

Tuscia Economica

Supplemento al

Mensile informativo edito dalla Camera di Commercio di Viterbo

Direttore responsabile Franco Rosati

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 2008

TUSCIA ECONOMICA

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

Direttore responsabile
Dott. Franco Rosati

Supplemento al n. 12/2008

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 2007	pag. 5
2	Gli extracomunitari e l'impresa a Viterbo	pag. 17
3	Rapporto Excelsior 2008: le previsioni occupazionali delle imprese	pag. 29
4	La vendita diretta dei prodotti agricoli: un'analisi della situazione locale	pag. 35
5	Appendice Statistica	pag. 43

Presidente:

- PALOMBELLA Ferindo

Vice Presidente:

- PEPPONI Roberto

Giunta Camerale

- BOCCOLINI Franco
- CORETTI Petronio
- GIULIANI Marco
- MESCHINI Adalberto
- PELOSI Massimo
- PEPARELLO Vincenzo
- TARDANI Giacobbe

Segretario Generale

- ROSATI Franco

Collegio dei Revisori dei Conti:

- ROMEO Teresa (Presidente)
- CIMA Giovanni
- ARCANGELI Andrea

Relazione Economica della Provincia di Viterbo per il 2007

a cura dell'Ufficio Studi Statistica

Il movimento demografico

Per comprendere a fondo le dinamiche sulla ricchezza in provincia di Viterbo, è opportuno volgere un breve sguardo anche sulle dinamiche demografiche locali, al fine di capire chi produce tale ricchezza ma soprattutto chi la consuma, dando vita alla circolazione dei beni e dei capitali sul territorio. È noto, infatti, come la presenza di un tessuto sociale anziano, ad esempio, limiti la spesa finale, data la minor disponibilità di reddito e liquidità. Stesso dicasi per un contesto in cui alta è la presenza di immigrati, che, almeno in passato, non hanno potuto rappresentare una clientela particolarmente volta al consumo o all'investimento.

L'analisi dei dati (tav. 1) supporta, nel caso di Viterbo, solo in parte tali tendenze. La popolazione residente nella provincia, infatti, ha raggiunto nel 2007 oltre 310.000 unità, contro le 288.783 registrate nel censimento del 2001, con un incremento ragguardevole (pari al +7,5%) nel periodo considerato. L'aumento demografico nella provincia, però, è esclusivamente addebitabile al saldo migratorio positivo (immigrati meno emigrati), dal momento che il saldo naturale (ossia la differenza tra nati vivi e morti), ha fatto registrare un

segno costantemente negativo fin dal 2003. Declino ampiamente compensato, come visto, dal sensibile incremento della popolazione straniera (specie extracomunitaria), spesso proveniente dalle altre province del Lazio, prima fra tutte quella di Roma, anche in virtù di costi delle abitazioni più accessibili. Il progressivo invecchiamento della popolazione viterbese è altresì confermato da numerosi dati e in primis dal peso degli over 64 sul totale dei residenti nella provincia: gli anziani rappresentano, infatti, oltre il 21,2% della popolazione della Tuscia, percentuale più alta fra tutte le province laziali (ad eccezione di Rieti) e superiore anche alla media nazionale. In linea con il dato Italia, invece, la percentuale di residenti in età cosiddetta attiva (15-64 anni), che a Viterbo, così come nel Lazio, rappresentano circa i 2/3 della popolazione totale.

Il trend di invecchiamento della popolazione viterbese trova ulteriori conferme anche nell'analisi dei vari indicatori demografici, e in particolare dall'esame dell'indice di vecchiaia (rappresentato dal numero di ultrasessantacinquenni ogni 100 giovani di età compresa tra 0 e 14 anni), che assume nella provincia un valore (171,7) di gran lunga su-

periore a quello dell'Italia nel suo complesso (142,8), e per di più in notevole crescita rispetto all'inizio del decennio. Anche in questo caso si evidenziano notevoli differenziazioni fra le varie aree della Tuscia, con il nord della provincia, fino ai paesi intorno al lago di Bolsena, che presenta un indice di vecchiaia superiore alla media, mentre i comuni posti a sud della provincia, soprattutto quelli a ridosso di Roma, presentano indici di vecchiaia più bassi, in linea con i livelli regionali e nazionali, grazie anche all'"immigrazione" di giovani coppie venute dalla Capitale.

In ogni caso, anche altri indicatori demografici mostrano con chiarezza la crescente anzianità della popolazione viterbese, soprattutto nel confronto con le altre province laziali, con la sola eccezione di Rieti. Da segnalare, in particolare, il primato detenuto a livello regionale da Viterbo in merito all'indice di struttura, il quale manifesta più di ogni altro il grado di invecchiamento della popolazione attiva locale (rapporto tra la popolazione compresa tra 40 e 64 anni e la popolazione compresa tra 15 e 39 anni). Per Viterbo l'indice di struttura è pari a 112,1 contro la media regionale di 109,5.

Tav. 1 - Popolazione residente e movimento demografico nel 2007 – Provincia di Viterbo

	Maschi	Femmine	Totale
Popolazione al 1° Gennaio	148668	156423	305091
Nati	1308	1191	2499
Morti	1744	1580	3324
Saldo Naturale	-436	-389	-825
Iscritti da altri comuni	4230	3984	8214
Iscritti dall'estero	2486	2613	5099
Altri iscritti	42	110	152
Cancellati per altri comuni	3306	3348	6654
Cancellati per l'estero	136	107	243
Altri cancellati	143	41	184
Saldo Migratorio	3173	3211	6384
Popolazione al 31 Dicembre	151405	159245	310650

Fonte: ISTAT – Statistiche demografiche 2007

Settore Agricoltura

Occorre fare una panoramica dettagliata sulle singole categorie merceologiche del settore agricolo al fine di evidenziare quali prodotti abbiano beneficiato di un incremento produttivo e quali no, prendendo in esame i dati forniti dall'Istat sulle coltivazioni agrarie.

Dalla lettura di tali dati, si evince innanzitutto come l'annata agraria 2007 sia stata caratterizzata da un andamento oscillante, con aumenti e diminuzioni a seconda delle varie colture. In particolare, per il grano tenero la superficie investita è stata di 2.950 ha, in leggero calo rispetto al 2006 ma con una produzione rimasta sostanzialmente stabile. Il grano duro, viceversa ha registrato, dopo l'eccezionale ridimensionamento degli ultimi anni causato dalla riforma della PAC, un aumento della superficie investita (+10%), con la produzione che si è incrementata del +15,5%.

Tra le altre colture erbacee, risulta ancora in flessione il mais, con una diminuzione di circa il -30% nella

superficie e del -25% per la produzione. Anche l'orzo e l'avena hanno visto flettere le superfici investite ma si sono evidenziati valori stabili dal punto di vista produttivo.

Questi prodotti sono stati protagonisti di un'importante ascesa dei prezzi a partire dalla seconda metà dell'anno, complice la scarsità di prodotto a livello internazionale e l'aumento del prezzo del petrolio che inevitabilmente si ripercuote anche sulle produzioni agricole.

Passando ad analizzare gli ortaggi, si evidenzia la straordinaria performance della coltivazione della patata la quale, nonostante il calo della superficie di oltre il 10%, raggiunge una produzione di oltre 600.000 quintali con un aumento produttivo del +56% circa rispetto al 2006.

Bene anche le produzioni di asparago, finocchio e carciofo (con aumenti produttivi soprattutto per quest'ultimo prodotto agricolo), tutti elementi da mettere in evidenza dal momento che tali colture sono unanimemente riconosciute per la loro alta qualità e per la tipicità che rivestono. Anche per gli ortaggi, si è as-

sistito ad un leggero aumento dei prezzi.

Da registrare, poi, un lieve aumento della produzione del pomodoro da industria, elemento importante in considerazione della oramai risolta controversia con lo stabilimento conserviero di Tarquinia che potrà riportare il territorio ad assicurare la lavorazione industriale del prodotto in loco, con positivi risvolti dal punto di vista economico ed occupazionale.

In calo la produzione delle coltivazioni fruttifere come pesco, nettariano, melo e susino, che si contrappongono agli aumenti evidenziati per kiwi e melone. I prezzi del kiwi, delle mele e delle pesche hanno registrato una flessione nel corso del 2007 mentre è andata meglio per il melone, il quale, soprattutto nel mese di luglio ha beneficiato di un buon prezzo sui mercati all'ingrosso rispetto al 2006.

Produzione molto importante per la provincia di Viterbo è quella della nocciola, la cui quantità prodotta nell'anno 2007 è però diminuita dell'11% rispetto al 2006. Anche a

livello qualitativo, la stagione 2007 non è stata molto positiva, in quanto le nocciole che sono state prodotte sono di dimensioni ridotte a causa della siccità che ha colpito le zone di produzione nel momento di maturazione del frutto. Per quel che riguarda il prezzo, le nocciole hanno beneficiato di un discreto aumento rispetto alla quotazione del 2006.

Per la castagna, l'Istat non pubblica dati ufficiali, ma in base ai dati in possesso della Camera di Commercio la produzione 2007 risulta in forte calo a causa dell'attacco di un parassita tipico del castagno che ha colpito alcune zone: il "cinipide galigeno". Tutto questo ha contribuito all'aumento dei prezzi sul mercato provinciale, soprattutto per la varietà dei "marroni". Da sottolineare l'importanza, relativamente a questa coltura, della varietà della castagna di Vallerano, che beneficia di una DTP (Denominazione Temporanea Protetta) in attesa di essere convertita in DOP.

Diminuisce anche la produzione di uva da vino, soprattutto a causa delle condizioni climatiche, ma la qualità del prodotto risulta essere buona, determinando un aumento dei prezzi dell'uva. Per questa coltivazione si punta ad un'ulteriore valorizzazione del prodotto finito, già attuata con i riconoscimenti DOC e IGT oltre che con il marchio collettivo Tuscia Viterbese.

Altra importante coltura che caratterizza il territorio provinciale è quella dell'olio, che con oltre 20.000 ettari di oliveti rappresenta il 6,9% della superficie agricola provinciale ed incide per il 5% circa sul totale della produzione lorda provinciale vendibile, con un volume di affari di 25/30 milioni di euro.

L'elevata qualità dell'olio prodotto è dimostrata dal riconoscimento di due Denominazioni di Origine Protette la DOP "Canino" e la DOP "Tuscia", quest'ultima solo di recente riconosciuta ma con evidenti riscontri positivi in merito alla commercializza-

zione. Tuttavia, nell'anno 2007, la produzione di olive in quintali, ha subito un sensibile calo (-31,2%), nonostante la superficie utilizzata per questa coltura sia rimasta invariata. Questo calo produttivo è stato causato da condizioni climatiche poco favorevoli e molto asciutte, che allo stesso tempo hanno comunque limitato i danni inferti dai parassiti, in particolare dalla mosca dell'olivo che costituisce sempre una minaccia per il territorio viterbese.

La qualità è quindi risultata piuttosto buona, così come la resa in olio che ha raggiunto livelli elevati. I prezzi dell'olio extravergine sono rimasti stabili mentre il prezzo dell'olio extravergine certificato DOP ha beneficiato di un aumento per le riconosciute migliori caratteristiche organolettiche.

Si riportano, nella tabella seguente, i dati statistici relativi alle principali colture agricole della Provincia di Viterbo.

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

	Superficie investita (ha)			Produzione in Quintali		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
Grano Tenero	3.000	2.950	-1,7%	109.450	109.650	0,2%
Grano duro	25.000	27.500	10,0%	1.014.500	1.171.600	15,5%
Mais	4.400	3.100	-29,5%	456.750	343.000	-24,9%
Orzo	4.750	4.500	-5,3%	160.300	160.850	0,3%
Avena	1.300	1.250	-3,8%	38.340	37.560	-2,0%
Girasole	830	655	-21,1%	12.270	9.325	-24,0%
Patata	1.382	1.199	-13,2%	424.110	661.300	55,9%
Asparago	370	390	5,4%	25.900	26.460	2,2%
Carciofo	250	260	4,0%	45.000	50.600	12,4%
Finocchio	110	105	-4,5%	33.000	33.600	1,8%
Peperone	85	80	-5,9%	28.900	26.400	-8,7%
Pomodoro da industria	1.058	1.058	0,0%	830.840	880.420	6,0%
Popone o melone	214	235	10,1%	83.440	95.678	14,7%
Cocomero	230	-	-	108.800	-	-
Pesco	257	252	-1,9%	55.740	52.020	-6,7%
Nettarino	28	25	-10,1%	5.780	4.840	-16,3%
Melo	127	127	0,0%	39.600	36.000	-9,1%
Susino	44	39	-11,4%	6.930	5.660	-18,3%
Actinidia o Kiwi	473	477	0,8%	104.980	108.100	3,0%
Nocciole	17.547	17.553	0,0%	540.420	480.096	-11,2%
Uva da vino	4.660	-	-	580.015	463.210	-20,1%
Olivo	21.026	21.035	0,0%	518.552	356.830	-31,2%

Fonte: Elaborazioni Ufficio Statistica CCIAA di Viterbo su dati ISTAT

Le percezioni provenienti dal mondo imprenditoriale agricolo oggetto della presente indagine congiunturale, indicano il 2007 come un anno con più ombre che luci, con alcune eccezioni.

Per quasi tutti gli indicatori congiunturali che, tradizionalmente, sintetizzano lo stato di salute di un'azienda (produzione, portafoglio ordini e occupazione) prevalgono, infatti, le indicazioni di una contrazione rispetto al 2006, tali da generare saldi tutti in area negativa. Fa

eccezione il fatturato, rispetto al quale si equivalgono le percentuali di imprenditori che ne hanno osservato un calo o viceversa una crescita nell'anno in questione. Tali tendenze vengono confermate anche dall'analisi sui dati quantitativi che evidenzia un calo della produzione più evidente rispetto al modesto decremento del volume d'affari complessivo del settore. Ciò, se da un lato è ascrivibile all'aumento dei prezzi dei beni agricoli sul mercato locale e su quello nazionale, dall'altro lato

può essere letto come conseguenza delle numerose politiche di valorizzazione della qualità dei prodotti locali ed, in particolare, di quelli rientranti nella denominazione di produzioni tipiche DOP.

In altre parole, nella Tuscia si produce di meno, ma "meglio", il che comporta comunque una tenuta del sistema agricolo viterbese in un contesto sempre più contrassegnato dalla concorrenza (specie estera).

Tav. 3 – Andamento congiunturale del fatturato nel 2007 nell'agricoltura

	Agricoltura
Maggiore	26,4
Minore	26,4
Uguale	47,2
Ns/nr	0,0
Totale	100,0
Saldo	0,0

Fonte: Osservatorio Economico Provinciale, 2007

Il patrimonio zootecnico

Per quanto riguarda il settore dell'allevamento, nel 2007 il patrimonio zootecnico presenta alcune variazioni nel suo complesso. La varietà bovina ha subito un incremento di circa il +6%, passando dai 40.100 capi del 2006 ai 42.500 capi, mentre incrementi ancor più consistenti si sono avuti per i capi bufalini, cresciuti di oltre il +18%.

Per quanto concerne la varietà di ovini, si riscontra una lieve crescita, mentre per la popolazione caprina si

è evidenziato un decremento del -4%. Importante è il dato pervenuto riguardo la varietà equina, che ha registrato un innalzamento dei capi allevati del +91%, aumento dovuto a ragioni amministrative in quanto con l'istituzione dell'anagrafe equina si è potuto avere un dato più preciso della consistenza dei cavalli.

Nessuna variazione, invece, in merito ai suini che si mantengono costanti tra i due anni di riferimento, mentre per gli struzzi, si è evidenziato un calo del -20% netto, da imputare alla diminuzione di richiesta

della carne di struzzo, non più vista nel mercato nazionale come prodotto particolare.

Si registra una sostanziale stabilità dei prezzi nel settore zootecnico, sia in relazione alle carni che al latte, il che comporta una diminuzione dei margini di profitto delle aziende produttrici, anche a causa degli aumenti di alcuni fattori produttivi (tra i quali i mangimi, i foraggi ed i costi energetici).

Tav. 4 - Consistenza degli allevamenti di bestiame

VARIETA' ZOOTECNICHE	Dic. 2006	Dic. 2007	VAR. %
Bovini	40.100	42.500	5,9%
Bufalini	760	900	18,4%
Ovini	385.000	390.000	1,3%
Caprini	5.000	4.800	-4,0%
Equini	3.450	6.600	91,3%
Suini	29.950	29.950	0,0%
Struzzi	100	80	-20,0%

Fonte: Ufficio Statistica CCIAA di Viterbo

Il settore manifatturiero

Il comparto manifatturiero della provincia di Viterbo ha risentito direttamente dei mutamenti in atto a livello internazionale in questo settore produttivo. Tra questi assume rilevanza la presenza di una relazione diretta tra crescita del fatturato e politiche di investimenti, relazione che risulta ancora più incisiva nelle medie imprese e il riposizionamento competitivo dei comparti manifatturieri, che favorisce i prodotti a medio-alta tecnologia (come chimica ed elettronica), a scapito delle produzioni a minor valore aggiunto (tessili e abbigliamento in primis).

Tali tendenze si sono riscontrate anche nel tessuto manifatturiero di Viterbo nel 2007, le cui variazioni

quantitative del fatturato evidenziano come, in un contesto di generale riduzione dell'indicatore a livello settoriale (-2,7%), emergano criticità piuttosto diffuse per il settore alimentare (-4,3%), per quello tessile e dell'abbigliamento (-9,7%), solo in parte compensate dalle migliori performance della ceramica, del legno e mobili e delle altre produzioni manifatturiere, quest'ultime le uniche a presentare un incremento (+1,8%) rispetto al 2006.

Parallelamente, l'analisi dei dati quantitativi mostra la permanenza in area negativa di tutti i saldi congiunturali, non solo relativamente al fatturato, ma anche riguardo tutti gli altri principali indicatori economici dello stato di salute di un'azienda.

