione	10,5
Totale	100,0

Società cooperative in provincia di Cuneo per tipologia - Anno 2011 - Fonte: StockView

Tipologia	Numero
Cooperativa sociale	133
Piccola società cooperativa	2
Piccola società cooperativa a responsabilità limitata	3
Società consortile cooperativa a responsabilità limitata	6
Società cooperativa	430
Società cooperativa a responsabilità limitata	131
Società cooperativa consortile	7
Totale	712

ECONOMIA

Valore aggiunto a prezzi correnti per branca di attività economica della provincia di Cuneo - Anno 2010 - Dati in milioni di euro - Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne

	Valori	%
Agricoltura	607,9	3,8%
Industria in senso stretto	3.738,4	23,3%
Costruzioni	982,7	6,1%
Servizi	10.706,3	66,8%
Totale	16.035,4	100,0%

Reddito disponibile delle famiglie consumatrici pro-capite in provincia di Cuneo - Anni 2004-2010 - Dati in euro - Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cuneo	18.437,35	19.139,91	19.834,48	20.084,24	20.491,05	18.972,02	19.143,77

Qualità della vita - Posizionamento della provincia di Cuneo nelle graduatorie sulla qualità della vita de Il Sole 24 Ore e Italia Oggi - Anno 2011 - Fonte: Il Sole 24 Ore e Italia Oggi

	Generale	Tenore di vita	Affari e lavoro	Servizi ambiente e salute	Ordine pubblico	Popolazione	Tempo libero
Il Sole 24 Ore	20	35	5	39	20	16	43

	Generale	Affari e lavoro	Ambiente	Criminalità	Disagio sociale e personale	Popolazione	Servizi finanziari	Servizi scolastici	Sistema salute	Tempo libero	Tenore di vita
Italia Oggi	9	2	22	21	51	67	10	48	79	48	47

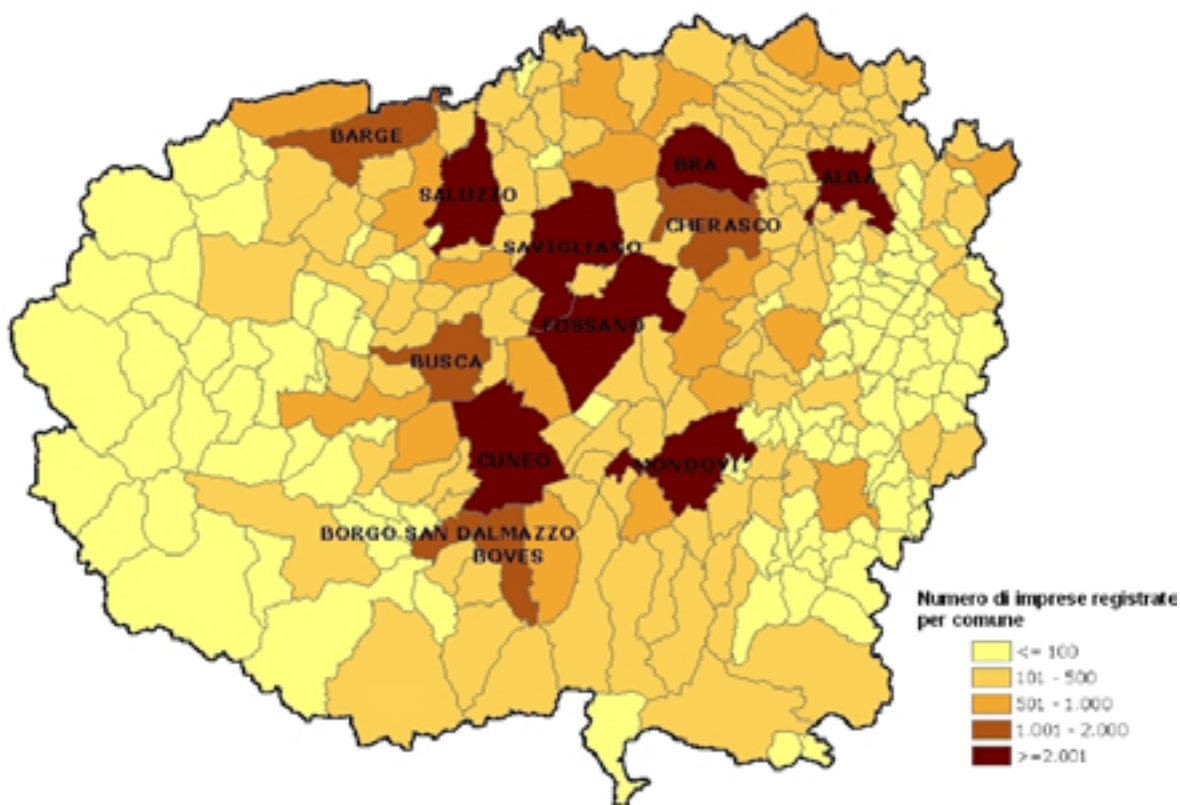
Imprese registrate e imprese attive in provincia di Cuneo per settore di attività economica - Anno 2011 - Fonte: InfoCamere

	Valori		Composizione %	
	Imprese registrate	Imprese attive	Imprese registrate	Imprese attive
Agricoltura	22.623	22.572	30,53%	32,10%
Industria in senso stretto	6.904	6.537	9,32%	9,30%
Costruzioni	11.233	10.973	15,16%	15,60%
Commercio	13.735	13.192	18,53%	18,76%
Turismo	3.767	3.410	5,08%	4,85%
Altri servizi	14.087	13.554	19,01%	19,27%
Non classificate	1.760	85	2,37%	0,12%
Totale	74.109	70.323	100,00%	100,00%

La nati-mortalità delle imprese in provincia di Cuneo - Anno 2011 - Fonte: Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere

	Valori
Iscrizioni - Anno 2011	4.101
Cessazioni non d'ufficio - Anno 2011	4.206
Stock al 31 dicembre 2011	74.109
Tasso di crescita - Anno 2011	-0,14%

Distribuzione delle imprese registrate in Provincia di Cuneo – Anno 2011 – Fonte: StockView



Domande italiane di brevetto europeo pubblicate da EPO (European Patent Office) nel periodo 1999-2010 - Provincia di Cuneo - Fonte: Osservatorio brevetti Unioncamere su dati EPO

	Valori
1999	32
2000	25
2001	34
2002	25
2003	27
2004	32
2005	24
2006	26
2007	30
2008	36
2009	31
2010	46
TOTALE	368

Propensione all'export e grado di apertura al commercio estero per il totale economia in provincia di Cuneo - Anno 2011 - Fonte: Elaborazione Unioncamere su dati Istat

	Valori
Propensione all'export (Export totale su valore aggiunto totale)	40,4
Grado di apertura al commercio estero (Import-Export totale su valore aggiunto totale)	65,0

Tassi caratteristici del mercato del lavoro in provincia di Cuneo - Anno 2011 - Fonte: Istat

	Valori
Tasso di attività (15-64 anni)	71,7
Tasso di occupazione (15-64)	69,0
Tasso di disoccupazione (15 anni e oltre)	3,8
Tasso di disoccupazione giovanile (15-29 anni)	5,9

Numero di ore di cassa integrazione guadagni autorizzate in provincia di Cuneo - Anni 2010-2011 - Fonte: Inps

	Anno 2010	Anno 2011	Var. %
Ordinaria	3.831.494	2.450.326	-36,0%
Straordinaria e deroga	10.922.687	7.518.241	-31,2%
Totale	14.754.181	9.968.567	-32,4%

Rapporto sofferenze/impieghi in Provincia di Cuneo - Fonte: Banca d'Italia

	Valori
Al 30 giugno 2011	3,53
Al 30 settembre 2011	3,57

Arrivi e presenze di turisti per nazionalità negli esercizi ricettivi della provincia di Cuneo - Anni 2010-2011 - Fonte: Regione Piemonte

	2010		2011	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Italia	330.824	957.916	350.220	1.067.668
Estero	192.732	554.241	200.868	555.205
Totale	523.556	1.512.157	551.088	1.622.873

INFRASTRUTTURE

Indici di dotazione infrastrutturale per categoria - Provincia di Cuneo - Anno 2011 - Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne

	Cuneo	Italia
Rete stradale	88,2	100,0
Ferrovie	76,5	100,0
Porti	0,0	100,0
Aeroporti	51,9	100,0
Reti energetico-ambientali	65,9	100,0
Servizi a banda larga	47,2	100,0
Strutture per le imprese	64,1	100,0
Strutture culturali	57,2	100,0
Strutture per l'istruzione	46,1	100,0
Strutture sanitarie	56,9	100,0
Indice infrastrutturale totale	55,4	100,0
Indice infrastrutturale totale al netto dei porti	61,6	100,0
Indice delle infrastrutture economiche	56,3	100,0
Indice delle infrastrutture sociali	53,4	100,0

Produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili per tipologia di fonte (valori in Gwh) - Provincia di Cuneo
- Anno 2010 - Fonte: GSE

	Valori assoluti	%
Fotovoltaica	38,48	2,4%
Eolica	18,25	1,1%
Idraulica	1.478,40	91,9%
Bioenergia	74,26	4,6%
Geotermica	-	0,0%
Totale	1.609,39	100,0%

AMBIENTE E TERRITORIO

Produzione totale e procapite di rifiuti urbani per tipologia - Provincia di Cuneo - Anno 2009 - Dati assoluti in tonnellate, Dati procapite in kg -Fonte: ISPRA

Differenziata	144.346
Indifferenziata	169.819
Materiale ingombrante	-
Totale	314.164
Quota % di raccolta differenziata	45,9
Produzione pro-capite	533

1) INTERNAZIONALIZZAZIONE

Aosta

Missione di <i>incoming</i> di operatori francesi del settore lapideo							
Caratteristiche principali	- Anno realizzazione 2011 - Settore: aziende estrattrici e produttrici nel settore dei marmi - Durata iniziativa: 3-4 giorni comprensivi dei trasferimenti degli operatori - Descrizione Progetto: l'iniziativa consiste nella realizzazione di una missione di <i>incoming</i> di operatori del settore sopra descritto sul territorio. - La missione prevede una prima sessione di visite aziendali e una seconda sessione di incontri bilaterali tra le imprese locali e gli operatori esteri. Gli incontri sono stati fissati sulla base della richiesta degli operatori stessi previa valutazione dei profili delle aziende valdostane.						
Attori titolari/ iniziatori	- Assessorato attività produttive della Regione Valle d'Aosta - ICE (istituto per il commercio con l'Estero) - L'iniziativa, finanziata da fondi regionali, è stata realizzata operativamente dalla Chambre Valdôtaine – tramite la sua società <i>in house</i> Attiva srl in virtù di una Convenzione tra la Regione Valle d'Aosta						
Altri attori coinvolti	Chambre Valdôtaine – Attiva srl						
Costi	IMPORTI A PREVENTIVO: <table> <tr> <td>• A carico Regione Valle d'Aosta:</td><td>6.250</td></tr> <tr> <td>• A carico ICE:</td><td>15.050</td></tr> <tr> <td>• A carico delle imprese:</td><td>4.000</td></tr> </table>	• A carico Regione Valle d'Aosta:	6.250	• A carico ICE:	15.050	• A carico delle imprese:	4.000
• A carico Regione Valle d'Aosta:	6.250						
• A carico ICE:	15.050						
• A carico delle imprese:	4.000						
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	L'esistenza nel territorio di riferimento di un tessuto composto da un sufficiente numero di imprese di eccellenza che abbiano una spiccata attitudine ad aprirsi a nuovi mercati esteri o a consolidare ed implementare la loro presenza. Tale pre-requisito è una condizione necessaria per poter attrarre in loco operatori interessanti ed interessati.						
Risultati raggiunti	- Quantitativi: inferiori alle aspettative - Qualitativi: operatori interessati, preparati ed informati sulle aziende che hanno incontrato. Grande disponibilità al confronto e alla trattativa commerciale.						
Obiettivi futuri da perseguire	Ripetizione dell'evento promozionale con il coinvolgimento di un numero maggiore di operatori del settore anche attraverso l'allargamento della ricerca a tutto il territorio francese.						
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	Reperimento di un numero di operatori inferiore rispetto alle iniziali aspettative in quanto limitata ad un ambito territoriale ristretto. Una ricerca orientata sull'intero mercato nazionale potrà garantire migliori risultati.						
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Tali condizioni sono connesse all'esistenza sul territorio di un numero di imprese di eccellenza che possano attrarre gli operatori interessati e all'esistenza di strutture organizzative dinamiche. La riproducibilità dell'iniziativa è da intendersi, inoltre, non solamente per quanto concerne il territorio, ma anche i settori di applicabilità.						
Eventuali ulteriori osservazioni	In sintesi l'efficacia dell'iniziativa è determinata dai seguenti fattori: - Esistenza sul territorio di un numero sufficiente di aziende di eccellenza del settore oggetto della promozione. - Ricerca accurata e puntuale di operatori esteri interessati ad incontrare le aziende locali partendo da profili aziendali esaustivi e che tengano in debito conto le specifiche esigenze di collaborazione commerciale e produttive delle stesse. - Realizzazione di missioni sul territorio che tengano in considerazione la necessità di contenere i tempi ed i costi di realizzazione ma che nel contempo permettano adeguate opportunità di incontro, confronto e relazione.						

Belluno

EXPLORE – programma Interreg IV Italia Austria

Caratteristiche principali	Progetto inteso a promuovere la cooperazione tra imprese italiane ed austriache della filiera della bioedilizia al fine di favorire una maggiore competitività. • Aree coinvolte: Italia: province di Belluno, Pordenone, Bolzano ; Austria: Carinzia
Attori titolari/ iniziatori	Il progetto ha come capofila Unioncamere del Veneto-Eurosportello Veneto e coinvolge i partner locali: Camera di Commercio di Belluno, Provincia di Belluno, Azienda Speciale Concentro- Camera di Commercio di Pordenone, act2win Consulting GmbH di Klagenfurt, Camera dell'Economia della Carinzia e Accademia dei Colloqui di Dobbiaco
Altri attori coinvolti	Associazioni di Categoria, Ordini Professionali, consorzi di imprese, imprese
Costi	
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Disponibilità di aziende e professionisti al confronto con realtà transfrontaliere per individuare nuove forme di collaborazione.
Risultati raggiunti <i>Attività realizzate dalla Camera di Commercio di Belluno nell'ambito del progetto</i>	• Implementazione di un database congiunto di aziende interessate a sviluppare attività di business con partner in area transfrontaliera. • Evento B2B a Longarone (25 febbraio 2011) con il coinvolgimento di 46 imprese locali della filiera delle costruzioni • Evento B2credit a Belluno (13 ottobre 2011) con 63 partecipanti • Workshop "La montagna, il legno: casa, calore, energia" – Longarone (72 imprese partecipanti) • Convegno conclusivo "Interventi per il risparmio energetico nelle costruzioni: opportunità per le imprese in Italia e Austria" – Belluno, 3 febbraio 2012 (77 imprese partecipanti) • Incontro di approfondimento "Architettura sostenibile del legno fra idee e pratica: prospettive e strategie per la filiera bellunese" – Belluno, 22 febbraio 2012 (36 imprese partecipanti) • Realizzazione di un modello di piattaforma virtuale di comunicazione fra le imprese transfrontaliere per lo scambio di conoscenze e lo sviluppo della gestione dei contatti d'affari on line
Obiettivi futuri da perseguire	Incremento dell'utilizzo della piattaforma virtuale che è sicuramente un'idea innovativa d'interesse per le imprese, ma deve essere ancora migliorata rispetto al modello proposto.
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	• Il diverso tessuto economico locale delle aree coinvolte (da un lato la presenza nella Provincia di Bolzano di alcuni casi di eccellenza già facenti parte di network, quali Casa Clima, Casa Passiva e dall'altro la prevalenza a Belluno e Pordenone di piccole aziende artigiane legate al mercato dell'edilizia tradizionale) ha ostacolato la definizione di una filiera omogenea di imprese che siano in grado di cooperare tra loro. • E' stata pertanto rilevata una diversa adesione delle aziende in termini quantitativi tra le aree programma coinvolte (maggiore per l'area bellunese e bassa per area austriaca e altoatesina) ed è risultato scarso il coinvolgimento delle aziende con un alto grado di innovazione già impegnate in progetti di cooperazione e di networking più grossi.
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	La cooperazione tra imprese in area transfrontaliera non è facile e non può riguardare tutte le tipologie di imprese presenti sul territorio. Potrebbe pertanto essere opportuno individuare ed accompagnare un gruppo ristretto di imprese, che rappresentino l'eccellenza del settore, le quali potranno fungere da traino per lo sviluppo dei territori di riferimento.
Eventuali ulteriori osservazioni	

