

Presentazione del

# "Rapporto Montagne Italia 2016"

a cura di FMI - Fondazione Montagne Italia

18 luglio 2016 | ROMA - Camera dei Deputati

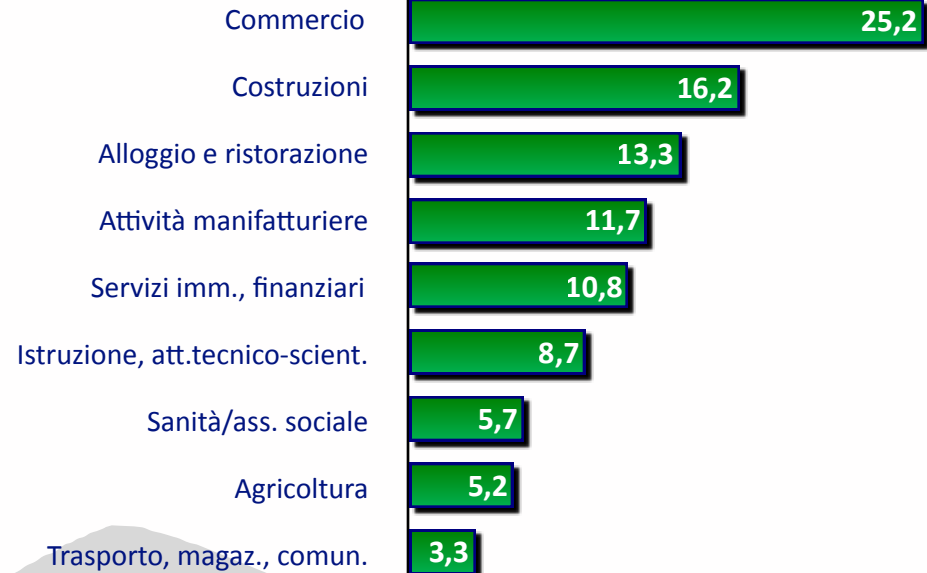
Fabio Piacenti



A person in silhouette stands on a rocky mountain peak, playing a trumpet. The background features a dramatic sunset with a golden sun partially obscured by clouds, casting a warm glow over the landscape. In the distance, a large crowd of people is gathered on a grassy slope, and a small tent is visible. The overall scene conveys a sense of community and celebration in a high-altitude setting.

# LE VOCI DELLA MONTAGNA

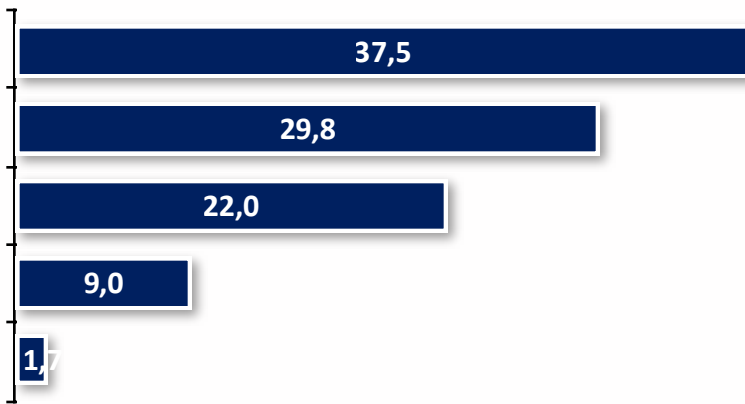
Distribuzione % delle imprese intervistate per settore di attività

**Nota metodologica – Il campione****Dimensione: 600 interviste****Universo di riferimento: 608.354 imprese collocate in comuni “totalmente montani” (Istat)****Campione: rappresentativo dell’universo di riferimento****Stratificazione: regione, settore, dimensione, ampiezza demogr.****Estensione del campione: 20 regioni, 67 province, 312 comuni****Periodo di rilevazione: 2 aprile – 20 maggio 2016****Errore campionario: ± 4% ad un livello di fiducia del 95%****Metodologia di rilevazione: interviste telefoniche**

	≤2.000 ab.	2.001-5.000 ab.	5.001-15.000 ab.	>15.000 ab.	Totale
<b>Distribuzione per area geografica e dimensione demografica del comune</b>					
NORD	40,4	22,2	22,2	15,2	<b>50,3</b>
CENTRO	25,2	24,3	32,4	18,0	<b>18,5</b>
SUD	15,5	29,9	24,6	29,9	<b>31,2</b>
<b>Distribuzione per altitudine media e dimensione demografica del comune</b>					
≤ 600 mt slm	16,8	24,7	29,6	28,9	<b>48,5</b>
>600 mt slm	42,1	25,2	20,4	12,3	<b>51,5</b>
<b>Totale</b>	<b>29,9</b>	<b>25,0</b>	<b>24,8</b>	<b>20,3</b>	<b>100,0</b>

<b>Distribuzione % delle imprese intervistate per classe di fatturato* e numero di addetti</b>		
Fatturato	Addetti	
≤ 50.000 €	28,0 ≤ 2 addetti	<b>31,2</b>
50.001-100.000 €	24,0 3-5 addetti	<b>38,8</b>
100.001-250.000 €	17,2 6-9 addetti	<b>13,2</b>
250.001- 500.000 €	12,1 ≥ 10 addetti	<b>16,9</b>
> 500.00 €	18,7 Totale	<b>100,0</b>