L'apertura ai mercati esteri rappre-

senterebbe un elemento di competitività del territorio invece è bassa l'incisività del settore manifatturiero della Tuscia sui mercati internazionali: la percentuale di imprese attive sui mercati internazionali è pari al 15,5%.

I comparti che, nel 2007, presentano performance congiunturali migliori (altre manifatturiere, ceramiche ed affini, legno e mobili ed estrattivo) sono quelli dove si presenta la maggiore incidenza di imprese attive sul fronte degli investimenti. Viceversa, i comparti che presentano performance inferiori a quelle medie settoriali, risultano essere proprio quelli dove minore è l'incidenza di imprese attive negli investimenti (tessile ed abbigliamento e metalmeccanico). Ciò vuol dire che, fatte le debite

Tav. 5 – Fatturato nei comparti manifatturieri in provincia di Viterbo nel 2007 (in %)

	Alimentari	Tessili, abbigliamento	Legno, mobili	Estrattive	Metalm.	Lavorazione ceramica affini	Altre man.	Totale
Maggiore	17,2	20,0	21,7	29,4	27,3	25,0	28,1	24,1
Minore	27,6	55,0	26,1	35,3	45,5	35,0	21,9	34,5
Uguale	51,7	25,0	47,8	29,4	24,2	40,0	46,9	38,5
Ns/nr	3,4	0,0	4,3	5,9	3,0	0,0	3,1	2,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Saldo	-10,3	-35	-4,3	-5,9	-18,2	-10,0	6,3	-10,3

Fonte: Osservatorio Economico Provinciale, 2007

eccezioni, l'aspetto degli investimenti assume una sempre maggiore centralità nello sviluppo aziendale, specie in un settore come il manifatturiero.

Non a caso, poi, sono sempre le imprese maggiori, notoriamente più predisposte agli investimenti per disponibilità finanziaria e presenza di politiche a lungo termine, a registrare le migliori performance, nel contesto viterbese come, più in generale, in tutta Italia.

Concentrando l'attenzione sulle finalità degli investimenti effettuati dalle imprese manifatturiere della provincia di Viterbo, l'analisi delle risposte fornite dall'imprenditoria locale mostra chiaramente come le industrie della Tuscia siano orientate per lo più alla semplice sostituzione dei macchinari obsoleti (57,1%) e solo in misura minore all'aumento della capacità produttiva (45,2%) e

all'adeguamento agli standard competitivi (23,8%). Una quota ancor minore di imprese, infine, si mostra orientata verso la riduzione dei costi e il minore impiego di risorse umane.

Per quanto riguarda le previsioni per il 2008, gli imprenditori intervistati indicano un trend stazionario con il 2007. In area positiva, però, saranno solo i settori del metalmeccanico (+1,2%) e del legno-mobili (+0,7%), mentre note dolenti continuano ad arrivare dal tessile e dall'abbigliamento (-6,9%). Il 2008, in generale, si prospetta simile al 2007 per l'andamento del manifatturiero, con segni positivi, però, solo per il metalmeccanico. Da segnalare la componente estera del fatturato in aumento, che in parte limiterà i valori negativi di alimentare (-9,1%) e ceramica ed affini (-9,1%).

Il comparto dell'edilizia continua a registrare dati negativi, almeno secondo le percezioni dell'imprenditoria locale. I dati quantitativi e qualitativi dell'indagine, infatti, evidenziano il prevalere di un diffuso pessimismo sull'andamento del settore delle costruzioni, in particolare per il volume di affari complessivo delle imprese.

Il campione intervistato ha dichiarato di prevedere un calo del 6,9% del fatturato, in particolare la preoccupazione è diffusa per le imprese più piccole, colpite maggiormente dal calo dei consumi e dal trend negativo dell'economia, mentre le aziende maggiormente strutturate sono le uniche a segnare dati positivi.

I dati sono tutti fortemente negativi per quanto riguarda i saldi del fatturato (-11,3%) e del portafoglio ordini (-14,5%).

Tav. 6 – Andamento congiunturale del fatturato nel 2007 nel settore edile

	Costruzioni
Maggiore	22,6
Minore	33,9
Uguale	41,9
Ns/nr	0,0
Totale	100,0
Saldo	-11,3

Fonte: Osservatorio Economico Provinciale, 2007

Il trend negativo si nota anche nell'occupazione del settore edile, ma in modo molto meno accentuato (-1,6%).

Le previsioni per il 2008 si delineano tutte ulteriormente negative. L'occupazione è segnalata in calo in tutte le imprese che hanno partecipato all'indagine (rispetto alla stazionarietà diffusa del 2007), mentre sono previsti cali del 12,9% nel portafoglio ordini e del 9,7% nel fatturato, per via dell'atteso calo della domanda, che condiziona ancora una volta in maniera determinante l'intero settore. Solo in pochi casi, viceversa, si prevede un aumento della stessa domanda, aumento riscontrato (o previsto) spesso e volentieri solo in quelle aziende che hanno attuato (o pensano di attuare) politiche di investimento.

Settore Terziario

Il comparto dei servizi fa registrare un saldo complessivo nullo. L'andamento congiunturale dei servizi è in generale stazionario anche se sono in flessione tutti i principali indicatori economici. A soffrire maggiormente, nel 2007, è stato il settore turistico in cui si evidenzia, escludendo la voce occupazione, un peggiore trend che negli altri comparti dei servizi. I servizi alle persone sono l'unico settore in cui si registra un saldo positivo nel fatturato, mentre stazionari sono il terziario avanzato e i trasporti.

Dalle informazioni forniti dagli imprenditori, è in aumento la percentuale di chi effettua investimenti per ridare slancio alle aziende, mentre il calo del fatturato viene attribuito ad

altri fattori esterni come l'andamento della domanda, in calo per la difficile situazione economica in Italia, e alla minore capacità competitiva delle nostre imprese sul fronte dei prezzi, considerando anche il cambio sfavorevole all'euro.

Un ulteriore elemento di riflessione sull'andamento del terziario della Tuscia nel 2007, giunge dalla presenza di una relazione inversa tra andamento congiunturale e saldo occupazionale: quello che in altre parole si registra nelle imprese dei servizi della provincia di Viterbo è la presenza di performance economiche migliori laddove l'occupazione risulta diminuire. Viceversa, risultati peggiori riguardo il fatturato e/o la produzione si associano ad un saldo occupazionale che non presenta particolari criticità.

Tav. 7 – Fatturato nei comparti dei servizi in provincia di Viterbo nel 2007 (in %)

	Commercio	Turismo	Terziario avanzato	Servizi alle persone	Totale
Maggiore	11,4	23,1	15,8	34,5	25,8
Minore	50,0	38,5	21,1	24,1	25,8
Uguale	32,9	30,8	63,2	31,0	41,9
Ns/nr	5,7	7,7	0,0	10,3	6,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Saldo	-38,6	-15,4	-5,3	10,4	0,0

Fonte: Osservatorio Economico Provinciale, 2007

Analizzando l'andamento degli investimenti nel 2007 e 2006 è possibile evidenziare correlazioni positive tra investimenti e risultati economici. In tal senso, dalle risposte fornite dagli imprenditori locali si osserva come, nonostante già nel 2006 oltre 1/4 delle imprese del settore dei servizi viterbesi abbia operato sul fronte degli investimenti, tale quota sia ulteriormente cresciuta nel 2007, fino ad oltrepassare il 40,0%. Punta particolarmente elevate di investimenti si sono avute per i servizi alle persone (44,8% dei casi) e nel turismo (38,5%) mentre il terziario avanzato,

nonostante la crescita rispetto all'anno precedente, si conferma come il comparto dove minore è l'incidenza di imprese attive nell'ammodernamento delle rispettive produzioni. Un ulteriore dato interessante giunge dall'analisi delle finalità di tali investimenti, che nel 60,0% delle imprese hanno permesso di instaurare dinamiche innovative, concernenti soprattutto gli aspetti processuali ed organizzativi. Minore attenzione è stata rivolta, invece, alle innovazioni di prodotto e di posizionamento commerciale. Scendendo ancor più nello specifico degli interventi finanziari

effettuati dagli imprenditori locali al fine di ammodernare la propria attività, emerge come le risorse reperite siano state utilizzate principalmente per la sostituzione di macchinari obsoleti e per l'adeguamento agli standard competitivi presenti sui mercati. Le previsioni per il 2008 delineano un quadro congiunturale ancora meno roseo rispetto al 2007, specie se si confrontano i principali indicatori economici sullo stato di salute di un'azienda, ossia la redditività di gestione ed il fatturato. Soffermanci sui saldi previsionali relativi al volume d'affari, emerge il prevalere

di imprese che prevedono una riduzione, piuttosto che un aumento dell'attività economica durante il 2008, trend diffuso in tutti i comparti del terziario. E', questo, l'indice di un diffuso, seppur moderato, scetticismo circa le possibilità di una ripresa della crescita economica a livello locale durante il 2008. Non a caso, è soprattutto il turismo, comparto che maggiormente risente delle dinamiche congiunturali presenti a livello nazionale ed internazionale, a registrare le performance peggiori.

Il commercio estero

Riguardo al commercio estero la provincia di Viterbo presenta un modello di specializzazione produttiva poco allineato rispetto alle esigenze espresse dai mercati internazionali con una struttura produttiva condizionata dal prevalere dei settori tradizionali come l'agricoltura e le costruzioni. Si sottolinea infatti l'elevato peso ancora detenuto nell'export di Viterbo dai prodotti agricoli (8,5% sul totale) e da quelli della collegata industria alimentare (14,2%), in una logica di filiera che presenta però alcune differenziazio-

ni in termini dinamici: se i primi, infatti, hanno conosciuto una crescita dei volumi esportati nel 2007 rispetto all'anno precedente (+3,6%), viceversa risultano in calo (-18,9%) i valori in euro delle merci prodotte dalle industrie di trasformazione alimentare presenti nella provincia. A soffrire sono tutte le categorie merceologiche che tradizionalmente compongono questo comparto, ma in particolare si sottolinea la contrazione (-17,5) dei preparati e conserve di frutta e ortaggi, punto d'eccellenza dell'industria alimentare viterbese. In controtendenza rispetto al trend generale negativo, che vede le esportazioni della Tuscia diminuire, fra i due anni in questione del -1,6%, si mostrano le performance estere del tessile-abbigliamento e dell'industria del legno (escluso i mobili), comparti che, tuttavia, rappresentano ancora settori marginali sul totale delle merci viterbesi lavorate nelle industrie locali e poi rivendute all'estero, soprattutto in termini assoluti. Da sottolineare, invece, l'ottimo risultato fatto segnare dall'industria della gomma-plastica che, con una crescita del +61,4% nel biennio in questione, va assumendo un peso

sempre più importante nel paniere dell'export locale. Stesso dicasi per l'industria del mobilio (+30,6%), fortemente legata al settore dell'edilizia e in grado di mettere in commercio produzioni artigianali con un sempre più crescente appeal sui mercati esteri. In controtendenza rispetto al complessivo calo dell'export di Viterbo, tiene anche il comparto della ceramica di Civita Castellana (+0,1%) che assorbe quasi la metà dell'export dell'intera Tuscia ovvero il 44,8%. In questo specifico caso si sottolinea una parziale inversione di tendenza rispetto al trend degli ultimi due anni che aveva visto una crescita sostenuta delle piastrelle e dei rivestimenti. Fra 2006 e 2007, infatti, è proprio quest'ultimo comparto a mostrare una sensibile contrazione nei volumi di fatturato esportato (-12,7%), laddove, viceversa, si registra un incremento, seppur modesto (+1,4%) delle esportazioni di prodotti delle lavorazioni tradizionali degli articoli sanitari e degli oggetti domestici ed ornamentali, crescita che è riuscita a supplire, almeno in parte, al decremento registrato in numerosi altri comparti manifatturieri della provincia.

Tav. 8 – Esportazioni della provincia di Viterbo

PRODOTTI	Export 2006	Export 2007	Composizione %	Variazione % 2006/2007
A. Agricoltura, caccia e silvicoltura	27.495	28.494	8,5%	3,6%
B. Pesca, piscicoltura e servizi connessi	0	0	0,0%	-
C. Estrazione di minerali	2188	2031	0,6%	-7,2%
DA. Industrie alim., bevande e tabacco	58.726	47653	14,2%	-18,9%
DB. Industrie tessili e dell'abbigliamento	9.352	9658	2,9%	3,3%
DC. Industrie conciarie, fabbr. prod. in cuoio, pelle	2.418	1590	0,5%	-34,2%
DD. Industria del legno e dei prodotti in legno	5.721	5904	1,8%	3,2%
DE. Fabbr. della pasta-carta, carta; stampa; editoria	594	1038	0,3%	74,7%
DF. Fabbr. di coke, raff. di petrolio, tratt. comb. nucleari	163	395	0,1%	142,3%
DG. Fabbr. prod. chimici e di fibre sintetiche e artificiali	2.246	2356	0,7%	4,9%
DH. Fabbr. articoli in gomma e mat. plastiche	10.337	16682	5,0%	61,4%
DI. Fabbr. di prodotti della lav. di min. non met.	150.026	150186	44,8%	0,1%
DJ. Prod. di metallo e fabbr. di prod. in met.	21.020	20131	6,0%	-4,2%
DK. Fabbr. di macchine ed app. meccanici	11.347	9922	3,0%	-12,6%
DL. Fabbr. di macchine elettr. e di app. elettr. e ottiche	7.739	7475	2,2%	-3,4%
DM. Fabbr. di mezzi di trasporto	7.372	2360	0,7%	-68,0%
DN. Altre industrie manifatturiere	21.562	28582	8,5%	32,6%
X. Altre imprese non classificate	2.497	923	0,2%	-63,0%
Totale	340.807	335.377	100.0%	-1,6%

Fonte: Istat

Si osserva come, sia per quel che riguarda le esportazioni che le importazioni, l'Europa si confermi come il principale mercato di riferimento per le imprese della Tuscia, anche se va segnalato il crescente peso che i continenti emergenti (e in particolare l'Asia) vanno acquisendo nel commercio internazionale con le aziende provinciali. L'area comunitaria quindi continua a rappresentare il naturale sbocco delle merci vendute, in virtù della vicinanza geografica, di rotte commerciali ben definite e soprattutto grazie alla libertà di scambi fra Italia e tutti i restanti Paesi dell'UE. In particolare la Spagna con il 14,8% dell'export totale si conferma il principale partner commerciale delle imprese della Tuscia, seguono Francia (12,8%) e Germania (9,5%). Interessanti anche le performance dei paesi dell'Est i quali costituiscono nuovi e interessanti mercati di sbocco (Polonia +39,1%, Russia +11%). In calo le esportazioni verso l'America (-14,5%), mentre variazioni positive dell'Asia, che ha visto crescere del +24,6% gli acquisiti di beni prove-

nienti dalle imprese di Viterbo. Tale variazione fa sì che il continente asiatico possa insidiare, già dai prossimi mesi, l'area americana come secondo mercato di sbocco delle merci viterbesi, coprendo esse rispettivamente il 10,4% e l'8,1% dell'export provinciale.

Analisi anagrafica delle imprese ed occupazionale

Il registro delle imprese della Camera di Commercio di Viterbo nel 2007 ha rilevato un numero di iscrizioni straordinariamente elevato con ben 2646 imprese che hanno aperto i battenti. Purtroppo, allo stesso tempo anche il numero di cessazioni è stato il più alto degli ultimi anni, con 2506 imprese che non hanno più trovato conveniente restare sul mercato. Questi dati sono stati depurati dalle cancellazioni d'ufficio effettuate nel corso del 2007, in totale 1484 tra imprese individuali e società di persone non più operanti da anni ed eliminate dal Registro in applicazione del DPR n. 247 del 2004.

Il saldo reale di 140 imprese in più genera un tasso di crescita dello 0,35%, inferiore allo 0,8% evidenziato nel 2006, differenza che mostra con ancor più evidenza la crescita sostanziosa delle chiusure aziendali.

Nel settore agricolo una parte di cancellazioni sono dovute anche a ragioni amministrative in quanto è stato elevato il reddito agricolo che comporta l'obbligo di iscrizione al registro delle imprese.

Le maggiori iscrizioni si sono registrate nel settore delle costruzioni e del commercio.

Quanto alla forma giuridica delle imprese da alcuni anni è in atto un evidente processo di ispessimento delle imprese, con un'evoluzione verso forme societarie sempre più strutturate. A conferma di ciò, le società di capitale, hanno avuto dal 2006 al 2007 un tasso di variazione del +7%, incremento più elevato di quello medio nazionale e regionale. Nel 2007 le ditte individuali rappresentano il 76,3% del totale delle imprese attive, le società di capitali il 7,6% e le società di persone il 14,3%.

Tav. 9 – Numerosità delle imprese nella Provincia di Viterbo

SEZIONI DI ATTIVITA'	Imprese registrate	Imprese attive	Imprese iscritte	Imprese cessate
A - AGRICOLTURA	13.501	13.444	333	1.255
B - PESCA, PISCICOLTURA E ANNESSI	62	60	1	20
C - ESTRAZIONE MINERALI	60	46	0	6
D - ATTIVITA' MANIFATTURIERE	2.752	2.500	134	181
E - PROD.DISTRIB.ENERGIA ELETTR. GAS	14	11	2	2
F - COSTRUZIONI	5.010	4.730	452	441
G - COMM.INGR.E MIN.RIP.BENI PERS. E CASA	8.365	7.758	552	1.047
H - ALBERGHI E RISTORANTI	1.521	1.380	85	205
I - TRASPORTI, MAGAZZIN.E COMUNICAZ.	767	706	17	56
J - INTERMEDIAZ.MONETARIA E FINANZ.	555	537	56	69
K - ATTIV.IMMOB., NOLEGGIO, INFORM.RICER.	1.981	1.812	109	195
L - PUBBLICA AMM.NE E DIFESA, ASSIC. SOCIALE	0	0	0	0
M - ISTRUZIONE	81	75	6	10
N - SANITA' E ALTRI SERVIZI SOCIALI	105	91	1	4
O - ALTRI SERVIZI PUBBL.SOCIALI E PERSON.	1.207	1.138	60	81
X - IMPRESE NON CLASSIFICATE	2.284	58	838	418
TOTALE IMPRESE	38.265	34.346	2.646	3.990

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

Il mercato del lavoro provinciale presenta una situazione preoccupante. Partendo dall'esame della forza lavoro, che racchiude sia le persone già occupate che quelle ancora attivamente alla ricerca di un impiego, si osserva nel caso di Viterbo un forte incremento, tra 2006 e 2007, nel numero totale di persone che si offrono sul mercato locale del lavoro, pari al +4,7%. L'incremento in questione della forza lavoro viterbese è stato determinato, però, in larga parte dall'aumento dei disoccupati, cresciuti di oltre 3.600 unità nel corso del 2007 nella Tuscia ovvero del 47,1%, mentre gli occupati sono cresciuti solo dell'1,6%.