Sportello internazionalizzazione	
Caratteristiche principali	Il servizio fornisce Informazione su mercati e normative estere: Per questo tipo di richieste la Camera di Commercio si avvale del supporto di altri organismi del sistema camerale (Camere di Commercio Italiane all'estero, rete degli Info Desk coordinati da Veneto Promozione). Prima assistenza in materia di tecniche di commercio estero: Vengono fornite risposte ai quesiti posti dalle imprese in materia doganale, fiscale, trasporti internazionali, contrattualistica, pagamenti internazionali. Per le questioni più complesse la Camera di Commercio può interpellare un gruppo di esperti che collabora con il sistema camerale veneto con il coordinamento di Veneto Promozione. Formazione ed aggiornamento: Si tratta di percorsi formativi mirati allo sviluppo delle competenze tecniche aziendali. Trattano problematiche collegate al commercio estero con una particolare attenzione all'aggiornamento rispetto alle novità normative.
Attori titolari/ iniziatori	Le Camere di Commercio del Veneto, attraverso il coordinamento del Centro Estero Veneto (ora Veneto Promozione) e Unioncamere del Veneto, hanno sviluppato a livello locale un servizio di sostegno all'internazionalizzazione delle PMI provinciali. Il sistema camerale veneto opera in sintonia ed in stretta collaborazione con gli organismi regionali addetti all'internazionalizzazione e può avvalersi dell'assistenza di soggetti che hanno stipulato con Unioncamere Veneto o Veneto Promozione accordi di collaborazione (Info Desk esteri, Veneto House, pool di esperti).
Altri attori coinvolti	
Costi	L'attività dello sportello per l'internazionalizzazione è stata finanziata attraverso progetti realizzati nell'ambito del Fondo di perequazione annualità 2006,2007/2008 e 2009/2010. I servizi di prima assistenza sono gratuiti per le imprese, mentre per l'attività di formazione è richiesto il pagamento di una quota di partecipazione.
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	
Risultati raggiunti	A titolo esemplificativo si riportano i risultati quantitativi dell'attività di formazione in materia di commercio estero realizzata nel biennio 2010/2011: • n. seminari tematici: 15 • n. imprese partecipanti: 631
Obiettivi futuri da perseguire	
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	
Eventuali ulteriori osservazioni	

Buy Made in Veneto	
Caratteristiche principali	• Trattasi di un'iniziativa ormai consolidata che giunge quest'anno alla terza edizione. • Il progetto consiste nell'organizzazione della visita di una delegazione di buyers (importatori, grossisti, catene di negozi, ecc.) dei settori del sistema casa (arredamento, illuminazione, oggettistica) e del sistema moda (abbigliamento, calzature), provenienti dai paesi che ogni anno vengono individuati come particolarmente interessanti. Per le edizioni 2010 e 2011 sono stati invitati operatori provenienti da Brasile, Russia, India, Cina, USA, Canada, Giappone, Qatar, Kuwait e Australia, interessati a incontrare potenziali fornitori veneti. • L'evento si svolge in una cornice veneta di prestigio (Villa Contarini – Piazzola sul Brenta) nell'arco di due giornate. A conclusione gli operatori esteri hanno la possibilità di conoscere più da vicino alcune realtà aziendali particolarmente significative partecipando agli "educational tour" organizzati sul territorio dalle Camere di Commercio.
Attori titolari/ iniziatori	Veneto Promozione e CCIAA del Veneto
Altri attori coinvolti	Camere di Commercio Italiane all'estero, Info Desk ed ICE per l'individuazione buyers esteri da invitare.
Costi	Le imprese partecipanti pagano una quota di partecipazione, mentre il costo residuo viene sostenuto dalle Camere di Commercio con un contributo del Fondo di Perequazione
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	• L'edizione 2010 dell'iniziativa è partita come sperimentazione. Visti gli esiti molto positivi, sia in termini di partecipazione di imprese venete, sia per quanto riguarda la qualità dei contatti avviati, si è ritenuto di riproporla anche per gli anni successivi. • La collaborazione delle Camere di Commercio del Veneto e del Centro Estero Veneto (ora Veneto Promozione) consolidatasi nel tempo per la realizzazione di questo tipo di iniziative costituisce un punto di forza per il buon esito della manifestazione.
Risultati raggiunti	Per Buy Made in Veneto 2011 son stati registrati i seguenti risultati: • 26 buyers esteri • 122 aziende venete partecipanti. Dai questionari di valutazione emerge che il 77% dei partecipanti ha espresso un giudizio estremamente positivo.
Obiettivi futuri da perseguire	Allargamento dell'iniziativa ad altri settore. Nelle prossime edizione sarà inserito anche il settore occhialeria che risulta essere di particolare importanza per la provincia di Belluno
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	
Eventuali ulteriori osservazioni	

Speed – dating: incontro tra imprenditori in aree di confine	
Caratteristiche principali	Nel periodo ottobre 2010 – luglio 2012 l'EOS della Camera di commercio di Bolzano ha organizzato questi meeting tra imprenditori quattro volte, utilizzando sempre lo stesso formato. Ecco le manifestazioni ad oggi organizzate: • ottobre 2010: edilizia Alta Valle Isarco / Tirolo • marzo 2011: settore legno Alta Pusteria • maggio 2011: edilizia Val Venosta / Landeck (Tirolo) • maggio 2012: industria creativa Alta Valle Isarco / Tirolo L'invito è rivolto ad imprenditori di un determinato settore di territori adiacenti, ma divisi dai confini di Stato. L'idea è quella di creare luoghi di incontro tra imprenditori in un'ottica di collaborazione transfrontaliera. Nella prima parte della manifestazione attraverso brevi relazioni si illustrano le particolarità e la normativa da rispettare per attività oltreconfine. La seconda parte è dedicata allo speed-dating, una prima e rapida conoscenza di tutti gli imprenditori del territorio di oltreconfine. Infine vi è la possibilità di approfondire i contatti e dedicarsi al networking. Il numero di partecipanti è chiuso. Di regola si attesta a 40 (20 per ogni territorio).
Attori titolari/ iniziatori	EOS-Camera Commercio di Bolzano / WKO-Wirtschaftskammer TIROL-Innsbruck
Altri attori coinvolti	nessuno
Costi	€ 3.000 sostenuti in eque parti dai soggetti organizzatori. Le uniche spese si riferiscono al catering e alle spese di stampa per gli annunci, inviti e spedizione. Nell'importo indicato non sono considerati i costi di personale interni all'organizzazione.
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	La posizione strategica in Europa comporta per l'Alto Adige e per i territori adiacenti notevoli vantaggi nelle attività oltre confine. Nonostante la liberalizzazione del mercato nell'Unione europea esistono ancora numerose normative che è necessario conoscere in caso di attività transfrontaliere. Per la realizzazione del progetto è necessaria una "massa critica" di imprese in un settore che si addica alla cooperazione transfrontaliera. Le barriere linguistiche potrebbero costituire un problema.
Risultati raggiunti	• Per le imprese: Con un dispendio minimo di tempo (ca. 3 ore), l'impresa ottiene una vasta informazione sugli aspetti burocratici connessi all'attività oltre confine. Nell'ambito dello speed-dating conosce ca. 20 imprese del territorio di oltre confine potenzialmente interessate per lo sviluppo delle proprie attività. Per esperienza, in ca. 2-3 casi si instaurano rapporti commerciali durevoli. • Per la Camera di commercio: Con un dispendio minimo di tempo, budget e personale si crea un momento di incontro tra imprese, teso ad incentivare l'attività transfrontaliera. Anche il carico organizzativo è assai ridotto.
Obiettivi futuri da perseguire	Estendere il format ad altri settori (subfornitura macchinari, industria creativa in altri territori, singoli comparti dell'artigianato)
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	I contatti non sono preselezionati. Di conseguenza, la compatibilità di ogni azienda con un'altra non è garantita. Trattandosi per le imprese partecipanti di un'iniziativa a costo zero, vi è il pericolo di assenze "all'ultimo minuto"
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Assolutamente sì. Attenzione a barriere linguistiche, compatibilità dei settori (necessità di una preselezione?). Nell'artigianato le norme di diritto del lavoro spesso sono un deterrente per l'attività transfrontaliera.
Eventuali ulteriori osservazioni	Un'iniziativa a costo zero per le ditte, molto apprezzata dai partecipanti, in quanto in poco tempo si ottiene molta informazione. Per la Camera di commercio il carico organizzativo e il dispendio di risorse finanziarie sono minimi.

Club degli Esportatori

Caratteristiche principali	L'iniziativa, avviata nel corso del 2010 e finalizzata a rafforzare e diffondere la cultura per l'internazionalizzazione attraverso un'azione informativa e formativa fra i membri del Club, ha visto nel corso dell'anno 2011 il suo maggior sviluppo. Molteplici sono state le attività realizzate per i 39 aderenti al Club: sono stati realizzati 10 incontri formativi sulle tematiche del team building, dell'internazionalizzazione e dell'aggregazione che hanno visto complessivamente più di 180 presenze in aula e sono stati inoltre selezionati i 15 Export Leader. Nel corso dell'anno sono poi state organizzate 2 missioni in Germania a cui hanno partecipato prevalentemente le aziende del Club: una dedicata al settore metalmeccanico e lapideo a Colonia e Dortmund e una dedicata al settore agroalimentare a Lipsia e Berlino. L'obiettivo finale del progetto di sostegno e accompagnamento delle PMI all'internazionalizzazione e alla condivisione delle esperienze è stato pienamente raggiunto.
Attori titolari/ iniziatori	Camera di Commercio - Regione Lombardia
Altri attori coinvolti	Imprese
Costi	Le risorse utilizzate per il progetto, cofinanziato dalla Regione Lombardia all'interno del Progetto Competitività Valtellina, sono state pari ad € 30.848,30 per il 2011 a cui si aggiungono le risorse pari € 35.555 dell'anno 2010. Si rammenta inoltre che le missioni in Germania, finanziate dal Fondo perequativo, hanno assorbito risorse per ulteriori € 60.000.
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Radicamento sul territorio Conoscenza delle imprese Rapporto continuativo con gli imprenditori Condivisione e supporto organizzativo delle aziende
Risultati raggiunti	L'intero gruppo di imprese del settore agroalimentare è stato qualificato Best Improved, costituendo una rete d'impresa che ha visto la sua formalizzazione nei primi mesi del 2012. L'obiettivo finale del progetto è stato pienamente raggiunto, tanto che si sta già pensando di implementare con un programma specifico di sviluppo le attività del Club su un biennio, prevedendo altresì un possibile ampliamento degli aderenti.
Obiettivi futuri da perseguire	Ampliamento del Club e sviluppo di nuovi percorsi condivisi
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	Necessità di focalizzare gli argomenti per aumentare l'efficacia delle azioni
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Territorio piccolo con presenza di molte micro-piccole imprese
Eventuali ulteriori osservazioni	Il team working e l'affiancamento di aziende più internazionalizzate ad aziende che si affacciavano per la prima volta su mercati esteri sono state le caratteristiche vincenti del progetto

Progetto Legno Svizzera	
Caratteristiche principali	L'obiettivo del progetto, in corso di realizzazione, è quello di rafforzare e consolidare la presenza delle imprese artigiane del settore Legno (produzione mobili, produzione serramenti e falegnameria) in Svizzera, favorendo così la crescita di competenze specifiche e la realizzazione di circuiti di cooperazione fra le imprese coinvolte. I soggetti economici che verranno contattati nel paese di riferimento sono principalmente i clienti finali, sia privati cittadini che imprese delle aziende del comparto legno, che aziende interessate al settore contract quali hotel, ristoranti e aziende del commercio/servizi. Nel corso hanno aderito 22 aziende del territorio che nel corso del mese di dicembre hanno intrapreso un percorso formativo di approfondimento sul mercato elvetico e le sue peculiarità. Nel 2012 saranno realizzati una missione a Basilea nel mese di gennaio e un'attività di incoming di buyer svizzeri alla fine di maggio 2012.
Attori titolari/ iniziatori	Camera di Commercio – Confartigianato Sondrio - Regione Lombardia
Altri attori coinvolti	
Costi	Il progetto è stato interamente finanziato dalla Regione Lombardia all'interno delle "Iniziative di promozione delle PMI e delle imprese artigiane lombarde sui mercati internazionali". Le risorse utilizzate nel corso dell'anno 2011 sono state pari ad € 25.044,14 per l'avvio delle attività di formazione che stanno proseguendo nel corso del 2012.
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Individuazione di settori omogenei e di Paesi esteri altamente interessati al settore
Risultati raggiunti	Avvicinamento produttori/utenti finali all'interno di un mercato estero (seppur limitrofo).
Obiettivi futuri da perseguire	• Coinvolgere le aziende aderenti in altre attività per dare continuità all'azione • Individuare nuovi settori per poter riproporre il progetto
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	• Le imprese troppo piccole (meno di 2 lavoratori) si coinvolgono molto difficilmente • Definire e condurre le aziende verso obiettivi omogenei
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	In base alle peculiarità delle imprese del settore Legno presenti sul territorio.
Eventuali ulteriori osservazioni	L'instaurazione di un rapporto costante con le imprese ha fatto in modo che fossero coinvolte anche in altre attività di loro interesse

Seminari di Formazione sull'Internazionalizzazione

Caratteristiche principali	Nel corso di tutto l'anno l'attività formativa alle imprese è stata molto intensa. In collaborazione con Unioncamere Lombardia, sono stati organizzati 5 incontri di formazione a favore delle imprese sul tema dell'internazionalizzazione che si sono svolti presso la sede di Sondrio, con la partecipazione di 64 persone, fra titolari, amministratori e dipendenti. L'analisi svolta al termine di ciascuna giornata, tramite questionari anonimi, ha consentito di accertare un ottimo livello di gradimento per tutte le iniziative.
Attori titolari/ iniziatori	Camera di Commercio – Unioncamere Lombardia
Altri attori coinvolti	
Costi	Sostenuti interamente da Unioncamere
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Individuazione di tematiche di interesse territoriale (per esempio su un determinato settore o sulla fiscalità)
Risultati raggiunti	Approfondimenti per le imprese
Obiettivi futuri da perseguire	Continuazione del progetto
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	Pianificazione con le aziende degli orari per i corsi Raccolta delle adesioni
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Riproducibilità totale in base agli argomenti
Eventuali ulteriori osservazioni	Ottimo riscontro da parte delle aziende

Voucher per l'internazionalizzazione e la promozione all'estero delle micro, piccole e medie imprese lombarde 2011	
Caratteristiche principali	Il bando è inserito nel programma Adp "Competitività" nell'ambito degli interventi a sostegno della competitività internazionale delle PMI e rappresenta uno strumento unico, a cui partecipa tutto il sistema camerale regionale, che riassume tutti gli strumenti di incentivazione attuali quali i voucher per fiere, missioni, in forma singola o aggregata e voucher per multi servizi. Alle diverse misure del bando hanno aderito 27 aziende del territorio.
Attori titolari/ iniziatori	Camera di Commercio - Regione Lombardia
Altri attori coinvolti	
Costi	Le imprese hanno beneficiato di complessivi € 57.200 per il sostegno delle attività di internazionalizzazione.
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Interesse da parte delle imprese alla promozione verso l'estero
Risultati raggiunti	Risultati ottimi considerato il riscontro in continua crescita da parte delle imprese
Obiettivi futuri da perseguire	Continuazione del progetto
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	Poca flessibilità nella ripartizione delle risorse nell'arco dell'anno date delle finestre prestabilite
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Riproducibilità totale
Eventuali ulteriori osservazioni	