Imprese intervistate per forma giuridica. V.%



Il tessuto imprenditoriale dei comuni montani appare molto **eterogeneo** sia per forma giuridica sia per periodo di avviamento dell'attività, con un complessivo **equilibrio** tra imprese «storiche» e di più recente costituzione. Sembra essere dunque in atto un duplice **processo «di trasformazione» e «di ricambio»**, legato sia alla **ridotta capacità di assorbimento qualificato della forza lavoro nelle aree urbane**, sia ad importanti fenomeni di **riscoperta e di ritorno da parte di risorse umane qualificate** (giovani con elevata scolarità) interessate ad investire nella montagna (territorio e comunità).

**Distribuzione % delle imprese per anno di costituzione**

Prima del 1970	13,7
Tra il 1970 e il 1989	25,8
Tra il 1990 e il 1999	21,3
Dal 2000 in poi	39,1
- di cui dopo il 2005	15,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

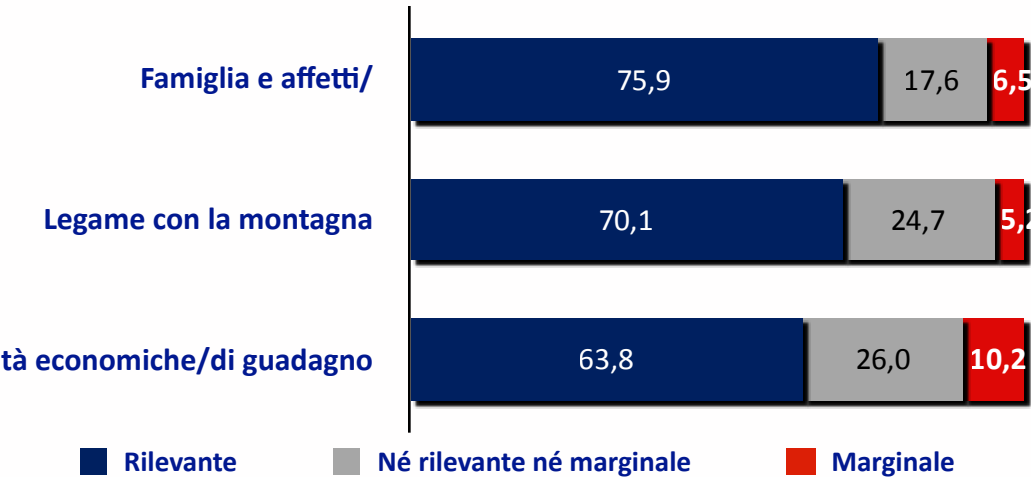
**Distribuzione % degli imprenditori per fascia di età**

Fino a 39 anni	11,3
40-49 anni	32,8
50+ anni	55,9
- di cui 65+ anni	8,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

**Distribuzione % degli imprenditori per titolo di studio**

Laurea	19,2
Diploma secondaria II grado	53,9
Obbligo scolastico	26,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>