Il tasso di attività, che misura il grado di partecipazione della popolazione attiva al mercato del lavoro è cresciuto tra il 2006 ed il 2007 del +1,8%, incremento imputabile all'aumento delle persone che cercano lavoro mentre è rimasto invariato il tasso di occupazione.

Le maggiori criticità per il mercato del lavoro viterbese emergono dall'analisi del tasso di disoccupazione, che nel 2007 raggiunge nella Tuscia il 9,6%, mentre per il Lazio è pari al 6,4% ed al 6,1% per l'Italia.

Emerge inoltre dalla lettura dei dati Istat sulle Forze di Lavoro una maggiore difficoltà da parte del mercato del lavoro locale nell'assorbire la

forza lavoro femminile, con tassi di attività e occupazione nettamente inferiori a quelli maschili e, viceversa, con una disoccupazione molto più estesa.

Il tasso di occupazione femminile fra i 15 e i 64 anni si è attestato, nel 2007, al 38,4%, valore sensibilmente inferiore non solo rispetto al dato Italia ma anche nel confronto con le altre realtà laziali. Stesso discorso per il tasso di attività che, sempre relativamente alle sole donne, raggiunge il 44,5%, anche in questo caso mostrando un gap con gli altri contesti territoriali fin qui presi a riferimento.

Tav. 10 – Distribuzione % degli occupati per settore di attività

%	Agricoltura	Industria		Servizi	Totale generale
		Totale	in senso stretto		
Viterbo	2,8%	17,8%	9,3%	80,4%	100,0%
Lazio	2,2%	18,8%	11,3%	79,1%	100,0%
Italia	4,0%	30,2%	21,7%	65,9%	100,0%

Fonte: Istat, Forze di Lavoro 2007

Le ore di Cassa Integrazione concesse in totale nella nostra provincia nell'anno 2007 sono diminuite del 25,9% ma a fronte del consistente aumento che hanno fatto registrare lo scorso anno 76,1%, a causa della crisi che ha colpito il settore della ceramica, il totale rimane comunque elevato. Gli aumenti più significativi in termini percentuali per quest'an-

no si segnalano nel settore meccanico (+1723%) e chimico (+1037%), mentre una diminuzione si registra nell'impiantistica, nei trasporti e comunicazione, nell'abbigliamento e nell'edilizia. In calo del 21,4% anche le ore di cassa integrazione concesse nel settore della trasformazione di minerali anche se la perdurante crisi del settore della ceramica, so-

prattutto della stoviglieria non permette un'ulteriore riduzione delle ore concesse. Positivi gli azzeramenti che si sono avuti nel settore della carta, nei servizi, mentre il settore del legno presenta un monte ore pari a 4.680 a fronte di un 2006 pari a zero ore.

Tav. 11 - Ore di Cassa Integrazione Guadagni autorizzate in provincia di Viterbo

Settori di attività	2006	2007	diff. %
Alimentare	3.840	7.168	86,7%
Attività agricole industriali	78	0	-100%
Carta e poligrafici	75.920	0	-100%
Chimico	6.456	73.463	1037,9%
Elettricità e gas	347	0	-100%
Impiantistica	31.891	10.388	-67,4%
Industria estrattiva	0	0	-
Legno	0	4.680	-
Meccanico	911	16.613	1723,6%
Metallurgico	0	0	-
Pelli e cuoio	640	1.627	154,2%
Servizi	3.984	0	-100%
Tabacchi	0	0	-
Tessile	0	0	-
Trasformazione minerali	1.611.945	1.267.541	-21,4%
Trasporti e comunicazione	385.159	295.500	-23,3%
Varie	0	1.462	-
Vestiaro-abbigliamento	1.068	701	-34,4%
Tot. Gestione Edilizia	305.797	119.281	-61%
Totale Generale	2.428.036	1.798.424	-25,9%

Fonte: elaborazione Ufficio Statistica CCIAA su dati I.N.P.S.

Protesti e fallimenti

Per quanto riguarda i protesti i dati relativi al 2007 mostrano una diminuzione per tutti gli effetti cambiari, sia nel numero che nell'importo. Per i protesti levati per cambiali e pagherò si è riscontrata una diminuzio-

ne del 21,22% nel numero e del 15,22% nell'importo, stessa variazione per le tratte non accettate. Per gli assegni anche la diminuzione è meno consistente, -7% circa per il numero degli assegni protestati e 3,54% per gli importi. Da considerare che gli effetti cambiari sono sem-

pre meno utilizzati come mezzo di pagamento: per questo motivo si sta assistendo negli anni ad una progressiva diminuzione dei protesti, anche in periodi di scarsa liquidità come quello attuale.

Tav. 12 - 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. €.
1992	23.003	18.856,37	8.697	8.368,30	1.631	5.043,00
1993	21.825	18.672,33	9.139	9.497,55	1.769	5.772,87
1994	20.871	19.384,49	7.800	8.102,54	1.846	6.821,06
1995	15.972	17.227,15	6.340	7.243,22	1.604	5.307,23
1996	16.011	17.078,30	5.552	6.361,18	1.705	6.792,36
1997	13.766	13.107,64	4.608	5.060,23	1.758	6.311,30
1998	11.415	12.485,13	3.656	4.129,50	1.815	5.484,88
1999	9.732	11.752,75	2.980	3.314,43	1.709	5.467,57
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	4.206	6383,58	351	448,19	1.321	6.126,57
Variazioni % su Anno precedente						
1993	-5,12%	-0,98%	5,08%	13,49%	8,46%	14,47%
1994	-4,37%	3,81%	-14,65%	-14,69%	4,35%	18,16%
1995	-23,47%	-11,13%	-18,72%	-10,61%	-13,11%	-22,19%
1996	0,24%	-0,86%	-12,43%	-12,18%	6,30%	27,98%
1997	-14,02%	-23,25%	-17,00%	-20,45%	3,11%	-7,08%
1998	-17,08%	-4,75%	-20,66%	-18,39%	3,24%	-13,09%
1999	-14,74%	-5,87%	-18,49%	-19,74%	-5,84%	-0,32%
2000	-8,93%	-5,97%	-11,71%	-7,98%	0,00%	-23,01%
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	-32,04%	-6,21%	-54,12%	-69,29%	-1,05%	-2,94%
2007	-21,22%	-15,22%	-39,06%	-74,70%	-6,97%	-3,54%

Fonte: Ufficio Statistica CCIAA di Viterbo

Per i fallimenti nel 2007 si evidenzia un dato ulteriormente positivo rispetto al 2006, con un calo pari al 10%. Per quanto riguarda l'analisi dei fallimenti per settore di attività, i dati sono tutti positivi se si esclude l'industria, in cui si è passati da 3 a

5 dichiarazioni di fallimento. Per il resto si sono avuti 3 fallimenti nel commercio e 1 in imprese che esercitano altre attività.

La nuova legge sui fallimenti, come per il 2006, rimane una delle cause maggiori del decremento delle di-

chiarazioni di fallimento: questa legge rende impegnativo il lavoro dei Giudici, che devono confrontare le piccole e medie imprese con parametri specifici riferiti a una dimensione medio-grande delle imprese.

Tav. 13 Fallimenti dichiarati delle imprese aventi sede in Provincia di Viterbo

ANNI	Totale	Ditte Ind.	Società	Industria	Commercio	Altre Att.
1990	52	15	37	9	32	11
1991	32	10	22	7	13	12
1992	67	14	53	21	34	12
1993	40	13	27	16	22	2
1994	43	11	32	19	21	3
1995	44	11	33	15	26	3
1996	45	10	35	14	26	5
1997	49	15	34	9	35	5
1998	55	9	46	25	19	11
1999	86	12	74	16	49	21
2000	55	9	46	14	30	11
2001	43	4	39	11	19	13
2002	48	2	46	7	28	13
2003	21	3	18	1	15	5
2004	16	0	16	5	9	2
2005	22	3	19	11	7	4
2006	10	0	10	3	5	2
2007	9	1	9	5	3	1

Variazioni % su Anno Precedente

1991	-38,46%	-33,33%	-40,54%	-22,22%	-59,38%	9,09%
1992	109,38%	40,00%	140,91%	200,00%	161,54%	0,00%
1993	-40,30%	-7,14%	-49,06%	-23,81%	-35,29%	-83,33%
1994	7,50%	-15,38%	18,52%	18,75%	-4,55%	50,00%
1995	2,33%	0,00%	3,13%	-21,05%	23,81%	0,00%
1996	2,27%	-9,09%	6,06%	-6,67%	0,00%	66,67%
1997	8,89%	50,00%	-2,86%	-35,71%	34,62%	0,00%
1998	12,24%	-40,00%	35,29%	177,78%	-45,71%	120,00%
1999	56,36%	33,33%	60,87%	-36,00%	157,89%	90,91%
2000	-36,05%	-25,00%	-37,84%	-12,50%	-38,78%	-47,62%
2001	-21,82%	-55,56%	-15,22%	-21,43%	-36,67%	18,18%
2002	11,63%	-50,00%	17,95%	-36,36%	47,37%	0,00%
2003	-56,25%	50,00%	-60,87%	-85,71%	-46,43%	-61,54%
2004	-23,81%	-100,00%	-11,11%	400,00%	-40,00%	-60,00%
2005	37,50%	-	18,75%	120,00%	-22,22%	100,00%
2006	-54,55%	-	-47,37%	-72,73%	-28,57%	-50,00%
2007	-10,00%	-	-10,00%	66,67%	-40,00%	-50,00%

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

Gli extracomunitari e l'impresa a Viterbo

di Francesco Monzillo*

E' sempre molto d'attualità il dibattito che si sviluppa attorno la presenza degli extracomunitari in Italia anche se è molto forte l'attenzione anche sul fenomeno dei neocomunitari.

I flussi di immigrati, sempre piuttosto cospicui generano, ovviamente, molteplici effetti trasversali all'intera vita sociale ed economica del Paese, con conseguenze importanti e non sempre correttamente valutate dalle Istituzioni. Appare quindi fondamentale inquadrare il fenomeno degli imprenditori extracomunitari, in un contesto più ampio relativo alla presenza regolare di stranieri¹ nel territorio italiano, con la possibilità di apprezzare meglio tutti gli effetti e le conseguenze che ne derivano.

L'Italia sta vivendo negli ultimi anni un trend esponenziale di crescita di stranieri regolari attenuata solo dall'allargamento dei Paesi membri dell'Unione Europea che ha fatto sì che molti immigrati non venissero più conteggiati tra gli extracomunitari², in questo senso l'effetto più rilevante è relativo all'anno 2007 con l'ingresso della Bulgaria e soprattutto della Romania che tradizionalmente rappresenta una delle principali Aree di emigrazione verso l'Italia. Alla fine del 2007 su una popolazione totale di 59.619.290 (Statistiche demografiche – ISTAT) la quota percentuale di extracomunitari

sul totale è pari al 4,2%, in pieno trend di crescita. Uno dei motivi che inducono più frequentemente un extracomunitario a richiedere il permesso di soggiorno è, oltre a quello familiare, quello lavorativo, sia esso subordinato o autonomo. Questa seconda fattispecie, seppur molto meno rilevante della prima in termini quantitativi, appare fondamentale per quel che attiene l'aspetto sociologico ed economico, e sarà proprio questa che verrà analizzata in seguito.

Allo scopo di andare a rilevare questa particolare presenza sono stati considerati i dati rilevati dai Registri delle Imprese delle Camere di commercio italiane, in particolare della Camera di Commercio di Viterbo, che consentono di studiare le cariche d'impresa possedute da persone aventi una nazionalità di Paesi Extracomunitari³. A tale proposito si precisa che per comprendere il fenomeno nella sua globalità, sono stati analizzati, non solo i "Titolari" d'impresa individuali, ma anche diverse figure, tra le quali, gli "Amministratori" di società, i "Soci" e le "Altre cariche" (composte per lo più da Sindaci, Revisori e Procuratori).

In Italia gli extracomunitari che si occupano di imprenditoria sono oltre 400mila, come rilevano i dati dei Registri delle Imprese italiane al 30 settembre 2008 e questo è un dato

tendenzialmente in aumento rispetto agli anni passati. C'è da sottolineare che l'incremento esponenziale evidenziato fino alla fine del 2006 è stato sicuramente mitigato dall'allargamento dell'Unione Europea ed in particolare dal passaggio della Romania nel computo dei comunitari, che, come detto rappresenta una realtà importante, con oltre 40.000 imprenditori che hanno questa nazionalità.

La situazione della provincia di Viterbo presenta qualche differenza rispetto al dato nazionale, infatti proprio a causa della fuoriuscita dal computo degli extracomunitari della popolazione rumena, dalla fine del 2006 si è assistito ad un decremento delle cariche imprenditoriali extracomunitarie. Questo dato non rappresenta assolutamente un'inversione del trend ascendente, infatti se alle 1201 cariche di fine 2007 si aggiungono quelle relative alle due nuove entrate nella Comunità Europea, Bulgaria e Romania, si arriverebbe a 1624 totali, con un incremento rispetto al 2006 del 10%. A conferma di questa valutazione già nel primo semestre del 2008 il numero delle cariche extracomunitarie, come si vedrà poi nel dettaglio, ha ripreso a salire.

Questa diversità nella base di calcolo ha fatto registrare, dalla fine del 2005 al termine dell'anno 2007, un

* **Francesco Monzillo** è Vice Segretario della Camera di Commercio di Viterbo.

¹ Nel seguito di questo articolo con "straniero" si intenderà solo quello di nazionalità extra Unione Europea, anche in virtù di quanto previsto dalla normativa nazionale in materia di immigrazione.

² Dal 1° maggio 2004 sono entrati a far parte dell'Unione Europea la Polonia, l'Ungheria, la Repubblica Ceca, la Slovacchia, la Slovenia, la Lituania, la Lettonia, l'Estonia, Cipro e Malta. Dal 1° Gennaio 2007 l'allargamento ha riguardato Bulgaria e Romania.

³ Il termine "nazionalità" straniera è in realtà utilizzato impropriamente, in quanto la banca dati che consente di estrarre le cariche imprenditoriali relative ai vari soggetti fornisce il dato in base alla località di nascita e non rispetto alla cittadinanza. Per questo alcuni dati, in particolare quelli di ex colonie (vd. Libia) o Paesi di tradizione migratoria per gli italiani (vd. Argentina) possono essere sovrastimati. Fortunatamente per quanto riguarda la provincia di Viterbo queste presenze non modificano sostanzialmente il senso e la portata del fenomeno oggetto di studio.

decremento delle cariche ricoperte dai cittadini extracomunitari, per una variazione totale, nel periodo considerato, pari al -7,7%. La variazione negativa ha interessato, in realtà, solo i titolari di imprese individuali (-10,7%) che ovviamente sono la tipologia di impresa, dal punto di vista della natura giuridica, più semplice da porre in essere e per le

figure dei soci (Società di capitali e di persone), -10,9%. Viceversa, nonostante la diversità nel computo degli extracomunitari, la figura di Amministratore di società, evidenzia, nelle sue componenti di amministratore unico, Presidente del C.d.A., Consigliere, ecc..., un progresso, anche se non paragonabile a quello degli scorsi anni, pari al

4,6%, con un volume che è passato dalle 238 unità di fine 2005 alle 249 del 2007. L'altra variazione positiva riguarda l'esercizio di "Altre cariche" (composte per lo più da Sindaci, Revisori e Procuratori), che ha segnato un lieve incremento, pari al 4,8%, comunque non molto significativo.

