



fondazione
gianfranco pittatore
STUDI E RICERCHE IN CAMPO
ECONOMICO E FINANZIARIO

 **The European House**
Ambrosetti

 **FONDAZIONE**
CASSA DI RISPARMIO
DI ALESSANDRIA

27 MAGGIO 2013

PALAZZO DEL MONFERRATO
ALESSANDRIA

3° FORUM

LA VALORIZZAZIONE DEL

MONFERRATO

PER LO SVILUPPO DELLA PROVINCIA DI

ALESSANDRIA

3° WORKING PAPER

ANALISI, RIFLESSIONI E PROPOSTE
PER LO SVILUPPO ECONOMICO E
SOCIALE DEL TERRITORIO

Rapporto realizzato da The European House - Ambrosetti per la Fondazione "Gianfranco Pittatore" e la Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria.

© 2013 The European House - Ambrosetti S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Il presente documento è di proprietà di The European House - Ambrosetti S.p.A. Nessuna parte di esso può essere riprodotta, memorizzata in un sistema di ricerca automatica, o trasmessa in qualsiasi forma o tramite qualsiasi supporto – elettronico, meccanico, fotocopiatura, registrazione od altro – senza l'autorizzazione scritta di The European House - Ambrosetti S.p.A.

3° WORKING PAPER

ANALISI, RIFLESSIONI E PROPOSTE PER LO SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE DEL TERRITORIO

INDICE

<i>Executive Summary</i>	1
1. Tempi, fasi, obiettivi e approccio metodologico del progetto	1
2. Il sistema economico locale tra crisi e ripresa: luci e ombre nella Provincia di Alessandria e nel Monferrato	5
3. Misurazione della qualità della vita in Provincia di Alessandria	34
o L'analisi dell'indice di Qualità della vita nelle Province italiane stilato da Il Sole 24 Ore	34
o I risultati dell'indagine realizzata presso i cittadini della Provincia di Alessandria attraverso la compilazione di un questionario <i>on-line</i>	60
4. La visione del futuro per la Provincia di Alessandria	65
5. Lo scenario del settore turistico alessandrino e le proposte per lo sviluppo del Monferrato come destinazione turistica	72
o L'evoluzione dei <i>trend</i> del turismo nel mondo	72
o Lo scenario del turismo alessandrino	75
o L'offerta turistica della Provincia di Alessandria: un potenziale ancora inespresso	84
o Proposte per il futuro turistico del territorio	97
6. La <i>green economy</i> come opportunità di sviluppo e differenziazione del territorio	101
o Quadro di riferimento internazionale	101
o <i>Facts and Figures</i> del settore " <i>green</i> " in Italia	103
o Il posizionamento " <i>green</i> " di Alessandria	110
o Il progetto Greennovation@AL	115
o Alcuni casi di ispirazione per Alessandria	122

Executive Summary

Nel periodo compreso tra la seconda metà del 2011 e la prima metà del 2013, la terza fase del percorso progettuale "La Valorizzazione del Monferrato per lo sviluppo della Provincia di Alessandria" ha avuto l'obiettivo di condividere, rafforzare e rendere operativa la visione di sviluppo della Provincia di Alessandria proposta e presentata durante la scorsa edizione del *Forum* (maggio 2011).



Diventare entro il 2020 uno dei sistemi territoriali italiani più **aperti, dinamici e attrattivi**, garantendo ai propri cittadini elevati livelli di **occupazione, benessere diffuso e coesione sociale**



Trasformare il policentrismo in **orgoglio di appartenenza** ad un unico territorio



Capitalizzare il valore simbolico del Monferrato per **attrarre imprese, turisti, giovani e talenti**



Costruire uno **sviluppo economico duraturo e sostenibile**, attraverso attività ad alta intensità di **innovazione, conoscenza e sviluppare un'identità green**

Figura 1 – La visione al 2020 per la Provincia di Alessandria

Anzitutto è stato avviato un tavolo di confronto e coordinamento della *leadership* politico istituzionale e la classe dirigente del territorio, che ha voluto rappresentare un contesto indipendente di confronto e discussione, dove raccogliere *input* e condividere nuove idee e progettualità e definire le priorità.

Il tavolo si è riunito in cinque occasioni per discutere temi trasversali come l'immagine del territorio e la qualità della vita, le potenzialità del turismo e della valorizzazione dei prodotti enogastronomici, i poli di ricerca e innovazione nel campo della *green economy*. Ha inoltre dato vita anche a tavoli di lavoro e riunioni più ristrette su alcuni temi specifici come l'ordine pubblico e la sicurezza e nuovi modelli di finanziamento di attività imprenditoriali e di attrattività di investimenti.

In particolare, i temi del rilancio del turismo e dello sviluppo di una identità *green* per il territorio sembrano rispondere coerentemente agli obiettivi di visione proposti, rappresentano due ambiti di intervento da sviluppare in via prioritaria e per questo sono stati oggetto di approfondimento di questo lavoro.

Il sistema economico locale tra crisi e ripresa: punti di forza e di debolezza del territorio

I punti di forza della Provincia di Alessandria possono essere distinti in elementi strutturali favorevoli, da considerare come *asset* strategici e non soggetti a variazioni, e alcuni fattori competitivi in cui il territorio è oggi ben posizionato, ma sui quali occorre continuare a lavorare per mantenere tale posizionamento anche in futuro.

Tra gli elementi strutturali favorevoli ci sono senza dubbio la localizzazione geografica strategica, il ricco patrimonio paesaggistico, artistico e culturale e un'eredità storica significativa.

Tra i fattori in cui la Provincia gode di un vantaggio competitivo c'è anzitutto il forte grado di apertura commerciale, trainato principalmente dalle esportazioni del settore metalmeccanico. L'ottimo risultato dell'*export* è da ricollegare alla significativa presenza delle medio-grandi imprese sul territorio che assicurano una certa tenuta, sebbene in fase recessiva, della produzione industriale.

La presenza di importanti gruppi industriali ha favorito investimenti in ricerca e sviluppo che hanno portato ad innovazioni di prodotto e processo delle migliori aziende del territorio e al fiorire di iniziative legate alla *green economy*.

Per quanto riguarda gli elementi di attrattività, l'*outlet* di Serravalle è capace di attrarre sul territorio quasi 5 milioni di visitatori all'anno e oggi rappresenta un importante catalizzatore anche per i turisti stranieri.

A livello di infrastrutture la viabilità si conferma come un punto a favore del territorio, grazie ad una importante dotazione stradale e autostradale e alla molteplicità di accessi. Sul territorio rimangono attive, sebbene con difficoltà di erogazione legate alla situazione congiunturale del sistema finanziario, due importanti fondazioni bancarie.

Passando ad analizzare i punti di debolezza, si conferma lo scarso sfruttamento della posizione geografica strategica, in particolare in ambito logistico, una scarsa capacità di comunicazione e promozione del territorio, soprattutto in tema di turismo, una bassa attrattività degli investimenti dall'estero, una bassa dotazione di infrastrutture telematiche e una strutturale fragilità finanziaria delle imprese, misurabile attraverso il rapporto tra sofferenze e impieghi bancari.

Pur restando un elemento di debolezza, migliora lievemente la struttura demografica, grazie ad una lenta riduzione dell'incidenza della popolazione *over 65*, grazie al flusso dell'immigrazione regolare. Infine, migliora anche l'indicatore sulla qualità della vita, misurato annualmente dal Sole24Ore, che però assegna ad Alessandria una posizione ancora molto penalizzante.

Infine, peggiora ulteriormente il dato del numero di imprese registrate, anche a fronte della scarsa imprenditorialità giovanile e il dissesto finanziario del Comune di Alessandria, episodio più grave delle difficoltà che stanno attraversando molte Istituzioni locali e che rappresenta un nuovo rilevante punto di debolezza per l'intero territorio.

La qualità della vita in Provincia di Alessandria

Poiché il benessere della popolazione è un obiettivo prioritario per la realizzazione della visione proposta, il tema della qualità della vita in Provincia di Alessandria è stato approfondito utilizzando come strumento la classifica annuale redatta dal Sole24Ore.

L'analisi dei dati di dettaglio di questo indice ha messo in luce sia fattori che sembrano penalizzare il territorio, sia situazioni di oggettiva difficoltà della Provincia. Il tavolo si è quindi mobilitato affinché venissero messe in atto tutte le azioni possibili per risalire tale classifica, che provoca un danno di immagine notevole dal punto di vista dell'attrattività nei confronti di imprese, turisti, studenti, lavoratori, nuovi residenti, ecc..

Sono emersi in particolare due temi su cui lavorare:

- a) il rilancio dell'attività imprenditoriale;
- b) il ridimensionamento dell'emergenza criminalità.

a) Il rilancio dell'attività imprenditoriale

In merito alla situazione dell'imprenditoria, la classifica 2012 del Sole24Ore evidenzia alcuni dati allarmanti. Nonostante il buon *trend* di crescita della popolazione di età compresa tra i 15 e i 29 anni e la quota di immigrazione regolare sulla popolazione totale, la Provincia sconta notevoli carenze in termini di laureati ogni 1.000 giovani tra i 25 e i 30 anni. Questo dato si ripercuote sulla vivacità dell'imprenditoria giovanile che vede la Provincia di Alessandria tra le ultime in Italia.

Queste variabili risultano essere fortemente collegate poiché ad un *deficit* di investimento in formazione corrisponde una scarsa vivacità imprenditoriale giovanile. Ne consegue che una parte di nuove potenziali imprese non vede la luce e ciò contribuisce a una scarsa propensione all'investimento sul territorio.

Al fine di stimolare il rilancio della nuova imprenditoria, è stato proposto di realizzare un fondo di *Venture Capital* con *focus* prevalente sul territorio. L'iniziativa è stata presentata in una riunione convocata presso la sede di Confindustria di Alessandria nella quale si è discusso delle possibilità di sviluppo del fondo e del coinvolgimento come co-finanziatori degli imprenditori locali per la realizzazione dello stesso.

b) Il ridimensionamento dell'emergenza criminalità

In merito alla gestione della microcriminalità, ciò che è emerso da un incontro ristretto espressamente dedicato al tema con i vertici delle Forze dell'Ordine locali e il Prefetto, è il limite insito nella valutazione dell'attività criminale su un territorio attraverso lo studio delle statistiche - quali quelle impiegate nell'indice del Sole24Ore - che generalmente non sono in grado di cogliere gli aspetti di emergenza o allarme sociale che alcuni reati presentano. Il territorio alessandrino infatti non presenta dati preoccupanti legati ai reati più allarmanti. In particolare:

- Il numero di omicidi volontari in Provincia di Alessandria è basso (0,7 su 100 mila abitanti nel 2010 contro una media nazionale di 0,9);

- I reati di violenza sessuale sono ridotti (8,6 su 100 mila abitanti nel 2010 contro i 9,1 dell'Italia Nord-Occidentale).

Nel computo dei reati va considerato anche che i dati ISTAT sono pubblicati sulla base dei delitti denunciati alla Magistratura da parte delle Forze dell'Ordine, non sulle condanne effettive.

Il lavoro di verifica svolta ha quindi permesso di ridimensionare tale problematica, che deriva più da una lettura sbilanciata delle statistiche che non da un reale problema sul territorio.

Lo sviluppo del turismo

Alla luce della recente evoluzione dei *trend* turistici nel mondo, guidata dall'interesse per la salute e il benessere, da una maggiore capacità di programmazione e scelta del tempo libero e da un interesse sempre più forte verso la sperimentazione di esperienze originali e caratteristiche, la Provincia si trova di fronte all'opportunità e alla sfida di ridefinizione della propria offerta per fare del turismo un *driver* di crescita e sviluppo del territorio.

La situazione attuale del turismo alessandrino è fatta di luci ed ombre: la Provincia presenta un *trend* crescente di arrivi turistici, ma il numero di arrivi per abitante è inferiore alla media piemontese. Gli arrivi dall'estero ad Alessandria sono però aumentati nell'ultimo anno, facendo segnare la *performance* migliore nell'area Langhe-Roero e Monferrato.

Le presenze turistiche seguono un *trend* di crescita costante. Anche nel caso delle presenze turistiche però il dato sul numero di presenze per abitante non è particolarmente positivo per la Provincia. Dal rapporto tra presenze e arrivi emerge una bassa permanenza presso le strutture ricettive da parte dei visitatori. Il dato riflette anche il ruolo di "luogo di transito" del territorio verso altre mete come la Liguria o la Costa Azzurra.

L'analisi realizzata evidenzia come l'offerta turistica della Provincia di Alessandria sia carente proprio rispetto ai punti di forza che dovrebbe esprimere il territorio.

La realizzazione di un sistema di offerta integrato e distintivo è anche vincolata dalle connessioni che il territorio possiede con i punti di interesse strategici come le grandi città o i centri d'arrivo principali (grandi aeroporti, porti e *hub* ferroviari). Sebbene a livello di infrastrutture ferroviarie la Provincia di Alessandria presenti una buona dotazione di base, si registrano ancora gravi carenze sul fronte del servizio offerto: mancano infatti collegamenti in grado di agevolare il movimento di passeggeri (ad esempio da e per Milano) e rendere fruibili le numerose attrattive del territorio.

La priorità per il rilancio del turismo è a nostro avviso quella di affrontare il problema della frammentazione degli attori deputati alla *governance* del turismo e della conseguente dispersione delle iniziative con la creazione di una DMO (*Destination Management Organization*), ovvero una cabina di regia per elaborare la visione di sviluppo del Monferrato come destinazione turistica, definire le strategie di prodotto e avviare azioni/progetti concreti. La DMO avrà il compito di promuovere, supportare, lanciare azioni/progetti concreti, anche di collaborazione tra pubblico e privato, coerenti con la visione e le strategie individuate. Si tratta, ad esempio progetti di:

- perimetrazione e brandizzazione del Monferrato;
- «apertura» e valorizzazione dei Castelli;

- sviluppo di Marengo nel circuito *Battlefield Tourism*;
- promozione del paniere prodotti tipici;
- formazione per gli operatori turistici;
- *partnership* con l'*Outlet* di Serravalle.

Il potenziale della *Green Economy*

In un contesto internazionale di grande attenzione al tema della tutela dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile, la Provincia di Alessandria presenta delle potenzialità in questo ambito in grado di favorire un nuovo modello di crescita e attrattività locale e dotare il territorio di una identità *green*.

In Italia quasi un'impresa su quattro di tutte le imprese extra-agricole con almeno un dipendente ha fatto investimenti sul "*green*"¹ negli ultimi anni. Queste imprese registrano generalmente migliori performance nelle esportazioni e una più forte capacità di affrontare le difficoltà della crisi economica rispetto alle altre, com'è testimoniato dal saldo occupazionale di lavoratori dipendenti previsto per il 2012.

Dai numerosi dati analizzati appare evidente come l'ambito della *green economy* in questo momento sia tra quelli più promettenti per favorire, ad un territorio che decide di intraprendere un percorso verso tale direzione, la possibilità di crescere e di superare il grave momento di crisi economica attuale.

Sul territorio alessandrino sono presenti una serie di attori in grado, se contestualizzati in un ottica di rete di collaborazione, di sviluppare a pieno il potenziale *green* della Provincia. Queste forze, se coadiuvate da un sistema istituzionale e finanziario aperto al cambiamento, potranno portare ad uno sviluppo sostenibile della Provincia e alla creazione di nuovi posti di lavoro.

Sulla base delle potenzialità individuate e coerentemente con la visione al 2020 per la Provincia di Alessandria è stato formulato il progetto Greenovation@AL che si basa sui seguenti presupposti:

- l'opportunità della ricerca di un'identità per il territorio che non identifichi una sola parte ma che possa essere condivisa da tutti, non solo a livello nazionale ma anche europeo;
- la trasversalità rispetto agli ambiti culturali, sociali, economici, industriali e territoriali con una prospettiva volta al futuro;
- la capacità di attrarre risorse economiche e sociali, almeno dai territori limitrofi.

Come noto, un processo di conversione industriale deve prevedere la partecipazione dei principali attori del territorio appartenenti ai diversi tessuti presenti, quello economico, quello finanziario, quello istituzionale, quello sociale e universitario. La caratteristica di trasversalità insita nell'iniziativa favorirebbe la ricerca di soluzioni nei settori della *green economy*, dall'efficienza energetica alla mobilità sostenibile. Tali settori si declinano in molteplici ambiti d'applicazione quali: l'agricoltura, il settore alimentare, il turismo, la tutela dell'ambiente, l'edilizia ecc..

¹ Prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale.

In particolare, una decisione di riconversione verso la *green economy* in Provincia di Alessandria, porterebbe benefici ad alcuni consolidati punti di forza già individuati nel corso del percorso progettuale come: lo stato di salute delle imprese medio grandi che ancora oggi rappresentano la principale fonte di domanda di lavoro, la qualità della vita percepita dai cittadini, la capacità di innovazione del tessuto imprenditoriale locale, il potenziale sviluppo di un turismo basato sui trend emergenti di benessere e salute e fornirebbe una fonte di esperienze aggiuntive per la grande massa di visitatori del Serravalle *Outlet*.

Oltre a fare leva sui punti di forza evidenziati, il progetto Greenovation@AL potrebbe avere un impatto positivo su molti punti di debolezza evidenziati, come la scarsa intraprendenza, la staticità e la diffidenza verso nuovi scenari di *business*, la bassa attrattività di investimenti dall'estero e l'immagine del territorio connotata negativamente dal punto di vista ambientale.

Per raggiungere tali obiettivi occorre però, dal lato delle Istituzioni, garantire le migliori condizioni e creare incentivi alle imprese che compiono scelte di localizzazione sul territorio per investire nel settore *green* e stabilire accordi con i con il Governo del Paese per ufficializzare le decisioni prese a livello territoriale.



Figura 2 – Attori locali coinvolti nel processo di conversione verso uno sviluppo *green*



Capitolo 1

Tempi, fasi, obiettivi e approccio metodologico del progetto

Il progetto «La valorizzazione del Monferrato per lo sviluppo della Provincia di Alessandria»: percorso ed obiettivi



- Sviluppare, approfondire, aggiornare **analisi quantitative e qualitative del contesto socio-economico** della Provincia di Alessandria
- Definire insieme a tutti gli *stakeholder* rilevanti del territorio e con il contributo di esperti esterni una **Visione del Futuro** per la Provincia di Alessandria
- Avanzare **proposte e riflessioni concrete per favorire un piano di sviluppo del territorio**, coerente con gli obiettivi di visione stabiliti

Attività realizzate nella terza fase del progetto (1/2)

- **3° edizione dello Studio Strategico** (punti di forza e di debolezza del territorio, analisi e approfondimento di casi internazionali di successo di ispirazione per la Provincia di Alessandria, approfondimenti tematici su alcune linee di azione per realizzare la visione del futuro proposta per il territorio)
- **Tavolo di confronto e coordinamento** della leadership politico-istituzionale e della classe dirigente su diverse tematiche trasversali al territorio. Gli incontri del Tavolo hanno originato diverse attività relative a specifici temi:
 - Approfondimento metodologico con il responsabile della realizzazione dell'indice di qualità della vita de **Il Sole 24 Ore** per suggerire l'inserimento di nuovi indicatori che siano in grado di riflettere meglio le peculiarità di Alessandria
 - Organizzazione di **un tavolo tecnico** con il Prefetto ed i vertici delle Forze dell'Ordine per approfondire i dati su Ordine Pubblico e Sicurezza

Attività realizzate nella terza fase del progetto (2/2)

- **Coinvolgimento dell'Università del Piemonte Orientale** per la realizzazione di un Libro Verde della *green economy* per la Provincia di Alessandria e attività di coordinamento per la sua realizzazione
- Realizzazione di uno studio di fattibilità, individuazione dei *partner* di progetto e presentazione agli imprenditori alessandrini dell'opportunità di lanciare "**AL-Venture**", un fondo di investimento per favorire lo sviluppo e l'innovazione del territorio
- Realizzazione di **interviste** a numerosi **stakeholders del territorio**
- **2° rilevazione sulla realtà del territorio** con questionario ai cittadini, realizzato in *partnership* con i *media* locali (Ilpiccolo ed Ilmonferrato)
- **3° edizione del Forum** «La valorizzazione del Monferrato per lo sviluppo della Provincia di Alessandria»

Metodologia di lavoro per la 3° fase del progetto



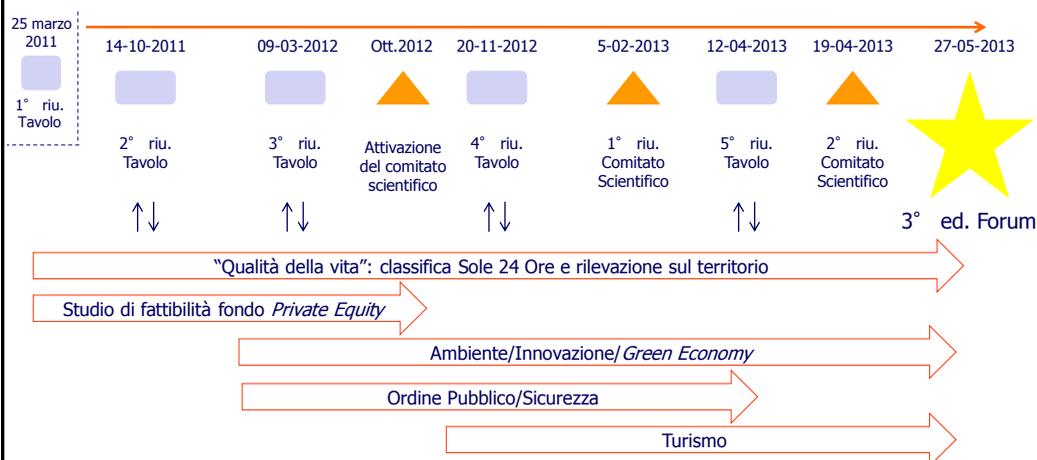
Il Comitato Scientifico della terza fase del progetto

- **Josep Ejarque** (Presidente e Amministratore Delegato, Fourtourism)
- **Riccardo Pietrabissa** (Professore Ordinario di Bioingegneria Industriale, Politecnico di Milano; Presidente, NETVAL – *Network* per la Valorizzazione della Ricerca Universitaria)
- **Valerio De Molli** (*Managing Partner*, The European House - Ambrosetti)

Tavolo di confronto e coordinamento della *leadership* politico-istituzionale e della classe dirigente del territorio

- Ha voluto rappresentare un contesto indipendente di **confronto e discussione** degli obiettivi di medio-lungo termine del territorio, dove **raccogliere *input* e condividere** nuove idee e progettualità, **definire le priorità, allineare e informare** rispetto all'avanzamento delle iniziative avviate, ecc.
- In due anni di lavoro, tra marzo 2011 e aprile 2013, si è **riunito 5 volte** per discutere **temi trasversali** come l'immagine del territorio e la qualità della vita, le potenzialità del turismo e della valorizzazione dei prodotti enogastronomici. Ha inoltre dato vita anche a **tavoli di lavoro e riunioni più ristrette** su alcuni **temi specifici** come l'ordine pubblico e la sicurezza o nuovi modelli di finanziamento di attività imprenditoriali e di attrattività di investimenti

Tavoli tecnici e temi di approfondimento 2011-2013



Capitolo 2

Il sistema economico locale tra crisi e ripresa: punti di forza e di debolezza della Provincia di Alessandria

Il sistema economico locale tra crisi e ripresa: luci e ombre nella Provincia di Alessandria e nel Monferrato

I 10 punti di forza del territorio

-  Situazione migliorata rispetto alle rilevazioni 2011
-  Situazione giudicata stabile rispetto alle rilevazioni 2011
-  Situazione peggiorata rispetto alle rilevazioni 2011

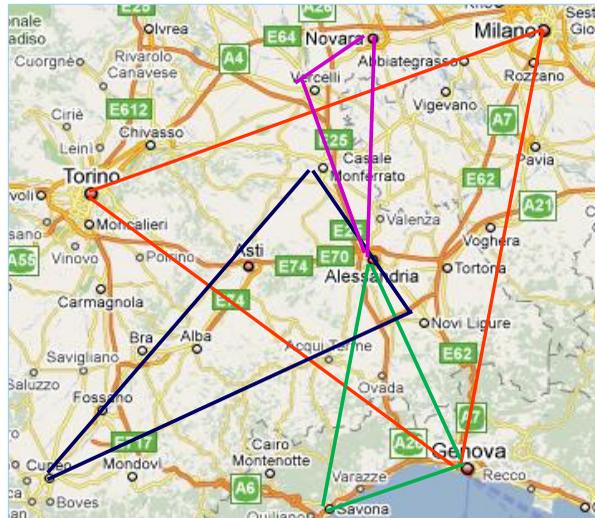
- | | | |
|--|---|---|
| Elementi strutturali favorevoli |  | Localizzazione geografica "strategica" |
| |  | Ricco patrimonio paesaggistico , artistico e culturale |
| |  | Eredità storica significativa |
| <hr style="border-top: 1px dashed #ccc;"/> | | |
| Fattori competitivi in cui il territorio è ben posizionato |   | Elevato grado di apertura commerciale |
| |   | Elevata incidenza di imprese di dimensioni medio-grandi ed elevata diversificazione settoriale |
| |   | Grande flusso di visitatori presso il Serravalle Outlet |
| |   | Ottima dotazione di infrastrutture stradali ed autostradali |
| |   | Presenza sul territorio di 2 Fondazioni bancarie territoriali |
| |   | Buona capacità di innovazione e ricerca e numerose iniziative legate alla <i>green economy</i> |
| |    | Buona qualità della vita percepita dai cittadini |

Localizzazione geografica strategica (1/2)

1


Triangolo industriale
GE-MI-TO


Triangolo della logistica
Alessandria
Genova
Savona




Triangolo enogastronomico e del turismo
Cuneo-
Alba-Asti-
Casale M.-
Alessandria
- Acqui Terme


Triangolo Universitario
Alessandria-
Casale M.,
Vercelli-Novara

Localizzazione geografica strategica (2/2)

1

- La posizione può favorire l'insediamento di operatori logistici integrati capaci di fornire servizi ad elevato valore aggiunto alle imprese del territorio e ai mercati di riferimento
- Il posizionamento di Alessandria all'incrocio del Corridoio 5 (Lisbona-Kiev) e del corridoio 24 (Genova-Rotterdam) è unico ed ineguagliabile



Ricco patrimonio paesaggistico, artistico e culturale (1/2)

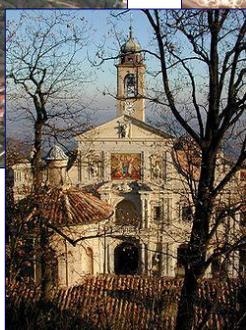
2

Alcuni esempi...

La cittadella di Alessandria



Sinagoga di Casale Monferrato



Sacro Monte di Crea

Ricco patrimonio paesaggistico, artistico e culturale (2/2)

2

Alcuni esempi...