Bando provinciale fiere internazionali

Caratteristiche principali	L'avviso provinciale destinato al riconoscimento di "Contributi a fondo perduto alle aziende esportatrici della provincia di Sondrio per la partecipazione a fiere internazionali in Italia" ha finanziato, nel corso dell'anno 2011, 34 domande di aziende del territorio che hanno partecipato a fiere internazionali che si sono svolte sul territorio italiano.
Attori titolari/ iniziatori	Camera di Commercio
Altri attori coinvolti	
Costi	Le risorse complessivamente erogate, più volte integrate dalla Giunta a seguito delle numerose richieste da parte delle aziende, sono state pari ad € 69.411, con un importo medio liquidato di oltre € 2.000 a domanda.
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Interesse da parte delle aziende
Risultati raggiunti	34 domande di aziende del territorio che hanno portato all'esaurimento dei fondi
Obiettivi futuri da perseguire	Aumento delle risorse per aumentare il numero di imprese coinvolte
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	Le tempistiche per la richiesta dei fondi
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Riproducibilità totale
Eventuali ulteriori osservazioni	

Promozione del comparto eno-agroalimentare lombardo in Nord America - Usa Canada 2011	
Caratteristiche principali	Il progetto realizzato nel 2010 è stato riproposto nel 2011 con una promozione del comparto eno-agroalimentare lombardo in Nord America - Usa e Canada. Le azioni del progetto sono state sviluppate su 3 grandi filoni quello delle attività preparatorie e di supporto alle imprese e quello delle attività di promozione in senso stretto quali la partecipazione alla fiera Summer Fancy Food Washington, oppure In occasione della manifestazione fieristica Italian Expo food & Wine di Chicago e ancora per l'attività di incoming realizzata a Milano nel corso del mese di luglio 2011. Le aziende del territorio che complessivamente hanno partecipato al progetto sono state 8.
Attori titolari/ iniziatori	Camera di Commercio - Regione Lombardia – Unioncamere – Buon Italia
Altri attori coinvolti	Promos
Costi	€ 10.000 sia nel 2010 che nel 2011 € 500 versati da ogni azienda partecipante
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Settore eno-agroalimentare sviluppato Interesse da parte delle aziende verso i mercati esteri
Risultati raggiunti	Contatti con i Paesi esteri In alcuni casi si sono instaurati dei contatti di lavoro fra imprese e importatori
Obiettivi futuri da perseguire	Ampliamento del progetto con l'aggiunta dei Paesi Bric Continuità dell'azione
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	
Eventuali ulteriori osservazioni	

Bando di aggiornamento strumenti di comunicazione estera	
Caratteristiche principali	Nell'ambito del sostegno alla penetrazione sui mercati esteri delle aziende, è stato implementato dalla Camera un nuovo bando destinato alle imprese internazionalizzate per la realizzazione e lo sviluppo della comunicazione aziendale. La misura di sostegno prevede una contribuzione per le spese relative alla predisposizione di strumenti di comunicazione e di promozione commerciale in lingua straniera, quali: catalogo prodotti, traduzione sito web aziendale, comunicazione via web, brochure aziendale, video promozionali; sono finanziati altresì l'acquisizione di competenze per il tramite della partecipazione a corsi di lingua straniera da parte di imprenditori e dipendenti, e per l'acquisizione di informazioni, quali elenchi di potenziali clienti esteri. Da ottobre, data di apertura della misura a sportello, al 31 dicembre sono state presentate 8 domande da parte delle aziende.
Attori titolari/ iniziatori	Camera di Commercio
Altri attori coinvolti	
Costi	Le risorse erogate nel 2011 pari ad € 7.020.
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Interesse delle aziende ad aumentare gli sforzi nella ricerca di mercato, comunicazione e aggiornamento
Risultati raggiunti	Alta ricettività da parte delle aziende nei primi mesi di attivazione (ultimi mesi dell'anno) del bando. Tutt'ora in corso, il progetto riscuote molto interesse da parte delle aziende
Obiettivi futuri da perseguire	Ampliamento del progetto
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	Necessità di una maggiore focalizzazione sulle misure e sugli obiettivi previsti dal bando per renderlo più accessibile alle aziende
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Riproducibilità totale
Eventuali ulteriori osservazioni	Altissimo interesse da parte delle imprese

Banca dati Infoexport e Ciao Impresa	
Caratteristiche principali	Attivazione delle banche dati previste nella convenzione con la Regione Lombardia per lo sportello per l'internazionalizzazione Lombardia Point. All'interno delle attività degli sportelli di Lombardia Point e in collaborazione con il sistema camerale lombardo nel corso dell'anno sono stati organizzati 5 seminari formativi in materia di internazionalizzazione che sono stati seguiti da 65 persone, mentre 12 aziende hanno usufruito dell'attività di consulenza gratuita on line prevista per le aziende del territorio. La voce è comprensiva anche dei costi relativi allo sviluppo del sistema CRM (customer relationship management) utilizzato per le campagne di comunicazione alle aziende per la diffusione delle iniziative di promozione e delle informazioni del Registro Imprese e degli altri uffici camerali.
Attori titolari/ iniziatori	
Altri attori coinvolti	
Costi	Risorse per € 9.320,25 nel 2011
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	
Risultati raggiunti	
Obiettivi futuri da perseguire	
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	
Eventuali ulteriori osservazioni	

Trento

Aperitivo dell'imprenditore	
Caratteristiche principali	L'iniziativa si propone di creare occasioni di confronto e di scambio informale tra i professionisti che si occupano di commercio con l'estero all'interno delle aziende trentine, riunendoli a discutere su temi specifici identificati da loro stessi di volta in volta in un contesto informale.
Attori titolari/ iniziatori	Trentino Sprint, azienda speciale CCIAA per l'internazionalizzazione
Altri attori coinvolti	Palazzo Roccabruna (sede CCIAA dedicata alla valorizzazione del territorio e dei suoi prodotti) Titolari d'azienda, export manager, professionisti
Costi	Nessuno ("momento conviviale" a fine incontro sostenuto da Palazzo Roccabruna)
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Forte radicamento sul territorio Conoscenza delle imprese Rapporto continuativo con gli imprenditori Ambiente informale
Risultati raggiunti	Creazione di un network tra operatori, scambio di idee, proposte, informazioni e best practices. 4 appuntamenti all'anno con presenza di circa 60 professionisti
Obiettivi futuri da perseguire	Trovare nuove forme e tipologie di coinvolgimento
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	Trovare un bacino di utenza sempre maggiore ed argomenti nuovi che suscitino interesse
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Evento replicabile in altri territori qualora esista un minimo di contatto diretto con l'imprenditoria locale
Eventuali ulteriori osservazioni	Iniziativa molto utile per fidelizzare le aziende

Road show delle Camere di Commercio in Asia: Seminario ed Incontri individuali per le aziende (10/2011)	
Caratteristiche principali	Iniziativa formativa e di business riguardante i "mercati emergenti minori" dal punto di vista delle dimensioni geografiche e demografiche rispetto ai BRIC ma facenti parte delle economie più dinamiche ed interessanti in questo momento.
Attori titolari/ iniziatori	Trentino Sprint, azienda speciale CCIAA per l'internazionalizzazione
Altri attori coinvolti	Segretari Generali delle Camere di Commercio italiane all'estero di Corea del Sud, Hong Kong, Singapore e Thailandia Aziende
Costi	Euro 5.000 sostenuti da Trentino Sprint
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Forte radicamento sul territorio Conoscenza delle imprese Rapporto continuativo con gli imprenditori
Risultati raggiunti	Evento formativo e di business su aree nuove • 30 aziende partecipanti • 30 Incontri individuali • 1 tavola rotonda sul vino
Obiettivi futuri da perseguire	Trovare nuove forme, nuove tipologie di coinvolgimento
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	È sempre difficile creare eventi multi settoriali e riuscire ad approfondire ogni tematica aziendale
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Evento replicabile in altri territori qualora esista un minimo di contatto diretto con l'imprenditoria locale
Eventuali ulteriori osservazioni	Utile per lanciare l'organizzazioni di future missioni nelle aree coinvolte. Il prossimo autunno ne verrà realizzata una in Corea con circa 6 aziende al seguito

Partecipazione a fiera Fruit Logistica Berlino(02/2012) evento-top del settore ortofrutticolo internazionale	
Caratteristiche principali	Esposizione costituita da una parte istituzionale con promozione dei prodotti trentini e pasti caldi ed all'interno postazioni personalizzate
Attori titolari/ iniziatori	Trentino Sprint, azienda speciale CCIAA per l'internazionalizzazione
Altri attori coinvolti	Trentino Marketing Spa (Società di marketing territoriale del Trentino) Apot (Associazione Produttori Ortofrutticoli del Trentino: tra cui Melinda, La Trentina, Consorzio piccoli frutti)
Costi	Euro 90.000 sostenuti da Trentino Sprint Euro 40.000 sostenuti da privati
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	Ottimi rapporti con i produttori Volontà di fare sistema Coniugare promozione e internazionalizzazione
Risultati raggiunti	Presentazione del prodotto e sistema trentino Valorizzazione dell'intera filiera delle mela e dei piccoli frutti Presenza di Istituzioni Associazioni Aziende
Obiettivi futuri da perseguire	Consolidare e rafforzare la presenza e la collaborazione tra istituzioni, associazioni ed aziende
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	Nessuna
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Evento replicabile in altri territori qualora esista uno stretto rapporto tra associazioni di produttori ed istituzioni
Eventuali ulteriori osservazioni	Collaborazione consolidata nel corso degli anni

Verbano-Cusio-Ossola

Associazione Temporanea Lago Maggiore	
Caratteristiche principali	Azioni: • promozionali e dirette alla penetrazione in nuovi mercati (missioni) • di supporto all'innovazione e trasferimento tecnologico • di marchio di territorio/prodotto
Attori titolari/ iniziatori	Fedora (azienda speciale CCIAA VCO)
Altri attori coinvolti	14 imprese 3 associazioni di categoria
Costi	2.000.000 di Euro (un milione annuo) finanziato al 50% da Regione Piemonte
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	
Risultati raggiunti	Attrazione di operatori esteri, partecipazione a fiere ed eventi e sviluppo di collaborazioni che hanno portato alla creazione di nuovi prodotti innovativi
Obiettivi futuri da perseguire	La creazione di una società permanente che svolga l'attività di export manager
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	La presenza di una filiera produttiva ben organizzata
Eventuali ulteriori osservazioni	

ATS Lapidei del Lago Maggiore e dell'Ossola

Caratteristiche principali	Creazione di un'associazione che permetta lo sviluppo di sinergie tra i produttori e gli utilizzatori dei beni finali
Attori titolari/ iniziatori	Camera di Commercio di Verbano-Cusio-Ossola
Altri attori coinvolti	6 imprese 3 associazioni di categoria
Costi	1.000.000 di Euro finanziato al 50% da Regione Piemonte
Presupposti necessari per la realizzazione sul territorio	
Risultati raggiunti	Certificazione di 3 aziende che garantiscono la provenienza e la qualità del prodotto finale. Introduzione di una "clausola tipo" per le gare di appalti pubblici che favorisce l'acquisto di materiale locale
Obiettivi futuri da perseguire	Azioni che favoriscano l'internazionalizzazione (missioni, fiere). Innovazione di prodotto (al momento si stanno studiando nuovi impieghi di materiali di scarto). Certificazione continua della filiera etico-ambientale.
Difficoltà riscontrate nel corso dell'iniziativa	
Condizioni di riproducibilità in un altro territorio	Settore lapideo sviluppato
Eventuali ulteriori osservazioni	

Scheda di Sintesi settore Lattiero Caseario

Aosta

	Elementi principali	Eventuali note aggiuntive
Evoluzione storica		
Come è stata, in sintesi l'evoluzione del settore negli ultimi 50 anni, quali i passaggi fondamentali che permettono di spiegare la realtà di oggi	Passaggio da una economia rurale "familiare" a una più vicina all'imprenditoria, con la chiusura di piccole aziende familiari a favore di aziende agricole più strutturate. La politica Comunitaria è stata incontrastata ma contraddittorio elemento di crescita. Se da una parte si è salvata l'agricoltura con provvedimenti di mercato (quote, ecc) e strutturali (ambiente) dall'altra le politiche comunitarie sono state viste – nella nostra Regione – AUTONOMA – quale vincolo rispetto alle politiche regionali (aiuti di stato)	
Struttura e dimensione del settore		
n imprese, natura giuridica e dimensioni, presenza di gruppi nazionali o multinazionali, occupati, n capi di bestiame e rispettive razze, superficie utilizzata, e % superficie in alpeggio	Circa 1700 imprese professionali (dati INPS) e circa altri 1300 non professionali (partime). Il 90% è costituito da ditte individuali Dati registro imprese: 583 Imprese di allevamento bovini da latte e produzione latte 35 imprese di allevamento ovini e produzione latte 3 imprese dell'industria lattiero casearia Per un totale di 1224 addetti Capi di bestiame al 99% di razza valdostana per poco meno di 33.000 bovini, 2300 ovini e 3500 caprini. La superficie agricola è di circa 55.300 ettari	Nella campagna 2011/2012 erano presenti 312 alpeggi con quota latte. Di questi 103 hanno quote latte in consegne pertanto la propria produzione di latte è conferita ad un caseificio (una produzione potenziale da quota latte di 2'518'981 kg di latte) e 209 in vendite dirette la cui produzione è trasformata in alpeggio (una produzione potenziale da quota latte di 7'782'678 kg di latte). Le aziende di alpeggio sono prevalentemente delle ditte individuali, i caseifici prevalentemente delle cooperative. Si tratta di aziende di dimensioni medie e grandi per la realtà Valdostana. Non sono presenti gruppi nazionali o multinazionali. Sono occupati circa 300 lavoratori salariati e 400 titolari di aziende o coadiuvanti. In alpeggio sono condotte prevalentemente bovini di razza valdostana pezzata rossa e bovini di razza valdostana castana. Sono del tutto irrilevanti al fine della produzione le altre razze bovine. Di nicchia la produzione di latte caprino ottenuto dalle razze Camosciata Comune, Camosciata delle Alpi e Valdostana.
Produzione		
Quintali di latte prodotti totali e % caseificazione – % in Alpeggio %latte fresco %derivati Quantitativi e produzione lorda vendibile 2008-2011	Kg di latte prodotti 10'301'659 Trasformati in alpeggio 7'782'678 kg di latte Trasformati in caseificio 2'518'981 kg di latte Latte fresco in minima parte stimabile forse nemmeno nel 10% tutto il resto viene caseificato Plv totale agricola 450ml/euro circa	
Percentuale di produzione trasformata in prodotti DOP - quali		
Presenza di marchi collettivi geografici	Nessuno	