Tab. 1 - Presenza di extracomunitari nelle imprese viterbesi per tipo di carica ricoperta e settore di attività (2005-2007)

Classe di cariche	Altre cariche			Amministratore			Socio			Titolare			Totale	
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006
Settore ATECO														
Agricoltura, caccia e silvicoltura	0	0	0	5	6	9	6	10	9	72	78	64	83	82
Estrazione di minerali	0	0	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	2	1
Attività manifatturiere	3	3	2	23	27	29	8	8	13	48	53	44	82	88
Prod. e distr. Energia, acqua, gas	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Costruzioni	0	2	2	23	36	25	8	9	6	193	262	128	224	309
Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	0	1	1	37	41	40	21	24	19	514	528	503	572	563
Alberghi e ristoranti	1	2	1	22	29	25	20	19	16	18	19	15	61	57
Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	0	0	0	9	10	12	0	0	0	26	31	21	35	41
Intermediaz.monetaria e finanziaria	0	0	0	3	4	2	2	2	2	4	6	6	9	12
Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	1	1	1	23	26	24	17	21	15	22	26	20	63	60
Istruzione	0	0	0	1	2	1	0	0	0	1	1	2	2	3
Sanità e altri servizi sociali	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	3
Altri servizi pubblici,sociali e personali	0	0	0	10	12	11	5	7	6	15	14	11	30	28
Imprese non classificate	15	16	14	79	91	69	40	44	27	1	0	1	135	151
TOTALE	21	26	22	238	287	249	128	145	114	914	1.019	816	1.301	1.477

fonte: Ns. elaborazioni su dati Infocamere - Camera di Commercio di Viterbo

Tab. 2 - Variazione % di extracomunitari nelle imprese viterbesi per tipo di carica ricoperta e settore di attività (2005-2007)

Classe di cariche	Altre cariche		Amministratore		Socio		Titolare		Totale	
	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007	Incr. % 2005-2007
Settore ATECO										
Agricoltura, caccia e silvicoltura	-	80,00%	-	50,00%	-	-11,11%	-	-1,20%	-	-1,20%
Estrazione di minerali	-	-50,00%	-	-	-	-	-	-50,00%	-	-50,00%
Attività manifatturiere	-33,33%	26,09%	-	62,50%	-	-8,33%	-	7,32%	-	7,32%
Prod. e distr. Energia, acqua, gas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costruzioni	-	8,70%	-	-25,00%	-	-33,68%	-	-28,13%	-	-28,13%
Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	-	8,11%	-	-9,52%	-	-2,14%	-	-1,57%	-	-1,57%
Alberghi e ristoranti	-	13,64%	-	-20,00%	-	-16,67%	-	-6,56%	-	-6,56%
Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	-	33,33%	-	-	-	-19,23%	-	-5,71%	-	-5,71%
Intermediaz.monetaria e finanziaria	-	-33,33%	-	0,00%	-	50,00%	-	11,11%	-	11,11%
Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	0,00%	4,35%	-	-11,76%	-	-9,09%	-	-4,76%	-	-4,76%
Istruzione	-	0,00%	-	-	-	100,00%	-	50,00%	-	50,00%
Sanità e altri servizi sociali	0,00%	-	-	-	-	-	-	100,00%	-	100,00%
Altri servizi pubblici,sociali e personali	-	10,00%	-	20,00%	-	-26,67%	-	-6,67%	-	-6,67%
Imprese non classificate	-6,67%	-12,66%	-	-32,50%	-	-17,78%	-	-17,78%	-	-17,78%
TOTALE	4,76%	4,62%	-	-10,94%	-	-10,72%	-	-7,69%	-	-7,69%

fonte: Ns. elaborazioni su dati Infocamere - Camera di Commercio di Viterbo

Per quanto riguarda la quota percentuale di cariche in imprese viterbesi possedute da cittadini provenienti da Paesi extracomunitari l'analisi della tabella 3 ci evidenzia un andamento crescente dal 2005 al 2006 e decrescente nell'anno successivo. Anche in questo caso è del tutto evidente che l'ingresso della Bulgaria e della Romania nel computo dei comunitari è stata l'unica causa di flessione della quota di extracomunitari. Questa argomentazione è resa ancora più evidente dal fatto che la stessa percentuale, comprensiva dei paesi neocomunitari, sarebbe salita al 2,9% rispetto al 2,6% di fine 2006. Da questi dati è comunque evidente che il trend della quota di extracomunitari impegnati a vario titolo nella gestione di imprese, è crescente. Particolarmente significativa, la quota degli Amministratori extracomunitari che, nel periodo considerato, nonostante quanto già esposto, ha fatto registrare un andamento positivo, con un valore che a dicembre 2007 è giunto all'1,46% rispetto all'1,43% di fine 2005.

Analizzando la situazione degli imprenditori extracomunitari per settore di attività spicca il settore del Commercio all'ingrosso e al dettaglio che continua ad essere, complice anche l'attività del commercio ambulante, la principale attività svolta dall'imprenditoria extracomunitaria, che rappresenta con 563 cariche ben il 46,8% del totale dei manager stranieri. Anche il calo nel biennio è piuttosto contenuto (-1,57%) anche in virtù del fatto che su questo settore incide meno la quota relativa agli imprenditori neocomunitari. Viceversa il settore delle costruzioni, secondo per importanza con 161 cariche, ha risentito molto dello scorporo dei Bulgari e soprattutto dei Romeni, facendo evidenziare un calo superiore al 28% nel biennio. A fine dicembre, infatti, le cariche imprenditoriali attive in questo settore e riferite a queste due nazionalità erano pari a 257 unità, con un incremento del 56% rispetto a fine 2006.

Piuttosto importante il settore definito dei "servizi alle imprese", com-

posto da *Attività immobiliari, noleggio, informatica e ricerca e sviluppo*, che seppur meno significativo in valore assoluto assume una discreta importanza considerando che si tratta di un'attività poco tradizionale e che necessita di alta specializzazione. Questo settore ha evidenziato un lieve calo nel biennio e conta un rilevante stock di cariche ricoperte, per la maggior parte suddivisa tra titolari di imprese individuali ed amministratori di società.

Rimane abbastanza sostenuta anche la partecipazione dell'imprenditoria extracomunitaria nell'*agricoltura*, con 82 cariche ed una sostanziale stabilità rispetto al 2005.

La presenza dell'imprenditoria extracomunitaria, oltre ad essere, come abbiamo visto, un fenomeno caratterizzato da un trend crescente (se analizzato al netto delle componenti neocomunitarie), appare piuttosto diffuso e distribuito in tutto il territorio viterbese, anche se con ampie differenziazioni.

Tab. 3 - Percentuale di cariche occupate da extracomunitari in imprese viterbesi (2005-2007)

Classe di cariche	Altre cariche			Amministratore			Socio			Titolare			Totale		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Settore ATECO															
Agricoltura, caccia e silvicoltura	0,00%	0,00%	0,00%	0,35%	0,41%	0,61%	0,59%	0,97%	0,88%	0,52%	0,58%	0,51%	0,50%	0,58%	0,53%
Estrazione di minerali	0,00%	0,00%	0,00%	2,74%	2,53%	1,35%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,59%	1,45%	0,75%
Attività manifatturiere	0,78%	0,76%	0,51%	1,23%	1,42%	1,54%	1,01%	1,03%	1,70%	3,08%	3,46%	2,88%	1,78%	1,98%	1,93%
Prod. e distr. Energia, acqua, gas	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%	2,33%	0,00%	-	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,96%	1,41%	0,00%
Costruzioni	0,00%	0,48%	0,48%	1,20%	1,77%	1,21%	1,16%	1,26%	0,85%	5,82%	7,59%	3,59%	3,51%	4,67%	2,38%
Comm. ingr. e dett.-rip. beni pers. e per la casa	0,00%	0,22%	0,21%	1,07%	1,16%	1,14%	1,09%	1,23%	1,02%	8,60%	8,73%	8,73%	4,84%	4,95%	4,86%
Alberghi e ristoranti	0,48%	0,82%	0,37%	1,88%	2,31%	1,98%	2,53%	2,27%	2,04%	2,82%	3,01%	2,50%	2,17%	2,32%	1,96%
Trasporti, magazzino e comunicaz.	0,00%	0,00%	0,00%	1,79%	2,03%	2,54%	0,00%	0,00%	0,00%	5,24%	6,29%	4,50%	2,80%	3,29%	2,76%
Intermediaz. monetaria e finanziaria	0,00%	0,00%	0,00%	1,08%	1,54%	0,75%	2,67%	2,70%	3,03%	0,93%	1,37%	1,37%	1,04%	1,42%	1,17%
Attiv. immob., noleggio, informat., ricerca	0,35%	0,33%	0,33%	1,39%	1,42%	1,25%	2,90%	3,41%	2,45%	3,25%	3,70%	2,92%	1,97%	2,15%	1,70%
Istruzione	0,00%	0,00%	0,00%	1,35%	2,33%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	3,45%	3,45%	6,67%	1,27%	1,83%	1,97%
Sanità e altri servizi sociali	1,72%	1,85%	2,33%	0,00%	0,00%	0,47%	2,78%	2,78%	2,63%	0,00%	12,50%	14,29%	0,67%	0,96%	1,32%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	0,00%	0,00%	0,00%	1,65%	1,94%	1,79%	2,63%	3,50%	3,23%	1,83%	1,70%	1,34%	1,73%	1,86%	1,59%
Imprese non classificate	0,59%	0,64%	0,57%	2,38%	2,70%	2,21%	2,91%	3,35%	2,57%	6,67%	0,00%	2,70%	1,86%	2,10%	1,67%
TOTALE	0,41%	0,51%	0,43%	1,43%	1,67%	1,46%	1,67%	1,87%	1,57%	3,28%	3,68%	3,07%	2,27%	2,56%	2,15%

fonte: Ns. elaborazioni su dati Infocamere - Camera di Commercio di Viterbo

Tab. 4 - Presenza di extracomunitari nelle imprese viterbesi per Comune (giu. 2008)

Classe di cariche	Altre cariche	Amministratore	Socio	Titolare	TOTALE
Settore ATECO	Registrate	Registrate	Registrate	Registrate	Registrate
ACQUAPENDENTE	1	4	4	10	19
ARLENA DI CASTRO	0	1	1	7	9
BAGNOREGIO	0	3	1	2	6
BARBARANO ROMANO	0	1	0	1	2
BASSANO ROMANO	0	2	0	13	15
BASSANO IN TEVERINA	0	1	0	17	18
BLERA	0	1	0	15	16
BOLSENA	0	3	0	3	6
BOMARZO	0	2	0	15	17
CALCATA	0	0	1	3	4
CANEPINA	0	3	3	8	14
CANINO	0	1	0	33	34
CAPODIMONTE	0	0	0	3	3
CAPRANICA	0	4	2	11	17
CAPRAROLA	0	1	0	28	29
CARBOGNANO	0	0	0	4	4
CASTEL SANT'ELIA	0	3	2	6	11
CASTIGLIONE IN TEVERINA	0	0	0	2	2
CELLENO	0	0	0	2	2
CELLERE	0	0	0	7	7
CIVITA CASTELLANA	3	23	13	62	101
CIVITELLA D'AGLIANO	0	0	0	4	4
CORCHIANO	0	1	3	16	20
FABRICA DI ROMA	0	4	3	35	42
FALERIA	0	0	2	3	5
FARNESE	0	3	1	3	7
GALLESE	0	4	0	20	24
GRADOLI	0	1	1	0	2
GRAFFIGNANO	0	1	0	1	2
GROTTE DI CASTRO	0	9	2	0	11
ISCHIA DI CASTRO	0	1	0	3	4
LATERA	0	1	2	0	3
LUBRIANO	1	0	0	0	1
MARTA	0	0	0	7	7
MONTALTO DI CASTRO	0	6	4	39	49
MONTEFIASCONE	0	4	5	12	21
MONTE ROMANO	0	0	0	3	3
MONTEROSI	0	2	0	5	7
NEPI	2	4	1	18	25
ONANO	0	0	0	1	1
ORIOLO ROMANO	0	3	1	9	13
ORTE	0	4	1	21	26
PIANSANO	0	1	0	2	3
PROCENO	0	1	0	0	1
RONCIGLIONE	1	6	0	14	21
VILLA SAN GIOVANNI IN TUSCIA	0	0	0	10	10
SAN LORENZO NUOVO	0	5	2	4	11
SORIANO NEL CIMINO	2	5	3	9	19
SUTRI	1	1	2	18	22
TARQUINIA	2	10	9	16	37
TESSENNANO	0	0	0	2	2
TUSCANIA	0	8	3	13	24
VALENTANO	0	5	4	4	13
VALLERANO	0	0	0	4	4
VASANELLO	0	2	3	47	52
VEJANO	0	1	0	6	7
VETRALLA	0	6	1	31	38
VIGNANELLO	0	1	1	9	11
VITERBO	5	91	33	183	312
VITORCHIANO	0	6	0	5	11
TOTALE	18	250	114	829	1.211

fonte: Ns. elaborazioni su dati Infocamere - Camera di Commercio di Viterbo

Tab. 5 - Quota di extracomunitari nelle imprese viterbesi per Comune (giu. 2008)

Classe di cariche	Altre cariche	Amministratore	Socio	Titolare	TOTALE
ACQUAPENDENTE	1.96%	0.90%	2.11%	2.31%	1.70%
ARLENA DI CASTRO	0.00%	5.56%	20.00%	5.22%	5.63%
BAGNOREGIO	0.00%	1.88%	1.67%	0.57%	1.02%
BARBARANO ROMANO	0.00%	2.17%	0.00%	1.30%	1.23%
BASSANO ROMANO	0.00%	1.94%	0.00%	5.70%	3.85%
BASSANO IN TEVERINA	0.00%	3.03%	0.00%	18.28%	12.50%
BLERA	0.00%	0.94%	0.00%	5.42%	3.51%
BOLSENA	0.00%	1.49%	0.00%	0.71%	0.78%
BOMARZO	0.00%	2.63%	0.00%	12.10%	7.00%
CALCATA	0.00%	0.00%	6.67%	4.05%	3.51%
CANEPINA	0.00%	2.42%	4.76%	2.05%	2.40%
CANINO	0.00%	0.34%	0.00%	3.46%	2.36%
CAPODIMONTE	0.00%	0.00%	0.00%	1.74%	1.07%
CAPRANICA	0.00%	1.23%	0.92%	2.05%	1.51%
CAPRAROLA	0.00%	0.51%	0.00%	3.61%	2.51%
CARBOGNANO	0.00%	0.00%	0.00%	1.12%	0.86%
CASTEL SANT'ELIA	0.00%	2.70%	4.65%	3.75%	3.23%
CASTIGLIONE IN TEVERINA	0.00%	0.00%	0.00%	1.21%	0.66%
CELLENO	0.00%	0.00%	0.00%	1.61%	0.97%
CELLERE	-	0.00%	0.00%	2.58%	2.10%
CIVITA CASTELLANA	1.25%	1.86%	2.38%	7.16%	3.49%
CIVITELLA D'AGLIANO	0.00%	0.00%	0.00%	2.86%	1.74%
CORCHIANO	0.00%	0.62%	4.29%	3.29%	2.67%
FABRICA DI ROMA	0.00%	1.16%	1.88%	7.31%	4.03%
FALERIA	0.00%	0.00%	14.29%	1.86%	2.45%
FARNESE	0.00%	5.17%	3.45%	1.53%	2.37%
GALLESE	0.00%	3.36%	0.00%	10.81%	6.33%
GRADOLI	0.00%	1.45%	3.33%	0.00%	0.83%
GRAFFIGNANO	0.00%	1.67%	0.00%	0.71%	0.87%
GROTTE DI CASTRO	0.00%	4.81%	3.70%	0.00%	1.75%
ISCHIA DI CASTRO	0.00%	1.10%	0.00%	0.93%	0.83%
LATERA	0.00%	2.38%	18.18%	0.00%	2.17%
LUBRIANO	4.76%	0.00%	0.00%	0.00%	0.62%
MARTA	0.00%	0.00%	0.00%	2.03%	1.28%
MONTALTO DI CASTRO	0.00%	1.05%	1.55%	3.50%	2.38%
MONTEFIASCONE	0.00%	0.64%	1.56%	0.87%	0.87%
MONTE ROMANO	0.00%	0.00%	0.00%	1.56%	1.26%
MONTEROSI	0.00%	1.32%	0.00%	2.50%	1.56%
NEPI	2.94%	0.98%	0.69%	3.49%	2.20%
ONANO	0.00%	0.00%	0.00%	0.91%	0.65%
ORIOLO ROMANO	0.00%	2.24%	2.27%	5.33%	3.66%
ORTE	0.00%	1.11%	0.84%	5.47%	2.85%
PIANSANO	0.00%	1.22%	0.00%	0.71%	0.70%
PROCENO	0.00%	4.55%	0.00%	0.00%	0.75%
RONCIGLIONE	1.69%	1.14%	0.00%	1.93%	1.32%
VILLA SAN GIOVANNI IN TUSCIA	0.00%	0.00%	0.00%	9.62%	6.13%
SAN LORENZO NUOVO	0.00%	3.42%	5.56%	2.05%	2.78%
SORIANO NEL CIMINO	4.26%	1.36%	1.55%	1.16%	1.37%
SUTRI	3.23%	0.34%	1.35%	4.38%	2.49%
TARQUINIA	0.99%	0.95%	1.78%	0.99%	1.10%
TESSENNANO	-	0.00%	0.00%	2.63%	2.00%
TUSCANIA	0.00%	1.83%	1.45%	1.44%	1.48%
VALENTANO	0.00%	3.21%	5.56%	1.40%	2.50%
VALLERANO	0.00%	0.00%	0.00%	1.06%	0.81%
VASANELLO	0.00%	1.56%	5.17%	10.13%	7.88%
VEJANO	0.00%	2.22%	0.00%	7.06%	4.17%
VETRALLA	0.00%	1.00%	0.42%	3.17%	2.02%
VIGNANELLO	0.00%	0.50%	1.22%	1.34%	1.10%
VITERBO	0.16%	1.64%	1.72%	4.64%	2.15%
VITORCHIANO	0.00%	5.00%	0.00%	2.24%	2.50%
TOTALE	0.36%	1.44%	1.55%	3.15%	2.16%

fonte: Ns. elaborazioni su dati Infocamere - Camera di Commercio di Viterbo

Il Comune che presenta il maggior numero di manager stranieri, com'era lecito attendersi, è Viterbo, con 312 unità, l'87,8% delle quali concentrate nella tipologia di cariche più importanti, gli amministratori di società ed i titolari di imprese individuali. A rafforzare l'importanza di questo dato, basti pensare che in questo Comune sono presenti oltre il 25% del totale delle cariche imprenditoriali extracomunitarie di tutta la provincia di Viterbo. In quest'ipotetica graduatoria segue a notevole distanza, con meno della metà della numerosità riscontrata per il Comune di Viterbo, Civita Castellana, con 101 cariche esercitate da cittadini extracomunitari. Con un ammontare di gran lunga inferiore, vengono appresso, Vasanello, 52, Montalto di Castro, 49, Fabrica di Roma, 42 unità, Vetralla 38, Tarquinia, 37 e Canino 34.