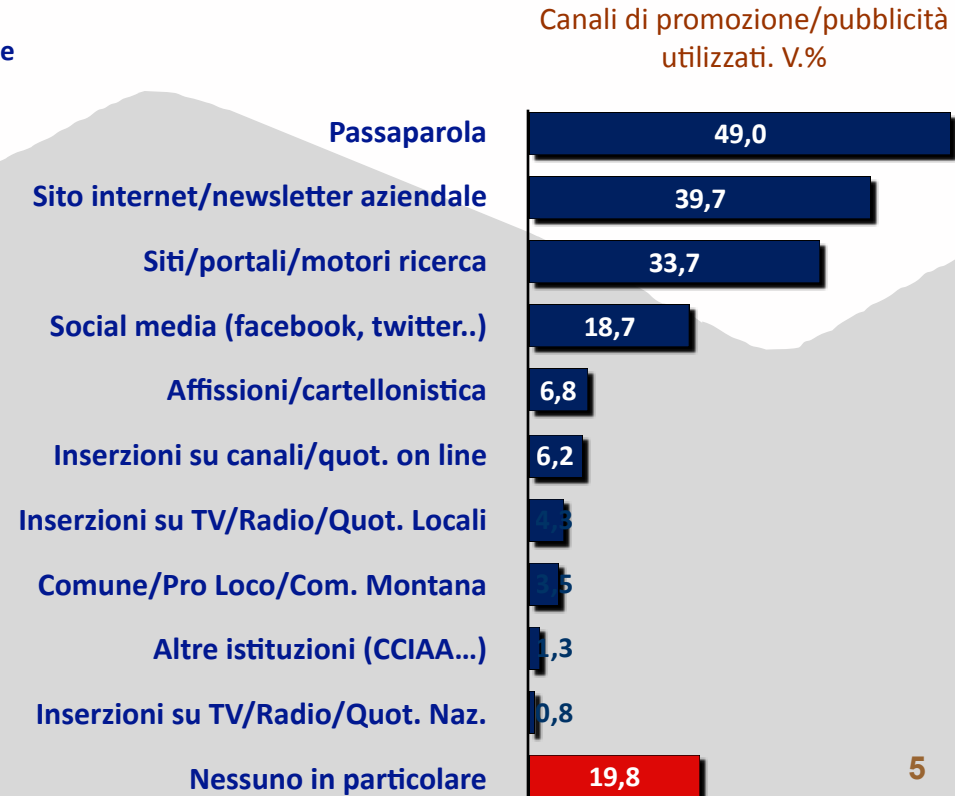
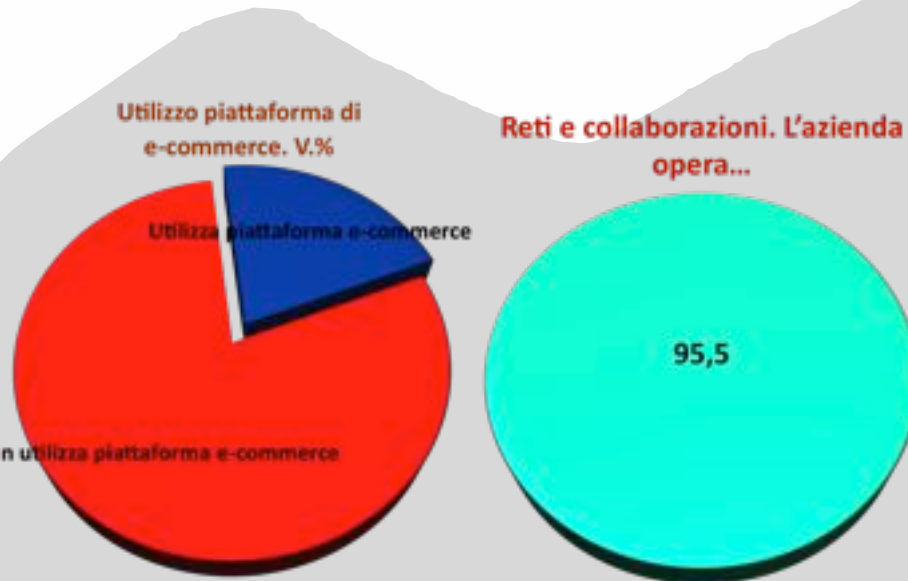
Misura in cui i seguenti fattori hanno inciso sulla scelta di avviare l'attività imprenditoriale in un comune montano.



**Comunità e territorio al centro della scelta imprenditoriale.**

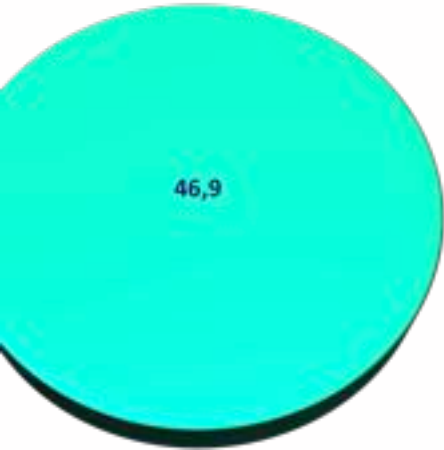
**Dal «passaparola» all'e-commerce: tradizione e nuove tecnologie per rafforzare le opportunità di accesso al mercato.**

**Soltanto 1 su 20 inserita in partnership o reti di impresa.**

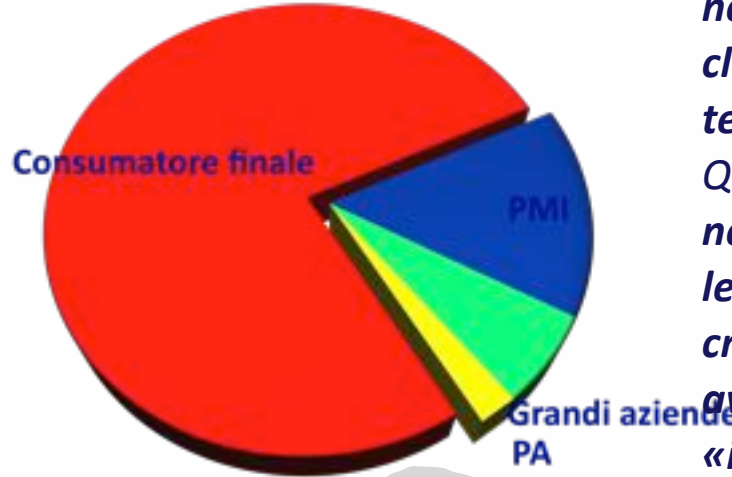




Distribuzione dei ricavi  
dell'impresa in base al territorio di  
provenienza della clientela. V.%



Distribuzione dei ricavi  
dell'impresa in base alla  
tipologia della clientela. V.%

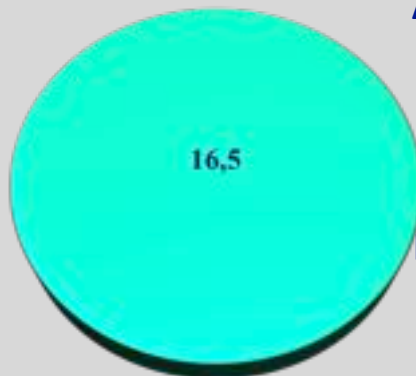


*Discreta diversificazione nella composizione della clientela e nella dimensione territoriale del mercato. Qualche segnale di ripresa nel 2016: buoni risultati per le «imprese virtuose», ma cresce il «rischio avvistamento» per quelle «in difficoltà».*