Costo medio litro di latte al produttore – presenza di assistenza tecnica, effettuata da quale associazione/organismo	Studio INEA: Le aziende del sottocampione RICA Valle d'Aosta possiedono una mandria composta, in media, da 35 UBA (di cui circa 25 vacche lattifere) e dispongono di una SAU mediamente pari a 68 ettari. Il costo di produzione del latte in Valle d'Aosta risulta pari a 73 euro per quintale e, nel dettaglio, esso è dato da 19 euro di costi specifici del processo, da 9 euro di ammortamenti, da 13 euro per la retribuzione di capitale e lavoro di terzi e da 5 euro di costo dei reimpieghi al netto dei prodotti secondari	L'assistenza tecnica è presente e fornita in maniera gratuita dall'AREV
Stima prezzo pagato alla stalla del latte	0,48 IVA compresa	
Modalità di certificazione e approvvigionamento degli alimenti per il bestiame	In alpeggio viene utilizzato esclusivamente l'erba spontanea, solamente in maniera saltuaria viene utilizzato fieno proveniente dal fondo valle. La razione è integrata da mangime acquistato al di fuori dell'azienda. La sicurezza alimentare degli alimenti è certificata dal produttore del mangime, il fieno e l'erba dall'azienda.	
Modalità di identificazione/acquisizione ingredienti (es. caglio etc)	Gli ingredienti per la trasformazione del latte sono acquistati all'ingrosso. Ogni prodotto che entra nella filiera di trasformazione con i lotti di acquisto	
Modalità di valutazione della qualità	In ogni fase della trasformazione le aziende provvedono ad evidenziare le criticità e nel caso in cui si verificano pongono in essere le correzioni necessarie	
Presenza di laboratori di analisi in loco / fuori provincia	Sono presenti in Regione i laboratori per l'analisi del latte, dei foraggi, dell'erba e dei mangimi.	
Modalità e problematiche nello smaltimento del siero	Nelle aziende che trasformano direttamente il latte in formaggio in azienda il siero viene riutilizzato per l'alimentazione dei vitelli. Nei caseifici viene scoccato in apposite vasche e quindi ceduto all'industria del latte in polvere	
Mercati		
Tipologia di canali (vendita diretta, vendita online, piccoli esercizi, GDO, grossisti, dettaglio, Ho-ReCa)	La vendita diretta, online, a piccoli esercizi, direttamente alla GDO è ancora poco sviluppata la maggior parte della commercializzazione passa attraverso grossisti o cooperative di secondo livello.	
Modalità di distribuzione nei Piccoli esercizi	Avviene direttamente da parte del produttore sia trasformatore in alpeggio che caseificio	
Legame con la GDO	Attraverso grossisti e cooperative di secondo livello	
% distribuzione su Mercati locali	Riferimento forme di fontina vendute in VDA nel 2010: 45.438 (fonte Cooperativa Produttori latte e Fontina Società Cooperativa)	
% distribuzione su mercati regionali	Come sopra	
% distribuzione su Mercati nazionali	Riferimento forme di fontina vendute nel 2010 in Italia 182.038 (se consideriamo anche la VDA tot forme 227.476): (fonte Cooperativa Produttori latte e Fontina Società Cooperativa)	
% distribuzione su Mercati internazionali (indicare i principali Paesi)	Riferimento forme di fontina vendute nel 2010: 238.544 Paesi principali: - USA (5.356) - Francia (2.201) - Svizzera (1.837) - Belgio (358) - Gran Bretagna (215)	Fonte Cooperativa Produttori latte e Fontina Società Cooperativa
Quali le principali modalità di distribuzione dei prodotti (logistica e trasporti)	Il trasporto avviene essenzialmente su gomma	

Organizzazione della filiera		
Attori principali (consorzi, associazioni)	Si evidenziano: Cooperativa produttori latte e Fontina, il Consorzio di Tutela della DOP Fontina	
Altri attori coinvolti	AREV, (associazione allevatori) Assessorato Regionale all'Agricoltura (laboratori di analisi)	
Organizzazione degli attori sul territorio	Sia la Cooperativa che il Consorzio hanno un'organizzazione a livello Regionale	
Presenza di attività diffuse sul territorio/ concentrate in alcune aree	L'attività di produzione è diffusa in maniera omogenea sul territorio	
Natura giuridica degli attori principali attivi nel settore	Le aziende agricole che trasformano direttamente il prodotto sono principalmente ditte individuali, i caseifici sono prevalentemente in forma cooperativa	
Quando e come si sono evidenziate dinamiche di aggregazione	Risalgono agli anni 50/60 periodo in cui in ogni paese vi era la "latteria turnaria" poi diventate e trasformate in cooperative negli anni 70	
Principali progetti in atto / esempi di eccellenza		
Quali legami con progetti di promozione integrata (turismo, territorio)?	Si sono – da sempre – ricercate le giuste sinergie tra il settore turistico e il settore agricolo per promuovere cibo e territorio. In una prima fase le imprese alberghiere aderenti erano poche e "di nicchia" a causa del problema dei costi della materia prima. Ultimamente è nata nuova sensibilità nei confronti del problema. Ricorderei che L'Amministrazione Regionale ha promosso il progetto "Saveur du Val D'Aoste" con il quale si promuovono i ristoranti che utilizzano produzioni locali.	
Quali esempi di progetti di eccellenza con particolare riferimento alla relazione fra prodotto e ristorazione/ turismo?		Vedi punto precedente
Quali esempi di collaborazione con aziende locali/ nazionali/ internazionali?		Vedi punto precedente
SWOT analysis		
Trend e dinamiche del settore	Crisi economica / Il consumo di formaggi grassi è in riduzione	
Obiettivi e programmi a lungo termine	Apertura di nuovi mercati esteri / gestione migliore della qualità / gestione diversa della classificazione (alpeggio e fondo valle)	
Punti di forza	Fortissima tipicità legata al territorio e alla razza	
Criticità e punti di debolezza	Le dimensioni delle aziende che in molti casi sono troppo piccole e i costi dei trasporti Caduta della qualità del prodotto	
Quali sono secondo voi i possibili ambiti di collaborazione con gli altri territori alpini in questo settore?		

	Elementi principali	Eventuali note aggiuntive
Evoluzione storica		
Come è stata, in sintesi l'evoluzione del settore negli ultimi 50 anni, quali i passaggi fondamentali che permettono di spiegare la realtà di oggi	Una rilevazione del 1932 effettuata dalla Cattedra Ambulante dell'Agricoltura mette in evidenza che in provincia in quegli anni esistevano 301 latterie turnarie, ma dal dopoguerra fino agli anni '60 il sistema della cooperazione turnaria è andato in crisi per una serie di motivi: - il sistema era molto frammentato - non veniva garantita la standardizzazione del prodotto - vi erano forti gap sotto il profilo della meccanizzazione e tecnologico - la formazione del personale era molto approssimativa A metà degli anni '50 nasce Lattebusche (società cooperativa agricola) e da allora si profila un fenomeno di concentrazione durato qualche decennio (fino alla fine del secolo scorso). Oggi accanto a Lattebusche esiste una rete di piccole latterie sopravvissute alla concentrazione ed è tuttora in atto la tendenza da parte di alcune aziende agricole che contano almeno un centinaio di capi a curare, oltre alla produzione, anche la commercializzazione del proprio prodotto.	
Struttura e dimensione del settore		
N imprese, natura giuridica e dimensioni, presenza di gruppi nazionali o multinazionali, occupati, n capi di bestiame e rispettive razze, superficie utilizzata, e % superficie in alpeggio	La grande impresa (Lattebusche) che nel 2011 ha fatturato oltre 90 milioni di euro, con unità locali anche al di fuori della provincia (Vicenza, Padova e Venezia), la cui commercializzazione avviene sul territorio nazionale (principalmente veneto 40% del fatturato), ma anche europeo e internazionale (37% del fatturato 2011). Ci sono poi poco più di una decina di latterie di piccole dimensioni, malghe (circa 50 in esercizio) che operano in alpeggio per 3 mesi all'anno. La natura giuridica è prevalentemente di cooperativa agricola, qualche ditta individuale e una srl. Difficile quantificare gli occupati (Lattebusche nel complesso veneto ne ha circa 350) Al 1° dicembre 2011 si contavano i seguenti capi: 22.532 bovini (di cui 6.301 di età inferiore all'anno, 4.905 da 1 a 2 anni, 9.209 vacche da latte, 1.393 altre vacche, 6 tori e 718 altri bovini) 9.746 ovini (991 agnelli, 8.405 pecore e agnelle montate non da latte, 350 altri ovini) 2.896 caprini 2.267 equini; 20.560 suini. Le razze bovine allevate sono: la Bruna Italiana in calo, la Frisone Italiana che la sta sostituendo, e la Pezzata Rossa Italiana in crescita nelle aree più difficili della provincia	La sostituzione avviene perché la qualità latte è ancora pagata poco, rispetto al volume. Anche le grosse realtà coop. di trasformazione stanno rivedendo i parametri di qualità ai fini della resa casearia, considerando anche: caseina e LDG
Produzione		
Quintali di latte prodotti totali e % caseificazione – % in Alpeggio %latte fresco %derivati Quantitativi e produzione lorda vendibile 2008-2011	Nel 2011 sono stati prodotti 447.880 quintali di latte di vacca (di cui 446.500 destinati all'alimentazione umana) e 8.250 quintali di latte di capra (di cui 4.700 per l'alimentazione umana). Lattebusche copre oltre il 90% della produzione di latte bellunese e destina il latte locale per la produzione di latte pastorizzato fresco e di Alta Qualità e per la trasformazione in formaggi bellunesi (Piave e Montasio). Opera anche a Vicenza (formaggio Asiago), Venezia (Grana Padano e gelato), Padova (Grana Padano) La latteria del Consiglio produce latte e formaggi biologici	

Percentuale di produzione trasformata in prodotti DOP - quali	Formaggio PIAVE DOP Formaggio MONTASIO DOP entrambi prodotti dalla Lattebusche	
Presenza di marchi collettivi geografici	3 marchi collettivi: Strada dei Formaggi e dei Sapori delle Dolomiti Bellunesi (sede a Belluno) Consorzio Piave DOP (sede a Belluno) Consorzio Montasio DOP (sede a Udine)	
Costo medio litro di latte al produttore – presenza di assistenza tecnica, effettuata da quale associazione/organismo	Il costo di produzione medio varia (principalmente in funzione dell'acclimatura dell'azienda) dai 0,45 ai 0,55 € al litro di latte L'assistenza tecnica specialistica in zootecnia è effettuata alle aziende ed alle Latterie dall'APA di Belluno e dall'ARAV. Le organizzazioni di categoria: Coldiretti (IRIPA), della Confederazione Italiana Agricoltura (CIA) e dalla Confagricoltura fanno assistenza sindacale, fiscale, amministrativa e fanno formazione	Pur essendo in fase di ristrutturazione organizzativa regionale
Stima prezzo pagato alla stalla del latte	Il prezzo varia a seconda della latteria. Attualmente varia dai 0,43 ai 0,56 € al litro di latte il che non assicura la copertura dei costi di tutte le realtà produttive, ma fino all'anno scorso i prezzi erano decisamente inferiori. Il litro latte viene pagato in funzione delle norme igienico sanitarie e in base ai titoli qualitativi, e ad ulteriori certificazioni (Alta qualità, rintracciabilità, biologico)	1 litro di latte conferito viene remunerato diversamente se risponde o meno agli standard di qualità previsti
Modalità di certificazione e approvvigionamento degli alimenti per il bestiame	L'approvvigionamento degli alimenti avviene nel rispetto del Reg. 183/05. Le aziende aderenti alla filiera certificata del Latte fresco Alta Qualità della Lattebusche garantiscono inoltre la tracciabilità dell'origine degli alimenti acquistati e autoprodotti, nonché caratteristiche igienico-sanitarie più restrittive rispetto alle norme cogenti. Inoltre le aziende aderenti al DOP Piave di Lattebusche garantiscono l'uso di foraggi locali nel rispetto dei volumi richiesti dal Disciplinare di produzione.	
Modalità di identificazione/acquisizione ingredienti (es. caglio etc.)		
Modalità di valutazione della qualità	Lattebusche si avvale principalmente del CSQA, ente di certificazione specializzato nel settore alimentare che garantisce una serie di certificazione delle produzioni casearie, in tutte le fasi dall'azienda di produzione del latte alla sua trasformazione in formaggi Per l'assistenza tecnica in azienda da latte si avvale di personale qualificato dell'APA di Belluno	
Presenza di laboratori di analisi in loco / fuori provincia	Attualmente il Laboratorio Latte funge da recapito per i campioni e le analisi si fanno a Thiene (VI). L'Ente con suo personale qualificato, fornisce consulenza casearia alle latterie e alpeggi. Per le analisi di alimenti zootecnici, latte, acque e prodotti dei Piani di Autocontrollo, si ricorre al laboratorio ARAV di Padova ed a quelli dell'Ist. Zoopr. Sper. delle Venezie della sezione di Belluno o della sede di Padova. Raramente a laboratori privati	nel territorio operava il Laboratorio Latte di Veneto Agricoltura (a Vellai di Feltre).
Modalità e problematiche nello smaltimento del siero	Lattebusche lo consegna ad un centro di riconcentrazione in regione. Le piccole latterie lo consegnano agli allevamenti di suini o lo trattano in depuratore	

Mercati		
Tipologia di canali (vendita diretta, vendita online, piccoli esercizi, GDO, grossisti, dettaglio, Ho-ReCa)	Tutte le aziende fanno vendita diretta (spaccio o bar bianco, ma anche qualche distributore automatico e KM O), Lattebusche e pochi altri vendono presso altri punti vendita e nella GDO, no on line. Il 40% del fatturato 2011 di Lattebusche è derivato dalla rete di vendita, il 37% deriva da Agriform e dal mercato estero. Il grana	
Modalità di distribuzione nei Piccoli esercizi		
Legame con la GDO		
% distribuzione su Mercati locali		
% distribuzione su mercati regionali		
% distribuzione su Mercati nazionali		
% distribuzione su Mercati internazionali (indicare i principali Paesi)	Australia, Austria, Belgio, Canada, Croazia, Finlandia, Francia, Germania, Hong Kong, Inghilterra, Russia, Spagna, Stati Uniti, Svezia, Svizzera.	
Quali le principali modalità di distribuzione dei prodotti (logistica e trasporti)	Su gomma	
Organizzazione della filiera		
Attori principali (consorzi, associazioni)	Strada dei Formaggi e dei sapori delle Dolomiti Bellunesi; Consorzio Piave DOP; Consorzio Montasio DOP, Arolat (Associazione produttori di latte del Veneto), CIA, Coldiretti, Confagricoltura e Associazione Provinciale Allevatori (APA)	
Altri attori coinvolti	Produttori locali	
Organizzazione degli attori sul territorio		
Presenza di attività diffuse sul territorio/ concentrate in alcune aree	Le piccole latterie sono diffuse nella Comunità montana della Valbelluna e nella parte alta della provincia, nel Feltrino prevale la Lattebusche e una sola azienda significativa diversa (formaggio speloncia)	
Natura giuridica degli attori principali attivi nel settore	Cooperative agricole, imprese individuali, consorzi e associazioni	
Quando e come si sono evidenziate dinamiche di aggregazione		
Principali progetti in atto /esempi di eccellenza		
	Strada dei formaggi e dei sapori delle Dolomiti Bellunesi (www.formaggisaporidolomiti.it) progetto nato in seno alla Camera di Commercio di Belluno. L'idea di "costruire" la Strada dei formaggi e dei sapori delle Dolomiti Bellunesi ha avuto lo scopo di valorizzare le produzioni lattiero casearie del bellunese e le altre produzioni agro-alimentari di qualità e tradizionali, creando una sinergia con le strutture di ristorazione in modo da diffondere l'identità fra prodotto e territorio dando valore aggiunto alle nostre produzioni. La sinergia principale è con la ristorazione capace di proporre al consumatore la singolarità dei formaggi bellunesi, anche attraverso la proposta di piatti della tradizione contadina.	

