

Tuscia Economica

Supplemento al

Mensile informativo edito dalla Camera di Commercio di Viterbo

Direttore responsabile: *Autorizzazione richiesta*

Autorizzazione del tribunale di Viterbo n. 2 del 27-3-1948

via Fratelli Rosselli 4, tel. 0761 2341, fax 0761 345755, www.vt.camcom.it
numero 1, Gennaio-Giugno 2011

TUSCIA ECONOMICA

periodico a cura della Camera di Commercio,
Industria, Artigianato e Agricoltura di Viterbo

Direttore responsabile
autorizzazione richiesta

Supplemento al n. 8-9/2011

Le opinioni espresse nei singoli articoli non impegnano la Direzione.
È vietata la riproduzione anche parziale del testo e delle illustrazioni senza citarne la fonte.
Per riproduzione a puntate è obbligo ripetere la citazione.

Autorizzazione del Tribunale di Viterbo n. 2 del 27-3-1948
Stampato presso la Tipografia Agnesotti - Viterbo

Indice

1	Relazione economica della Provincia di Viterbo per il 2010	pag. 7
2	La programmazione turistica a livello locale: il caso della Provincia di Viterbo	pag. 17
3	Il costo della fornitura di energia elettrica pagato dalle imprese in provincia di Viterbo Rapporto 2011	pag. 27
4	Appendice Statistica	pag. 53

Presidente:

- PALOMBELLA Ferindo

Vice Presidente:

- GIULIANI Marco

Giunta Camerale

- BATTISTELLI Gabriel
- BOCCOLINI Franco
- CORETTI Petronio
- DELLI IACONI Antonio
- MESCHINI Adalberto
- ORSOLINI Rino
- PELOSI Massimo
- PEPARELLO Vincenzo

Segretario Generale

- MONZILLO Francesco

Collegio dei Revisori dei Conti:

- ROMEO Teresa (Presidente)
- DI RIENZO Maria Modesta
- ARCANGELI Andrea

Relazione Economica della Provincia di Viterbo per il 2010

a cura dell'Ufficio Studi Statistica

Il movimento demografico

La popolazione residente nella provincia di Viterbo a fine 2010 è stata di 320.294 persone, con un aumento dello 0,68% rispetto al 2009. L'analisi del bilancio demografico mostra una crescita complessiva della popolazione provinciale, dovuta ai flussi migratori in entrata che hanno determinato un aumento della popolazione residente con un saldo migratorio positivo pari a 3.077 unità (immigrati meno emigrati) ed un saldo naturale negativo di 922 unità (nati meno morti).

Osservando però la distribuzione della popolazione per classi di età, emerge che Viterbo risulta nel Lazio la provincia che, dopo Rieti, ha una percentuale più elevata di persone con un'età pari o superiore a 65 anni (21,1%), a fronte di una media nazionale di circa un punto percentuale in meno (20,2%). Da alcuni anni il tema dell'invecchiamento della popolazione locale è tema di dibattito ed al centro di numerose riflessio-

ni, tra cui la principale è che una esigua quota di popolazione giovane fatica – e faticherà sempre più nel tempo – a mantenere la ben consistente quota di popolazione più anziana. In generale, gli indicatori inerenti la struttura demografica della provincia di Viterbo mostrano un quadro sostanzialmente invariato rispetto agli anni passati, con una popolazione composta in maniera significativa da persone escluse dall'età lavorativa; ciononostante l'indice di dipendenza strutturale, che esprime il rapporto tra la popolazione al di sotto dei 14 e al di sopra dei 65 anni e la popolazione tra i 15 e i 64 anni, sebbene elevato, risulta essere in linea rispetto al dato medio regionale, e inferiore alla media italiana (Viterbo 50,6, Lazio 50,9, Italia 52,2).

Inoltre, i due indici di cui si compone, ossia l'indice di dipendenza giovanile (18,8) e quello di dipendenza degli anziani (31,8) risultano – dopo Rieti – rispettivamente il più basso e il più elevato rispetto alle altre ripar-

tizioni territoriali considerate, ad indicare che la popolazione giovanile è sottodimensionata rispetto alla restante. Di contro, la popolazione in età anziana conferma la maggiore incidenza non solo tramite l'indice di dipendenza degli anziani ma anche e soprattutto tramite l'indice di vecchiaia, pari a 169,5, anch'esso il peggiore nel contesto laziale solo dopo Rieti.

Anche l'indice di struttura e quello di ricambio, che evidenziano rispettivamente il grado di invecchiamento della popolazione ed il rapporto tra coloro che escono dalla condizione lavorativa e coloro che vi entrano, mostrano valori molto elevati (117,4 e 144,6).

Osservando la suddivisione della popolazione viterbese per numero di famiglie, emerge che in provincia sono presenti 137.836 nuclei familiari, mediamente composti da 2,31 persone, derivante da un basso tasso di natalità e da un elevato indice di vecchiaia.

Tav. 1 - Popolazione residente e movimento demografico nel 2010 – Provincia di Viterbo

	Maschi	Femmine	Totale
Popolazione al 1° Gennaio	155.131	163.008	318.139
Nati	1351	1294	2645
Morti	1795	1772	3567
Saldo Naturale	-444	-478	-922
Iscritti da altri comuni	4.020	3.853	7.873
Iscritti dall'estero	1.193	1.439	2.632
Altri iscritti	78	35	113
Cancellati per altri comuni	3.410	3.454	6.864
Cancellati per l'estero	190	163	322
Altri cancellati	241	114	355
Saldo Migratorio	1.466	1.611	3.077
Popolazione al 31 Dicembre	156.153	164.141	320.294

Fonte: ISTAT – Statistiche demografiche 2010

Settore Agricoltura

Il settore agricolo viterbese ha evidenziato, negli ultimi tre anni, notevoli difficoltà, legate sicuramente al periodo di crisi che ha coinvolto l'economia nazionale e che ha influenzato anche i comparti che compongono l'economia locale. Le sofferenze del settore derivano dall'aumento del costo dei fattori di produzione in particolare gasolio agricolo e concimi e dalla forte concorrenza straniera. Se si confrontano i dati del 2009 con i dati del 2010 si nota una generale flessione della superficie totale investita per molte coltivazioni agricole, che già negli ultimi anni avevano subito una diminuzione. Spesso alla minore superficie coltivata corrisponde anche una minore produzione in termini quantitativi. Tra le coltivazioni cerealicole troviamo una diminuzione della superficie coltivata di grano tenero (-13%), grano duro (-2,1%), avena (-37,5%), girasole (-29,3%), invariata la superficie di mais mentre si rileva un leggero aumento per l'orzo (+8%). Per quanto riguarda le quantità prodotte una forte diminuzione si segnala per avena (-39,7%) e girasole (-35,8%), per il grano tenero ed il mais la produzione è stabile mentre per grano

duro ed orzo di registra un aumento rispettivamente del 23,2% e del 19% circa.

Tra le piante da tubero troviamo la patata, coltura molto importante per il territorio provinciale la cui produzione ha subito un calo del 20% a parità di superficie coltivata.

La coltivazione di ortaggi evidenzia un aumento della superficie solo per asparago finocchio e peperone a cui corrispondono aumenti significativi nelle quantità prodotte: finocchio (+34,5%) melone (+22%) e peperone (+7,1%). Leggera diminuzione per cocomero e pomodoro da industria. Quest'ultimo ha risentito maggiormente dell'importazione di prodotti stranieri a prezzi più bassi con una evidente situazione di crisi per gli agricoltori che sono stati costretti a vendere alle industrie conserviere a prezzi non remunerativi o a lasciare il prodotto sul campo.

Nella frutta fresca non si registrano particolari diminuzioni di superficie mentre si riscontra un positivo aumento nella produzione di pesco (35,5%), pesca nettarina (27,1%), melo (12%) e kiwi (5,3%).

Il 2010 si conferma un anno critico per le produzioni dei Monti Cimini, da una parte il mercato delle nocciole compromesso dalla produzione

proveniente dalla Turchia, dall'altra quello delle castagne devastato dal cinipide galligeno, il parassita che dal 2005 ha decimato gran parte della produzione castanicola della Toscana. Per le nocciole si è registrata una diminuzione di prodotto del 18,5% a causa di forti piogge nel periodo dell'impollinazione e dell'attecchimento mentre perdite molto più pesanti si sono registrate per le castagne.

E' allo studio la diffusione sulle piante del "Torymus", il parassita che dovrà, in più fasi, debellare il cinipide galligeno.

Sia le nocciole che le castagne hanno ricevuto importanti riconoscimenti per l'elevata qualità dei prodotti con il riconoscimento di DOP "Nocciola Romana" e la DOP "Castagna di Vallerano".

Per quanto riguarda le coltivazioni legnose di uva da vino e olivo nel 2010 la superficie investita è rimasta invariata mentre si registra un calo nella produzione di uva da vino del 30% circa anche se la qualità è stata eccellente. In notevole aumento la produzione di olive (+59%) grazie alle favorevoli condizioni atmosferiche. Anche il vino e l'olio della Toscana Viterbese hanno ottenuto riconoscimenti qualitativi 7 DOC e 3

IGT per i vini e due DOP per l'olio. Questi riconoscimenti qualitativi permettono una maggiore valorizzazione dei prodotti e del territorio di provenienza e garantiscono il consu-

matore in quanto il disciplinare di produzione prevede rigidi controlli qualitativi. In un mercato sempre più competitivo, i prodotti di qualità certificata possono rappresentare un

punto di forza per lo sviluppo dei sistemi agroalimentari locali. Fondamentale però attivare sinergie e relazioni commerciali con il sistema economico locale (ristorazione, turi-

Tav. 2 - Superfici e produzioni agricole in provincia di Viterbo

	Superficie investita (ha)			Produzione in Quintali		
	2009	2010	Var. %	2009	2010	Var. %
Grano Tenero	2.300	2.000	-13,0	64.400	64.000	-0,6
Grano duro	23.500	23.000	-2,1	634.500	782.000	23,2
Mais	4.200	4.200	0,0	504.000	504.000	0,0
Orzo	6.200	6.700	8,1	186.000	221.200	18,9
Avena	800	500	-37,5	22.400	13.500	-39,7
Girasole	750	530	-29,3	12.375	7.950	-35,8
Patata	1.200	1.210	0,8	379.900	302.500	-20,4
Asparago	383	380	-0,8	26.749	28.125	5,1
Carciofo	266	255	-4,1	52.800	52.800	0,0
Finocchio	118	150	27,1	33.450	45.000	34,5
Peperone	70	75	7,1	22.400	24.000	7,1
Pomodoro industria	1.070	1.050	-1,9	995.100	945.000	-5,0
Popone o melone	220	230	4,5	79.200	96.600	22,0
Cocomero	230	215	-6,5	108.100	96.750	-10,5
Pesco	265	260	-1,9	50.630	68.600	35,5
Nettarino	21	20	-4,8	4.250	5.400	27,1
Melo	127	127	0,0	39.680	44.450	12,0
Susino	35	32	-8,6	4.900	4.160	-15,1
Actinidia o Kiwi	470	470	0,0	105.340	110.880	5,3
Nocciole	17.638	17.708	0,4	344.393	280.800	-18,5
Uva da vino	5.193	5.167	-0,5	539.285	379.025	-29,7
Olivo	21.040	21.000	-0,2	356.915	567.000	58,9

Fonte: Elaborazioni Ufficio Statistica CCIAA di Viterbo su dati ISTAT

simo, commercio, artigianato), fungendo così effettivamente da strumento di marketing.

L'indagine congiunturale per il settore agricolo per il 2010 ha evidenziato, negli ultimi tre anni, notevoli difficoltà, legate sicuramente al periodo di crisi che ha coinvolto l'economia nazionale e che si è riversato anche sui comparti che compongono l'economia locale. In particolare, per quanto concerne l'andamento dei principali indicatori congiunturali agricoli, la flessione risulta netta a partire dal 2007, anche se il periodo peggiore è stato nel triennio 2008-2010, che ha visto decrescere tutti gli indicatori, fatta eccezione per l'occupazione, che dal 2009 sembra in ripresa. Tale fenomeno è

probabilmente dovuto al fatto che nel comparto pesa molto la stagionalità e, a maggior ragione in un periodo di difficoltà, potrebbero essere aumentati i contratti atipici, che sgravano le aziende di costi fissi difficilmente sostenibili in fasi cicliche come il biennio passato. Sebbene dagli indicatori traspare ancora una certa sfiducia degli operatori, la negatività degli anni passati sembra alle spalle, cosicché per il 2010 il fatturato è rimasto stabile, mentre l'occupazione, il portafoglio ordini e la produzione hanno avuto una lieve flessione (rispettivamente -0,3%, -0,8% e -1,2%).

Un aspetto decisamente importante per la ripresa aziendale è costituito dagli investimenti, in grado di con-

ferire maggiore competitività alle imprese; a tal proposito, a Viterbo la quota di aziende agricole che dichiara di aver effettuato investimenti nel 2010 è pari al 28,3% del totale, in aumento dello 0,7% rispetto al 2009. La principale finalità degli investimenti è rappresentata da operazioni quali la sostituzione di macchinari obsoleti (46,7%), la riduzione dei costi (33,3%) o l'aumento della capacità produttiva (33,3%). Solamente il 13,3% delle aziende dichiara di aver effettuato investimenti per adeguarsi allo standard competitivo o accedere a nuovi segmenti di mercato, segno che al momento si è potuta dare la priorità alle operazioni impellenti e strettamente necessarie.

Il patrimonio zootecnico

Per il 2010 si confermano le difficoltà del settore zootecnico già segnalate negli anni scorsi quali gli elevati costi di gestione e di fattori pro-

duttivi come mangimi e costi energetici. La consistenza del bestiame delle varie categorie zootecniche aveva già subito un calo negli ultimi anni anche a causa di una riduzione nel consumo di carne. Da dicembre 2009 a dicem-

bre 2010 si registrano discrete diminuzioni per i bovini ed ovini (-1,8%), i caprini sono diminuiti del 3%, mentre si rileva una flessione significativa per i suini a causa della chiusura di un allevamento in provincia.

Tav. 3 - Consistenza degli allevamenti di bestiame

VARIETA' ZOOTECNICHE	Dic. 2009	Dic. 2010	VAR. %
Bovini	38.000	37.300	-1,8%
Ovini	329.000	323.000	-1,8%
Caprini	5.100	4.950	-3%
Equini	6.300	6.300	0
Suini	27.450	24.000	-12,8%

Fonte: Ufficio Statistica CCIAA di Viterbo

Settore manifatturiero

In un contesto in cui la produzione industriale, il fatturato e gli ordini stentano a prendere velocità, le esportazioni risultano abbastanza vivaci, la situazione vissuta dalle imprese manifatturiere viterbesi nel 2010 è in parziale ripresa anche se permangono le difficoltà come è evidente guardando gli indicatori congiunturali che sono per la maggior parte negativi.

Ad aver maggiormente risentito della difficoltà è stato il portafoglio ordini (-5,6% rispetto al 2009), seguito da produzione e fatturato (-3,1% per entrambe). Anche per l'occupazione si è registrato un calo dell'1,2%, mentre gli investimenti totalizzano un aumento del +11,1% do-

vuto principalmente agli investimenti effettuati nel comparto della lavorazione di ceramica e affini e delle altre attività manifatturiere (rispettivamente +18,2% e +16,4%). Queste ultime sono quelle che, all'interno del manifatturiero, mostrano le performance migliori in merito a tutti gli indicatori, che esibiscono variazioni positive comprese tra +2,4% della produzione e +8,1% degli occupati.

Tutti gli altri comparti presentano evidenti difficoltà, specialmente il legno mobilio e l'estrattivo, con variazioni negative soprattutto riguardo a produzione e portafoglio ordini; anche i comparti tessile/abbigliamento ed alimentare non mostrano variazioni particolarmente incoraggianti. Tuttavia, l'occupazione appa-

re in aumento nel secondo comparto (+1,1%) e stabile nel primo, mentre gli investimenti sono positivi per entrambi, sebbene in maniera inferiore alla media del settore (rispettivamente +2,8% e +1,9%).

Tutti i comparti mettono in luce evidenti cali di fatturato, fatta eccezione per le altre manifatturiere, che sono le uniche imprese ad esibire una variazione positiva in proposito (+2,4%), ancorché insufficiente a portare in positivo la variazione dell'intero comparto (-3,1%). A questo proposito, probabilmente ha influito anche la bassa quota di fatturato esportato, pari all'8,9% del fatturato complessivo e riguardante solamente una minima quota di imprese manifatturiere viterbesi (10,5% del totale).

Tav. 4 – Andamento dei principali indicatori di performance delle imprese manifatturiere della provincia di Viterbo nel (2010 rispetto al 2009; variazioni quantitative in %)

	Alimentari	Tessili, abbigl.	Legno, mobilio	Estrattive	Metalm.	Lavorazione ceramica e affini	Altre man.	Totale
Produtz.	-7,5	-10,0	-10,6	-11,6	-1,9	-1,2	2,4	-3,1
Fatturato	-4,5	-10,2	-9,9	-9,4	-2,1	-3,6	5,5	-3,1
Occupati	1,1	0,0	-6,0	-5,5	-3,2	-3,1	8,1	-1,2
Port.Ord.	-5,0	-5,9	-10,2	-12,2	-0,5	-10,2	7,8	-5,6
Investim.	2,8	1,9	0,7	-1,3	3,5	18,2	16,4	11,1

Fonte: Osservatorio Economico di Viterbo

Gli investimenti effettuati dalle imprese, unica voce congiunturale positiva, sono serviti soprattutto a sostituire macchinari obsoleti (53,7%

delle imprese), ad aumentare la capacità produttiva (39%) o ad accedere a nuovi segmenti di mercato (14,6%), aspetto particolarmente

importante per le aziende manifatturiere poiché ne permette il riposizionamento sul mercato, esigenza più sentita del normale.

Costruzioni

Nonostante il periodo di recessione si sia fatto sentire anche all'interno del comparto edile viterbese, va sottolineato che i cali registrati dagli indicatori risultano quasi tutti inferiori alla media complessiva, fatta eccezione per la produzione, in flessione rispetto al 2009 del -9%.

La performance migliore è stata registrata dall'occupazione, in aumento dell'1,3%, probabilmente legato alla componente atipica del lavoro, che caratterizza fortemente questo comparto; l'ipotesi è che in un momento difficile si preferisca non assumere personale fisso, specialmente in un comparto che già per sua stessa natura è fortemente caratterizzato dall'occu-

pazione temporanea. Seguono gli investimenti, quasi stabili rispetto al 2009 (-0,4%), effettuati tuttavia da una quota di imprese piuttosto esigua (11,9%) al fine soprattutto di sostituire macchinari obsoleti (50%) ma anche di adeguare la propria capacità competitiva (37,5%), risparmiare energia, accedere a nuovi segmenti di mercato o aumentare la capacità produttiva (12,5%).

Tav. 5 – Andamento dei principali indicatori di performance delle imprese delle costruzioni della provincia di Viterbo (2010 rispetto al 2009; variazioni quantitative in %)

	Costruzioni
Attività	-9,0
Fatturato	-3,0
Occupati	1,3
Port. Ordini	3,1
Investimenti	-0,4

Fonte: Osservatorio Economico Provinciale, 2010

Settore Terziario

Nell'ambito del panorama economico provinciale, anche il comparto terziario ha registrato alcune criticità. Le imprese viterbesi afferenti al comparto del commercio evidenziano il calo più importante degli indicatori congiunturali, registrando una redditività di gestione pari a -13,4% ed un fatturato pari a -9,4%, seguiti da un portafoglio ordini in diminuzione dell'8,1% e dall'occupazione in calo del -3,6%.

Anche gli investimenti nel commercio esprimono un momento di forte difficoltà. La quota di imprese che dichiara di averne effettuati è pari al 15,4%, con la finalità di sostituire le attrezzature (33,3%) ma anche di effettuare innovazione operativa, adeguare il proprio standard competitivo o aumentare la propria capacità operativa (25%). Per il 16,7% delle imprese gli investimenti hanno rappresentato l'opportunità di effettuare innovazione organizzativa e per l'8,3% sono serviti ad accedere a nuovi segmenti di mercato, fatto particolarmente degno di nota poiché in un periodo come quello attuale di tentativo di uscita dalla crisi dei consumi, il riposizionamento per un'impresa del commercio costituisce senza dubbio una delle poche armi vincenti.

Per il settore dei servizi le difficoltà, si sono concretizzate in indicatori

congiunturali quasi tutti negativi; in particolare, la redditività di gestione ha evidenziato il calo più marcato (-8% rispetto al 2009), seguita da fatturato e portafoglio ordini (rispettivamente -7,4% e -6,2%). Di contro, l'occupazione e gli investimenti risultano in aumento rispettivamente del +3,2% e del +1,5%, quest'ultimo dovuto principalmente alle ottime performance del comparto turistico (+7,6%) e dei servizi alle persone (+3,5%). Le imprese afferenti a quest'ultimo comparto sono quelle che, all'interno del settore, mostrano le performance migliori in merito a tutti gli indicatori, con occupazione ed investimenti in aumento (rispettivamente +4,9% e +3,5%) e fatturato, portafoglio ordini e redditività di gestione che, sebbene siano in diminuzione, esibiscono variazioni meno pesanti di quanto registrano invece turismo e terziario avanzato.

Il commercio estero

Nel 2010 l'analisi dell'andamento dei flussi dell'export e dell'import evidenzia un netto e generale miglioramento rispetto agli anni precedenti, sia a Viterbo che a livello regionale e nazionale; dinamiche che vanno interpretate, però, tenendo conto della sostenuta contrazione degli scambi commerciali nell'anno precedente. L'export della Tuscia, che fino al 2009 aveva registrato una progressi-

va flessione, più importante di quella riscontrata nel Lazio ed in Italia, nel 2010 mostra un deciso aumento delle esportazioni (+17,74%) che le consente di porsi al di sopra della media nazionale (Italia +15,72%), sebbene inferiore al dato regionale (Lazio +23,98%).

Occorre ricordare che i rapporti commerciali con l'estero non sono mai stati al centro dell'economia viterbese, e che la provincia esporta all'estero un volume di merci piuttosto basso se confrontato con le altre province italiane.

I prodotti del manifatturiero rappresentano, l'84,4% delle vendite fatte all'estero nel 2010 e registrano un +15,3% rispetto all'anno precedente. Entrando nel dettaglio, le esportazioni di ceramiche, che nel 2009 avevano subito un forte decremento rispetto all'anno precedente, nel 2010 mostrano una maggiore stabilità restando lontani dai livelli pre-crisi; in particolare gli "altri prodotti in porcellana e in ceramica" registrano un aumento dell'export dell'1,1%, segno comunque di una tenuta alla fortissima concorrenza nel settore proveniente da Paesi a basso costo del lavoro, Cina ed Est Europa *in primis*.

Anche i prodotti agricoli e agroindustriali, la seconda voce per importanza dell'export viterbese, mettono a segno una notevole crescita; si registra, infatti un +101,5% nel settore

della trasformazione dei prodotti alimentari e delle bevande, ed un +33,6% nel segmento primario. Ottima la performance di comparti di minore peso sull'export quali: industria tessile (+53,9%) e comparto

dei prodotti chimici (+78,1%). È da notare che, al di là delle produzioni manifatturiere tipiche della Tuscia, vi è una quasi totale assenza, nel territorio provinciale, di un tessuto imprenditoriale impegnato in

quei settori chiave capaci di trainare l'export, ossia quei comparti (come la chimica farmaceutica e la meccanica) ad alto valore aggiunto e con elevate capacità di innovazione tecnologica.

Tav. 6 - Esportazioni della provincia di Viterbo per settore di attività (2009 – 2010; valori in euro ed in %)

	2009	2010	Composizione % 2010	Var % 2010/2009
PRODOTTI AGRICOLT., SILVICOLTURA, PESCA	27.523.275	36.765.259	13,3	33,6
PROD. ESTRAZ. DI MINERALI DA CAVE	2.474.425	3.109.886	1,1	25,7
PRODOTTI DELLE ATTIVITA' MANIFATTURIERE	202.905.230	234.045.612	84,4	15,3
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	21.672.058	43.663.726	15,8	101,5
<i>Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne</i>	<i>1.761.787</i>	<i>4.687.602</i>	<i>1,7</i>	<i>166,1</i>
<i>Frutta e ortaggi lavorati e conservati</i>	<i>11.184.093</i>	<i>32.159.339</i>	<i>11,6</i>	<i>187,5</i>
Coke e prodotti petroliferi raffinati	411.544	4.817	0,0	-98,8
Sostanze e prodotti chimici	3.201.579	5.701.805	2,1	78,1
Articoli in gomma e materie plastiche, ecc.	108.717.544	109.009.479	39,3	0,3
<i>Articoli in gomma</i>	<i>135.381</i>	<i>1.271.021</i>	<i>0,5</i>	<i>838,8</i>
<i>Articoli in materie plastiche</i>	<i>10.533.319</i>	<i>10.429.569</i>	<i>3,8</i>	<i>-1,0</i>
<i>Materiali da costruzione in terracotta</i>	<i>6.403.181</i>	<i>6.436.050</i>	<i>2,3</i>	<i>0,5</i>
<i>Altri prodotti in porcellana e in ceramica</i>	<i>81.088.870</i>	<i>81.969.417</i>	<i>29,6</i>	<i>1,1</i>
<i>Prodotti in calcestruzzo, cemento e gesso</i>	<i>512.697</i>	<i>940.984</i>	<i>0,3</i>	<i>83,5</i>
<i>Pietre tagliate, modellate e finite</i>	<i>9.469.975</i>	<i>6.994.948</i>	<i>2,5</i>	<i>-26,1</i>
Metalli di base e prodotti in metallo	17.885.251	15.888.090	5,7	-11,2
Computer, apparecchi elettronici e ottici	2.187.919	5.574.894	2,0	154,8
Apparecchi elettrici	3.902.880	7.927.128	2,9	103,1
Macchinari ed apparecchi n.c.a.	11.131.960	9.041.287	3,3	-18,8
Mezzi di trasporto	998.451	3.366.603	1,2	237,2
Prodotti delle altre attività manifatturiere	22.029.708	19.547.209	7,1	-11,3
<i>Mobili</i>	<i>15.126.259</i>	<i>14.587.769</i>	<i>5,3</i>	<i>-3,6</i>
PROD. ATTIVITA' TRATTAMENTO DEI RIFIUTI,	46.134	107.388	0,0	132,8
PROD. ATTIVITA' DEI SERVIZI DI INFORMAZ.,	310.709	140.740	0,1	-54,7
PRODOTTI DELLE ATTIVITA' ARTISTICHE,	34.800	86.707	0,0	149,2
PRODOTTI DELLE ALTRE ATTIVITA' DI SERVIZI	2.114.074	2.887.288	1,0	36,6
PROVVISTE DI BORDO	9.147	43.413	0,0	374,6
TOTALE	235.417.794	277.186.293	100,0	17,7

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat

La distribuzione geografica dei flussi di merci internazionali conferma la tradizionale partnership commerciale con l'Europa verso la quale Viterbo indirizza il 71,6% delle proprie esportazioni e da cui importa l'80% dei beni in entrata.