Andamento del fatturato nel  
2015. V.%



Previsioni andamento del  
fatturato nel 2016. V.%

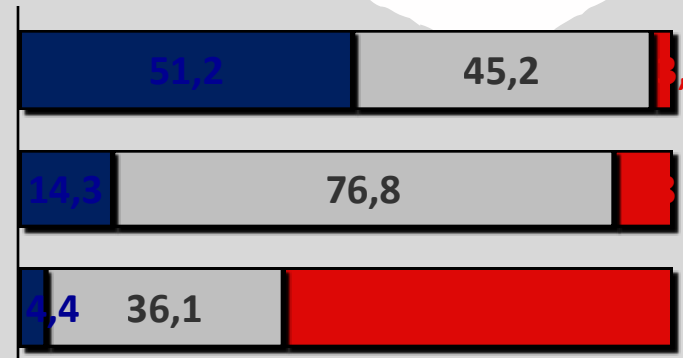


Previsioni di fatturato nel 2016 in  
base al risultato del 2015. V.%

Aumento (2015)

Stabilità (2015)

Flessione (2015)



■ Aumento nel 2016    □ Stabilità nel 2016    ■ Flessione nel 2016



La reputazione del territorio  
garanzia di qualità  
dei prodotti e dei servizi

Misura in cui la qualità ambientale del territorio costituisce un vantaggio per le opportunità economiche delle imprese.

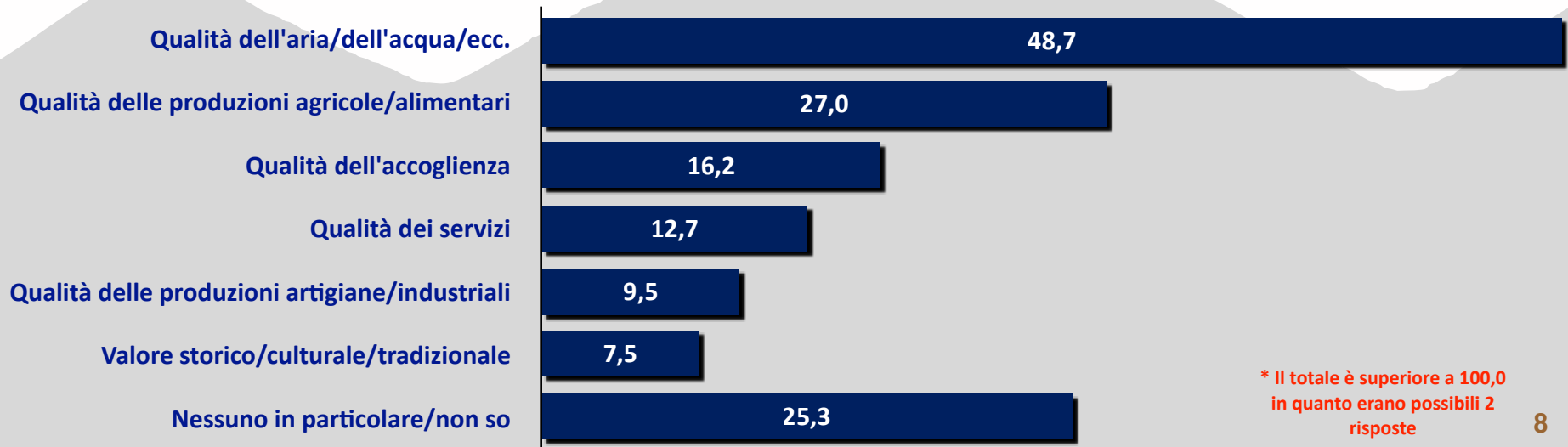


**MARGINALE:**  
38,1%

**ELEVATA:**  
61,9%

	Molto + abbastanza elevata	Poco + per niente elevata
<i>Disaggregazione per area geografica</i>		
<i>Nord</i>	70,5	29,5
<i>Centro</i>	54,9	45,1
<i>Sud</i>	51,9	48,1
<i>Disaggregazione per altitudine media</i>		
<i>≤ 600 metri slm</i>	58,8	41,2
<i>Oltre 600 metri slm</i>	64,7	35,3
<i>Disaggregazione per settore di attività</i>		
<i>Agricoltura</i>	93,6	6,4
<i>Attività manifatturiere</i>	55,7	44,3
<i>Costruzioni</i>	44,3	55,7
<i>Alloggio e ristorazione</i>	86,3	13,8
<i>Commercio</i>	57,6	42,4
<i>Trasporto e altri servizi</i>	60,9	39,1

Fattori "reputazionali" legati al territorio che costituiscono un vantaggio per le imprese. V.%\*



\* Il totale è superiore a 100,0 in quanto erano possibili 2 risposte



Fattori "reputazionali" legati al territorio che costituiscono un vantaggio per le imprese  
 La percezione del campione in base al settore di attività. Valori %\*