Castello di Rocca Grimalda



Castello di Chiabrera



Il Basso Monferrato in generale e la Provincia di Alessandria in particolare vantano
la **più alta concentrazione di castelli al mondo!**

**42,4 castelli ogni 100 mila abitanti in Provincia di Alessandria vs.
3,8 castelli ogni 100 mila abitanti nella Valle della Loira**

Eredità storica significativa

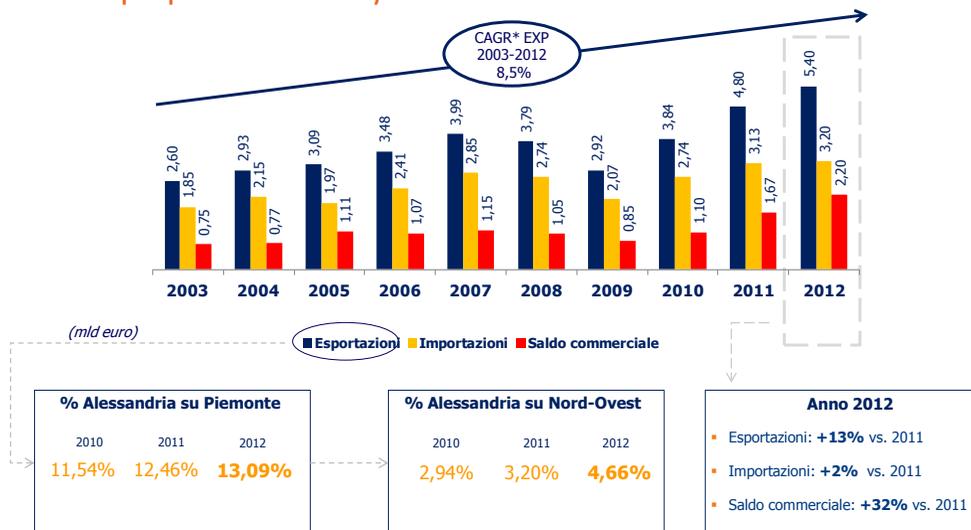
3

- Alessandria è stata un **laboratorio politico d'avanguardia**: seppur appena nata (1168) **fu una delle prime città**, assieme a Genova e Pavia, a **scrivere le proprie Consuetudini*** (1179), e a voler affermare la propria identità normativa in modo autonomo
- Nel **periodo napoleonico e risorgimentale** il territorio provinciale - soprattutto la città di Alessandria - si trovò al centro di importanti avvenimenti: dalla **battaglia di Marengo** (1800), a seguito della quale Alessandria venne annessa alla Francia, ai moti del 1821, quando Alessandria guidò la cosiddetta insurrezione piemontese e i generali insorti chiesero al Re l'adozione di una **Costituzione** che prevedesse maggiori diritti per il popolo piemontese

(*) Forma giuridica antica utilizzata per disciplinare la convivenza civile. Secondo molti studiosi si deve alle Consuetudini la nascita del diritto "locale" e cittadino come oggi lo conosciamo

Forte propensione all'export

4

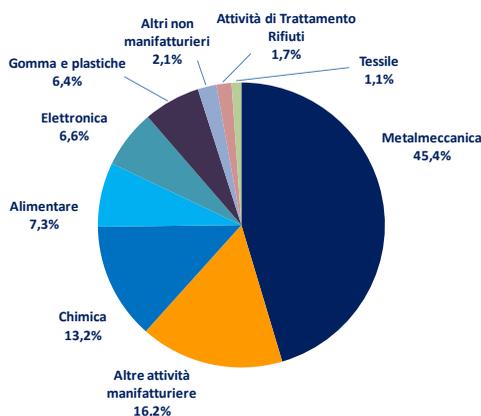


*CAGR= Compound Annual Growth Rate, tasso medio annuo composto di crescita

Forte propensione all'export

4

Ripartizione dell'export per settori, 2012

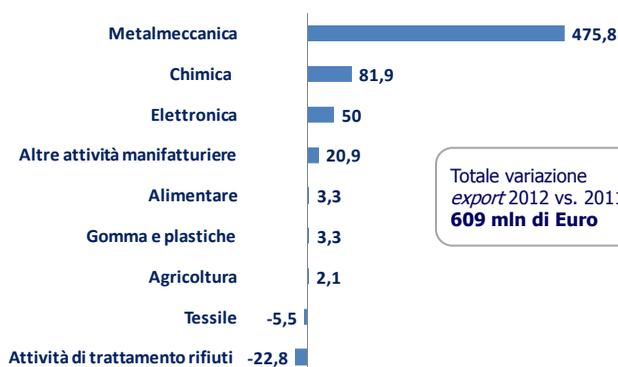


Dei **5,4** mld di Euro che la Provincia di Alessandria ha esportato nel 2012 il **45,5%** (2,46 mld di Euro) è stato **prodotto dal settore Metalmeccanico**

Forte propensione all'export

4

Variatione dell'export per settori industriali 2012 vs. 2011, milioni di €



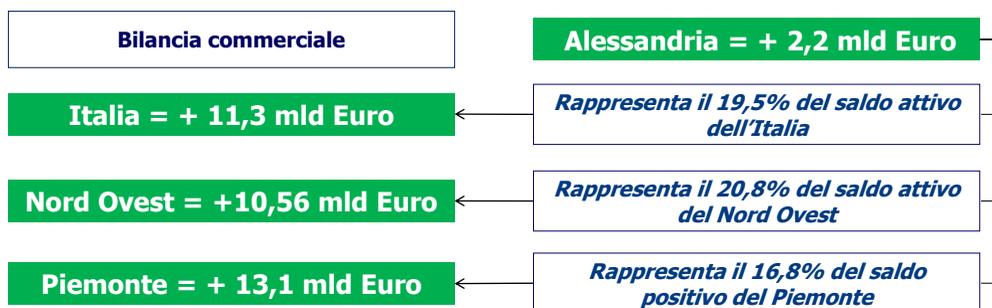
Totale variazione
export 2012 vs. 2011:
609 mln di Euro

- La Provincia di Alessandria nel **2012 è stata la 6° provincia italiana** in termini di crescita in valore assoluto dell'export
- La crescita della **sette metalmeccanico** (+24% rispetto al 2011) **ha guidato l'intero export della Provincia**

Il contributo del saldo commerciale della Provincia di Alessandria

4

- l'Italia è in surplus di 11,3 miliardi di Euro
- Il Nord Ovest è in surplus di +10,56 miliardi di Euro
- Il **Piemonte**, presenta un **saldo positivo di circa 13,1 miliardi di Euro**



L'Export come motore della crescita

4

- **Esportazioni 2012** → 5,4 miliardi di Euro
- **Tasso di apertura del mercato*** superiore sia alla media nazionale che regionale → Alessandria (78,8), Piemonte (52,3), Italia (55,4)
- **Propensione all'esportazione**** superiore sia alla media nazionale che regionale → Alessandria (50), Piemonte (35,5), Italia (25,4)
- I **primi 5 mercati** di destinazione dell'export alessandrino sono:
Svizzera (26,6%, +38,7% vs 2011), **Germania** (13,6%, +9,7% vs 2011), **Francia** (11,6%, +2,5% vs 2011), **Spagna** (6,1%, +12% vs 2011), **USA** (4,3%, +14,64% vs 2011)
- **Cina, India, Russia e Giappone** rappresentano una quota ridotta dell'export (5,7%)

• (*) Rapporto fra ammontare complessivo delle transazioni con l'estero (somma import ed export) delle imprese e valore aggiunto prodotto dall'economia moltiplicato per 100

• (**) Rapporto fra ammontare complessivo delle esportazioni e il valore aggiunto prodotto per 100

Elevata incidenza di imprese di dimensioni medio-grandi

5

Fatturato della medio-grande impresa su popolazione attiva (15-64)

	Incidenza delle MGI (fatturato su popolazione attiva)		Variazione	Differenza con AL
	2010	2011	2010/2011	2011
Alessandria	69,4	71,3	2,7%	-
Piemonte	52,3	47,5	-9,2%	33,38%
Nord Ovest	61,2	59	-3,6%	17,25%

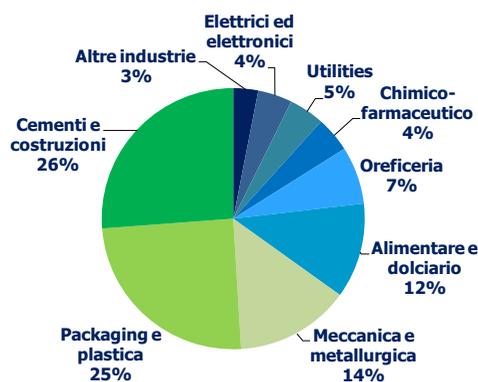
Numero di occupati della medio-grande impresa su popolazione attiva (15-64)

	Incidenza delle MGI (n. occupati su popolazione attiva)		Variazione	Differenza con AL
	2010	2011	2010/2011	2011
Alessandria	198	196	-1,0%	-
Piemonte	157	154	-1,9%	21,43%
Nord Ovest	173	169	-2,3%	13,78%

Elevata diversificazione in più settori industriali

5

Ricavi Provincia di Alessandria* per settore

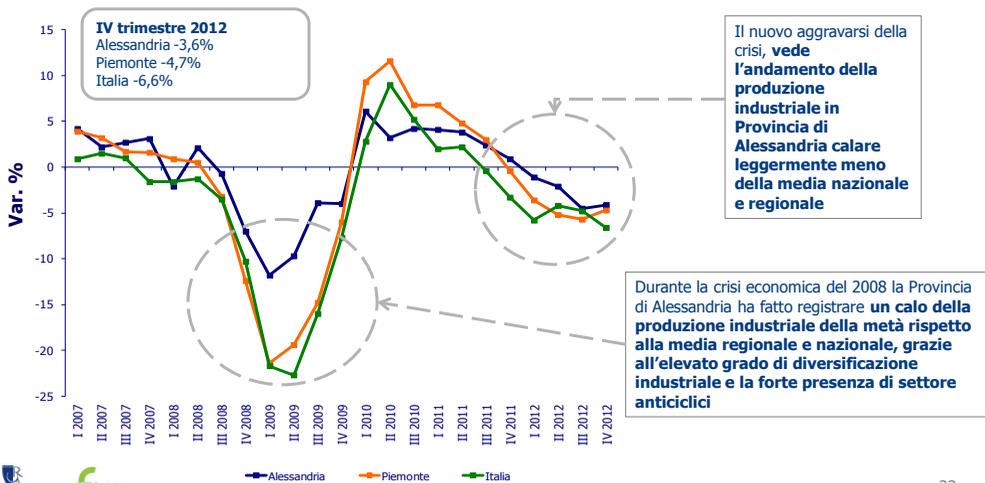


(*) I dati sono relativi ad un campione di imprese composto da società di capitali con sede legale e/o sede dell'attività principale in Provincia di Alessandria e con fatturato superiore a 750.000 Euro censite dalla banca dati Aida di Bureau Van Dijk

Gli impatti della crisi economica sulla produzione industriale

5

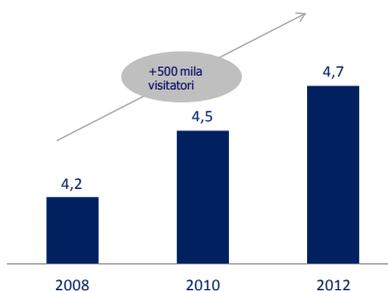
Andamento trimestrale della produzione industriale, 2007-2012 (Variazione % sullo stesso trimestre dell'anno precedente)



Presenza di un grande attrattore di visitatori: il Serravalle Outlet

6

- Con un flusso complessivo di **4,7 mil di visitatori** (2012) il Serravalle Outlet rappresenta di fatto il **principale attrattore di visitatori sul territorio**
- Nel 2012, il **25% del fatturato del Serravalle Outlet** è stato generato da **acquisti stranieri (+10 punti percentuali vs 2010)** principalmente **extra-europei** (Russia, Cina, Corea del Sud, Ucraina e Giappone)
- Aperto nel 2000, è il **più grande Outlet d'Europa**, con circa 180 negozi e marchi di prestigio internazionale
- L'Outlet rappresenta un eccezionale **opportunità di sviluppo per le realtà turistiche, commerciali ed economiche locali e può contribuire alla conoscenza del patrimonio storico e culturale del territorio**



Ottima dotazione di infrastrutture stradali ed autostradali

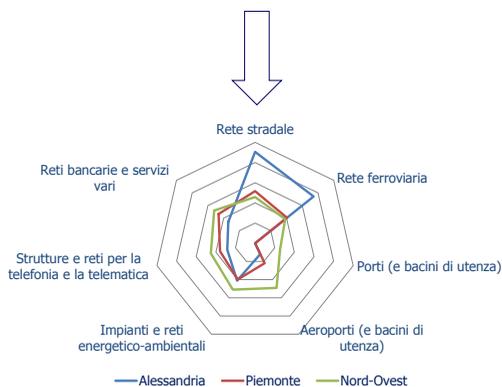
7

Indice generale infrastrutture economiche (Italia=100), 2011



- La Provincia di Alessandria presenta un valore dell'indice generale in linea con la media nazionale ma inferiore del 10% al valore dell'area Nord-Ovest

- La Provincia presenta un'ottima dotazione di reti stradali. La rete ferroviaria risulta ben strutturata ma il servizio offerto è carente. La dotazione delle infrastrutture telefoniche e telematiche e delle reti bancarie è ancora carente



Presenza di importanti fondazioni Bancarie sul territorio

8



Fondazione Cassa di
Risparmio di
Alessandria



Fondazione Cassa di
Risparmio di Tortona

... senza dimenticare la **Fondazione Cassa di Risparmio di Torino** e la **Compagnia di San Paolo**

Concentrazione di iniziative legate alla green economy

9

- Sul territorio sono attivi diversi attori e sono stati avviati numerosi progetti riconducibili alla **green economy**

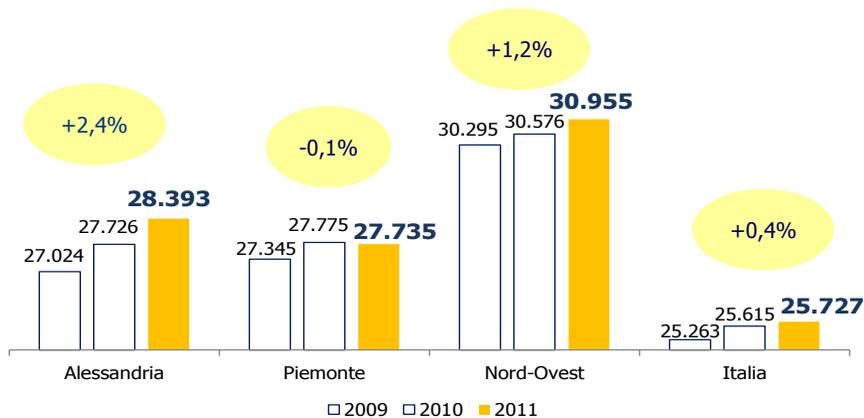


- Università
- Centri di ricerca pubblici e privati
- Parchi Scientifici e Tecnologici
- Poli di innovazione
- Grandi imprese
- PMI
- ...

Ricchezza pro capite in aumento e maggiore della media nazionale (1/2)

16

Variation del PIL pro capite 2009-2011, valori in Euro



Ricchezza pro capite in aumento e maggiore della media nazionale (2/2)

10

Classifica delle province italiane in base al PIL pro capite nel 2011

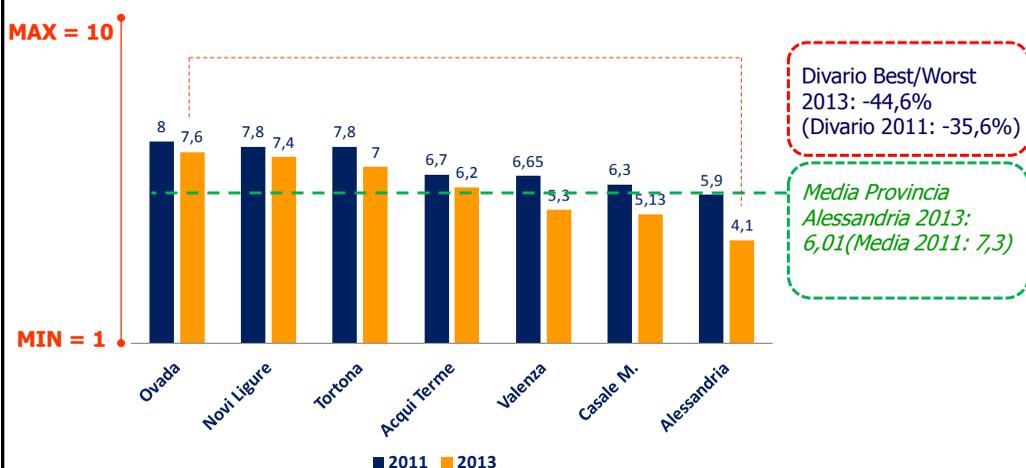
Posizione	Provincia	PIL procapite 2011	Variazione vs 2010
1	Milano	37.031,4	+0,9%
2	Bolzano/Bozen	36.170,1	+2,4%
3	Aosta	34.677,3	+1,7%
4	Bologna	34.129,9	+1,9%
5	Modena	32.715,8	+0,7%
6	Mantova	32.596,8	+2,2%
7	Forlì-Cesena	32.128,3	+2,9%
8	Parma	31.971,8	+2,3%
9	Bergamo	31.691,8	+2,9%
10	Roma	31.689,1	+0,1%
18	Cuneo	30.296,6	+2,4%
30	Vercelli	29.193,1	+2,8%
34	Alessandria	28.393,0	+2,4%
43	Biella	27.632,5	+2,0%
46	Torino	27.440,5	+1,4%
47	Novara	27.345,4	+1,0%
56	Asti	25.497,5	+2,4%
64	Verbano-Cusio-Ossola	23.259,8	+2,4%
	Piemonte	27.734,8	-0,1%
	ITALIA	25.726,5	+0,4%

La Provincia di Alessandria risulta :

- La **3°** provincia più ricca della **regione** e la **34°** in **Italia**
- Più ricca del **+10,4%** rispetto **media nazionale**
- Più ricca del **+2,4%** rispetto **alla media piemontese**

Buona qualità della vita percepita dai cittadini, anche se in netto calo (1/2)

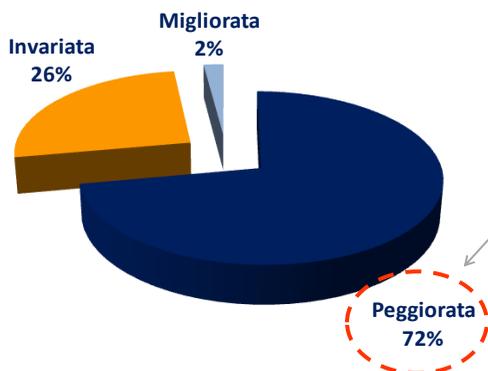
10



Buona qualità della vita percepita dai cittadini anche se in netto calo (2/2)

10

Pensa che negli ultimi 5 anni la qualità della vita nella sua area di residenza sia:



Nel 2011 la quota di cittadini che dichiarava che la qualità della vita fosse peggiorata era il 53,5%

I 10 punti di debolezza della Provincia di Alessandria

- 1 Invecchiamento demografico marcato**
 - 2 Campanilismo accentuato, frammentazione delle iniziative e scarsa capacità di "fare sistema"**
 - 3 Scarsa intraprendenza del tessuto imprenditoriale e vulnerabilità rispetto alla crisi**
 - 4 Basso sfruttamento della posizione strategica, carenza nella logistica**
 - 5 Bassa attrattività di investimenti dall'esterno**
 - 6 Immagine del territorio connotata negativamente dal punto di vista ambientale e indicatori di qualità della vita modesti**
 - 7 Scarsa capacità di comunicazione e promozione del territorio e mancanza di riconoscibilità (in particolare nel turismo)**
 - NEW** **8 Dissesto finanziario del comune di Alessandria**
 - 9 Bassa dotazione di infrastrutture ICT/Internet; scarsi collegamenti ferroviari con Milano e Torino per traffico passeggeri**
 - 10 Fragilità finanziaria delle imprese**
- Situazione migliorata rispetto alle rilevazioni del 2011
 Situazione giudicata stabile rispetto alle rilevazioni del 2011
 Situazione peggiorata rispetto alle rilevazioni del 2011

La struttura demografica della Provincia di Alessandria (1/6)

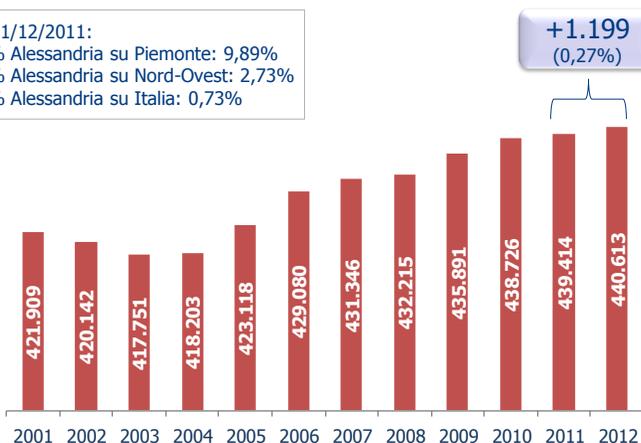
1

- A partire dal 2003 la popolazione residente in Provincia appare in leggera crescita
- Tra il 2002 e il 2012 è **aumentata del 5,5%**, nell'ultimo anno dello 0,27%

Popolazione residente al 1 gennaio, 2001-2012

Al 31/12/2011:

- % Alessandria su Piemonte: 9,89%
- % Alessandria su Nord-Ovest: 2,73%
- % Alessandria su Italia: 0,73%



La struttura demografica della Provincia di Alessandria (2/6)

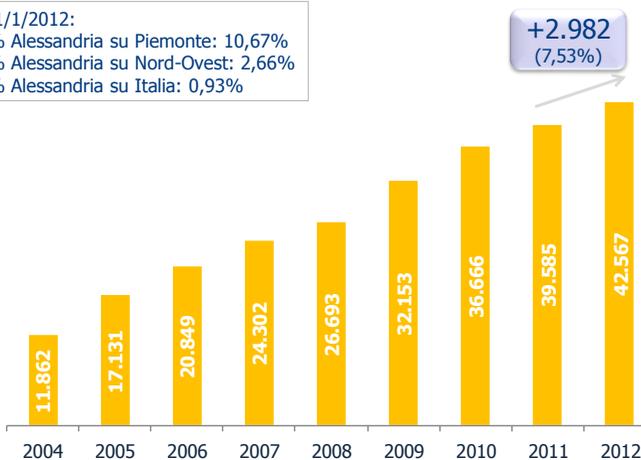
1

- La crescita dei **cittadini stranieri** regolarmente residenti è stata rapida: 3.574 nel 1993, 10.103 nel 2000 sino ai **42.567 nel 2012**, pari al **9,6%** della popolazione residente, rispetto ad una media nazionale del 7%
- I cittadini stranieri provengono per lo più dai Paesi dell'Europa dell'Est e dall'Africa settentrionale

Popolazione straniera residente al 1 gennaio, 2004-2012

Al 1/1/2012:

- % Alessandria su Piemonte: 10,67%
- % Alessandria su Nord-Ovest: 2,66%
- % Alessandria su Italia: 0,93%

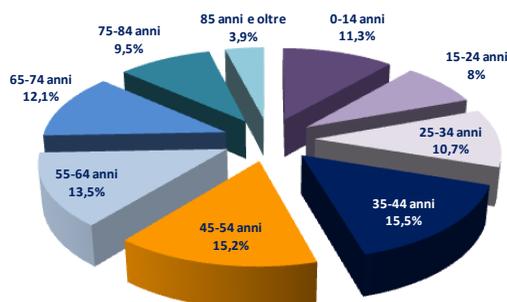


La struttura demografica della Provincia di Alessandria (3/6)

1

- La struttura demografica della Provincia è caratterizzata da **un'elevata presenza di anziani**. Le persone di 65 anni e oltre rappresentano il 25,6% della popolazione residente, valore più elevato rispetto alla media nazionale che è del 20,2%

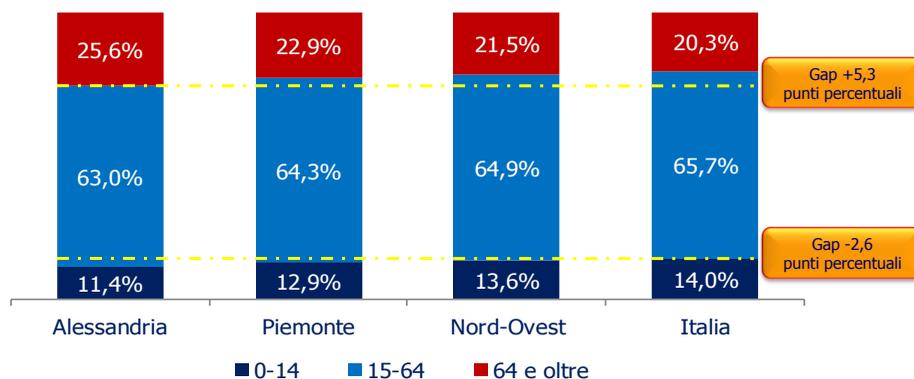
Popolazione residente totale, 2012



La struttura demografica della Provincia di Alessandria (4/6)

1

Struttura per età della popolazione al 1 gennaio, 2012

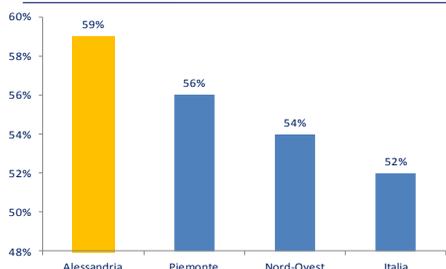


La struttura demografica della Provincia di Alessandria (5/6)

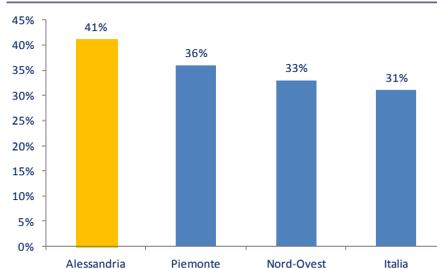
1

- L'indice di **dependenza strutturale*** (59 abitanti in età non lavorativa per ogni 100 persone in età di lavoro) è sensibilmente **superiore alla media nazionale** (52 su 100)
- Anche l'indice di **dependenza degli anziani** (rapporto tra popolazione di 65 anni e più e popolazione in età attiva) appare notevolmente superiore rispetto alla media nazionale

Indice di dipendenza strutturale, 2012



Indice di dipendenza anziani, 2012

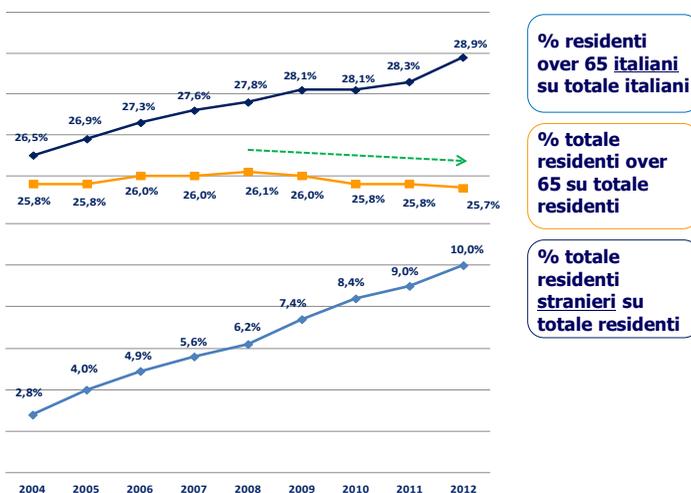


La struttura demografica della Provincia di Alessandria (6/6)

1

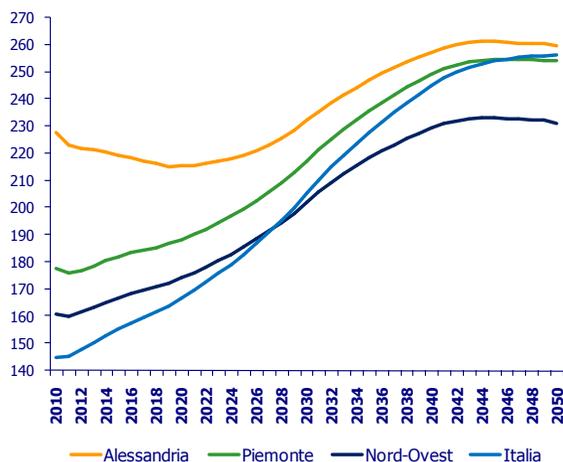
- A partire dal 2008 si è registrata una **lieve diminuzione dell'incidenza dei residenti over 65** sul totale della popolazione della Provincia di Alessandria (da 26,1% a 25,7%)
- Tale inversione di tendenza è **spiegata principalmente dalla crescita dell'incidenza dei cittadini stranieri residenti**

Evoluzione residenti over 64 anni vs. residenti stranieri 2004-2012



Le proiezioni confermano la debolezza demografica del Territorio 1

Indice di vecchiaia (rapporto tra over 64 e under 15), 2010-2050e



- Tuttavia si può notare che **le differenze tra Alessandria e gli altri Territori andrà a ridursi nel corso dei decenni**

Percezione delle imprese: i punti di forza e di debolezza del territorio 2

Secondo Lei quali sono gli attuali punti di forza e di debolezza del territorio della Provincia di Alessandria ?

FORZA

- Posizione geografica
- Dotazione infrastrutturale (stradale)
- Industria

DEBOLEZZA

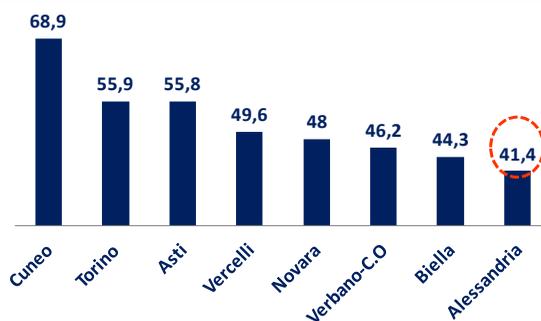
- Invecchiamento della popolazione
- Frammentazione, campanilismo e scarsa capacità di "fare sistema"
- Scarsa intraprendenza, staticità e diffidenza verso nuovi scenari

Il tessuto imprenditoriale (1/3)

3

Il territorio della Provincia di Alessandria è all'**81° posto tra le provincie italiane e all'ultimo posto tra le provincie piemontesi** per presenza di giovani imprenditori

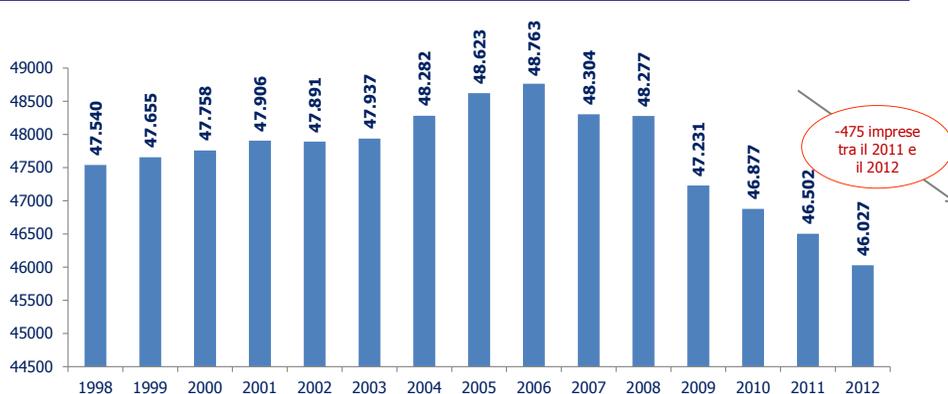
Numero di imprenditori under-30 ogni 1000 abitanti, 2011



Il tessuto imprenditoriale (2/3)

3

Numero di imprese registrate *, 1998 - 2012

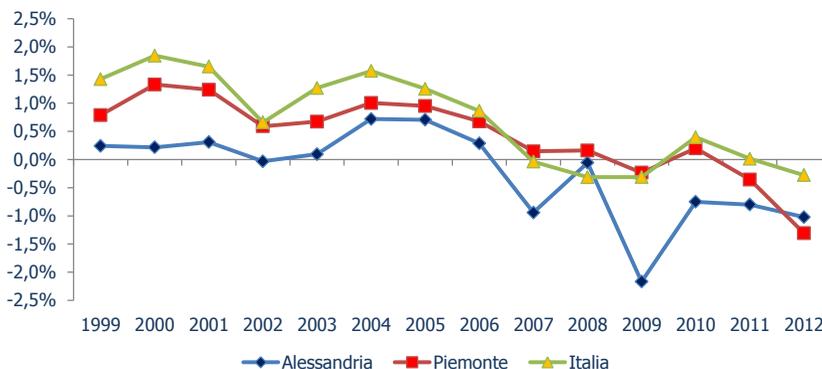


(*) Sono comprese tutte le società di persone e di capitali registrate presso la Camera di Commercio

Il tessuto imprenditoriale (3/3)

3

Tasso di variazione (anno su anno) numero di imprese registrate*, 1999 - 2012

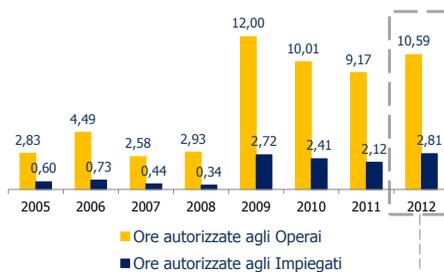


(*): Sono comprese tutte le società di persone e di capitali registrate presso la Camera di Commercio

Le ore di cassa integrazione

3

Ore totali (milioni di ore) di cassa integrazione in Provincia di Alessandria per Operai e Impiegati, 2005-2012



- Nel 2009 la Provincia ha registrato un forte aumento delle ore di cassa di integrazione (+349%) in linea con Torino (+376%) e la media regionale (+353%)

- Nel 2012 il numero di ore totali di cassa integrazione è tornato vicino ai livelli 2009 (+15,42% rispetto al 2011)

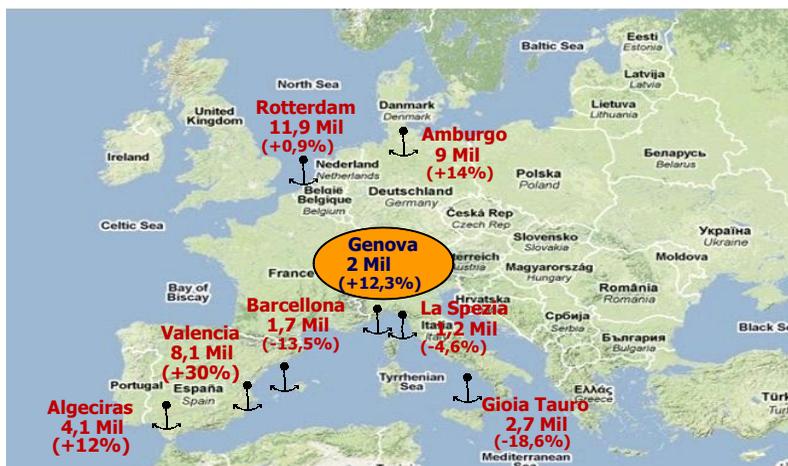


Composizione delle ore totali di cassa integrazioni in Provincia di Alessandria per Operai e Impiegati e per attività economica 2012