Nel dettaglio, crescono le esportazioni verso Germania (+60,6%), Austria (+84,4%), Regno Unito (+12,5%) e Francia (+9,6%), mentre decrescono i flussi in uscita verso Spagna (-5,1%), Grecia (-17,8%), Belgio (-1,9%). Tra questi paesi i mercati strategici per l'export della Tuscia sono quelli della Germania (incidenza sul totale export: 14,5%), Francia (12,8%) e Spagna (7,9%) anche se quest'ultima vede diminuire il proprio peso a causa della forte diminuzione dell'export degli ultimi anni.

Cresce, inoltre, l'export verso gran parte dei paesi PECO: Slovacchia (+114,1%), Ungheria (+88,5%), Romania (+83,5%) e Repubblica Ceca

(+68,9%). Da rilevare il notevole incremento delle esportazioni verso la Turchia (+300,8%) che porta il Paese ad avere un'incidenza del 2% sul totale export. Anche la Russia si è rivelata essere un partner strategico in divenire per la Tuscia, con un peso del 2,1% ed una variazione percentuale, rispetto al 2009, del 29,1%. L'Asia sta diventando un altro mercato rilevante per le esportazioni della Tuscia (11%). Tra il 2009 e il 2010 i dati sulle variazioni segnalano una crescita del +15,4%. In particolare, sono aumentate le esportazioni verso la Cina (+123,2%) e verso la Corea del Sud (+98,2%). Aumentano, altresì, le esportazioni verso l'America (+20,7%), con riguardo soprattutto agli Stati Uniti (+26,7%) e Brasile (+133,1%).

L'assenza di un settore manifatturiere strutturato limita gli scambi commerciali della provincia di Viterbo con l'esterno. Infatti il tasso di aper-

tura (dato dalla somma di esportazioni ed importazioni sul Pil) appare piuttosto modesto (7,9%) specie se confrontato con il tasso medio nazionale (44,3%).

Analisi anagrafica delle imprese ed occupazionale

I deboli segnali di ripresa dell'economia a livello mondiale non hanno ancora provocato effetti benefici sul tessuto imprenditoriale nazionale e locale. Nel 2010 Viterbo registra un saldo tra iscrizioni e cessazioni di impresa di appena 27 unità, frutto di 2.460 nuove iscrizioni e 2.433 cessazioni. Lo stock complessivo si attesta a fine 2010 a 34.382 imprese attive, un numero rimasto sostanzialmente immutato rispetto al 2009, e 38.268 imprese complessivamente presenti nel Registro delle Imprese.

Nel complesso diminuiscono principalmente le iscrizioni delle impre-

se agricole (comprese quelle operanti nella silvicoltura e nella pesca), quelle operanti nel commercio e le imprese manifatturiere.

I settori, invece, maggiormente interessati da un aumento delle iscrizioni sono quelli della ricezione turistica (attività dei servizi di alloggio e di ristorazione: 99 nel 2009, 113 nel 2010), e dei servizi di informazione e comunicazione; un fattore, quest'ultimo, molto importante per il ruolo che tali imprese possono avere nel supportare il sistema economico nel processo di crescita.

Le attività economiche viterbesi sono concentrate in tre settori strategici che racchiudono il 73,9% delle imprese: agricoltura (36,8%), commercio (22,5%) e costruzioni (14,6%). Meno rilevante è il peso del manifatturiero, che interessa il 6% delle imprese, e della filiera turistico-ricettiva che ingloba appena il 5,2% delle aziende.

Rispetto al contesto regionale e nazionale la prima palese considerazione riguarda la natura ancora "tra-

dizionale" del tessuto imprenditoriale della provincia di Viterbo in cui emerge la centralità del settore agricolo (36,8% Viterbo, 10,3% Lazio, 16,1% Italia).

Tale vocazione agricola la si evince anche dal peso che la Tuscia detiene sul totale di imprese del settore primario del Lazio: nella provincia viterbese sono presenti, infatti, più di un quarto delle aziende agricole della regione, a fronte di quote di gran lunga inferiori negli altri settori produttivi, dove Viterbo rappresenta, nel complesso, in media il 7,4% del totale laziale.

Al contrario, appaiono sottodimensionate rispetto al Lazio le attività rientranti nel settore dei servizi, pur con la dovuta premessa che in tali settori i dati regionali – nettamente superiori anche alla media nazionale – derivano dall'alta concentrazione del terziario a Roma; non si può che evidenziare un certo ritardo della Tuscia che, oltre a tutto, si affaccia solo timidamente al terziario "avanzato".

Solo le costruzioni mantengono a Viterbo un'incidenza piuttosto in linea con le medie regionali e nazionali, rappresentando le imprese edili circa il 14,6% del tessuto imprenditoriale della Tuscia (Lazio 15,7%, Italia 15,7%).

Il sistema imprenditoriale della Tuscia si compone per il 73,9% da "ditte individuali", dove la figura dell'imprenditore è basilare per il successo o l'insuccesso dell'impresa. L'incidenza di tali imprese mostra, nell'ultimo anno, una variazione negativa dello 0,5%. Sostanzialmente invariata è l'incidenza delle società di persone dal 2009 al 2010 (-0,2%). Cresce, la quota di società di capitale (+3,5%), e ciò caratterizza il territorio per un graduale irrobustimento del proprio tessuto produttivo.

Le "società di capitale" sono il 9,4% del totale delle imprese attive, le "società di persone" il 17,4%, residuale il dati delle "altre forme", 2%.

Tav. 7 – Numerosità delle imprese nella provincia di Viterbo

SEZIONI DI ATTIVITA' (ATECO 2007)	Imprese registrate	Imprese attive	Imprese iscritte	Imprese cessate
A - AGRICOLTURA	12.710	12.662	382	681
B - ESTRAZIONE MINERALI	60	43	0	1
C - ATTIVITA' MANIFATTURIERE	2.266	2.053	69	118
D - PROD.DISTRIB.ENERGIA ELETTR. GAS	10	10	1	1
E - PROD.DISTRIB. ACQUA, RETI FOGNARIE	54	47	1	2
F - COSTRUZIONI	5.327	5.025	379	375
G - COMM.INGR.E MIN.RIP.BENI PERS. E CASA	8.307	7.748	485	636
H - TRASPORTI,MAGAZZINAGGIO	623	572	12	29
I - ATTIVITA' SERVIZI ALLOGGIO E RISTORAZIONE	1.984	1.786	113	121
J - SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	444	412	30	28
K - ATTIV. FINANZIARIE E ASSICURATIVE	553	535	37	53
L - ATTIVITA' IMMOBILIARI	677	633	29	27
M - ATTIVITA' PROFESSIONALI	613	568	35	50
N - NOLEGGIO, AGENZIE DI VIAGGIO, SERVIZI	687	649	64	63
P - ISTRUZIONE	96	87	3	7
Q - SANITA' E ALTRI SERVIZI SOCIALI	116	107	1	5
R - ATTIVITA' ARTISTICHE E SPORTIVE	291	256	20	17
S - ALTRE ATTIVITA' DI SERVIZI	1.177	1.143	52	49
X - IMPRESE NON CLASSIFICATE	2.273	46	747	170
TOTALE IMPRESE	38.268	34.382	2.460	2.433

Fonte: C.C.I.A.A. Viterbo

Dopo la battuta d'arresto del 2009, nel 2010 l'occupazione a Viterbo è tornata ad aumentare in termini di valore assoluto passando da 114.237 a 116.122 persone occupate. Diminuisce il numero dei disoccupati da 15.193 nel 2009 a 13.809 nel 2010 e di conseguenza anche il tasso di disoccupazione che è stato pari al 10,6%, contro l'11,7 del 2009. Nonostante la crescita della forza lavoro, il tasso di attività della provincia di Viterbo (61,1%) risulta ancora inferiore a quello medio regionale (65,3%) e nazionale (62,2%).

Entrando più nel dettaglio e partendo dalla componente attiva della popolazione provinciale, si osserva come il tasso di attività, se diviso nelle due componenti (quella maschile e quella femminile), presenta valori considerevolmente divergenti: a Viterbo, infatti, il 79,3% della popolazione maschile in età lavorativa appartiene alle forze di lavoro, mentre tale percentuale si riduce ampiamente nel caso delle donne (42,9%). Anche il tasso di occupazione evidenzia lo stesso differenziale tra le due componenti, visto e

considerato che l'indicatore relativo alla componente femminile si è attestato, nel 2010, al 38,1%, contro una media nazionale pari al 46,1%.

Nella stessa direzione vanno le informazioni sul tasso di disoccupazione, i cui dati confermano la persistente difficoltà attraversata dall'universo femminile della Tuscia. Emerge quindi come l'economia locale, nonostante alcuni progressi, sia ancora caratterizzata da un mercato in difficoltà e dalla presenza di ampi squilibri di genere.

Tav. 8 – Distribuzione % degli occupati per settore di attività

%	Agricoltura	Industria		Servizi	Totale generale
		Totale	in senso stretto		
Viterbo	1,7%	22,4%	11,2%	76,7%	100,0%
Lazio	1,8%	19,7%	10,8%	78,4%	100,0%
Italia	3,9%	28,5%	20,0%	67,6%	100,0%

Fonte: ISTAT - Forze lavoro

Le ore di Cassa integrazione guadagni autorizzate nel 2010 sono aumentate complessivamente del 14%. Questo è il dato complessivo per le ore autorizzate agli operai e agli impiegati di tutta la CIG ordinaria, straordinaria ed in deroga. Nel dettaglio la CIG ordinaria, per operai ed impiegati, è diminuita del 52%, la CIG straordinaria è aumentata del 64% mentre la CIG in deroga, intervento di integrazione salariale a sostegno di imprese o lavoratori non destinatari della normativa sulla cassa integrazione guadagni, è aumentata del 251%.

Per quanto riguarda gli operai la CIG totale è aumentata del 20% mentre per gli impiegati è diminuita del 22%.

Nei vari settori produttivi si registrano andamenti contrastanti. Il settore dell'agricoltura registra un aumento del 128% nel ricorso alla cassa integrazione mentre per il settore estrattivo l'aumento è stato del 69%. Nelle attività manifatturiere si è registrato un aumento della cassa integrazione del 13%, con aumenti consistenti per confezione di articoli di abbigliamento, fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche e

fabbricazione di apparecchi meccanici; in calo le ore autorizzate per carta e fabbricazione di mobili. Il leggera crescita le ore per la fabbricazione di materiali non metalliferi +8%, costruzioni +10%, commercio all'ingrosso e al dettaglio +9%.

Nel 2010 sono ricorsi alla CIG in deroga anche il settore degli alberghi e ristoranti e della sanità e assistenza sociale. Per quanto riguarda i trasporti, magazzinaggio e comunicazioni il calo è stato del 51,4%, per le attività immobiliari del 12,3% e per altri servizi pubblici, sociali e personali del 63,3%.

Tav. 9 – Ore di Cassa Integrazione guadagni autorizzate per settore di attività

Settore ATECO 2002	2009	2010	Var. % 2009/2010
	Totale ore autorizzate	Totale ore autorizzate	Totale ore autorizzate
Agricoltura, caccia e silvicoltura	2.392	5.465	128%
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	-	-	-
Estrazione di minerali	52.108	87.929	69%
Industrie alimentari e delle bevande	16.094	23.987	49%
Industria del tabacco	-	-	-
Industrie tessili	-	-	-
Confezione di articoli di abbigliamento	83.120	189.138	128%
Preparazione e concia del cuoio	7.848	-	-
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	74.470	100.910	36%
Fabbricazione della pasta-carta, della carta e del cartone	84.344	8.288	-90%
Editoria, stampa e riproduzione di supporti registrati	15.600	20.800	33%
Fabb. di coke, raffinerie di petrolio	8	-	-
Fabb. di prodotti chimici e di fibre sintetiche e artificiali	-	-	-
Fabb. e di articoli in gomma e materie plastiche	9.585	21.816	128%
Fabb. di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	2.857.083	3.093.560	8%
Metallurgia	7.410	13.436	81%
Fabb. e lavorazione dei prodotti in metallo	100.342	110.482	10%
Fabb. di macchine ed apparecchi meccanici	21.220	183.640	765%
Fabb. di macchine per ufficio, di elaboratori	-	-	-
Fabb. di macchine ed apparecchi elettrici n.c.a.	16.581	26.831	62%
Fabb. di apparecchi radiotelevisivi	96	101	5%
Fabb. di apparecchi medicali, di apparecchi di precisione	5.200	5.035	-3%
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	-	-	-
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	-	-	-
Fabbricazione di mobili; altre industrie manifatturiere	127.475	66.838	-48%
Recupero e preparazione per il riciclaggio	-	-	-
Totale manifatturiero	3.426.476	3.864.862	13%
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	-	-	-
Costruzioni	368.106	403.395	10%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio;	118.165	128.528	9%
Alberghi e ristoranti	-	13.356	-
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	44.998	22.411	-50%
Attività finanziarie	-	-	-
Attività immobiliari, noleggio, informatica,	100.638	102.246	2%
Sanità e assistenza sociale	-	84.960	-
Altri servizi pubblici, sociali e personali	17.496	6.718	-62%
Totale	4.130.379	4.719.870	14%

Protesti e fallimenti

In aumento i protesti cambiari nel 2010, sia per quanti riguarda il numero degli effetti che per l'importo. Il numero di protesti levati di pagherò e tratte accettate è aumentano del 40%, con un aumento degli im-

porti di oltre il 300%. In aumento il numero e gli importi delle tratte non accettate e degli assegni.

Questi aumenti sono causati dallo stato di crisi in cui si sono trovate ad operare le imprese che non hanno avuto sufficiente liquidità per far fronte agli impegni economici assunti.

Questa situazione si è presentata anche a livello nazionale e rischia di bloccare il sistema dei pagamenti.

Per i fallimenti gli ultimi dati ufficiale pubblicati dall'Istat risalgono al 2007, pertanto risulta poco significativo riportare i dati.

Tav. 10 - Protesti Cambiari levati contro ditte o persone aventi sede in Provincia di Viterbo

	Vaglia Cambiari, Pagherò,		Tratte Non Accettate		Assegni	
	Tratte Accettate					
Anni	Numero	Imp. Migl. €.	Numero	Imp. Migl. €.	Numero	Imp. Migl. €.
2000	8.863	11.050,70	2.631	3.050,08	1.709	4.209,55
2001	8.223	8.737,85	1.867	2.132,96	2.543	7.462,95
2002	6.868	8.077,86	1.819	4.782,89	1.281	4.468,32
2003	6.317	8.587,00	1.062	1.357,00	1.215	4.671,00
2004	6.157	7.058,80	927	1.116,00	1.186	4.632,70
2005	6.189	8.027,80	765	1.459,59	1.335	6.312,03
2006	5.339	7.529,16	576	1.771,81	1.420	6.351,27
2007	4.201	6.383,58	351	448,18	1.321	6.126,57
2008	3.694	5.123,35	328	600,37	1.581	7.325,04
2009	3.686	7.018,57	288	709,68	1.150	5.969,77
2010	5.167	30.955,45	329	867,14	1.270	6.109,50
Variazioni % su Anno precedente						
2000	-	-	-	-	-	-
2001	-7,22%	-20,93%	-29,04%	-30,07%	48,80%	77,29%
2002	-16,48%	-7,55%	-2,57%	124,24%	-49,63%	-40,13%
2003	-8,02%	6,30%	-41,62%	-71,63%	-5,15%	4,54%
2004	-2,53%	-17,80%	-12,71%	-17,76%	-2,39%	-0,82%
2005	0,52%	13,73%	-17,48%	30,79%	12,56%	36,25%
2006	-13,73%	-6,21%	-24,71%	21,39%	6,37%	0,62%
2007	-21,31%	-15,22%	-39,06%	-74,70%	-6,97%	-3,54%
2008	-12,07%	-19,74%	-6,55%	33,96%	19,68%	19,56%
2009	-0,22%	36,99%	-12,20%	18,21%	-27,26%	-18,50%
2010	40,18%	341,05%	14,24%	22,19%	10,43%	2,34%

Fonte: elaborazione Ufficio Statistica CCIAA

Credito

Uno degli elementi da valutare nell'elaborazione di un quadro di sintesi del mercato del credito è sicuramente l'indice di rischiosità del sistema creditizio. L'indicatore più immediato della qualità del credito si riferisce al rapporto sofferenze/impieghi che per l'anno 2010 ha avuto un aumento generalizzato rispetto al 2009 arrivando al 5,1%. In particolare, nella provincia di Viterbo il valore dell'indice è pari a 5,1, dato elevato se confrontato con la media regionale (Lazio 4,2) e nazionale (Italia 4,5). Quanto appena evidenziato assume un'importanza

rilevante se si considera che un'elevata percentuale di sofferenze si traduce spesso in una scarsa appetibilità del territorio per ogni tipo di investimento. Nel complesso le sofferenze bancarie nel viterbese hanno subito una variazione in aumento rispetto al 2009, pari al +20%.

Nonostante i fattori che caratterizzano l'irrigidimento del sistema bancario locale, anche nel 2010 si rileva una crescita dei depositi e degli impieghi che suggerisce un contributo positivo allo sviluppo economico locale. Nel 2010, infatti, la crescita dei depositi in provincia di Viterbo è stata pari al 1,3% rispetto all'anno pre-

cedente; in tale contesto, inoltre, si rileva una crescita considerevole degli impieghi (12%). Il territorio della Tuscia è costellato da istituti finanziari di piccole dimensioni che hanno il vantaggio di instaurare un rapporto di fiducia e coinvolgimento tra banche e tessuto produttivo locale, a scapito, però, di livelli patrimoniali relativamente contenuti e quindi di un volume di affari non elevato. Gli istituti creditizi di piccole dimensioni infatti raccolgono il 61% dei depositi viterbesi, a fronte di quote quasi dimezzate nel territorio nazionale (media Italia 36%), il quale si contraddistingue per la raccolta dei grandi istituti (39,8%).

Tav. 11 - Impieghi e depositi delle Aziende di Credito

2010	Depositi		Impieghi	
	Totali	Pro-capite	Totali	Pro-capite
Viterbo	2.898	110	4.450	71
Lazio	128.629	44	190.726	30
Italia	916.227	66	1.735.307	35

Fonte: Banca d'Italia

La programmazione turistica a livello locale: il caso della Provincia di Viterbo

di Martina Arruzzolo*

Premessa

Il turismo come leva di sviluppo economico di un territorio. È questa la tematica che ha alimentato il vasto dibattito nel settore turistico nel corso degli ultimi anni. E nella Provincia di Viterbo a fronte della presenza di un patrimonio ambientale, artistico e culturale di grande qualità e pregio non si riscontra un'adeguata ricaduta del comparto turistico sull'economia locale. L'argomento è stato anche oggetto di un convegno intitolato "Il turismo per lo sviluppo di Viterbo", tenutosi il 5 novembre

2009 presso il Palazzo dei Priori del piccolo capoluogo laziale e al quale presenziò anche il Ministro del Turismo M. V. Brambilla.

A fronte di questa premessa ed in base all'analisi degli indicatori turistici della provincia, il presente articolo si propone di comprendere che cosa occorra realizzare ed in che modo per favorire l'instaurazione delle interconnessioni pubblico/privato, nonché tra le imprese che compongono la filiera turistica, nel tentativo di delineare quali siano le linee strategiche e programmatiche più urgenti da adottare. Nell'intento

di tracciare un quadro sufficientemente rappresentativo della situazione corrente è stato inoltre necessario interpellare i soggetti appartenenti alle istituzioni locali preposte e agli enti maggiormente coinvolti nella valorizzazione turistica dell'area viterbese.

Il contributo del turismo all'economia provinciale

Preliminarmente, si illustrano in Tabella 1 i dati più significativi con riferimento al settore turistico:

Tabella 1: Valore aggiunto del turismo e incidenza sull'economia provinciale e regionale (2007)

Valore aggiunto del turismo nella Provincia di Viterbo (2007)	293.304 (migliaia di €)
Incidenza sul totale provinciale	4,6%
Incidenza sul totale regionale	4,9%

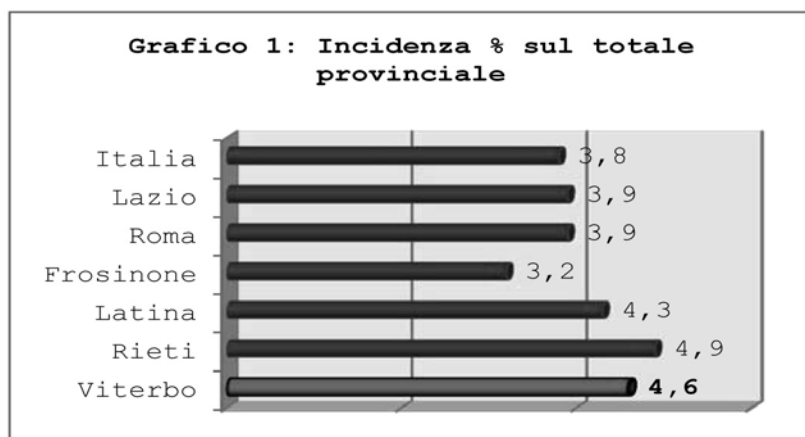
Fonte: Polos 2009, 10° RAPPORTO sull'Economia della Tuscia Viterbese

Apparentemente la porzione di ricchezza creata dal turismo potrebbe sembrare di scarso rilievo, in particolare se paragonata a quella generata dalle altre province laziali: quasi 521 migliaia di euro per Lati-

na e 343 per Frosinone; solamente il capoluogo Reatino ne conta una quota minore con 155 migliaia di euro. Tuttavia, le conclusioni si ribaltano se si confrontano le incidenze del valore aggiunto turistico

di ciascuna provincia (calcolate ponendo al denominatore il totale dell'economia prodotta all'interno della provincia stessa) con le altre realtà laziali, con la regione e con l'Italia (Grafico 1):

* Estratto della Tesi di Laurea Triennale, Corso di Laurea in Economia per Arte, Cultura e Comunicazione. Università Commerciale Luigi Bocconi. Elaborato finale in Turismo e Territorio. Dipartimento di Analisi Istituzionale e Management Pubblico.



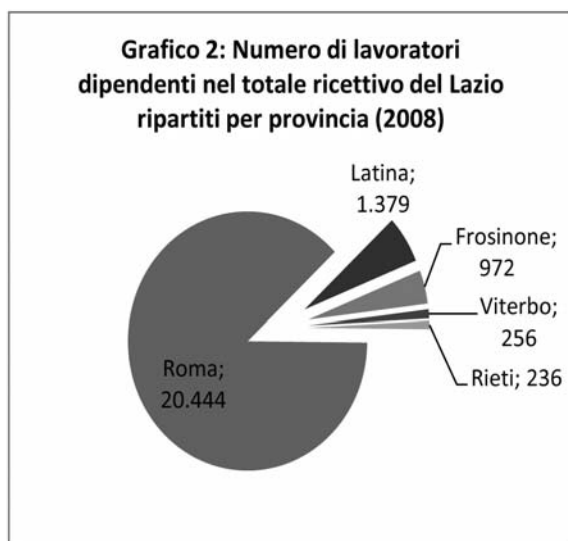
Fonte: Polos 2009, 10° RAPPORTO sull'Economia della Tuscia Viterbese

Viterbo è, infatti, seconda solo a Rieti e regge il paragone con la stessa capitale presentandosi, così, non solo come una delle province a maggior incidenza turistica, ma attestandosi persino al di sopra della media nazionale (3,8%). Inoltre, dei 107 capoluoghi di provincia disseminati sul territorio italiano, questo 4,6% si posiziona, nel 2007, al 27esimo posto nella graduatoria nazionale per

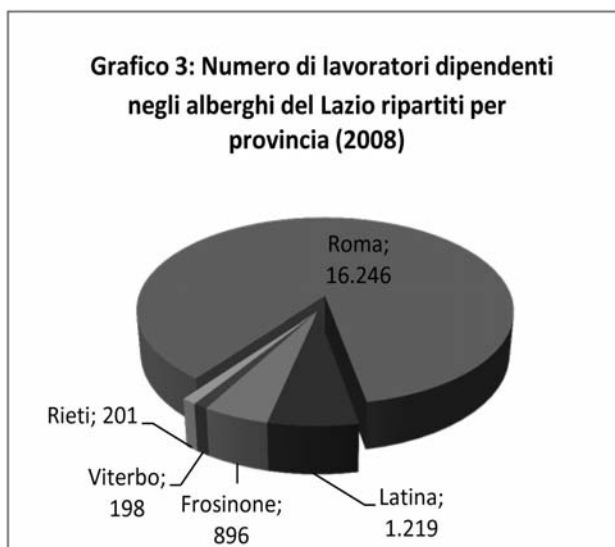
incidenza del valore aggiunto turistico sul totale della ricchezza prodotta da ogni singola provincia (1^a posizione: Rimini 12,2%; 107^a posizione: Caltanissetta 2,1%). “Si tratta di risultati incoraggianti che potrebbero crescere se il turismo fosse opportunamente potenziato e valorizzato” (Fonte: Polos 2009, 10° RAPPORTO sull'Economia della Tuscia Viterbese). Potenziamento e valoriz-

zazione che potrebbero avviare a quella generalizzata difficoltà nella generazione di nuovi posti di lavoro che si riscontra relativamente al 2009 (11,7% il tasso di disoccupazione registrato nel viterbese a fronte di una medianazionale del 7,8%). I dati relativi all'occupazione (con riferimento al solo ricettivo) sono di conferma a quanto si sostiene (Grafici 2 e 3). Solo 256 i lavoratori dipendenti impiegati, nel 2008, nelle strutture ricettive che operano sul territorio provinciale e di questi ben 198 svolgono le proprie prestazioni presso esercizi alberghieri, con un'incidenza del 77,34% che risulta essere la più bassa del Lazio. Nello specifico si prendano in considerazione le seguenti incidenze (Fonte: elaborazioni Federalberghi su dati INPS 2008):

Viterbo	77,34%
Roma	79,47%
Rieti	85,17%
Latina	88,40%
Frosinone	92,18%
Lazio	80,56%



Fonte: Polos 2009, 10° RAPPORTO sull'Economia della Tuscia Viterbese



Fonte: Polos 2009, 10° RAPPORTO sull'Economia della Tuscia Viterbese

Viene dunque spontaneo domandarsi quale sia l'effettivo e talvolta inespresso potenziale turistico del territorio viterbese.