Se invece di considerare i valori assoluti si tiene conto della quota percentuale degli imprenditori stranieri sul totale operante nei vari Comuni, il quadro che si profila presenta delle differenziazioni di rilievo. Il primo Comune, secondo questo particolare indicatore, anche se con valori assoluti non elevati, è Bassano in Teverina, con un'importante quota percentuale, pari al 12,5%, seguito da Vasanello (7,88%), Bomarzo (7%), Gallese (6,33%), e Villa San Giovanni in Tuscia (6,13%). Questa concentrazione di titolari di imprese individuali stranieri fa prefigurare una maggiore e migliore integrazione della componente demografica extraco-

munitaria.

E' possibile ora esaminare nel dettaglio quali sono gli Stati che contribuiscono alla crescita di questo fenomeno. Appare doveroso precisare che in questo ambito assume particolare rilevanza l'analisi della presenza dell'imprenditoria proveniente dai Paesi a *Basso e Medio-Basso Reddito*⁴, i quali, oltre a rappresentare la quota di gran lunga maggioritaria, rappresentano l'aspetto che culturalmente, socialmente, ed in parte economicamente, appare il più interessante. Nel prosieguo della trattazione verranno, quindi, trascurati alcuni dati, pur presenti in tabella, relativi alla presenza di imprenditoria proveniente dai Paesi ad *Alto Reddito*, come Svizzera e Stati Uniti.

Il Paese extracomunitario che più di ogni altro contribuisce alla componente imprenditoriale della Tuscia Viterbese è il Marocco, seguito a notevole distanza dall'Albania. Eccetto questi due Stati, che insieme formano una quota superiore al 28% del totale dell'imprenditoria extracomunitaria, la distribuzione si presenta molto più frammentata e diversificata, anche se con alcuni valori piuttosto cospicui. Oltre i singoli Stati può essere interessante analizzare la presenza dei Continenti.

Dopo l'ingresso della Romania e della Bulgaria nella Comunità Europea, il primo continente per numero di imprenditori extracomunitari è diventata l'Africa, con il 40,5% di cariche sul totale degli stranieri, con il contributo determinante di Marocco e Senegal. Questo dato riveste note-

vole importanza non solo dal punto di vista quantitativo, ma anche da quello qualitativo, in quanto il *Continente Nero* è formato esclusivamente da Stati a *Basso e Medio-Basso Reddito*.

Rimasta importante la quota afferente i Paesi europei extra UE, con il 25,8%, relativa principalmente ai Paesi dei Balcani, anche se è opportuno sottolineare due aspetti: il primo attiene la presenza importante di Paesi ad Alto Reddito (vd. Svizzera) ed il secondo è relativo al fatto che questo ammontare è diminuito notevolmente con la prima fase e soprattutto con la seconda fase dell'allargamento dell'Unione Europea.

Anche nell'importante componente americana, 16,6%, si evidenzia, anche se scarsa, la presenza di Paesi ad *Alto Reddito*, come Stati Uniti e Canada, che insieme pesano per circa il 2%, mentre è l'America latina la più rappresentata, con in testa Brasile e Argentina.

Con dei valori simili a quelli del continente americano, ed in crescita rispetto agli ultimi anni, si trova l'Asia con una quota dell'15,8%. Di questa presenza va sottolineato un aumento importante dell'imprenditoria cinese, che nell'ultimo biennio ha registrato un + 42,8%; per il resto il continente asiatico conta una presenza piuttosto dispersa e per lo più formata da Paesi a Medio-Basso Reddito.

Infine, con una percentuale residuale, 1,4%, si trova l'Australia, unica presenza del continente Oceanico.

⁴ World Bank Analytical Classification.

Tab. 6 - Presenza di extracomunitari nelle imprese viterbesi per nazionalità di provenienza e settore di attività (giu. 2008)

Settore ATECO	Agricoltura e pesca	Estrazione di minerali	Attività manifatt.	Costruzione	Commercio ingrosso e dettaglio	Alberghi e ristoranti	Trasporti, magazzini e comunicazioni	Intermediazione monetaria e finanziaria	Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca	Istruzione	Sanità e altri servizi sociali	Altri servizi pubblici, sociali e personali	Imprese non classificate	Totale	Comp. %
MAROCCO	1	0	4	8	217	1	5	0	0	0	0	1	4	241	19,9%
ALBANIA	7	0	8	70	4	0	3	0	4	0	0	0	4	100	8,3%
SVIZZERA	3	0	12	9	26	4	4	1	6	1	2	2	7	77	6,4%
SENEGAL	0	0	0	0	72	0	0	0	0	0	0	0	1	73	6,0%
CINA	1	0	7	0	43	5	0	0	0	0	0	0	4	60	5,0%
BANGLADESH	0	0	0	0	39	0	3	0	1	0	0	0	1	44	3,6%
BRASILE	4	0	1	2	7	5	1	0	3	0	0	8	9	40	3,3%
LIBIA	10	0	5	2	8	2	0	0	6	0	0	2	3	38	3,1%
ARGENTINA	3	1	4	4	9	2	1	0	2	0	0	2	7	35	2,9%
VENEZUELA	7	0	5	1	5	1	0	2	5	0	0	0	3	29	2,4%
TUNISIA	0	0	4	6	14	1	1	0	0	0	0	0	2	28	2,3%
NIGERIA	0	0	2	0	17	0	2	0	3	1	0	0	2	27	2,2%
RUSSIA	0	0	2	5	6	2	1	0	1	0	0	1	7	25	2,1%
UCRAINA	1	0	1	7	8	2	0	0	2	0	0	2	2	25	2,1%
MACEDONIA	5	0	1	17	1	0	0	0	0	0	0	0	0	24	2,0%
EGITTO	0	0	1	2	9	4	0	0	2	0	0	0	4	22	1,8%
ETIOPIA	6	0	0	2	5	2	0	0	3	0	0	2	1	21	1,7%
STATI UNITI	5	0	2	1	1	6	1	0	1	0	1	0	3	21	1,7%
SERBIA E	6	0	3	4	2	1	1	1	0	0	0	1	1	20	1,7%
IRAN	0	0	3	0	8	0	1	1	3	0	0	0	2	18	1,5%
Altre America	5	0	6	10	19	6	1	3	9	1	1	2	13	76	6,3%
Altre Asia	10	0	6	3	27	7	0	1	2	1	1	2	9	69	5,7%
Altre Europa	3	0	3	13	4	3	2	0	3	0	0	0	10	41	3,4%
Altre Africa	2	0	6	4	12	0	3	1	4	0	0	3	5	40	3,3%
Altre	4	0	0	1	8	0	0	0	2	0	0	0	2	17	1,4%
TOTALE	83	1	86	171	571	54	30	10	62	4	5	28	106	1.211	100,0%

fonte: Ns. elaborazioni su dati Infocamere - Camera di Commercio di Viterbo

Interessante anche l'analisi delle specializzazioni delle componenti imprenditoriali straniere. Tra le varie Comunità, infatti, tendono a prevalere delle specializzazioni economiche, dettate non solo dall'indole propria di un'etnia, ma anche dalla possibilità di avere una serie di informazioni, capacità e supporti fondamentali per determinate attività, che sono spesso rivolte, almeno in parte, alle stesse comunità straniere residenti in Italia. A testimonianza di questo fenomeno, basta vedere la concentrazione di cariche dei Marocchini e dei Senegalesi nel commercio (rispettivamente il 90% ed il 98,6% delle cariche imprenditoriali di questi Stati si concentrano in questo settore), o degli Albanesi e

dei Macedoni nel settore delle costruzioni (con una quota di circa il 70% per entrambe le nazionalità), specializzazione comune a quasi tutti i Paesi Slavi. O ancora, il commercio per gli Stati asiatici, in particolare Bangladesh e Cina; per quest'ultima provenienza, la forte crescita soprattutto nel commercio si evidenzia anche dal cambiamento del panorama urbano dei Comuni più importanti della provincia.

Come risulta evidente dalla tabella 7, il fenomeno dell'imprenditoria extracomunitaria è tutt'altro che giunto a maturazione. Infatti, dopo il calo registrato nel 2007, che come detto è esclusivamente addebitabile al diverso computo degli stati extracomunitari, in un semestre il totale

delle cariche d'impresa detenute dagli stranieri è aumentato dello 0,9%, variazione superiore allo stesso valore riferito ai comunitari; con una quota dei manager stranieri arrivata al 2,16%. L'incremento esposto assume comunque una rilevanza minore rispetto agli anni scorsi quando erano proprio gli stati neocomunitari che segnavano, e continuano a generare, i tassi di crescita maggiori.

C'è da notare che l'incremento più consistente si è verificato tra i titolari di impresa individuale (1,5%), a conferma che soprattutto per i Paesi a *Basso* e *Medio-Basso Reddito*, prevalgono le imprese individuali, che per loro natura sono le meno strutturate e le meno complesse da porre in essere.

Tab. 7 - Cariche occupate da extracomunitari a fine Giugno 2008 (in valore assoluto, variazione % da inizio anno e quota %sul totale)

Classe di cariche	Altre cariche			Amministratore			Socio			Titolare			Totale		
	V. ass.	Var. %	%su tot.	V. ass.	Var. %	%su tot.	V. ass.	Var. %	%su tot.	V. ass.	Var. %	%su tot.	V. ass.	Var. %	%su tot.
Settore ATECO															
Agricoltura, caccia e silvicoltura	0	-	0,00%	8	11,11%	0,53%	8	11,11%	0,77%	67	4,69%	0,54%	83	1,22%	0,55%
Estrazione di minerali	0	-	0,00%	1	0,00%	1,45%	0	-	0,00%	0	-	0,00%	1	0,00%	0,85%
Attività manifatturiere	2	0,00%	0,52%	30	3,45%	1,57%	13	0,00%	1,73%	41	-6,82%	2,77%	86	-2,27%	1,90%
Costruzioni	2	-	0,47%	29	16,00%	1,37%	6	0,00%	0,86%	134	4,69%	3,75%	171	6,21%	2,51%
Comm.ingr.e dett.-rip.beni pers.e per la casa	1	-	0,21%	41	2,50%	1,15%	18	-5,26%	0,99%	511	1,59%	8,89%	571	1,42%	4,92%
Alberghi e ristoranti	2	100,00%	0,69%	22	12,00%	1,67%	16	0,00%	1,95%	14	-6,67%	2,36%	54	-5,26%	1,79%
Trasporti,magazzinaggio e comunicaz.	0	-	0,00%	10	16,67%	2,11%	0	-	0,00%	20	-4,76%	4,48%	30	-9,09%	2,54%
Intermediaz.monetaria e finanziaria	0	-	0,00%	2	0,00%	0,73%	2	0,00%	2,70%	6	0,00%	1,39%	10	0,00%	1,15%
Attiv.immob.,noleggio,informat.,ricerca	1	0,00%	0,33%	28	16,67%	1,40%	14	-6,67%	2,29%	19	-5,00%	2,72%	62	3,33%	1,72%
Istruzione	0	-	0,00%	1	0,00%	1,20%	1	-	4,00%	2	0,00%	6,45%	4	33,33%	2,53%
Sanità e altri servizi sociali	1	0,00%	2,33%	2	-	0,94%	1	0,00%	2,63%	1	-	12,50%	5	25,00%	1,66%
Altri servizi pubblici,sociali e personali	0	-	0,00%	9	18,18%	1,49%	6	0,00%	3,26%	13	18,18%	1,57%	28	0,00%	1,59%
Imprese non classificate	9	-35,71%	0,37%	67	-2,90%	2,09%	29	7,41%	2,64%	1	0,00%	1,92%	106	-4,50%	1,57%
TOTALE	18	-2,03%	0,36%	250	0,40%	1,44%	114	0,00%	1,55%	829	1,59%	3,15%	1.211	0,83%	2,16%

fonte: Ns. elaborazioni su dati Infocamere - Camera di Commercio di Viterbo

Da quanto detto, risulta più che evidente l'impatto che l'imprenditoria extracomunitaria sta avendo sul tessuto produttivo e sociale della provincia. L'influenza di questo fenomeno sulla vita sociale ed economica della Tuscia Viterbese può essere senz'altro definita positiva, per diverse ragioni. Lo sviluppo dell'impresa da parte della comunità degli immigrati rappresenta un'importante risorsa per gli stessi cittadini stranieri, e ciò contribuisce ad eliminare o perlomeno attenuare una serie di problematiche connesse alla presenza degli extracomunitari sul territorio italiano. Qualsiasi fonte di reddito, infatti, agisce positivamente nel ridurre i fenomeni di emarginazione sociale e le conseguenti devianze di natura criminale. Oltretutto, da questo punto di vista, è importante sottolineare che il radicarsi di una sana cultura imprenditoriale tra gli extracomunitari, da un lato favorisce la regolarizzazione delle iniziative e dall'altra disincentiva il fenomeno del lavoro sommerso e delle attività abusive, ancora molto presenti soprattutto nei settori tradizionali del commercio, delle costruzioni e di alcuni tipi di servizi. Se questi sono i maggiori risvolti dal punto di vista sociale, non vanno trascurati alcuni effetti di natura più che altro economica. Si è infatti rilevata una importante funzione di collegamento dell'imprenditoria extracomunitaria con i Paesi di origine, collegamenti che generano interessanti funzioni di interscambio, anche in considerazione delle attività che più si prestano a

queste interconnessioni e che spesso sono quelle più praticate dagli extracomunitari, come il commercio, in tutte le sue derivazioni di dettaglio, ingrosso ed import-export, o altre attività che seppur non presenti tra le attività principali gestite dagli stranieri, generano elevati livelli di interscambio, come il turismo o l'intermediazione monetaria e finanziaria. Questi legami e connessioni con i diversi Stati contribuiscono ad aumentare l'apertura della provincia verso l'estero, che se da un lato può aumentare la concorrenza internazionale dei prodotti locali, fenomeno comunque inevitabile nell'era della globalizzazione, dall'altro genera benefici economici e gestionali basati sull'introduzione di prodotti viterbesi all'estero e su metodi di approvvigionamento migliori per prezzo e qualità. C'è comunque da considerare, come già accennato, che per l'esercizio delle attività imprenditoriali – perlomeno nella fase di primo ingresso – l'extracomunitario deve fornire adeguate garanzie circa le risorse personali, e la propria capacità imprenditoriale. Oltre a ciò va tenuto anche conto che per la normalità dei casi l'impresa extracomunitaria sconta altri tipi di difficoltà che vanno dalla carenza di mezzi economici e finanziari, e la relativa difficoltà di ottenimento, ad una generale scarsa integrazione nel tessuto imprenditoriale locale. In conclusione è anche il caso di analizzare l'impatto dell'imprenditoria neocomunitaria, che, in particolare con l'ingresso della Romania

ha generato un impatto tutt'altro che trascurabile. Infatti come già evidenziato con i dati degli anni scorsi questa nazionalità genera un importante numero di imprenditori ed un trend in forte crescita. L'importanza della componente imprenditoriale rumena ha ovviamente assunto una maggiore importanza con la relativa liberalizzazione conseguente all'ingresso nell'Unione Europea. Ciò ha inevitabilmente comportato anche alcune distorsioni del mercato conseguenti alle non sempre applicate e applicabili regole, soprattutto per quanto riguarda il fenomeno del lavoro "dipendente mascherato", con conseguenze importanti sia sul lato della sicurezza del lavoro, sia dal punto di vista della correttezza delle regole del mercato e della concorrenza.

Sarebbe quindi auspicabile una maggiore attenzione all'imprenditoria straniera in generale ponendo in essere attività finalizzate alla semplificazione ed all'orientamento per la realizzazione di attività imprenditoriali da parte degli immigrati, prendendo come riferimento anche le attività di primo orientamento già sperimentate con successo in altre aree italiane.

Lo sviluppo dell'imprenditoria, o del lavoro autonomo, come già detto, può generare un'importante funzione di integrazione dei cittadini stranieri, fondamentale, anche in considerazione degli apprezzabili e benefici effetti di ricaduta sul territorio, siano essi di natura sociale, culturale od economica.

Rapporto Excelsior 2008: le previsioni occupazionali delle imprese

di Rosa Carozza

Come consuetudine in occasione della presentazione del Rapporto Excelsior verrà fatta un'analisi attraverso i dati provinciali della situazione occupazionale per la Toscana. Ricordiamo che il Rapporto Excelsior è il Sistema informativo realizzato da Unioncamere in collaborazione con il Ministero del Lavoro e con l'Unione Europea che ricostruisce annualmente il quadro previsionale della domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese, fornendo indicazioni di estrema utilità soprattutto per supportare le scelte di programmazione della formazione, dell'orientamento e delle politiche del lavoro.

A livello nazionale il Rapporto evidenzia una crescita occupazionale dell'1%, con un tasso di entrata del 9,5%, inclusi anche i lavoratori stagionali, ed un tasso di uscita dell'8,5%. Le assunzioni maggiori (91,2% della nuova occupazione) si concentrano nelle imprese fino a 50 dipendenti mentre per quanto riguarda i tassi di variazione occupazionale

le più elevate sono per le imprese fino a 9 dipendenti (+2,7%) tasso che per le altre classi dimensionali è molto più modesto. I settori di attività che a livello nazionale presentano i maggiori saldi occupazionali sono le costruzioni con un saldo di 16.130 unità, il Commercio al dettaglio con 15.410 e gli Alberghi e ristoranti con 13.460 nuovi ingressi.

Oltre al trend occupazionale positivo si assiste ad un *upgrading* qualitativo della domanda di lavoro, tendente quindi ad innalzare il profilo del capitale umano attraverso l'assunzione di figure *high skill*, ossia dirigenti, professioni ad elevata specializzazione e tecnici.