Quali legami con progetti di promozione integrata (turismo, territorio)?	Attualmente si sta curando un progetto integrato con turismo, ristorazione, alberghi per creare e diffondere pacchetti turistici in cui la vacanza è collegata all'agro-alimentare	
Quali esempi di progetti di eccellenza con particolare riferimento alla relazione fra prodotto e ristorazione/ turismo?		
Quali esempi di collaborazione con aziende locali/ nazionali/ internazionali?		
SWOT analysis		
Trend e dinamiche del settore	il settore è in moderata crescita (infatti la remunerazione del latte ai conferenti da parte di Lattebusche da circa un anno e mezzo è notevolmente cresciuta, una delle migliori del Veneto)	A differenza del passato, attualmente il prezzo del latte non è più stabile nel tempo per cui non si possono fare previsioni attendibili per investimenti
Obiettivi e programmi a lungo termine		
Punti di forza	Collegamento della produzione locale e l'ambiente (prodotto di montagna) l'accorciamento della filiera permette alle piccole aziende di assolvere in modo funzionale l'attività secondo la propria peculiarità. Hanno inoltre la possibilità di avvalersi di una struttura di commercializzazione forte (di Lattebusche). Migliori condizioni per perseguire innovazioni di prodotto, possibilità di seguire economie di scala.	Nei disciplinari di produzione dei DOP Piave, Trentin Grana, Parmigiano Reggiano si richiede un uso preponderante dei foraggi locali
Criticità e punti di debolezza	L'allargamento verso la pianura di Lattebusche fa sì che la produzione dell'azienda sia sempre un pochino meno "locale". Il formaggio Piave prodotto a Belluno con latte bellunese (16% del fatturato 2011) ad esempio rende in termini di fatturato aziendale meno della metà del grana (35% di fatturato) prodotto nelle province di Padova e di Venezia. Il latte fresco rende il 10% del fatturato.	
Quali sono secondo voi i possibili ambiti di collaborazione con gli altri territori alpini in questo settore?	Più che di far conoscere i prodotti bellunesi in altre province alpine, l'unione delle forze potrebbe allargare i mercati di sbocco nel territorio nazionale ed estero. Importante anche la trasferibilità delle esperienze	

	Elementi principali	Eventuali note aggiuntive
Evoluzione storica		
Come è stata, in sintesi l'evoluzione del settore negli ultimi 50 anni, quali i passaggi fondamentali che permettono di spiegare la realtà di oggi	Negli ultimi dieci anni il numero totale delle aziende zootecniche è diminuito. Un calo consistente si è registrato nell'allevamento dei bovini dove, rispetto al 2000, il numero delle aziende è calato di 1.162 unità (-12,3%, da 9.476 a 8.314 aziende) ed il corrispondente numero di capi si è ridotto di 11.420 unità (-7,9%, da 144.196 a 132.776 capi). Il numero medio di bovini per azienda è aumentato leggermente passando da 15,2 a 16,0 capi. L'allevamento di bovini viene praticato principalmente nelle zone dove le altitudini sono maggiori e le condizioni climatiche non permettono la frutticoltura. In Alto Adige la maggior parte dei bovini viene allevata per la produzione di latte, anche se negli ultimi anni alcuni conduttori hanno convertito la destinazione degli allevamenti passando dalla produzione di latte alla produzione di carne. Il commercio di latte rimane comunque la principale fonte di reddito per l'agricoltura di montagna. La consistenza del patrimonio animale si è ridotta di circa 43% negli ultimi dieci anni. A fronte della forte contrazione nel numero di aziende, si è andata creando perciò una base di aziende via via più consistenti nel numero di capi allevati, in virtù della necessaria economia di scala. Parallelamente la produzione media è più che raddoppiata (fino agli attuali 70 q.li/vacca/anno per i soggetti controllati). La destinazione del latte è passata dal conferimento alle cooperative/consorzi che ritirano il latte direttamente alla stalla, lo trasformano e commercializzano i prodotti con una propria rete di vendita. Nel 1968 esistevano 68 consorzi, nel 2011 erano 14. In provincia, accanto alle strutture cooperative con lavorazione (Milkon Alto Adige con stabilimenti a Bolzano e a Brunico, Centro Latte Bressanone, Latteria Vipiteno, Latteria Sociale Merano, Latteria Tre Cime Mondo Latte, Latteria Lagundo, Caseificio Sesto, Latteria Burgusio, Caseificio Montano della Val Passiria Bio, Jochalmläserei Latzfons, Latteria Sociale di Prato allo Stelvio) sussistono ad oggi 2 cooperative senza lavorazione (Südtiroler Bergziegenmilch, Molkerei Tirol), 60 caseifici in alpeggio e 63 minicaseifici aziendali.	Nell'interpretare i dati relativi alla consistenza dei bovini va osservato che al censimento si sono rilevati quei capi che effettivamente alla data di riferimento della rilevazione (24 ottobre 2010) si trovavano nella stalla dell'azienda o sulle superfici di sua proprietà. Le differenze rispetto alle informazioni di fonte amministrativa in questo caso scontano soprattutto la diversa modalità e la tempistica di rilevazione dei dati. Il sistema zootecnico della provincia di Bolzano può contare su di una produzione diversificata: • Latte fresco (anche bio 1,6% del totale) • Yogurt • Formaggi a latte pastorizzato • Formaggi a latte crudo (minicaseifici e alpeggio).
Struttura e dimensione del settore		
N imprese, natura giuridica e dimensioni, presenza di gruppi nazionali o multinazionali, occupati, n capi di bestiame e rispettive razze, superficie utilizzata, e % superficie in alpeggio	5.265 aziende agricole che conferiscono il latte alle latterie, con una quantità media conferita di 700 q.li litri per anno. Circa 73.000 vacche da latte. Allevamenti di piccola dimensione. Le aziende agricole sono a condizione familiare, con pochi eccezioni. Nessuna presenza di gruppi nazionali o multinazionali. Numero di alpeggi Nei consorzi ci sono poco meno di 900 occupati. Aziende con meno di 10 bovini: 3.443 Aziende con 10-19 bovini: 2.528 Aziende con 20-29 bovini: 1.215 Aziende con 30-49 bovini: 858 Aziende con 50-99 bovini: 251 Aziende con più di 100 bovini: 19 Superficie foraggiera: 241.952 ettari (88% pascolo e prato-pascolo)	In allegato grafico struttura fornitori del latte e aziende con allevamenti e relativi capi per specie di bestiame e numero di capi – Censimento agricoltura 2010

Produzione		
Quintali di latte prodotti totali e % caseificazione – % in Alpeggio % latte fresco % derivati Quantitativi e produzione lorda vendibile 2008-2011	Totali 2008: 3.614.975,7 q.li/anno 2009: 3.666.919,8 q.li/anno 2010: 3.802.829,9 q.li/anno 2011: 3.720.281,9 q.li/anno Caseificazione 193.762,8 q.li/anno Latte fresco 218.347,5 q.li/anno Yogurt 1.063.988 q.li/anno Ricotta, mascarpone, quark 67.517,4 q.li/anno Panna 23.559,6 q.li/anno Burro 28.131,1 q.li/anno 2008 – latte fresco: 228.227,4 2009 – latte fresco: 216.982,5 2010 – latte fresco: 221.000,4 2011 – latte fresco: 218.347,5	Fatturato delle latterie: 417 Mil. Euro
Percentuale di produzione trasformata in prodotti DOP	3,23 % (12.000.000/372.000.000)	
Presenza di marchi collettivi geografici	Marchio di Qualità Alto Adige, Latte-Biomilch Alto Adige – Südtirol, Formaggio Stelvio DOP	
Costo medio litro di latte al produttore	2010: 0,5045 Euro/litro	Totali spese del produttore meno il canone d'affitto (Fonte dati: Unione Agricoltori e Coltivatori diretti Sudtirolesi)
Presenza di assistenza tecnica, effettuata da quale associazione/organismo	In provincia di Bolzano opera la Federazione Latterie Alto Adige per i produttori di latte. Federazione Sudtirolese Allevatori Razze Bovine – consulenza. Associazione Provinciale Allevatori Bolzano. Ripartizione Agricoltura della Provincia Autonoma di Bolzano che fa servizio di consulenza per contadini di montagna. Fornisce agli agricoltori notizie interessanti in riguardo a contributi e le relative domande, a nuove norme ed agli sviluppi nel settore agricolo Scuole professionali per l'agricoltura e di economia domestica.	
Prezzo alla stalla del latte	Nel sistema cooperativo: 2008: 0,48 Euro/kg (latte di vacca), compreso 8,8% IVA. 2009: 0,46 Euro/kg (latte di vacca), compreso 8,8% IVA. 2010: 0,48 Euro/kg (latte di vacca), compreso 8,8% IVA. 2011: 0,51 Euro/kg (latte di vacca), compreso 8,8% IVA.	
Modalità di certificazione e approvvigionamento degli alimenti per il bestiame	Autoproduzione Approvvigionamento su libero mercato Mangimi da fornitori qualificati	
Modalità di identificazione/acquisizione ingredienti	Acquisizione: filiera senza OGM, fornitori scelti. Controllo della materia prima e pagamento secondo qualità. Esami microbiologici, chimici-fisici ed organolettici dei prodotti lattiero caseari secondo i criteri del marchio qualità Alto Adige.	
Modalità di valutazione della qualità	Per il latte bovino e caprino conferito a cooperative e/o industria. Per i formaggi: parametri previsti dai disciplinari per i formaggi DOP e valutazione alla marchiatura. Per lo yogurt Per gli altri derivati	

Presenza di laboratori di analisi in loco / fuori provincia	È presente un unico laboratorio di analisi accreditato in provincia presso la Federazione Latterie Alto Adige. Il settore lattiero caseario provinciale si rivolge al laboratorio della Federazione Latterie Alto Adige di Bolzano (controllo del latte crudo, controllo della e autocisterne per la raccolta del latte, controllo del marchio di qualità, controllo delle acque reflue, controllo delle fasi di produzione, formazione e consulenza). Analisi latte crudo Campioni pagamento latte qualità / controlli funzionali Campioni per il controllo funzionale Ispezione mungitrici Comunicazione esiti: al produttore via telefono, SMS, fax o e-mail.	
Modalità e problematiche nello smaltimento del siero	Il siero derivante dalla trasformazione casearia nell'ambito delle cooperative viene per la maggior parte concentrata e venduta fuori provincia. Una piccola parte è destinata alla produzione di ricotta.	
Mercati		
Tipologia di canali (piccoli esercizi, GDO, ristorazione)	Tutti i canali: Conferimento a grossisti Grossisti Spacci aziendali Piccoli esercizi dettaglio Ristorazione HoReCa GDO	
Modalità di distribuzione nei Piccoli esercizi	Tentata vendita	
Legame con la GDO	Rapporto consolidato e complessivamente soddisfacente	
% distribuzione su Mercati locali	33 % (nella regione Trentino-Alto Adige)	
% distribuzione su Mercati nazionali	64 %	
% distribuzione su Mercati internazionali (indicare i principali Paesi)	3 % (Germania, Austria, Svizzera, Francia, Gran Bretagna, Spagna)	
Quali le principali modalità di distribuzione dei prodotti (logistica e trasporti)	Mezzi propri o corrieri locali e nazionali	
Attori principali (consorzi, associazioni)	Produttori primari Trasformatori (cooperative, consorzi) Federazione Latterie Alto Adige L'Unione Agricoltori e Coltivatori diretti Sudtirolesi	I 5.265 produttori conferiscono il loro latte a dieci stabilimenti che lavorano il latte. Le latterie sono raccolte in una struttura di secondo livello (Federazione latterie Alto Adige) che svolge per loro attività di controllo latte, pagamento, qualità e servizi di consulenza. Esistono anche 63 minicaseifici aziendali che lavorano il latte del proprio maso.
Altri attori coinvolti		
Organizzazione degli attori sul territorio	Associazioni di categoria (L'Unione Agricoltori e Coltivatori diretti Sudtirolesi, Coldiretti) Federazione cooperativa Raiffeisen (le cooperative lattiere-casearie sono tutti membri)	

Presenza di attività diffuse sul territorio/ concentrate in alcune aree	La zootecnica da latte e la conseguente rete di strutture di trasformazione è diffusa pressoché in tutta la provincia. Esistono differenziazioni locali e alcuni comuni esprimono un territorio e una vocazione storica e ambientale maggiormente favorevole alla presenza delle aziende zootecniche.	
Natura giuridica degli attori principali attivi nel settore	Le aziende agricole presenti sul territorio sono, nella quasi totalità, aziende dirette coltivate a conduzione familiare. Le imprese di raccolta latte e trasformazione sono imprese cooperative di diversa dimensione.	
Quando e come si sono evidenziate dinamiche di aggregazione	Nel corso dello scorso secolo in provincia di Bolzano si è affermato il modello delle latterie sociali e cooperative. Sviluppo e aggregazione in Val Pusteria Nel 1875 venne costituita la Latteria Sociale di San Candido, registrata con "Latteria Sociale Registrata di Villabassa Soc. Coop.r.l." e considerata come la Latteria Sociale più antica dell'Alto Adige. Il 28.04.2000 viene decisa l'unione con la Latteria Sociale di Dobbiaco (costituita nel 1883), mentre la fusione definitiva della Latteria Sociale di San Candido con la Latteria Sociale di Dobbiaco avviene in data 18.01.2002. Nel 2004 inizia prima produzione di prova con latte della Latteria Tre Cime (nuova denominazione dell'ex Latteria Sociale Dobbiaco San Candido Soc.Coop. r.l.). Nel 1926 viene costituita il Caseificio di Sesto. La denominazione Caseificio o Cooperativa Formaggi è unica in Alto Adige. Il Caseificio si trova tuttora nell'edificio originario in stile liberty. Nel 1949 viene fondato il Centro Latte Brunico Soc.Coop.r.l con sede a Brunico. Nel dicembre 1953 inizia a funzionare un centro di lavorazione del latte proprio in centro a Brunico. La costante crescita delle forniture di latte porta, nel 1967, alla progettazione di un nuovo centro di lavorazione del latte che diviene operativo nel 1974. Sviluppo e aggregazione in Burgraviato/Val Venosta Nel 1891 viene costituita la Latteria Sociale Lagundo e nel 1904 venne costituita la Latteria Sociale Prato allo Stelvio. Nel 1950 viene costituita la Latteria Burgusio, utilizzata dal 1987 come sito di produzione di Mila, nel 2004 riprende a produrre in autonomia. Nel 1954 viene fondata la Latteria Sociale Merano-Burgraviato. Nel 1988 fu iniziata la produzione di yogurt presso il Centro Latte Merano. Costituita come "Latterie riunite della Val Venosta" nel 1962, la Cooperativa cambia nome nemmeno un anno dopo diventando "Mila Latterie Alto Adige Soc. Coop r.l. (mi=Milch, la=latte). La Latteria Sociale di Bolzano successivamente assume la denominazione di Mila. Nel 2004 viene costituita il caseificio montano "Psairer Bergkäserei Bio". Sviluppo e aggregazione in Val Isarco Nel 1884 viene costituita la Cooperativa Latteria a vapore Vipiteno che nel 1976 viene ribattezzata in Cooperativa Latteria Vipiteno. Nel 1984 avviene la fusione della Latteria Stilves con la Cooperativa Latteria Vipiteno. Nel 1927 viene costituita la Cooperativa Sociale Naz-Sciaves. Nel 1929 viene costituita la Centrale del Latte a Bressanone. Nel 1969 vengono unite la Cooperativa dei produttori di latte di Bressanone e la Latteria Sociale Naz-Sciaves nella Latteria Sociale Bressanone-Naz-Sciaves che nel 1978 viene ribattezzata Centro Latte Bressanone. Nel 1941 viene costituita Federazione delle Latterie Soc. Coop. Alto Adige che nel 2004 viene ribattezzata Federazione Latterie Alto Adige. Nel 1971 comprende 31 soci tra cooperative, gruppi di interesse e cluster. Fondando le proprie istanze su calcoli di redditività, la Federazione riesce ad ottenere degli aumenti dei prezzi del latte fresco in sede di subcomitato prezzi della Camera di Commercio e del comitato provinciale prezzi. Nel 1970, per la prima volta nella storia della produzione lattiero-casearia dell'Alto Adige i produttori di latte organizzano uno sciopero di 5 giorni, sospendendo la fornitura di latte. In questo modo riescono ad ottenere un aumento del prezzo del latte fresco di 20 lire, da 110 a 130 lire. Nel 1957 la Federazione acquista la Latteria Bolzano che si trovava in una situazione economica disastrosa. Nel 1997 La Mila Soc.Coop. r.l., il Centro Latte Brunico Soc.Coop r.l. e la Latteria Burgusio Soc.Coop r.l. fondano la Milkon Alto Adige, una cooperativa di secondo grado. Nel 2007 la Latteria Burgusio esce dal consorzio e viene sostituita dalla Südtiroler Bergziegenmilch Soc. Coop. r.l.	