La domanda turistica

La Provincia di Viterbo si presenta come un'area eterogenea limitata, a

Nord, dalla Maremma Toscana e, a Sud, dalla capitale, entrambe ad elevato afflusso turistico. Non stupisce, quindi, che nel 2009 gli arrivi nell'hinterland viterbese ammontino solo a 162.520 (in quella che rappresenta la terza regione per movimento turistico complessivo dopo Veneto e Toscana) con un indice di inter-

nazionalizzazione turistica di appena il 17,97% (a fronte del fatto che la Regione Lazio è la prima per livello di internazionalizzazione con due turisti su tre provenienti dall'estero). Si prendano in considerazione, a tal proposito, i grafici 4, 5, 6 e 7. Si evince una generale propensione di coloro che si avvicinano alla

Tuscia per i soggiorni in strutture alberghiere (110.424 arrivi, corrispondenti al 67,94% del totale di cui, in valore assoluto, 93.413 italiani e 17.011 stranieri) e una discreta, seppure secondaria, incidenza del campeggio (il 20,41% del totale) nella scelta dell'esercizio ricettivo a cui rivolgersi, preferito in particolar modo dagli stranieri. Sebbene il movimento turistico registrato a Viterbo e provincia appaia poco soddisfacente, il trend degli arrivi totali (Grafico 8) si mostra in aumento dal 2006 al 2009, (con una ripresa del +11,4% dal 2008 al 2009) tranne per quella leggera flessione pari al -1% nel 2008 che deve essere letta, però, alla luce delle dinamiche recessive osservate a livello nazionale: il -3,05% degli arrivi rispetto al 2007 per il Lazio e il -3,1% per l'Italia. In particolare gli effetti della crisi hanno interessato il turismo incoming internaziona-

le che ha sofferto di una diminuzione di oltre il 15% dal 2007 al 2008 per poi riprendersi del +9,85% l'anno successivo.

Per le presenze, invece, si rileva un totale di 682.766 nel 2009 (in aumento del 38,6% rispetto al 2008) costituito prevalentemente da presenze italiane (il 77,48%). Relativamente agli esercizi alberghieri ed extra alberghieri si conferma la preferenza dei turisti italiani per le strutture alberghiere (l'83,62%), mentre gli stranieri propendono maggiormente per campeggi ed agriturismi, come mostrano anche i dati sulla permanenza media (una media di 8,5 giorni circa per entrambe le tipologie ricettive).

Interessante anche l'informazione che si ricava dalla permanenza media dei turisti italiani nei campeggi: quasi 8 giorni, a fronte dei 3 che si trascorrono negli alberghi che ad

ogni modo, si ricorda, rappresentano la tipologia di struttura ricettiva più gettonata.

È possibile a questo punto presentare i principali indicatori turistici calcolati sulla base di arrivi e presenze:

Indici di attrattività della Provincia di Viterbo

Incidenza degli arrivi sulla regione

$$\frac{\text{Arrivi Viterbo (2009)}}{\text{Arrivi Lazio (2009)}} = \frac{162.520}{11.808.688} = 1,37\%$$

Indice di concentrazione turistica

$$\frac{\text{Arrivi TOT (2009)}}{\text{Popolazione}} = \frac{162.520}{318.179} = 51,07\%$$

Indice di pressione turistica

$$\frac{\text{Presenze TOT (2009)}}{\text{Popolazione}} = \frac{682.766}{318.179} = 2,14$$

Grafico 4: Arrivi 2009 per nazionalità

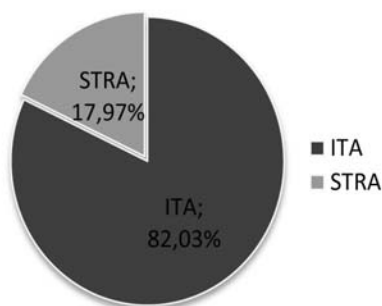


Grafico 5: Arrivi 2009 per tipologia di struttura ricettiva

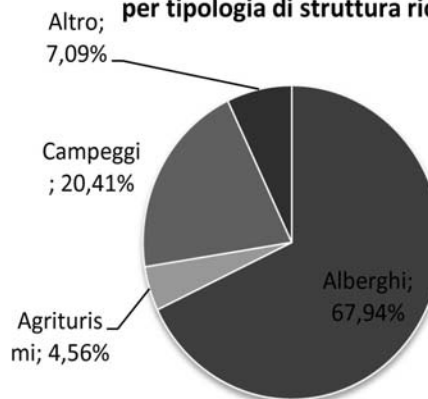


Grafico 6: Arrivi italiani 2009 per tipologia di struttura ricettiva (assumendo uguale a 100 il totale degli arrivi italiani)

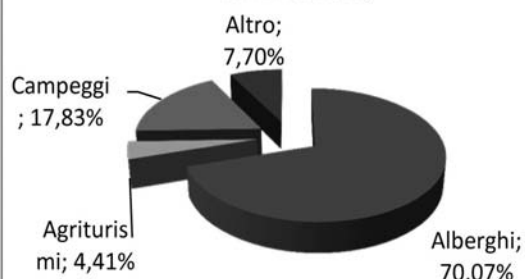
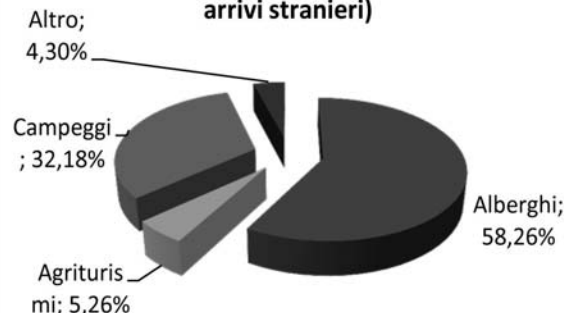


Grafico 7: Arrivi stranieri 2009 per tipologia di struttura ricettiva (assumendo uguale a 100 il totale degli arrivi stranieri)



Fonte: Polos 2009, 10° RAPPORTO sull'Economia della Tuscia Viterbese

Fonte: Polos 2009, 10° RAPPORTO sull'Economia della Tuscia Viterbese

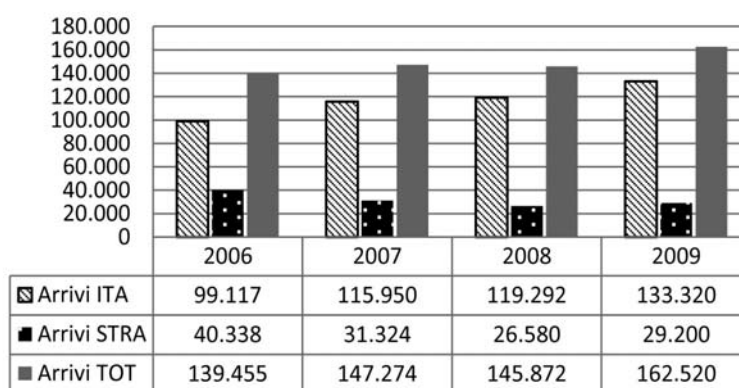
Dai dati sopra esposti si deduce che:

- i turisti che arrivano nella Tuscia non ammontano neanche all'1,4% di quelli che complessivamente raggiungono il Lazio, a fronte del 2,42% di Frosinone e del 4,77% di Latina;
- la provincia è soggetta ad una concentrazione turistica modesta pari soltanto ad un terzo di quella nazionale (il 159,1%);
- anche la pressione aggiuntiva esercitata sulla provincia dalle presenze turistiche risulta ridotta, sebbene più intensa nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre; questa constatazione assume importanza in considerazione del problema della stagionalità del turismo nella Tuscia, che vede concentrarsi più del 50% degli arrivi proprio in questi mesi.

La dotazione dell'offerta ricettiva

Relativamente alla distribuzione settoriale delle aziende attive nella provincia è possibile affermare che il sistema ricettivo appare sottodimensionato rispetto alle potenzialità turistiche del territorio. Un esiguo 4,3% rappresenta le strutture alberghiere e di ristorazione a disposizione dei turisti della Tuscia, a fronte di quel 37,8% di imprese agricole che costituisce la porzione maggiore dell'economia locale. E il sottodimensionamento è ancor più evidente se si considerano, sempre con riferimento ad alberghi e ristoranti, la percentuale del Lazio (alberghi e ristoranti attivi nel Lazio/totale delle aziende attive nel Lazio = 6,4%) e quella nazionale (5,4%). Il trend, tuttavia, si mostra in crescita, evidenziando una netta accelerazione rispetto alle altre realtà laziali in particolare nell'ultimo anno. Dal 2008 al 2009 gli esercizi alberghieri e di ristorazione aumentano, infatti, ad un tasso (1,7%) quasi in linea con la media nazionale (1,8%) e notevolmente superiore rispetto a quello regionale (0,3%), sebbene ci sia da constatare che nel confronto tra i tassi di variazione medi annui registrati dal 2003 al

Grafico 8: Arrivi italiani, stranieri e totali nella provincia di Viterbo 2006-2009



Fonte: Polos 2009, 10° RAPPORTO sull'Economia della Tuscia Viterbese

2008 Viterbo appare in allarmante ritardo rispetto al Lazio (Viterbo = 2,5%; Lazio = 7,5). Inoltre, ad una prima veloce analisi dello stato attuale dell'offerta ricettiva nell'intera provincia si nota l'assenza totale delle strutture a 5 stelle e 5 stelle lusso ed una significativa presenza degli alberghi a 3 stelle. Ammontano a 601, invece, gli esercizi complementari, più di 4 volte quelli alberghieri in termini di numerosità. Si prendano ora in considerazione gli indici di dotazione delle strutture ricettive.

Indici di dotazione di strutture ricettive

Tasso di ricettività

$$\# \text{ posti letto} / \text{Popolazione} = 30.105 / 318.179 = 0,09$$

Densità di ricettività

$$\# \text{ posti letto} / \text{Superficie} = 30.105 / 3.612 = 8,33 \text{ letti/km}^2$$

Densità delle strutture ricettive

$$\# \text{ esercizi ricettivi} / \text{Superficie} = 733 / 3.612 = 0,2 \text{ esercizi/km}^2$$

Dal rapporto posti letto/popolazione risulta che non è disponibile neanche un posto letto ogni 10 abitanti, sebbene l'indice assuma valori superiori rispetto a quanto si rileva nel

Lazio, in cui il tasso di ricettività nel 2008 è stato pari a 0,05; poco più di 8, invece, i letti disponibili per km² ed in media 20 le strutture ricettive ogni 100. Con riguardo a quest'ultimo dato sulla densità delle strutture ricettive risulta significativa la scomposizione per tipologia di struttura. Nel dettaglio:

Densità degli esercizi alberghieri

$$\# \text{ alberghi} / \text{superficie} = 132 / 3.612 = 0,03 \text{ alberghi/km}^2$$

Densità degli esercizi complementari

$$\# \text{ esercizi complementari} / \text{superficie} = 601 / 3.612 = 0,17 \text{ esercizi complementari/km}^2$$

In altre parole, ogni 100 km² si trovano in media 20 strutture di cui 3 alberghi e 17 esercizi complementari. Inoltre, l'indice di dotazione media di strutture ricettive ($\# \text{ camere} / \# \text{ esercizi ricettivi}$) è uguale a 15. Ogni struttura ricettiva ha quindi in media 15 camere, nello specifico gli alberghi, sebbene presenti in numero minore, hanno una capacità maggiore che assume il valore di 24¹, mentre negli esercizi complementari questa grandezza è uguale a 13. Dalla lettura degli indici di qualità delle strutture ricettive si evince che:

- appena il 22,24% dei posti letto to-

¹ Arrotondamento per eccesso. Il valore non arrotondato dell'indice risulta pari 23,6, calcolato come segue: $\# \text{ camere} / \# \text{ alberghi} = 3.114 / 132 = 23,6$. Occorre precisare, inoltre, che sussiste una notevole differenza fra gli alberghi a 4 stelle e quelli a 3: 47 camere in media per i soli 20 hotel a 4 stelle della provincia e appena 25 per i secondi.

tali è disponibile presso gli alberghi;
 - dei posti letto presenti negli alberghi, invece, solo il 32,36% si trova in strutture a 4 (si ricorda che i 5 stelle sono totalmente assenti in provincia) mentre questa percentuale lievita se si prendono in considerazione anche i 3 stelle (81,46%);
 - ogni camera possiede in media quasi 3 letti.

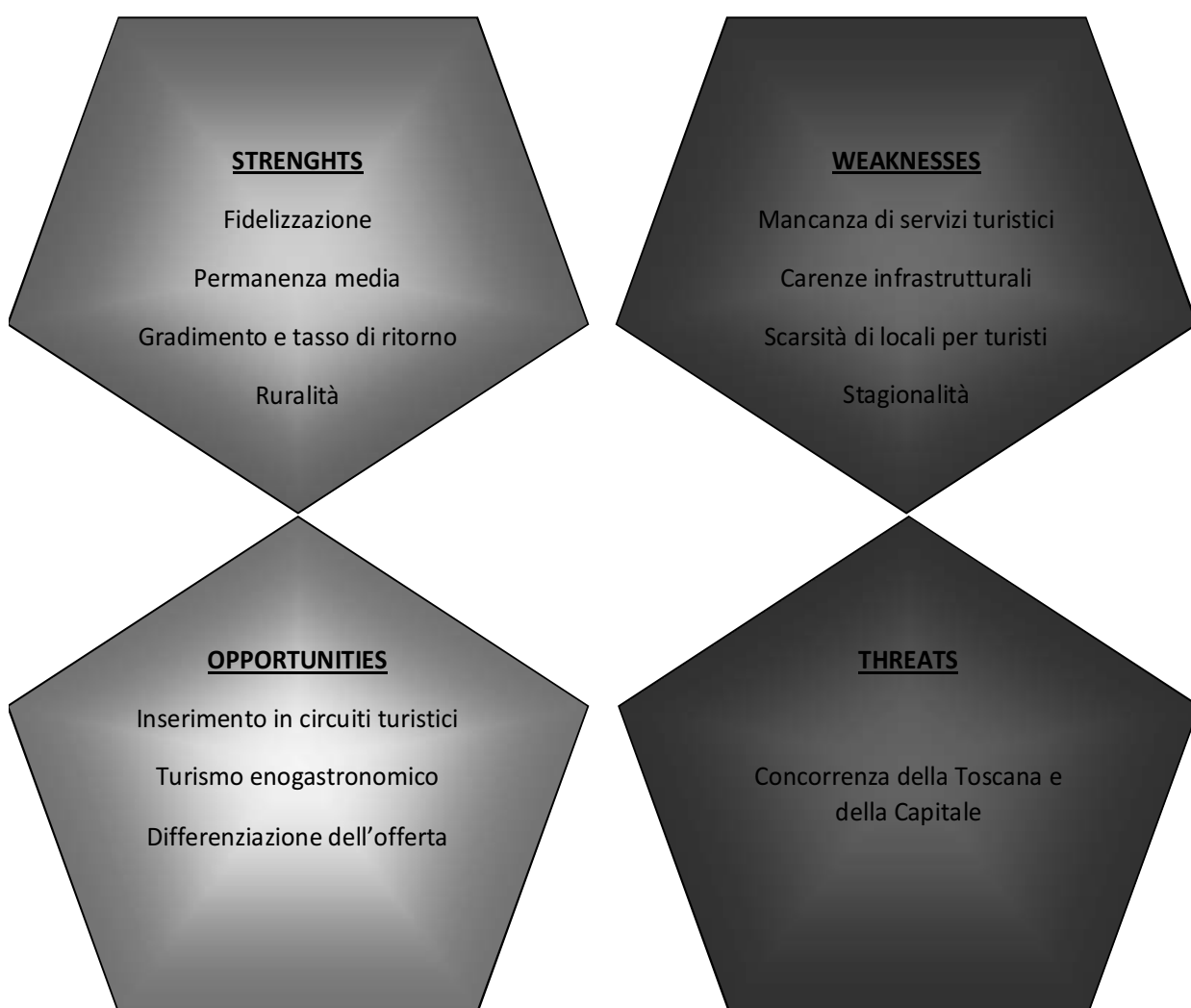
L'analisi SWOT

Dall'“Indagine conoscitiva sulla domanda turistica nella Provincia di Viterbo”, condotta dall'amministra-

zione provinciale stessa in collaborazione con l'ANASTAT (Associazione Nazionale Statistici) nel 2007-2008, sono emersi aspetti legati al “fare turismo” nella Tuscia che occorre considerare ai fini di una programmazione turistica finalizzata al miglioramento della capacità competitiva del territorio. In particolare, dalle conclusioni tratte in base a tale analisi è possibile mettere in risalto i punti di forza e di debolezza del sistema turistico del territorio, le opportunità di sviluppo del turismo nella Tuscia e le minacce a cui esso deve far fronte.

Tra le carte vincenti del turismo del-

la Tuscia si elenca il tasso di fidelizzazione, che costituisce uno degli elementi significativi dell'incoming viterbese. Il 45% degli intervistati² dichiara, infatti, di essere già stato nella Tuscia, e non solo: quasi il 90% ha talmente gradito il tempo trascorso nel territorio che vi ritornerebbe. A queste considerazioni si aggiunge quella sulla permanenza media che risulta pari a 7,8 giorni³ a fronte delle 3,9 notti che vengono trascorse nel territorio nazionale. Il dato andrebbe però scomposto in modo tale da mettere in evidenza la permanenza relativa a ciascuna zona di interesse turistico della Provincia.



² “In totale sono stati raccolti 767 questionari provenienti da 63 strutture ricettive della Tuscia disperse su buona parte del territorio provinciale e rappresentanti tutte le tipologie di struttura esistenti nella provincia” (Fonte: Indagine conoscitiva sulla domanda turistica nella Provincia di Viterbo 2007-2008).

³ Si tenga in considerazione, però, la seguente osservazione: in base alle rilevazioni dell'APT Viterbo le presenze sono ammontate a 492.755 e gli arrivi a 145.872 nel 2008. Queste due grandezze, rapportate fra loro, danno come risultato un indice di permanenza media pari a 3,37 notti, ben distante rispetto a quanto messo in luce dall'indagine.

In realtà si evidenzia che il turista manifesta una propensione alla mobilità piuttosto accentuata giustificata dal fatto che, come emerge da più recenti studi, gli individui si spostano per diverse ragioni e questa eterogeneità delle loro esigenze trova perfetto riscontro nel panorama altrettanto variegato del territorio viterbese. Infatti, la Provincia di Viterbo si posiziona strategicamente al confine con altre aree, prima fra tutte quella romana; è quindi naturale che il soggiorno nella terra degli Etruschi venga prevalentemente letto come una sosta temporanea che precede il proseguimento della vacanza nelle zone limitrofe di Umbria, Toscana e Roma. In effetti la principale minaccia all'attrattività del territorio risiede proprio nella concorrenza turistica delle regioni al confine; nulla toglie, al contrario, che questa vicinanza possa essere sfruttata opportunamente allo scopo di creare un polo turistico di alto profilo in grado di espletare non solo una funzione di "passaggio" ma anche di vera e propria meta turistica ambita dal turista più esigente.

Infine, riportando il discorso ai punti di forza, si conclude evidenziando che il crescente apprezzamento del carattere rurale del territorio va di pari passo con l'aumento quantitativo delle strutture appositamente predisposte alla soddisfazione delle esigenze proprie del turismo ambientale ed enogastronomico, dei quali quest'ultimo rappresenta un'opportunità di sviluppo da cogliere e potenziare. Infatti, la valorizzazione dei prodotti tipici nella loro ampia varietà rappresenta di sicuro un trampolino di lancio per tutte le piccole imprese agricole e le cantine che negli ultimi anni, oltre a riscontrare notevoli apprezzamenti da parte di esperti del settore, hanno avuto modo di inserirsi all'interno dei circuiti turistici grazie all'istituzione della Strada del Vini della Teverina e quella dell'olio DOP di Canino riconosciute dalla Regione Lazio. Dello sviluppo del-

l'enogastronomia nelle sue molteplici forme – attraverso, ad esempio, la realizzazione di percorsi del gusto mirati – potrebbero inoltre beneficiare i turisti che, attraverso un'adeguata differenziazione dell'offerta, trarrebbero soddisfazione dall'acquisto del pacchetto turistico più aderente alle loro richieste. La predisposizione di specifici profili di offerta potrebbe in più ovviare al problema della stagionalità del turismo viterbese favorendo la distribuzione dei flussi turistici su più mesi dell'anno. Oltre al turismo enogastronomico, tra le "Opportunities" anche la possibilità di entrare a far parte di reti che raccolgano gli operatori turistici viterbesi e delle zone limitrofe. In una logica di aggregazione (tra attori omogenei ma anche, ad esempio, tra quelli dell'industria agroalimentare e quelli prettamente operanti nel settore turistico) ciò significherebbe porsi come un unico interlocutore compatto dotato di una forza contrattuale sicuramente maggiore rispetto a quella opposta dalla singola struttura ricettiva (o dal singolo ristorante, o dalla singola impresa, o dalla singola cantina, ...) nei confronti dei grandi sistemi turistici della Toscana e della capitale. L'associazione del territorio in gruppi di individui motivati ad agire dagli stessi interessi e accomunati dal perseguimento di obiettivi largamente condivisi permetterebbe anche di far fronte alle numerose carenze lamentate dai turisti: il 19,5% degli intervistati segnala l'insufficienza di servizi turistici (taxi, noleggio auto/moto/bici, agenzie di viaggio, tour operator), la mancanza dei locali in cui divertirsi e le carenze relative al trasporto pubblico⁴, alla rete stradale e all'assistenza sanitaria.

Con riferimento alle infrastrutture, ponendo uguale a 100 il valore medio nazionale di dotazione infrastrutturale⁵, l'indicatore di dotazione di infrastrutture economiche e sociali relativo a Viterbo è uguale a 66,8 a fronte del 71,2 di Frosi-

none e del 94 di Latina. Sebbene la rete ferroviaria possa apparire come l'eccezione al generale sottodimensionamento infrastrutturale della Provincia di Viterbo (167,9), se si considera la sua evoluzione storica emerge chiaramente come essa si riveli in realtà inadeguata alle esigenze della moderna società viterbese. L'ammodernamento dei collegamenti ferroviari e la ristrutturazione delle Linee VT-Roma/Ostiense e VT-Roma/Piazzale Flaminio è, a questo proposito, uno dei progetti in programma da realizzare con estrema urgenza.

Con riferimento alla dotazione marittimoportuale, si registra l'inesistenza di qualsiasi infrastruttura a riguardo negli insediamenti costieri di Tarquinia e Montalto di Castro. A tal proposito, la vicinanza al porto di Civitavecchia (il 2° porto al mondo per arrivi crocieristici dopo Barcellona) non è adeguatamente sfruttata dal momento che Viterbo vi si appoggia solo per gli scambi commerciali.

In conclusione, l'indagine mette in evidenza che un quarto degli intervistati ha acquisito conoscenza dell'area viterbese tramite internet, mentre appena il 13,2% (perlopiù stranieri) si sono affidati ad un'agenzia di viaggio. Queste informazioni rivestono un'importanza fondamentale per l'adozione di efficaci strategie di promozione del territorio, in particolare in direzione del rafforzamento della posizione degli operatori specializzati e dell'ampliamento degli orizzonti tradizionali attraverso un uso sempre più intenso e capillare degli innumerevoli mezzi messi a disposizione dalla rete.

La programmazione turistica locale A. Regione, Provincia e Comune: istituzioni a confronto

Con la Legge costituzionale 3/2001 le competenze esclusive in materia turistica sono state assegnate alle

⁴ A tal proposito, si noti la correlazione fra l'inefficienza del trasporto pubblico e il mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere la Tuscia: l'89,2% degli italiani e il 54,7% degli stranieri hanno indicato auto, moto o camper che rappresentano, come è evidente, mezzi di trasporto autonomi.

⁵ In linea generale, si tenga presente che se epurato del "fattore Roma" il valore regionale, pari a 146,6, rivela dettagli provinciali notevolmente inferiori.