Quanto all'analisi occupazionale locale, per la provincia di Viterbo il Rapporto Excelsior presenta una situazione abbastanza stabile, con 2.940 nuovi ingressi e 2.710 uscite dal mercato del lavoro locale che generano un saldo positivo di 230 unità. Occorre considerare che il dato è comprensivo dei contratti a tempo determinato a carattere stagionale al netto dei quali le entrate previste

scendono a 2350 unità.

Il tasso di crescita occupazionale generato, considerando il totale degli ingressi, è dello 0,7% con un tasso di entrata dell'8,7% ed un tasso di uscita dell'8%. L'analisi settoriale dei dati della Toscana indica un saldo negativo per industria e costruzioni nel complesso (-0,9%), e nello specifico -0,7% per l'industria alimentare e bevande, -2,8% per la ceramica mentre per le costruzioni il saldo negativo si ferma a -0,5%, complice l'attuale fase di stagnazione dopo anni di grande crescita non solo occupazionale. In crescita, invece, i posti di lavoro per l'industria meccanica e del legno, che con un +3% si confermano le uniche manifatturiere in grado di creare nuovi posti di lavoro.

Molto dinamico il comparto dei servizi (+1,8%), che genera una crescita occupazionale che si riscontra in particolare negli alberghi e ristoranti (+3,7%) e nel commercio all'ingrosso e al dettaglio (+2,7%) ma con tassi più contenuti anche nei servizi alle persone nei trasporti e nel com-

Tab. 1 – Movimenti e tassi previsti per il 2008 per settore di attività

Provincia di Viterbo	Movimenti previsti nel 2008**			Tassi previsti nel 2008		
	(valori assoluti)					
	Entrate	Uscite	Saldo	Entrata	Uscita	Saldo
TOTALE	2.940	2.710	230	8,7	8,0	0,7
INDUSTRIA E COSTRUZIONI	910	1.040	-130	6,5	7,4	-0,9
Industrie alimentari e delle bevande	130	130	-10	10,5	11,1	-0,7
Industrie ceramica e altri minerali, estrattiva, energia	180	360	-170	3,0	5,8	-2,8
Altre industrie (tessile, legno-mobili, meccanica)	180	110	70	7,4	4,4	3,0
Costruzioni	420	440	-20	9,8	10,3	-0,5
SERVIZI	2.040	1.680	360	10,3	8,5	1,8
Commercio al dettaglio e all'ingrosso; riparazioni	710	530	190	10,2	7,5	2,7
Alberghi, ristoranti, servizi di ristoraz. e servizi turistici	470	390	80	21,6	17,8	3,7
Trasporti, credito-assicurazioni, servizi alle imprese	460	400	60	6,4	5,5	0,8
Servizi alle persone (escluse istruzione e sanità)	150	130	20	14,3	12,7	1,6
Istruzione, sanità e studi professionali	250	230	10	10,1	9,6	0,5

**Dati comprensivi dei contratti a tempo determinato a carattere stagionale

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2008

parto istruzione-sanità.

Per quanto riguarda la tipologia contrattuale dei nuovi assunti non stagionali, 2350 unità, si registra una diminuzione dei contratti a “tempo indeterminato” con una percentuale che si attesta al 37,9%, mentre nel 2007 le assunzioni che prevedevano questo tipo di contratto erano il 38,5%. Rimangono stabili rispetto al 2007 le assunzioni a tempo determinato, 43% contro un 43,3% nel 2007. Per questo tipo di contratto è stata prevista anche una suddivisio-

ne tra quelli stipulati ai fini della “prova” di nuovo personale (20,3% rispetto al totale degli assunti non stagionali), alla sostituzione temporanea di personale (4,7%) ed alla copertura di un picco di attività il 18%. Stabile la percentuale di contratti di apprendistato rispetto al 2007 considerando le sole assunzioni non stagionali (18,1%).

In molti casi la “flessibilità in entrata” potrebbe rappresentare solo una condizione “di passaggio”, visto che il 20,3% dei contratti a termine sono

finalizzati alla prova di nuovo personale e che quindi in prospettiva si trasformeranno in contratti a tempo indeterminato, circostanza peraltro verificabile anche nel caso dei contratti di apprendistato e di inserimento.

È il comparto dei servizi, ed in particolare quello del commercio e dei servizi alle persone, il settore nel quale si concentrano maggiormente le assunzioni a tempo indeterminato, mentre per l'industria tale primato spetta alle costruzioni.

Tab. 2 – Assunzioni previste per il 2008 per tipo di contratto e settore di attività

Provincia di Viterbo	Totale	Industria	Costruzioni	Servizi
Per tipo di contratto (v.a.)				
A tempo indeterminato	890	120	180	590
A tempo determinato	1.600	280	80	1.250
di cui: Contratti a tempo determinato finalizzati alla prova di nuovo personale.	480	100	10	370
di cui: Contratti a tempo determinato finalizzati alla sostituzione temporanea di personale**	110	20	0	90
di cui: Contratti a tempo determinato finalizzati alla copertura di un picco di attività	420	60	80	290
di cui: Assunzioni a tempo determinato a carattere stagionale	600	100	0	500
Contratto di apprendistato	420	80	160	190
Contratto di inserimento	30	10	0	10
Altre forme contrattuali	0	0	0	0

**Per maternità, aspettativa, ferie malattia

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2008

Analizzando le assunzioni non stagionali per grandi gruppi professionali secondo la classificazione Istat, si evidenzia un aumento delle professioni definite *high skill* all'interno del gruppo professionale che comprende i dirigenti, le professioni ad elevata specializzazione e tecnici, con una percentuale che passa dal 12,9% al 16,2%. Nel dettaglio la richiesta riguarda per lo 0,1% i dirigenti, per il 2,2% le professioni intellettuali e scientifiche e per il 13,9% le professioni tecniche. Aumento che riduce un po' l'elevato gap tra le professioni *high skill* e *low skill* che caratterizzano l'occupazione nella Toscana, ancorata ad un

modello tradizionale di sviluppo, anche se per alcune imprese si assiste ad un *upgrading* dell'offerta di lavoro attraverso il ricorso a risorse umane di profilo più elevato.

Infatti, se si guardano i gruppi professionali *low skill* appunto, il 37,4% dei nuovi assunti non stagionali è composto da impiegati e professionisti qualificati nelle attività commerciali e nei servizi, il 37,1% da operai specializzati e conduttori di impianti e macchine ed il 9,4% da professioni non qualificate.

Quanto appena detto può essere analizzato nel dettaglio leggendo la tabella allegata nel quale vengono elencate tutte le figure professionali

richieste dalle imprese della provincia di Viterbo secondo la classificazione Istat. Gli ingressi più consistenti riguardano le professioni qualificate nelle attività commerciali e turistiche ed alberghiere, gli operai specializzati dell'industria estrattiva e dell'edilizia e i conduttori di veicoli, di macchinari mobili e di sollevamento. Di minore entità le assunzioni a più elevato profilo dove troviamo tra queste le professioni tecniche nell'amministrazione nelle attività finanziarie e commerciali, le professioni tecniche nelle scienze naturali, ingegneria ed assimilate e poche altre figure.

Tab. 3 - Totale assunti per gruppi professionali classificazione Istat per macro settore

	Provincia di Viterbo	Industria	Costruzioni	Commercio	Turismo	Servizi	Totale
HIGH SKILL	Direttori di grandi aziende private	0	0	0	0	0	0
	Gestori e responsabili di piccole imprese	0	0	0	0	0	0
	Specialisti in scienze matematiche, fisiche, naturali ed assimilati	0	0	0	0	0	0
	Ingegneri, architetti e professioni assimilate	0	0	0	0	10	10
	Specialisti nelle scienze della vita	0	0	20	0	0	20
	Specialisti della salute	0	0	0	0	0	0
	Specialisti in scienze umane, sociali e gestionali	10	0	0	0	10	20
	Specialisti della formazione, della ricerca ed assimilati	0	0	0	0	0	0
	Professioni tecniche nelle scienze naturali, ingegneria ed assimilati	10	10	0	0	100	120
	Professioni tecniche nelle scienze della salute e della vita	0	0	0	0	40	40
LOW SKILL	Profes. tecniche nell'amministraz. e nelle attività finanz. e commerc.	20	0	100	0	40	160
	Professioni tecniche nei servizi pubblici e alle persone	10	0	0	0	0	10
	Impiegati di ufficio	20	0	10	0	90	120
	Impiegati a contatto diretto con il pubblico	0	0	0	0	50	50
	Professioni qualificate nelle attività commerciali	20	0	310	0	20	350
	Professioni qualificate nelle attività turistiche ed alberghiere	0	0	0	250	0	250
	Professioni qualificate nei servizi sanitari	0	0	0	0	50	50
	Profess. qualif. nei serv. sociali, cult., sicurezza, pulizia e assim.	0	0	0	0	50	50
	Operai specializzati dell'industria estrattiva e dell'edilizia	30	220	0	0	0	250
	Operai metalmeccanici specializzati ed assimilati	80	50	60	0	10	200
	Operai specializ. della meccanica di precisione, stampa ed assimilati	30	0	0	0	0	30
	Operai specializ. dell'agricolt., foreste, zootecnia, pesca e caccia	0	0	0	0	10	10
	Operai specializzati lavoraz. alimentari, legno, tessili e assimilati	30	0	0	0	0	30
	Operai specializzati dell'industria dello spettacolo	0	0	0	0	0	0
	Conduttori di impianti industriali	30	0	0	0	0	30
	Operai semiqual. di macch. per lavoraz. in serie e addetti montaggio	50	0	0	0	0	50
	Operatori di macchin. fissi in agricolt. e nella industria alimentare	0	0	0	0	0	0
	Conduttori di veicoli, di macchinari mobili e di sollevamento	20	60	90	0	110	280
	Professioni non qualificate nelle attività gestionali	0	0	0	0	10	10
	Professioni non qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	0	0	0	20	0	20
	Professioni non qualificate nei servizi di istruzione e sanitari	0	0	0	0	0	0
	Professioni non qualificate nei servizi alle persone ed assimilati	10	0	0	0	40	50
	Profess. non qualificate dell'agric., allevam., pesca e forestazione	0	0	0	0	0	0
	Profess. non qualif. delle miniere, costruzioni e attività industriali	20	80	0	0	30	130
	Totale	390	420	590	270	670	2340

*dati che escludono i contratti a tempo determinato di carattere stagionale
Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2008

Un'inversione di tendenza si riscontra anche nei titoli di studio richiesti dalle imprese. Diminuisce sensibilmente, infatti, la percentuale delle richieste concernenti persone in possesso della sola scuola dell'obbligo, 41,3% contro il 51,6% del 2007, e aumenta la richiesta di laureati: 8,4% contro il 5,3% dell'anno precedente. Il dato dei laureati va scomposto tra laurea triennale (5,2%) e laurea specialistica (2,2%). Si eleva di conseguenza anche la richiesta di diplomati al 36% (29,5%

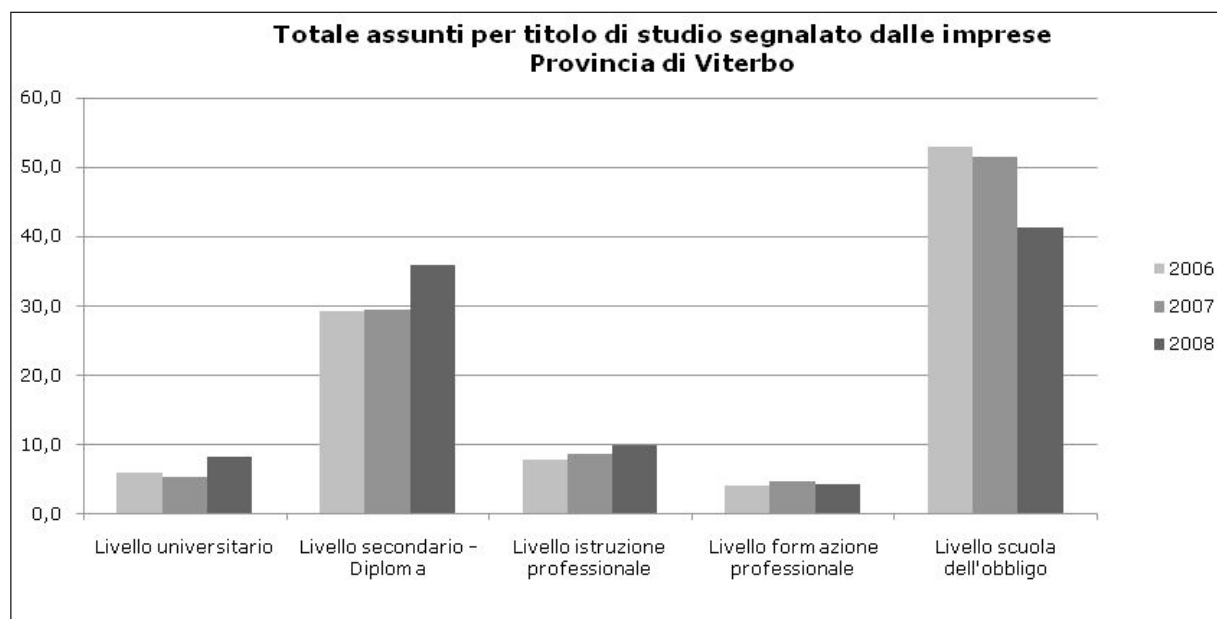
nel 2007). Quanto ai settori ed ai titoli di studio maggiormente richiesti riscontriamo che il titolo universitario è richiesto soprattutto nei servizi, il possesso di una qualifica professionale nelle costruzioni ed il possesso della sola scuola dell'obbligo la troviamo in particolare nell'industria.

Nel livello universitario le lauree maggiormente richieste sono quelle ad indirizzo fisico-matematico, ad indirizzo economico e sanitario-paramedico. Figurano in misura ridotta

anche richieste per lauree ingegneristiche, chimico farmaceutiche e giuridiche.

Ne livello secondario e post-secondario in molti casi non è stato specificato il tipo di diploma richiesto mentre quando è stato fatto la scelta cade sul diploma amministrativo-commerciale e turistico alberghiero. Indirizzi edili, termoidraulici e sanitari quelli richiesti per le altre tipologie formative.

Per gli imprenditori il valore del titolo di studio ai fini dell'assunzione



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2008

risulta essere tanto più elevato quanto più la posizione da ricoprire comporta il possesso di conoscenze e competenze tecnico-scientifiche di base mentre al contrario le conoscenze e le competenze scolastiche sono ritenute di limitata importanza nella valutazione dei candidati all'assunzione sia per lo svolgimento delle attività commerciali e di servizio (addetti alla vendita ed alla ristorazione), sia per le professioni a carattere operaio. Il valore professionalizzante del titolo di studio viene attribuito anche attraverso la formazione *post entry*, in grado di avvicinare il più possibile le competenze dei candidati ai bisogni dell'azienda. Formazione effettuata sia con corsi esterni all'impresa sia attraverso l'affiancamento *on the job*. Ciò che emerge è una chiara esigenza di integrazione tra educazione formale e formazione informale come espe-

rienza di lavoro già a partire dalle scuole superiori ed universitarie.

Ai fini di una nuova assunzione infatti l'esperienza di lavoro può costituire un decisivo valore aggiunto per un giovane in cerca di prima occupazione, occorre quindi valorizzare forme miste tra studio e lavoro quali l'alternanza, gli *stages* e i tirocini.

Nel caso della provincia di Viterbo il possesso dell'esperienza è richiesta per il 48,6% delle assunzioni, 14,3% esperienza specifica e 34,3% esperienza nello stesso settore, mentre per il 51,4% delle assunzioni non viene richiesta nessuna esperienza lavorativa. L'esperienza viene richiesta soprattutto per le professioni tecniche, le professioni qualificate delle attività commerciali e nei servizi e naturalmente per gli operai specializzati.

Sul totale delle 2350 assunzioni non

stagionali il 24,7% di queste sono considerate dagli imprenditori "di difficile reperimento" nel 28% dei casi circa a causa di un'offerta ridotta per ragioni di status, carriera e retribuzione, nel 27% dei casi per mancanza di candidati con adeguata qualificazione ed esperienza e per il 26,3% per ridotta presenza della figura. In misura ridotta il difficile reperimento è causato anche dalla presenza di turni lavorativi festivi e per orari notturni e per la mancanza di adeguate strutture formative. La mancanza di esperienza e qualificazione dei candidati è più sentita nel commercio e nell'industria del legno e nella meccanica. Nei trasporti e nei servizi alle imprese e alle persone si riscontra una ridotta presenza della figura, mentre nel settore turistico alberghiero non molte persone sono disposte a lavorare con turni notturni e festivi.

Spesso per far fronte al difficile reperimento di manodopera locale si è fatto ricorso all'assunzione di personale extracomunitario. Questi ingressi risultano in calo rispetto agli scorsi anni, si passa da un minimo del 13,2% (nel 2007 si arrivava al 26,9%), sul totale delle assunzioni previste, a un massimo del 16,1% (31,1% nel 2007). Il calo è da attribuire in particolare al carattere non più extracomunitario degli ingressi di persone rumene e bulgare entrate a far parte dell'Unione Europea ed alla situazione lavorativa stabile delle persone già inserite: rallentamento del turnover e fidelizzazione. Da considerare inoltre che data la flessione nella domanda di lavoro che generalmente si registra, gli immigrati ne subiscono per primi le conseguenze. Queste assunzioni sono richieste soprattutto nelle costruzioni, nell'industria ceramica e nei servizi alle persone.

Le imprese che prevedono assunzioni sono il 27,9% del totale, il 23,3% nella classe 1-9 dipendenti, 42,4% nella classe 10-49 dipendenti e l'87,4% delle imprese con oltre 50 dipendenti. Queste percentuali dipendono anche dal denominatore di ciascuna classe dimensionale: più elevato per le imprese con 1-9 dipendenti ma si riduce al crescere della dimensione. Vale la pena di confrontare anche i saldi tra le entrate e le uscite: le imprese 1-9 dipendenti presentano un saldo del +2,8%, le imprese da 10-49 dipendenti un saldo pari allo zero e le imprese oltre i 50 dipendenti un saldo negativo pari a -1,3%. Sono quindi le piccole e piccolissime imprese, fino a 9 dipendenti che generano la maggiore occupazione.