Principali progetti in atto/esempi di eccellenza		
Quali legami con progetti di promozione integrata (turismo, territorio)?	Legate al marchio Qualità Alto Adige, legato al marchio ombrello Alto Adige. Il progetto del marchio ombrello ha come obiettivo l'unione delle forze e lo sfruttamento del potenziale sinergico, permettendo così di accrescere la forza dell'impatto sul mercato. Con il marchio ombrello i singoli marchi si presentano sul mercato con un denominatore comune, senza tuttavia rinunciare alla propria identità.	
Quali esempi di progetti di eccellenza con particolare riferimento alla relazione fra prodotto e ristorazione/ turismo?	<u>Festival del Gusto Alto Adige</u> (Ai padiglioni espositivi e ai banchi di vendita nel centro storico di Bolzano i visitatori si possono rendere conto di persona della varietà e della qualità dei prodotti regionali con garanzia di origine. Sono i prodotti alimentari tipici dell'Alto Adige con cultura e tradizione. In un ricco e variegato programma di contorno rinomati cuochi stellati e di fama internazionale preparano deliziose pietanze con i prodotti di qualità dell'Alto Adige, tra i quali anche il latte come "l'oro bianco delle Alpi") <u>Festa del latte 25.-26.08.2012</u> (Durante la festa si possono scoprire tante curiosità e ricevere moltissime informazioni sulla produzione e la trasformazione del latte. Latte, formaggio, yogurt, prodotti caseari alla festa del Latte a Malga Fanes vicino a Rio Pusteria che rappresenta il simbolo dell'attività lattearia e casearia dell'Alto Adige.) <u>Giornate dello yogurt 08.07-05.08.2012</u> (L'Associazione Turistica di Vipiteno, in collaborazione con hotel, alberghi e agriturismo della zona e con la Latteria sociale di Vipiteno, rinomata per i suoi prodotti, come lo yogurt ed il burro, organizza le famose giornate dello yogurt di Vipiteno. Il programma fonde insieme natura, divertimento e naturalmente il prodotto yogurt. Ogni singolo albergo cerca di presentare dei piatti molto speciali a base di yogurt.)	
Quali esempi di collaborazione con aziende locali/ nazionali/ internazionali?	Nella collaborazione e trasformazione del latte ci sono stretti contatti con aziende locali e nazionali.	
Trend e dinamiche del settore	Costante flessione dei produttori di latte Costante flessione della produzione di latte Crescita e ricerca delle sinergie tra i produttori Miglioramento costante della qualità media delle produzioni di base e dei prodotti trasformati	
Obiettivi e programmi a lungo termine	Evoluzione dei prodotti, con la ricerca di nuove produzioni e di nuovi prodotti con cui intercettare i gusti mutevoli del consumatore Innovazione Aumento della collaborazione tra i produttori	
Punti di forza	Forte tessuto cooperativo Filiera senza OGM (alimentazione delle mucche priva di OGM) Allevamento naturale e adeguato alla specie Presenza produzione biologica Prodotto d'alpeggio Qualità "Alto Adige" Mungitura, lavorazione e trasformazione del latte controllate. Varietà dei prodotti lattiero-caseari dell'Alto Adige delle varie zone di produzione. Diversi tipi di formaggio, mozzarella, yogurt, burro, panna, ricotta e latte fresco naturale	
Criticità e punti di debolezza	Dimensione piccola dei produttori di latte Elevati costi di produzione per litro di latte, a causa del difficile approvvigionamento Basso valore aggiunto per addetto in agricoltura Consumo di territorio per l'urbanizzazione ed infrastrutturazione a scapito del settore primario	
Quali sono secondo voi i possibili ambiti di collaborazione con gli altri territori alpini in questo settore?	Azione politica comune per il riconoscimento e la valorizzazione delle produzioni. Collaborazione per acquisire un maggior peso politico	

Sondrio

	Elementi principali	Eventuali note aggiuntive
Evoluzione storica		
Come è stata, in sintesi l'evoluzione del settore negli ultimi 50 anni, quali i passaggi fondamentali che permettono di spiegare la realtà di oggi	Negli ultimi 50 anni le aziende con bovini si sono ridotte numericamente del 90%. La consistenza del patrimonio animale si è ridotta decisamente meno, di circa il 40%. A fronte della forte contrazione nel numero di aziende, si è andata creando perciò una base di aziende via via più consistenti nel numero di capi allevati, in virtù della necessaria economia di scala. Parallelamente la produzione media è più che raddoppiata (fino agli attuali 65 q.li/vacca/anno per i soggetti controllati). La destinazione del latte è passata dal conferimento alle "Latterie turnarie o sociali", in conto lavorazione con il ritiro del formaggio e degli altri prodotti che poi erano consumati o commercializzati direttamente dall'allevatore, alle cooperative che ritirano il latte direttamente alla stalla, lo trasformano e commercializzano i prodotti con una propria rete di vendita. In provincia, accanto alle 4 più grandi strutture cooperative (Latteria di Chiuro, Delebio, Livigno e Colavev) sussistono ad oggi ancora 20 latterie tradizionali ed un centinaio di caseifici aziendali. Ancora articolato e numericamente importante il sistema degli alpeggi, con 152 caseifici accreditati con riconoscimento CE.	Il sistema zootecnico della provincia di Sondrio può contare su di una produzione diversificata: latte alimentare; formaggi a latte pastorizzato (fondovalle); formaggi a latte crudo (fondovalle e alpeggio).
Struttura e dimensione del settore		
n imprese, natura giuridica e dimensioni, presenza di gruppi nazionali o multinazionali, occupati, n capi di bestiame e rispettive razze, superficie utilizzata, e % superficie in alpeggio	Circa 1.000 aziende agricole, la quasi totalità diretto coltivatrici, con vacche da latte (587 con quota latte) 13.000 vacche da latte, 23.000 bovini aziende con meno di 10 vacche = 71% (16% del n. di vacche) tra 11 e 20 vacche = 10% (12% delle vacche) tra 21 e 50 vacche = 13% (33% delle vacche) tra 50 e 100 vacche = 3,5% (19% delle vacche) - >100 vacche = 1,5% (18% delle vacche) Superficie foraggiera: 44.793 ettari (83% pascolo e prato-pascolo)	
Produzione		
Quintali di latte prodotti totali e % caseificazione – % in Alpeggio %latte fresco %derivati Quantitativi e produzione lorda vendibile 2008-2011	700.000 q.li/anno (657.00 quota latte + latte autoconsumo) % caseificazione: 80% % latte fresco: 20% 2008 – latte fresco 80.000 2009 – latte fresco 72.000 2010 – latte fresco 65.000 2011 – latte fresco 60.000	PLV da latte + formaggi stimabile in 34.000.000 di Euro (è escluso il latte che viene acquistato da fuori provincia (Carnini - Parmalat)
Percentuale di produzione trasformata in prodotti DOP	23,00%	
Presenza di marchi collettivi geografici	Dal 2012 "Latte fresco della Valtellina" e "Scimudin della Valtellina"	
Costo medio litro di latte al produttore	0,42 Euro/litro.	Il riferimento è ad aziende di consistenza animale > di 30 vacche da latte, con una produttività > a 60 q.li/anno x vacca, che conferiscono il latte alle cooperative o all'unica industria che ritira latte in provincia. Per le aziende di piccola o piccolissima dimensione, il ragionamento economico non è sintetizzabile con un indicatore di questo genere.

Presenza di assistenza tecnica, effettuata da quale associazione/organismo	In provincia di Sondrio, come nel resto della Lombardia, opera il SATA (Servizio Assistenza Tecnica agli Allevamenti). L'Ente erogatore è l'APA (Associazione Provinciale Allevatori) di Sondrio, su delega dell'ARAL (Associazione Regionale Allevatori della Lombardia), ente assegnatario dell'appalto europeo da parte di Regione Lombardia.	L'iscrizione al SATA è libera per tutti gli allevatori. E' richiesta una compartecipazione economica, commisurata alla dimensione dell'allevamento.
Stima prezzo alla stalla del latte	Nel sistema cooperativo: 2010 – 0,451 euro/litro + IVA 2011 – 0,465 + IVA Per l'industria prezzo stabilito su trattativa a base regionale	
Modalità di certificazione e approvvigionamento degli alimenti per il bestiame	Approvvigionamento su libero mercato Da fornitori qualificati per filiere certificate e per Bitto DOP (sempre su libero mercato) Autoproduzione (soglie fissate per produzione DOP)	
Modalità di identificazione/acquisizione ingredienti	Per formaggi Per la DOP Bitto: - possibilità di impiego di fermenti lattici purché autoctoni - possibilità di integrazione alimentare del pascolo con alimenti zootecnici come da disciplinare e previamente autorizzati dal Consorzio di Tutela	
Modalità di valutazione della qualità	Per il latte bovino e caprino conferito a cooperative e/o industria: griglia parametri sanitari e tabella pagamento a qualità aziendale. Per i formaggi: parametri previsti dai disciplinari per i formaggi DOP e valutazione alla marchiatura.	Dal 1 gennaio 2011 unica tabella per le tre coop.
Presenza di laboratori di analisi in loco / fuori provincia	Non sono presenti laboratori di analisi accreditati in provincia. Il settore lattiero caseario provinciale si rivolge per la quasi totalità delle analisi al laboratorio ARAL di Crema (latte qualità, derivati del latte, microbiologia, agroalimentare, terreni, acque, reflui). Due recapiti: presso sede APA a Sondrio e presso Latteria Sociale Valtellina di Delebio. Ritiro campioni quotidiano. Comunicazione esiti: al produttore via SMS entro 24 ore dal prelievo, ai caseifici via mail e cartacea. Altro laboratorio di riferimento: IZS sede di Sondrio e laboratorio di Brescia.	
Modalità e problematiche nello smaltimento del siero	Il siero derivante dalla trasformazione casearia nell'ambito delle cooperative, viene per la maggior parte (95%) esitato fuori provincia e destinato a produzione di ricotta, concentrazione o alimentazione suini. Questa modalità di gestione comporta una variabilità importante legata alla possibilità di valorizzazione del siero, che è un prodotto con fluttuazioni di mercato importanti.	
 Mercati		
Tipologia di canali (piccoli esercizi, GDO, ristorazione)	conferimento a grossisti (per aziende singole) grossisti 15% spacci aziendali (6 per 3 coop) 5% piccoli esercizi dettaglio (18%) ristorazione HORECA 7% GDO 55%	Dati relativi alle cooperative valtellinesi
Modalità di distribuzione nei Piccoli esercizi	Tentata vendita (in particolare per latte alimentare) copia commissione (per gli altri prodotti)	Dati relativi alle cooperative valtellinesi
Legame con la GDO	Rapporto consolidato e complessivamente soddisfacente	Dati relativi alle cooperative valtellinesi
% distribuzione su Mercati locali	25% su provincia di Sondrio - 60% resto Lombardia	Dati relativi alle cooperative valtellinesi
% distribuzione su Mercati nazionali	14,00%	Dati relativi alle cooperative valtellinesi

% distribuzione su Mercati internazionali (indicare i principali Paesi)	1,00%	Dati relativi alle cooperative valtellinesi
Quali le principali modalità di distribuzione dei prodotti (logistica e trasporti)	mezzi propri o corrieri locali e nazionali	Dati relativi alle cooperative valtellinesi
Organizzazione della filiera		
Attori principali (consorzi, associazioni)	Produttori primari Trasformatori (coop etc.) Latterie Valtellinesi (consorzio II livello) CTCB APA Stagionatori	La filiera zootecnico lattiero casearia si sviluppa a partire da un ampio numero di aziende di produttori di base, di cui un buon numero (n. 150 circa), in particolar modo quelli di maggiori dimensioni, sono riuniti in cooperativa per il conferimento e la valorizzazione del proprio latte. Numerose altre aziende (n. 300 circa) destinano la propria produzione alla trasformazione diretta in azienda oppure in piccole strutture locali (latterie sociali e turnarie) e alcune aziende (n. 30 circa) conferiscono il proprio latte ad un'unica azienda di raccolta e trasformazione posta al di fuori della Valtellina. Le tre maggiori cooperative sono oggi raccolte in una struttura di secondo livello, Latterie Valtellinesi s.c.a., e stanno aggregando le proprie attività. Le aziende zootecniche sono poi associate all'APA di Sondrio che eroga servizi di consulenza e di assistenza tecnica (n. 350) mentre le strutture di trasformazione sono riunite per la valorizzazione delle produzioni tipiche nel CTCB (n. 20 produttori di Valtellina Casera DOP e n. 70 produttori di Bitto DOP, 160.000 q/li. di latte, 23% del latte della provincia). Una figura a parte è quella degli stagionatori, una volta molto numerosi e diffusi sul territorio oggi sempre meno rilevanti in termini quantitativi e in molti casi legati anche alla commercializzazione di formaggi non valtellinesi.
Altri attori coinvolti	Il territorio della provincia di Sondrio vede una sola presenza di industrie che raccolgono latte ed è quella di Parmalat a brand "Carnini".	
Organizzazione degli attori sul territorio	Associazioni di categoria (Coldiretti, Unione Agricoltori, CIA) Confcooperative	Le forme di rappresentanza sul territorio sono legate soprattutto a due realtà: Coldiretti che riunisce circa l'80% delle aziende agricole della provincia e Confcooperative che riunisce tutte le latterie cooperative del territorio valtellinese.

Presenza di attività diffuse sul territorio/ concentrate in alcune aree	La zootecnia da latte e la conseguente rete di strutture di trasformazione è diffusa pressoché in tutta la provincia. Esistono differenziazioni locali e alcuni comuni esprimono un territorio e una vocazione storica e ambientale maggiormente favorevole alla presenza delle aziende zootecniche.	
Natura giuridica degli attori principali attivi nel settore	Le aziende agricole presenti sul territorio sono, nella quasi assoluta totalità, aziende dirette coltivatrici a conduzione familiare. Sta parzialmente diffondendosi la forma di società semplice, comunque nell'ambito familiare. Le imprese di raccolta latte e trasformazione sono nella loro assoluta maggioranza imprese cooperative di diversa dimensione.	
Quando e come si sono evinzenziate dinamiche di aggregazione	Nel corso dello scorso secolo in provincia di Sondrio si è definitivamente affermato il modello delle latterie: turnarie, sociali e/o cooperative. Agli inizi del '900 erano presenti oltre 100 strutture di questo tipo che coprivano pressoché tutto il territorio provinciale. Negli anni 60/70 è nata l'esigenza di aggregare diverse realtà di questo composito mondo, così da permettere la nascita di una struttura di maggiori dimensioni, che liberasse il produttore di base dalla necessità di commercializzare in proprio il prodotto trasformato e che fosse in grado di permettere il confronto con i mercati anche extraprovinciali. Tale nuova struttura e la presenza di diverse aziende che acquistavano il latte hanno permesso la conseguente evoluzione del settore anche nelle aziende zootecniche che hanno potuto crescere di dimensione, che hanno modificato e trasformato radicalmente le proprie strutture, realizzando investimenti importanti che hanno posto le basi per l'attuale configurazione del settore. Negli anni '90 tale struttura consortile entra in crisi e la base sociale si divide portando Colavev e le realtà in essa aggregate a entrare nel gruppo Cooperlat trasformandosi in Colavev Valtellina e la Latteria di Delebio ad iniziare un proprio percorso aziendale. Un percorso evolutivo importante è stato avviato anche dalla Latteria Sociale di Chiuro e da quella di Livigno. Nel corso del 2011 dopo diversi e diversificati tentativi di aggregare in un nuovo percorso aziendale e territoriale le principali realtà valtellinesi nasce Latterie Valtellinesi, la cui base sociale è composta da Colavev, Latteria Sociale di Chiuro e Latteria Sociale Valtellina che riacquisisce al territorio valtellinese Colavev Valtellina.	
Principali progetti in atto /esempi di eccellenza		
Quali legami con progetti di promozione integrata (turismo, territorio)?	A favore di un progetto integrato di sviluppo e promozione e per permettere attive politiche di integrazione tra il settore agro alimentare più vasto e il settore turistico è stato progettato e costituito il Distretto Agroalimentare di Qualità della Valtellina. Altra importante politica di territorio è quella legata all'evoluzione e alla qualificazione del Marchio Valtellina, identificato quale marchio territoriale di qualità (nuovo regolamento per l'utilizzo).	
Quali esempi di progetti di eccellenza con particolare riferimento alla relazione fra prodotto e ristorazione/ turismo?		
Quali esempi di collaborazione con aziende locali/ nazionali/ internazionali?	Un primo importante esempio di collaborazione tra aziende locali e aziende a carattere nazionale sono i Corner Valtellina (spazi specifici per la promozione/vendita di formaggi e altri prodotti valtellinesi tradizionali con la GDO locale – progetto pilota)	