Regioni. In particolare, nel Lazio sono state 192 le leggi emanate fino al 2009, con una preponderanza di quelle consistenti nell'istituzione e nel riconoscimento di enti e strutture turistiche locali (31), nella disciplina delle imprese e delle professioni turistiche (30) e nella valorizzazione del patrimonio naturalistico ed artistico regionale, con un'intensificazione, dal 2005 ad oggi, di quelle inerenti il potenziamento delle infrastrutture e dei trasporti. A tal proposito, se con riferimento a tutta la Regione l'obiettivo prioritario risiede nel potenziamento dei collegamenti tra la capitale e le altre province, nello specifico, con riguardo alla provincia di Viterbo, questi interventi legislativi si concretizzano nella riapertura della ferrovia Civitavecchia-Orte e nell'ammodernamento del tratto extraurbano Civita Castellana-Viterbo. L'impegno economico-finanziario regionale si è sostanzialmente, invece, in 8,5 milioni di euro per il sostegno del commercio e del turismo nell'Alto Lazio. Infine, a completamento di questo sintetico quadro sugli ambiti di azione della Regione Lazio contestualmente al territorio viterbese, si aggiunge che l'Ente ha anche elaborato un'estesa re-golamentazione delle imprese turistiche che demanda a Province e Comuni la funzione di vigilanza e controllo sulle strutture obbligate al rispetto della suddetta normativa. Non solo, ma ai sensi dell'art. 18 della Legge Regionale 13/2007, la Regione delibera unicamente la proposta di un piano turistico in base al quale sono le stesse Province ad elaborare la programmazione locale incentrata sulla valorizzazione del territorio, la sua promozione e l'accoglienza turistica. Nel caso dell'amministrazione provinciale di Viterbo, gli interventi per l'anno 2009 si sono prevalentemente esplicitati in un piano di marketing messo a punto dal Servizio Turismo diretto dal Dott. Fernando Nobili. In effetti l'Amministrazione Provinciale si è dimostrata molto più incline all'elaborazione di proposte incentrate sulla promozione a livello nazionale ed internazionale del territorio e alla formazione delle professioni turistiche. In particolare, per quanto riguarda la promozione e la valorizzazione turistica della Tuscia,

il sopra menzionato piano di marketing prevede:

- la partecipazione, di concerto con la Regione Lazio, a Borse e Fiere "relative a quel tipo di turista che rappresenta il target dell'incoming nella Tuscia", vale a dire i laziali e coloro che provengono dalle Regioni limitrofe, i lombardi, i campani e i siciliani per quanto riguarda gli arrivi nazionali e gli olandesi, gli austriaci e i tedeschi per quelli stranieri;
- l'organizzazione di eventi a rilevanza turistica, con particolare riferimento al Festival Barocco, che alla sua 39ma edizione nel 2009 ha presentato un repertorio operistico di 12 appuntamenti spalmati sui mesi di agosto, settembre e ottobre, e alla Stagione Teatrale di Ferento, il cui teatro romano in ottimo stato di conservazione è ancora oggi sede di rappresentazioni sceniche;
- il ricorso all'advertising, prevalentemente in forma dépliantistica;
- l'intervento all'interno di workshop;
- la concessione di incentivi agli operatori turistici che si occupano di incoming.

Quest'ultima iniziativa, prima aperta ai tour operator italiani e successivamente estesa anche a quelli stranieri, consiste nel fornire un servizio di guida turistica gratuito e un rimborso di parte delle spese di viaggio a quei gruppi, composti da minimo 20 persone, che sostino nella Tuscia almeno 2 notti.

Riguardo alla formazione di figure professionali, invece, vengono pubblicati di anno in anno i bandi all'abilitazione di guida turistica, di accompagnatore turistico, di direttore tecnico delle agenzie di viaggio e di interprete turistico. In più, la Provincia è deputata al rilascio delle autorizzazioni per le agenzie di viaggio, alla loro gestione in termini di tenuta ed aggiornamento degli elenchi provinciali ad esse inerenti e al controllo della loro attività; nel 2009 ha inoltre istituito un Albo delle Associazioni Turistiche Pro Loco, di competenza regionale negli anni precedenti.

Il Comune del capoluogo punta, invece, sulla vicinanza al porto: "Abbiamo preso contatti con le compagnie di navigazione che fanno scalo a Civitavecchia per proporre loro di

attivare pacchetti turistici che pongano la nostra città come meta intermedia per chi magari, in altro momento, ha già visitato Roma" dichiara il Dott. Vito Guerriero, ex-Assessore al Turismo dell'Amministrazione Comunale; anche se per il momento l'adesione non è incoraggiante e solo una compagnia ha inserito Viterbo nella propria offerta. Altro aspetto caro all'Assessorato è la Via Francigena. Proprio nel 2009 il Comune ha avuto la possibilità di accedere ai finanziamenti stanziati dalla Regione Lazio per la messa in sicurezza di questo percorso religioso; ma gli interventi di valorizzazione inciampano nel già emerso sotto-dimensionamento del comparto turistico: vengono a mancare, infatti, i punti di ricovero per i pellegrini i quali, per la durata del cammino che svolgono in forma penitenziale, non possono certo fare continuamente riferimento ad una struttura di tipo alberghiero in termini di spesa. Per non parlare dei limiti che la scarsa dotazione dell'offerta ricettiva impone allo sviluppo del turismo termale: l'unico albergo disponibile nelle immediate vicinanze delle terme è l'hotel 4 stelle Niccolò V che dispone di sole 20 camere e 3 suite ed è praticamente sempre al completo. Eppure a livello di risorse turistiche, come sottolinea il Dott. Nobili, "nella Tuscia non manca niente" essendo presente un'offerta comprendente mare, natura, gastro-nomia, arte, archeologia e terme in grado di soddisfare tutti i gusti del mercato. Com'è però possibile porre il turista nella condizione di muoversi da un borgo all'altro, o dai laghi dell'entroterra fino al mare, o di raggiungere la capitale in tempi accettabili, se il sistema dei trasporti interni e quello di collegamento con le zone limitrofe risulta inefficiente e alle sue disfunzionalità non sopperiscono neanche i servizi privati di noleggio (auto, moto, bici, ...)? O come pensare di attirare frotte di turisti stranieri che è poi difficile gestire a causa dell'assenza, negli uffici informazioni come nelle strutture ricettive, di personale in grado di parlare almeno la lingua inglese? E un altro problema sorge ancora più a monte: quello della comunicazione. Se da un lato è vero che chi ha conosciuto la Tuscia vi ritorna in un secondo

momento (si ricorda che il tasso di fidelizzazione si aggira intorno al 45%), dall'altro è altrettanto vero che in molti non sono affatto a conoscenza delle amenità che questo territorio ha da offrire. E per il momento non si può neanche scommettere sulla notorietà che la Provincia acquisirebbe grazie alla costruzione dell'aeroporto, "che sicuramente si farà ma certamente non a breve termine", dichiara l'Assessore Guerriero. Secondo le previsioni, infatti, il progetto è in realizzazione per il 2011 e sono 8 milioni i passeggeri attesi in quello che diventerebbe, così, il 2° aeroporto della regione, ma al momento "la città non è in grado di accogliere l'afflusso turistico previsto"⁶. In sintesi, l'area è ancora troppo fragile per essere sottoposta alla pressione turistica che si verrebbe a determinare con l'aumento degli arrivi; urge un massiccio intervento finalizzato a rendere più fluidi i collegamenti stradali, superstradali (è in completa-mento la superstrada Civitavecchia-Orte-Viterbo) e soprattutto ferroviari, non più adeguati neanche alle esigenze di coloro che si muovono per pendolarismo.

B. La Camera di Commercio di Viterbo: un ruolo forte ed innovativo

Numerosi sono i progetti messi a punto dall'Ente camerale che opera sul territorio viterbese. Le azioni intraprese dalla Camera di Commercio si sono sempre ispirate a specifiche linee guida rintracciabili nella valorizzazione del binomio territorio-prodotti tipici e nella creazione di un terreno comune entro il quale le imprese fossero incoraggiate ed agevolate a mettersi in relazione (dall'intervista al Dott. Franco Rosati). A questo proposito, nel 2005 è stato istituito il Marchio collettivo "Tuscia Viterbese", il Brand in cui si concentrano tutti gli elementi connotativi del territorio, nato allo scopo di promuovere la convergenza delle piccole imprese agricole in

un'unica "formula identificativa": quella della somministrazione tipica⁷. La finalità era (ed è tuttora) quella di costituire un solido legame tra la Tuscia viterbese e suoi prodotti tale che essi divengano uno degli strumenti più efficaci per la promozione del territorio stesso. Sebbene ad oggi le imprese aderenti all'iniziativa camerale siano oltre 160, l'orizzonte quantitativo deve spostarsi ancora oltre e soprattutto si impone una crescita compatta di questo fronte ancorato all'agricoltura che della promozione del territorio a fini turistici potrebbe giovare in termini di aumento dei volumi di vendita dei prodotti tipici stessi. Recentemente il marchio è stato anche esteso agli esercizi alberghieri e di ristorazione attivi nella Provincia di Viterbo. In effetti, la Camera di Commercio si propone anche di migliorare la qualità delle strutture ricettive assegnando, in combinazione con il Marchio collettivo "Tuscia Viterbese", il marchio di qualità "Ospitalità Italiana" di IS.NA.R.T. che ad oggi possono vantare 11 alberghi, 7 ristoranti e 17 agriturismi.

A queste iniziative di marketing territoriale si affianca il progetto "Welcome in Tuscia", che consiste nel tentativo di creare forme di turismo integrato tra le proposte di ospitalità delle strutture ricettive e gli eventi che hanno luogo tutto l'anno in provincia, e la più generale attività di coordinamento delle Feste del Vino, della Castagna e dell'Olio (promosse da 15 comuni del territorio) realizzata in base ad una campagna di comunicazione unitaria che dia un'immagine globale della provincia. E sempre con riferimento alle manifestazioni organizzate a livello locale, la Camera di Commercio prende parte a "Visituscia", opportunità di incontro dei buyers italiani con i tour operator stranieri (provenienti soprattutto dall'area germanica); alla BTSA (Borsa del Turismo Sociale Associato) realizzata allo scopo di intercettare quella fetta di domanda turistica che passa attraverso le associazioni, le scuole

e i CRAL aziendali; a "Buy Lazio", workshop turistico internazionale promosso dall'Unione Regionale delle Camere di Commercio del Lazio. Incisivi gli interventi anche sul piano promozionale: pubblicazioni tematiche aventi ad oggetto il turismo enogastronomico; acquisto di spazi pubblicitari sui quotidiani regionali e nazionali e all'interno di guide turistiche; introduzione di pagine destinate all'informazione turistica sullo stesso sito dell'Ente camerale.

Le incertezze di oggi e le opportunità di domani

Nonostante le istituzioni si stiano muovendo con sempre maggiore decisione verso la formulazione di programmi in materia turistica, le difficoltà che emergono rispetto ai punti di debolezza strutturali del territorio viterbese e, in un'ottica più generale, le dinamiche di crisi della congiuntura economica nazionale, penalizzano l'operatività degli Enti non consentendo loro di disporre degli strumenti funzionali al miglioramento dello status quo.

In primis, il tema dell'accoglienza può essere considerato uno dei talloni d'Achille della Provincia di Viterbo: la maggior parte delle volte è il turista che si deve adeguare all'offerta perché non trova a sua disposizione la struttura più aderente alle proprie esigenze. Si prenda ad esempio in considerazione l'assenza dei 5 stelle e la ridotta capacità degli esercizi ricettivi operanti sul territorio. Nel primo caso, si rinuncia a quella fetta del mercato turistico rappresentata dal turismo congressuale che invece potrebbe creare sinergia con le attività accademiche dell'Università degli Studi della Tuscia; nel secondo caso, non essendo disponibili strutture con più di 80 stanze si limita la possibilità di accogliere i grandi gruppi, specialmente nei periodi ad alta concentrazione turistica come l'estate e i giorni sui quali si sviluppa l'evento di Santa Rosa.

Questo quadro è aggravato dal fatto

⁶ Dall'intervento del Dott. F. Rosati, ex-Segretario Generale della Camera di Commercio di Viterbo, in occasione della conferenza "Il turismo per lo sviluppo di Viterbo", 5 novembre 2009, Palazzo dei Priori, Viterbo.

⁷ Recentemente il marchio è stato anche esteso agli esercizi alberghieri e di ristorazione attivi nella Provincia di Viterbo.

che “manca negli operatori una visione di marketing”, ragione per cui l’attività promozionale risulta al di sotto degli standard e talvolta realizzata con strumenti inefficaci, e che “non c’è, salvo alcune eccezioni, un reale coordinamento tra le amministrazioni locali e la definizione di una strategia comune soprattutto volta alle prospettive di uno sviluppo futuro”, dichiara il Dott. Franco Rosati, ex-Segretario Generale della Camera di Commercio di Viterbo. D’altra parte, l’implementazione delle strategie di marketing territoriale più adeguate ad uno sviluppo economico incentrato sul turismo è appesantita dai tagli di budget destinato alle istituzioni locali che, anziché concentrarsi sulla creazione di una rete di amministrazioni, hanno dovuto fronteggiare le spese di bilancio con le poche risorse finanziarie a disposizione prediligendo l’individualismo economico tipico degli enti finanziariamente sofferenti. Viene a mancare, quindi, quell’organizzazione globale tra pubblico, privato e Associazioni di categoria senza la quale non ci si può attendere di raggiungere i lontani traguardi, imposti dalla realizzazione dell’aeroporto, di predisposizione di un apparato comprensivo di servizi di accoglienza, ristorazione, mobilità, ricreativi e culturali ad un livello accettabile di offerta.

Se dal lato della domanda è dunque

indispensabile ripensare in chiave innovativa la promozione e la comunicazione del territorio, soprattutto in occasione delle Fiere internazionali (che rappresentano sicuramente il canale di contatto più immediato con i tour operator) o più in generale verso l’esterno della Provincia, dal lato dell’offerta l’intervento che si richiede è decisamente più massiccio:

- il coordinamento di filiera delle imprese turistiche;
- la creazione di un’intesa a lungo termine tra pubblico e privato e l’accentuazione dei rapporti tra Camera di Commercio, Provincia e Comune finalizzata alla messa a punto di strategie ampiamente condivise;
- lo stimolo agli investimenti privati per la realizzazione di strutture ricettive;
- il miglioramento della qualità delle strutture ricettive e ristorative a cui deve essere associato l’aumento della disponibilità e dell’attenzione nei confronti del cliente;
- il potenziamento del sistema infrastrutturale;
- la valorizzazione del centro urbano e dei borghi medioevali;
- la personalizzazione e la diversificazione dell’offerta funzionali alla creazione di itinerari turistici tali per cui sia anche possibile ovviare al problema della stagionalità dell’incoming nel viterbese.

Una riflessione finale: la scarsità delle risorse economiche da investi-

re nel comparto turistico non può costituire un alibi costante alla ridotta programmazione in ambito locale. Manca, in realtà, una visione di quello che effettivamente la risorsa turismo potrebbe rappresentare per l’economia viterbese e la volontà di scommettere che questa ricchezza inespressa abbia in sé le potenzialità per riattivare una crescita economica tale da permettere finalmente a Viterbo di evolversi da grande paese a piccola città.

BIBLIOGRAFIA

Camera di Commercio di Viterbo, 2009. *Polos 2009, 10° Rapporto sull’Economia della Tuscia Viterbese*

AT Lazio, Gennaio 2010. *Professionalità, consapevolezza e accoglienza: fattori strategici per lo sviluppo del turismo nel Lazio*

Provincia di Viterbo, 2009. *Relazione Previsionale Programmatica 2009/2011*

Provincia di Viterbo, 2008. *Indagine conoscitiva sulla domanda turistica nella Provincia di Viterbo 2007-2008*

APT Viterbo, *Guide per aree, Viterbo Città dei Papi*

APT Viterbo, *Guide per aree, Maremma Laziale*

APT Viterbo, *Guide per aree, Valle del Treja e via Amerina*

APT Viterbo, *Guide per aree, Valle del Mignone.*

Il costo della fornitura di energia elettrica pagato dalle imprese in provincia di Viterbo

Rapporto 2011

a cura di Ref

Ricerche e consulenze per l'economia e la finanza

Premessa

Nell'ottica di promuovere la trasparenza e favorire un migliore funzionamento dei mercati, la Camera di Commercio di Viterbo ha promosso la realizzazione di un'indagine sulle modalità di consumo di energia elettrica e sui costi del servizio di fornitura di energia elettrica pagati dalle categorie produttive, i cui risultati sono contenuti in questo primo Rapporto.

L'indagine eredita l'esperienza prototipale sviluppata nel 2007 dalla Camera di Commercio di Milano e dall'Indis di Unioncamere con il coordinamento scientifico di Ricerche per l'economia e la finanza. Per la realizzazione del progetto è stato costituito un gruppo di lavoro composto da Rosa Carozza (CCIAA Viterbo) e da Donato Berardi, Angelo Becchio, Fulvio Bersanetti, Francesca Signori e Samir Traini (ref. – Ricerche per l'economia e la finanza).

Il presente Rapporto è stato curato dal gruppo di lavoro dell'Area "Prezzi e Tariffe" del centro ref. - Ricerche per l'economia e la finanza.

Introduzione

Un rinnovato ruolo delle Camere di Commercio e delle loro Unioni

Le Camere di Commercio, Industria, Agricoltura e Artigianato, unitamente alle loro unioni regionali, sono

soggetti vicini al territorio - al confine tra la pubblica amministrazione e l'impresa - cui sono demandate funzioni connesse all'interesse oggettivo dell'economia nel suo complesso: non solo interesse a garantire rapporti corretti tra le imprese, favorendo la libera e leale concorrenza, ma anche un altrettanto pregnante interesse diretto a tutela dei consumatori e degli utenti.

Con l'art. 5 del decreto legge n. 112/2008, convertito in legge il 6 agosto 2008, il Governo ha ribadito l'obiettivo di sorvegliare sistematicamente la dinamica dei prezzi e delle tariffe, avvalendosi degli appositi Uffici delle Camere di commercio e della stessa Unioncamere.

Nell'ultimo anno il sistema delle Camere di Commercio ha promosso la costituzione di una rete finalizzata alla rilevazione ed al monitoraggio comparato delle principali tariffe al fine di sostenere la trasparenza economica e l'*accountability* di quelle che rappresentano una rilevante voce di costo per i bilanci delle famiglie e delle micro, piccole e medie imprese (PMI). L'iniziativa mutua la consolidata esperienza delle Camere di Commercio nella rilevazione di prezzi all'ingrosso e la direziona verso nuovi mercati, quelli dei servizi pubblici locali, oggetto di recente liberalizzazione, come quelli dell'energia, o gestiti in economia dagli enti locali, come quelli idrici e della raccolta e smaltimento dei rifiuti solidi urbani.

Il presente Rapporto è finalizzato a

promuovere la trasparenza sui costi pagati dal sistema delle micro, piccole e medie imprese e ha tra i suoi obiettivi anche quello di favorire una migliore conoscenza del funzionamento del mercato libero dell'energia elettrica. Trasparenza e pubblicità ai risparmi di costo attivabili con il passaggio dal mercato tutelato al mercato libero rappresentano un elemento in grado avvicinare al mercato libero dell'energia anche le imprese di minori dimensioni, che rappresentano l'asse portante del tessuto industriale italiano.

1. I consumi di energia elettrica in provincia di Viterbo

1.1 Le caratteristiche del questionario

Il questionario somministrato alle imprese è strutturato in quattro sezioni:

- caratteristiche fisiche dell'impresa;
- proprietà del fabbisogno di energia elettrica;
- opzioni contrattuali e approccio al mercato libero;
- altri aspetti della fornitura.

La prima sezione rileva gli elementi che identificano il rispondente e lo qualificano per localizzazione (uni/plurilocalizzato), numero puntuale di addetti impiegati, settore di attività economica ed articolazione dei turni giornalieri nell'arco della settimana lavorativa. Essa consente

* Tutte le elaborazioni sono state effettuate nel rispetto del D.Lgs. n. 196/2003.

inoltre di individuare il mercato presso il quale l'impresa si approvvigiona: maggior tutela, libero, passaggio in corso d'anno (switch), ritorno al mercato tutelato in corso d'anno (switch back), non sa.

La seconda sezione si propone di indagare le caratteristiche del fabbisogno di energia elettrica del rispondente in termini di parametri fisici della fornitura quali tensione di allacciamento (Bassa, Media, Alta/Altissima), potenza massima prelevata/contrattualmente impegnata e consumo annuo.

La terza sezione è stata riservata alle sole imprese che hanno dichiarato di rifornirsi sul mercato libero richiedendo loro di specificare: l'eventuale adesione ad un consorzio di acquisto; le modalità di aggiornamento del corrispettivo dell'energia (fisso, indicizzato o a sconto sulle condizioni economiche stabilite dall'Autorità per il mercato tutelato); la tipologia di articolazione del corrispettivo dell'energia (monorario, ovvero un unico corrispettivo indifferenziato nelle ore della giornata, biorario, cioè differenziato per due fasce orarie e multiorario su tre fasce orarie); la durata del contratto (annuale, biennale, oltre 24 mesi). Sono state inoltre indagate le modalità con cui le imprese si avvicinano al mercato libero: il numero di offerte recapitate e valutate prima di sottoscrivere il contratto (una, due, tre, più di tre); il canale con cui si è venuti a conoscenza dell'offerta sottoscritta (agente commerciale, internet, pubblicità, passaparola); l'aspetto che ha assunto maggiore rilevanza nella scelta del fornitore e le opzioni del contratto sottoscritto (energia verde, *dual fuel*, entrambe, nessuna delle due opzioni).

La quarta sezione, infine, ha inteso trarre qualche elemento di valutazione circa l'interesse delle imprese sul tema dell'energia: la percezione del servizio e la sua qualità commerciale, l'intenzione di effettuare investimenti in efficienza energetica, la quantificazione del risparmio richiesto per cambiare fornitore, l'eventuale presenza di ulteriori motivazioni, oltre a quella del risparmio, per scegliere un nuovo fornitore, la disponibilità a pagare di più per avere una fornitura di energia certificata verde e la trasparenza dei documenti di fatturazione.

1.2 Il piano di campionamento: obiettivi e caratteristiche

Gli obiettivi dell'indagine sulla domanda di energia elettrica sono due:

- 1) mappare i profili di consumo dei siti produttivi localizzati sul territorio viterbese;
- 2) quantificare il costo del servizio di fornitura dell'energia elettrica sostenuto dalle imprese.

Più in particolare, si è interessati ad analizzare le principali caratteristiche del ciclo produttivo (numero dei turni lavorativi nella settimana tipo) e della fornitura di energia elettrica (volumi consumati, potenza impegnata, tensione di allacciamento, eccetera), la diffusione del mercato libero e le condizioni contrattuali che vi sono praticate, oltre alle relative modalità di definizione del prezzo (monorario/multiorario, fisso/indicizzato, eccetera).

L'universo di riferimento è rappresentato dalle sedi di impresa risultanti dal Registro delle Imprese della Camera di Commercio di

Viterbo. L'indagine è stata condotta su un campione rappresentativo suddiviso per settore merceologico e dimensioni di impresa. Il disegno campionario ha previsto di analizzare cinque settori (di cui uno dell'agricoltura, due del manifatturiero e due dei servizi) procedendo con una stratificazione per classe di addetti (dipendenti e indipendenti) come *proxy* delle dimensioni aziendali: micro, piccola e media. Data la diversa struttura occupazionale, la classificazione delle imprese è stata commisurata a classi di addetti differenti: nell'ambito del manifatturiero (agricoltura e servizi) sono "micro" le imprese da 3 sino a 9 addetti (5 addetti nel caso dell'agricoltura e dei servizi), "piccole" quelle con numero di addetti compreso tra 10 e 49 (6 e 19 nell'agricoltura e nei servizi), "medie" quelle con numero di addetti compreso tra 50 e 250 (20 e 250 nell'agricoltura e nei servizi). Dall'incrocio tra i tre settori di attività e le tre classi di addetti si individuano quindici strati. Per determinare l'ampiezza ottimale del campione e la sua allocazione negli strati si è fatto ricorso alle informazioni interne circa la distribuzione della variabile di riferimento (la varianza dei costi per la fornitura di energia elettrica distinti per settore merceologico e ricavati dall'indagine condotta da Unioncamere nel corso del 2010 sul territorio nazionale). In particolare si è provveduto a calcolare le consistenze campionarie negli strati imponendo che l'errore atteso nella stima dei costi di fornitura sul totale fosse inferiore al 7.5%, tenendo conto del peso relativo di ciascun settore sull'economia provinciale in termini di numerosità delle imprese.

Campione teorico

Codice ATECO	Settori	Dimensioni d'impresa			Totale
		micro	piccola	media	
1	Agricoltura	26	27	7	60
10-11	Alimentare	44	27	1	72
23	Lavorazione di minerali non metalliferi	22	17	16	55
45	Commercio e riparazione di autoveicoli	47	53	5	105
55-56	Alloggio e ristorazione	61	31	10	102
	Totale	200	155	39	394

Campione effettivo

Codice ATECO	Settori	Dimensioni d'impresa			Totale
		micro	piccola	media	
1	Agricoltura	1	8	2	11
10-11	Alimentare	13	6	0	19
23	Lavorazione di minerali non metalliferi	3	4	3	10
45	Commercio e riparazione di autoveicoli	12	15	1	28
55-56	Alloggio e ristorazione	5	6	0	11
	Totale	34	39	6	79

1.3 I risultati dell'indagine: uno sguardo d'insieme

L'indagine sulla domanda di energia elettrica condotta sulla Piazza di Viterbo ha interessato un campione comprensivo di circa 80 unità, di cui la quasi totalità (79 imprese) hanno compilato integralmente il questionario dichiarando anche le informazioni relative al consumo ed alla spesa riportate in bolletta.

Le unità rispondenti si concentrano in cinque settori merceologici fortemente rappresentativi del tessuto economico provinciale: Agricoltura (14% delle unità), Alimentare (25%), Minerali non metalliferi/Materiali per costruzione (11%), Commercio e riparazione di autoveicoli (36%), Alloggio e ristorazione (14%).

Il volume medio unitario si colloca su un livello di 252 mila kWh/anno ma metà delle imprese non va oltre i 32 mila kWh/anno: il campione studiato risulta dunque caratterizzato dalla prevalenza di micro e piccoli consumatori e dalla presenza isolata di alcuni utenti con consumi di medie dimensioni.

Tale orientamento trova conferma nel livello di tensione con cui le imprese sono allacciate alla rete: 7 unità su 10, corrispondenti ad un consumo cumulato pari al 19% del totale, dichiarano di essere allacciate in Bassa Tensione, mentre il residuo 30% delle imprese è allacciato in Media Tensione e registra un consumo aggregato che ammonta ad oltre l'80% del totale.

Simili caratteristiche si riscontrano sul versante della potenza contrat-

tualmente impegnata: il valore medio si attesta su un livello di 90 kW, ma metà delle imprese rimane sotto i 25 kW.