	<i>Agricoltura</i>	<i>Manifattura</i>	<i>Costruzioni</i>	<i>Commercio/ ristorazione</i>	<i>Altri servizi</i>	<i>Totale</i>
<i>Qualità dell'ambiente, dell'aria/dell'acqua...</i>	<b>58,1</b>	40,0	29,9	<b>55,8</b>	51,5	48,7
<i>Qualità delle produzioni agricole/alimentari</i>	<b>93,5</b>	17,1	3,1	<b>39,4</b>	15,8	27,0
<i>Qualità dell'accoglienza</i>	6,5	5,7	7,2	<b>17,3</b>	<b>25,7</b>	16,2
<i>Qualità dei servizi</i>	6,5	5,7	<b>18,6</b>	8,2	<b>19,3</b>	12,7
<i>Qualità delle produzioni artigiane/ industriali</i>	3,2	<b>25,7</b>	<b>16,5</b>	8,2	1,8	9,5
<i>Valore storico/culturale/tradizionale</i>	6,5	7,1	6,2	<b>5,6</b>	<b>11,1</b>	7,5
<i>Nessuno in particolare/non so</i>	3,2	<b>34,3</b>	<b>39,2</b>	19,0	26,3	25,3

\* Il totale è superiore a 100,0 in quanto erano possibili 2 risposte

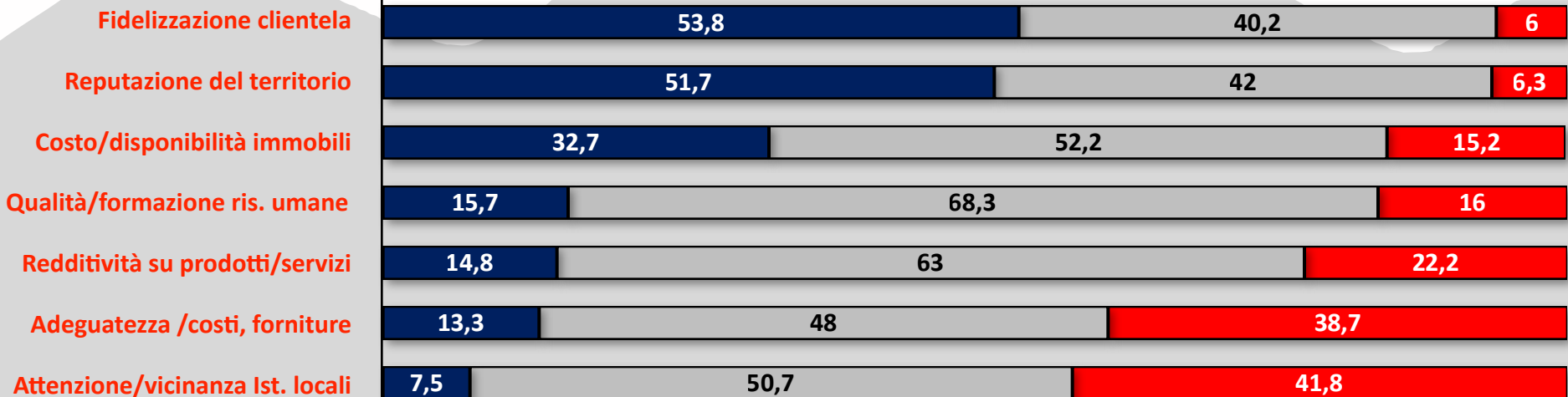
La localizzazione dell'impresa in un comune montano è..



Le indicazioni del campione in base a: area geografica, abitanti e altitudine

	Un punto di forza	Un elemento di debolezza	Né forza né debolezza
<b>Area geografica</b>			
Nord	36,8	20,9	42,3
Centro	32,4	10,8	56,8
Sud	29,4	36,4	34,2
<b>Ampiezza demografica</b>			
≤ 2.000 abitanti	35,2	23,5	41,3
2.001-5.000 abitanti	37,3	22,0	40,7
5.001-15.000 abitanti	33,6	23,5	43,0
Oltre 15.000 abitanti	27,0	27,0	45,9
<b>Settore di attività</b>			
Agricoltura	51,6	25,8	22,6
Attività manifatturiere	28,6	24,3	47,1
Costruzioni	16,5	26,8	56,7
Commercio e ristorazione	35,5	24,2	40,3
Trasporto e altri servizi	39,8	21,1	39,2