Sviluppo del settore logistico dipendente anche da fattori esterni non governabili

4



Il posizionamento strategico non è ancora pienamente sfruttato per la logistica

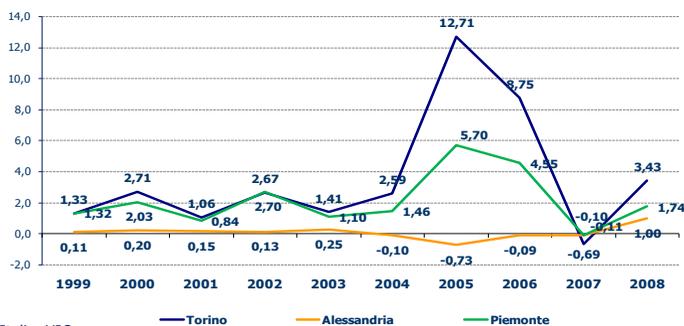
4

- Se da un lato il **posizionamento di Alessandria può risultare ottimale quale retroporto naturale di Genova**, dall'altro, poiché la Provincia di Alessandria non è né punto di arrivo (Genova) né punto di destinazione della merce (Milano,Torino), risulta mal sfruttato
- Il territorio di Alessandria dovrebbe **puntare sul diventare uno snodo logistico ad alto valore aggiunto**, puntando sulla lavorazione dei *container* e sull'ottimizzazione di operazioni di *tracking, picking, packaging, reverse logistic* di alta qualità in modo da creare valore aggiunto tra il porto di arrivo e la consegna della merce
- A questo scopo è nato il progetto della **Fondazione Slala** creato a fine 2003 su iniziativa degli Enti Piemontesi e Liguri per promuovere la logistica in Provincia di Alessandria ma sembra essersi sostanzialmente arenato

Investimenti Diretti Esteri: flussi netti (1/2)

5

Flussi netti di IDE in % del PIL nelle Province piemontesi, 1999 - 2008



Torino =
provincia
best
performer

Fonte: Banca d'Italia, UIC

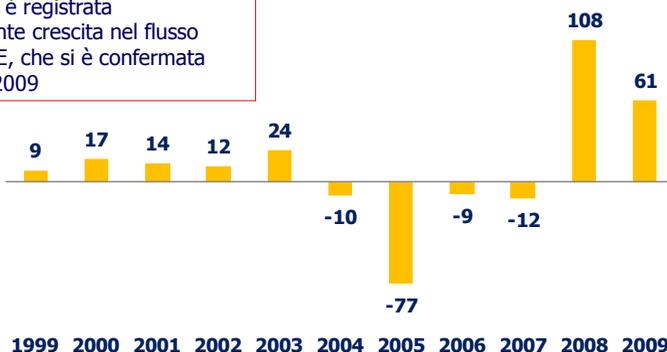
- Dal 2004 al 2007 i flussi di IDE verso Alessandria risultano negativi. In particolare, la contrazione registrata tra il 2004 e il 2007 è superiore alla somma dei flussi in entrata registrata dal 1999 al 2003. Nel 2008 invece si registra un'inversione di tendenza

Investimenti Diretti Esteri: flussi netti (2/2)

5

Flussi netti di IDE nella Provincia di Alessandria, 1999-2009 (milioni di euro)

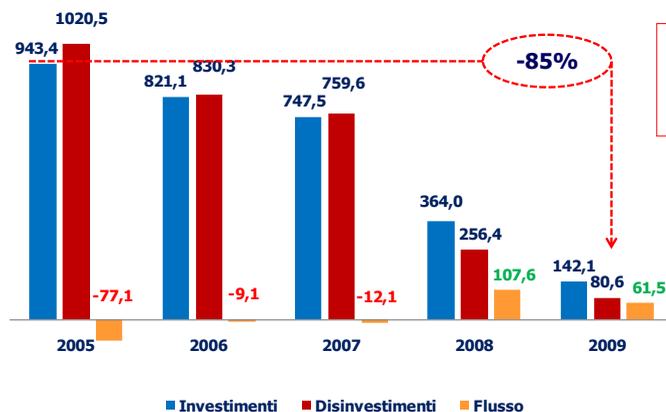
Nel 2008 si è registrata un'importante crescita nel flusso netto di IDE, che si è confermata anche nel 2009



Investimenti Diretti Esteri: valore degli investimenti e dei disinvestimenti

5

Investimenti stranieri verso Alessandria, 2005-2009 (milioni di euro)



La percezione della situazione attuale della provincia e le prospettive future (1/2)

6

Come giudica la situazione generale attuale della Provincia di Alessandria



Peggioramento del 14% rispetto al 2011

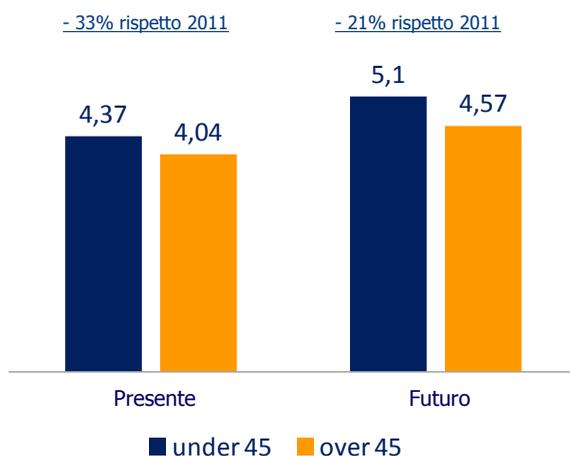
Come vede il futuro della Provincia di Alessandria



Miglioramento del 7% rispetto al 2011

La percezione della situazione attuale della provincia e le prospettive future (2/2)

6



- I dati raccolti attraverso il questionario, indicano un generale **pessimismo** dei cittadini
- Si segnala tuttavia, la fiducia in un lieve miglioramento della situazione futura e un pessimismo meno marcato nei giovani

La classifica della qualità della vita del Sole 24 Ore 2012 – nota metodologica

6

Ordine pubblico:

- Furti in casa ogni 100mila abitanti – 2011
- Furti d'auto ogni 100mila abitanti – 2011
- Estorsioni ogni 100mila abitanti – 2011
- Truffe e frodi inform. ogni 100mila abit. – 2011
- Scippi/rapine/borseggi/100mila abit. – 2011
- Variazione trend delitti totali - 2007/2011

Affari e lavoro:

- Tasso di disoccupazione – 2011
- Incidenza % delle sofferenze sui prestiti – 2011
- Rapporto impieghi/depositi – 2011
- Imprese registrate/100 abitanti - sett. 2012
- Quota delle esportazioni sul Pil – 2011
- Imprenditori 18-29 anni x mille della stessa età

Popolazione:

- Nati vivi ogni mille abitanti – 2011
- Numero di abitanti per kmq – 2011
- Immigrati regolari in % su popolazione – 2011
- Variaz. % quota giovani su popolazione - 2002-11
- Divorzi e separazioni ogni 10mila famiglie – 2010
- Laureati 2011 ogni mille giovani 25-30 anni

Servizi ambiente e salute:

- Cause evase su nuove e pendenti - 1° sem. 2011
- Indice Legambiente Ecosistema urbano – 2012
- Tasso di emigrazione ospedaliera (in %) – 2010
- Diff. Tra mese più caldo e più freddo - 2011/2012
- Asili comunali in % su utenza 0-3 anni – 2011
- Indice di copertura della banda larga - 2011

Tempo libero:

- N° presenze per abitante – 2010
- Indice di creatività – 2011
- Indice di sportività - agosto 2012
- Ristoranti e bar ogni 100mila abitanti - sett. 2012
- N° spettacoli ogni 100mila abitanti – 2011
- Librerie ogni 100mila abitanti - sett. 2012

Tenore di vita:

- Pil pro capite in euro – 2011
- Depositi per abitante in euro – 2011
- Spesa pro capite in euro veicoli/elet./mobili/pc – 2011
- Importo medio pensione/mese in euro – 2011
- Indice Foi costo vita (con tabacchi) – 2011
- Costo casa euro/mq semicentrale - settembre 2012

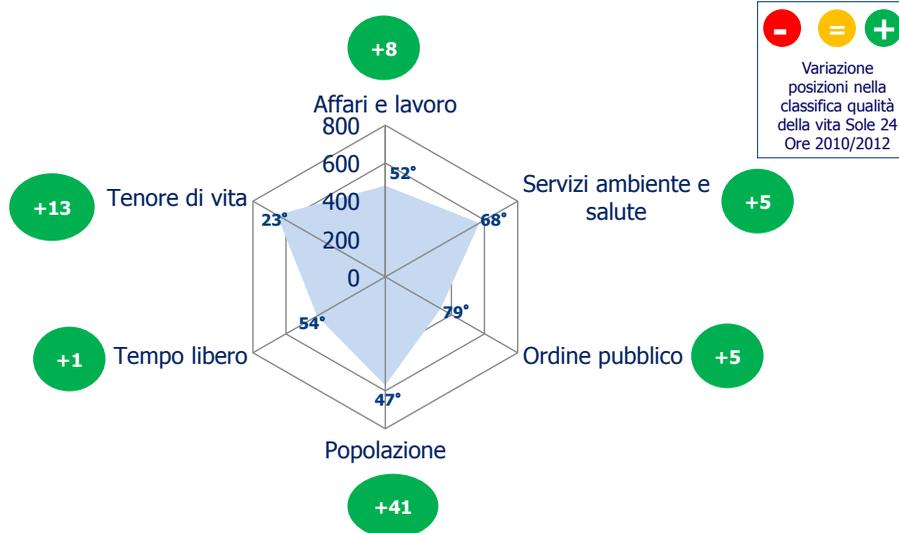
La classifica della qualità della vita del Sole 24 Ore 2012

6

Posizione 2012	Provincia	Punteggio	Posizione 2010	Confronto 2010/2012
1	BOLZANO	626	1	↑
2	SIENA	616	5	↑
3	TRENTO	604	2	↓
4	RIMINI	589	17	↑
5	TRIESTE	586	4	↓
6	PARMA	586	13	↑
7	BELLUNO	584	10	↑
8	RAVENNA	581	14	↑
9	AOSTA	581	6	↓
10	BOLOGNA	577	8	↓
60	ALESSANDRIA	504	72	↑

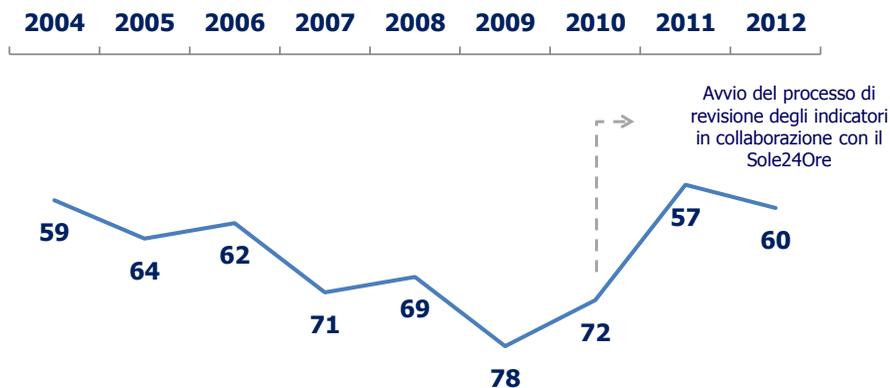
La classifica della qualità della vita del Sole 24 Ore 2012 – Alessandria, per sotto-indice

6



La classifica della qualità della vita del Sole 24 Ore 2012

6

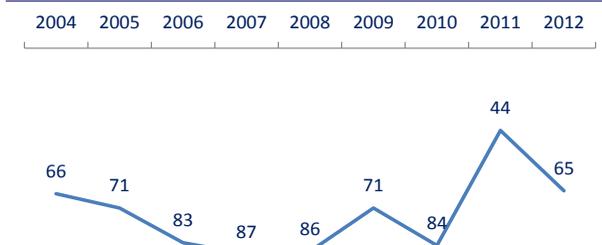


Indice Legambiente Ecosistema Urbano

6

- La città di Alessandria si trova al **65° posto su 104 capoluoghi di provincia analizzati**
- Tra le città medie (popolazione compresa tra 80.000 e 200.000 abitanti) **si colloca al 28° posto (su 44 città)**

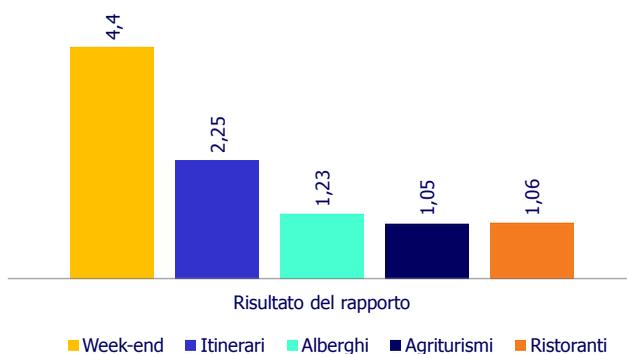
Posizionamento della Provincia di Alessandria nella classifica generale di Legambiente (2004-2012)



Un problema di immagine e notorietà: ricerche via web

7

Ricerche effettuate su Google per associazione tra nome del territorio (Monferrato vs. Langhe) e offerta turistica ricercata: rapporto tra i risultati per le Langhe e per il Monferrato



- Il **Brand "Langhe"** risulta più affermato e presente nelle ricerche internet se si considerano le ricerche di **week-end, itinerari turistici e alberghi** dove soggiornare
- Sono invece sostanzialmente allineate le ricerche per agriturismi e ristoranti

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Google Adwords, 2013 Valori medi del numero di ricerche effettuate su un arco temporale di 12 mesi per ogni parola chiave (per tutte le località, lingue disponibili e dispositivi utilizzabili).

57

Le debolezze del sistema turistico alessandrino

7

- Alessandria rappresenta...
 - il 14% della superficie del Piemonte
 - il 9,9% della popolazione del Piemonte
 - l'8,9% del PIL del Piemonte
- ... ma soltanto il **7,53% degli arrivi**, il **5,82% delle presenze turistiche** e il **6% dei posti letto**

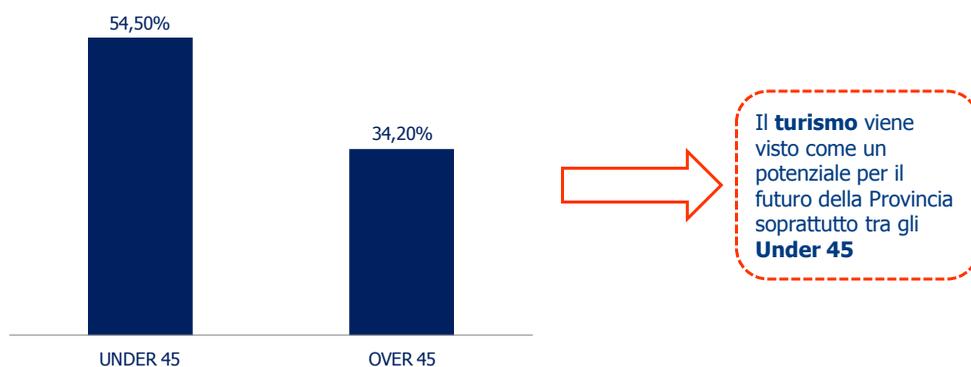


58

Lo sviluppo del Turismo secondo i cittadini è una priorità

7

- Il **42,5%** dei rispondenti al questionario che abbiamo sottoposto ai cittadini ha indicato lo sviluppo del Turismo come priorità per lo sviluppo del territorio



Il sistema d'offerta turistica in provincia di Alessandria

7

Un sistema ricco ed eterogeneo...

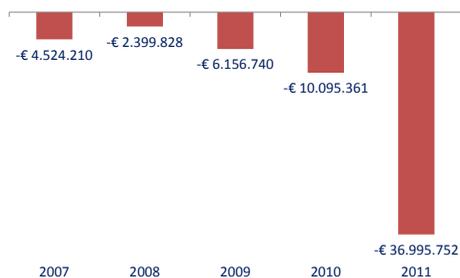


Il dissesto finanziario del Comune di Alessandria

8

- Il 12 giugno 2012 il Comune di Alessandria dichiara il fallimento: si stimano circa 200 milioni di euro di debiti
- Il fallimento del Comune comporta alcune gravi ripercussioni sul territorio:
 - **Inesigibilità dei crediti** da parte delle imprese che collaborano col pubblico
 - **Blocco degli stipendi** verso i dipendenti diretti e indiretti del Comune
 - **Blocco degli investimenti** sul territorio
 - **Aumento delle aliquote** connesse ai servizi pubblici locali (tassa sui rifiuti, trasporti, ecc..)
 - **Disaffezione da parte dei cittadini** alla vita politica locale

Disavanzo amministrativo del Comune di Alessandria, 2007-2011

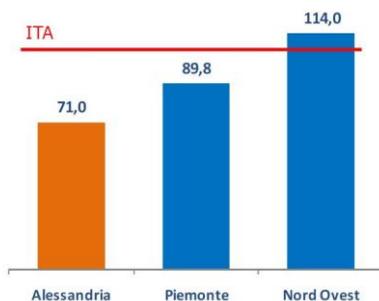


Bassa penetrazione delle reti telefoniche e telematiche (1/2)

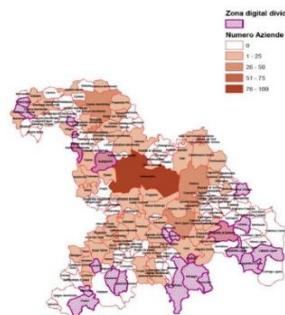
9

Una **bassa dotazione di reti per la telefonia e la telematica** rappresenta uno degli elementi che incidono in modo rilevante sul fenomeno del **digital divide**, cioè del divario esistente tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione e chi ne è escluso in modo parziale o totale

Mappatura delle aree in Provincia di Alessandria con copertura dei servizi ADSL parziale o nulla



Indice di dotazione delle infrastrutture per la telefonia e la telematica (valore medio italiano = 100)

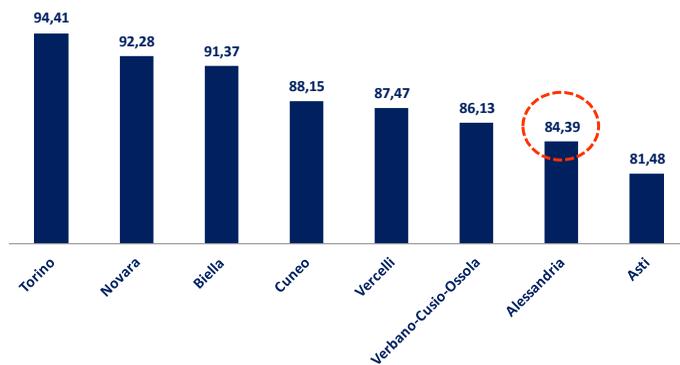


Bassa penetrazione delle reti telefoniche e telematiche (2/2)

9

In termini di connessione ADSL la **Provincia di Alessandria** si posiziona tra le 8 province piemontesi **al penultimo posto e 103° su 107 tra le provincie italiane**

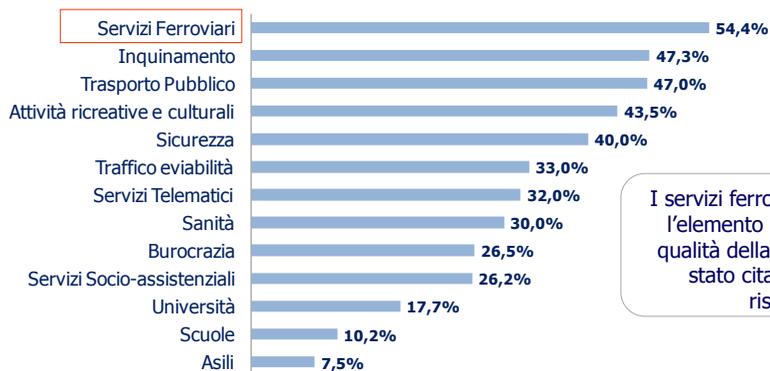
Indice della copertura della banda larga in Italia, 2011



Nonostante la buona rete ferroviaria, il livello di servizio è valutato molto carente dai cittadini

9

Gli elementi maggiormente carenti per la qualità della vita nella Provincia di Alessandria



I servizi ferroviari si confermano l'elemento più carente per la qualità della vita. Nel 2011 era stato citato dal 50% dei rispondenti

Il servizio ferroviario

9

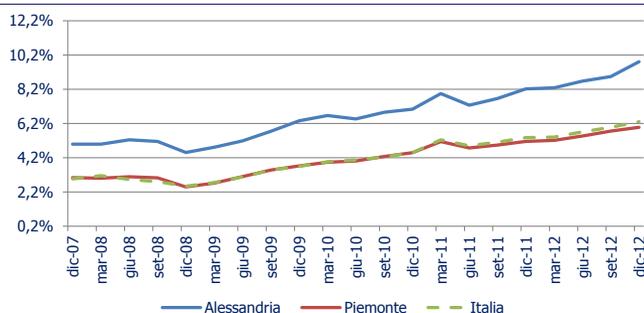
Stazione di partenza	Stazione di arrivo	Distanza (Km)	Durata Minuti	Velocità media (Km/ora)	Media tratte considerate per città di partenza	Divario (Km/h) tra Alessandria e altre città
Alessandria	Torino P.N.	91	58	93,8	80,4 km/h	↓
Alessandria	Genova P.P.	75	62	72,8		
Alessandria	Milano P.G.	88	71	74,6		
Parma	Milano Centrale	129	82	94,2	102,6 km/h	22,2
Parma	Bologna Centrale	90	58	111		
Verona	Milano Centrale	148	83	107,2	109 km/h	28,6
Verona	Venezia S.Lucia	120	65	110,8		
Piacenza	Milano Centrale	72	52	83	99,5 km/h	19,1
Piacenza	Bologna Centrale	147	76	116		

Anche se l'infrastruttura ferroviaria della Provincia di Alessandria è buona, il **servizio offerto rispetto ad altre città è oggi ancora scarso** (addirittura in leggero peggioramento rispetto al 2011), in particolar modo nei collegamenti con Milano. Nella fascia oraria dalle 5.15 alle 7.35 ci sono 7 treni diretti a Milano, ma per il resto del giorno esistono solo 3 treni diretti (Esempi altri collegamenti diretti: Parma – Milano 33, Piacenza – Milano 51, Verona – Milano 38)

Fragilità finanziaria delle imprese

10

Rapporto Sofferenze/Impieghi in Provincia di Alessandria, dic. 2007 – dic. 2012



- Il Rapporto tra sofferenze e impieghi bancari della Provincia di Alessandria rimane distante dal livello nazionale e regionale
- Questo dato è utile per sottolineare le difficoltà delle imprese nel rapporto col credito. Una bassa capacità di servizio del debito è spesso associata con difficoltà nella generazione di liquidità da parte delle imprese.

Capitolo 3

Misurazione della qualità della vita in Provincia di Alessandria

- ↳ L'analisi dell'indice di Qualità della vita nelle Province italiane stilato da Il Sole 24 Ore
- ↳ I Risultati dell'indagine realizzata presso i cittadini della Provincia di Alessandria attraverso la compilazione di un questionario *on-line*

La misurazione della qualità della vita

- La qualità della vita può essere misurata attraverso indicatori statistici quantitativi, rappresentativi delle diverse dimensioni e aspetti che interessano la vita di singoli individui, famiglie e imprese
- Esistono numerosi indicatori sintetici di questo tipo, che tengono conto di aspetti legati alla popolazione, l'ambiente, il lavoro, la salute, la sicurezza, il benessere economico, l'istruzione, la mobilità, i servizi di assistenza, la cultura, ecc.
- Uno di questi è l'**indice di qualità della vita pubblicato dal Il Sole 24 Ore** ogni anno, indicatore completo a livello di aspetti e dimensioni considerati e particolarmente rilevante perché trova diffusione sul quotidiano economico nazionale più importante
- Per questo **i suoi risultati assumono una forte valenza di comunicazione** – in positivo o in negativo a seconda della posizione assunta nella classifica finale – **dell'immagine delle 107 province italiane**

La misurazione della qualità della vita

- Indipendentemente dal fatto che la classifica de Il Sole24Ore sia da considerare una buona approssimazione della qualità effettiva della vita dei cittadini e delle imprese, è importante **riuscire a mettere in atto un piano di azioni mirate che coinvolga tutti gli stakeholder del territorio**, ciascun per le aree di propria competenza, al fine di **eliminare i fattori penalizzanti e rafforzare i punti di forza** della Provincia
- Inoltre il gruppo di lavoro The European House - Ambrosetti ha svolto, durante il biennio 2011-2012, un lavoro di **identificazione e proposta** ai responsabili del Sole24Ore di indicatori più idonei a misurare alcuni aspetti della qualità della vita, al fine di meglio riflettere le caratteristiche della Provincia di Alessandria e contribuire così a **migliorarne il posizionamento in questa classifica**
- Nel caso di un tema particolarmente critico come la sicurezza ed i reati, è stato realizzato **un tavolo specifico con i vertici delle forze dell'ordine e il Prefetto** al fine di contestualizzare correttamente i dati rilevati sull'ordine pubblico e la sicurezza, eccessivamente penalizzanti per la Provincia di Alessandria

La classifica della qualità della vita de Il Sole 24 Ore, 2012

Posizione 2012	Provincia	Punteggio	Posizione 2011	Confronto 2011/2012	
1	BOLZANO	626	2	↑	1
2	SIENA	616	8	↑	6
3	TRENTO	604	6	↑	3
4	RIMINI	589	11	↑	7
5	TRIESTE	586	4	↓	1
6	PARMA	586	13	↑	7
7	BELLUNO	584	3	↓	4
8	RAVENNA	581	5	↓	3
9	AOSTA	581	10	↑	1
10	BOLOGNA	577	1	↓	9
60	ALESSANDRIA	504	57	↓	3

La classifica della qualità della vita de Il Sole 24 Ore 2012 – nota metodologica

6

Ordine pubblico:

- Furti in casa ogni 100mila abitanti – 2011
- Furti d'auto ogni 100mila abitanti – 2011
- Estorsioni ogni 100mila abitanti – 2011
- Truffe e frodi inform. ogni 100mila abit. – 2011
- Scippi/rapine/borseggi/100mila abit. – 2011
- Variazione trend delitti totali - 2007/2011

Affari e lavoro:

- Tasso di disoccupazione – 2011
- Incidenza % delle sofferenze sui prestiti – 2011
- Rapporto impieghi/depositi – 2011
- Imprese registrate/100 abitanti - sett. 2012
- Quota delle esportazioni sul Pil – 2011
- Imprenditori 18-29 anni x mille della stessa età

Popolazione:

- Nati vivi ogni mille abitanti – 2011
- Numero di abitanti per kmq – 2011
- Immigrati regolari in % su popolazione – 2011
- Variaz. % quota giovani su popolazione - 2002-11
- Divorzi e separazioni ogni 10mila famiglie – 2010
- Laureati 2011 ogni mille giovani 25-30 anni

Servizi ambiente e salute:

- Cause evase su nuove e pendenti - 1° sem. 2011
- Indice Legambiente Ecosistema urbano – 2012
- Tasso di emigrazione ospedaliera (in %) – 2010
- Diff. Tra mese più caldo e più freddo - 2011/2012
- Asili comunali in % su utenza 0-3 anni – 2011
- Indice di copertura della banda larga - 2011

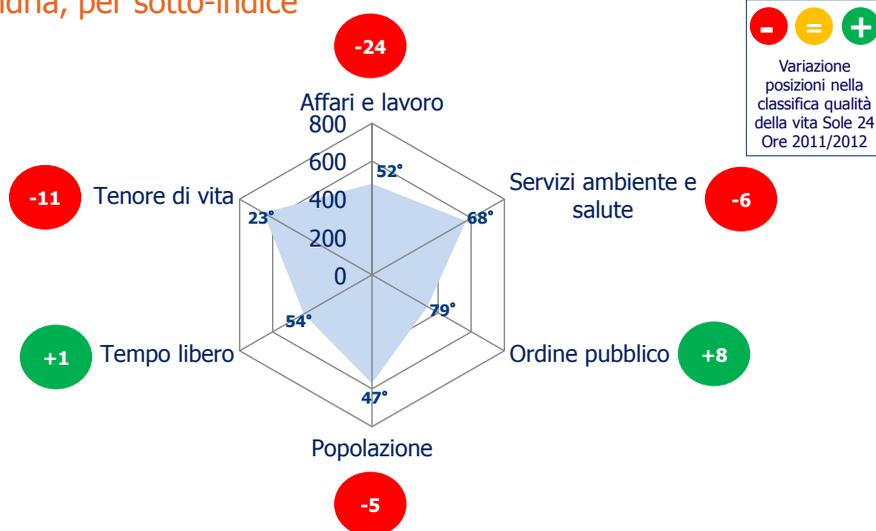
Tempo libero:

- N° presenze per abitante – 2010
- Indice di creatività – 2011
- Indice di sportività - agosto 2012
- Ristoranti e bar ogni 100mila abitanti - sett. 2012
- N° spettacoli ogni 100mila abitanti – 2011
- Librerie ogni 100mila abitanti - sett. 2012

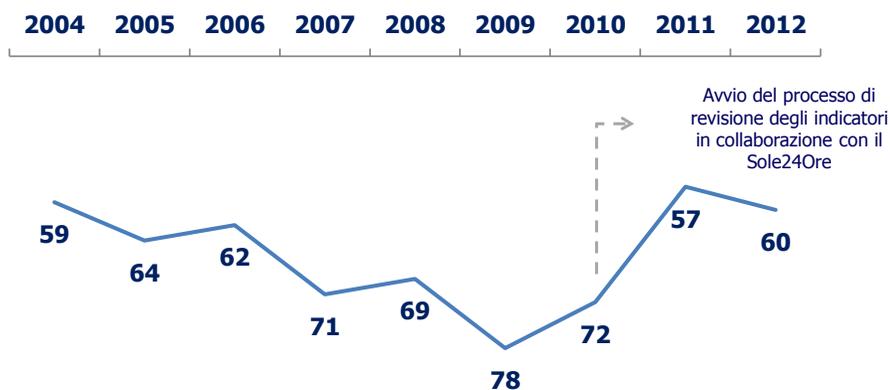
Tenore di vita:

- Pil pro capite in euro – 2011
- Depositi per abitante in euro – 2011
- Spesa pro capite in euro veicoli/elet./mobili/pc – 2011
- Importo medio pensione/mese in euro – 2011
- Indice Foi costo vita (con tabacchi) – 2011
- Costo casa euro/mq semicentrale - settembre 2012