Alla luce delle peculiarità nella distribuzione dei consumi ed al fine di profilare le imprese tipo che operano sulla Piazza di Viterbo, si è proceduto con l'individuazione di alcune classi di consumo: in questo modo è stato possibile isolare le principali caratteristiche del campione e verificarne la correlazione con l'andamento dei livelli di prelievo. Nello specifico, si è ritenuto opportuno disaggregare il campione secondo la seguente classificazione:

Consumatori non energivori

- 1) *Micro consumatore* (fino a 50 MWh/anno): in questa categoria rientrano soprattutto le imprese di micro dimensioni in termini di addetti impiegati e con consumi contenuti, in alcuni casi comparabili al profilo di una generica utenza domestica. Con 53 unità (67%) si tratta della classe più rappresentata in Provincia di Viterbo;
- 2) *Mini consumatore* (da 50 a 100 MWh/anno), classe caratterizzata dalla presenza di micro e piccole imprese con processi produttivi a bassa intensità elettrica: ne fanno parte 6 imprese, pari all'8% del campione;
- 3) *Piccolo consumatore* (da 100 a 300 MWh/anno), che tipicamente comprende tra le proprie fila la piccola industria: la categoria è rappresentata da altre 7 unità (9%);

Consumatori energivori

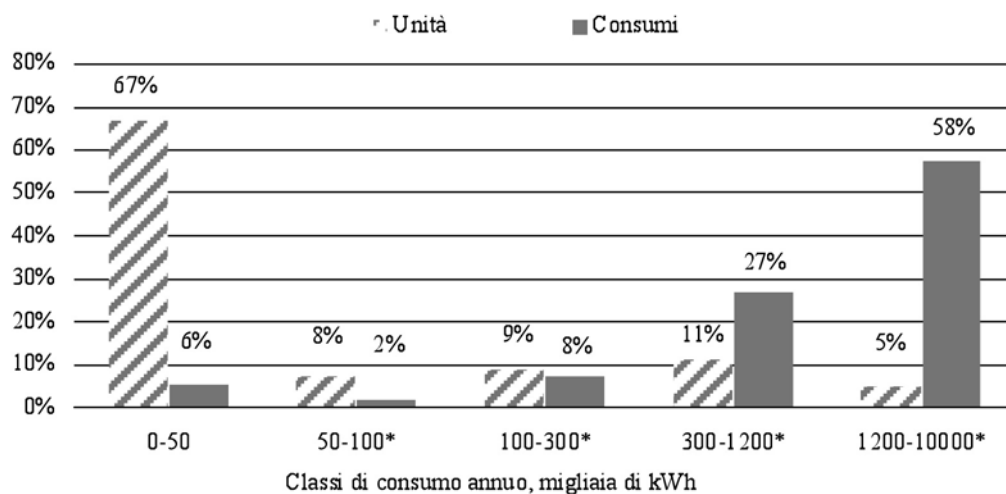
- 4) *Medio consumatore* (da 300 a 1200 MWh/anno) in cui prevalgono le piccole imprese impegnate in settori *energy intensive*, complessivamente 11 imprese su 100;

- 5) *Grande consumatore* (da 1200 a 10 mila MWh/anno), profilo che corrisponde ad un'impresa con dimensioni aziendali più grandi e tecnologie di produzione che prevedono un elevato assorbimento di energia. Nonostante una numerosità contenuta (4 imprese), i volumi di prelievo elevati ne fanno un intervallo di consumo rilevante per il mercato elettrico provinciale;

La **Figura** allegata conferma come il campione indagato risulti composto da un elevato numero di imprese piccole consumatrici e da un ristretto numero di soggetti energivori (oltre 300 MWh/anno). Essa restituisce un quadro fortemente polarizzato: la distribuzione per classi sia delle unità che dei consumi evidenzia come, nonostante le imprese con consumi inferiori a 50 MWh/anno ammontino al 67% delle unità indagate, i volumi di energia elettrica da queste prelevati rappresentino appena il 6% dei consumi totali del campione. In maniera del tutto speculare le imprese con consumi superiori a 300 MWh/anno (le ultime tre classi) corrispondono al 16% delle unità rilevate ma coprono quasi l'85% dello stock di consumo complessivo.

Distribuzione delle imprese per classe di consumo

(peso % sul numero delle imprese del campione e ponderato sui consumi)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

1.4 La tipologia delle imprese indagate

1.4.1 I settori indagati

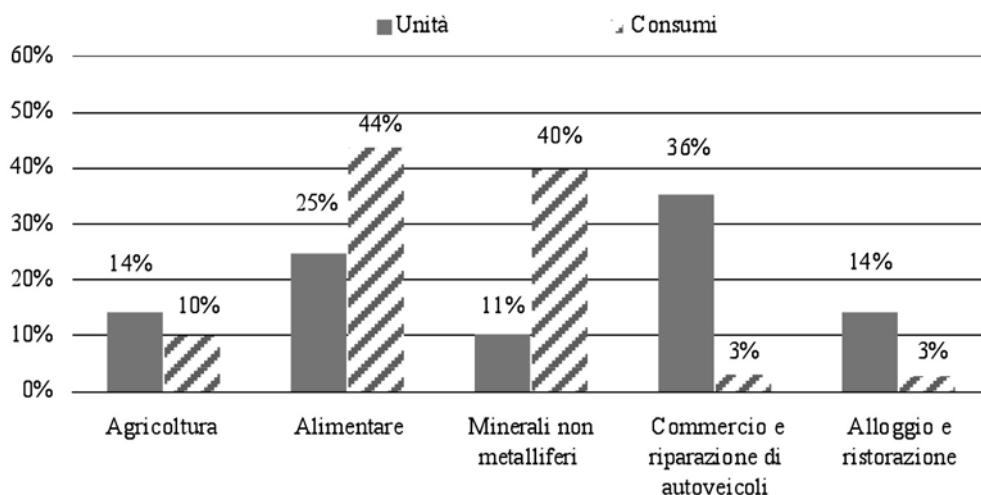
L'indagine condotta sulla Piazza viterbese ha interessato le imprese che appartengono a cinque distinte categorie merceologiche. L'analisi dei ritorni del questionario ha quindi permesso di quantificare il carattere più o meno energivoro di ciascuno dei settori selezionati.

La **Figura** seguente è utile per visualizzare numerosità e prelievi: il campione provinciale manifesta una buona distribuzione delle unità statistiche, compresa tra il 36% del Commercio e autoriparazione di autoveicoli e l'11% relativo al settore dei Minerali non metalliferi/Materiali per costruzione. Ponderando il peso dei settori per i consumi, al contrario, emerge un'accentuata concentrazione in favore di due settori specifici: è il

caso dell'Alimentare, il quale assorbe il 44% dei prelievi provinciali, e dei Minerali non metalliferi (con il 40%), a conferma dell'elevato grado di intensità elettrica che ne caratterizza i processi produttivi. L'analisi ha poi confermato la natura non *energy intensive* del comparto dei servizi e dell'agricoltura: aggregando i consumi dichiarati dalle imprese, si ottiene appena il 16% dei volumi prelevati complessivamente dal campione.

Il peso dei settori

(peso % sul numero delle imprese del campione e ponderato sui consumi)



Fonte: elaborazioni ref.

L'analisi infrasettoriale dei consumi aggregati sulla Piazza di Viterbo è stata integrata con il calcolo di due

ulteriori misure di sintesi: il consumo medio, calcolato come rapporto tra il totale dei MWh prelevati e la nume-

rosità della categoria, e quello mediano, ovvero il valore che bipartisce la distribuzione delle osserva-

zioni afferenti al medesimo settore. I risultati che si ricavano sembrano avvalorare le tendenze sopra descritte: quello dei Minerali non metalliferi si colloca nel quadro provinciale come il settore più energivoro tra quelli analizzati, in virtù di livelli

medi e mediani di consumo costantemente più elevati. Commercio di autoveicoli e Alloggio e ristorazione, viceversa, si caratterizzano come i settori i cui processi produttivi necessitano di un minor assorbimento di energia elettrica: i loro consumi medi

e mediani sono quelli più modesti dell'intero campione. Quelli mediani, in particolare, confermano come il profilo tipo di un'impresa attiva in questi due settori corrisponda ad un micro consumatore con un livello di prelievo inferiore a 50 MWh/anno.

Il peso dei settori

	Unità	Consumi totali MWh/anno	Consumo medio unitario MWh/anno	Consumo mediano unitario MWh/anno
Agricoltura	11	2 025	184	191
Alimentare	19	8 744	460	47
Minerali non metalliferi	8	7 939	992	378
Commercio e riparazione di autoveicoli	27	642	24	20
Alloggio e ristorazione	11	599	54	44

Fonte: elaborazioni ref.

I consumi annuali di energia elettrica

L'indagine sulla domanda di energia elettrica in Provincia di Viterbo si è basata sull'identificazione del volume prelevato di energia elettrica quale variabile discriminante per ricostruire i profili caratteristici del mercato elettrico provinciale.

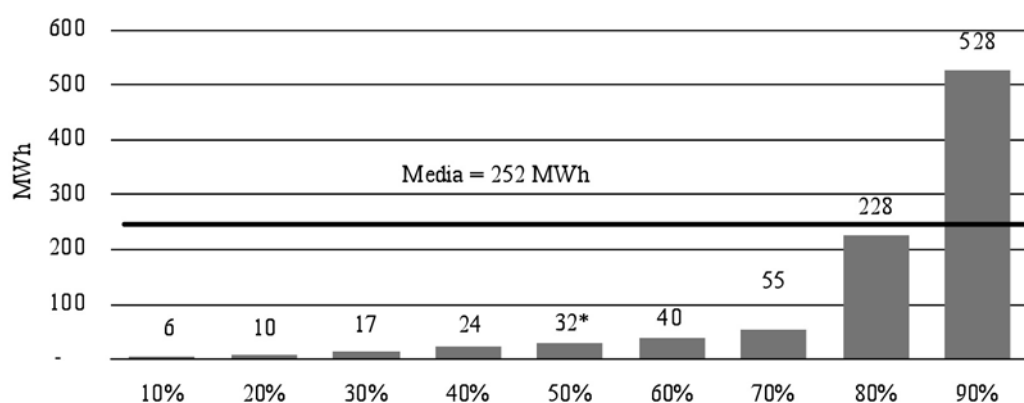
Il consumo individuale medio calcolato sull'intero campione è pari a 252 MWh/anno, mentre quello mediano ammonta a 32 MWh/anno.

La spiccata differenza tra queste due grandezze consente di valutare il grado di simmetria della distribuzione: lo scostamento di oltre 200 MWh/anno è riconducibile alla variabilità interna al campione nei comportamenti di consumo ed in particolare alla presenza di un numero ristretto di soggetti energivori caratterizzati da livelli di prelievo particolarmente elevati. Del resto anche dall'analisi dei consumi per percentili, illustrata nella **Figura**

allegata, emerge un quadro polarizzato: da un lato, si osserva un 10% di soggetti a più basso consumo elettrico che preleva singolarmente meno di 6 MWh/anno (un volume non molto lontano dall'ammontare di consumo che l'AEEG stima per una generica utenza domestica, pari a 2.7 MWh/anno). D'altro canto si osserva un buon 10% delle imprese rispondenti al questionario dichiarare consumi superiori a 528 MWh/anno.

Distribuzione dei consumi di energia elettrica

(sul totale delle imprese del campione)



* Il quinto percentile corrisponde al valore mediano

Fonte: elaborazioni ref.

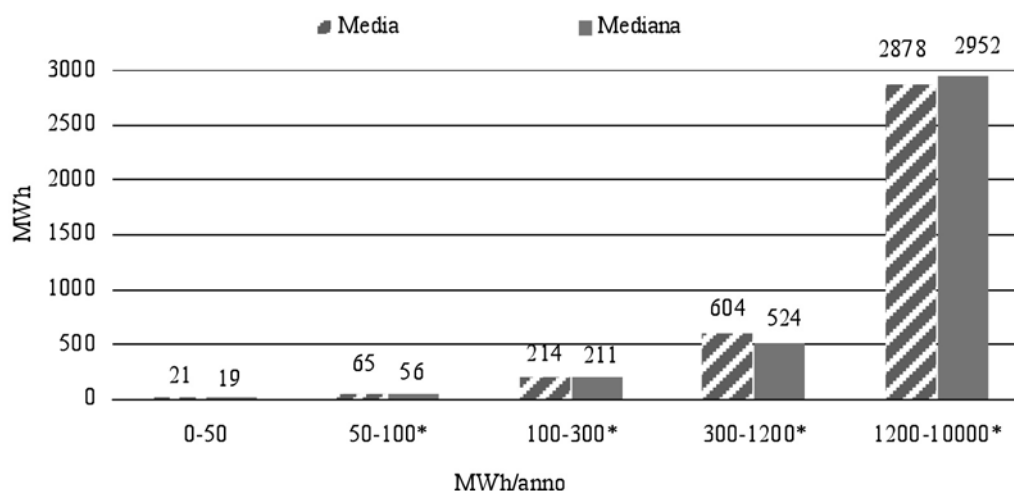
Replicando l'analisi dei volumi di prelievo sul campione disaggregato per classe di consumo, è possibile constatare un generale allineamento della media e della mediana su valori omogenei: contrariamente a quan-

to emerso dall'aggregato complessivo, gli scostamenti sono limitati in tutte e cinque le classi profilate. Tale evidenza è indice di una più contenuta variabilità e di una significativa simmetria nella distribuzione dei

consumi all'interno del medesimo intervallo: in altre parole il numero di imprese che dichiarano un livello di prelievo inferiore e superiore al valore centrale (ovvero alla mediana) tendono ad equivalersi.

Volumi prelevati per classe di consumo

(sul totale delle imprese del campione)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

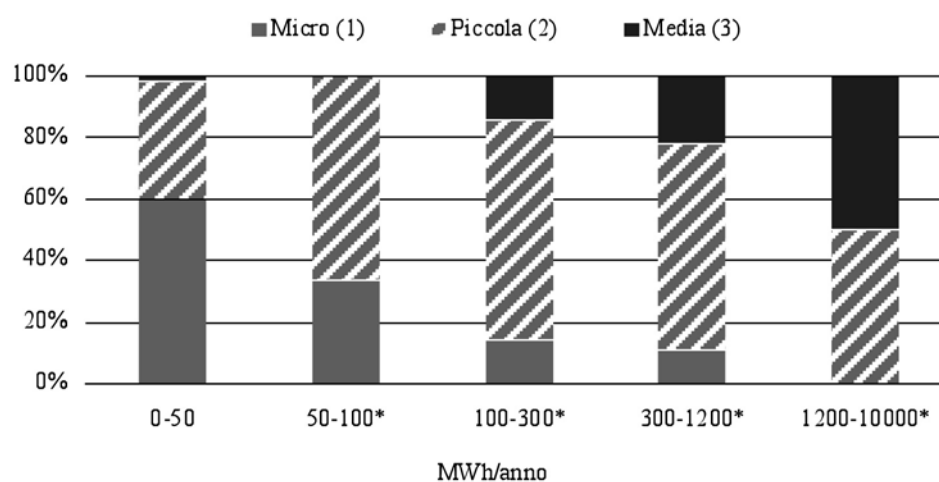
Dall'analisi della correlazione tra consumi di energia e dimensione dell'impresa (assunto come *proxy* il numero di addetti impiegati) risulta non sempre verificata la corrispondenza tra grandi dimensioni ed elevati consumi. Ad ogni modo la **Figura** seguente mostra una relazione positiva tra le due grandezze: la micro impresa (numero di addetti maggiore di 3 ed inferiore a 9 nel manifatturiero ed a 5 nell'agricoltura e nei servizi), è presente nel 60% dei casi fino a 50 MWh/anno, si riduce

progressivamente fino ad un modesto 11% in corrispondenza della classe con consumi compresi tra 300 e 1200 MWh/anno mentre è assente nell'ultima. La piccola impresa (numero di addetti compresi tra 10 e 49 nel manifatturiero e tra 6 e 19 nei servizi) è invece l'unica tipologia dimensionale a trovare una rilevante collocazione in tutte e cinque le classi: il suo contributo medio per intervallo di consumo supera il 50% ed in particolare risulta prevalente nelle classi centrali (la quota di rappresen-

tatività è pari al 67% per consumi compresi tra 50 e 100 MWh/anno ed al 71% tra 100 e 300 MWh/anno). Come intuibile, le imprese di medie dimensioni (numero di addetti superiore a 50 nel manifatturiero e a 20 nell'agricoltura e nei servizi ed inferiore a 250) tendono infine a concentrarsi in corrispondenza di livelli di consumo elevati: la relativa quota di rappresentatività sale dal 14% per le imprese che dichiarano un consumo compreso tra 100 e 300 MWh/anno al 50% tra 1200 e 10 mila.

Addetti e consumi di energia

(in % sul totale delle imprese)



(1) Numero di Addetti inferiore a 9 nel manifatturiero e inferiore a 5 nell'agricoltura e nei servizi

(2) Numero di Addetti compresi tra 10 e 49 nel manifatturiero e tra 6 e 19 nell'agricoltura e nei servizi

(3) Numero di Addetti superiore a 50 nel manifatturiero e superiore a 20 nell'agricoltura e nei servizi e inferiore a 250

* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

Riquadro 1.1 – La correlazione tra numero di addetti e consumi di energia

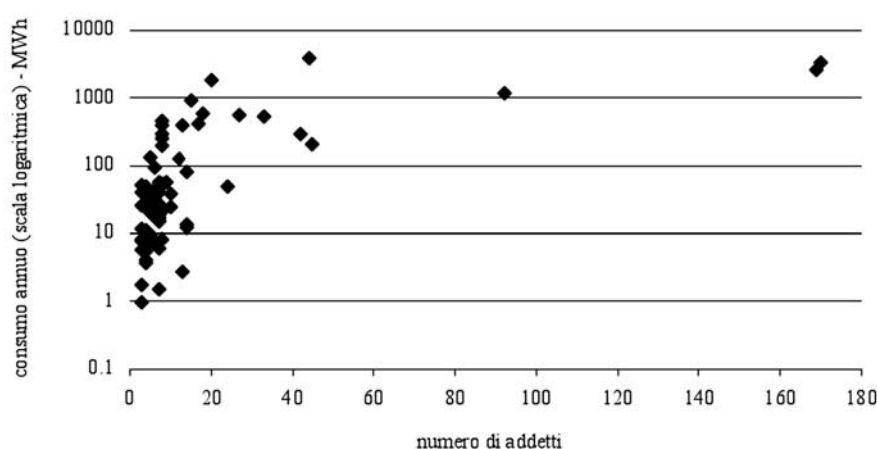
Un interessante tema di analisi è il grado di correlazione tra consumi e dimensioni aziendali, misurate con il numero di addetti impiegati nel processo produttivo. L'analisi evidenzia come non sempre ad un elevato numero di addetti corrispondano consumi elevati, in quanto la relazione che le lega risente evidentemente delle caratteristiche della tecnologia del processo produttivo ovvero dell'intensità energetica che un particolare processo produttivo richiede.

Dalla **Figura** allegata si possono desumere alcune indicazioni al riguardo:

- si osserva una moderata correlazione positiva tra

numero di addetti e consumi di energia: tra i soggetti che dichiarano un consumo annuo maggiore di 1000 MWh rientrano imprese con un numero di addetti compreso tra 20 e 170;

- emerge una forte dispersione nei prelievi intra classe di addetto: per esempio, a parità di addetti (inferiore a 20) il consumo annuo può oscillare tra un livello inferiore a 10 MWh/anno e superiore a 1000 MWh/anno;
- non sono rari i casi in cui imprese con pochi addetti (fino a 10 unità) prelevano annualmente volumi di energia elettrica superiori a quelli di imprese di grandi dimensioni (fino a 50 addetti).

Correlazione tra consumi di energia e numero di addetti

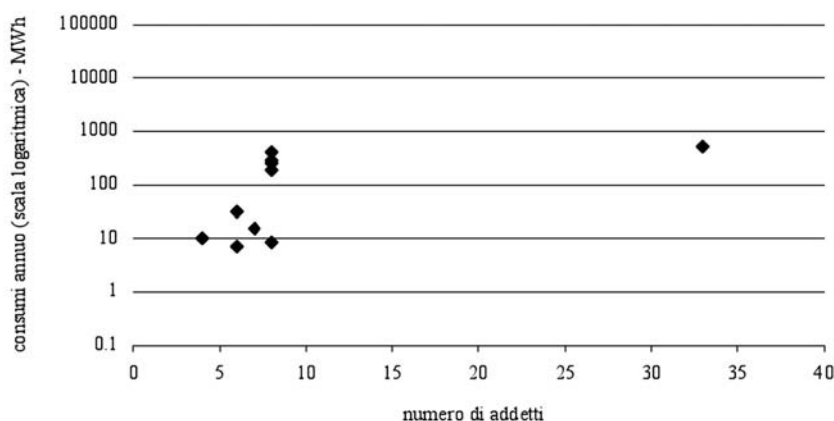
Fonte: elaborazioni ref.

Segmentando l'indagine per ciascuno dei cinque settori oggetto di rilevazione (si vedano le **Figure** seguenti, che replicano l'esercizio condotto sull'intero campione), è stato possibile integrare l'analisi con un ulteriore profilo di osservazione, ovvero il carattere più o meno *energy intensive* delle varie categorie merceologiche, per poi isolare le evidenze non comuni all'intero campione. Di seguito gli spunti più significativi:

- in primo luogo, la correlazione tra numero di addetti e consumo di energia elettrica risulta più accentuata

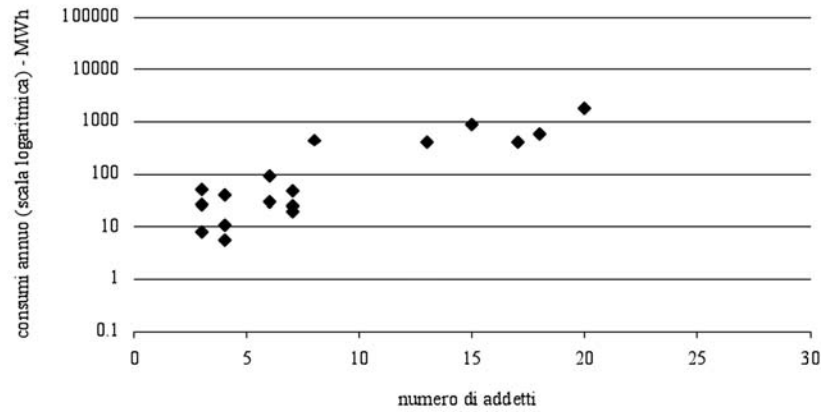
per i settori caratterizzati da un consumo medio più elevato (in particolare ciò è verificato per l'Alimentare) ove si rileva una buona proporzionalità tra le due variabili indagate;

- per i settori merceologici caratterizzati da processi produttivi a minore intensità elettrica si osserva una concentrazione del numero di addetti verso livelli contenuti: sia nel caso del Commercio che dell'Alloggio e ristorazione si evince una concentrazione delle imprese al di sotto dei 12 addetti.

Agricoltura - Correlazione tra consumi di energia e numero di addetti

Fonte: elaborazioni ref.

Alimentare - Correlazione tra consumi di energia e numero di addetti



1.5 Le caratteristiche fisiche del contratto di fornitura

Nel presente paragrafo vengono descritte le principali caratteristiche del fabbisogno energetico (parametri tecnici quali la tensione di allacciamento e la potenza impegnata) più una serie di variabili quali l'ammontare del fattore di carico e l'articolazione del ciclo produttivo in turni. L'approccio ai seguenti paragrafi deve tenere conto del fatto che gli indicatori che ci si appresta a presentare sono piuttosto stabili nel tempo: il livello di tensione, ad esempio, riflette solitamente la decisione che l'impresa assume al momento della richiesta di allacciamento alla rete per un nuovo punto presa. Allo stesso modo la potenza contrattualmente impegnata, pur

soggetta a variazioni da un anno all'altro in funzione di una congiuntura più o meno favorevole dell'attività produttiva, raramente registra "salti" di rilievo.

Tensione di allacciamento della fornitura di energia elettrica

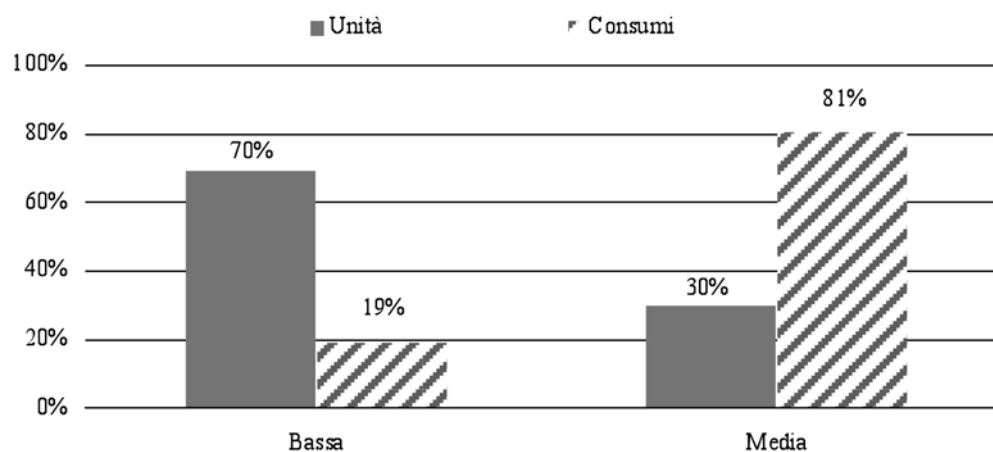
Il livello di tensione indica il potenziale di energia elettrica trasportata ovvero l'intensità della corrente elettrica che transita lungo la rete di trasmissione e distribuzione. Si tratta di una delle caratteristiche più importanti del contratto di fornitura in quanto da essa dipendono sia i corrispettivi che l'utente paga per i servizi di trasporto e misura, gli oneri impropri e di sistema, sia la maggiorazione ai corrispettivi di

energia che si applica al prezzo della componente materia prima per il riconoscimento delle perdite di rete. La dispersione di energia elettrica è legata al calore che la corrente elettrica rilascia in rete: ad un minore livello di tensione di allacciamento corrisponde un maggior quantitativo di energia persa nella fase di trasporto¹.