SWOT analysis		
Trend e dinamiche del settore	Dinamica positiva Costante conferma e lento ma costante accrescimento dei volumi produttivi e dei relativi valori Crescita e ricerca delle sinergie tra i produttori Miglioramento costante della qualità media delle produzioni di base e dei prodotti trasformati	
Obiettivi e programmi a lungo termine	Necessità di politiche di aggregazione del comparto (semplificazione del quadro) Evoluzione dei prodotti, con ricerca di nuove produzioni e di nuovi prodotti con cui intercettare i gusti mutevoli del consumatore Creazione di brand territoriali forti e consolidati	
Punti di forza	Forte tessuto cooperativo Buona articolazione tra prodotti potenzialmente spendibili sul mercato nazionale e prodotti di nicchia Presenza produzioni a latte crudo Prodotto d'alpeggio Netta differenziazione tra prodotto di fondovalle e prodotto d'alpeggio Identità rurale e dei prodotti ancora riconoscibile e spendibile	
Criticità e punti di debolezza	Eccessivo frazionamento fondiario Consumo di territorio per urbanizzazione ed infrastrutturazione a scapito del settore primario Non ancora piena condivisione degli obiettivi di settore Scollamento tra attività ricettiva turistica e settore lattiero caseario	
Quali sono secondo voi i possibili ambiti di collaborazione con gli altri territori alpini in questo settore?	Azione politica comune per il riconoscimento e la valorizzazione delle produzioni Collaborazione per la formazione dei quadri per il settore (in particolare marketing e promozione)	

	Elementi principali	Eventuali note aggiuntive
Evoluzione storica		
Come è stata, in sintesi l'evoluzione del settore negli ultimi 50 anni, quali i passaggi fondamentali che permettono di spiegare la realtà di oggi	1897. Erano circa 240 le latterie sociali turnarie trentine (società di fatto) che producevano burro e formaggi magri. 1909 - 1918. Nascono i primi Caseifici a gestione cooperativa sparsi sul territorio provinciale, in quanto la legislazione di un tempo concedeva le sovvenzioni sia statali che provinciali solo a latterie o caseifici sociali, costituiti in forma di consorzi economici a gestione cooperativa. Ad oggi i caseifici sociali che raccolgono e trasformano il latte di circa mille allevatori, sono 17. 1951. Nasce il Consorzio dei Caseifici Sociali e dei Produttori latte Trentini (CON.CA.S.T.) come Consorzio di 2° grado tra i Caseifici Sociali del Trentino, per affrontare e gestire le problematiche comuni del settore. 1973. Viene costituito un Consorzio tra i produttori di formaggio Grana, denominato TRENTINGRANA, con lo scopo di promuovere la commercializzazione di questo prodotto. Inizialmente i Caseifici Sociali associati erano tenuti a conferire una parte della produzione, poi, dal 1983 l'obbligo di conferimento è diventato totale. 1993. Fusione dei due Consorzi in un'unica società denominata Trentingrana - CON.CA.S.T. s.c.a.r.l. (ad oggi Trentingrana - Consorzio dei Caseifici Sociali Trentini s.c.a.).	
Struttura e dimensione del settore		
N imprese, natura giuridica e dimensioni, presenza di gruppi nazionali o multinazionali, occupati, n capi di bestiame e rispettive razze, superficie utilizzata, e % superficie in alpeggio	Aziende zootecniche con bovini da latte (fonte: Censimenti ISTAT): anno 2000: n. 1.448 Media capi per azienda: 16,5 anno 2010: n. 1.071 Media capi per azienda: 20,3 Aziende di trasformazione (fonte: Osservatorio delle produzioni trentine): Caseifici sociali: 17 Caseifici ind.li privati: 2 Consorzi di secondo livello: 1 (CONCAST-TRENTINGRANA) Centrali del latte: 1 Altre aziende e Az. agr. con trasformazione: 58 Malghe: n. 166 (da latte), di cui n. 86 (con trasformazione casearia in alpeggio) Aziende individuali: 1.233 Altre forme giuridiche: 79 Aziende agricole: 3.414 addetti Altre attività: 306 addetti Nessuna presenza di gruppi nazionali/multinazionali Bovini da latte (fonte: Censimenti ISTAT): anno 2000: n. 23.849 - SAU (ha): -- anno 2010: n. 21.719 SAU (ha): 22.765 Superficie a pascolo: (in ha e % su totale provinciale di 620.900 ha) 1951: 177.162 ha 28,53% di cui: 24,32% di prati permanenti 11,84% da prati-pascoli permanenti 63,84% da pascoli permanenti 2000: 119.952 ha 19,32% 2010: 109.024 ha 17,56% 2010: 36.000 ha 5%	

Produzione						
Quintali di latte prodotti totali e % caseificazione – % in Alpeggio %latte fresco %derivati Quantitativi e produzione lorda vendibile 2008-2011	Produzione di latte (tonn):			Dati riferiti al 2007		
	2001:	128.000				
	2006:	133.394				
	2011:	131.867				
	Distribuzione del latte sulla filiera:					
	Latte alimentare:	14%				
	Trasformazione:	86%				
	di cui in alpeggio:	2%				
	Formaggi:	6%				
	Yogurt:	29%				
	Derivati - Burro:	12%				
	- Panna:	2%				
	- Siero:	45%				
	Altro	6%				
	Produzioni di formaggi (2011):				tonn	%
	TRENTINGRANA (DOP GRANA PADANO)	4.072,66	52,49			
	PUZZONE di MOENA	296,76	3,82			
	VEZZENA di LAVARONE	132,45	1,71			
	CASOLET VAL di SOLE	109,62	1,41			
	TOSELA di PRIMIERO	64,36	0,83			
	DOP SPRESSA DELLE GIUDICARIE	49,59	0,64			
	DOLOMITI PREDAZZO	39,28	0,51			
	CAPRINI (CAPRA + MISTO CAPRA)	170,15	2,19			
	FONTAL (LATTERIA, FONTAL, ECC.)	434,06	5,59			
	NOSTRANI	1.099,64	14,17			
	FRESCHISSIMI (caciotte)	907,85	11,70			
	DOP ASIAGO PRESSATO	382,30	4,93			
Produzione Lorda Vendibile (Euro, Valori correnti):						
2001: 54.551.468						
2008: 51.704.742						
2010: 60.674.949						
Percentuale di produzione trasformata in prodotti DOP - quali	DOP Grana Padano – Trentingrana:		52,5%			
	DOP Spressa delle Giudicarie:		0,7%			
	DOP Provolone Valpadana:		3,0%			
	DOP Asiago:		4,9%			
	DOP/Totale:		61,1%			
Presenza di marchi collettivi geografici	Marchio “Qualità Trentino” e Marchio “Trentino”					
Costo medio litro di latte al produttore	Costo medio/litro di latte:					
		Costi diretti	Costi totali	Reddito		
	2005	0,412	0,687	0,201		
	2010	0,469	0,712	0,159		
	Presenza di assistenza tecnica attraverso:					
	Istituto Agrario San Michele all’Adige - Fondazione Edmund Mach					
	Dipartimento Consulenza e Servizi per le Imprese					
	Unità Risorse Foraggiere e Produzioni Zootecniche					
	Via E. Mach, 1 38010 S. Michele all’Adige (TN)					
	Tel. 0461 615111; Fax 0461 650872					
Assistenza effettuata: aspetti tecnici e zootecnici.						
Concast-Trentingrana						
Via Bregenz - 38121 TRENTO						
Assistenza effettuata: assistenza ai consorziati sotto il profilo degli aspetti tecnici della caseificazione; prove laboratoriali su latte e mangimi.						
Federazione Provinciale Allevatori						
Via delle Bettine 40 - 38121 TRENTO						
Assistenza effettuata: selezione e riproduzione razze bovine.						
Stima prezzo pagato alla stalla del latte	Caseifici sociali:					
	2010: 0,61 Euro/litro (Trentingrana)					
	2011: 0,63 Euro/litro (Trentingrana)					
	Caseifici privati:					
	2011: 0,43 Euro/litro					

Modalità di certificazione e approvvigionamento degli alimenti per il bestiame	Per gli allevamenti che conferiscono al mondo cooperativo (80% degli allevamenti), CONCAST-TRENTINGRANA effettua una selezione delle case mangimistiche nell'ottica di mantenere elevata la qualità del latte (predispone ed aggiorna e controlla una tabella dei mangimi ammessi. E' escluso, per la filiera Trentingrana, l'uso di insilati e di mangimi con OGM.	
Modalità di identificazione/acquisizione ingredienti (es caglio etc)	Sistema di tracciabilità completa del caglio animale	
Modalità di valutazione della qualità	La quantità di latte raccolto dai 17 caseifici sociali consorziati in Concast-Trentingrana (rappresentanti l'85-90% del latte raccolto in provincia di Trento) è cresciuto negli ultimi 10 anni del 12,4%; tale aumento trova spiegazione nella selezione genetica delle razze bovine, nell'aumento dei capi di razza frisona e nel miglioramento della gestione zootecnica. CONCAST-TRENTINGRANA ha sviluppato un sistema di controllo della qualità che prevede l'analisi dei campioni latte di massa (aziendale) a cadenza bisettimanale, eseguito presso il Laboratorio centrale di Spini di Gardolo, con un sistema di monitoraggio della filiera. Tale sistema è finalizzato a identificare i fattori che influenzano gli aspetti qualitativi del principalmente del Trentingrana: • caratteristiche degli allevamenti (dimensioni, razze allevate, qualità del latte delle singole bovine (a cura della Federazione provinciale allevatori); • caratteristiche quali-quantitative del latte conferito • qualità del formaggio (in fase di stagionatura) • valutazione sensoriale del prodotto E' stato inoltre attivato un sistema di pagamento del latte conferito in base alle seguenti caratteristiche di contenuto: grasso, proteine, cellule, carica batterica, sostanze inibenti.	
Presenza di laboratori di analisi in loco / fuori provincia	Laboratorio centrale di Concast – Trentingrana (che serve l'80% degli allevatori trentini). Laboratori privati delle due aziende industriali private.	
Modalità e problematiche nello smaltimento del siero	Trentingrana-Concast raccoglie e trasforma in polvere per le case mangimistiche il siero di tutti i caseifici sociali e di parte dei privati. Il sistema di raccolta e trasformazione in polvere venduta per l'alimentazione animale non grava sotto il profilo economico sulla filiera del settore lattiero-caseario (bilancio costi/ricavi sostanzialmente in pareggio). Non esiste il problema dello smaltimento per il 90% del latte trasformato. Per i piccoli produttori e per un caseificio industriale si procede allo smaltimento.	
Mercati		
Tipologia di canali (vendita diretta, vendita online, piccoli esercizi, GDO, grossisti, dettaglio, Ho-ReCa)	Distribuzione prodotto per canale di vendita (anno 2007): - Vendita diretta in azienda: 4,07% - HO.RE.CA.: 2,27% - G.D.O. e D.O.: 74,10% - Grossista/Distributore: 19,56%	
Modalità di distribuzione nei piccoli esercizi	I caseifici sociali hanno un modello distributivo che poggia, a seconda dei casi, sulla rete commerciale di Concast-Trentingrana. Operano, limitatamente ad un 4% del volume di prodotto, per la distribuzione locale. I piccoli caseifici privati effettuano prevalentemente vendita diretta, principalmente sul mercato locale.	

Legame con la GDO	Rappresenta il 75% in volume dei prodotti commercializzati. Capillare sul territorio è la presenza della distribuzione commerciale della Coop, cui si aggiungono due ulteriori ed importanti gruppi privati (Poli e Orvea). A livello nazionale si riportano i seguenti spunti, ricavati da un'indagine commissionata dall'Osservatorio delle produzioni trentine della C.C.I.A.A. di Trento, presso i Buyers della GDO e DO sui prodotti lattiero caseari territoriali: RISULTATI ANALISI QUANTITATIVA: Notorietà spontanea dei formaggi trentini: in complesso, il 78% conosce almeno un formaggio del territorio trentino (verso il 36% dell'ed. 2003). Il più noto, e quello su cui è concentrata la crescita significativa di awareness, è il Trentingrana (48%, verso 20% dell'ed. 2003), seguito dal Puzzone di Moena, noto a circa 1 buyer su 3. Gli altri brand seguono a distanza, citati spontaneamente ciascuno da 1 o 2 buyer dei 23 intervistati. Formaggi trentini trattati: il 78% dei 23 buyer intervistati tratta i formaggi - di qualsiasi provenienza -, nelle insegne di cui si occupa. Il 74% tratta formaggio grana e il 26% il Trentingrana (6 buyer su 23). Per 3 di questi, questo formaggio pesa meno del 5% sul totale del grana trattato, per gli altri 3 tra il 5% e il 10%; 3 dei 6 buyer che lo trattano dicono inoltre che nel 2009 la quantità acquistata per i pdv di cui si occupano, è stata superiore rispetto a quella del 2008. Chi non lo tratta o lo tratta poco, spiega, nella metà dei casi, che la clientela non lo richiede e, nell'altra metà, che si tratta di un prodotto caro, che non hanno trovato un fornitore che abbia fatto una proposta conveniente e che grana di altre zone/altri marchi sono migliori. Il 39% dei buyer intervistati tratta almeno 1 dei 4 Formaggi trentini in rilevazione: il 35% il Puzzone di Moena, il 22% il Vezzena, il 17% la Sprezza delle Giudicarie e il 9% altri tipi con il marchio "Formaggi trentini". La grande maggioranza di chi non tratta i Formaggi trentini dice che nei pdv di cui si occupa, la clientela non li richiede; 3 dei 14 non trattanti spiegano invece che non hanno trovato fornitori che abbiano proposto questi prodotti. RISULTATI ANALISI QUALITATIVA: In generale, le Regioni e gli altri Enti locali hanno un ruolo silente e passivo nella promozione dei prodotti territoriali nella GDO + DO, tendono a delegare molto ai Consorzi e ai singoli produttori. Se, da una parte, il Consorzio è considerato l'interlocutore privilegiato per gli accordi commerciali, è dagli Enti pubblici locali (Regioni, Province, Camere di Commercio ...) che ci si aspettano operazioni ad ampio raggio dedicate al consumatore finale atte a promuovere e diffondere una cultura del prodotto territoriale che porti quest'ultimo ad essere conosciuto e quindi ri-conosciuto, scelto e richiesto (cit. <i>"i consorzi sono interessati solo a vendere, le regioni dovrebbero fare cultura"</i>: leggasi promozione istituzionale e cultura di prodotto). I prodotti trentini, considerati nel complesso, sono percepiti trasversalmente dai buyer come prodotti di qualità elevata, assolutamente affidabili, con i quali difficilmente si hanno problemi, se non a causa del prezzo elevato che, in ragione di una scarsa conoscenza (awareness), non sempre si riesce a giustificare al pubblico. I formaggi trentini, a livello distributivo, non sono frequentemente presenti nella GDO + DO, in particolare nel banco del libero servizio, dove il prodotto necessita di essere riconosciuto dal consumatore. Ciò ad eccezione del Trentingrana che spicca per una discreta notorietà. Le altre referenze sono tendenzialmente accomunate ai tradizionali formaggi (di malga, di montagna, di latteria ...) senza particolari distintività rispetto ai prodotti simili provenienti da altre zone del Nord Italia. Il Trentingrana è stato in molti casi 'tenuto d'occhio' e poi inserito come prodotto dotato di buone potenzialità, ma ha rivelato una rigidità di prezzo che non lo rende meno competitivo verso le alternative Padano e Lodigiano.	
% distribuzione su Mercati locali	4,07% (si intende vendita diretta)	
% distribuzione su mercati regionali	9,58% (si intende su mercato <u>provinciale</u>)	
% distribuzione su Mercati nazionali	85,98%	
% distribuzione su Mercati internazionali (indicare i principali Paesi)	UE: 0,42% Extra-UE: 0,01%	
Quali le principali modalità di distribuzione dei prodotti (logistica e trasporti)	I caseifici sociali ed il consorzio di secondo livello CONCAST, come pure i caseifici privati più importanti, possiedono una propria sistema di trasporti e logistica.	