As

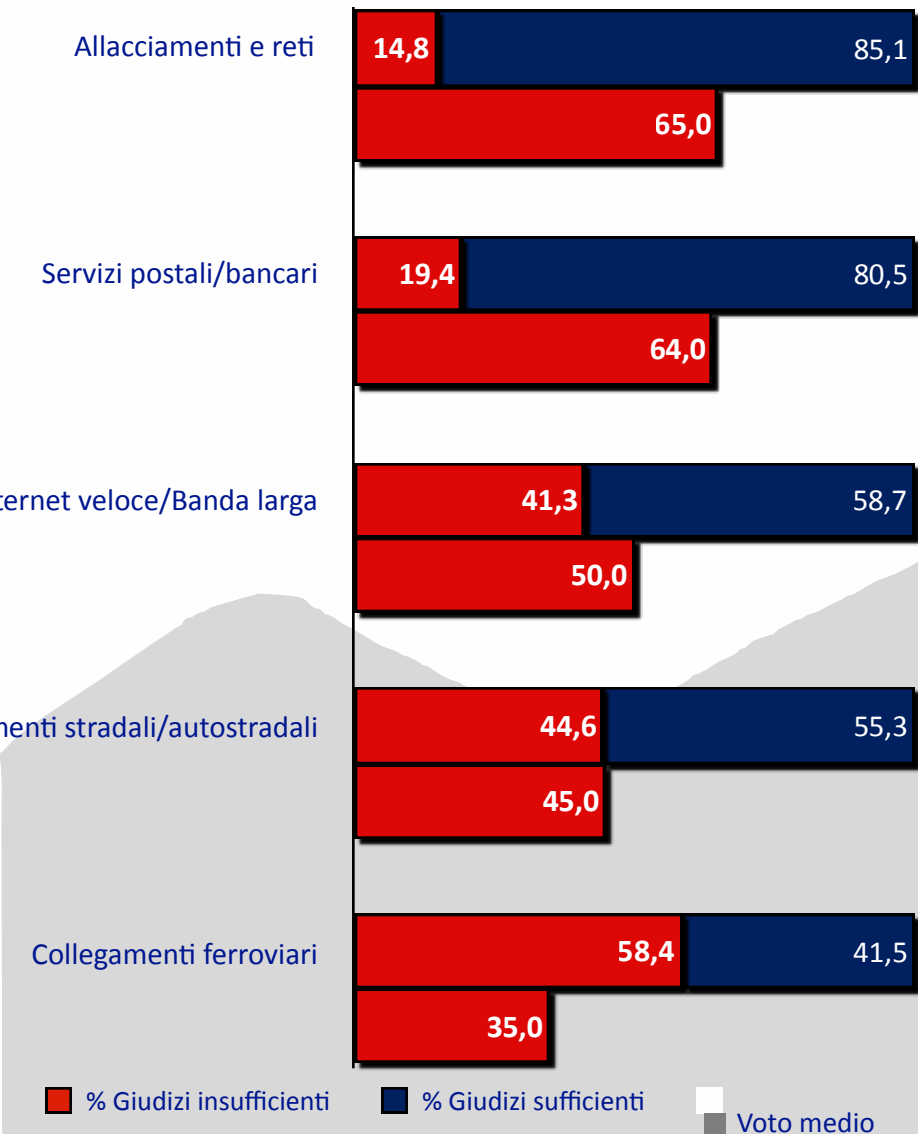


	Fidelizzazione clientela			Reputazione territorio			Costo/disponibilità immobili			Qualità/formazione RU		
Nord	58,3	2,3	39,4	<b>63,2</b>	3,6	33,1	36,8	18,9	44,4	17,9	20,2	61,9
Centro	60,4	1,8	37,8	49,5	3,6	46,8	36,0	9,9	54,1	19,8	8,1	72,1
Sud	42,8	14,4	42,8	34,2	<b>12,3</b>	<b>53,5</b>	24,1	12,3	63,6	9,6	<b>13,9</b>	76,5
Agricoltura	<b>58,1</b>	6,5	35,5	<b>80,6</b>	3,2	16,1	32,3	16,1	51,6	<b>32,3</b>	6,5	61,3
Manifattura	<b>51,4</b>	5,7	42,9	<b>45,7</b>	5,7	48,6	<b>38,6</b>	18,6	42,9	<b>21,4</b>	17,1	61,4
Costruzioni	37,1	<b>7,2</b>	<b>55,7</b>	32,0	<b>10,3</b>	57,7	21,6	<b>23,7</b>	54,6	11,3	<b>24,7</b>	63,9
Commercio/ristorazione	<b>65,8</b>	5,2	29,0	<b>57,6</b>	7,4	35,1	<b>33,3</b>	13,9	52,8	11,3	<b>12,6</b>	76,2
Altri servizi	47,4	6,4	46,2	<b>52,0</b>	3,5	44,4	<b>35,7</b>	10,5	53,8	18,7	17,0	64,3
<b>Totale</b>	<b>53,8</b>	<b>6,0</b>	<b>40,2</b>	<b>51,7</b>	<b>6,3</b>	<b>42,0</b>	<b>32,7</b>	<b>15,2</b>	<b>52,2</b>	<b>15,7</b>	<b>16,0</b>	<b>68,3</b>

	Redditività su prodotti/servizi			Adeguatezza /costi forniture, approv..			Attenzione/vicinanza Istituzioni locali		
Nord	14,2	<b>24,2</b>	61,6	14,6	<b>43,7</b>	41,7	7,9	40,1	52,0
Centro	20,7	13,5	65,8	18,0	27,0	55,0	7,2	38,7	54,1
Sud	12,3	<b>24,1</b>	63,6	8,6	37,4	54,0	7,0	<b>46,5</b>	46,5
Agricoltura	12,9	<b>35,5</b>	51,6	22,6	<b>45,2</b>	32,3	9,7	35,5	54,8
Manifattura	<b>20,0</b>	24,3	55,7	25,7	<b>44,3</b>	30,0	8,6	42,9	48,6
Costruzioni	16,5	20,6	62,9	12,4	39,2	48,5	4,1	44,3	51,5
Commercio/ristorazione	14,3	23,4	62,3	12,1	<b>44,2</b>	43,7	5,2	<b>46,3</b>	48,5
Altri servizi	12,9	18,1	69,0	8,8	27,5	63,7	11,7	35,1	53,2
<b>Totale</b>	<b>14,8</b>	<b>22,2</b>	<b>63,0</b>	<b>13,3</b>	<b>38,7</b>	<b>48,0</b>	<b>7,5</b>	<b>41,8</b>	<b>50,7</b>