Come mostra la **Figura** allegata, 7 imprese su 10 del campione dichiara di trovarsi in Bassa Tensione (BT), mentre le restanti 3 in Media (MT). Non è rappresentata, per contro, l'AT/AAT. Sostanziali le differenze sul versante dei consumi: solo il 19% dell'energia elettrica viene prelevata dalle imprese in BT, mentre l'81% dei volumi provinciali transita in MT.

Tensione di fornitura dell'energia elettrica

(peso % sul numero delle imprese del campione e ponderata sui consumi)



Fonte: elaborazioni ref.

Una volta disaggregato il campione per classe di consumo, si osserva una certa proporzionalità tra volumi dichiarati e livello di tensione di allacciamento alla rete.

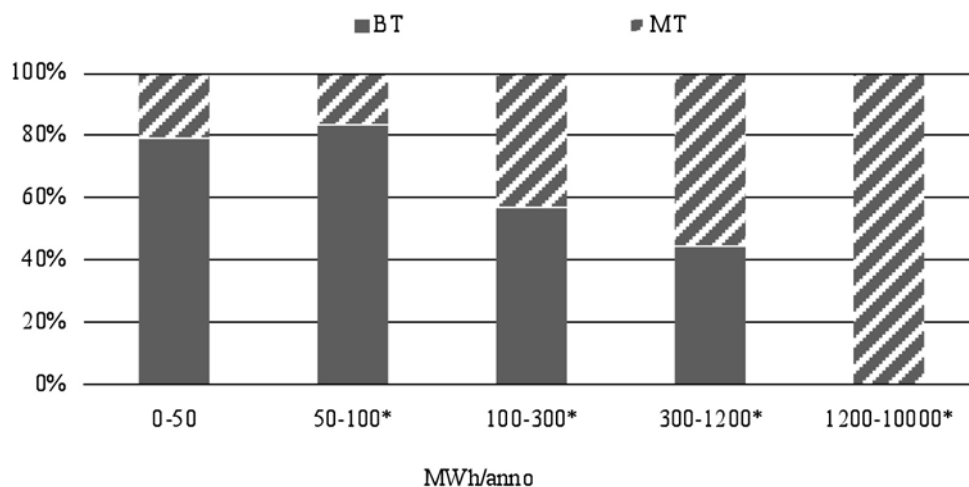
La quota di BT, che nella prima classe copre oltre tre quarti delle imprese, tende progressivamente a ridursi fino a livelli di consumo compresi tra 300 e 1200 MWh/anno

(44%). Discorso inverso per la MT: dal 21% osservato nella prima classe, la MT arriva a coprire la totalità delle imprese situate nel quinto intervallo.

¹ Si ricorda che la percentuale relativa alle perdite di rete è pari al 10.8% in BT, 5.1% in MT e 2.9% in AT.

Tensione di allacciamento per classe di consumo

(in % sul totale delle imprese)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

Potenza di fornitura dell'energia elettrica

Al pari della tensione, un'altra importante caratteristica del contratto di fornitura è rappresentata dalla potenza, la quale misura la quantità di energia elettrica messa a disposizione in ogni istante per ciascun punto presa allacciato alla rete di distribuzione. Se ne ricava una relazione di proporzionalità diretta tra

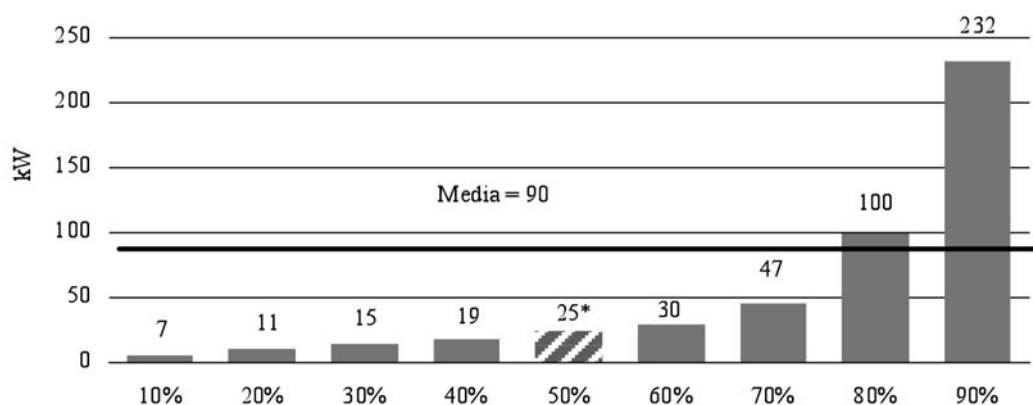
consumi e potenza, nel senso che al fine di prelevare grandi volumi di energia elettrica è necessaria una elevata potenza installata. Il questionario ha permesso di quantificare la potenza massima prelevata (o contrattualmente impegnata)² dei soggetti del campione analizzato.

Nella **Figura** seguente viene riportata la progressione percentile del valore della potenza dichiarata dalle

imprese: metà del campione regionale dispone di un livello di potenza inferiore a 25 kW (mediana della distribuzione), mentre la media si attesta su un valore di quasi quattro volte superiore (90 kW). Lo scostamento tra i due indici è da attribuire alla presenza di un ristretto numero di osservazioni con potenza particolarmente elevata, come dimostra anche il 10% di imprese che dichiara una potenza di oltre 230 kW.

Distribuzione della potenza massima prelevata

(sul totale delle imprese del campione)



* Il quinto percentile corrisponde al valore mediano

Fonte: elaborazioni ref.

² La potenza massima prelevata e quella impegnata coincidono qualora non sia installato un limitatore di potenza; in caso contrario la potenza impegnata corrisponde a quella contrattualmente impegnata. Nel testo si farà sempre riferimento alla potenza massima prelevata.

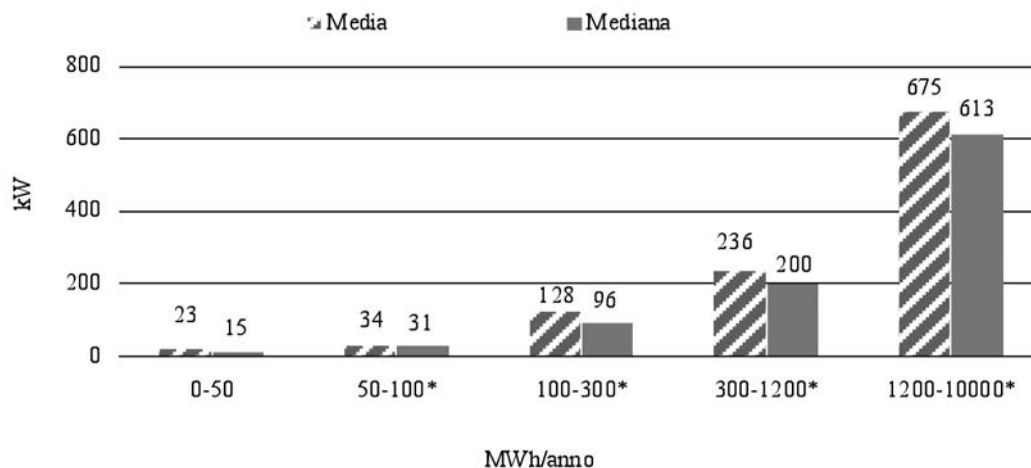
Come mostra la seguente **Figura**, che mette a confronto media e mediana per ciascuna delle cinque classi isolate, il livello di potenza evidenzia un andamento crescente all'aumentare dei consumi: nello

specifico si osserva come le imprese che dichiarano un prelievo inferiore a 300 MWh/anno dispongano di una potenza inferiore o prossima alla media del campione. Oltre tale soglia, come già osservato per i con-

sumi, la “forbice” si divarica in misura significativa non solo rispetto all'aggregato provinciale ma anche in termini di scostamento tra media e mediana all'interno della medesima classe.

Potenza massima prelevata per classe di consumo

(sul totale delle imprese del campione)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

Il fattore di carico (load factor)

Utilizzando i dati relativi al livello di potenza e a quello dei consumi annui è possibile indagare un interessante aspetto del “comportamento” di consumo delle imprese: il fattore di carico, più comunemente detto *load factor*, indica il numero di ore, in percentuale delle ore totali annue, di utilizzo della potenza contrattualmente impegnata o massima prelevata. Si ricava rapportando il volume di consumo al prodotto tra la potenza massima prelevata ed il numero di ore in un anno. In genera-

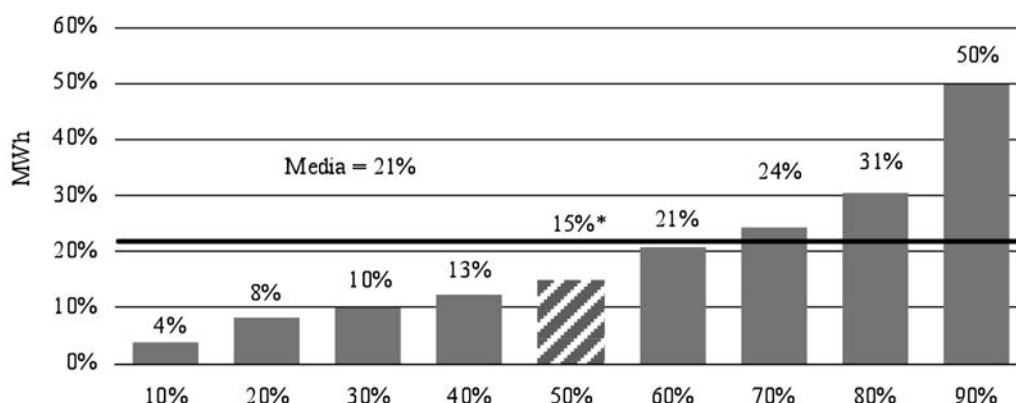
le, fattori di carico molto bassi indicano un consumo di energia poco efficiente, ovvero con potenza inutilizzata per gran parte dell'anno, che impatta sui costi complessivamente sostenuti per la fornitura, attraverso i corrispettivi di distribuzione applicati sul livello di potenza impegnata e per punto presa (euro/anno). A parità di potenza un volume di energia più elevato, e quindi un fattore di carico più alto, comporta una minore incidenza dei costi unitari di distribuzione (riferiti al corrispettivo di potenza). Tuttavia, un *load factor* basso può riflettere anche il proces-

so produttivo tipico di imprese necessariamente vincolate ad un utilizzo di energia elettrica solo per periodi di tempo limitati o con forti oscillazioni nell'arco della giornata in ragione dei turni di lavoro.

La **Figura** seguente permette di visualizzare la distribuzione percentile del fattore di carico: il 60% delle unità statistiche osservate registra un *load factor* allineato a quello medio dell'intero campione. Un decimo dell'aggregato, al contrario, dichiara una misura che è più che tripla in confronto alla media provinciale (50% contro 21%).

Distribuzione del fattore di carico

(sul totale delle imprese del campione)



* Il quinto percentile corrisponde al valore mediano

Fonte: elaborazioni ref.

Come già sottolineato con riferimento al livello di tensione di allacciamento alla rete ed al valore della potenza massima impegnata, anche il *load factor* mostra un rapporto di proporzionalità diretta rispetto ai consumi. Tale evidenza si spiega

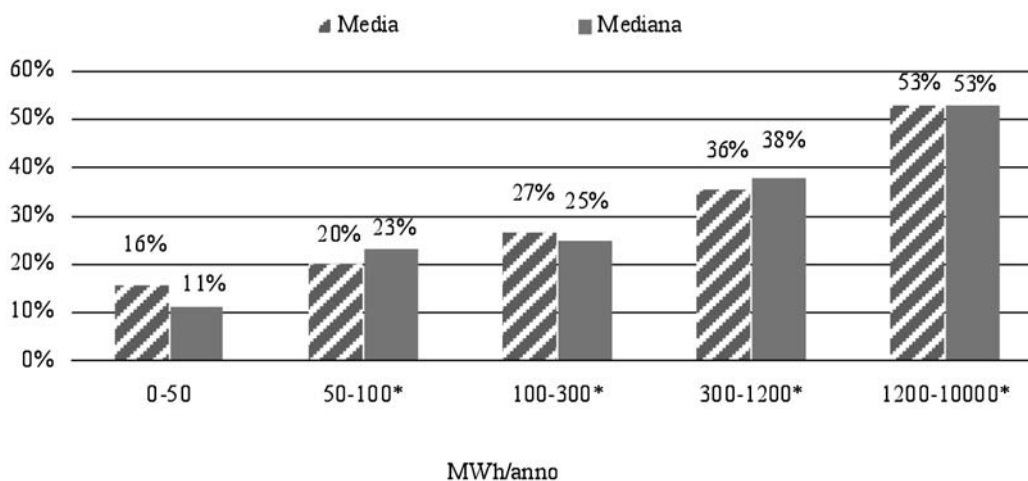
con il fatto che le imprese energivore si caratterizzano per un prelievo di energia elettrica meno stagionale, ovvero sostanzialmente più uniforme nel corso dell'anno.

La **Figura** allegata, che mostra media e mediana del fattore di cari-

co per classe di consumo, riesce a ben rappresentare il fenomeno: l'andamento è chiaramente crescente e la media passa dal 16% per i soggetti che consumano fino a 50 MWh/anno al 53% dell'intervallo 1200-10mila MWh/anno.

Fattore di carico per classe di consumo

(sul totale delle imprese del campione)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

Prima di passare all'analisi dei profili di consumo più rappresentativi sulla Piazza di Viterbo e dei costi sostenuti dalle imprese per la fornitura di energia elettrica, si ritiene opportuno offrire uno spaccato circa l'articolazione dei turni di lavoro nel corso della giornata: l'organizzazione

dei cicli produttivi su uno o più turni da parte delle imprese, infatti, può essere con buona approssimazione considerata come un indicatore significativo da correlare al volume di consumo prelevato presso ciascun punto presa. La distribuzione dei consumi nel corso della giornata incide

in misura anche rilevante sul costo del kWh qualora le imprese abbiano sottoscritto contratti a prezzo multiorario ovvero differenziati per fasce. Tipicamente nelle ore centrali della giornata il costo dell'energia è più alto che nelle ore serali e notturne.

Il questionario proposto alle imprese

ha richiesto di specificare il numero di turni lavorativi effettuati nei giorni feriali. Dato che la classificazione poteva non essere esaustiva, è stata prevista una risposta residuale "Altro" nel caso di articolazione diversa da quelle indicate. Analizzando i ritorni dei questiona-

ri, si osserva una prevalenza dell'articolazione su un turno per oltre il 50% delle imprese, mentre il 29% ed il 5% del campione dichiarano di organizzare la propria settimana su due e tre turni. Ponderando la distribuzione sui consumi, invece, si rileva come solo un quarto dei volumi

complessivamente consumati a Viterbo sia prelevato dalle 44 unità su un turno. Significativa anche la progressione del consumo unitario: si passa da 112 MWh/anno nel caso di articolazione su un turno a quasi 2 mila MWh/anno per le imprese su tre turni.

Articolazione turni lavorativi (sul totale delle imprese del campione)

	Unità	%	Consumi (MWh)	%	Consumo unitario (MWh)
1 turno diurno	44	56%	4 920	25%	112
2 turni diurni	23	29%	6 336	32%	275
3 turni	4	5%	7 681	38%	1920
Altro	8	10%	1 021	5%	128
Totale	79	100%	19 958	100%	253

Fonte: elaborazioni ref.

I profili di consumo in Provincia di Viterbo

Alla luce dei risultati sopra descritti, l'indagine permette di isolare alcuni "profili tipo" di consumo diffusi sulla Piazza di Viterbo. Nel dettaglio sono stati individuati due profili caratteristici:

1. consumatore non energivoro;
2. consumatore energivoro.

Il **consumatore non energivoro** è un'impresa con un volume di consumo inferiore a 300 MWh/anno, allacciata prevalentemente in BT con una potenza massima impegnata di 20 kW ed un fattore di carico pari al 13%. Si tratta della quota più significativa del campione (84%), nella quale rientrano, sotto il profilo del numero degli addetti, soprattutto micro (52%) e piccole imprese (44%). Il segmento di mercato dei **consumatori non energivori** è a tal punto rappresentato da richiedere una disaggregazione in tre sub-profilo:

- **Micro consumatore** (fino a 50 MWh/anno): in questo intervallo rientrano soprattutto le imprese di micro dimensioni in termini di addetti impiegati con consumi contenuti, in alcuni casi assimilabili al profilo di una generica utenza domestica. Con 53 unità ed il 67% di rappresentatività, si tratta della classe più diffusa sulla Piazza di Viterbo;
- **Mini consumatore** (da 50 a 100 MWh/anno), classe caratterizzata dalla presenza di micro ma soprattutto di piccole imprese con processi produttivi a bassa intensità elettrica: ne fanno parte 6 imprese, pari all'8% del campione;
- **Piccolo consumatore** (da 100 a 300 MWh/anno), che tipicamente comprende tra le proprie fila la piccola industria: la categoria è rappresentata da 7 unità (9%).

Tra i **consumatori energivori** si distinguono i seguenti profili:

- **Medio consumatore** (da 300 a

1200 MWh/anno) in cui prevalgono le piccole imprese impegnate nel settore *energy intensive* (Minerali non metalliferi ed Alimentari), complessivamente 11 imprese su 100;

- **Grande consumatore** (da 1200 a 10 mila MWh/anno), profilo che corrisponde ad un'impresa con dimensioni aziendali più grandi e tecnologie di produzione che prevedono un elevato assorbimento di energia. Come per il profilo precedente, anche in questo caso i settori più rappresentati sono quelli dei Minerali non metalliferi e dell'Alimentare. I volumi di prelievo elevati, nonostante una numerosità inferiore a 5 imprese (5% del campione per oltre la metà dei consumi) ne fanno un intervallo di consumo particolarmente rilevante per il mercato elettrico provinciale ed un'interessante categoria di indagine sotto il profilo del comportamento di consumo.

I profili di consumo in Provincia di Viterbo

	Consistenze		Consumi	Tensione	Potenza	Load Factor*	Turni di lavoro giornalieri	Classe di addetti (% imprese)		
Tipologia consumatore (MWh/anno)	su 100 imprese	in % consumi	mediana (MWh)	prevalenza	mediana (kW)	mediana	prevalenza	micro ⁽¹⁾	piccola ⁽²⁾	media ⁽³⁾
Consumatori non energivori (<300)	84	15%	24	BT	20	13%	1	52%	44%	3%
Micro (<50)	67	6%	19	BT	15	11%	1	60%	38%	2%
Mini (50-100)**	8	2%	56	BT	31	23%	1	33%	67%	0%
Piccolo (100-300)**	9	8%	211	BT	96	25%	1	14%	71%	14%
Consumatori energivori (>300)										
Medio (300-1200)**	11	27%	524	MT	200	38%	1	11%	67%	22%
Grande (1200-10000)**	5	58%	2 952	MT	613	53%	3	0%	50%	50%

(1) Numero di Addetti superiore a 3 e inferiore a 9 nel manifatturiero e inferiore a 5 nei servizi

(2) Numero di Addetti compresi tra 10 e 49 nel manifatturiero e tra 6 e 19 nei servizi

(3) Numero di Addetti superiore a 50 nel manifatturiero e superiore a 20 nei servizi e inferiore a 250

* Il Load factor è calcolato come rapporto tra volume annuo prelevato e prodotto tra la potenza massima e il numero delle ore in un anno

** La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

2. I costi dell'energia elettrica sulla Piazza di Viterbo

Il costo sostenuto per la fornitura di energia elettrica viene tradizionalmente considerato come una delle voci che gravano in misura più significativa sui bilanci delle imprese. Il tema è stato a più riprese sollevato anche con riferimento al difficile recupero di competitività del tessuto produttivo nazionale rispetto ad altri sistemi economici. Il presente capitolo intende offrire uno spaccato circa il costo dell'energia elettrica sostenuto dalle 76 imprese esaminate sulla Piazza di Viterbo. L'indagine si colloca peraltro in un anno di riferimento, il 2010, durante il quale il complesso quadro macroeconomico ha fortemente inciso sui consumi: il perdurare della crisi economica ha prodotto solo un leggero recupero (inferiore al 2%) della domanda di energia elettrica rispetto all'anno precedente quando il fabbisogno del Paese, secondo le statistiche di Terna, era diminuito del 6.4%, riportando i consumi nazionali su valori registrati a fine anni '90.

In un contesto così definito la rilevazione del costo del kWh consumato risponde ad una duplice esigenza informativa: da un lato è utile per quantificare l'incidenza della spesa

per la fornitura di energia elettrica sui bilanci delle imprese in una fase di congiuntura economica poco favorevole, dall'altra l'indagine offre gli strumenti per fare il punto sul grado di penetrazione del mercato libero rispetto al regime di maggior tutela e per metterne a confronto la relativa convenienza per gli utenti finali.

Quella viterbese si conferma come una realtà evoluta dal punto di vista del mercato elettrico, come dimostra l'elevato grado di penetrazione del libero (72% delle unità e 96% dei consumi)³. Tuttavia, dai ritorni del questionario emergono anche segnali di incertezza legati in modo particolare ad un tasso di rientro superiore rispetto a quello medio nazionale ed alla scarsa consapevolezza manifestata da alcuni soggetti circa le condizioni della fornitura (2 imprese dichiarano di non essere a conoscenza del mercato presso il quale si approvvigionano). Non mancano segnali di preoccupazione provenienti dall'analisi qualitativa del servizio come la scarsa trasparenza circa le condizioni adottate dagli operatori, compresa le difficoltà nella consultazione dei documenti di fatturazione. Grazie all'analisi sulle principali opzioni contrattuali praticate dagli operatori e sulle diverse configura-

zioni di prezzo (corrispettivo mono/multiorario, fisso/indicizzato e così via) l'indagine si propone di spiegare le differenze di costo tra le varie tipologie di consumatore.

2.1 Mercato di fornitura dell'energia elettrica sulla Piazza di Viterbo

Dal punto di vista della modalità di acquisto dell'energia elettrica il questionario ha permesso di classificare le imprese rispondenti in cinque segmenti:

- mercato libero;
- mercato tutelato/salvaguardia: i due regimi sono stati opportunamente accorpati in quanto entrambi istituiti al fine di servire le imprese che non hanno aderito al mercato libero⁴;
- passaggio al mercato libero in corso d'anno;
- ritorno dal mercato libero al mercato tutelato/salvaguardia (switch back);
- non sa.

Nella **Figura** seguente vengono sintetizzate le consistenze del campione per settore merceologico, mercato di approvvigionamento e consumi dichiarati in termini assoluti e percentuali.

Analisi dei costi: le unità campionate

(numero di imprese e volumi prelevati per settore e segmento di mercato)

Settori	Totale		Libero		Tutela/ Salvaguardia		Passaggio in corso anno		Switch back		Non sa	
	Unità	Consumi (MWh)	Unità	Consumi (MWh)	Unità	Consumi (MWh)	Unità	Consumi (MWh)	Unità	Consumi (MWh)	Unità	Consumi (MWh)
Agricoltura	11	2 025	10	2 018	1	7	0	0	0	0	0	0
Alimentare	19	8 744	12	8 570	6	123	0	0	0	0	1	51
Lavorazione di minerali non metalliferi	8	7 939	8	7 939	0	0	0	0	0	0	0	0
Commercio e riparazione di autoveicoli	27	642	15	439	6	75	3	27	3	101	0	0
Alloggio e ristorazione	11	599	5	187	3	175	2	189	0	0	1	49
Totale	76	19 950	50	19 153	16	379	5	216	3	101	2	100
Settori	Totale		Libero		Tutela/ Salvaguardia		Passaggio in corso anno		Switch back		Non sa	
	Unità	Consumi (MWh)	Unità (%)	Consumi (%)	Unità (%)	Consumi (%)	Unità (%)	Consumi (%)	Unità (%)	Consumi (%)	Unità (%)	Consumi (%)
Agricoltura	11	2 025	90.9%	99.7%	9.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Alimentare	19	8 744	63.2%	98.0%	31.6%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	0.6%
Lavorazione di minerali non metalliferi	8	7 939	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Commercio e riparazione di autoveicoli	27	642	55.6%	68.4%	22.2%	11.7%	11.1%	4.2%	11.1%	15.7%	0.0%	0.0%
Alloggio e ristorazione	11	599	45.5%	31.1%	27.3%	29.1%	18.2%	31.5%	0.0%	0.0%	9.1%	8.2%
Totale			65.8%	96.0%	21.1%	1.9%	6.6%	1.1%	3.9%	0.5%	2.6%	0.5%

Fonte: elaborazioni ref.

³ Il dato, particolarmente elevato se confrontato con il 30% della media italiana certificato dall'AEEG va interpretato alla luce della scelta di servirsi delle associazioni dei consumatori per somministrare i questionari e di escludere dal piano di campionamento le imprese con meno di 2 addetti.

⁴ Nel seguito dell'indagine con il termine tutelato sarà indicato l'insieme del mercato della maggior tutela e della salvaguardia.

In Provincia di Viterbo gli utenti campionati serviti sul mercato libero sono nel complesso 55: le imprese che già prima del 2010 avevano sottoscritto un contratto di fornitura sul libero ammontano a 50, cui vanno sommate le 5 unità che hanno dichiarato di essere migrate dalla maggior tutela nel corso dell'anno. Se ne ricava che il mercato libero rappresenta la modalità di approvvigionamento più diffusa nel campione al punto da coprire il 72% dell'aggregato provinciale. Un buon 20%, al contrario, continua a rifornirsi di energia elettrica alle condizioni economiche stabilite dall'AEEG: il loro contributo al campione in termini di volumi è poco rilevante, pari meno del 2%.

Nel corso del 2010 tre imprese hanno interrotto la fornitura sul libero per rientrare nel regime di maggior tutela⁵ mentre due unità del campione non hanno saputo indicare la forma di approvvigionamento.

Mettendo a confronto le modalità di approvvigionamento sul versante dei volumi di consumo, si osserva una concentrazione ancora più marcata sul libero, dove viene acquistato circa il 97% dell'energia elettrica complessivamente consumata dalle imprese del campione. Del tutto marginali le alternative rappresentate dal mercato tutelato (1.9%) e dalle opzioni "switch

back" e "non sa" (0.5%).