La classifica della qualità della vita del Sole 24 Ore 2012 – Alessandria, per sotto-indice



La classifica della qualità della vita del Sole 24 Ore 2012



La classifica della qualità della vita del Sole 24 Ore 2011 - Alessandria

- Rispetto al *ranking* del 2011, la Provincia di Alessandria nel 2012 **perde 3 posizioni**. Tuttavia, rispetto al 2010, le **posizioni guadagnate sono 12**
- Confrontando la situazione di Alessandria con il resto del Piemonte, permane comunque una **notevole distanza non solo con Cuneo e il Verbanò Ossola** (posizionate nella parte alta della classifica), **ma anche con le altre 4 province piemontesi** esclusa Novara
- Si segnala che nel 2012, nonostante la perdita di tre posizioni nella classifica generale, la Provincia **ha totalizzato un punteggio totale di 504 contro 494 del 2011**
- Gran parte del miglioramento in classifica è attribuibile al **cambiamento di alcuni indicatori all'interno delle 6 macro aree**, ma si segnalano alcune variazioni rilevanti anche rispetto ad indicatori già presenti nelle precedenti rilevazioni
- I peggioramenti più significativi sono concentrati nelle aree **"popolazione"**, **"tenore di vita"** e **"affari e lavoro"**

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Affari e lavoro

Indice «Affari e lavoro»:

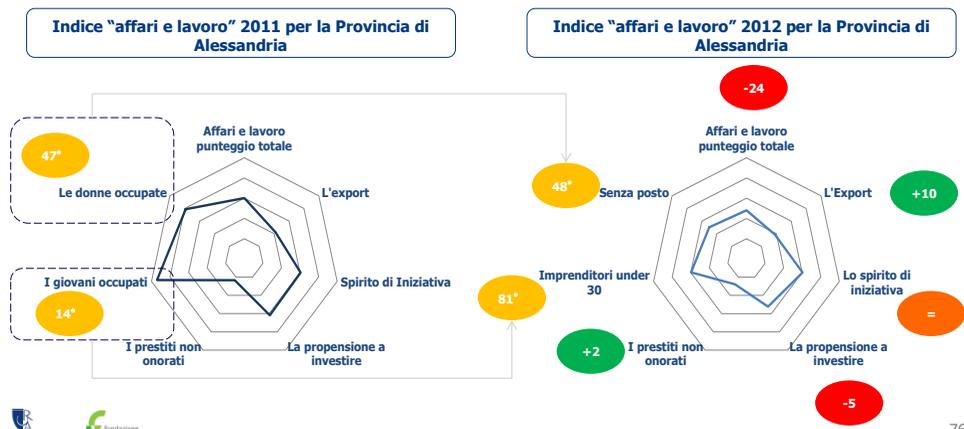
- Tasso di disoccupazione – 2011
- Incidenza % delle sofferenze sui prestiti – 2011
- Rapporto impieghi/depositi – 2011
- Imprese registrate/100 abitanti – sett. 2012
- Quota delle esportazioni sul Pil – 2011
- Imprenditori 18-29 anni x mille della stessa età

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Affari e lavoro

La Provincia di Alessandria si trova al 57° posto in Italia per “affari e lavoro” nel 2012

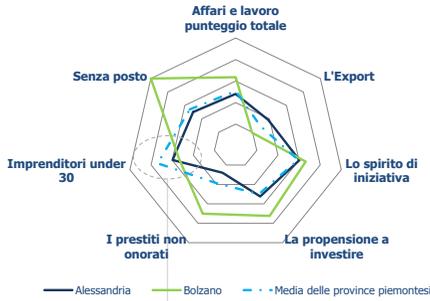
La Provincia perde 24 posizioni. In particolare, l'indicatore «imprenditori under 30» (numero di imprenditori 18-29 anni su mille abitanti della stessa fascia d'età), vede la Provincia all'81° posto, ultima tra le Province piemontesi (Cuneo è la migliore su questo specifico indicatore posizionandosi al 3° posto)

L'indicatore «senza posto» (ovvero il tasso di disoccupazione) vede la Provincia al 48° posto con un tasso del 6,67% nel 2012



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Affari e lavoro

Indicatori di affari e lavoro in Provincia di Alessandria e confronto con la media Piemontese e la Provincia migliore



Punteggio e posizionamento delle otto province Piemontesi e confronto con la prima e l'ultima provincia in Italia



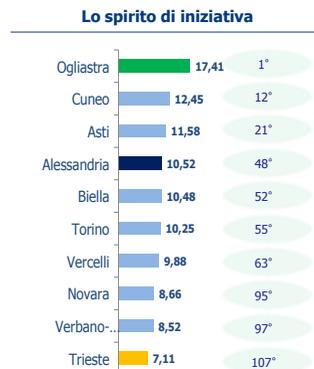
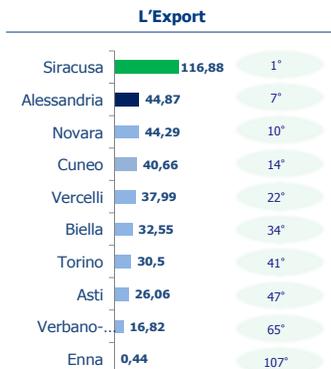
Forte differenza tra il numero di imprenditori 18-29 anni/1000 abit. Della stessa età della Provincia di Alessandria rispetto al valore medio regionale (41,5 contro 52,6)

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Affari e lavoro

L'Export ancora in crescita

L'indicatore "export" (quota esportazioni % sul PIL 2011) è un sotto-indicatore introdotto nella classifica 2011.

Rispetto alla posizione del 2011 la Provincia nel 2012 ha guadagnato 10 posizioni passando da una quota del 34,95% ad una del 44,87%. "Lo spirito d'iniziativa" (numero di imprese registrate ogni 100 abitanti, 2012) è invariato rispetto al 2011



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Affari e lavoro

Peggiora la propensione a investire

L'indicatore "**La propensione ad investire**" (rapporto impieghi/depositi, 2011) è un sotto-indicatore introdotto nella classifica 2011 e la Provincia ha peggiorato il suo posizionamento di 5 posizioni.

"**I prestiti non onorati**" (incidenza % sofferenze su prestiti, 2011) vede Alessandria come una delle peggiori province piemontesi e la **71-esima** in Italia

La propensione a investire



I prestiti non onorati



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Affari e lavoro

Pochi giovani imprenditori

L'indicatore «**imprenditori under 30**» (Imprenditori 18-29 anni x mille della stessa età), è stato introdotto nella classifica 2012. Rispecchia il tentativo di cogliere la vivacità imprenditoriale del territorio. **La Provincia presenta il valore più basso tra tutte le province piemontesi**, che vedono Cuneo al terzo posto in Italia.

Il tasso di disoccupazione, rimane invece poco al di sotto della media nazionale.

Imprenditori under 30



Senza posto di lavoro



Indice «Tenore di vita»:

- Pil pro capite in euro – 2011
- Depositi per abitante in euro – 2011
- Spesa pro capite in euro veicoli/elet./mobili/pc – 2011
- Importo medio pensione/mese in euro – 2011
- Indice Foi costo vita (con tabacchi) – 2011
- Costo casa euro/mq semicentrale – settembre 2012

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tenore di vita

La Provincia di Alessandria si trova al 23° posto in Italia per “tenore di vita” nel 2012

La Provincia **perde 11 posizioni, prevalentemente a causa del livello di inflazione misurato** (Indice Foi costo vita con tabacchi) che passa dal 1,42% del 2011 al 3% del 2012.

Peggiora anche la misura di ricchezza prodotta; il PIL pro-capite in Provincia cala di circa 4 mila euro.

Indice “tenore di vita” 2011 per la Provincia di Alessandria



Indice “tenore di vita” 2012 per la Provincia di Alessandria

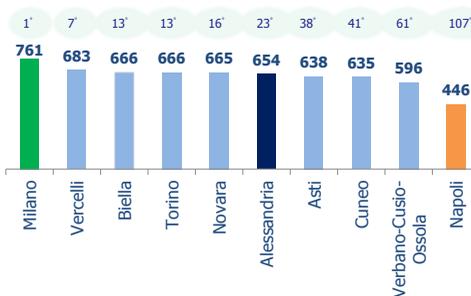


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tenore di vita

Indicatori del Tenore di vita in Provincia di Alessandria e confronto con la media Piemontese e la Provincia migliore



Punteggio e posizionamento delle otto province Piemontesi e confronto con la prima e l'ultima provincia in Italia



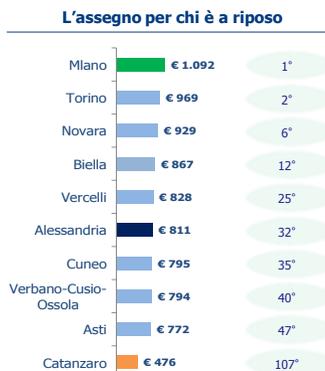
La Provincia di Alessandria è perfettamente in linea con la media delle province piemontesi. Rispetto alla provincia migliore, il divario con la Provincia di Milano è legato soprattutto allo stock di risparmio e alla ricchezza pro-capite, oltre che al valore medio dell'importo mensile delle pensioni

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tenore di vita

Aumento della propensione al risparmio

"I risparmi", indicatore dello stock di risparmio presso gli sportelli bancari, vede la provincia al 30° posto in Italia con un miglioramento di 18 posizioni.

L'assegno per chi è a riposo (importo medio mensile delle pensioni) è cresciuto mediamente del 3% su base annua rispetto al 2004. La Provincia guadagna 6 posizioni rispetto alla classifica 2011.

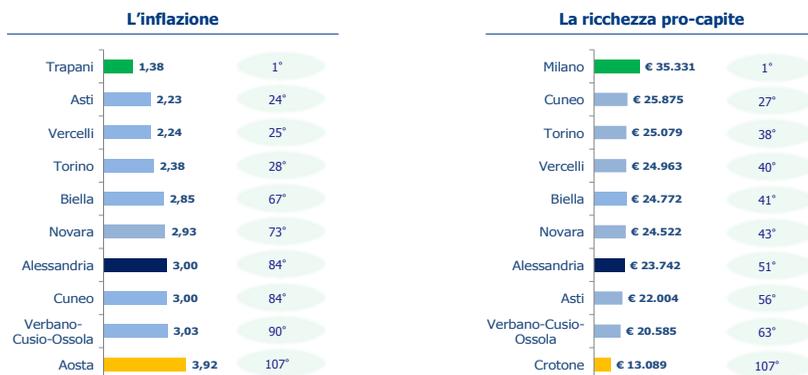


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tenore di vita

Aumenta l'Inflazione

Il tasso di inflazione (indice FOI dei prezzi al consumo) in Provincia peggiora in maniera considerevole rispetto al 2011: **+1,58% in termini assoluti e 48 posizioni perse.**

Riguardo alla ricchezza pro capite, **la Provincia peggiora di 11 posizioni** rispetto al 2012 e si colloca tra le ultime province piemontesi.

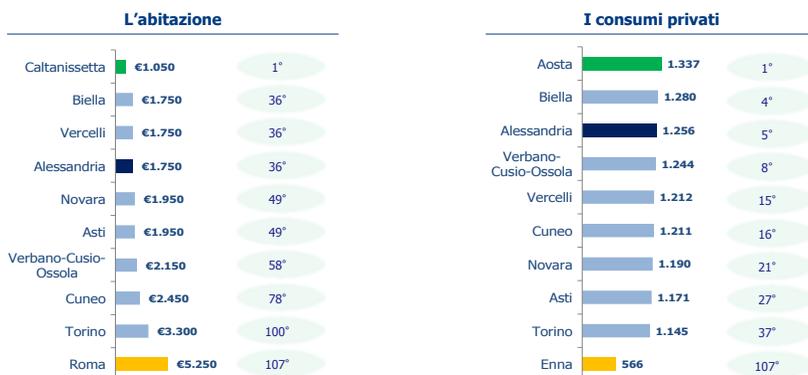


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tenore di vita

Confermata una forte propensione al consumo

Il prezzo medio al metro-quadro di un'abitazione in Provincia di Alessandria è al livello delle altre Province piemontesi di dimensioni simili e sensibilmente più basso di Torino.

I consumi delle famiglie sono tra i più alti in Italia e in costante ascesa in valore assoluto, anche se nella graduatoria specifica Alessandria perde due posizioni rispetto al 2011.



Indice «Servizi ambiente e salute»:

- Cause evase su nuove e pendenti – 1° sem. 2011
- Indice Legambiente Ecosistema Urbano – 2012
- Tasso di emigrazione ospedaliera (in %) – 2010
- Diff. Tra mese più caldo e più freddo – 2011/2012
- Asili comunali in % su utenza 0-3 anni – 2011
- Indice di copertura della banda larga – 2011

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Servizi ambiente e salute

La Provincia di Alessandria si trova al 68° posto in Italia per "servizi ambiente e salute" nel 2012

La Provincia peggiora ulteriormente nella «pagella ecologica» (indice di Legambiente) oltre a perdere posizioni sull'indicatore «il clima». Degna di nota è l'introduzione di un nuovo indicatore: «indice di copertura della banda larga» che vede Alessandria tra le ultime Province italiane.

Indice "servizi ambiente e salute" 2011 per la Provincia di Alessandria

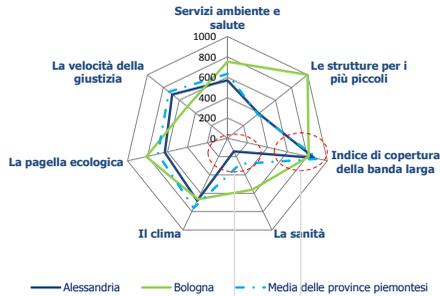


Indice "servizi ambiente e salute" 2012 per la Provincia di Alessandria



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Servizi ambiente e salute

Indicatori di Servizi ambiente e salute in Provincia di Alessandria e confronto con la media Piemontese e la Provincia migliore



Punteggio e posizionamento delle otto province Piemontesi e confronto con la prima e l'ultima provincia in Italia



Il tasso di emigrazione ospedaliera è ancora elevato, 12,6% rispetto al 9,6% della media piemontese. Il dato è da leggere anche in chiave della presenza di centri di eccellenza sanitaria in Province limitrofe come Milano, Torino, Genova, Pavia ecc..
La copertura della banda larga sembra essere un problema comune a livello Regionale

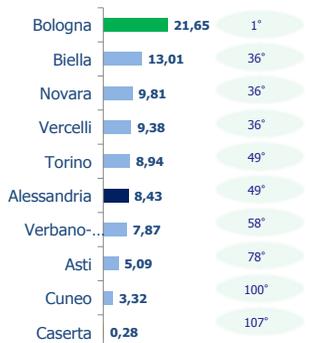
La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Servizi ambiente e salute

Problemi di connessione

L'indicatore "Strutture per i più piccoli" (disponibilità asili comunali in % su utenza) **migliora con un valore di 8,43 asili comunali rispetto agli 8,30 del 2011**; Alessandria si posiziona nella metà alta della classifica a livello nazionale in linea con la media Piemontese.

La connessione veloce in Provincia di Alessandria è **tra le più carenti province piemontesi** e a livello nazionale occupa la 103° posizione

Le strutture per i più piccoli



Connessione veloce

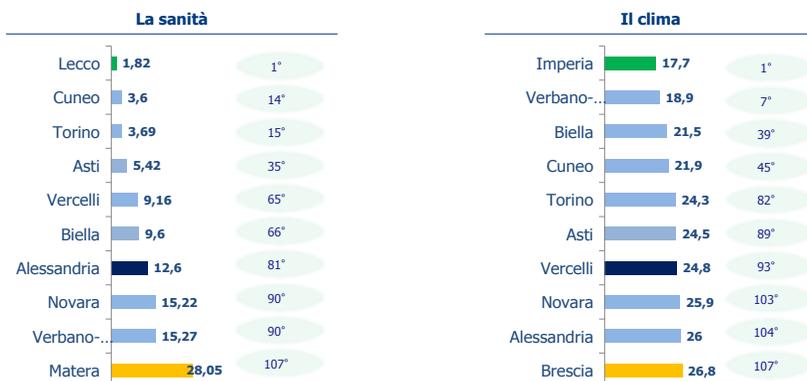


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Servizi ambiente e salute

Elevata % di pazienti che ricorrono a istituti di cura esterni alla Provincia

La % di persone che si rivolge a istituti sanitari esterni alla Provincia è molto elevata. L'indicatore è presente dal 2010 e posiziona la Provincia all'81° posto nel 2012, guadagnando solo 4 posizioni rispetto al 2011.

La differenza tra il mese più caldo e il più freddo pone Alessandria al 93° posto su scala nazionale.

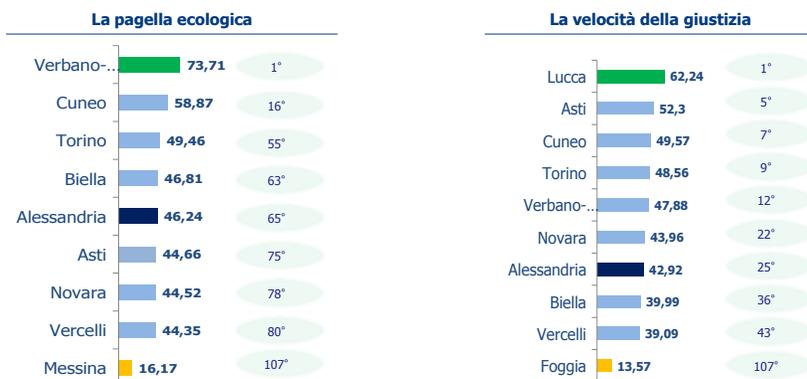


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Servizi ambiente e salute

Peggioramento della pagella ecologica

La pagella ecologica, misurata con l'indice di Legambiente, colloca la Provincia di Alessandria al 65° posto perdendo 21 posizioni rispetto al 2011.

La velocità del sistema giudiziario migliora in valore assoluto, ma perde 11 posizioni nella classifica relativa, confermandosi la peggiore in Piemonte.



Indice «Ordine pubblico»:

- Furti in casa ogni 100mila abitanti – 2011
- Furti d'auto ogni 100mila abitanti – 2011
- Estorsioni ogni 100mila abitanti – 2011
- Truffe e frodi inform. ogni 100mila abit. – 2011
- Scippi/rapine/borseggi/100mila abit. – 2011
- Variazione trend delitti totali – 2007/2011

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Ordine pubblico

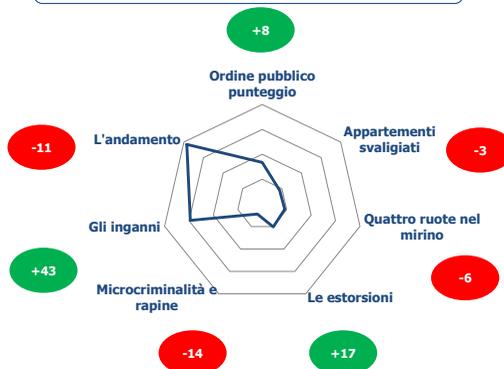
La Provincia di Alessandria si trova al 79° posto in Italia per "ordine pubblico" nel 2012

La Provincia peggiora rispetto al 2011 negli indicatori «appartamenti svaligiati», «quattro ruote nel mirino», «microcriminalità e rapine» e «l'andamento». Tuttavia, grazie al netto miglioramento dell'indicatore «gli inganni» (truffe e frodi inform. ogni 100mila abit.) e delle estorsioni, la Provincia migliora a livello di classifica generale di 8 posizioni.

Indice "ordine pubblico" 2011 per la Provincia di Alessandria



Indice "ordine pubblico" 2012 per la Provincia di Alessandria



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Ordine pubblico

Indicatori di ordine pubblico in Provincia di Alessandria e confronto con la media Piemontese e la Provincia migliore



Punteggio e posizionamento delle otto province Piemontesi e confronto con la prima e l'ultima provincia in Italia



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Ordine pubblico

Troppi furti in appartamento

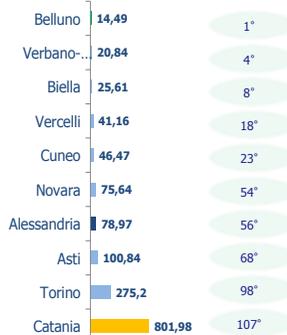
Il numero di **furti in casa su 100 mila abitanti è aumentato con circa 134 casi in più rispetto al 2010**. L'aumento ha portato la Provincia di Alessandria a perdere tre posizioni nella classifica specifica.

I furti di auto sono in aumento, da 73,9 nel 2010 a 78,9 nel 2011: la Provincia perde sei posizioni.

Gli appartamenti svaligiati



Quattro ruote nel mirino



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Ordine pubblico

Ancora troppa microcriminalità

Riguardo alle estorsioni, la Provincia di Alessandria si posiziona al 49° posto nel 2012, guadagnando 17 posizioni.

Il numero di scippi e rapine su 100 mila abitanti è in calo a livello nazionale, tuttavia nella Provincia si registrano 13 casi di scippi e rapine ogni 100 mila abitanti in più rispetto alla classifica 2011. La classifica specifica di questo sotto-indicatore peggiora di 14 posizioni

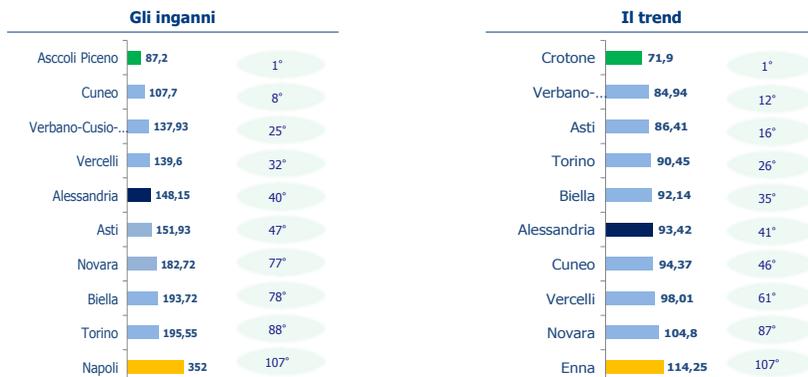


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Ordine pubblico

Ancora troppa microcriminalità

Il dato sulle truffe e frodi informatiche su 100 mila abitanti (inganni) riflette una situazione di stabilità nella classifica ma di aumento dei casi riscontrati in tutta Italia.

La variazione dei trend totali 2002-11 vede invece la provincia in peggioramento di 11 posizioni collocandosi al 41° posto a livello nazionale



Indice «Popolazione»:

- Nati vivi ogni mille abitanti – 2011
- Numero di abitanti per kmq – 2011
- Immigrati regolari in % su popolazione – 2011
- Variaz. % quota giovani su popolazione – 2002-11
- Divorzi e separazioni ogni 10mila famiglie – 2010
- Laureati 2011 ogni mille giovani 25-30 anni – 2011

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Popolazione

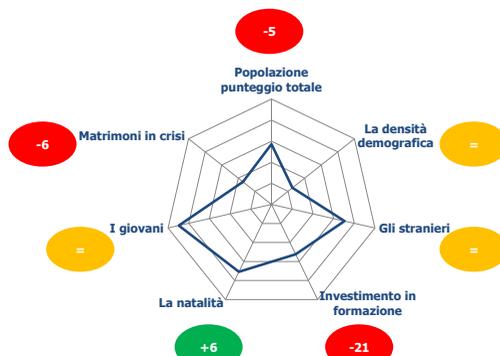
La Provincia di Alessandria si trova al 84° posto in Italia per "popolazione" nel 2012

La Provincia peggiora rispetto al 2011 negli indicatori «investimento in formazione» e «matrimoni in crisi». Restano stabili tre sottoindicatori: «i giovani», «gli stranieri» e «la densità demografica». Il problema che emerge è quello delle nuove generazioni che, pur al di sopra della media italiana (variazione % quota giovani su totale della popolazione) a livello di numerosità, godono di una bassa propensione alla formazione.

Indice "popolazione" 2011 per la Provincia di Alessandria

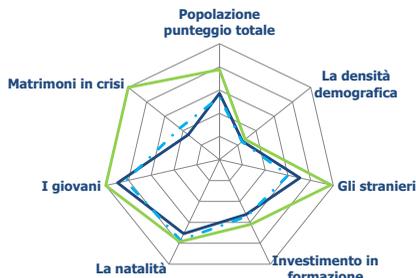


Indice "popolazione" 2012 per la Provincia di Alessandria

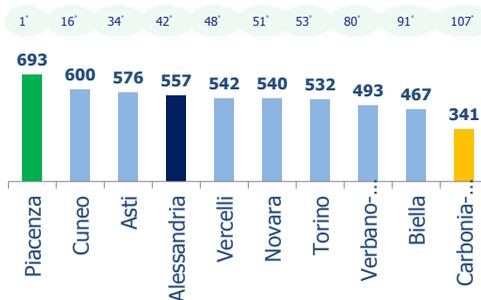


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Popolazione

Indicatori sulla popolazione in Provincia di Alessandria e confronto con la media Piemontese e la Provincia migliore



Punteggio e posizionamento delle otto province Piemontesi e confronto con la prima e l'ultima provincia in Italia

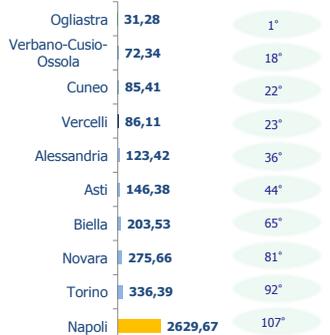


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Popolazione

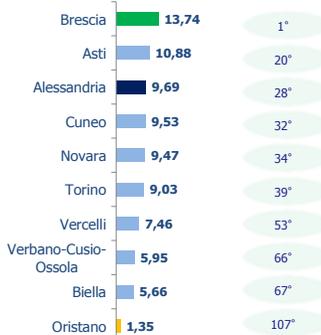
Buon livello di integrazione

La densità demografica in Provincia non è elevata e rimane costante a partire dal 2009. Il numero di stranieri regolari è in linea con il dato 2011, attestandosi al 9,69% della popolazione totale.

La densità demografica



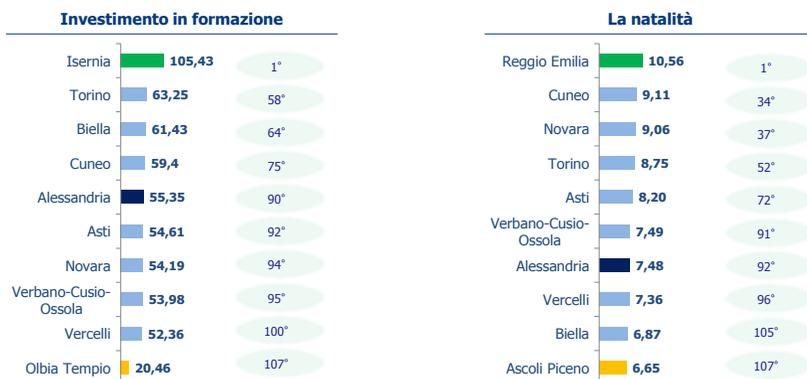
Gli stranieri



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Popolazione

Molto basse le nascite e il numero di laureati

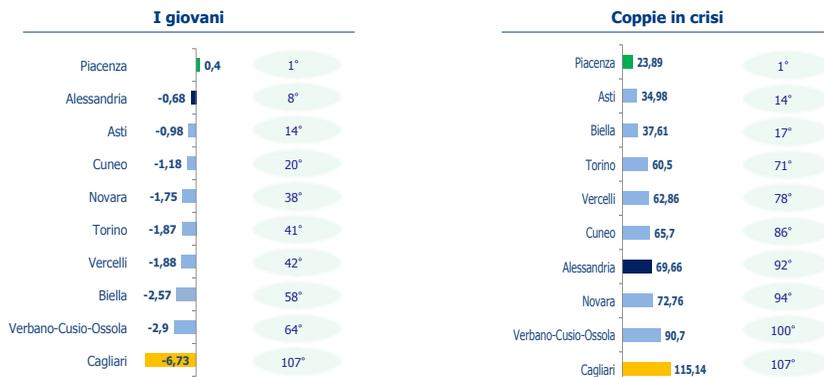
L'investimento in formazione, ovvero il numero di laureati ogni mille giovani di età compresa tra i 25 e 30 anni, **presenta un valore in sostanziale tenuta rispetto al 2011**. Il valore però è molto basso e colloca la Provincia tra le ultime province italiane. Anche il dato sulla natalità è preoccupante: **la Provincia si colloca al 92° posto con soli 7,5 nati su mille abitanti**, solo in leggero miglioramento rispetto al 2011



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Popolazione

Abbassamento dell'età media della popolazione

La Provincia di Alessandria presenta un' **ottima variazione % della quota giovani tra il 2002 e il 2011**. In un contesto di generale invecchiamento della popolazione italiana, **la Provincia presenta il dato migliore del Piemonte e si posiziona 8° a livello nazionale**. Il dato sui matrimoni in crisi è praticamente invariato rispetto alla classifica 2010, ma Alessandria perde 6 posizioni rispetto al 2011.



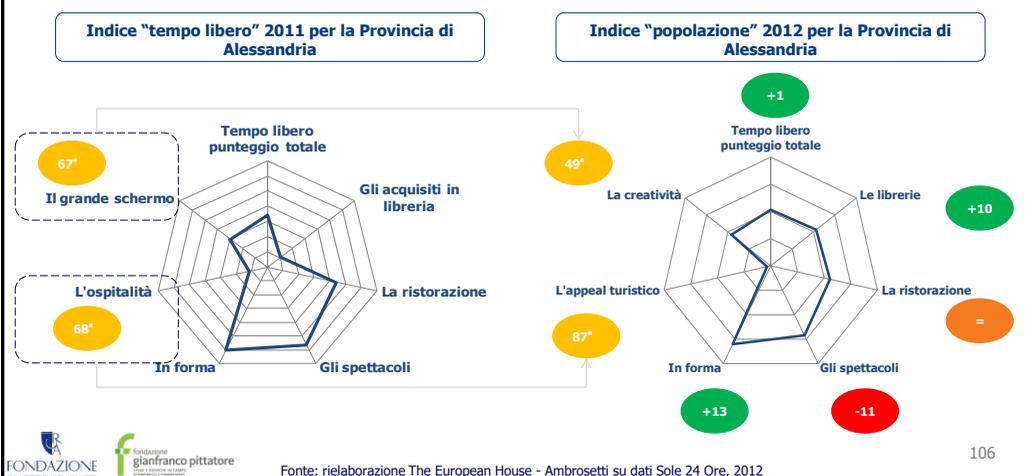
Indice «Tempo libero»:

- N° presenze turistiche per abitante – 2010
- Indice di creatività – 2011
- Indice di sportività – agosto 2012
- Ristoranti e bar ogni 100mila abitanti – sett. 2012
- N° spettacoli ogni 100mila abitanti – 2011
- Librerie ogni 100mila abitanti – sett. 2012

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tempo libero

La Provincia di Alessandria si trova al 54° posto in Italia per "tempo libero" nel 2012

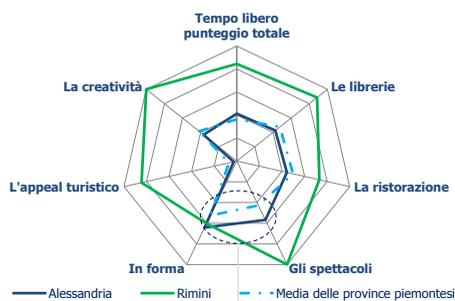
Per l'indicatore «tempo libero» la Provincia dimostra una certa tenuta nonostante l'inserimento di due nuovi sotto indicatori come «la creatività» (indice di creatività 2011) e «l'appeal/turistico» (presenze per abitante 2010).