*Il settore di attività e l'area geografica evidenziano una specificità nei vantaggi percepiti dalle imprese. Più trasversale il sistema dei vincoli.*

% giudizi SUFFICIENTI e INSUFFICIENTI e  
VOTO MEDIO su presenza/adequatezza dei  
seguenti servizi nel territorio

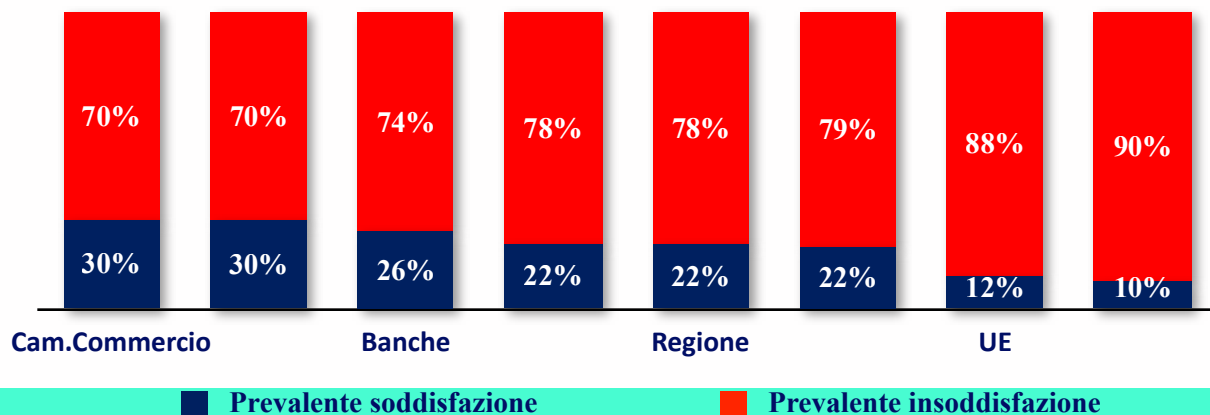


### Voto attribuito ai diversi servizi sul territorio

	Allaccia- menti e reti	Servizi postali/ bancari	Internet veloce/ Banda larga	Strade/ Auto- strade	Ferrovie
<b>Ampiezza demografica</b>					
≤2.000 ab.	6,4	5,9	5,3	5,2	4,3
2-5.000 ab.	6,4	6,4	5,5	5,5	4,9
5-15.000 ab.	6,8	6,7	5,8	5,8	5,2
>15.000 ab.	6,6	6,7	6,3	5,8	5,1
<b>Area geografica</b>					
Nord	6,8	6,5	5,8	5,8	5,1
Centro	6,3	6,5	5,7	5,9	5,7
Sud	6,2	6,1	5,4	4,9	3,9
<b>Altitudine media</b>					
≤400 mt slm	7,0	6,9	6,4	6,3	6,0
4-600 mt slm	6,4	6,4	6,0	5,7	4,8
6-800 mt slm	6,4	6,2	5,3	5,3	4,3
>800 mt slm	6,3	6,1	5,1	5,1	4,2



## Soddisfazione per attenzione/azioni di sostegno alle imprese montane, realizzate da...



## I «soddisfatti» per area geografica

	Nord	Centro	Sud
Camera di Commercio	45,3	3,5	16,4
Comune	38,8	24,4	16,3
Banche	38,0	5,4	17,0
Com. Montana/ass. com.	33,2	8,6	10,5
Regione	31,6	6,7	14,4
Provincia	31,2	7,1	11,7
UE	17,1	4,8	6,1
Governo	13,2	2,6	9,0

## Iniziative che dovrebbero essere sostenute dalle Istituzioni per rilanciare l'economia e le opportunità di crescita delle imprese. V.%



## Richieste per settore di attività

	Agri-coltura	Mani-fattura	Costru-zioni	Comm./ristor.	Altr. servizi
Burocrazia	45,2	60,0	58,8	42,0	42,7
Fiscalità	32,3	45,7	27,8	24,2	19,9
Marketing	41,9	22,9	10,3	29,4	26,3
Accessibilità	16,1	15,7	12,4	15,6	19,9
Start up	6,5	5,7	8,2	12,6	22,8
Spopolamento	16,1	10	11,3	14,3	12,3
Territorio	32,3	10	8,2	14,3	5,8
Legalità	3,2	5,7	14,4	7,4	8,2

Imprese che negli ultimi 5 anni hanno usufruito di vantaggi economici/finanziamenti per lo sviluppo delle aree montane. V.%

8,5

### Principali finalità dei finanziamenti ricevuti (base: 12% del campione)

<i>Acquisto/sostituzione/revisione macchinari/attrezzature</i>	31,9
<i>Inserimento/formazione del personale</i>	27,8
<i>Acquisto/ristrutturazione immobili destinati a produzione/magazzini, ecc.</i>	26,4
<i>Efficientamento energetico/ ambientale</i>	22,2
<i>Avvio attività/costituzione nuova impresa</i>	12,5
<i>Riconversione attività</i>	2,8
<i>Rafforzamento opportunità di mercato (internazionalizzazione, reti, ecc.)</i>	1,4