L'analisi dei prelievi unitari per mercato di fornitura conferma l'ampia "forbice" tra il libero, dove il prelievo medio supera i 380 MWh/anno, ed il tutelato, per il quale il livello medio è considerevolmente inferiore (24 MWh/anno). Interessante rilevare inoltre come le 5 imprese che solo nell'ultimo anno hanno effettuato il passaggio al libero presentano un contenuto livello di consumo (43 MWh/anno di media): l'evidenza dimostra come i nuovi clienti del mercato libero sono i consumatori non energivori.

Per quel che concerne l'analisi settoriale, si evince una relazione positiva tra stock di consumo e penetrazione del libero: non a caso il settore più energivoro del panel, la lavorazione dei Minerali non metalliferi, fa registrare le quote più elevate sia in termini di numerosità (100%) che di consumo (100%). All'opposto il comparto dei servizi (Commercio al dettaglio di autoveicoli e Alloggio e ristorazione) si caratterizza per la maggiore diffusione della maggior tutela: circa un quinto delle imprese attive che svolgono attività in questi due settori pagano le condizioni economiche stabilite dall'AEEG. Ad ogni modo, sommando i consumi già sul libero nel 2010 a quelli che hanno effettuato il passaggio nel corso dell'anno, la quota di kWh consumati

sul libero non scende sotto il 60% di rappresentatività nei cinque settori.

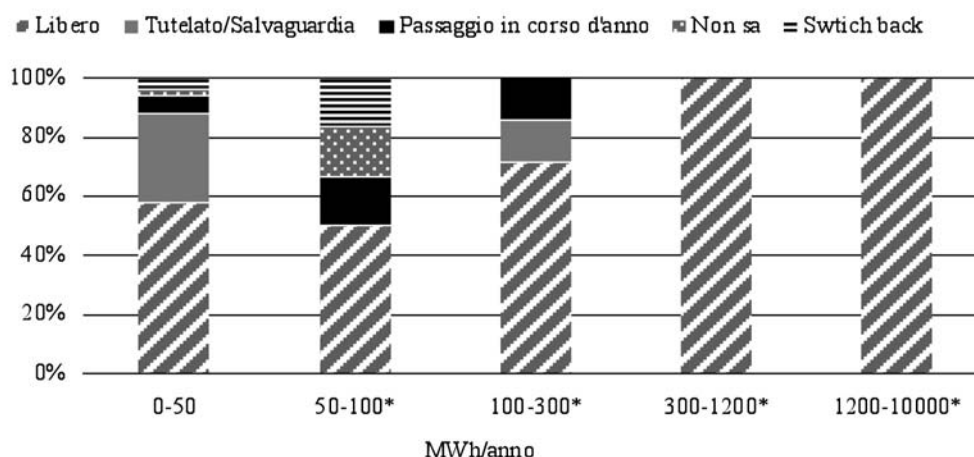
Anche dalla **Figura** allegata, che illustra la distribuzione delle imprese del campione per mercato di approvvigionamento e classe di consumo, si osserva una certa correlazione positiva tra andamento dei volumi di energia elettrica e diffusione del mercato libero: per le imprese che dichiarano fino a 50 MWh/anno il suo livello di rappresentatività è pari al 60% della classe ma tende a crescere progressivamente nei successivi intervalli di consumo fino a coprire la totalità delle imprese tra i consumatori energivori.

Viceversa, nel caso della tutela la proporzionalità è inversa: dal 30% della prima classe si passa ad un modesto 14% tra 100 e 300 MWh/anno, mentre oltre tale soglia di consumo annuo non si rilevano imprese non abbiano già completato la migrazione sul libero (per chiarezza si tenga conto che, presumibilmente, oltre i 300 MWh/anno si tratterebbe di soggetti in regime di salvaguardia).

Non energivore le imprese che hanno abbandonato il mercato libero (esse si collocano infatti nelle prime due classi profilate), così come non energivore sono anche le imprese che non hanno saputo dichiarare presso quale mercato di approvvigionamento si riforniscono.

Mercato di approvvigionamento per classe di consumo

(quote % sul totale delle imprese)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

⁵ A conferma di un quadro regionale particolarmente evoluto, l'indice risulta inferiore alle statistiche dell'AEEG per l'Italia settentrionale (1.1% nel 2010).

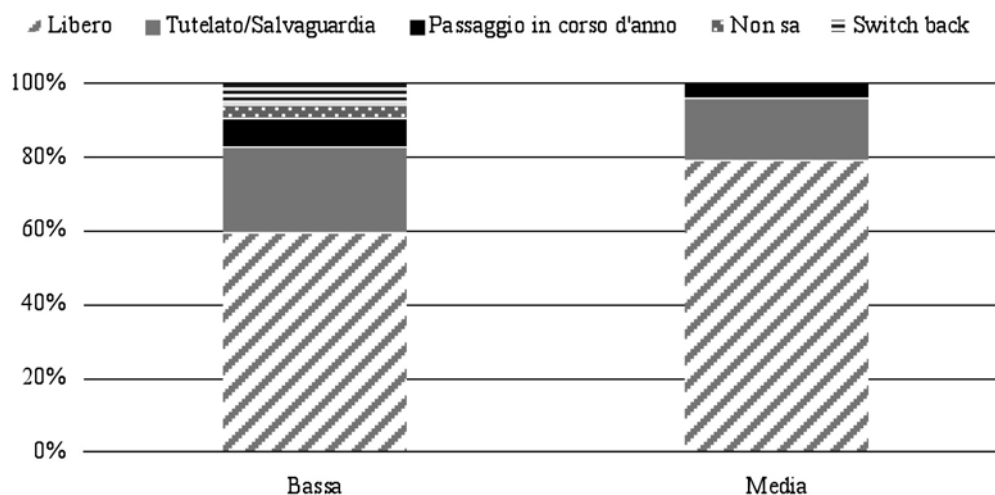
Incrociando i dati su mercato di approvvigionamento e livello di tensione (**Figura** seguente), emerge in tutte e due le categorie una netta

prevalenza del mercato libero, che passa dal 60% della BT a quasi l'80% della MT. Le imprese servite in regime di maggior tutela risultano

concentrate soprattutto in corrispondenza della BT (23%).

Mercato di approvvigionamento per livello di tensione

(quote % sul totale delle imprese)



Fonte: elaborazioni ref.

2.2 I costi dell'energia elettrica in Provincia di Viterbo

2.2.1 I costi dell'energia elettrica sulle Piazze di Viterbo

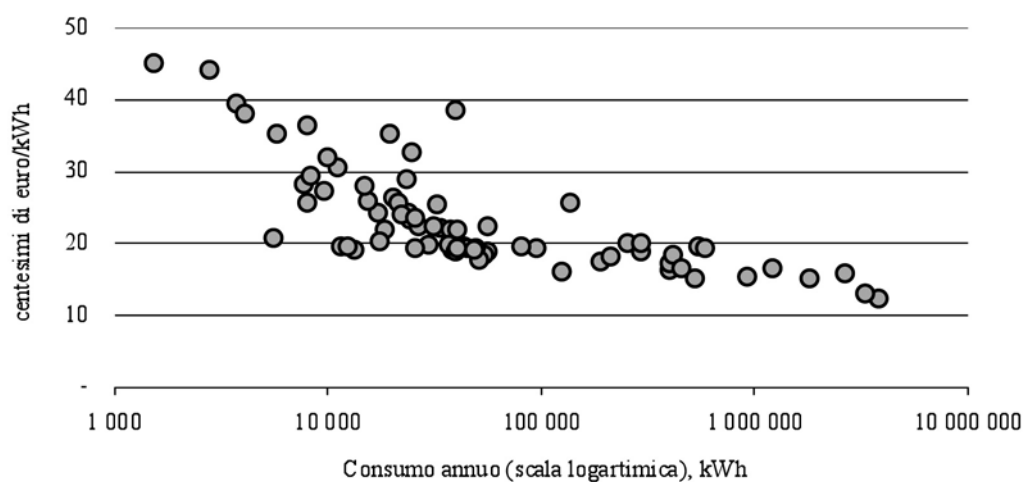
La rilevazione ha preso in esame l'ammontare del costo *all inclusive*

del kWh di energia elettrica consumato, calcolato come rapporto tra i consumi dichiarati e la spesa fatturata. Trattandosi quindi del costo unitario effettivamente sostenuto dalle imprese del campione, l'indagine ha inteso porre l'accento sulla relazione tra volumi di prelievo e costi associati.

Le due grandezze sono rappresentate nella **Figura** allegata: sull'asse delle ascisse vengono riportati i livelli di consumo in scala logaritmica di tutto il campione senza distinzione di mercato di approvvigionamento, su quella delle ordinate il relativo valore di costo espresso in centesimi di euro.

Il costo del kWh in Provincia di Viterbo

(totale imprese del campione)



Fonte: elaborazioni ref.

Come visualizzato dalla pendenza della curva composta dalle osservazioni rilevate, la relazione tra consumi e spesa si conferma di segno negativo, nel senso che all'aumentare dei consumi si assiste ad un progressivo abbattimento del costo unitario. Spostandosi verso destra lungo l'asse delle ascisse, cioè in corrispondenza di volumi di prelievo crescenti, l'ammontare della spesa sostenuta per singolo kWh tende a ridursi. Le ragioni di tale

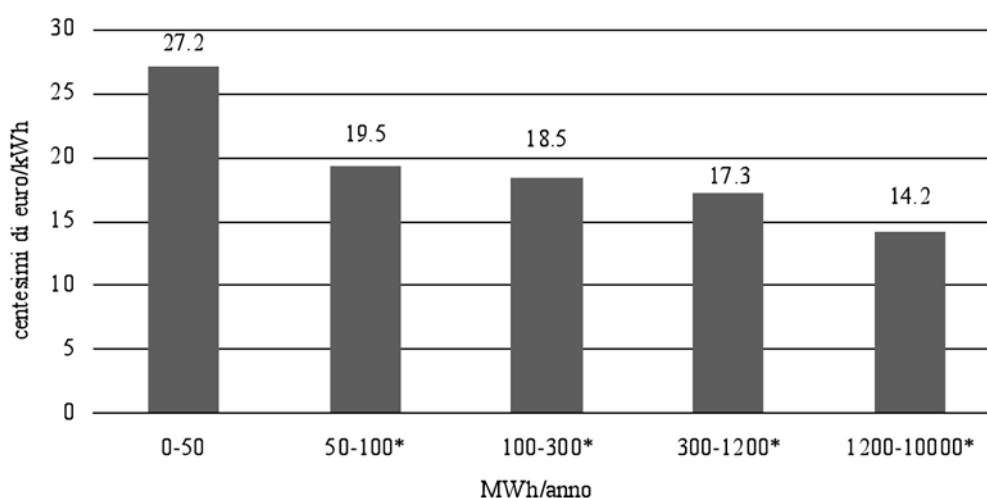
evidenza risiedono principalmente nella contrazione dell'incidenza del costo per il servizio di distribuzione e nel regime di regressività fiscale che scatta al superamento di determinate soglie di consumo⁶. Inoltre, all'aumento dei consumi è solitamente associato un profilo di modulazione meno concentrato nelle ore di alto carico che tende a ridurre il costo unitario della fornitura.

Il fenomeno è ancor più chiaro se si imposta l'analisi per classe di con-

sumo. Come mostra la **Figura** seguente, che visualizza l'andamento del costo medio sostenuto per ogni kWh consumato, le imprese che dichiarano un volume di prelievo inferiore a 50 MWh/anno pagano per la fornitura 27.2 centesimi di euro, nella classe successiva il costo si abbatte a 19.5 centesimi e tende progressivamente a diminuire fino ai 14.2 centesimi delle unità che assorbono annualmente oltre 1200 MWh di energia elettrica.

Costo medio dell'energia elettrica

(centesimi di euro/kWh per classi di consumo)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

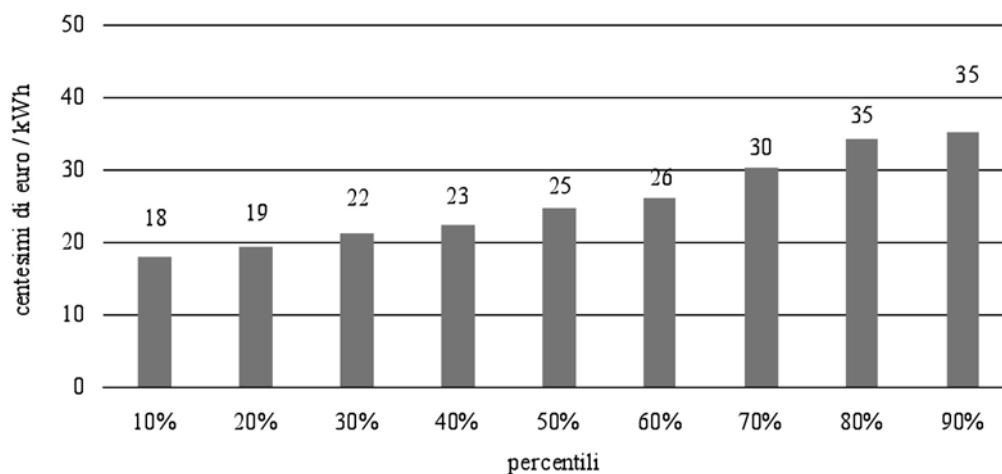
Una volta calcolato il costo medio sull'intero campione, è utile mettere a confronto i due regimi di approvvigionamento per verificare se a pagare di più per la fornitura di energia elettrica sia l'impresa servita sul mercato di maggior tutela oppure quella che

ha aderito al mercato libero. Le due **Figure** seguenti illustrano la distribuzione percentile del prezzo dell'energia elettrica praticato per i due mercati di fornitura: il mercato libero si rivela mediamente più conveniente di alcuni centesimi di euro/kWh.

Negli estremi della distribuzione la "forbice" può essere molto più ampia: nel campione si osserva un 10% di unità che paga 35 centesimi alle condizioni stabilite dall'AEEG contro i 28 pagati dal corrispondente 10% che si trova sul libero.

Distribuzione del prezzo dell'energia elettrica sul tutelato

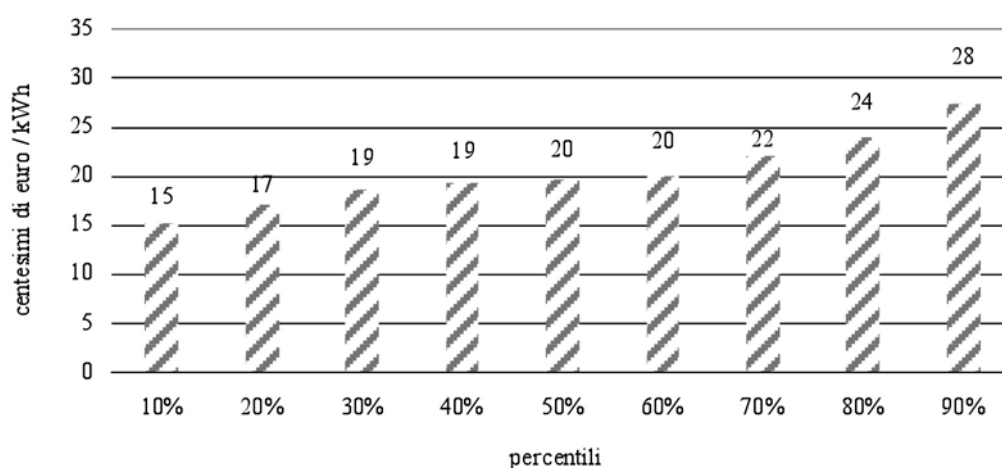
(sul totale del numero delle imprese del campione sul mercato tutelato)



Fonte: elaborazioni ref.

Distribuzione del prezzo dell'energia elettrica sul libero

(sul totale del numero delle imprese del campione sul mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

Essendo il campione in termini di numerosità fortemente sbilanciato verso i consumatori non energivori, un esercizio interessante è quello che prende in considerazione le sole imprese che dichiarano un consumo inferiore a 50 MWh/anno, nella classe ove si concentra quasi il 70% del campione di indagine. In questo caso le imprese in regime di tutela/salvaguardia sostengono per

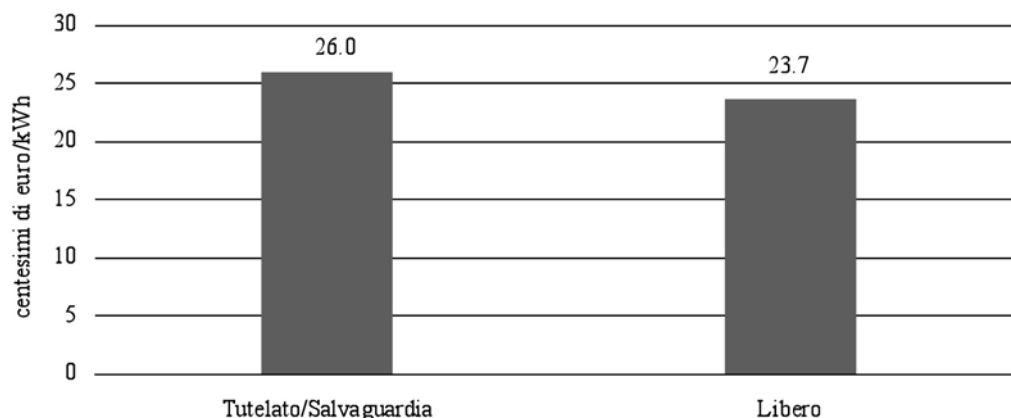
la fornitura un costo medio pari a 26 centesimi di euro per ciascun kWh di energia elettrica consumato, mentre l'impresa con lo stesso profilo di consumo ma servita sul libero ne paga 23.7.

A determinare questo scostamento non è tuttavia l'andamento del mercato: contrariamente agli anni precedenti, nel 2010 si è venuta a creare

una situazione di anomalia che ha reso la maggior tutela più conveniente del mercato libero per effetto dell'azzeramento di alcuni corrispettivi (UC1 e PPE) da parte dell'AEEG e delle condizioni favorevoli alle quali l'Acquirente Unico (AU), titolare dell'approvvigionamento all'ingrosso per il mercato tutelato, ha acquistato l'energia elettrica.

Costo medio del kWh per mercato di approvvigionamento

(centesimi di euro/kWh per consumi fino a 50 MWh/anno)



Fonte: elaborazioni ref.

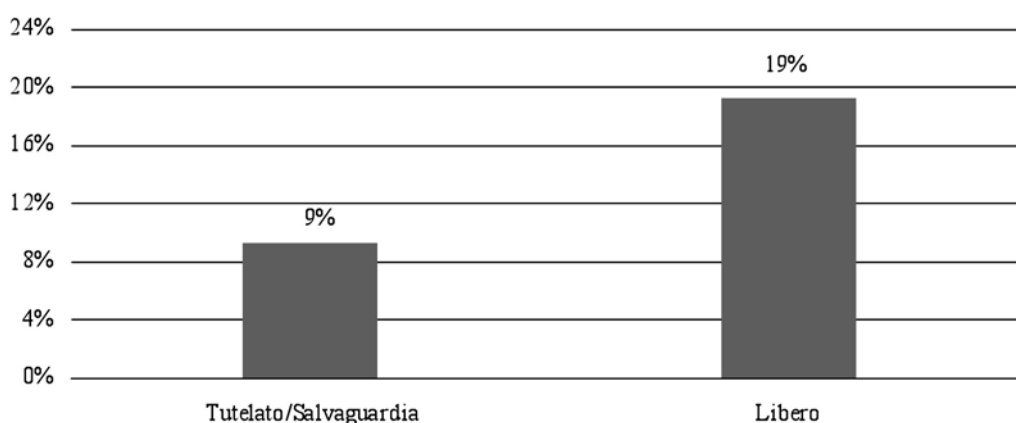
Come mostra la **Figura** allegata, il maggiore costo unitario sul mercato di maggior tutela si spiega con le specificità del campione indagato. Calcolando il fattore di carico per le imprese che dichiarano fino a 50 MWh/anno per segmento di mercato, si evince un differenziale particolarmente significativo: il *load factor* medio in regime di tutela è pari al 9% contro un ammontare

più che doppio (19%) rilevato sul libero. Come già anticipato nel capitolo precedente, un basso fattore di carico è indice di un consumo elettrico poco efficiente: un livello di potenza installata troppo elevato rispetto agli effettivi volumi di prelievo va infatti ad incidere in misura importante sull'ammontare dei costi fissi. È pertanto plausibile sostenere che la recente crisi eco-

nomica abbia colpito in modo particolare le imprese servite in regime di maggior tutela contribuendo a deprimerne i consumi. Un dato merita certamente qualche riflessione: secondo le ultime statistiche disponibili di Terna, nel corso del 2009 i consumi di energia elettrica sono diminuiti del 15% per la manifattura di base e di quasi l'1% per i servizi.

Fattore di carico per mercato di approvvigionamento

(in percentuale per consumi fino a 50 MWh/anno)



Fonte: elaborazioni ref.

2.4 L'approccio al mercato libero: configurazioni di prezzo e opzioni contrattuali

Nel presente paragrafo si intende proporre un'analisi delle principali opzioni contrattuali della fornitura di energia elettrica praticate sulla Piazza di Viterbo. Il focus riguarda esclusivamente le imprese che hanno dichiarato di acquistare l'energia elettrica sul mercato libero e prevede l'analisi dei seguenti aspetti:

- le modalità di acquisto, ovvero il rapporto diretto con un venditore/grossista o, in alternativa, la mediazione di un consorzio;
- l'applicazione di un prezzo fisso

(ovvero uniforme per tutta la durata del contratto indipendentemente dalle fluttuazioni di mercato) oppure di un prezzo indicizzato (cioè variabile in funzione di specifiche formule di aggiornamento);

- l'adozione di un corrispettivo monorario (costante per tutto l'arco della giornata) oppure differenziato per fasce;
- la durata della fornitura;
- alcune opzioni contrattuali.

Le modalità di acquisto sul mercato libero: consorzi vs venditori/grossisti

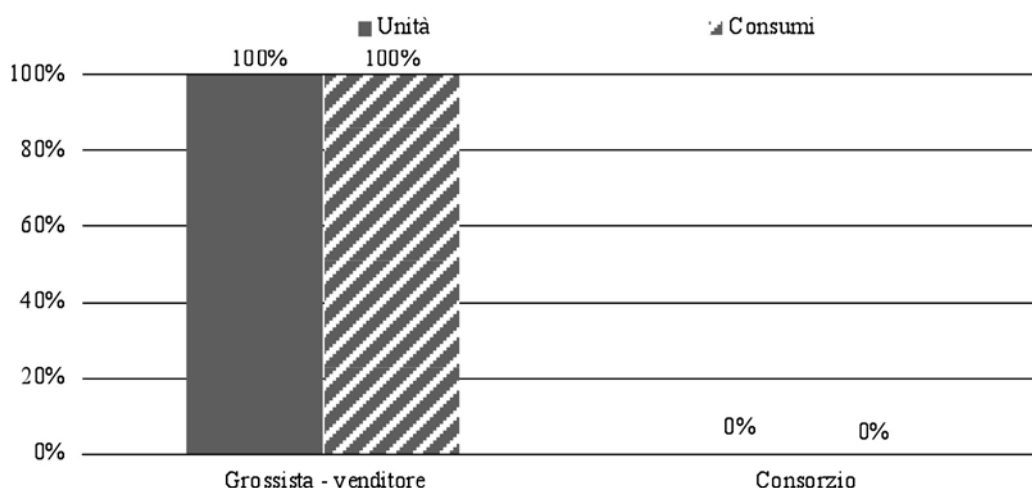
La prima variabile indagata concer-

ne le modalità con cui le unità del campione si riforniscono sul mercato libero: le imprese possono infatti acquistare l'energia elettrica presso un venditore/grossista oppure, in alternativa, servirsi di un ente consortile il quale è in grado di sfruttare gli elevati quantitativi di energia elettrica contrattati all'ingrosso per beneficiare di significative economie di scala ed abbattere il costo unitario.

Come conferma la **Figura** seguente, in Provincia di Viterbo non è stata rilevata alcuna forma aggregata di domanda: tutte le imprese del campione comprano l'energia elettrica da un grossista/venditore.

Modalità di acquisto sul mercato libero

(quote % sul totale delle imprese e dei consumi)



Fonte: elaborazioni ref.

Le modalità di acquisto sul mercato libero: prezzo fisso vs prezzo indicizzato vs prezzo a sconto sulle condizioni dell'AEEG

A differenza del mercato tutelato, ove le condizioni di fornitura sono stabilite ed aggiornate trimestralmente dall'AEEG, sul libero il prezzo dell'energia elettrica può essere negoziato tra le parti. Da una rassegna delle prassi commerciali più diffuse sono state individuate tre configurazioni di prezzo: fisso (costante per tutta la durata del contratto), indicizzato (aggiornato in funzione di formule di adeguamento all'evoluzione dei prezzi dei combustibili fossili) oppure a sconto sui corrispettivi pubblicati dall'AEEG (sol-

tamente il prezzo viene "agganciato" agli aggiornamenti trimestrali della maggior tutela con uno sconto in percentuale fissa).

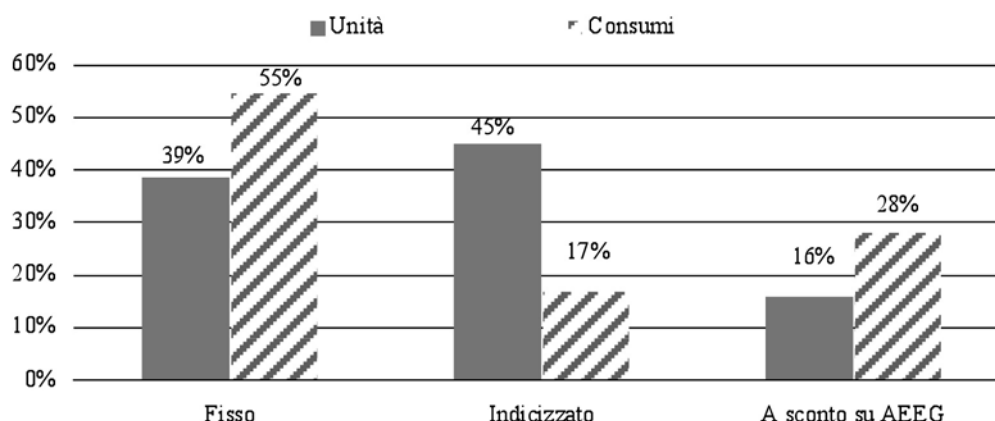
Dall'analisi dei ritorni sulle Piazza di Viterbo emerge una leggera prevalenza del corrispettivo indicizzato (**Figura** seguente), che viene pagato per la fornitura di energia elettrica da poco meno delle osservazioni indagate. Al contrario circa un terzo dell'aggregato provinciale ha scelto un prezzo fisso e solo il restante 16% il sistema di tariffazione a sconto. Ponderando la distribuzione sui volumi dichiarati, si assiste ad un'inversione delle relatività in quanto il 55% dell'energia elettrica prelevata sulla Piazza viene pagata

con corrispettivo fisso, mentre la quota relativa all'indicizzato scende al 17%. A tal proposito è possibile proporre una lettura del fenomeno in chiave storica: i contratti relativi alla fornitura per il 2010 sono infatti stati sottoscritti negli ultimi mesi del 2009, ovvero in una fase di forte recupero delle quotazioni del greggio sui mercati internazionali seguito al crollo rilevato nella seconda metà del 2009. È pertanto plausibile immaginare che, alla luce dell'incertezza sui mercati dei combustibili, le imprese abbiano privilegiato contratti che prevedessero un prezzo della materia prima non esposto alle fluttuazioni delle quotazioni di mercato bensì "bloccato" per tutta la durata del contratto.