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tempo libero

Indicatori sul tempo libero in Provincia di Alessandria e confronto con la media Piemontese e la Provincia migliore

Punteggio e posizionamento delle otto province Piemontesi e confronto con la prima e l'ultima provincia in Italia



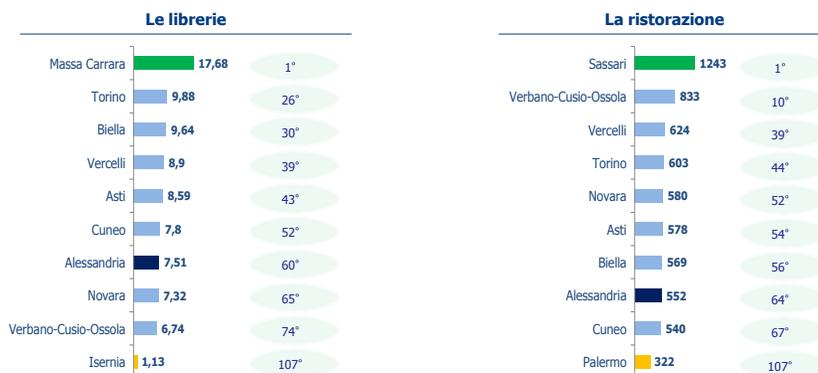
Ottima performance della Provincia in merito alla dotazione di infrastrutture sportive e nel numero di spettacoli su 100 mila abitanti

La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tempo libero

Pochi bar e ristoranti

Il numero di librerie su 100 mila abitanti vede la Provincia collocarsi al di sotto della media italiana e tra le ultime tre province piemontesi.

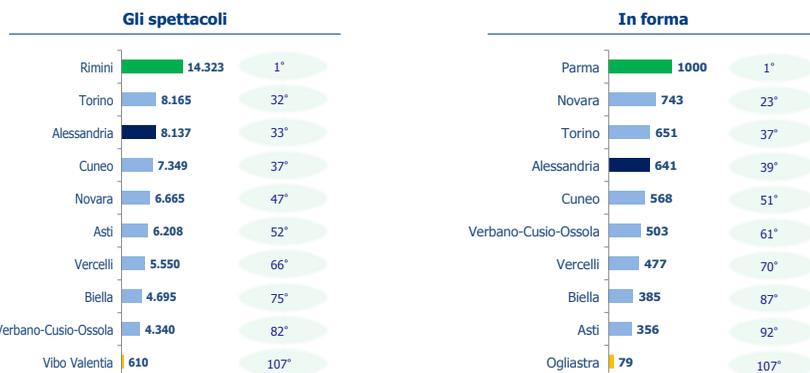
Il numero di bar e ristoranti ogni 100 mila persone è in aumento rispetto al 2011, in termini di valore assoluto, ma **la posizione di Alessandria rimane invariata.**



La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tempo libero

Migliorano le dotazioni per l'attività sportiva

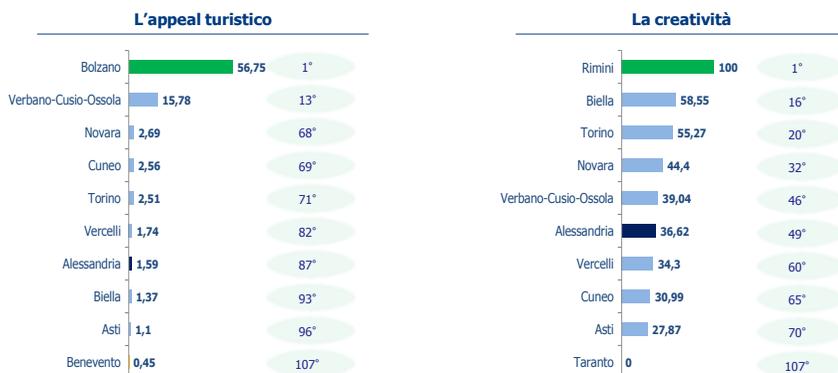
Il dato sul numero di spettacoli ogni 100 mila abitanti è tra i migliori di tutte le Province piemontesi, pur cedendo 11 posizioni rispetto al 2011. L'indice di attività sportiva (elaborato dal Sole24Ore sulla base del numero di impianti e di persone coinvolte nel settore) vede la provincia in miglioramento: +13 posizioni

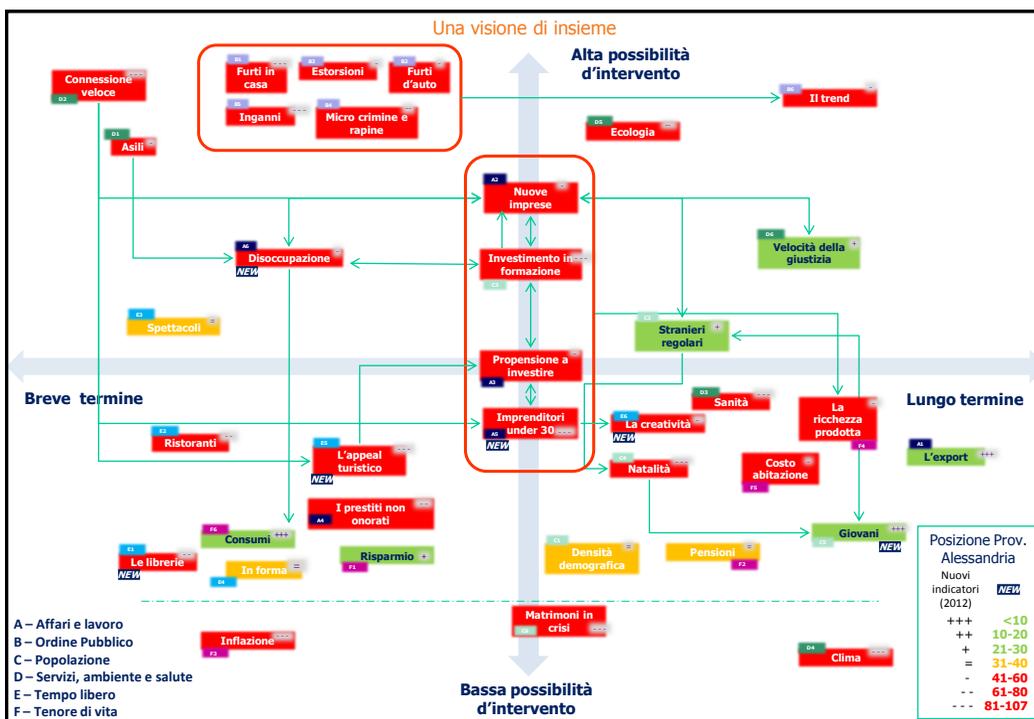


La qualità della vita in Provincia di Alessandria, Tempo libero

Poche presenze turistiche

Il dato sulle presenze su 100 mila abitanti rispecchia la bassa attrattività turistica dell'alessandrino. L'indice di creatività vede la Provincia ampiamente sotto Torino e Biella ma poco sopra alla metà della classifica

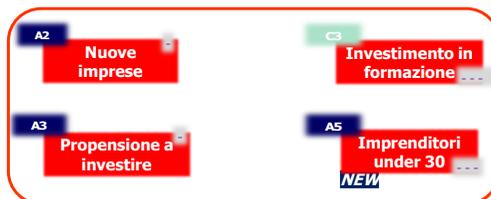




Misurazione della qualità della vita in Provincia di Alessandria

Indicatori sui quali è urgente agire: imprenditorialità e formazione (1/2)

- Osservando il posizionamento degli indicatori nella matrice si vuole porre l'attenzione su un **sottoinsieme di indicatori** relativi all'imprenditorialità e formazione **sui quali riteniamo sia urgente agire attraverso la messa in atto di alcuni interventi mirati**



- Si tratta di indicatori:
 - in cui Alessandria assume una posizione particolarmente svantaggiata
 - che consentono una discreta possibilità di intervento diretto
 - il cui andamento può essere modificato nel medio periodo
 - che possono esercitare una certa influenza anche su altri indicatori

Indicatori sui quali è urgente agire: imprenditorialità e formazione (2/2)

- Nonostante il buon trend di crescita della popolazione di età compresa tra i 15 e i 29 anni e la buona quota di immigrazione regolare sulla popolazione totale, **la Provincia sconta pesanti carenze in termini di laureati ogni 1000 giovani tra i 25 e i 30 anni**
- Questo dato si ripercuote sulla vivacità dell'imprenditoria giovanile che vede la Provincia tra le **ultime in Italia** nella classifica dell'indicatore specifico
- Questi indicatori sono fortemente collegati tra loro poiché **ad un deficit di investimento in formazione** corrisponde una **scarsa vivacità imprenditoriale giovanile**, quindi una parte di nuove potenziali imprese non vede la luce e ciò determina una **scarsa propensione all'investimento sul territorio**.

Una proposta d'intervento - Il fondo «AL-VENTURE» 1/3

- Nel corso dei dibattiti del Tavolo di confronto e coordinamento della leadership politico-istituzionale e della classe dirigente locale, al fine **di rilanciare la spinta imprenditoriale sul territorio**, è emersa l'idea di creare AL-VENTURE, un Fondo d'Investimento con focus prevalente sul Territorio della provincia di Alessandria
- Il lancio di questa iniziativa è stato predisposto in tutti i suoi aspetti e il progetto è stato presentato in una riunione ad hoc al direttivo di Confindustria.
- L'avvio dell'iniziativa dipenderà dal **coinvolgimento effettivo di soci finanziatori**

Una proposta d'intervento - Il fondo «AL-VENTURE» 2/3

Veicolo societario

AL-Venture sarebbe costituita come una **società di capitali per l'attività di investimento iscritta** all'elenco generale degli **intermediari finanziari** (ex art. 106 TUB) con la **finalità di lanciare nuove imprese e dare capacità di** crescita a quelle già esistenti

Investitori

Potranno sottoscrivere quote del capitale di AL- Venture imprenditori, professionisti e imprese locali, fondazioni e istituti bancari, enti pubblici e privati territoriali, associazioni di imprese, finanziarie territoriali ecc.

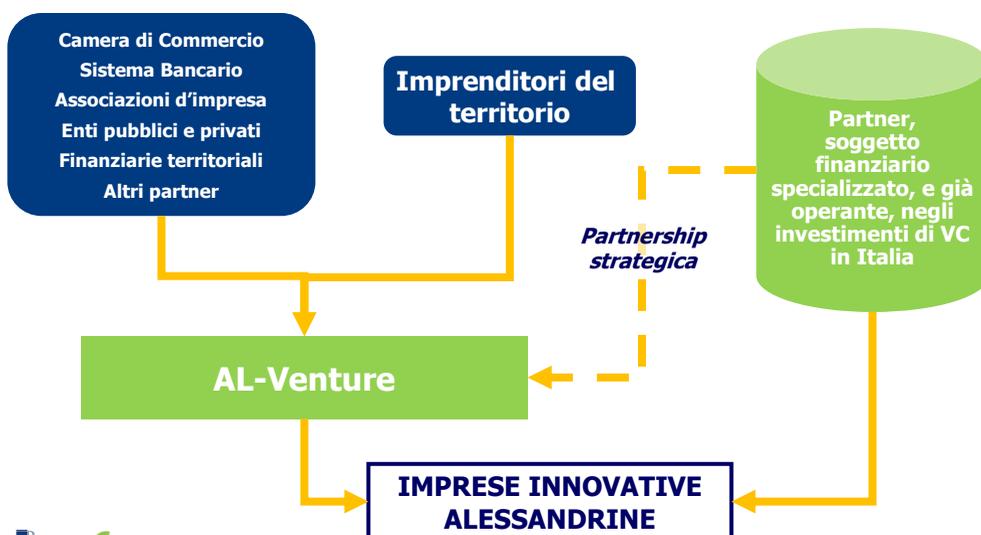
Target di raccolta

Il target è di raccogliere **[5-10 mln] di Euro** da **investire** in società-target esistenti o nuove con elevato contenuto innovativo e in nuove

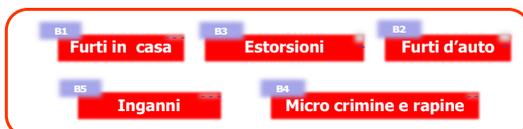
Dimensione operazioni

L'obiettivo è realizzare almeno **10-15 operazioni** con un **investimento medio di [350-900 mila Euro]**

Una proposta d'intervento - Il fondo «AL-VENTURE» 3/3



Indicatori «parziali» - reati e la criminalità 1/2



- Per quanto riguarda i reati è stata più volte sottolineata nel corso del percorso progettuale la situazione critica della Provincia connessa principalmente alla microcriminalità
- Come discusso in un Tavolo Tecnico appositamente attivato nel corso del progetto con il Prefetto e i vertici delle forze dell'ordine, il limite insito nella valutazione dell'attività criminale su un territorio attraverso lo studio delle statistiche, consiste nella **omissione del carattere di emergenza o allarme sociale che alcuni reati presentano. Il territorio alessandrino non presenta dati preoccupanti in merito ai reati più allarmanti.** In particolare:
 - il numero di omicidi volontari in provincia di Alessandria è basso, 0,7 su 100 mila abitanti nel 2010 contro una media nazionale di 0,9 su 100 mila abitanti
 - I reati di violenza sessuale sono ridotti, 8,6 su 100 mila abitanti nel 2010 contro i 9,1 dell'Italia nord-occidentale

Indicatori «parziali» - reati e la criminalità 2/2

Nel computo dei reati va considerato che i dati ISTAT vengono pubblicati sulla base dei delitti denunciati alla magistratura da parte delle forze dell'ordine, non sulle condanne effettive. Al fine di comprendere meglio la situazione della Provincia, è inoltre necessario considerare che:

- **il dato sulla microcriminalità** considerato dal Sole24Ore appare **troppo generico** e considera disgiuntamente gli scippi e le rapine dal furto in abitazione o in auto, che giuridicamente appartengono alla stessa fattispecie di reato
- **le estorsioni** non possono essere considerate a sé stanti, sono infatti fattispecie che tipicamente vengono accompagnate da altri reati intimidatori come gli incendi che ad Alessandria risultano essere poco frequenti
- **la frode informatica** è un reato specifico e **non deve essere incluso in un macro-gruppo** (gli inganni). Il suo scarso radicamento territoriale lo rende un indicatore poco significativo al fine di valutare l'attività criminale provinciale

Capitolo 3 (segue)

Misurazione della qualità della vita in Provincia di Alessandria

- ↳ L'analisi dell'indice di Qualità della vita nelle Province italiane stilato da Il Sole 24 Ore
- ↳ I risultati dell'indagine realizzata presso i cittadini della Provincia di Alessandria attraverso la compilazione di un questionario *on-line*

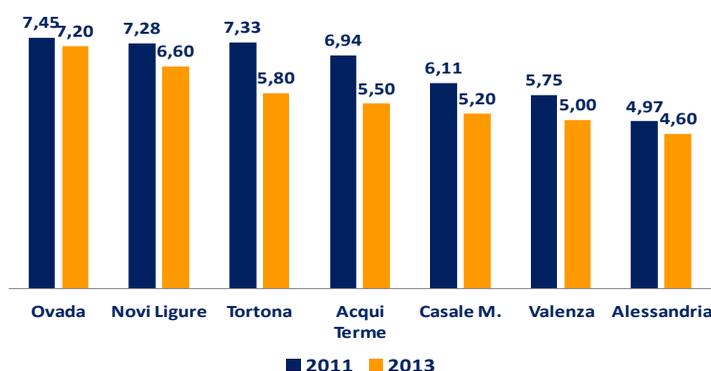
La struttura dell'indagine

Un'indagine è stata indirizzata ai cittadini residenti nella Provincia di Alessandria attraverso un questionario on-line:

- Il questionario è stato **diviso in due parti**: la prima con domande riferite al proprio **centro zona** e la seconda in generale **sulla Provincia di Alessandria**
- Il questionario è stato sottoposto nel mese di maggio 2013 ai cittadini attraverso **due canali telematici**: *ilpiccolo.net* ed *ilmonferrato.it* Sono stati compilati 316 questionari
- Il campione è risultato essere ripartito in **70% maschi** e **30% femmine**
- Al questionario ha partecipato un **campione eterogeneo a livello di professione svolta** (studente, ingegnere, libero professionista, impiegato, operaio, ...)
- Il **45%** dei rispondenti è residente nell'area di **Alessandria**, il **22%** in quella di **Casale Monferrato**, il rimanente 33% si ripartisce in modo simile negli altri 5 centri zona

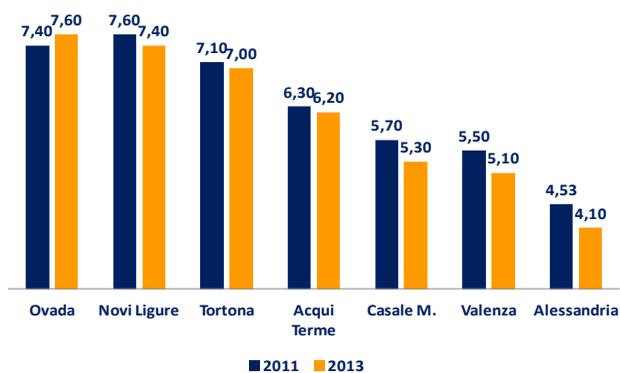
Prima parte, domande riferite al centro zona di residenza (1/6)

- Come giudica la situazione generale attuale della sua area di residenza? *Voto: 1 (molto negativa) - 10 (molto positiva)*



Prima parte, domande riferite al centro zona di residenza (2/6)

- Come vede il futuro della sua area di residenza? *Voto: 1 (molto negativo) - 10 (molto positivo)*



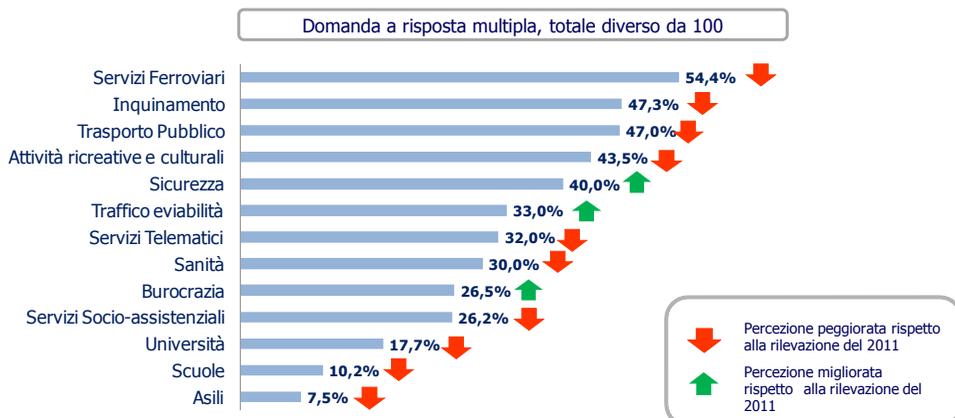
Prima parte, domande riferite al centro zona di residenza (4/6)

- Come valuta, in generale, la qualità della vita nella sua area di residenza? *Voto: 1 (pessima) - 10 (ottima)*



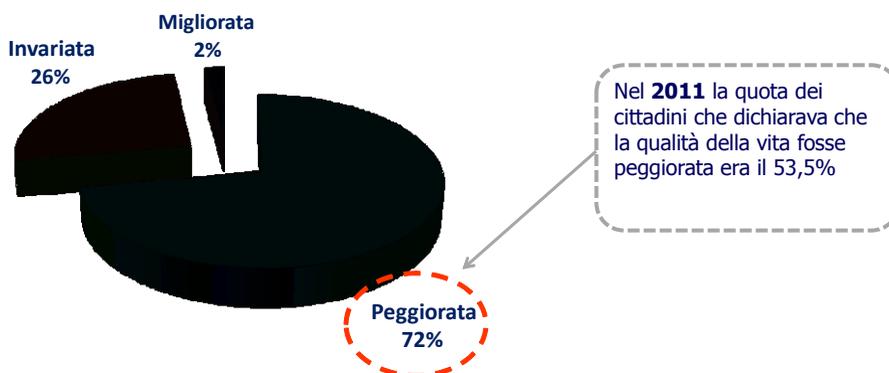
Prima parte, domande riferite al centro zona di residenza (5/6)

- In quali ambiti rileva le maggiori carenze? *(i cittadini hanno indicato fino ad un massimo di 5 aspetti da una lista prestabilita)*



Prima parte, domande riferite al centro zona di residenza (6/6)

- Pensa che negli ultimi 5 anni la qualità della vita nella sua area di residenza sia:



Seconda parte, domande riferite all'intera Provincia di Alessandria (1/4)

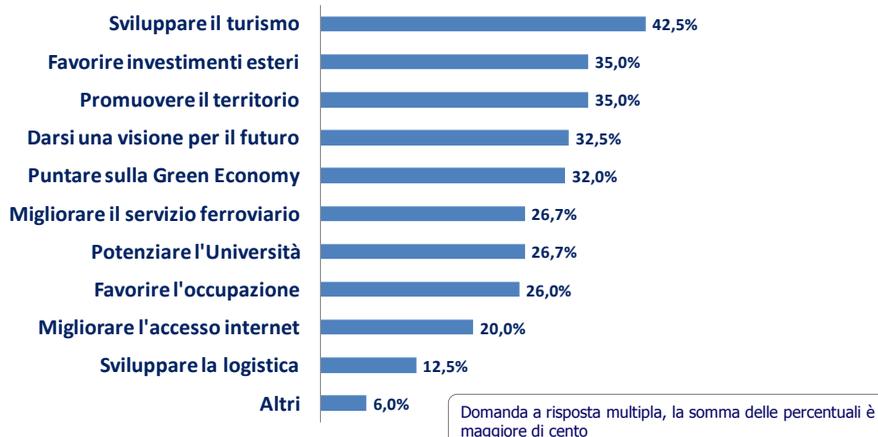
- Come giudica la situazione generale attuale della Provincia di Alessandria? *Voto: 1 (molto negativa) - 10 (molto positiva)*

Come giudica la situazione generale attuale della Provincia di Alessandria



Seconda parte, domande riferite all'intera Provincia di Alessandria (4/4)

- Quali sono, a suo avviso, le priorità per il futuro della Provincia di Alessandria?



Capitolo 4

La visione del futuro per la Provincia di Alessandria



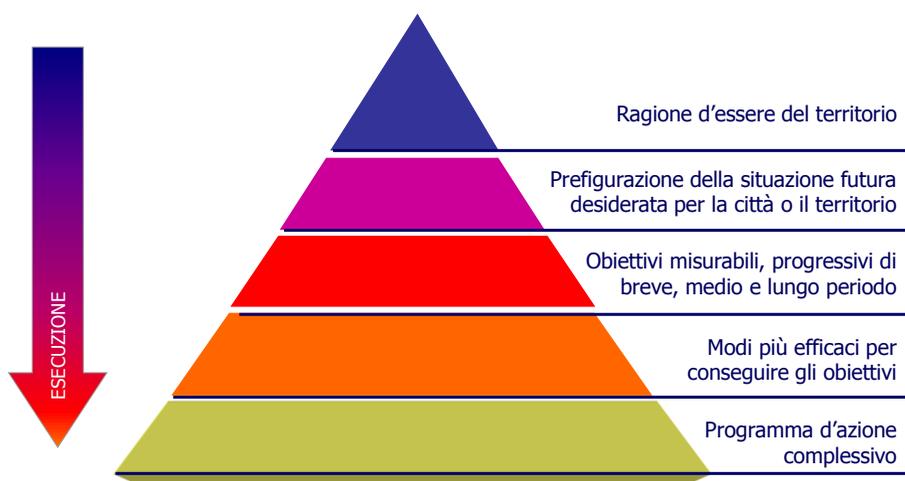
La strategia competitiva territoriale

Per **strategia competitiva territoriale** si intende:

- l'identificazione e la valorizzazione dei patrimoni e degli *asset* disponibili (differenti territorio da territorio)
- la definizione di una visione del futuro (chi si vuol diventare/essere, entro quando) del territorio
- la traduzione della visione in obiettivi concreti
 - ... in scelte strategiche per conseguirli
 - ... in azioni realizzative



La declinazione della strategia competitiva di un Territorio



Visione, Obiettivi e Scelte Strategiche



Un processo strategico è finalizzato ad aumentare la competitività del Territorio

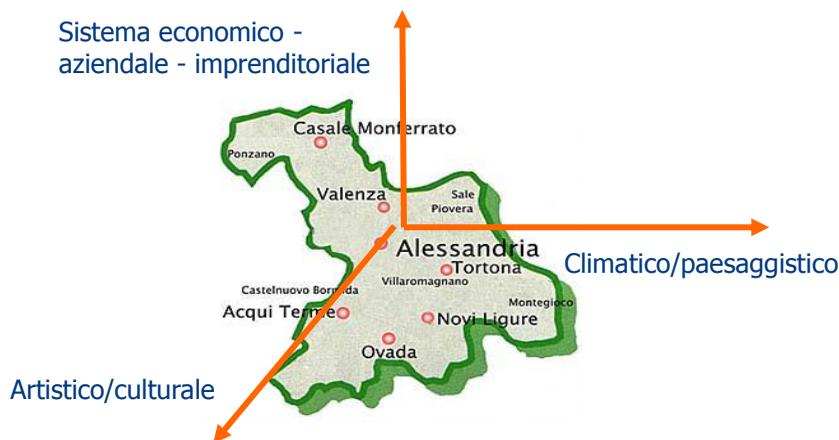
- La capacità competitiva di qualsiasi sistema territoriale dipende dalla capacità competitiva dei gruppi/imprese che vi hanno sede
- Inoltre, nel confronto tra diverse entità territoriali, esistono alcuni fattori/ *assets* in grado di aumentare o ridurre la competitività del sistema quali:
 - sistema fiscale;
 - sistema infrastrutturale;
 - sistema educativo;
 - reputazione/immagine;
 - ...

COMPETITIVITA' DEL SISTEMA TERRITORIALE



COMPETITIVITA' DEI GRUPPI/IMPRESSE CHE NE FANNO PARTE

I patrimoni fondamentali per un Territorio



La specificazione della visione territoriale

- La formulazione della visione ha l'obiettivo di rispondere alla seguente domanda: **cosa vogliamo diventare? ... tra quanti anni?**
- La visione risponde anche a:
 - Come vorremmo il nostro territorio fra dieci anni?
 - Leader in che cosa? Con quali eccellenze?
 - Con quali caratteristiche distintive rispetto ad altri territori?
 - Con quale immagine e reputazione?
 - ...

Cosa significa sviluppare una visione del futuro

- La **Visione** del Futuro del territorio non può essere lasciata arbitrariamente al caso o alla libera interpretazione, ma va definita e perseguita con chiarezza e determinazione
- Sul piano pratico definire la Visione del Futuro significa:
 - sviluppare la migliore interpretazione di come sarà la realtà di domani negli ambiti che vengono considerati di maggior interesse e di maggior rilevanza strategica per il territorio
 - decidere le proprie scelte strategiche alla luce di tale realtà, delle sue opportunità/minacce e dei punti di forza/debolezza del territorio, definendo anche gli obiettivi e l'arco temporale per il loro raggiungimento
- La **chiara definizione della "visione" serve per concentrare le energie e gli sforzi di tutti verso un unico "porto" condiviso**

La Visione di un territorio si attiene a tre principali dimensioni





I nodi chiave della competitività Territoriale

- ➔ Concorrenti → quali/dove sono e che strategia hanno
- ➔ Domanda → clienti, gruppi di clienti, funzioni d'uso
- ➔ Offerta → tipo di attrattività (prodotti e servizi)
- ➔ Risorse → Umane, Finanziarie, tecnologiche, paesaggistiche ecc..



L'implementazione della strategia contribuisce a rispondere ai seguenti quesiti

- Perché un'impresa dovrebbe insediarsi qui?
- Perché un'impresa già presente sul territorio dovrebbe decidere di rimanervi?
- Perché un contribuente, una famiglia, dovrebbero decidere di risiedere e contribuire qui?
- Perché un turista dovrebbe scegliere di venire qui?
- Perché un talento dovrebbe decidere di lavorare qui?
- Perché uno studente dovrebbe decidere di studiare qui?

Il sistema territoriale che non ha risposte concrete e convincenti a questi quesiti rischia un potenziale declino

La Visione al 2020 per la Provincia di Alessandria



Diventare entro il 2020 uno dei sistemi territoriali italiani più **aperti, dinamici e attrattivi**, garantendo ai propri cittadini elevati livelli di **occupazione, benessere diffuso e coesione sociale**



Trasformare il policentrismo in **orgoglio di appartenenza** ad un unico territorio



Capitalizzare il valore simbolico del Monferrato per **attrarre imprese, turisti, giovani e talenti**



Costruire uno **sviluppo economico duraturo e sostenibile**, attraverso attività ad alta intensità di **innovazione, conoscenza e sviluppare un'identità green**

La Visione al 2020 per la Provincia di Alessandria

- Coerentemente con la formulazione della Visione del futuro proposta e con l'obiettivo di trasformare la volontà espressa nella Visione in risultati concreti, l'attività progettuale si è concentrata sulla **definizione di una strategia competitiva territoriale**
- Un dettagliato **piano di obiettivi ed azioni** era già contenuto nel rapporto presentato al termine della seconda fase del progetto, nel maggio 2011, al quale si rimanda per maggiori dettagli
- L'ultima fase del lavoro si è però concentrata su due specifiche aree della Visione, e in particolare su **due settori ad alto impatto potenziale**, per i quali si offre un approfondimento nei due successivi capitoli: **il turismo e la green economy**



Capitalizzare il valore simbolico del Monferrato per **attrarre imprese, turisti, giovani e talenti**

Turismo



Costruire uno **sviluppo economico duraturo e sostenibile**, attraverso attività ad alta intensità di **innovazione, conoscenza e sviluppare un'identità green**

Green Economy

Capitolo 5

Lo scenario del settore turistico alessandrino e le proposte per lo sviluppo del Monferrato come destinazione turistica

- ↳ L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo
- ↳ Lo scenario del turismo alessandrino
- ↳ L'offerta turistica della Provincia di Alessandria: un potenziale ancora inespreso
- ↳ Proposte per il futuro turistico del territorio

L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo (1/5)

Come cambia **la domanda del turista**, che cosa cerca di nuovo rispetto a prima?