Esiste inoltre una quota di imprese (13,5% del totale) che assumerebbe-

ro a condizioni diverse, prime tra tutte la minore pressione fiscale (47,1%) ed il minor costo del lavoro (44,2%). Esiste anche una consistente quota di imprese (58,6% del totale) che non prevede assunzioni a causa delle incertezze del mercato 53,5% e perché presentano un organico al completo (40,8%).

Indipendentemente poi dall'intenzione o meno di assumere la modalità maggiormente utilizzata per la ricerca del personale è la conoscenza diretta (41,3%). Le assunzioni riguarderebbero per lo più persone già testate in precedenti rapporti lavorativi per collaborazioni o stage, o segnalate da fornitori e persone di fiducia. Questo succede specie nelle piccole imprese mentre quella di più grandi dimensioni si affida a banche dati aziendali e a società di lavoro interinale. Decisamente meno utilizzati i canali "formali pubblici" quali i centri per l'impiego e gli altri canali.

A tale proposito infatti vale la pena di menzionare il numero di tirocini e stage che sono stati attivati dalle imprese della Toscana: 790 nel 2007. Questo rappresenta per l'azienda un ottimo strumento per testare persone per una eventuale assunzione e per il tirocinante un modo di fare esperienza e pratica che sono sempre più richieste nel mondo del lavoro. La percentuale di tirocinanti/stagisti che verranno assunti rispetto alle persone da assumere è pari al 16,1%. Analizzate per classe di età le assunzioni maggiori sono concentrate nella fascia che va dai 25 ai 29 anni 42,4%, il 21,2% nella classe 30-44 anni, il 13,3% fino a 24 anni e per il 22,6% l'età nelle nuove assunzioni è irrilevante.

La conoscenza della lingua straniera non è molto richiesta soprattutto per

le professioni di più basso profilo così come le conoscenze informatiche richieste come utilizzatore per gli operai specializzati, gli impiegati, le professioni intellettuali e i tecnici, per quest'ultimi anche come programmatori.

Il genere maschile prevale su quello femminile 51,4% contro 19,5% mentre per il 29,1% degli intervistati sia la donna che l'uomo sono ugualmente adatti a svolgere lo stesso lavoro. Le donne sono maggiormente richieste nell'industria alimentare, nei servizi alle persone e nel turismo e ristorazione. Questo squilibrio dipende soprattutto dalla tipologia di figure professionali richieste le quali richiedono spesso un impegno lavorativo fisico e quindi sono professioni poco adatte al genere femminile. La situazione di disagio per il lavoro femminile risulta evidente anche dall'indagine Istat sulle forze di lavoro, la mostra un tasso di disoccupazione femminile del 13,6% contro quello maschile del 7,1% a ciò si aggiunge anche un effetto scoraggiamento nella ricerca del lavoro.

Oltre alle assunzioni "non stagionali" è previsto per il 2008 l'inserimento di 600 persone stagionali. Come di consuetudine, è il settore dei servizi che genera la più consistente richiesta di queste figure: qui si concentra infatti il 90% delle 500 assunzioni stagionali previste nel 2008 mentre se ne contano appena 100 nell'industria. In particolare la richiesta di stagionali interessa Impiegati, professioni commerciali e dei servizi ma anche professioni non qualificate, in particolare nel commercio e nel turismo. Nell'industria è chiaramente la lavorazione alimentare che, data la stagionalità delle produzioni, impiega questo tipo di lavoratori.

La vendita diretta dei prodotti agricoli: un'analisi della situazione locale

di Clara Cicatiello*

1. Introduzione

L'interesse riguardo le diverse forme di commercializzazione dei prodotti praticate dalle aziende agricole si inserisce in un contesto di crescente attenzione alle dinamiche di sviluppo del mondo rurale, del quale l'agricoltura si fa sempre più elemento trainante (CE, 1988; CE, 1999; CE, 2005). In particolare, già da almeno un decennio, si è affermata una nuova visione dell'agricoltura che, in controtendenza rispetto al produttivismo degli anni '60, '70 e '80, è basata su due cardini fondamentali: multifunzionalità e diversificazione economica. Multifunzionalità perché l'agricoltura odierna non può accontentarsi di avere un'unica vocazione, quella produttiva, ma deve farsi carico di nuove funzioni ecologiche, sociali, culturali e di traino dello sviluppo territoriale (Henke, 2004). Diversificazione economica perché la maggior parte delle aziende agricole si trova in una posizione di netto svantaggio, sia rispetto ai fornitori di materie prime, sia rispetto al mercato di destinazione dei

prodotti agricoli, entrambi caratterizzati da imprese che seguono un modello industrializzato, posizione che può essere recuperata solo cercando fonti alternative di reddito e nuovi canali di approvvigionamento e distribuzione (Cavazzani, 2006; Van der Ploeg, 2006).

In questo contesto, la filiera corta, intesa come canale alternativo di commercializzazione dei prodotti agricoli che prevede il contatto diretto fra produttori e consumatori, si candida a rappresentare una delle possibili strategie da sostenere, in quanto, per le sue caratteristiche, sembra rispondere alle necessità di diversificazione e multifunzionalità dell'agricoltura e, insieme, di valorizzazione del territorio (Magnaghi, 2000; Gardini e Lazzarin, 2007).

Con il presente lavoro ci si è posti l'obiettivo di analizzare le diverse forme attraverso le quali i prodotti agricoli vengono immessi sul mercato ponendo particolare attenzione al ruolo della vendita diretta e prendendo in considerazione il territorio della provincia di Viterbo.

2. Il quadro delineato dai dati censuari

La prima parte dello studio ha riguardato l'analisi del tessuto agricolo e rurale della Provincia di Viterbo, così come emerge dalle rilevazioni eseguite nell'ambito dell'ultimo Censimento dell'agricoltura (ISTAT, 2001).

I dati elaborati, seppur vecchi di qualche anno, rivelano i tratti principali del settore primario locale, caratterizzato da un'agricoltura a conduzione prettamente familiare, con aziende di piccola dimensione, che producono nella maggior parte dei casi un reddito molto basso, il quale va spesso ad integrare un reddito da pensione, visto che oltre il 50% dei conduttori d'azienda ha più di 60 anni (Carbone, 2000; Barberis, 2003).

Le tabelle 1 e 2 riportano alcuni dati sintetici, ricavati dall'elaborazione dei dati censuari, che aiutano a inquadrare le principali caratteristiche del settore agricolo locale.

* Borsista presso la Camera di Commercio di Viterbo e collaboratore di ricerca presso il DEAR (Dipartimento di Economia Agroforestale e dell'Ambiente Rurale- Università degli Studi della Tuscia).

Tabella 1 - Dati principali sulle aziende agricole in provincia di Viterbo

Totale aziende agricole	38.144
Estensione media (SAU)	6,58 ha
Imprese individuali	98%
Aziende con sola manodopera familiare	92%
Età media conduttori	60 anni
Conduttori con titolo di studio superiore	22%
Aziende agricole che vendono le produzioni	82%

Tabella 2 - Dimensione economica delle aziende in provincia di Viterbo

Valore delle vendite (lire)	Aziende	Incidenza
Meno di 4 milioni	420	1,4%
Da 4 a 10 milioni	16.032	51,3%
Da 10 a 25 milioni	10.509	33,7%
Da 25 a 50 milioni	3.214	10,3%
Da 50 a 100 milioni	612	1,9%
Più di 100 milioni	436	1,4%

Gli oltre 200.000 ha di superficie agricola presenti nella provincia sono coltivati prevalentemente a cereali e foraggiere oppure destinati a prato-pascolo; grande importanza ha anche la coltivazione delle legnose agrarie, come l'olivo e i fruttiferi; questi ultimi però limitatamente alla frutta in guscio che rappresenta una delle produzioni tipiche del territorio.

Considerando invece la presenza delle varie coltivazioni all'interno delle aziende agricole, troviamo che la più diffusa è l'olivo, seguita da vite, frutta in guscio e cereali. Per comprendere il loro peso nell'ordinamento produttivo è possibile fare riferimento alla SAU media investita in ciascuna azienda, che risulta molto bassa, soprattutto per l'olivo (0,64 ha) e la vite (0,41 ha). Queste si configurano quindi come colture non specializzate, inserite in ordinamenti produttivi misti, nei quali hanno un forte peso le necessità alimentari della famiglia agricola. Le colture più specializzate, che occupano in media superfici più consistenti all'interno delle aziende, sono i cereali, le industriali e le foraggiere. Un

caso a parte è quello della frutta in guscio che, nonostante non presenti dimensioni medie aziendali particolarmente elevate (1,90 ha), assume degli spiccati caratteri di specializzazione produttiva tanto da rappresentare una monocoltura per molte aziende dell'area dei Monti Cimini (Angeli e Senni, 1995; Gasbarra *et al.*, 2002).

Anche per quanto riguarda la zootecnia, l'influenza dell'autoconsumo risulta abbastanza significativa. Lo testimonia principalmente la diffusione dell'allevamento di piccoli animali, presente in più del 15% delle aziende con consistenze generalmente limitate a qualche decina di animali, mentre sono pochissimi i grandi allevamenti con decine migliaia di capi. Gli allevamenti ovicaprini hanno invece un'impronta più professionale, raggiungendo la consistenza media di 175 capi, dimensione che però è ben lontana dalla soglia stimata di efficienza economica che, come risulta da alcuni studi, si attesta sui 400-500 capi (Carbone *et al.*, 2004).

Passando a considerazioni più specificamente correlate alla commercia-

lizzazione dei prodotti, la rielaborazione dei dati censuari consente di identificare quattro canali di vendita dei prodotti da parte delle aziende agricole: all'ingrosso, ad organismi associativi (consorzi, cooperative di produttori), a imprese industriali (con contratto) e vendita diretta. L'incidenza di queste quattro forme, indipendentemente dai prodotti commercializzati e dalle loro quantità, è rappresentata in figura 1. Si vede così come la forma di vendita più praticata sia il commercio all'ingrosso, che riguarda la metà delle aziende. Seguono il conferimento ad organismi associativi e la vendita diretta ai consumatori, che riguarda circa un'azienda su tre. Molto meno diffusa è la vendita a imprese industriali e commerciali legate all'azienda agricola da un contratto.

Da notare, inoltre, come circa un'azienda su quattro utilizzi più di un canale di commercializzazione. Ciò accade, in particolare, per le aziende che praticano la vendita diretta, come conferma il numero abbastanza esiguo di aziende (4.500) che utilizzano esclusivamente questa forma per commercializzare i propri prodotti.

Una lettura più approfondita scaturisce dalla considerazione delle forme di commercializzazione differenzia-

te per prodotto; la rappresentazione sintetica di figura 2 riporta l'incidenza dei diversi canali di vendita

presenti nelle aziende viterbesi, senza alcun riferimento alle quantità commercializzate.

Figura 1- Incidenza delle forme di commercializzazione

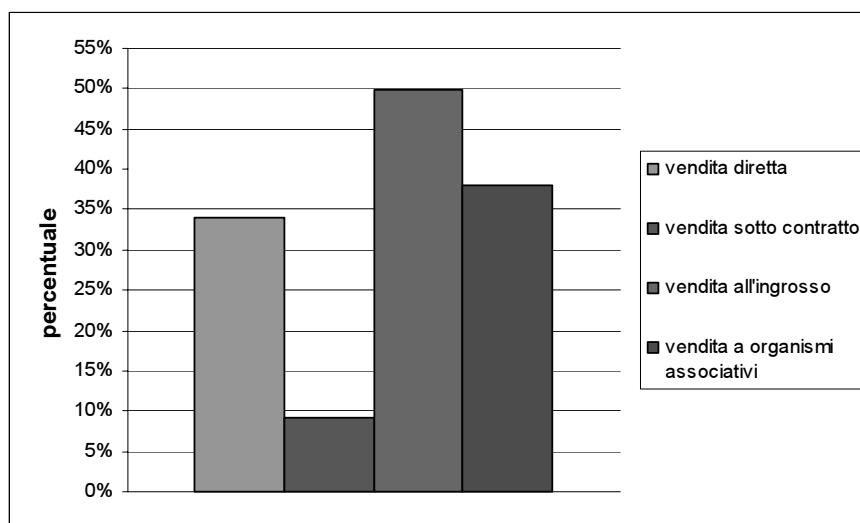
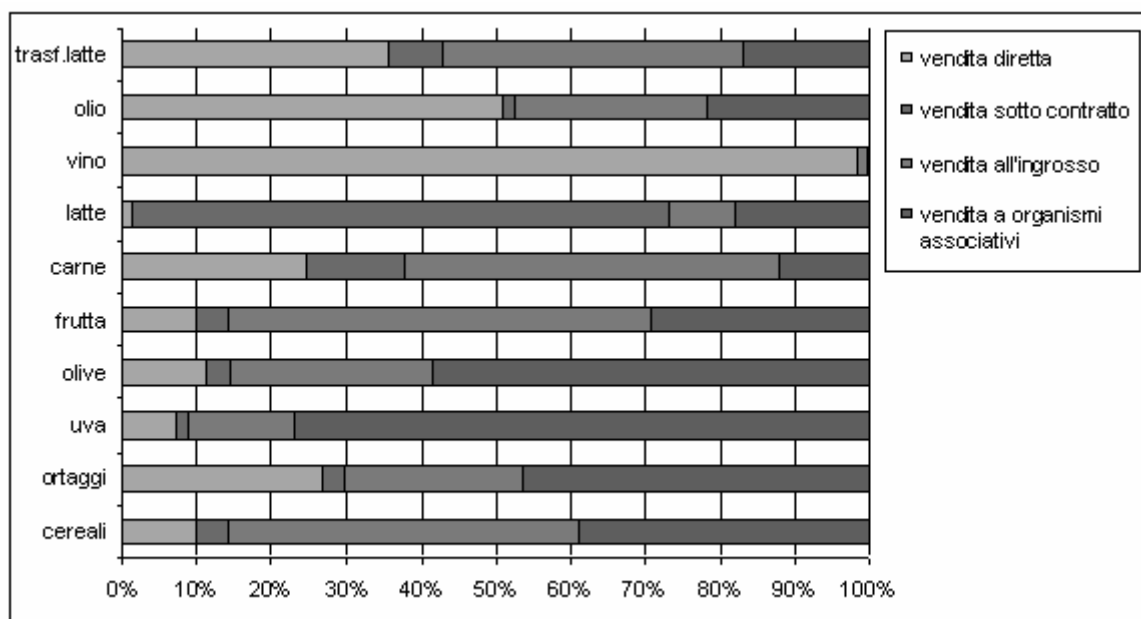


Figura 2 - Incidenza delle forme di commercializzazione per prodotto



Per quanto riguarda i prodotti freschi, le differenze più significative rispetto alla distribuzione presentata nel grafico precedente riguardano gli ortaggi, per i quali assume maggiore importanza la vendita diretta. La frutta in guscio ha come canali di vendita preferiti l'ingrosso e le associazioni di produttori. Uva e olive

sono di solito conferiti ad organismi associativi, costituiti da gruppi di produttori allo scopo di dividere gli oneri degli impianti di trasformazione. Il latte ha un comportamento particolare dovuto alla sua natura di prodotto giornaliero: la stipula di contratti con imprese industriali di trasformazione o con le centrali del

latte, per il conferimento quotidiano di una predeterminata quantità di prodotto, è la forma di vendita di gran lunga più praticata.

Passando alle tre tipologie di prodotti trasformati, si osserva l'importanza preponderante assunta dalla vendita diretta. Anche se, come detto, non ci si riferisce alle quantità

vendute, per le quali le proporzioni sarebbero probabilmente ben diverse, il dato è evidente: per i prodotti trasformati la vendita diretta è molto più comune rispetto a qualsiasi prodotto fresco, in particolare alle rispettive materie prime. Il 98% delle aziende che commercializzano vino attiva un canale di vendita diretto al consumatore; lo stesso vale per la metà delle aziende che producono olio e per oltre il 35% di quelle che trasformano il latte.

L'elemento che emerge da questa sintetica analisi è lo strettissimo fra tipologia di prodotto e modalità di vendita; in particolare, per quello che riguarda la vendita diretta, gli imprenditori che attivano un processo di trasformazione nella propria azienda preferiscono vendere direttamente, per meglio valorizzare il prodotto finale. E l'elevata diffusione di tale forma di commercializzazione testimonia il successo di questa scelta.

3. I risultati dell'indagine sulla vendita diretta

Partendo da quanto emerso dall'analisi dei dati censuari, si è ritenuto necessario approfondire il ruolo che la vendita diretta ha, o potrebbe avere, per l'attività condotta nelle imprese agricole.

A questo scopo è stata svolta un'indagine diretta su un campione di aziende della provincia di Viterbo. La finalità dell'indagine ha fortemente condizionato le modalità di

selezione del campione e di rilevazione delle informazioni. Considerando, infatti, che un aspetto fondamentale per la sopravvivenza del tessuto agricolo e rurale è l'avvicendamento generazionale, e che i dati censuari confermano la stretta relazione fra la minore età dei conduttori e una gestione più innovativa e imprenditoriale dell'azienda, si è scelto di limitare il campione alle sole aziende gestite da giovani agricoltori (Barberis, 2002; Mazzieri e Esposti, 2005). Inoltre la volontà di ottenere informazioni alla fonte, rivolgendosi direttamente ai conduttori delle aziende, ha portato ad adottare il metodo delle interviste personali agli agricoltori. Queste scelte, se da un lato hanno inevitabilmente limitato la dimensione del campione e allungato i tempi di raccolta dei dati, dall'altro hanno permesso di ottenere una descrizione più realistica del fenomeno oggetto di analisi.