Prezzo dell'energia elettrica sul mercato libero

Fisso, indicizzato e a sconto

(in % sul numero delle imprese e dei consumi del mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

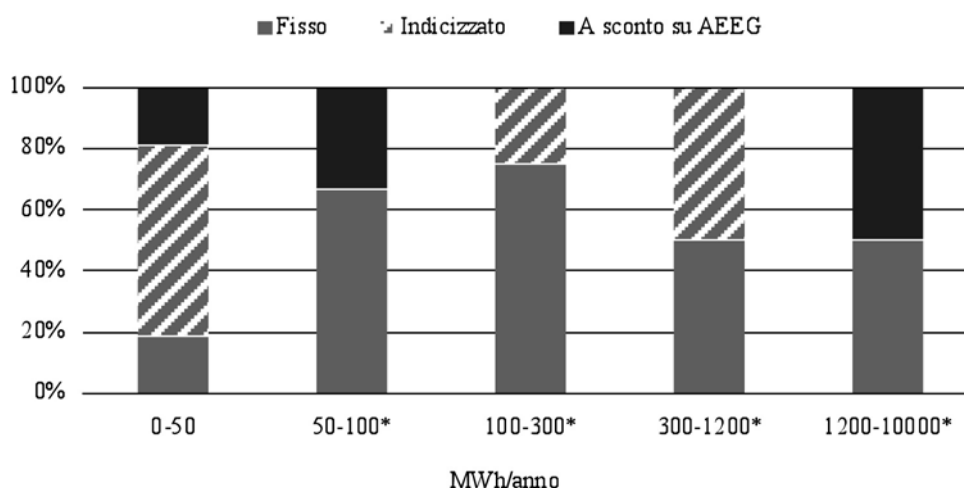
Disaggregando il campione per classe di consumo, l'indagine mette in evidenza tendenze differenziate in funzione della classe: come mostra la **Figura**, le imprese che hanno pagato un prezzo fisso nel 2010 si collocano in tutti e cinque i profili

indagati, con una quota di rappresentatività che oscilla tra il 20% del micro consumatore ad oltre il 70% per prelievi compresi tra 100 e 300 MWh/anno. Viceversa, il prezzo indicizzato trova maggiori consensi soprattutto per consumi limitati

(60% delle unità fino a 50 MWh/anno). Da sottolineare, infine, come l'opzione a sconto sulle tariffe amministrate dall'AEEG sia praticata principalmente tra i micro (0-50 MWh/anno) ed i mini consumatori (50-100 MWh/anno).

Prezzo dell'energia elettrica sul libero: fisso, indicizzato e a sconto

(% delle imprese per classe di consumo del mercato libero)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

Le modalità di acquisto sul mercato libero: prezzo monorario vs prezzo biorario vs prezzo multiorario

Congiuntamente alla scelta prezzo fisso/indicizzato/a sconto, il questionario ha permesso di quantificare la

diffusione dei corrispettivi diversificati per fascia in funzione dei momenti di prelievo (prezzo biorario e multiorario) rispetto a quello costante per tutto l'arco della giornata (prezzo monorario). Dal punto di vista economico, il prezzo diffe-

renziato per fascia include un segnale di prezzo corretto agli utenti finali circa il costo di generazione dell'energia elettrica, in modo tale da allineare i corrispettivi di vendita al dettaglio ai prezzi all'ingrosso. Come si evince dalla seguente

Figura, 6 imprese su 10 sono servite in regime di prezzo multiorario, mentre le opzioni relative alle configurazioni monorario e biorario si spartiscono il mercato residuo. Ponderando la numerosità sui con-

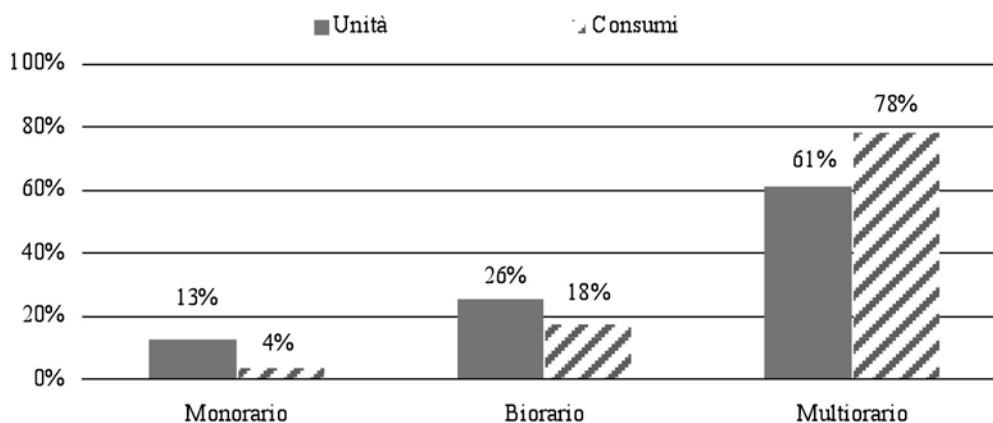
sumi dichiarati, la situazione assume contorni ancora più netti: il multiorario si conferma come l'articolazione di prezzo maggioritaria (il 78% dei kWh prelevati viene infatti fatturato per fascia). Una quota inferiore

ad un quinto interessa l'opzione bioraria picco-fuori picco (*peak-off peak*) mentre solo il 4% dei prelievi provinciali afferisce al monorario.

Prezzo dell'energia elettrica sul mercato libero

Monorario, biorario e multiorario

(in % sul numero delle imprese e dei consumi del mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

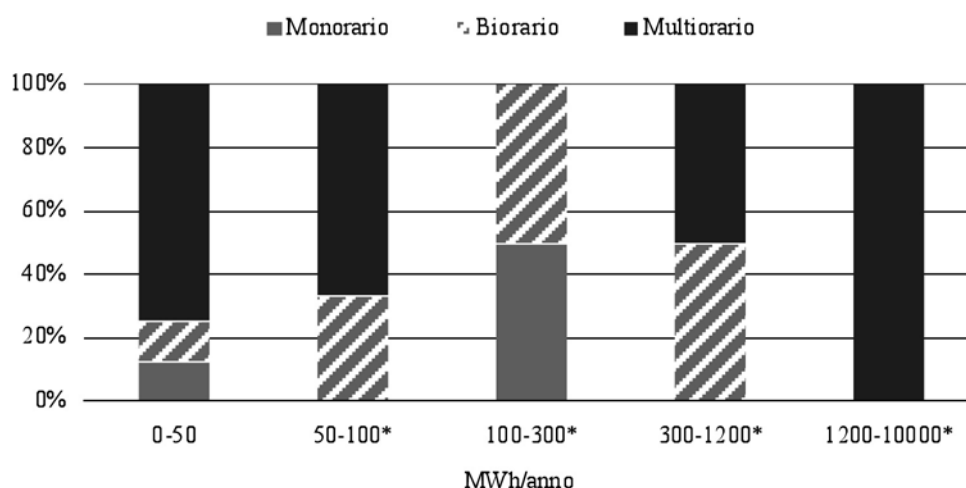
Anche nelle cinque classi profilate il prezzo multiorario si conferma quale modalità più diffusa: la sua

quota di rappresentatività non scende sotto la soglia del 50% per i profili rilevati. Tra i grandi consumatori

(1200-10 mila MWh/anno) si tratta della sola articolazione di prezzo presente sul mercato.

Prezzo dell'energia elettrica sul libero: monorario, biorario e multiorario

(% delle imprese per classe di consumo del mercato libero)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

Le modalità di acquisto sul mercato libero: durata del contratto in corso

Il questionario ha richiesto di specificare anche la durata contrattuale della fornitura in corso nel 2010. Le tre opzioni previste (12 mesi, 24 mesi ed oltre 24 mesi) risultano così

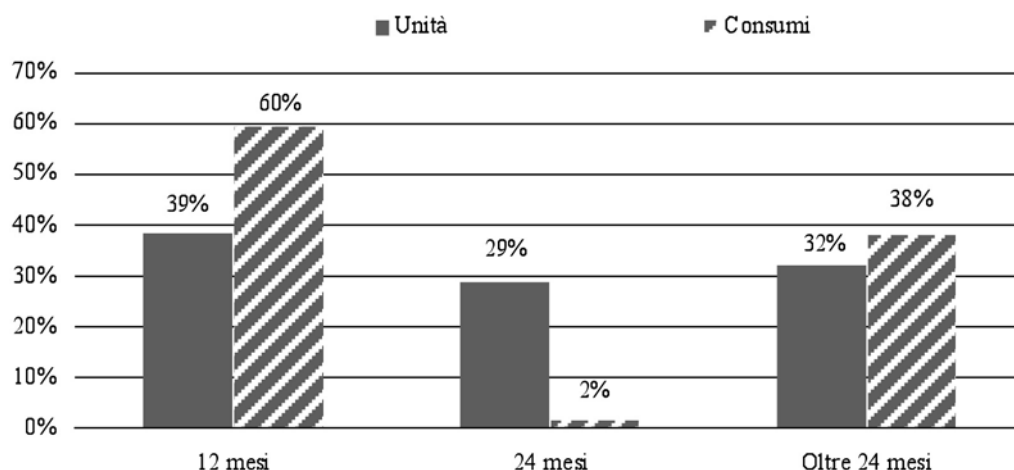
distribuite: sotto il profilo della numerosità, il 39% delle unità locali ha sottoscritto un contratto di fornitura con scadenza ad un anno, il 29% a due anni ed il 32% oltre 24 mesi.

In misura ancor più concentrata, i consumi dichiarati si raccolgono per

il 60% sulla prima delle scelte menzionate. La durata più lunga del contratto sembra interessare i consumatori di minore dimensione (aggiungendo i ritorni relativi alle forniture a 24 mesi ed oltre si calcola il 60% della numerosità per il 40% dei prelievi totali).

Durata del contratto in corso

(in % sul numero delle imprese e dei consumi del mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

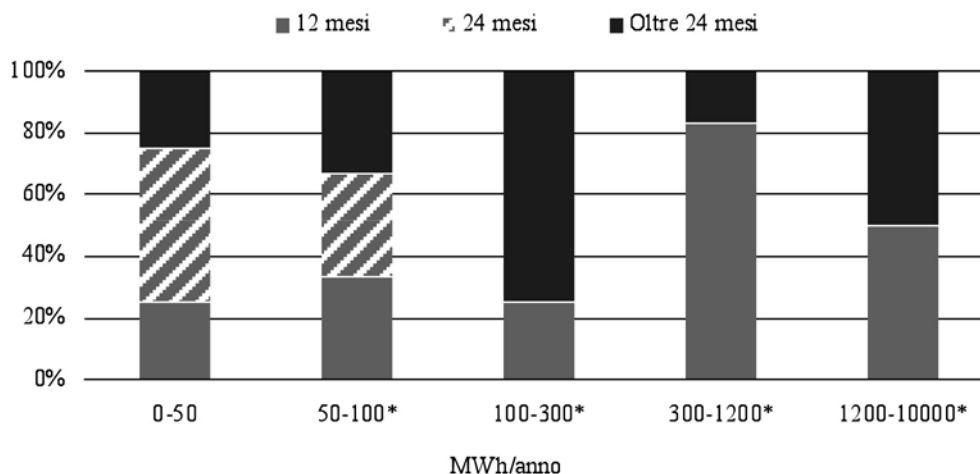
Se si osserva la distribuzione per classe di consumo, si evince una relazione di proporzionalità inversa tra durata del contratto e volume dichiarato:

come visualizzato dalla **Figura** allegata, la quota di imprese che hanno sottoscritto un contratto a 12 mesi aumenta al crescere dei consumi, pas-

sando dal 25% fino a 50 MWh/anno ad oltre l'80% per prelievi compresi tra 300 e 1200 MWh/anno ed il 50% tra 1200 e 10 mila MWh/anno.

Durata del contratto in corso

(% delle imprese per classe di consumo del mercato libero)



* La classe è composta da meno di 5 imprese

Fonte: elaborazioni ref.

L'approccio alle offerte commerciali

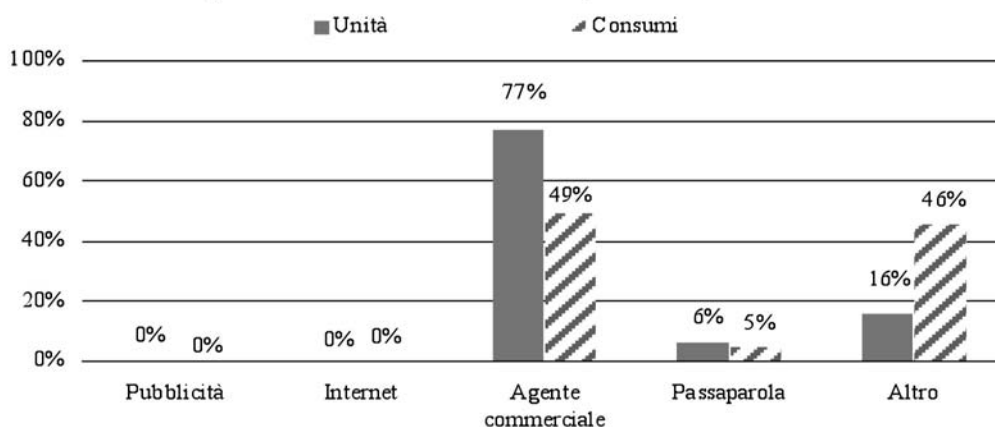
Il focus sul mercato libero si è concluso con la rilevazione di alcuni profili qualitativi di analisi: le modalità con cui l'impresa è venuta a conoscenza dell'offerta commerciale effettivamente sottoscritta, il motivo determinante che ha indotto l'impresa ad attivare una fornitura piuttosto che un'altra ed il livello di attenzione con cui le imprese si avvicinano alla valutazione comparata delle diverse proposte contrattuali

presenti sul mercato libero.

Dalla **Figura** seguente emerge chiaramente come la figura dell'agente commerciale giochi un ruolo di assoluto rilievo nell'orientare le scelte delle imprese: il 77% del campione, corrispondente tuttavia ad una quota minore dei consumi, pari a circa il 50%, dichiara infatti di aver sottoscritto il contratto di fornitura sul mercato libero dopo essere stato contattato da un agente commerciale inviato da un operatore del settore. Un ammontare importante dei prelievi

(46%) transita invece attraverso la categoria residuale che nel questionario è stata classificata alla voce "Altro": in molti casi le imprese che consumano elevati quantitativi di energia elettrica incaricano apposite professionalità, quali *energy manager* aziendali oppure *energy consultant* esterni, per valutare le opportunità di risparmio sul mercato libero. Di marginale importanza gli altri tre canali: solo il passaparola "pesa" il 6% in termini di numerosità ed il 5% dal punto di vista dei consumi dichiarati.

Come è venuto a conoscenza dell'offerta commerciale sottoscritta
(in % sul numero delle imprese e dei consumi del mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

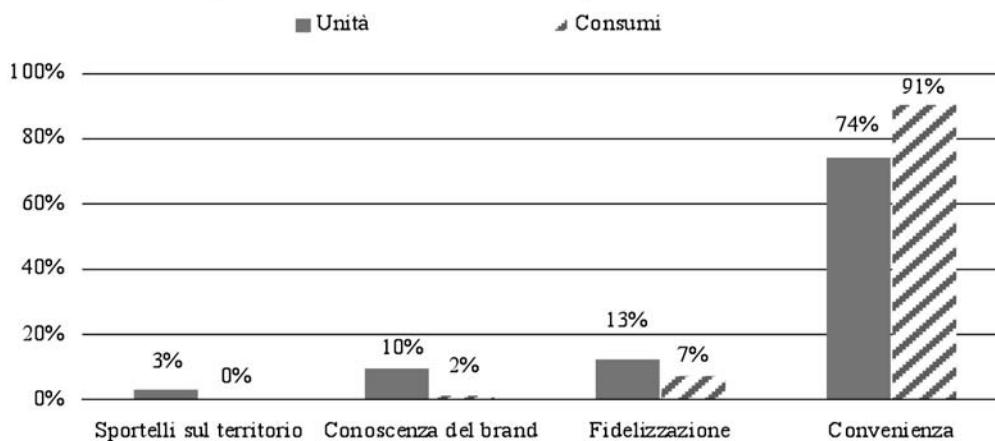
A seguire è stato indagato il motivo cruciale che indirizza le imprese nella scelta del fornitore. La **Figura** allegata mostra come per i tre quarti del campione l'aspetto più rilevante sia rappresentato dalla generale con-

venienza dell'offerta (non è un caso che la quota dei consumi salga ad oltre il 90%).

Da non sottovalutare un altro dato: un buon 13% del campione dichiara di essere stato guidato dalla fideliz-

zazione rispetto al fornitore storico della maggior tutela: si tratta tuttavia di micro e mini consumatori, come conferma la modesta quota relativa ai livelli di prelievo (7% del totale).

Motivo determinante per la scelta del fornitore
(in % sul numero delle imprese e dei consumi del mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

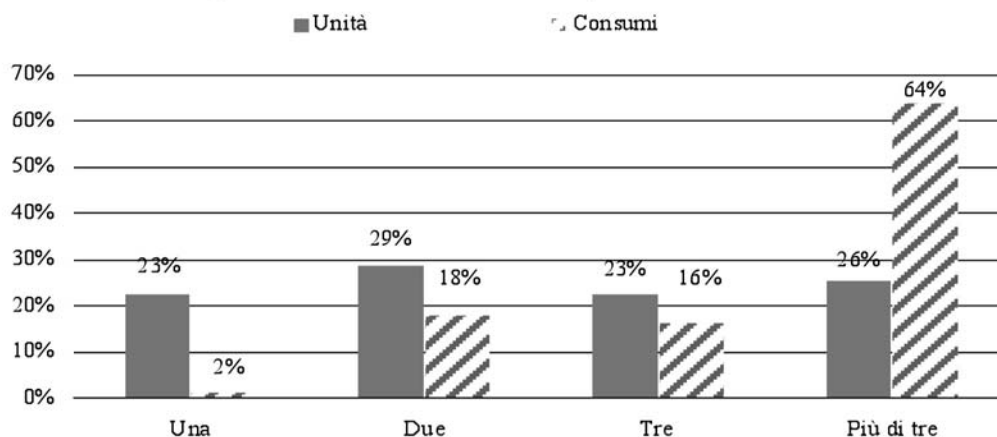
Al fine di indagare il grado di attenzione che le imprese hanno rivolto alla scelta del fornitore per il contratto attualmente in essere, il questionario ha individuato come *proxy* il numero di offerte commerciali. L'analisi è stata condotta per due successivi step: in prima battuta è stato analizzato il numero di propo-

ste contrattuali recapitate all'impresa e, a seguire, quelle effettivamente valutate: con la prima domanda si è quindi inteso esaminare il livello di dinamicità e di concorrenzialità del mercato elettrico provinciale, mentre con la seconda l'effettiva propensione alla mobilità mostrata dalle imprese viterbesi. Come mostra la

seguente **Figura** oltre metà del campione ha ricevuto e preso in esame fino a due proposte contrattuali. Come da attese, l'attenzione dei fornitori tende a concentrarsi sui consumatori di maggiori dimensioni: non è un caso che alle imprese che hanno ricevuto più di tre offerte corrisponda oltre il 60% dei consumi aggregati.

Numero di offerte commerciali recapitate

(in % sul numero delle imprese e dei consumi del mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

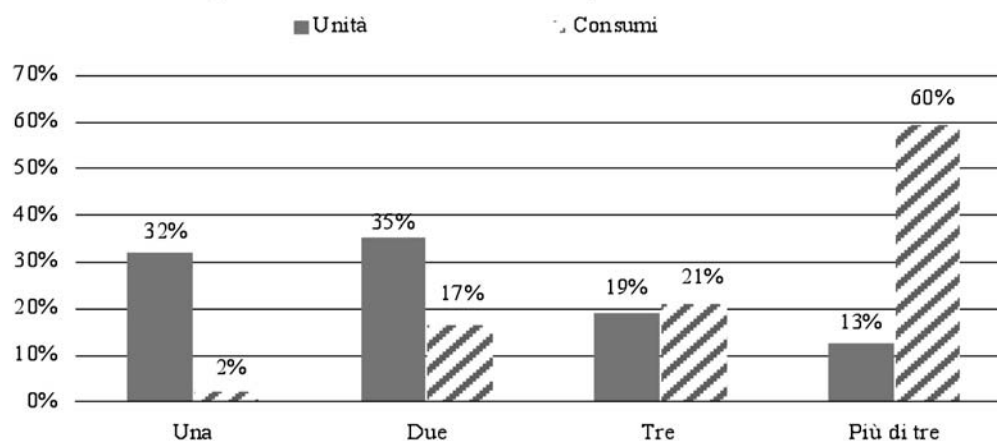
L'analisi è inoltre utile per confermare la tesi secondo la quale sono i grandi consumatori i più attenti a ricercare

le condizioni di fornitura più favorevoli: il 32% di unità campionate che ha preso in considerazione più di tre

proposte contrattuali consuma oltre l'80% di quanto complessivamente rilevato sulla Piazza di Viterbo.

Numero di offerte commerciali valutate

(in % sul numero delle imprese e dei consumi del mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

Le opzioni del contratto

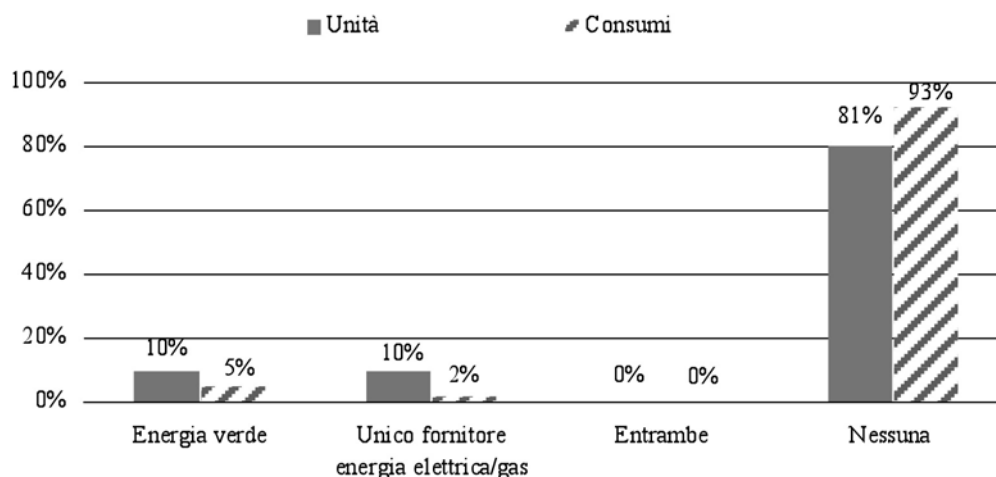
In ultima analisi il questionario ha permesso di quantificare la diffusione di alcune delle opzioni di fornitura maggiormente praticate dagli operatori: tra le imprese del cam-

pione servite in regime di mercato libero due clausole specifiche coprono una percentuale significativa dei soggetti osservati: si tratta del contratto integrato di energia elettrica e gas naturale (cosiddetto *dual fuel*), che interessa il 15%

delle unità e l'8% dei consumi provinciali, e la fornitura di energia prodotta da fonti rinnovabili (cosiddetta energia verde), che riguarda un altro 10% del campione per il 5% dei prelievi totali.

Le opzioni del contratto sottoscritto

(in % sul numero delle imprese e dei consumi del mercato libero)



Fonte: elaborazioni ref.

Bibliografia

- Autorità per l'Energia Elettrica e il Gas - AEEG, Relazione annuale sullo stato dei servizi e sull'attività svolta, vari anni.
- Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) - Autorità per l'energia elettrica e il gas (AEEG) (2005), Indagine conoscitiva sullo stato delle liberalizzazione dei settori dell'energia elettrica e del gas naturale (IC 22).
- Camera di Commercio di Milano e Unioncamere (2007), I Rapporto sulla domanda di energia elettrica - Indagine sul costo del servizio di fornitura pagato dalle imprese sulla piazza di Milano e Provincia - Anno 2005.
- Camera di Commercio di Milano (2009), Il Rapporto sulla domanda di energia elettrica - Indagine sul costo del servizio di fornitura pagato dalle imprese sulla piazza di Milano e Provincia - Anno 2007.
- Istat (2005), I consumi energetici delle imprese industriali - anno 2002, Collana Informazioni, n. 13.
- Istat (2004), I consumi energetici delle imprese - anno 2001, Collana Informazioni, n. 29.
- Istat (2006), Gli acquisti di prodotti energetici delle imprese industriali, Collana Informazioni, n. 4.
- Ricerche per l'economia e la finanza - ref., Rapporto ref. sul mercato e la regolamentazione, vari anni.
- Ricerche per l'economia e la finanza - ref. (2006), La concorrenza nei settori energetici: elettricità e gas, Rapporto sulla concorrenza
- Terna, Dati statistici sull'energia elettrica in Italia, vari anni.