### Tipologia di finanziamenti ricevuti (base: 12% del campione)

<i>Finanziamenti a fondo perduto</i>	47,8
<i>Finanziamenti agevolati/garanzie fidi</i>	44,9
<i>Riduzione costi energetici</i>	8,7
<i>Defiscalizzazioni</i>	5,8

*Soltanto un'impresa intervistata su 10 afferma di aver beneficiato di finanziamenti e/o agevolazioni destinate allo sviluppo dei territori montani.*

*Importante invece la destinazione degli stessi per il mantenimento/rafforzamento della competitività e presenza sul mercato delle stesse imprese.*



# La responsabilità ambientale d'impresa

Misura in cui l'intervistato è d'accordo nel ritenere l'impresa responsabile della qualità ambientale. V.%



**ACCORDO:**  
77,5%

**DISACCORDO:**  
22,5%

*Diffusa e trasversale l'auto-attribuzione di una responsabilità ambientale da parte delle imprese, in particolare al Nord.*

*Forte prevalenza in tutti i settori (100% agricoltura e 84,3% manifatturiero), con maggiori resistenze nelle costruzioni. Più «responsabili» gli imprenditori a capo di «imprese storiche» e di strutture di maggiori dimensioni - perché la responsabilità ambientale ha un costo - ma anche gli imprenditori anagraficamente più maturi. Più cauto l'atteggiamento dei giovani imprenditori.*

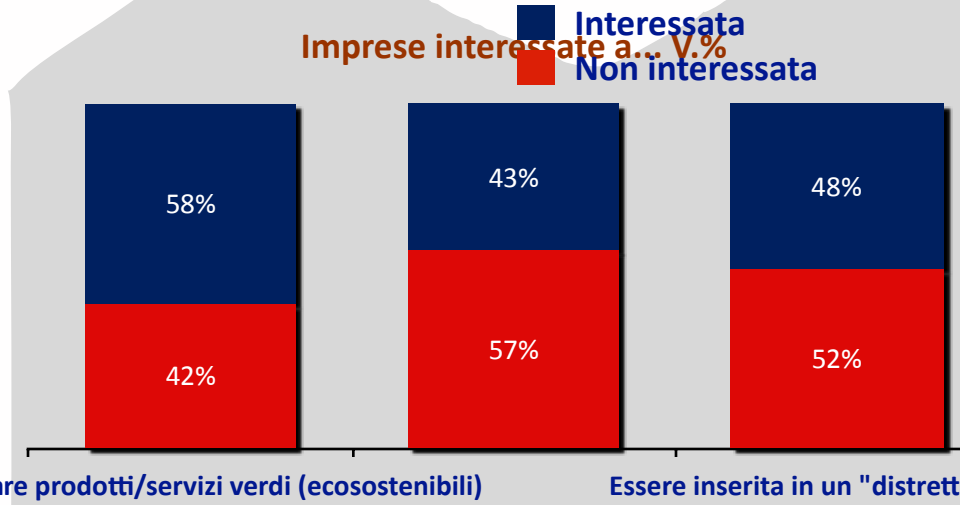
	Del tutto + abbastanza d'accordo	Poco + per niente d'accordo
<b>Disaggregazione per area geografica</b>		
Nord	87,1	12,9
Centro	64,0	36,0
Sud	70,1	29,9
<b>Disaggregazione per settore di attività</b>		
Agricoltura	100,0	0,0
Attività manifatturiere	84,3	15,7
Costruzioni	70,1	29,9
Commercio e ristorazione	76,6	23,4
Trasporto e altri servizi	76,0	24,0
<b>Disaggregazione per anno di costituzione dell'impresa</b>		
Prima del 1970	91,8	8,2
Tra il 1970 e il 1989	88,4	11,6
Tra il 1990 e il 1999	80,7	19,3
Dopo il 2000	71,3	28,7
<b>Disaggregazione per età del titolare</b>		
Fino a 39 anni	75,8	24,2
40-49 anni	75,7	24,3
50+ anni	82,1	17,9
<b>Disaggregazione per numero di addetti dell'impresa</b>		
Fino a 2 addetti	68,4	31,6
3-5 addetti	76,4	23,6
6-9 addetti	84,8	15,2
≤10 addetti	91,1	8,9
Totale	77,5	22,5



# La «responsabilità ambientale» dell'impresa

Azioni realizzate negli ultimi 3 anni dalle imprese, per contribuire alla salvaguardia del patrimonio ambientale.  
V. %

...Benefici ottenuti (base 366). V. %



Settore di attività	Imprese interessate per settore di attività a...		
	Acquistare prodotti/servizi verdi	Realizzare prodotti/servizi verdi	Essere inserita in un "distretto verde"
Agricoltura	88,0	84,0	77,3
Manifattura	70,6	66,0	67,4
Costruzioni	53,6	45,1	37,1
Commercio	50,0	38,1	35,5
Alloggio/ristorazione	86,4	64,2	80,4
Altri servizi	43,5	19,7	37,9