- **Interesse per la salute, il benessere e lo star bene con se stessi**
- **personalizzazione estrema, scelta dei dettagli della vacanza:** Internet 2.0 offre al consumer molto protagonismo e una forte capacità di proattività
- Il turista chiede di essere **protagonista e creatore della propria vacanza**, in contrapposizione alle formule "passive" tipiche di una vacanza passata in spiaggia o di un viaggio "all inclusive" organizzato in modo *standard* e non personalizzato
- **Cerca l'emozione, vuole che la vacanza, seppur breve, sia indimenticabile, gli regali sensazioni nuove e gli faccia vivere esperienze intense. Il turista postmoderno è edonista** e ricerca il piacere dei sensi in ogni aspetto del viaggio
- Tra le diverse forme di turismo emerge l'enogastronomia: il numero di turisti che viaggiano verso mete enogastronomiche infatti è in costante aumento

L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo (2/5)

Come cambia **il prodotto turistico**, che cosa cerca di nuovo rispetto a prima?

Il prodotto di ieri

- Offerta di un **posto letto**
- Il **vedere** e basta
- Offerta di **pacchetti**
- I **commerciali** del turismo
- Il **prezzo**

Il prodotto di oggi e di domani

- Offerta di **esperienze**
- Domanda di **esperienze**
- Creatori di **offerte strutturate**
- Venditori di **esperienze**
- Il **valore aggiunto**

L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo (3/5)

Il turismo non è più semplicemente la vendita di un prodotto *standard*, il turista al giorno d'oggi cerca una **destinazione capace di fargli vivere un'esperienza**

Dal territorio
alla
DESTINAZIONE

Dalla
destinazione al
**PRODOTTO
TURISTICO**

Dal prodotto
turistico
all'**ESPERIENZA**
turistica

L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo (4/5)

Le destinazioni dovranno sempre più essere capaci di fare leva sulle **proprie risorse** per offrire non più un semplice prodotto turistico, ma **un'offerta**



L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo (5/5)

Vi è un cambiamento nella **catena del valore** e nella **catena delle attività**: un tempo si partiva dal prodotto e lo si proponeva al mercato, ora la logica si è ribaltata



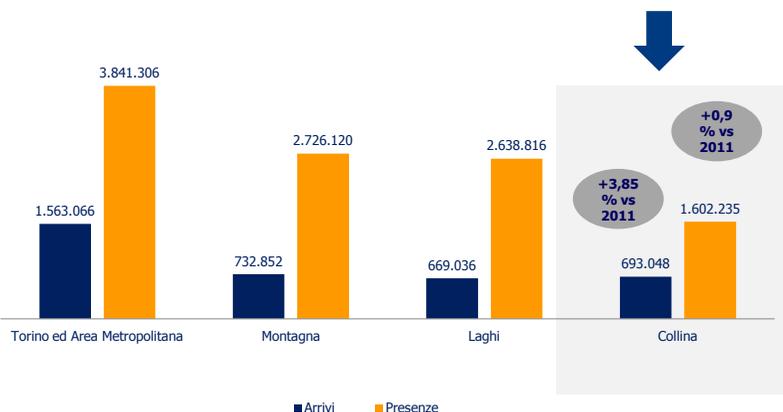
Capitolo 5 (segue)

Lo scenario del settore turistico alessandrino e le proposte per lo sviluppo del Monferrato come destinazione turistica

- ↳ L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo
- ↳ Lo scenario del turismo alessandrino
- ↳ L'offerta turistica della Provincia di Alessandria: un potenziale ancora inespresso
- ↳ Proposte per il futuro turistico del territorio

Lo scenario del settore turistico alessandrino e le proposte per lo sviluppo del Monferrato come destinazione turistica

Arrivi e presenze in Piemonte per aree/prodotto, 2012



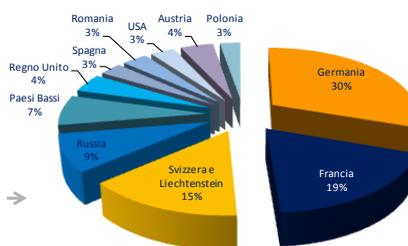
Arrivi per nazionalità e ATL*

Arrivi di turisti italiani e stranieri per ATL e confronto 2012 vs. 2011 (migliaia di persone)



- Gli arrivi di turisti dalla Germania (origine di provenienza principale dei turisti stranieri ad Alessandria) sono aumentati del 15,29% tra il 2011 e il 2012
- Gli arrivi di turisti dalla Russia sono aumentati del 39% rispetto al 2011

Arrivi di turisti stranieri per nazionalità nell'ATL di Alexala 2012



(*) Agenzia di accoglienza e promozione turistica locale

- Gli arrivi dall'estero per Alessandria sono aumentati del 8,38% tra il 2011 e il 2012 (Asti +3,92%, Cuneo +4,39% Langhe e Roero +5,48%)
- Gli arrivi dall'Italia hanno registrato un aumento del 2,03% nello stesso periodo (Asti +5,01%, Cuneo -1,29%, Langhe e Roero +0,82%)

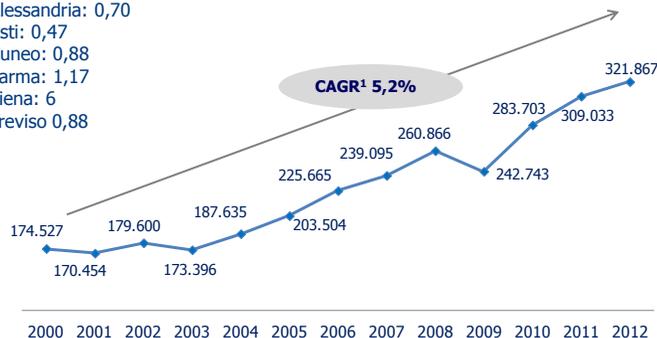
Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Provincia di Alessandria, 2013

151

Arrivi totali in Provincia di Alessandria, 2000-2012

Arrivi per abitante, 2012

- Piemonte: 0,91
- Alessandria: 0,70
- Asti: 0,47
- Cuneo: 0,88
- Parma: 1,17
- Siena: 6
- Treviso: 0,88



Di cui nel 2012:

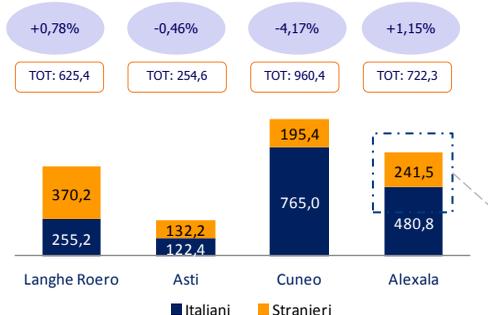
- Provenienti da Italia: 65%
- Provenienti da Estero: 35%
- Peso su totale arrivi Piemonte: 7,53%

¹ Tasso medio annuo composto di crescita

152

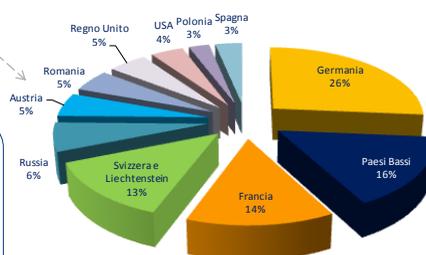
Presenze turistiche per nazionalità e ATL

Presenze di turisti italiani e stranieri per ATL e confronto 2012 vs. 2011 (migliaia di persone)



- La provincia di Alessandria presenta il **miglior tasso di crescita 2012 vs. 2011** di tutte le ATL
- L'incremento maggiore lo si registra per i turisti austriaci: +45,33%
- Crescono del 34,23% le presenze di turisti russi

Presenze di turisti stranieri per nazionalità nell'ATL di Alexala 2012



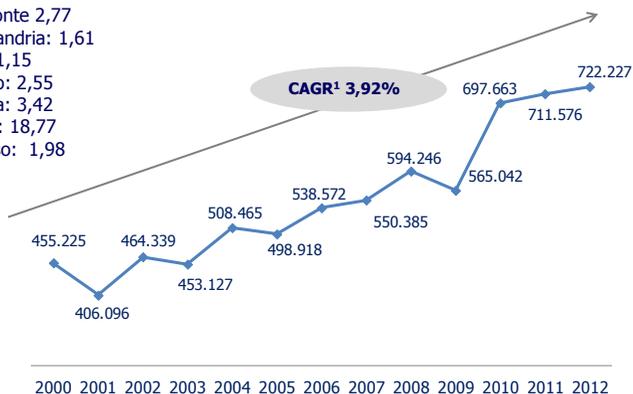
- Le presenze di turisti di provenienza estera in Provincia di Alessandria sono aumentate del 3,99% tra il 2011 e il 2012 (Asti +3,64%, Cuneo -3,73%, Langhe e Roero +5,11%)
- Le presenze dall'Italia hanno registrato un aumento dello 0,29% nello stesso periodo (Asti -4,53%, Cuneo -4,28%, Langhe e Roero 4,91%)

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Provincia di Alessandria, 2013

Presenze totali* in Provincia di Alessandria, 2000-2012

Presenze per abitante, 2012

- Piemonte 2,77
- Alessandria: 1,61
- Asti: 1,15
- Cuneo: 2,55
- Parma: 3,42
- Siena: 18,77
- Treviso: 1,98



- Di cui nel 2012:
- Provenienti da Italia: 67%
- Provenienti da Estero: 33%
- Peso su totale presenze Piemonte: 5,82%

¹ Tasso medio annuo composto di crescita

Tempo medio di permanenza, 2012

Rapporto tra presenze totali e arrivi totali

	2011	2012
Alexala	2,3	2,24
Asti	2,46	2,34
Cuneo	3,38	3,23
Langhe Roero	2,44	2,38

- La permanenza media sul territorio alessandrino è la più bassa rispetto alle altre aree collinari e alla media regionale

Il profilo del turista del territorio di Alessandria-Asti: età

Secondo una recente indagine*, nelle provincie di Alessandria ed Asti il 38% degli arrivi è composto da persone con un'età compresa tra i 51 e i 65 anni, ampiamente sopra la media regionale e anche delle Langhe-Roero. Specularmente, il turismo giovanile (< 30 anni) si posiziona 6 punti percentuali sotto la media piemontese

	Sotto i 30	30-40	41-50	51-65	Oltre 65
Colline (AL+AT)	8%	14%	27%	38%	14%
Langhe-Roero	8%	20%	29%	32%	11%
Piemonte	14%	21%	27%	26%	11%

(*) Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati tratti dall' "Impatto Economico, ricadute e redditività del turismo in Piemonte 2011", studio effettuato su un campione di 5.174 turisti

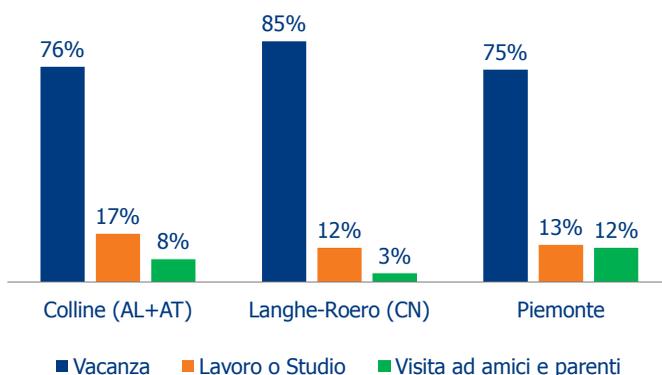
Il profilo del turista del territorio di Alessandria-Asti: grado di istruzione

Il **grado di istruzione dei turisti è medio-alto**, adatto quindi a recepire anche un'offerta di prodotti turistici con un alto spessore culturale

	Licenza Media	Diploma	Laurea
Colline (AL+AT)	8%	43%	49%
Langhe-Roero	4%	39%	57%
Piemonte	9%	46%	45%

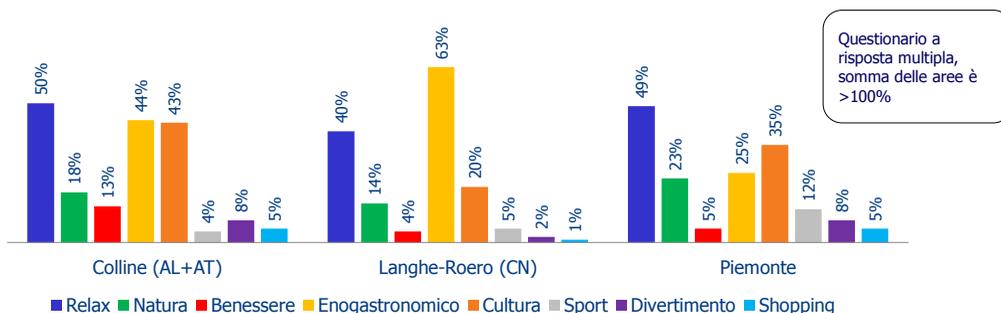
Il profilo del turista del territorio di Alessandria-Asti: motivo del soggiorno

- Il motivo del soggiorno dei turisti che si recano sul territorio Alessandrino ed Astigiano è da imputare prevalentemente ad un soggiorno **leisure**
- Tuttavia, i viaggi **business** rappresentano una quota maggiore rispetto a Langhe e Roero e media regionale



Il profilo del turista del territorio di Alessandria-Asti: tipologia di turismo

A differenza di Langhe-Roero, dove il turismo enogastronomico rappresenta nettamente il principale prodotto scelto dal turista, nella zona collinare di Asti-Alessandria anche *relax* e cultura motivano la scelta di quasi la metà dei turisti



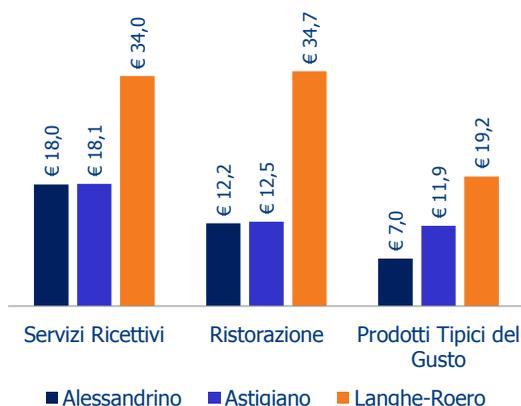
Spesa media *pro-capite* giornaliera e differenza di spesa tra turisti stranieri e italiani, 2012

	Spesa media (€)	Differenze nella spesa media stranieri-italiani (€)
Langhe e Roero	178,8	83,7
Alessandrino	83,4	22,9
Astigiano	81,2	43,9

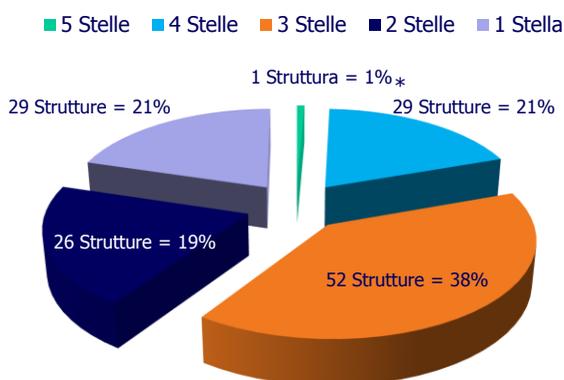
- Nel territorio alessandrino si registra **una spesa media giornaliera pro-capite inferiore di quasi 100 € rispetto alle Langhe e Roero**
- **Il differenziale di spesa dei turisti stranieri** rispetto a quelli italiani è molto contenuto per Alessandria rispetto ad Asti e alle Langhe e Roero

Spesa media *pro-capite* giornaliera e differenza di spesa tra turisti stranieri e italiani, 2011

- Le spese per i servizi ricettivi e della ristorazione nel territorio astigiano ed alessandrino sono perfettamente equiparabili, a riprova di un sistema turistico simile; l'astigiano riesce però a valorizzare maggiormente i suoi prodotti locali
- Notiamo come i turisti spendano molto di più nelle Langhe-Roero



Strutture alberghiere per categoria in Provincia di Alessandria, 2012

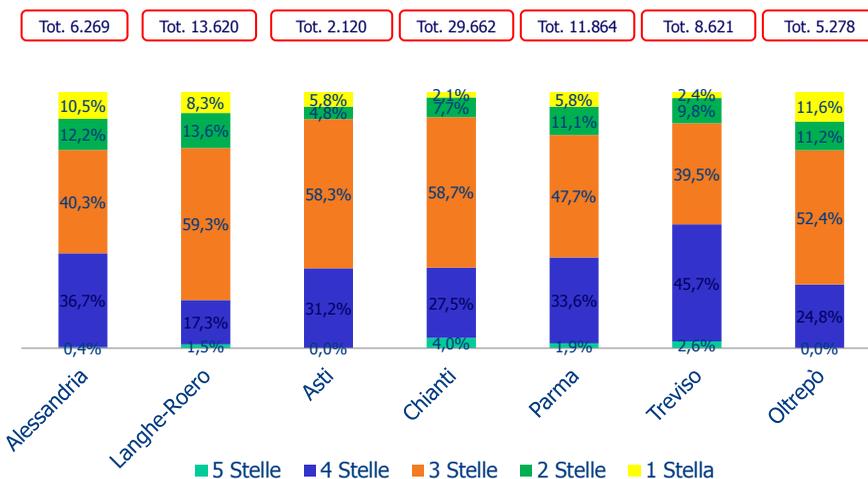


- Nr. totale strutture alberghiere:** 137 (-4,3% vs 2011)
- Nr. totale posti letto:** 6.365 (+1,5% vs 2011)

- In 11 anni l'offerta è (141 hotel nel 1999), con un incremento per di posti letto
- Gli hotel 4 stelle sono cresciuti da 7 a 29

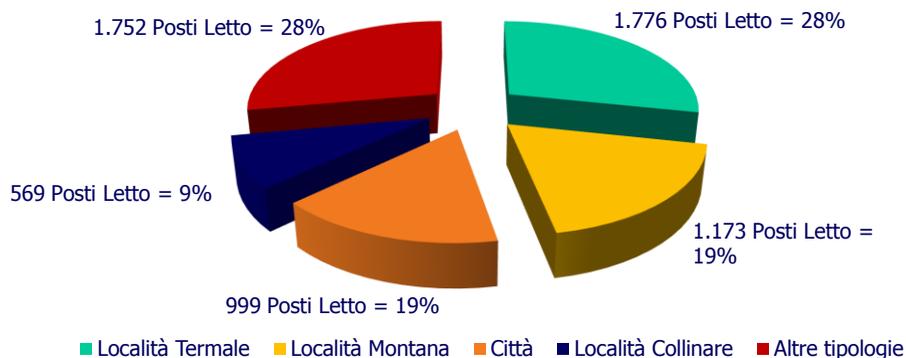
* Castello di Oviglio:
4 Suites
2 Junior Suites
3 Doppie Comfort

Ripartizione dei posti letto alberghieri per categoria

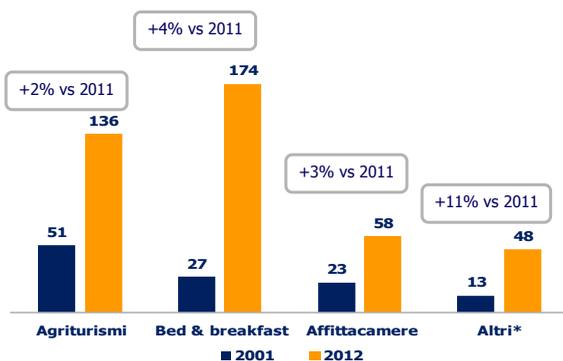


Ripartizione dei posti letto nelle strutture alberghiere per natura della destinazione

Dall'analisi dei posti letto divisi per tipologia della destinazione, il territorio della Provincia di Alessandria non risulta connotato per nessuna particolare tipologia turistica



Strutture extralberghiere per tipologia in Provincia di Alessandria 2012



(*) Ostelli, campeggi, case per ferie, campeggi e rifugi

Totale strutture extra-alberghiere: 2012 → **415**
2011 → **114** } **x 3,64**

- **Crescita consistente numero degli agriturismi e dei bed & breakfast**
- **Elevata concentrazione di agriturismi: 31,8 ogni 100.000 abitanti rispetto a 12,3 ogni 100.000 abitanti in Toscana**

Quali sono le motivazioni che frenano lo sviluppo turistico del territorio? (1/2)

- Il territorio non ha saputo ancora fare il **salto di qualità** e divenire una **destinazione**
- Fino ad oggi il territorio si è focalizzato solo sulla commercializzazione di un prodotto e non sulla commercializzazione di un **"prodotto-destinazione"**
- Il sistema turistico alessandrino non è stato capace di fare sistema e **cooperare** per un **obiettivo comune**
- Il turismo non è stato considerato un **settore centrale** per lo sviluppo della Provincia e non è mai stata definita una **visione strategica**

Quali sono le motivazioni che frenano lo sviluppo turistico del territorio? (2/2)

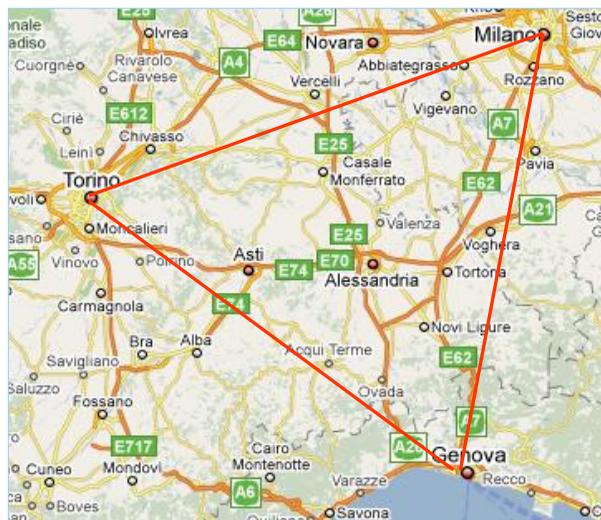
- Il territorio non è stato capace fino ad oggi né di emergere né di **farsi notare dalla domanda turistica nazionale ed internazionale**
- Il sistema turistico alessandrino ha sempre adottato un **approccio passivo** e non **attivo nella promo-commercializzazione della destinazione** e nella creazione di un prodotto
- **Gestione del turismo** in chiave 'solida', quando il mercato turistico oggi è 'liquido'
- Il territorio non è stato capace di fare emergere la sua **Destination Proposition**, che è 'annacquata' da territori concorrenti

Capitolo 5 (segue)

Lo scenario del settore turistico alessandrino e le proposte per lo sviluppo del Monferrato come destinazione turistica

- ↳ L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo
- ↳ Lo scenario del turismo alessandrino
- ↳ L'offerta turistica della Provincia di Alessandria: un potenziale ancora inespresso
- ↳ Proposte per il futuro turistico del territorio

Il posizionamento geografico strategico della Provincia di Alessandria



Le debolezze del sistema turistico alessandrino

- Alessandria rappresenta...
 - il 14% della superficie del Piemonte
 - il 9,9% della popolazione del Piemonte
 - l'8,9% del PIL del Piemonte

- **... ma soltanto il 7,53% degli arrivi, il 5,82% delle presenze turistiche e il 6% dei posti letto**



Il sistema d'offerta nella Provincia di Alessandria ...

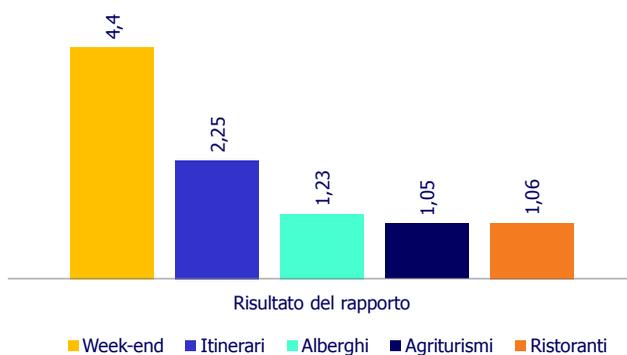
Un sistema ricco ed eterogeneo...



... ma eccessivamente dispersivo e poco fruibile

Un problema di immagine e notorietà: ricerche via web

Ricerche effettuate su Google per associazione tra nome del territorio (Monferrato vs. Langhe) e offerta turistica ricercata: rapporto tra i risultati per le Langhe e per il Monferrato



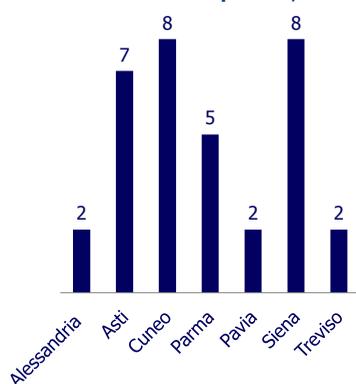
- Il **brand "Langhe"** risulta più affermato e presente nelle ricerche internet se si considerano le ricerche di **week-end, itinerari turistici e alberghi** dove soggiornare.
- Sono invece sostanzialmente allineate le ricerche per agriturismi e ristoranti

Ristoranti segnalati dalla Guida Michelin, 2013

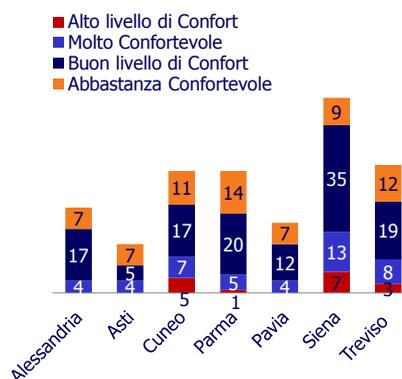
Enogastronomia



Ristoranti stellati Michelin: confronto tra Alessandria e altre realtà comparabili, 2012



Ristoranti segnalati dalla Guida Michelin per livello di confort



Fonte: rielaborazione The European House - Ambrosetti su dati Guida Michelin 2013

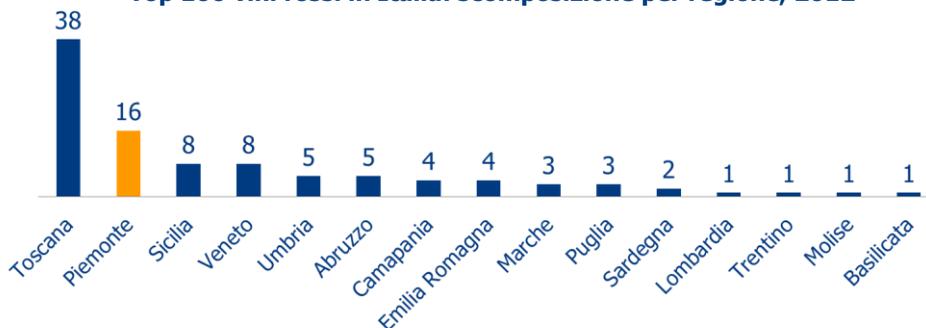
Ranking TOP 100 Vini Rossi (1/2)

Enogastronomia



La graduatoria dei «100 vini rossi al Top» è stata ricavata mettendo insieme le preferenze delle principali guide italiane in materia (**Gambero Rosso, L'Espresso, Veronelli e Luca Maroni**) e ponendone i risultati a confronto con i voti espressi dal più importante periodico americano del settore, **Wine Spectator** e dal più ascoltato critico enologico degli Stati Uniti, Robert Parker

Top 100 vini rossi in Italia: scomposizione per regione, 2012



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Ricerca Class-CNBC, 2012

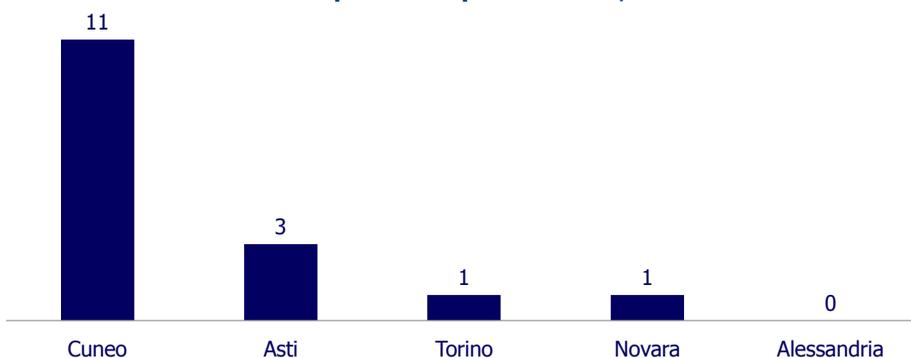
Ranking TOP 100 Vini Rossi (2/2)

Enogastronomia

Dei 16 vini che il Piemonte può vantare nella lista «TOP 100», **nessun vino è riconducibile alla Provincia di Alessandria** (vs. il primato del Cuneese)



Top 100 vini rossi in Italia: *focus* sui vini del Piemonte e ripartizione per Provincia, 2012



Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Ricerca Class-CNBC, 2012

175

Vini DOP-DOCG

Enogastronomia

Dei **403** vini ai quali viene riconosciuta la denominazione **DOP-DOCG** in Italia, **51** si trovano in **Piemonte** e **16** all'interno della **Provincia di Alessandria**. La posizione di Alessandria su DOP-DOCG non si traduce purtroppo in brillanti risultati di vendita



Stima del giro d'affari del mercato del vino in Provincia di Alessandria e in province similari (migliaia di €)



Fonte: rielaborazione TEH-A su banca dati AIDA, 2013 ; Indagine sul Settore Vinicolo, Mediobanca 2012

176

Alcuni dei prodotti tipici della Provincia di Alessandria...