L'indagine ha riguardato complessivamente 21 aziende della provincia di Viterbo, scelte in modo da risultare il più possibile varie in collocazione geografica e ordinamenti produttivi. La ridotta dimensione e le modalità di selezione del campione sollevano dei dubbi riguardo la sua rappresentatività rispetto all'universo rappresentato dall'insieme delle aziende agricole della provincia. In effetti, il confronto di alcune statistiche dimensionali e produttive con i relativi parametri desunti dall'elaborazione dei dati censuari, mette in luce uno scostamento abbastanza marcato. Le aziende coinvolte nel-

l'indagine si distinguono per una spiccata "professionalità" dell'attività agricola, che si esplica in una maggiore dimensione fisica ed economica. Ciò, se da un lato rende il campione scelto non rappresentativo, dall'altro ci conferma che le aziende del campione presentano quella caratteristica spinta innovativa che distingue le realtà trainanti dello sviluppo del territorio, cioè quelle sulle cui strategie imprenditoriali è più utile indagare.

Le domande poste agli agricoltori hanno mirato principalmente alla conoscenza dei processi produttivi svolti in azienda e, per ciascun prodotto, all'individuazione del canale di commercializzazione praticato; un'attenzione particolare è stata ovviamente dedicata alla vendita diretta, per analizzare le modalità attraverso le quali essa si svolge e la percezione degli operatori verso questa forma di commercializzazione.

Riguardo ai canali di immissione sul mercato dei prodotti aziendali le interviste hanno evidenziato una situazione abbastanza differenziata, la cui sintesi è riportata nella tabella 3. Come si vede, la maggior parte delle aziende pratica più di un tipo di commercializzazione. Ciò è conseguenza della diversificazione che contraddistingue molti degli ordinamenti produttivi e del fatto che, come già osservato, ogni prodotto è tendenzialmente più adatto ad una forma di vendita piuttosto che ad altre.

Tabella 3 - Forme di commercializzazione adottate dalle aziende del campione

Forma di commercializzazione	Aziende
Consumo interno	6
Vendita diretta	12
Vendita a negozi esterni	5
Vendita a ristoratori esterni	1
Vendita a consorzi	6
Grande distribuzione	10

La vendita diretta è praticata in ben 12 delle 21 aziende. La forte incidenza di questa forma di commercializzazione (molto superiore alla media censuaria) può essere interpretata in vari modi, in relazione alla dimensione aziendale e agli ordinamenti produttivi. Non c'è dubbio comunque che la dimensione del dato sia parzialmente spiegata dal fatto che, trattandosi di un'indagine sulla commercializzazione dei prodotti e, in particolare, sulla vendita diretta, il campione si sia "autoselezionato", grazie ad una maggiore disponibilità a partecipare all'indagine da parte degli imprenditori che praticano

questa forma di vendita.

Nonostante le aziende del campione presentino ordinamenti abbastanza differenziati, la vendita diretta, come evidenzia la tabella 4, riguarda categorie ben definite di prodotti. Quelli più spesso interessati dalla vendita diretta sono i trasformati delle coltivazioni; questi prodotti, come si è visto analizzando i dati censuari, sono particolarmente adatti a essere commercializzati attraverso il canale diretto, sia per il valore aggiunto loro riconosciuto con la trasformazione, sia per la conservabilità che permette una maggiore flessibilità nei tempi di allocazione del

prodotto.

Per il vino l'accorciamento della filiera è particolarmente diffuso; infatti, anche nelle grandi aziende specializzate in questa produzione, si cerca di saltare quanto più possibile la fase intermedia del grossista massimizzando la quota di prodotto destinata al consumatore finale, ai ristoranti o a negozi al dettaglio che si riforniscono direttamente in azienda. Ciò è dovuto alle caratteristiche intrinseche del prodotto il quale nel processo di vendita può essere valorizzato facendo esplicito riferimento all'azienda e al territorio di provenienza.

Tabella 4 - Tipologie di prodotti venduti direttamente dalle aziende del campione

Prodotti	Aziende
Vino e Olio	5
Trasformati vegetali	4
Ortofrutticoli freschi	3
Trasformati lattiero-caseari	2
Miele	2

Altri prodotti che vengono venduti direttamente sono gli ortofrutticoli freschi, tradizionalmente commercializzati attraverso filiere corte, come i mercati rionali. La particolarità degli ortofrutticoli è che la scelta del canale diretto di vendita, di solito, esclude gli altri: non si realizza, cioè, quella coesistenza di diverse forme di commercializzazione che risulta invece molto comune per gli altri prodotti.

Passando ai trasformati del latte, rappresentati principalmente da formaggi freschi, stagionati e aromatizzati, ricotte e yogurt, l'esiguo numero di aziende che pratica la vendita diretta non deve trarre in inganno: esso dipende dal ridotto numero di caseifici aziendali presenti nella provincia. In presenza di un caseificio aziendale, infatti, i prodotti ottenuti seguono preferibilmente il canale della commercializzazione diretta in virtù della popolarità e del valore aggiunto che sempre più contraddistinguono l'acquisto in azienda dei prodotti lattiero-caseari (ADICONSUM, 2008).

Infine, si segnala il caso del miele che, per la sua relativa semplicità di produzione, è abbastanza diffuso, soprattutto nelle aziende biologiche. Anche qui, il canale diretto di vendita viene preferito agli altri, trattandosi di un altro prodotto verso il quale i consumatori prestano crescente attenzione, preferendo sempre più le produzioni aziendali a quelle industriali (Lucia, 2000).

Qualche considerazione meritano prodotti quali i cereali e la frutta in guscio che, pur essendo presenti negli ordinamenti produttivi di molte delle aziende del campione, non figurano fra i prodotti venduti direttamente. Qui entrano in gioco soprattutto fattori legati alla tipologia di prodotto. Per i cereali va considerata l'impossibilità di consumo senza un processo di trasformazione, che raramente può essere effettuato all'interno di aziende agricole. Un discorso simile vale per le nocciole, che i consumatori sono abituati a comprare già seccate e sgusciate, o trasformate in prodotti secondari; le lavorazioni necessarie sono di solito de-

mandate alle cooperative o alle associazioni che ritirano il prodotto, le quali si occupano nella maggior parte dei casi anche della commercializzazione. La vendita diretta delle castagne, l'altra principale tipologia di frutto in guscio della Toscana, sembra invece essere limitata dall'estrema stagionalità della produzione che, unita con la deperibilità del prodotto, influenza in modo decisivo la scelta del canale di commercializzazione, che quasi sempre è rappresentato dal conferimento a commercianti o ad associazioni di produttori.

Altro aspetto fondamentale da considerare, per descrivere in che modo la vendita diretta è praticata in una azienda, è la forma attraverso la quale si realizza il contatto fra produttore e consumatore. Dall'indagine è risultato che le modalità di svolgimento della vendita diretta sono piuttosto diversificate, sia fra le diverse aziende che all'interno dell'azienda stessa; come si vede dalla tabella 5, nel campione sono state individuate ben sette diverse forme.

Tabella 5 - Tipologie di prodotti venduti direttamente dalle aziende del campione

Modalità di vendita diretta	Osservazioni
In azienda senza punto vendita	5
Fiere	5
In azienda con punto vendita organizzato	4
Vendita collegata all'agriturismo	3
Per corrispondenza	3
Punto vendita esterno	2
Mercati rionali	2

La modalità più comune è rappresentata dalla commercializzazione in azienda senza un punto vendita organizzato. Questo tipo di vendita diretta, tipicamente adottata per prodotti che vengono commercializzati anche attraverso altri canali, si configura come una risorsa aggiuntiva per aziende il cui assetto gestionale è definito sulla base di altri parametri. Nondimeno, a volte questa risorsa può assumere una certa importanza per l'economia dell'azienda, anche per i modesti costi che essa comporta, soprattutto se la famiglia agricola è residente in azienda.

Un'altra forma di vendita in azienda, non propriamente organizzata, è quella legata alla funzione agrituristica. Nell'attività di ristorazione si utilizzano i prodotti dell'azienda, sia freschi che trasformati, ed è piuttosto frequente che i clienti richiedano i prodotti che hanno avuto modo di degustare durante il pasto.

Quando invece l'imprenditore decide di allestire un vero e proprio punto vendita all'interno della sua azienda, l'impiego di risorse, economiche ed organizzative, è del tutto diverso, considerando anche come l'aspetto del confezionamento e della presentazione dei prodotti assuma considerevole importanza. Tale scelta è in genere collegata alla disponibilità di una maggiore varietà di prodotti, anche trasformati, con la quale viene offerta al consumatore una più ampia possibilità di scelta. In questa situazione è necessario contare su una clientela ben più numerosa, e assume un'importanza fondamentale la capacità di attrarre in azienda i potenziali acquirenti.

Ancora più impegnativa, a livello economico e organizzativo, è l'aper-

tura di un punto vendita esterno all'azienda, in un centro abitato delle vicinanze o in qualche luogo di richiamo turistico. Si tratta in questo caso della costituzione di una vera e propria attività commerciale che, come tutte le altre, ha bisogno di investimenti notevoli, soprattutto nella fase iniziale. Non va trascurato neanche l'aspetto delle spese fisse che il mantenimento di un punto vendita comporta, sia a livello di affitto del locale, sia in termini di aumentato fabbisogno di lavoro, poiché bisogna prevedere almeno un dipendente che si occupi a tempo pieno del negozio. Con un negozio esterno raggiungere il contatto con il consumatore è molto più semplice ma, alla luce delle informazioni acquisite nel corso dell'indagine, l'impressione è che questa forma di vendita sia appannaggio pressoché esclusivo delle grandi aziende. L'unica alternativa per le piccole aziende, appare quella della associazione di più produttori per la costituzione di un punto vendita comune. In questo modo, oltre a ripartire gli investimenti che esso richiede, è possibile garantire un'elevata e continua diversificazione dell'offerta, in modo da incuriosire e attrarre un numero maggiore di acquirenti.

Altra modalità di vendita diretta "tradizionale" è quella effettuata nei mercati rionali, che riguarda principalmente ortofrutticoli freschi e formaggi. La presenza di produttori nei mercati è diminuita enormemente con il boom della grande distribuzione, ma soprattutto in un contesto agricolo come quello della provincia di Viterbo questa forma di vendita è ancora abbastanza diffusa. In più, una norma contenuta nella Legge

Finanziaria 2008 incentiva la costituzione, da parte delle Amministrazioni Comunali, dei mercati dei produttori (i cosiddetti *farmers' market*), che potrebbero dimostrarsi una buona opportunità (Grion, 2007). I produttori che vendono nei mercati, infatti, si dimostrano più che soddisfatti dei loro risultati commerciali, in quanto con una relativa semplicità di mezzi e strumenti possono raggiungere vantaggi simili a quelli dell'apertura di un punto vendita esterno.

Infine, la vendita per corrispondenza e quella realizzata attraverso manifestazioni fieristiche difficilmente possono essere considerate canali principali di invio dei prodotti sul mercato, trattandosi per lo più di eventi sporadici per l'azienda.

Considerando i risultati dell'indagine nel loro insieme, sono emersi alcuni fattori ricorrenti nel determinare la decisione degli imprenditori intervistati riguardo l'attivazione di una forma di commercializzazione diretta dei propri prodotti:

- ~ dimensione aziendale: favorite le aziende più piccole che hanno una produzione di dimensione più adatta al mercato al dettaglio e ordinamenti produttivi più flessibili;
- ~ localizzazione geografica: facilità per il consumatore nel raggiungere il punto vendita; visibilità del punto vendita posto su strade principali;
- ~ tipologia dei prodotti: i prodotti pronti al consumo, vendibili senza ulteriori trasformazioni, sono i più interessanti per la vendita diretta;
- ~ diversificazione dell'ordinamento produttivo: aiuta a soddisfare una

richiesta di varietà dell'offerta da parte dei consumatori;

- ~ trasformazione aziendale dei prodotti: i processi di trasformazione condotti in azienda uniti alla vendita diretta valorizzano i prodotti aumentando significativamente l'apprezzamento da parte dei consumatori.

L'ultimo elemento, forse il più interessante, emerso dall'indagine, è il complesso delle opinioni che gli imprenditori agricoli hanno della vendita diretta. Pur nel numero limitato di aziende considerate nell'indagine, alcuni aspetti sono stati sottolineati in modo chiaro dalla maggioranza degli imprenditori intervistati:

- ~ aspetto economico: la vendita diretta è una buona opportunità di miglioramento dei risultati economici dell'azienda, soprattutto in confronto alle insoddisfacenti alternative di commercializzazione (primi fra tutti il mercato all'ingrosso e la grande distribuzione organizzata);
- ~ aspetto qualitativo: la vendita diretta si basa su un meccanismo di fidelizzazione del cliente per il quale la qualità dei prodotti è l'elemento fondamentale, una qualità che non si comunica al consumatore tramite un marchio o un bollino, ma attraverso il rapporto interpersonale;
- ~ aspetto organizzativo: è il lato più problematico della vendita diretta e riguarda sia la calibrazione dell'ordinamento produttivo relativamente all'allocazione dei prodotti, sia, in particolare, l'organizzazione del lavoro il cui fabbisogno aumenta in modo variabile in relazione alla modalità di vendita diretta che si intende praticare;
- ~ promozione del territorio: è un aspetto molto sentito dagli imprenditori, che si rendono perfettamente conto di come la vendita diretta rientri in un circolo virtuoso di sviluppo locale che passa attraverso il turismo rurale, la valorizzazione dei prodotti tipici e le diverse opportunità che fanno capo alla multifunzionalità dell'agricoltura.

4. Conclusioni

In una situazione generale di evoluzione del mondo agricolo e, in particolare nella provincia di Viterbo, di frammentazione e scarsa redditività, è evidente l'importanza di approfondire nuovi modelli di imprenditorialità, nei quali giocano un ruolo decisivo anche forme di commercializzazione alternative dei prodotti.

L'indagine della quale sono stati presentati i principali risultati ha messo in luce il ruolo che la vendita diretta può avere per le aziende agricole del territorio viterbese. Il potenziale beneficio che viene generalmente riconosciuto dagli imprenditori a questa forma di commercializzazione è però fortemente legato alle caratteristiche localizzative, strutturali e produttive delle aziende. Quelle che sembrano potersi maggiormente avvantaggiare di questa forma di commercializzazione sono le aziende piccole, che offrono prodotti diversificati e di ben determinate caratteristiche, principalmente freschi o trasformati internamente. D'altra parte sono proprio queste le aziende che più soffrono nell'attuale sistema agricolo, e che dunque sentono più forte il bisogno di trovare delle valide alternative per una loro sopravvivenza.

Considerando il problema da un punto di vista più ampio, non si può ignorare come proprio la sopravvivenza delle piccole aziende agricole rappresenti un requisito fondamentale per lo sviluppo sostenibile del territorio. Infatti, il forte legame che l'agricoltura ha con il suo contesto territoriale di appartenenza attribuisce al settore primario un ruolo insostituibile che non si ferma alla funzione economica, ecologica e paesaggistica, ma garantisce il mantenimento di quel tessuto culturale e sociale che è la principale ricchezza del mondo rurale.

Bibliografia

ADICONSUM, (2008). *La filiera del latte e dei formaggi, guida per i consumatori*, Osservatorio dei prezzi, Progetto Consumatori e -mercato.
 Angeli F., Senni S., (1995). *Aspetti strutturali del tessuto produttivo corilicologico della provincia di Viterbo*, Quaderni

del Centro Studi sull'Economia del Nocciolo, n.2.

Barberis C., (2002). *I giovani e le donne nell'agricoltura del Lazio*, Quaderni di Informazione socioeconomica, n.6, Regione Lazio.

Barberis C., (2003). *Il Lazio agricolo attraverso il censimento del 2000*, Quaderni di informazione socioeconomica, n.7, Regione Lazio.

Carbone A., Franco S., Pancino B., Senni S., (2004). *Dinamiche territoriali e profili produttivi dell'agricoltura del Lazio*, Quaderni di Informazione Socioeconomica, n.11, Regione Lazio.

Carbone A., (2003). *Giovani agricoltori in Europa*, Atti dell'incontro preparatorio della Conferenza di Roma sui giovani agricoltori (Roma, 25-26 Gennaio 2003).

Cavazzani A., (2006). *Lo sviluppo rurale come superamento della modernizzazione agricola*, AgriRegioniEuropa, anno II, n.7, www.agriregionieuropa.it.

Commissione delle Comunità Europee (1988). *Il futuro del mondo rurale*, COM (88) 501 def.

Comunità Europea, (1999). *Regolamento n.1257/1999 sul sostegno allo sviluppo rurale*, GU L 160 del 26.6.1999.

Comunità Europea, (2005). *Regolamento n.1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale*, GU L 277 del 20.9.2005.

Gardini C., Lazzarin C. (2007). *La vendita diretta in Italia*, AgriRegioniEuropa, anno III, n.8, www.agriregionieuropa.it.

Gasbarra S., Iapichino G., Pace P., (2002). *La corilicoltura viterbese, aspetti produttivi e di mercato*, Tuscia Economica, n.1.

Grion L., (2007). *Alimentari, via alla vendita diretta. I mercati aperti ai contadini*, La Repubblica, 15 settembre 2007.

Henke R. (a cura di), (2004). *Verso il riconoscimento di un'agricoltura multifunzionale*, INEA, Roma.

ISTAT, (2001). *V Censimento Generale dell'Agricoltura*, www.istat.it.

Lucia D., (2000). *Cresce l'interesse per il miele biologico*, www.apicoltura.it.

Magnaghi A., (2000). *Il progetto locale*, Bollati Boringhieri, Torino.

Mazzieri A., Esposti R., (2005). *Quanto sono diverse le imprese agricole "giovani"?*, AgriRegioniEuropa, anno I, n.2, www.agriregionieuropa.it.

Van der Ploeg J.D., (2006). *Oltre la modernizzazione*, Rubbettino, Soveria Mannelli (CZ).