Organizzazione della filiera		
Attori principali (consorzi, associazioni)	Federazione provinciale Allevatori (servizi alla zootecnia e produzione e vendita di carne fresca) Concast-Trentingrana (prevalentemente produzione di formaggi), con due stabilimenti: Segno (stagionatura Trentingrana ed altri formaggi, Spini di Gardolo (altre lavorazioni: burro, panna, siero, ecc.) Latte Trento (prevalentemente produzione di latte alimentare)	
Altri attori coinvolti	Produttori di formaggi di alpeggio Caseifici industriali privati	
Organizzazione degli attori sul territorio	Per l'80% delle aziende zootecniche produttrici di latte serve la filiera di Concast-Trentingrana; un 15% conferisce il latte per uso alimentare. La residua parte delle aziende (5% circa) trasforma in proprio i prodotti o conferisce ad uno dei due caseifici privati.	
Presenza di attività diffuse sul territorio/ concentrate in alcune aree	Tutto il territorio trentino, con la sola esclusione della Valle dell'Adige, ove vi è minore presenza di allevamenti, è interessato dall'attività zootecnica. La Val di Non e la Val di Sole sono maggiormente vocate alla produzione di Trentingrana ed alcuni nostrani semigrassi. Le Valli Giudicarie, il Lomaso e la Valsugana sono più vocate alla produzione di latte alimentare e formaggi freschi o semifreschi. Le valli di Fiemme, Fassa ed il Primiero è zona di produzione dei formaggi a crosta lavata (Puzzone di Moena). Le aree montane del Val di Sole, del Lagorai e degli Altipiani di Lavarone e Vezzena sono zone in cui vi sono numerose malghe per la produzione di formaggi di alpeggio e del Vezzena.	
Natura giuridica degli attori principali attivi nel settore	Appartengono, in prevalenza al mondo della cooperazione e sono attività conesse all'agricoltura.	
Quando e come si sono evidenziate dinamiche di aggregazione	A partire dagli inizi del '900, con la costituzione della maggior parte dei caseifici sociali.	
Principali progetti in atto/ Esempi di eccellenza		
Quali legami con progetti di promozione integrata (turismo, territorio)?	Progetto di valorizzazione dei formaggi di malga (FERMALGA) Strade dei Vini e dei Sapori	
Quali esempi di progetti di eccellenza con particolare riferimento alla relazione fra prodotto e ristorazione/ turismo?	Osteria Tipica Trentina: progetto in via di revisione	
Quali esempi di collaborazione con aziende locali/ nazionali/ internazionali?	Con aziende locali: Disciplinare di produzione dei formaggi di malga	
SWOT analysis		
Trend e dinamiche del settore		
Obiettivi e programmi a lungo termine		
Opportunità	Distribuzione del prodotto a negozi ed alberghi del territorio Ulteriore integrazione con l'offerta recettiva locale (ristorazione) Sviluppo di marchi collettivi territoriali (Marchio Qualità trentino) e nuove DOP (Puzzone di Moena) Il territorio ha un'ottima immagine per quanto concerne l'intero comparto agroalimentare e per il settore lattiero-caseario, legata ad importanti asset valoriali: sostenibilità (sotto il profilo socio-economico-ambientale) delle produzioni, identità alpino-montana, affidabilità del comparto produttivo. Ruolo attivo delle cooperative agricole e dei Consorzi: offre servizi tecnici adeguati (assistenza in azienda, selezione e controlli dei mangimi	

Minacce	L'abbandono del sistema delle quote-latte (aprile 2015) porrà in serie difficoltà l'intera zootecnia italiana (non preparata per reggere la competizione internazionale tedesca e francese), ed in particolare quella ubicata in territorio montano (meno industrializzata, di ridotte dimensioni e con costi medi litro/latte più alti); si consideri che allo stato attuale la produzione nazionale di latte copre appena il 40%-45% del fabbisogno del Paese. La costante riduzione nel tempo della materia prima conferita dai soci ai caseifici sociali Eccessiva regolamentazione del settore Disciplinari di produzione stringenti Abbandono dell'attività zootecnica in montagna ed in fondovalle Esistenza nel mercato estero di prodotti simili/copiati (es. presenza di formaggi grana competitors sul prezzo al kg, prodotto in Paesi dell'Est: Gran Moravia) Il mercato del latte alimentare e dei latticini freschi è fortemente competitivo e presenta forti barriere all'entrata per nuove aziende. Presenza delle cooperative agricole e dei Consorzi: "toglie pensieri" all'allevatore, riducendo la propensione all'innovazione nell'offerta Crescita del fenomeno delle allergie alimentari Forti dinamiche di cambiamento nei modelli di consumo, dovuti alla riduzione del reddito disponibile nelle famiglie (per la crisi e per l'imposizione fiscale) Incertezza futura sul costo delle energie non rinnovabili (aumento dei costi di trasporto) Mancanza di "tempo libero": concetto inesistente nella vita dell'allevatore (che si discosta dai modelli sociali prevalenti)	
Punti di forza	Gestione "familiare" dell'azienda agricola Aziende sono gestite da titolari con età media più bassa, rispetto ad altri settori agricoli (vitivinicoltura, frutticoltura), più propensi ad effettuare nuovi investimenti o a trovare alternative per integrare il reddito agrario (es. con l'offerta di servizi agrituristici) Attenzione al contenimento dei costi di gestione aziendale Strutture di trasformazione nuove Alimentazione delle bovine con uso di mangimi no OGM Produzione di latte di qualità (monitorata con un programma di analisi laboratoriali) Resa tecnica elevata del latte trasformato: 12 kg per quintale di latte caseificato Buona produttività e buono stato di salute generale delle bovine da latte, grazie al lavoro di selezione genetica della Federazione Provinciale Allevatori, dal supporto tecnico-veterinario e dall'aumento, nell'ultimo decennio, della dimensione aziendale Immagine molto migliorata dell'azienda zootecnica e del lavoro di allevatore ("presidio del territorio" e "custode della montagna") Metodi di trasformazione tradizionali e legati al territorio Prodotti trasformati di buona - se non ottima - qualità percepita (cfr. Trentingrana, Puzone di Moena, Vezzena, Casolèt della Val di Sole) Presenza di consorzi di secondo livello per la commercializzazione del prodotto e ruolo attivo delle cooperative agricole e dei Consorzi: offre servizi tecnici adeguati (assistenza in azienda, selezione e controlli dei mangimi, monitoraggio della qualità del latte) Modello distributivo efficace sul territorio (catena logistica propria o connessa ad altri settori dell'agroalimentare) Immagine buona dei prodotti lattiero-caseari trentini: legame con il territorio, tipicità, tradizione, naturalità e salubrità Livello ottimale (quasi sovradimensionato) dell'assistenza tecnica (cfr. punto precedente) che offre ottime garanzie al buyer ed al consumatore Livello ottimale dell'offerta formativa (cfr. punto precedente) che offre ottime possibilità di crescita professionale all'allevatore	

Criticità e punti di debolezza	Eccessiva parcellizzazione dei fondi pascolivi e distribuzione polverizzata delle superfici per lo sfalcio (ciò aumenta i costi di trasporto del bestiame e del foraggio); di conseguenza la zootecnia del territorio trentino è legata per circa un 30% del foraggio utilizzato da approvvigionamenti esterni alla provincia (dalla Pianura Padana) Cronica mancanza di materia prima (produzione di latte in costante riduzione) Costi di produzione mediamente più elevati rispetto alle realtà zootecniche di pianura (rapporto, in alcuni casi, di 1:3) Ammortamenti elevati (0,05 Euro/litro latte per la zootecnia di montagna VS 0,02 Euro/litro della zootecnia di pianura) Presenza di razze bovine (frisona) che abbisognano, per essere produttive, di un apporto superiore di mangimi, rispetto al foraggio e che non sono tendenzialmente idonee alla monticazione Alto costo dei mangimi (no OGM) che incidono per circa 0,18 Euro/litro (2011) Risultati di bilancio legati per lo più all'attività dei consorzi di secondo livello, a sua volta condizionati dall'andamento dei mercati (in particolare sul grana) Impianti progettati per la produzione di formaggi semistagionati e Trentin-grana (meno adatti per la produzione di latticini freschi) Scarsa difesa delle Istituzioni statali del "Made in Italy" per l'agroalimentare (problema più sentito a livello di Government regionale/provinciale) La dimensione strutturale del comparto lattiero-caseario trentino è troppo ridotta per incidere nelle dinamiche dei prezzi; es. la produzione di Trentin-grana (4.200 tonn) VS Parmigiano Reggiano (133.400 tonn) VS Grana Padano (177.000 tonn). Produzione del latte alimentare e trasformazione in latticini freschi (es. yogurt) Scarsa propensione all'innovazione nell'offerta e nelle strategie di comunicazione dei formaggi; scarsa propensione a innovare il prodotto (es. latticini freschi o semifreschi) Dipendenza delle aziende dai contributi pubblici (locali) = poca sostenibilità economica	
Quali sono secondo voi i possibili ambiti di collaborazione con gli altri territori alpini in questo settore?	Organizzare momenti comuni di confronto su temi economici e di promozione delle produzioni lattiero-casearie di montagna Costituire un panel di degustazione dei prodotti lattiero caseari per la valutazione del livello qualitativo dei prodotti medesimi (utilizzabile dalle aziende)	

Verbano-Cusio-Ossola

	Elementi principali	Eventuali note aggiuntive
Evoluzione storica		
Come è stata, in sintesi l'evoluzione del settore negli ultimi 50 anni, quali i passaggi fondamentali che permettono di spiegare la realtà di oggi	La zootecnia nella Provincia del Verbano Cusio Ossola ha subito un forte decremento di capi bovini nel corso di tutto il XX secolo, con una diminuzione del numero di bovini di quasi il 70% dal 1929 al 2007. Dal 2007 ad oggi assistiamo ad un leggero incremento, da 4.175 a 4.938 capi (dati Istat).	
Struttura e dimensione del settore		
n imprese, natura giuridica e dimensioni, presenza di gruppi nazionali o multinazionali, occupati, n capi di bestiame e rispettive razze, superficie utilizzata, e % superficie in alpeggio	62 imprese (cod. ATECO 1.41, 1.45, 10.51.1, 10.51.2, 10.51) di cui 51 ditte individuali (82% circa) Non si registra la presenza di gruppi nazionali o multinazionali. Occupati delle 62 imprese considerate: 72 Capi (fonte: Allevamento bestiame ISTAT dicembre 2011): bovini 4938 caprini 10352 ovini 9290 bufalini 8	
Produzione		
Quintali di latte prodotti totali e % caseificazione – % in Alpeggio %latte fresco %derivati Quantitativi e produzione lorda vendibile 2008-2011	Quintali di latte prodotti (fonte: Allevamento bestiame ISTAT dicembre 2011): 171.658 di cui 120.228 vaccino	
Percentuale di produzione trasformata in prodotti DOP - quali		
Presenza di marchi collettivi geografici	Prodotti Agroalimentari Tradizionali: Caprino della Val Vigizzo Ossolano Ossolano d'Alpe o Bettelmatt	
Costo medio litro di latte al produttore – presenza di assistenza tecnica, effettuata da quale associazione/organismo		
Stima prezzo pagato alla stalla del latte		
Modalità di certificazione e approvvigionamento degli alimenti per il bestiame		
Modalità di identificazione/acquisizione ingredienti (es caglio etc)		
Modalità di valutazione della qualità		
Presenza di laboratori di analisi in loco / fuori provincia	N. 40 laboratori analisi accreditati nella regione Piemonte, nessun laboratorio accreditato nella provincia del Verbano Cusio Ossola	
Modalità e problematiche nello smaltimento del siero		

Mercati		
Tipologia di canali (vendita diretta, vendita online, piccoli esercizi, GDO, grossisti, dettaglio, HoReCa)	Vendita diretta, all'ingrosso e al dettaglio	
Modalità di distribuzione nei Piccoli esercizi		
Legame con la GDO	I legami con la grande distribuzione risentono della piccola dimensione delle imprese e delle conseguenti ridotte quantità prodotte	
% distribuzione su Mercati locali	Si ipotizza oltre 50%	
% distribuzione su mercati regionali		
% distribuzione su Mercati nazionali		
% distribuzione su Mercati internazionali (indicare i principali Paesi)		
Quali le principali modalità di distribuzione dei prodotti (logistica e trasporti)		
Organizzazione della filiera		
Attori principali (consorzi, associazioni)	Consorzio Valorizzazione e Tutela Formaggio Ossolano CRAVA Formaggi Caprini Associazione del Verbano Cusio Ossola Latteria Sociale Antigoriana Cooperativa Agricola Valle Vigezzo Consorzio Latteria Turnaria di Villa d'Ossola	
Altri attori coinvolti		
Organizzazione degli attori sul territorio		
Presenza di attività diffuse sul territorio/ concentrate in alcune aree	La produzione casearia è concentrata in particolare nella zona dell'Ossola. Attualmente tutto il latte prodotto in provincia viene destinato, tranne una piccola quota per autoconsumo, alla trasformazione in formaggio.	
Natura giuridica degli attori principali attivi nel settore	Società cooperative che trasformano il latte e commercializzano latte e derivati	
Quando e come si sono evidenziate dinamiche di aggregazione		
Principali progetti in atto / esempi di eccellenza		
Quali legami con progetti di promozione integrata (turismo, territorio)?	Collegare i prodotti agroalimentari tipici del territorio e in particolare i Formaggi, ai flussi turistici coinvolgendo i turisti stessi nell'acquisto e nel consumo in loco dei prodotti da una parte e i ristoratori nell'utilizzo dei prodotti tipici nei menù è stata una delle finalità dell'appena concluso progetto Interreg "Il Lago Maggiore, le sue Valli, i suoi Sapori" (2008-2011).	
Quali esempi di progetti di eccellenza con particolare riferimento alla relazione fra prodotto e ristorazione/ turismo?	" Serate di Gola " è una rassegna giunta nel 2012 alla terza edizione. Si inserisce in un programma di attività promosse dalla Camera di Commercio del VCO ed è tesa a sostenere e incentivare la qualità dei prodotti tipici locali e la loro diffusione. Si tratta di una serie di cene alle quali partecipano produttori e che si svolgono presso le strutture aderenti all'Associazione Piccoli Alberghi Tipici e Ospitalità di Montagna. Molte delle azioni di questa strategia diffusa sono state condotte negli ultimi anni per offrire ai piccoli produttori gli stimoli necessari al miglioramento dei prodotti, i canali per un'ottimale diffusione sul territorio e le necessarie azioni di avvicinamento al mondo dei consumi, anche attraverso il coinvolgimento del mondo della ristorazione.	
Quali esempi di collaborazione con aziende locali/ nazionali/ internazionali?		

SWOT analysis		
Trend e dinamiche del settore		
Obiettivi e programmi a lungo termine	Sviluppo delle dinamiche di aggregazione tra imprese Riconoscimento DOP formaggio ossolano	
Punti di forza	Qualità del prodotto	
Criticità e punti di debolezza	Ridotta dimensione delle imprese, scarso legame con la ristorazione locale	
Quali sono secondo voi i possibili ambiti di collaborazione con gli altri territori alpini in questo settore?	Scambio di esperienze relativamente all'incremento della qualità dei prodotti e alle modalità di promozione.	

Progetto Alps Benchmarking Primo rapporto di benchmarking condiviso

a cura delle Camere di Commercio alpine coinvolte nel progetto Alps Benchmarking