Il Timorasso

Formaggio Monteboro

Salame di Giarolo

I Rabaton

I Krumiri

I prodotti tipici della Provincia di Alessandria

GAVI

DOLCETTO DI OVADA
DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA

... e molti altri

FONDAZIONE **gianfranco pignatelli**
FONDAZIONE **gianfranco pignatelli**

177

Il turismo enogastronomico e il caso della Rioja in Spagna

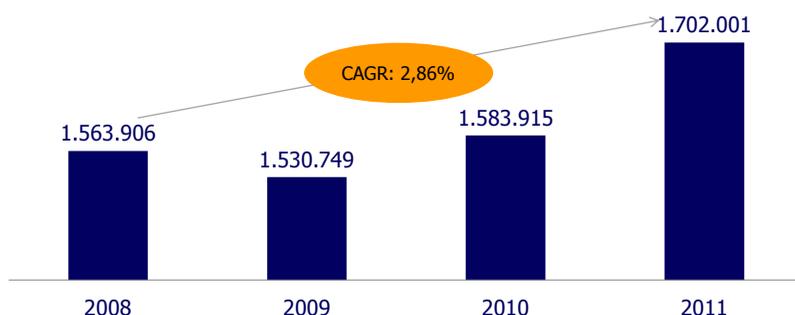
- Situata nel Nord della Spagna tra le provincie di Navarra, Soria, Saragozza e Alava, la Rioja è la **più piccola Regione Autonoma del Paese**
- L'economia regionale si basa principalmente su:
 - 1. Produzione di vino**
 - 2. Turismo**
 - 3. Agricoltura**



Il turismo a La Rioja (1/2)

- Con circa **1,7 milioni di presenze nella regione** nel 2011, la Rioja si conferma una delle regioni spagnoli più attrattive nel **segmento del turismo non balneare**
- Gli **arrivi di turisti stranieri** nel 2011 sono stati **46.000**

Numero di pernottamenti nella regione della Rioja, 2008 - 2011

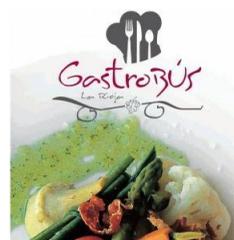


Il turismo a La Rioja (2/2)

- Il turismo nella regione de La Rioja si orienta verso tre tipologie principali di visita e scoperta del territorio:
 1. **Turismo enogastronomico**, legato alla produzione vinicola e alla visita delle cantine (sono presenti sul territorio 4 ristoranti stellati Michelin e 2 ristoranti "di charme")
 2. **Turismo religioso**: transito nel nord dei pellegrini in viaggio verso **Santiago di Compostela**
 3. **Attività ricreative**, come ad es. pesca, caccia, equitazione, trekking, parapendio e golf

Il turismo a La Rioja – Iniziative locali

- **Vinobus:** *tour* guidato alla scoperta delle vigne e delle cantine della zona, con la possibilità acquistare direttamente dai produttori
- **Gastrobus:** *tour* tra i ristoranti locali che propongono assaggi di prodotti della zona e vendita diretta al cliente
- **Gastro-hotel:** viene proposto un pacchetto pernottamento - ristorazione, personalizzato per tipologia di clientela (livello di spesa, gusti)



Un confronto tra La Rioja e la Provincia di Alessandria

Regione	Superficie	PIL (valore in mln €)	PIL <i>pro-capite</i> (valore in €)	Abitanti	Presenze turistiche
Regione Autonoma de La Rioja	5.045 km ²	7.971	25.349	322.955	1.700.000
Provincia di Alessandria	3.560 km ²	11.733	27.726	440.613	722.227
Delta (Alessandria vs. La Rioja)	-42%	+32%	+9%	+27%	-135%

Il sistema d'offerta in provincia di Alessandria, il Serravalle Outlet

- Con un flusso complessivo di **4,7 mio di visitatori** (2012) il Serravalle Outlet rappresenta di fatto il **principale attrattore di visitatori sul territorio**
- A Serravalle una quota importante del fatturato (25%) è rappresentato da **acquisti stranieri** principalmente **extra-europei** (Russia, Cina, Corea del Sud, Ucraina e Giappone)
- Aperto nel 2000, è il **più grande outlet d'Europa**, con 180 negozi e marchi di prestigio internazionale
- L'Outlet rappresenta un **eccezionale opportunità di sviluppo per le realtà turistiche, commerciali ed economiche locali** e può contribuire alla conoscenza del **patrimonio storico e culturale del territorio**



Serravalle Designer Outlet – breakdown Extra Schengen

fonte: Global Blue. Periodo di riferimento, 2012

	McArthurGlen Serravalle	
	% of total	% vs anno precedente
Total	100%	48%
Russian Fed	46%	38%
China	13%	150%
Korea	5%	33%
Ukraine	3%	13%
Japan	3%	19%
Singapore	2%	33%
Kazakhstan	2%	49%
Saudi Arabia	2%	90%
Hong Kong	2%	4%
Malaysia	2%	204%
Others	20%	48%

Il turismo storico e culturale: Ville e Castelli

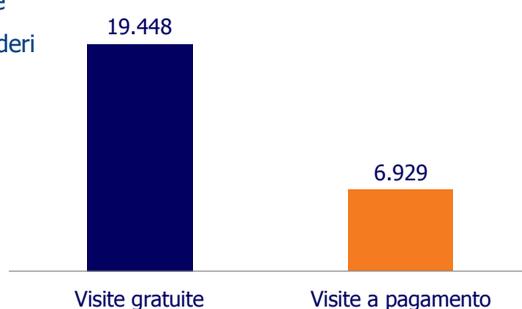
Turismo Storico-Culturale

Secondo il censimento effettuato dall'Associazione Castelli Aperti nel 2012 sul territorio della Provincia di Alessandria sono presenti 175 tra Dimore Castellate e Castelli, di cui **solo 18 sono state accessibili al pubblico**



- 98 Castelli integri e Residenze Castellate
- 83 Castelli parzialmente conservati e ruderi

Visite annuali, 2012



Battlefield Tourism: un fenomeno in crescita a livello europeo

In Europa il c.d. *Battlefield Tourism* è un fenomeno in forte espansione che ruota principalmente attorno ai luoghi delle **due grandi guerre mondiali** e si divide in due macro-filoni:

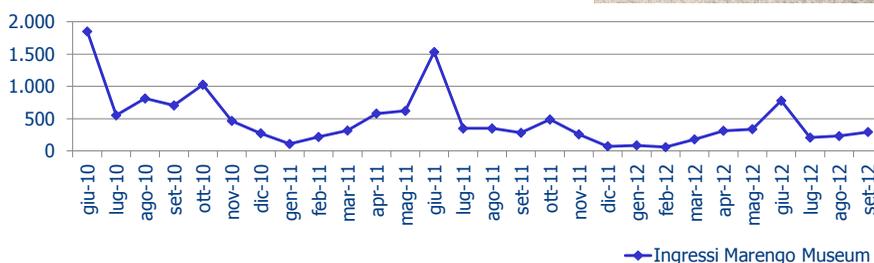


- **Turismo sui luoghi di battaglia:** il turista visita i luoghi di grandi battaglie, attraverso la scoperta del campo di battaglia e la visita di musei/monumenti sul campo;
- **Rievocazione di grandi battaglie:** il turista assiste alla messa in scena di uno spettacolo sul luogo di battaglia per rivivere le gesta e i momenti salienti dello scontro

La Provincia di Alessandria è sede di uno dei più importanti campi di battaglia del periodo napoleonico: **Marengo**

Il turismo storico e culturale nella Provincia: *Marengo Museum*

Dalla sua inaugurazione (giugno 2010) i visitatori sono stati **13.344**, con un *trend* decrescente



Un confronto con l'estero: *Waterloo 1815*

- Con **156.000 visitatori** all'anno, "The Waterloo Battlefield" è uno dei siti storici più visitati in **Belgio**
- Dal 2004 è stato creato dalla Fondazione "**Culture Espaces**" un Centro Visitatori che comprende *in loco*:
 - Cinema (proiezione film sulla battaglia di Waterloo e la vita di Napoleone Bonaparte)
 - Museo
 - Zona intrattenimento per bambini
 - 3 ristoranti
- Nel sito sono rievocate le gesta della battaglia tra le truppe francesi guidate da Napoleone e l'esercito anglo-prussiano



Arte e Cultura come *exit strategy* dalla crisi: il caso del Museo Louvre a Lens in Francia



- La creazione di un polo culturale di attrazione rientra nel piano voluto da Governo, Regione del Nord-Pas de Calais e Museo del Louvre di Parigi per **rilanciare il territorio della ex città mineraria di Lens**, vicino al confine con il Belgio, area particolarmente provata dalla crisi economica (250.000 abitanti, tasso di disoccupazione del 15% della popolazione attiva)
- Il progetto si ispira ad altri esempi di rilancio del territorio attraverso l'insediamento di **nuovi poli di attrazione culturale e turistica**, come nel caso del **Museo Guggenheim a Bilbao** (Spagna) e del **Centre Pompidou a Metz** (Francia)



Il Museo Louvre a Lens: *Facts & Figures*



- Costruzione del nuovo museo in **10 anni** (28.000 m² di superficie, di cui 7.000 m² di spazi espositivi)
- Inaugurazione a **dicembre 2012**
- Impegno economico di **150 milioni di Euro** (di cui 88 di fondi regionali)
- Esposizione di **oltre 200 capolavori ed opere d'arte** provenienti dagli 8 dipartimenti del Louvre di Parigi **a rotazione per 5 anni**
- Obiettivo di **attrarre turisti dall'Europa centrale e dal resto della Francia** (*target* minimo di **mezzo milione di visitatori all'anno** – attesi 700.000 visitatori nel 2013, per l'effetto novità)
- Creazione nel breve termine di 120 posti di lavoro, attesa di ricadute sul territorio
- Obiettivo di generare un **ritorno sul territorio di 7 Euro per ogni Euro investito**

Il turismo termale: numero di clienti delle Terme di Acqui

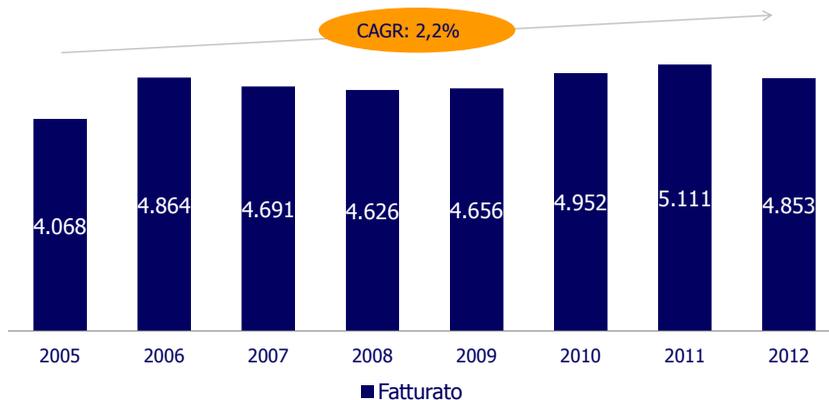
Turismo Termale



Le principali regioni di provenienza sono: Piemonte, Liguria, Lombardia, Valle d'Aosta, Emilia Romagna e Sardegna

Fatturato di Terme di Acqui (migliaia di €)

Turismo Termale



Una visione d'insieme: punti di forza e di debolezza del Turismo

- | | |
|--|---|
| - | + |
| <ul style="list-style-type: none">▪ Frammentazione dell'offerta e della capacità promozionale▪ Assenza di grandi attrattori▪ Mancanza di un marchio affermato e riconoscibile dell'identità territoriale▪ Bassa riconoscibilità di prodotti e servizi turistici offerti rispetto ai territori limitrofi (vini, prodotti gastronomici, ecc.)▪ Assenza di posizionamento sul mercato▪ Debolezza del segmento di ricettività alberghiera di elevato standing (5 stelle) e scarsa riqualificazione▪ Bassa dotazione infrastrutture ferroviarie (collegamenti Torino e Milano) e aeroportuali | <ul style="list-style-type: none">▪ Collocazione geografica centrale e strategica▪ Patrimonio paesaggistico e storico-artistico-culturale▪ Dotazione infrastrutture stradali e autostradali▪ L'attrattività dell'outlet di Serravalle, che attira circa 5 milioni di visitatori all'anno▪ La candidatura come «Patrimonio dell'Umanità» dell'UNESCO per i paesaggi▪ La prossimità all'evento EXPO 2015 |

Capitolo 5 (segue)

Lo scenario del settore turistico alessandrino e le proposte per lo sviluppo del Monferrato come destinazione turistica

- ↳ L'evoluzione dei *trend* del turismo nel mondo
- ↳ Lo scenario del turismo alessandrino
- ↳ L'offerta turistica della Provincia di Alessandria: un potenziale ancora inespreso
- ↳ Proposte per il futuro turistico del territorio

Proposte di sviluppo per il turismo del Monferrato

- **Fare emergere il territorio di Alessandria** e del Monferrato nel mercato, facendo leva sulla **differenziazione**
- Mettere in atto una **strategia di Destination Social Media Marketing**

Proposte di sviluppo per il turismo del Monferrato (1/4)

- Affrontare il problema della frammentazione degli attori deputati alla *governance* del turismo e della conseguente dispersione delle iniziative con la creazione di una DMO (*Destination Management Organization*), ovvero una **cabina di regia per elaborare la visione di sviluppo del Monferrato come destinazione turistica**, definire le strategie di prodotto e avviare azioni/progetti concreti
- La DMO deve essere guidata da un numero ristretto di persone con **elevata professionalità nel settore del turismo e deve essere sostenuta operativamente**



Proposte di sviluppo per il turismo del Monferrato (2/4)

- Poiché il territorio ha un problema di visibilità e notorietà, è necessario:
 - Essere presenti in modo maggiore ne mercato dell'informazione *on-line* e sui *social-media*
 - Costituire una forte *destination reputation*



Proposte di sviluppo per il turismo del Monferrato (3/4)

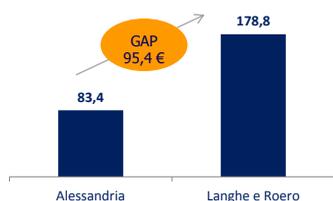
- La DMO dovrà anzitutto:
 - individuare un **numero ristretto di prodotti turistici su cui puntare** ed elaborare una strategia di prodotto in ottica di **differenziazione rispetto alle altre destinazioni vicine**. Occorre organizzare i prodotti per vendere al turista un'**esperienza**, creare la **motivazione** per venire nel Monferrato, diventando una vera **destinazione** - non solo un territorio – **(ri)conosciuta e ricercata**
 - elaborare una strategia di **promo-commercializzazione**, lavorando prima di tutto su un **mercato di prossimità** per sfruttare il vantaggio competitivo di vicinanza rispetto a grandi centri metropolitani

Proposte di sviluppo per il turismo del Monferrato (4/4)

- La DMO ha il compito di promuovere, supportare, lanciare **azioni/progetti concreti**, anche di collaborazione tra **pubblico e privato**, coerenti con la visione e le strategie individuate. Ad esempio progetti di:
 - perimetrazione e brandizzazione del Monferrato
 - «apertura» e valorizzazione dei castelli
 - sviluppo di Marengo nel circuito *Battlefield Tourism*
 - promozione del paniere prodotti tipici
 - formazione per gli operatori turistici
 - *partnership* con l'Outlet di Serravalle
 - ...

Di quanto potrebbe aumentare la spesa dei turisti in Provincia di Alessandria se si avvicinasse al benchmark di Langhe e Roero e della Rioja?

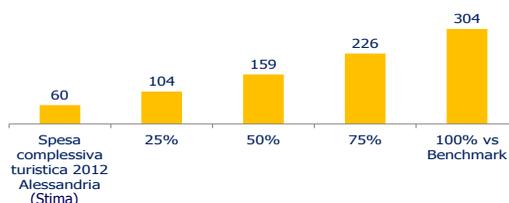
Spesa turistica giornaliera media pro-capite, 2012



Presenze turistiche, 2012



Aumento della spesa complessiva dei turisti in Provincia di Alessandria sotto l'ipotesi di crescita della spesa media procapite e delle presenze turistiche (mio. €)



Il grafico mostra come aumenterebbe la spesa dei turisti in Provincia di Alessandria se Alessandria riuscisse a colmare il 25%, il 50%, il 75% o il 100% del gap verso la spesa media pro-capite delle Langhe e Roero e il numero di presenze turistiche della regione spagnola della Rioja.

Capitolo 6

La *green economy* come opportunità di sviluppo e differenziazione del territorio

- ↳ Quadro di riferimento internazionale
- ↳ *Facts and Figures* del settore "*green*" in Italia
- ↳ Il posizionamento "*green*" di Alessandria
- ↳ Il progetto Greenovation@AL
- ↳ Alcuni casi di ispirazione per Alessandria

Politiche Internazionali – L'UNEP

A livello internazionale il 2012 è stato caratterizzato dalla Conferenza Rio+20 e da tutti i lavori preparatori alla stessa.

La Conferenza è stata incentrata attorno a due temi:

- la *green economy* nell'ambito dello **sviluppo sostenibile e della lotta alla povertà**
- l'**assetto istituzionale della governance dello sviluppo sostenibile** a livello globale



A margine della conferenza di Rio, L'UNEP (United Nation Environment Program) ha stimato che l'investimento ipotizzato per attuare la conversione dell'economia tradizionale in una economia più verde, a livello mondiale, è pari a **1.300 miliardi di dollari** (2% del PIL Mondiale)



Politiche Internazionali – L'OCSE



Oltre l'UNEP anche l'OCSE ha prodotto documenti e strategie a supporto della *green economy* e in particolare del *green growth*. Con questo termine l'OCSE si riferisce alla promozione di una crescita economica che sappia **ridurre**

l'inquinamento, le emissioni di gas serra e i rifiuti, assicurando che il patrimonio naturale **continui a fornire le risorse e i servizi ambientali su cui si basa il nostro benessere**

Crescita verde, concepita come sottoinsieme dello sviluppo sostenibile **caratterizzato da un'agenda politica operativa capace di coniugare le esigenze dell'economia con quelle dell'ambiente**, significa quindi anche **migliorare le prospettive di salute per la popolazione** e rafforzare la sicurezza energetica grazie a un alleggerimento della dipendenza dai combustibili fossili importati

Per l'OCSE, l'innovazione, orientata ad un uso più efficiente delle risorse, può ridurre le criticità ambientali e contribuire al disaccoppiamento tra crescita e impoverimento del capitale naturale. Al tempo stesso la crescita verde potrebbe anche produrre notevoli incrementi dell'occupazione, che, limitandosi al settore dell'energia *low carbon*, sarebbero nell'ordine dei **20 milioni di nuovi posti di lavoro creati entro il 2030**

Politiche Internazionali – La Commissione Europea



La Commissione Europea, nell'ultimo periodo, ha emanato politiche fortemente orientate alla sostenibilità e alla *green economy*. Ciò avviene innanzitutto con la strategia Europa 2020, varata nel 2010, che definisce un quadro di obiettivi per **una crescita sostenibile, intelligente ed inclusiva** in Europa, per far fronte alle sfide attuali e alle problematiche che rischiano di vanificare il percorso di crescita sin qui compiuto (crisi economica, globalizzazione, pressione sulle risorse, invecchiamento).

Con riferimento alla "sostenibilità" della crescita, **Europa 2020** evidenzia la necessità di promuovere l'incremento dell'efficienza dell'uso delle risorse, disaccoppiando la crescita dall'uso delle risorse, con azioni sui seguenti fronti:

- **la competitività**, mirando a consolidare la capacità dell'Europa di mantenere una posizione di leadership sul mercato delle tecnologie verdi
- **la lotta al cambiamento climatico**, agendo sia sul fronte della mitigazione, riducendo le emissioni climalteranti, sia sul fronte dell'adattamento, incrementando
- **la resilienza** ai "rischi climatici"
- **l'energia pulita**, riducendo la dipendenza dalle fonti fossili, con i connessi vantaggi sul fronte della sicurezza dell'approvvigionamento nonché in termini di incremento dei posti di lavoro legati ai settori delle rinnovabili e dell'efficienza energetica.

Il mercato green a livello globale

Dimensionamento economico del mercato green globale (miliardi di €) e proiezioni di crescita (%) al 2020



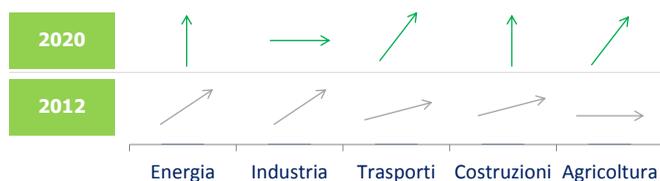
A livello statistico risulta difficile stimare il numero esatto di impiegati in settori green a livello globale. Tuttavia, in Europa si possono contare circa 3,4 milioni di posti di lavoro nell'eco-industria¹, circa l'1,5% dell'intera forza lavoro europea, un contributo che supera quello dell'industria automobilistica, della chimica o del sistema moda

¹L'industria dei beni e dei servizi ambientali consiste di attività mirate alla produzione di beni e servizi finalizzati a misurare, limitare, minimizzare o correggere i danni ambientali recati all'acqua, all'aria, al suolo, o relativi a problemi legati ai rifiuti, all'inquinamento acustico e ai danni recati agli ecosistemi.



- ↑ Elevata potenzialità di sviluppo nel medio-lungo termine
- ↗ Buona potenzialità di sviluppo nel medio-lungo termine
- Tenuta nel medio-lungo termine
- ↖ Buona dotazione di green job allo stato attuale
- ↘ Modesta dotazione di green job allo stato attuale
- Limitata dotazione di green job allo stato attuale

Settori interessati dalla green economy, stato attuale e prospettive di sviluppo per i *green jobs* a livello globale



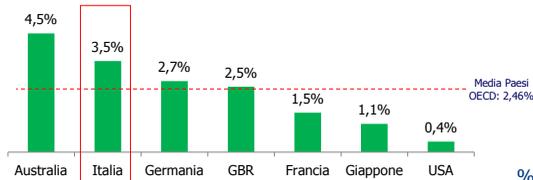
Capitolo 6 (segue)

La *green economy* come opportunità di sviluppo e differenziazione del territorio

- ↪ Quadro di riferimento internazionale
- ↪ **Facts and Figures del settore "green" in Italia**
- ↪ Il posizionamento "green" di Alessandria
- ↪ Il progetto Greenovation@AL
- ↪ Alcuni casi di ispirazione per Alessandria

La Ricerca e Sviluppo e i Brevetti green in Italia

Quota di spesa pubblica destinata ad investimenti in tecnologie e prodotti green 2011

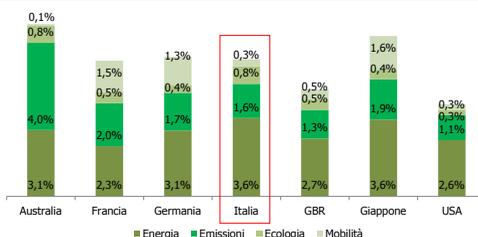


In Italia, complessivamente il 6,3% dei brevetti PCT derivano da innovazioni nel campo green, in particolare da aree come: la ricerca su motori ibridi, la ricerca della massima efficienza energetica degli edifici, la gestione dei rifiuti, tecnologie per ridurre l'inquinamento dell'aria e dell'acqua e la ricerca su fonti di energia rinnovabili

L'Italia nel 2011 è stato il secondo Paese OCSE per quota della spesa pubblica destinata ad investimenti in tecnologie green (gestione dei rifiuti, incentivi per energie rinnovabili, controllo e riduzione delle emissioni ecc.), complessivamente circa 32,6 mld di Euro

Il PCT (Trattato di Cooperazione in materia di Brevetti) è un trattato gestito dalla Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale con lo scopo di offrire una procedura unica per depositare una domanda di brevetto simultaneamente in un grande numero di paesi. L'Italia vi aderisce dal 1985. Ancora oggi non esiste un "brevetto internazionale", poiché la concessione definitiva è prerogativa dei vari Stati aderenti al Trattato

% di brevetti PCT¹ green e Industry di riferimento 2011

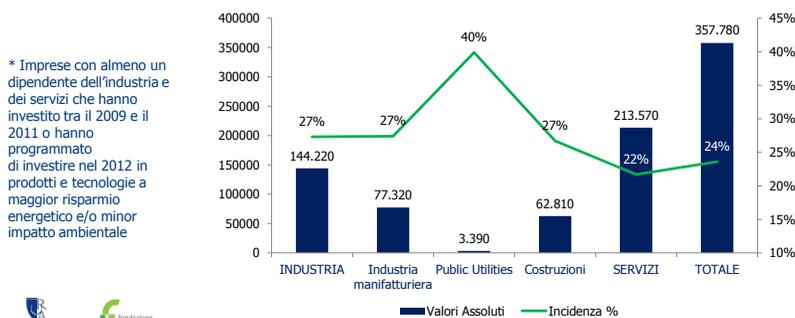


L'investimento delle imprese

In Italia, quasi un'impresa su quattro (23,6%) di tutte le imprese extra-agricole con almeno un dipendente (1 milione e 514 mila in totale) ha fatto investimenti sul «green» negli ultimi anni

Secondo i dati Unioncamere, in Italia è la grande impresa che realizza la maggior parte degli investimenti green. Le grandi imprese (tra 250 e 499) investitrici in green sono passate da una quota del 35% al 37% tra il 2011 e il 2012 e in quelle oltre i 499 dipendenti il rapporto è salito dal 42% al 44% nello stesso periodo

Imprese che hanno investito tra il 2009 e il 2012 in prodotti e tecnologie green* sul totale delle imprese, per settore di attività (valori assoluti e incidenza percentuale sul totale delle imprese)



* Imprese con almeno un dipendente dell'industria e dei servizi che hanno investito tra il 2009 e il 2011 o hanno programmato di investire nel 2012 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale

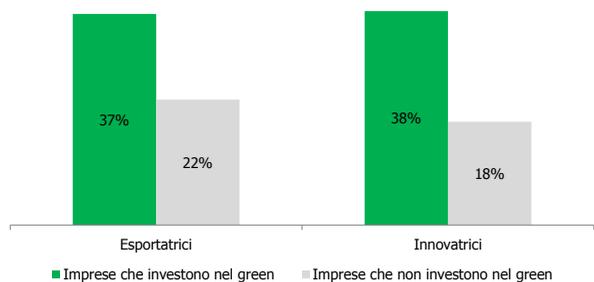
Innovazione ed esportazione delle imprese *green*

Tra le imprese che investono nel *green* (con riferimento a quelle che lo hanno fatto nel quadriennio 2009-2012), **nel 2012 il 37,4% ha esportato i propri prodotti**, contro il 22,2% di quelle che non investono in ambito *green*

Il 37,9% delle imprese che realizzano eco-investimenti hanno introdotto nel 2012 innovazioni di prodotto o di servizio, contro il 18,3% di quelle che non investono

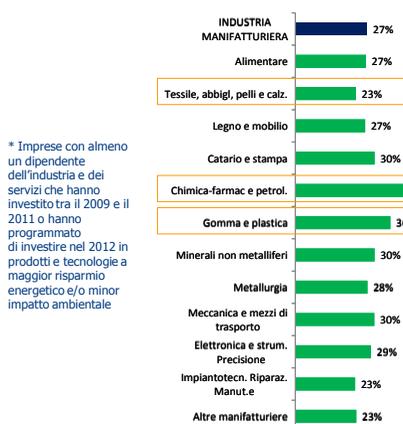
Incidenza percentuale delle imprese esportatrici e innovatrici di prodotto/servizio tra le imprese che investono in tecnologie *green a confronto con quelle che non investono**

* Imprese con almeno un dipendente dell'industria e dei servizi che hanno investito tra il 2009 e il 2011 o hanno programmato di investire nel 2012 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale



Le imprese manifatturiere che investono nel *green*

Incidenza percentuale delle imprese manifatturiere che hanno investito tra il 2009 e il 2012 in prodotti e tecnologie *green sul totale delle imprese, per comparto di attività** (valori assoluti e incidenze percentuali sul totale delle imprese)



* Imprese con almeno un dipendente dell'industria e dei servizi che hanno investito tra il 2009 e il 2011 o hanno programmato di investire nel 2012 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale

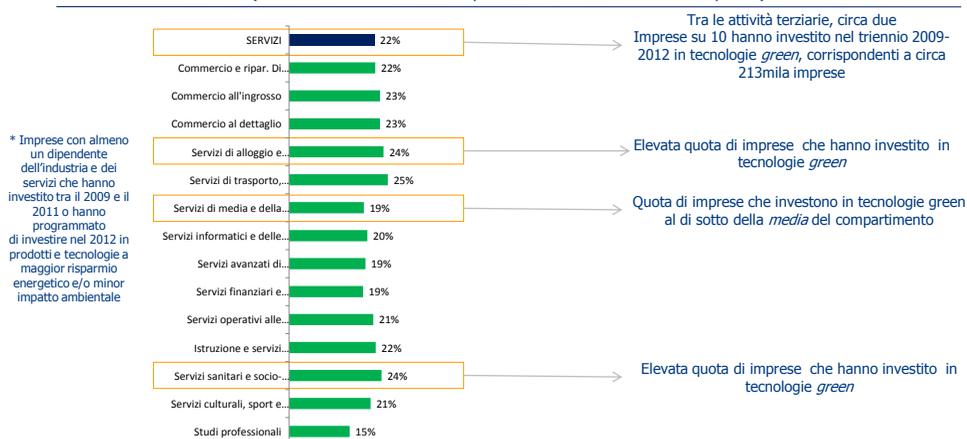
Il settore tessile, abbigliamento e calzature, con 10mila 500 imprese circa investitrici è al di sotto della media del comparto manifatturiero industriale italiano

Il comparto chimico-farmaceutico spicca con quasi la metà delle imprese (41%, pari a circa 2mila 500) che negli ultimi tre anni hanno investito, o lo faranno nel 2012, in tecnologie *green*.

Tra gli altri settori ad elevato impatto che investono in misura rilevante in tecnologie *green* rientra anche l'industria della gomma e plastica, dove poco più di un terzo delle imprese (36,2%, pari a 3.200 unità) realizzano investimenti «*green*»

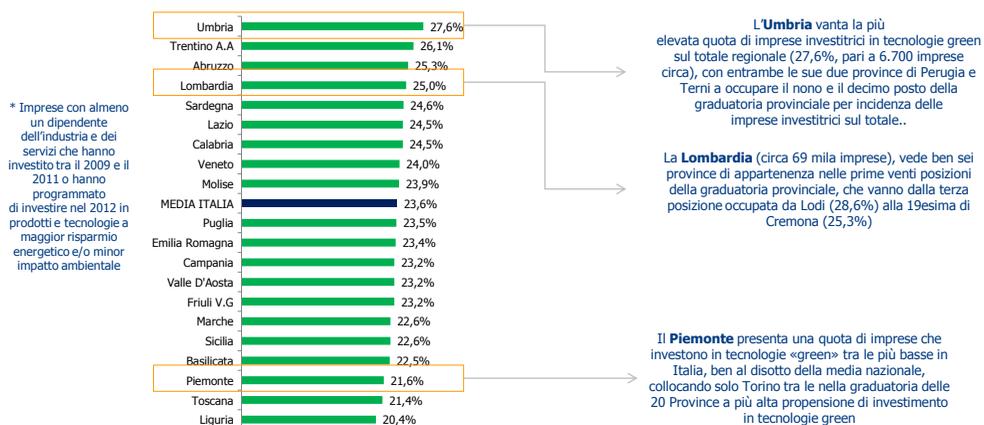
Le imprese dei servizi che investono nel *green*

Incidenza percentuale delle imprese dei servizi che hanno investito tra il 2009 e il 2012 in prodotti e tecnologie *green** sul totale delle imprese, per comparto di attività (valori assoluti e incidenze percentuali sul totale delle imprese)



La graduatoria regionale

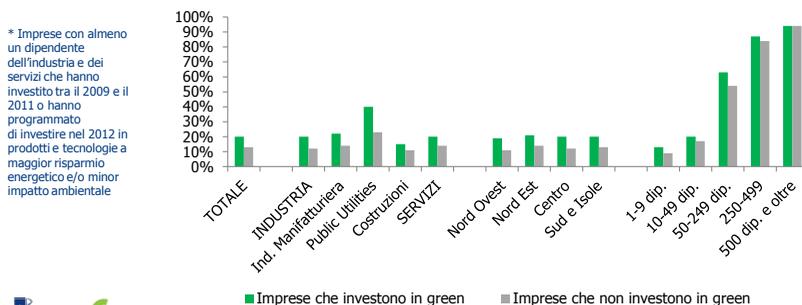
Graduatoria regionale secondo l'incidenza percentuale delle imprese che hanno investito tra il 2009 e il 2012 in prodotti e tecnologie *green** sul totale delle imprese



La domanda di lavoro delle imprese italiane nel 2012 (1/2)

Le imprese che investono in tecnologie *green* dimostrano una **più forte capacità di affrontare le difficoltà della crisi economica rispetto alle altre**, ben testimoniata da un saldo occupazionale di lavoratori dipendenti previsto per il 2012 che, pur essendo negativo (-0,7%, corrispondente a una flessione di circa **35.500 dipendenti**) rappresenta la metà di quello corrispondente alle imprese che non investono invece in campo ambientale, **-1,4%, -95.000 dipendenti**

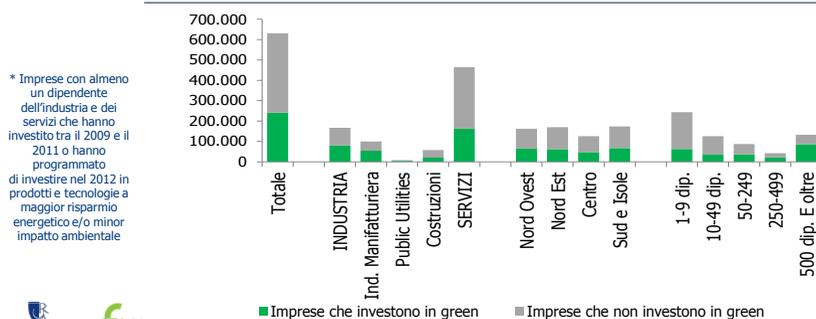
Incidenza percentuale delle imprese che hanno previsto assunzioni nel 2012 tra le imprese che investono in prodotti e tecnologie green* e tra le imprese che non investono, per settore di attività, ripartizione territoriale e classe dimensionale



La domanda di lavoro delle imprese italiane nel 2012 (2/2)

Delle oltre 631mila assunzioni complessive programmate nel 2012 dalle imprese dell'industria e dei servizi con dipendenti, **più di 241mila sono ascrivibili alle imprese investitrici in tecnologie green**. L'effetto moltiplicativo sul piano occupazionale prodotto dall'investimento nell'eco-efficienza è bene espresso dal fatto che **le imprese che investono in tecnologie green, pur spiegando il 23,6% dell'imprenditoria complessiva** (sempre con riferimento all'industria e servizi con almeno un dipendente) **riescono a contribuire per il 38,2% alle assunzioni complessive** programmate da tutte le imprese.

Incidenza percentuale delle imprese che prevedono assunzioni nel 2012 tra le imprese che investono in prodotti e tecnologie green* e tra le imprese che non investono, per settore di attività, ripartizione territoriale e classe dimensionale



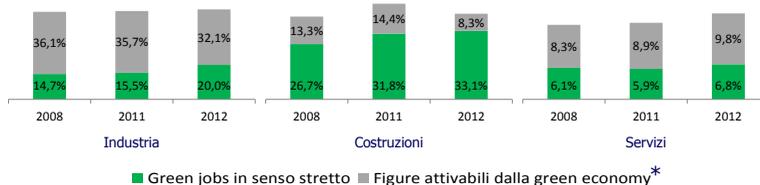
La domanda di *green jobs* delle imprese italiane

Nel 2012, i *green jobs* nell'industria italiana, sono arrivati a spiegare il **20% del fabbisogno occupazionale previsto**, 4,5 punti in più rispetto al 2011 e 5,3 a confronto con il 2008

La maggiore propensione delle imprese industriali nell'investire in tecnologie *green*, ha comportato anche un necessario **ri-direzionamento della domanda di lavoro verso figure 'verdi'**, in grado di amplificare i corrispondenti ritorni in termini di efficienza

Assunzioni non stagionali di *green jobs* in senso stretto e di figure attivabili dalla *green economy* programmate dalle imprese, per settore di attività economica - Anni 2008, 2011 e 2012
(incidenze percentuali sul totale assunzioni non stagionali)

* Imprese con almeno un dipendente dell'industria e dei servizi che hanno investito tra il 2009 e il 2011 o hanno programmato di investire nel 2012 in prodotti e tecnologie a maggior risparmio energetico e/o minor impatto ambientale



(*) Le professioni 'verdi' possono essere divise in due categorie: le **professioni *green* (*greenjobs*) in senso stretto**, da un lato, corrispondenti alle professioni caratterizzate da specifiche competenze *green*; le **figure attivabili dalla *green economy***, dall'altro, costituite da quelle professioni che, sebbene non abbiano per natura competenze specifiche riconducibili al *green* (e verosimilmente la gran parte oggi non le possiede), potenzialmente possono trovare collocazione nell'ambito di filiere o imprese *green oriented*.

Le linee guida della Regione Piemonte in materia *green*

La regione Piemonte ha aderito agli obiettivi dell'unione Europea in materia di energia ed emissioni di gas ad effetto serra:

- **Riduzione del 20% dell'emissione dei Gas ad effetto serra** (o anche del **30%**, se le condizioni lo consentono), **sotto il livello del 1990**
- **20% della produzione energetica provenienti da fonti rinnovabili**
- **20% di incremento dell'efficienza energetica**



Gli incentivi per le imprese che investono nel *green* in Piemonte

Al fine di, favorire il risparmio energetico nei processi produttivi e l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile, la Regione Piemonte nel 2010 ha stanziato **20 mln di €** per le PMI che intraprendono **processi di razionalizzazione dei consumi energetici** attraverso l'utilizzo delle fonti energetiche rinnovabili

Modalità del finanziamento:

- **finanziamento agevolato** erogato dalla banca prescelta dal richiedente e convenzionata con Finpiemonte, in unica soluzione a seguito della concessione dell'agevolazione
- **contributo in conto capitale concesso "in itinere"** fino ad un massimo dell'80% di quanto spettante, saldo a conclusione lavori
- i massimali di finanziamento variano in base alla tipologia di incentivazione prescelta in relazione alla norma comunitaria di riferimento (orientativamente da 1 a 2,5 mln € a tasso agevolato e da 100.000 a 200.000 in conto capitale)

L'offerta formativa ambientale in Piemonte

**Offerta formativa ambientale:
corsi di laurea per Regione (% sul totale)**



L'Università del Piemonte Orientale offre due corsi di laurea su temi ambientali con 278 studenti iscritti all'anno accademico 2012/2013

Il Piemonte è in linea con la media Italiana in termini di quota di corsi di laurea su temi ambientali

Ateneo	Facoltà	Tipo	Corso di Laurea
Politecnico	Architettura	Triennale	Pianificazione Territoriale, Urbanistica e Paesaggistico-Ambientale
		Specialistica	Architettura per la Sostenibilità Architettura per l'ambiente Costruito
	Ingegneria	Triennale	Ingegneria Energetica Ingegneria per l'Ambiente e il Territorio
Piemonte Orientale	Scienze politiche	Specialistica	Economia e Politiche Pubbliche, Ambiente e Cultura
	Scienze	Triennale	Scienze Ambientali e Gestione del Territorio
	Medicina	Triennale	Tecniche della prevenzione nell'Ambiente e nei Luoghi di Lavoro
	Scienze Politiche	Specialistica	Sviluppo Ambiente e Cooperazione
Università Torino	Agraria	Triennale	Scienze Forestali e Ambientali
		Specialistica	Scienze Forestali e Ambientali Analisi e Gestione dell'Ambiente
	Scienze	Specialistica	Biologia dell'Ambiente Chimica dell'Ambiente Geologia Applicata all'Ingegneria e all'Ambiente

Capitolo 6 (segue)

La *green economy* come opportunità di sviluppo e differenziazione del territorio

- ↳ Quadro di riferimento internazionale
- ↳ *Facts and Figures* del settore "*green*" in Italia
- ↳ Il posizionamento "*green*" di Alessandria
- ↳ Il progetto Greenovation@AL
- ↳ Alcuni casi di ispirazione per Alessandria

Indice Legambiente Ecosistema Urbano

- La 19° edizione del rapporto «Ecosistema Urbano» impiega **25 indici tematici basati su settanta indicatori primari** per confrontare tra loro 104 **capoluoghi di provincia italiani**
- L'insieme degli indicatori selezionati per la graduatoria di Ecosistema Urbano **copre tutte le principali componenti ambientali presenti in una città**: aria, acque, rifiuti, trasporti e mobilità, spazio e verde urbano, energia, politiche ambientali pubbliche e private



Gli Indici ambientali di ecosistema urbano (1/4)

INDICI	DESCRIZIONE	FONTI
Qualità dell'aria: NO2	Media dei valori medi annuali registrati da tutte le centraline urbane (g/mc)	Comuni, 2011
Qualità dell'aria: PM10	Media dei valori medi annuali registrati da tutte le centraline urbane (g/mc)	Comuni, 2011
Qualità dell'aria: Ozono	Media del n° di giorni di superamento della media mobile sulle 8 ore di 120 ug/mc su tutte le centraline	Comuni, 2011
Consumi idrici domestici	Consumo giornaliero pro capite di acqua per uso domestico (l/ab)	Comuni, 2011
Dispersione della rete	Differenza tra l'acqua immessa e quella consumata per usi civili, industriali e agricoli (come quota % sull'acqua immessa)	Comuni, 2011
Capacità di depurazione	Indice composto da: % di abitanti allacciati agli impianti di depurazione, giorni di funzionamento dell'impianto di depurazione, capacità di abbattimento della domanda chimica di ossigeno %	Comuni, 2011

Gli Indici ambientali di ecosistema urbano (2/4)

INDICI	DESCRIZIONE	FONTI
Rifiuti: produzione di rifiuti urbani	Produzione annuale pro capite di rifiuti urbani (kg/ab)	Comuni, 2011
Rifiuti: raccolta differenziata	% RD (frazioni recuperabili) sul totale rifiuti prodotti	Comuni, 2011
Trasporto pubblico: passeggeri	Passeggeri trasportati annualmente (per abitante) dal trasporto pubblico (passeggeri/ab)	Comuni, 2011
Trasporto pubblico: offerta	Percorrenza annua (per abitante) del trasporto pubblico (km-vettura/ab)	Comuni, 2011
Mobilità sostenibile	Indice composto da: presenza di autobus a chiamata, controlli varchi ZTL, mobilitymanager comunale, Piano spostamenti casa-lavoro, car sharing (0-100)	Comuni, 2011
Tasso di motorizzazione auto	Auto circolanti ogni 100 abitanti (auto/100 ab)	Istat 2011
Tasso di motorizzazione motocicli	Motocicli circolanti ogni 100 abitanti (motocicli/100 ab)	Istat 2011

Gli Indici ambientali di ecosistema urbano (3/4)

INDICI	DESCRIZIONE	FONTI
Isole pedonali	Estensione pro capite della superficie stradale pedonalizzata (m2/ab)	Comuni, 2011
Zone Traffico Limitato	Estensione pro capite di aree a ZTL (m2/ab)	Comuni, 2011
Piste ciclabili	Indice che misura i metri equivalenti di piste ciclabili ogni 100 abitanti (m_eq/100 ab)	Comuni, 2011
Ciclabilità	Indice composto da: adozione biciplan, ufficio biciclette, segnaletica direzionale, cicloparcheggi di interscambio, servizio di deposito bici con assistenza e riparazione, piano riciclo bici abbandonate, contrasto ai furti, bike sharing (0-100)	Comuni, 2011
Verde urbano fruibile	Estensione pro capite di verde fruibile in area urbana (m2/ab)	Comuni, 2011
Aree verdi totali	Superficie delle differenti aree verdi sul totale della superficie comunale (m2/ha)	Comuni, 2011

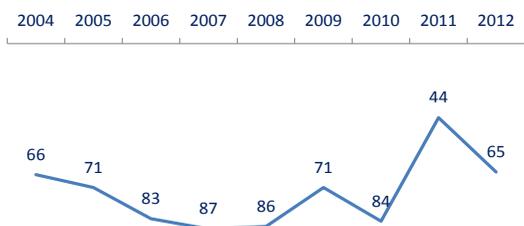
Gli Indici ambientali di ecosistema urbano (4/4)

INDICI	DESCRIZIONE	FONTI
Consumi elettrici domestici	Consumo annuale pro capite elettrico domestico (kWh/ab)	Istat 2011
Energie rinnovabili e teleriscaldamento	Indice composto da: solare termico (m2 /1.000ab) e fotovoltaico (Kw/1.000 ab) in edifici pubblici e teleriscaldamento (m3 riscaldati/ab)	Comuni, 2011
Politiche energetiche	Indice composto da: introduzione di incentivi economici e disposizioni sul risparmio energetico e/o diffusione fonti energia rinnovabile, semplificazione della procedura per l'istallazione di solare termico/fotovoltaico, attuazione di attività di risparmio energetico, presenza di Energy manager, acquisto di energia elettrica da fonte rinnovabile, realizzazione di audit energetici, realizzazione di banca dati edifici certificati (0-100)	Comuni, 2011
Certificazioni ambientali: ISO 14001	N° di certificazioni ISO 14001 ogni 1.000 imprese attive	Sincert, 2011 Infocamerer 2012 provinciale
Pianificazione e partecipazione ambientale	Indice composto da: progettazione partecipata, bilanci ambientali/rapporto sullo stato dell'ambiente e bilanci sociali; approvazione della Zonizzazione acustica, del Piano Urbano del Traffico (PUT), del Piano Energetico Comunale (PEC) e del Piano d'Azione per l'Energia Sostenibile (PAES) (0-100)	Comuni, 2011 Istat 2011, Patto dei sindaci 2012
Eco management	Indice composto da: utilizzo di carta riciclata negli uffici comunali, auto comunali ecologiche, prodotti equo&solidali, certificazione ambientale del Comune, raccolta differenziata all'interno del Comune, politiche di acquisti verdi (0-100)	Comuni, 2011 Istat 2011, Patto dei sindaci 2012

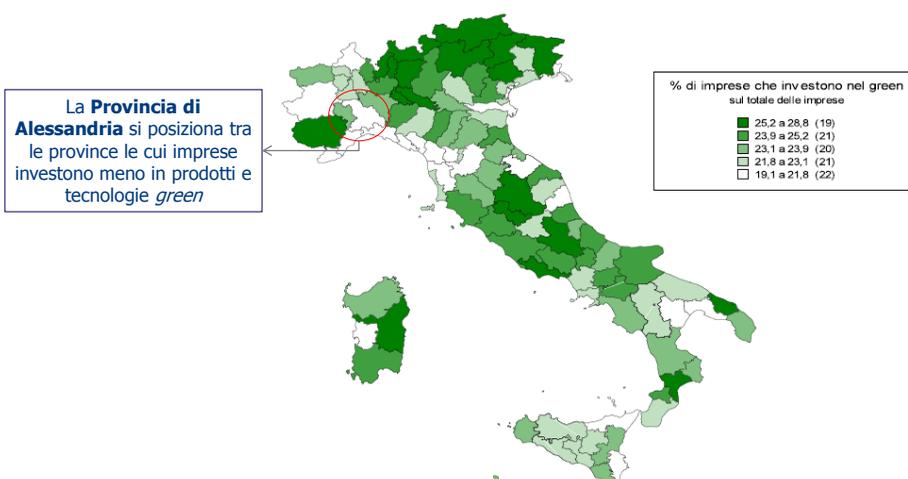
Indice Legambiente Ecosistema Urbano

- La città di Alessandria si trova al **65° posto su 104 capoluoghi di provincia analizzati**
- Tra le città medie (popolazione compresa tra 80.000 e 200.000 abitanti) **si colloca al 28° posto (su 44 città)**

Posizionamento della Provincia di Alessandria nella classifica generale di Legambiente (2004-2012)



Gli investimenti *green* delle imprese italiane per Provincia



Cruscotto *Green Economy* (1/2)

- Occorre definire e monitorare una serie di indicatori in ambito *green*
- Si propone di creare un «cruscotto» della *green economy* al fine di garantire un presidio maggiore, rispetto alla situazione attuale, sulle principali leve di sostenibilità del territorio alessandrino

Cruscotto *Green Economy* (2/2)

	Indicatore	Segno	Misura	Fonte
Politiche	Rifiuti urbani smaltiti in discarica	negativo	kg/abitante	ISPRA
	Piste ciclabili		km	ISTAT
	Investimenti in R&S		% PIL	ISTAT
	Banda larga Imprese		%	ISTAT
Dotazioni	Corsi universitari green		%	Miur
	Consumo di suolo	negativo	%	
	Biocapacità		gha pro capite	IRES
Green Production	Emissioni CO ₂ Industria	negativo	t/Val. Agg.*100	Enea
	Emissioni CO ₂ Trasporti	negativo	t/Val. Agg.*100	Enea
	Carbon e Water Footprint			
	Prodotti fertilizzanti	negativo	kg/ME	ISTAT
Green Business	Distribuzione prodotti fitosanitari	negativo	kg/ME	ISTAT
	Posti letto Az. Agrituristiche		pl agri/pl tot	ISTAT
	Agricoltura Biologica		%	Sinab
	Energia elettrica da fonti rinnovabili		%	Terna
	Quota di <i>Green Jobs</i> sul totale della forza lavoro		%	ISTAT/ILO
Comportamenti personali	Investimenti Privati in R&S		% volume d'affari	ISTAT
	Emissioni CO ₂ civile	negativo	t/abit*100	Enea
	Persona a lavoro piedi+bici		%	ISTAT
	Raccolta differenziata di rifiuti urbani		%	Ispra
	Consumi pro-capite	negativo	€/persona	ISTAT
	Inquinamento aria	negativo	%	ISTAT
Green Life	Odori sgradevoli	negativo	%	ISTAT
	Superamento PM10	negativo	n.	ISTAT
	Tempo casa-lavoro		%	ISTAT

La *Carbon e Water Footprint*

Il «cruscotto» *green economy* propone il calcolo di **due indicatori ormai entrati a far parte della prassi in tema di conservazione e tutela delle risorse fondamentali**. Il calcolo del *Carbon* e del *Water Footprint* a livello provinciale consentirebbe il confronto con altre realtà virtuose italiane e il posizionamento della Provincia all'interno di un *ranking* nazionale



La **Carbon Footprint** è una misura che esprime in CO2 equivalente il totale delle emissioni di gas ad effetto serra associate direttamente o indirettamente ad un prodotto, un'organizzazione o un servizio. In conformità al Protocollo di Kyoto, i gas ad effetto serra da includere sono: anidride carbonica (CO2), metano (CH4), protossido d'azoto (N2O), idrofluorocarburi (HFCs), esafluoruro di zolfo (SF6) e perfluorocarburi (PFCs). La tCO2e (tonnellate di CO2 equivalente) permette di esprimere l'effetto serra prodotto da questi gas in riferimento all'effetto serra prodotto dalla CO2, considerato pari a 1 (ad esempio il metano ha un potenziale serra 25 volte superiore rispetto alla CO2, e per questo una tonnellata di metano viene contabilizzata come 25 tonnellate di CO2 equivalente).



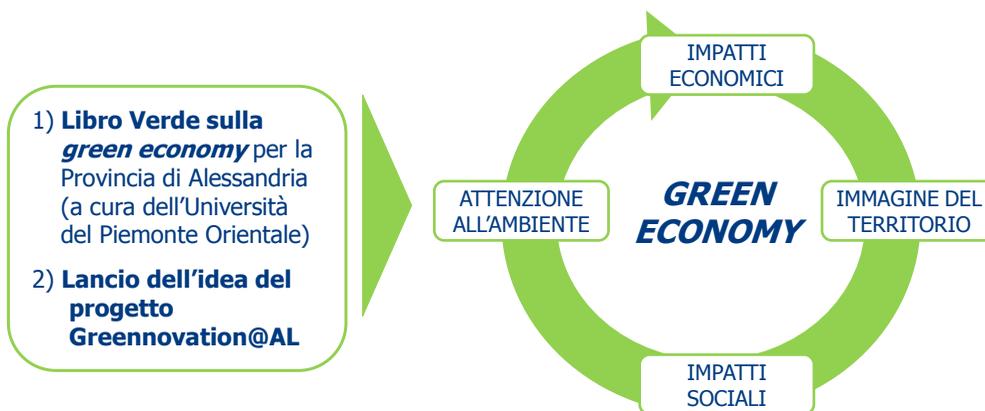
L'**Impronta Idrica (Water Footprint)** è un indicatore del consumo di acqua dolce che include sia l'uso diretto che indiretto di acqua da parte di un consumatore o di un produttore. L'impronta idrica di un singolo, una comunità o di un'azienda è definita come il volume totale di acqua dolce utilizzata per produrre beni e servizi, misurata in termini di volumi d'acqua consumati (evaporati o incorporati in un prodotto) e inquinati per unità di tempo. Nella definizione dell'impronta idrica è data inoltre rilevanza alla localizzazione geografica dei punti di captazione della risorsa

Capitolo 6 (segue)

La *green economy* come opportunità di sviluppo e differenziazione del territorio

- ↳ Quadro di riferimento internazionale
- ↳ *Facts and Figures* del settore "*green*" in Italia
- ↳ Il posizionamento "*green*" di Alessandria
- ↳ Il progetto Greenovation@AL
- ↳ Alcuni casi di ispirazione per Alessandria

Alessandria come polo italiano di riferimento di innovazione nella *green economy*



Il progetto Greenovation@AL si basa su alcuni presupposti:

- che il territorio Alessandria e Monferrato stia cercando un'**identità su cui investire**
- che sia opportuno trovare un'identità che non identifichi una parte, ma **possa essere di tutti**
- che possa rappresentare un **riferimento italiano in Europa**
- che sia **trasversale** rispetto agli ambiti culturali, sociali, economici, industriali, territoriali
- che guardi al **futuro**
- che sia **attraattivo di risorse**, almeno dai territori limitrofi

Il progetto Greenovation@AL richiede la partecipazione degli attori del territorio:

- **Tessuto economico**
 - grandi imprese
 - PMI
 - commercianti
 - aziende turistiche
- **Istituzioni**
 - comuni
 - provincia
 - camera di commercio
 - associazioni di categoria
- **Società**
 - centri culturali
 - scuole
 - giovani
 - anziani
- **Finanza**
 - banche
 - fondazioni
 - investitori (PE e VC)
- **Enti di ricerca**
 - università
 - centri di ricerca (pubblici e privati)

Il progetto Greenovation@AL definisce la vocazione identitaria del territorio nei settori della *Green Economy*:

- Ecoinnovazione
- Ecoefficienza
- Rinnovabilità dei materiali
- Riciclo dei rifiuti
- Efficienza e risparmio energetico
- Fonti energetiche rinnovabili
- Servizi ambientali
- Mobilità sostenibile
- Filiere agricole di qualità ecologica
- Finanza e credito sostenibili per una *green economy*



Tali settori si declinano in molteplici ambiti applicativi quali:

- Agricoltura ed alimentazione
- Ambiente, acqua, aria e terreni
- Cultura e Turismo
- Edilizia e costruzioni
- Energia, tecnologia, elettrodomestici ed illuminazione
- Materie prime, materiali
- Ricerca
- Rifiuti, riciclo
- Trasporti e mobilità



Obiettivi del progetto Greenovation@AL sono:

- Generare un **futuro di sviluppo** del territorio
- Attrarre **giovani** nel territorio
- Attrarre **imprese** nel territorio
- Attrarre **capitali** nel territorio

Per raggiungere tali obiettivi occorre:

- Garantire le migliori condizioni e creare **incentivi** a chi si traferisce, apre un'impresa, investe nel territorio nel settore della *Green Economy*
- Definire **accordi con il Governo del Paese** (Ministero Sviluppo Economico, Ministero Ambiente, Ministero Università e Ricerca)
- Definire **accordi con i territori limitrofi** (Milano, Torino e Genova) affinché possano considerare il progetto Greenovation@AL come un laboratorio accessibile alle loro sperimentazioni
- Diventare **il laboratorio di riferimento per il settore della *Green Economy* in Italia**

Gli attori del territorio, compiti e responsabilità (esempi)



La visione al 2020 per la Provincia di Alessandria



Diventare entro il 2020 uno dei sistemi territoriali italiani più **aperti**, **dinamici** e **attraenti**, garantendo ai propri cittadini elevati livelli di **occupazione**, **benessere diffuso** e **coesione sociale**



Trasformare il policentrismo in **orgoglio di appartenenza** ad un unico territorio



Capitalizzare il valore simbolico del Monferrato per **attrarre imprese, turisti, giovani e talenti**



Costruire uno **sviluppo economico duraturo e sostenibile**, attraverso attività ad alta intensità di **innovazione**, **conoscenza** e **sviluppare un'identità green**

Il potenziale della *green economy* per il territorio della provincia di Alessandria



- Università
- Centri di ricerca pubblici e privati
- Parchi Scientifici e Tecnologici
- Poli di innovazione
- Grandi imprese
- PMI
- ...

Alcuni importanti Greentech Clusters in Europa



Nessuno dei principali distretti greentech si trova in Italia

Quale potenziale per la green economy in Provincia di Alessandria se raggiungesse la metà dell'incidenza sul PIL della Styria?

La Regione austriaca della Styria

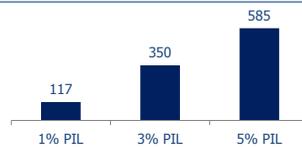
Superficie (000. Km ²)	Abitanti (milioni)	PIL (mld. di €)	% Green Business su PIL	Green Jobs (migliaia)
16,4	1,2	35	10%	17,4



La Provincia di Alessandria

Superficie (000. Km ²)	Abitanti (milioni)	PIL (mld. di €)
3,5	0,44	11,7

Potenziale di crescita del Green Business in Provincia di Alessandria, mio. di €



Potenziale di crescita occupazionale grazie al Green Business in Provincia di Alessandria



Capitolo 6 (segue)

La *green economy* come opportunità di sviluppo e differenziazione del territorio

- ↳ Quadro di riferimento internazionale
- ↳ *Facts and Figures* del settore "*green*" in Italia
- ↳ Il posizionamento "*green*" di Alessandria
- ↳ Il progetto Greenovation@AL
- ↳ Alcuni casi di ispirazione per Alessandria

L'eccellenza nelle tecnologie *green*: il caso della Styria in Austria

Green economy

Basata nel Sud dell'Austria e connotata da una forte vocazione industriale, nel **1998** ha deciso di puntare sullo **sviluppo della *Green Economy***

Alcuni *Facts & Figures*:

- 1,2 milioni di abitanti
- 16.401 km² di superficie
- PIL di 34,4 miliardi di Euro
- 28.500 € di ricchezza *pro-capite* (+5% media nazionale)
- **4,3% del PIL provinciale destinato alla R&S**
- **25% dell'energia prodotta da fonti rinnovabili**



Un territorio vocato all'Innovazione

- La strategia regionale al 2020 prevede una **crescita economica basata sull'Innovazione** in 3 aree-chiave: **Mobilità, Eco-tecnologie e Salute**
- La Styria è oggi una regione all'avanguardia nel **settore del riciclo e dell'energia idroelettrico, da biomasse e solare**

Il Distretto Green "ECO World Styria"



Varato nel 1998 e diventato una realtà nel 2004, intende portare alla realizzazione del più innovativo distretto della *Green Economy* a livello europeo

Missione:

ECO World Styria intende supportare le iniziative imprenditoriali nel campo dell'energia rinnovabile nella provincia della Styria.

ECO World Styria ha l'obiettivo di raggiungere e superare gli obiettivi assegnati dall'UE in materia di *Green*:

E → "**Employment**": aumentare il numero degli addetti nelle società del distretto, arrivando a **20.000 nuovi posti di lavoro** entro il 2015

C → "**Competence**": arrivare ad avere **20 imprese leader** nel settore entro il 2015

O → "**On The Top**": aumentare la visibilità internazionale, organizzare **almeno 20 eventi annuali** tra partecipazione a fiere di settore e presenze sui *media* entro il 2015

Il Distretto Green "ECO World Styria"



Visione: "Becoming the World's Green Tech Valley"

Le imprese nella provincia della Styria sono già **leader** sui mercati internazionali nelle tecnologie per il settore **green**; al fine di rafforzare e sviluppare questa posizione di mercato, **ECO World Styria supporta le imprese nella creazione di un bacino territoriale favorevole**, fornendo **servizi**, incentivando al **ricerca** e aiutando le imprese a individuare **nuovi mercati** e garantendo visibilità internazionale



Le attività-chiave di ECO World Styria



Il distretto opera come **cabina di regia** per le imprese che ne fanno parte, in 9 aree:

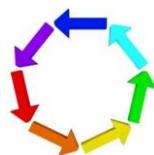
1. Gestione dei centri comuni di **ricerca tecnologica**
2. **Supporto tecnologico**: (analisi dei brevetti e supporto nelle pratiche burocratiche)
3. Creazione di un **network attivo** per sviluppare **l'immagine** delle imprese
4. **Supporto strategico** nelle scelte economiche
5. Supporto nel reperimento dei **fondi economici** necessari per i progetti
6. Visibilità sui **media nazionali ed internazionali**
7. Redazione di una **rivista dedicata** (ECO World Magazine)
8. **Analisi della situazione e dei trend in atto nel settore green**
9. **Assistenza nell'entrata su nuovi mercati esteri**

Caratteristiche delle imprese di ECO World Styria



- **Circa 200 tra aziende e centri di ricerca** che lavorano su soluzioni *green* e *cleantech*
- Giro d'affari di **8,5 miliardi di Euro**
- **87% la quota di export**
- **10% la crescita annuale dei posti di lavoro** offerti dal settore *green*
- **18% la crescita media del fatturato** delle imprese del distretto
- **10% l'incidenza del fatturato delle aziende *cleantech* sul PIL**

Gli obiettivi di ECO World Styria



Cooperare a livello internazionale con altri cluster e creare un **network internazionale** in modo da favorire importanti scambi tecnologici



Triplicare i fondi che le imprese dedicano al finanziamento del progetto



Raggiungere il **40% di autofinanziamento** del distretto

La *Smart City* come motore di sviluppo del territorio

Smart City

Oltre alle enormi potenzialità offerte dalla *green economy*, un ambito che potrebbe essere d'interesse per il territorio di Alessandria è rappresentato dall'adozione di tecnologie e soluzioni "*smart*" (intelligenti)

Infatti, oggi sempre più città in **Italia ed in Europa** hanno deciso di adottare logiche "*smart*" orientate al **miglioramento della qualità della vita dei cittadini** grazie a servizi innovativi e sostenibili

Alcuni tra i "laboratori urbani" più interessanti sono:

1. Amsterdam (Paesi Bassi)
2. Helsinki (Finlandia)
3. Ghent (Belgio)
4. Barcellona (Spagna)
5. Genova (Italia)

1 Una città "intelligente": il caso di Amsterdam Smart City

Situata sul Mare del Nord Amsterdam è la capitale e la maggiore città dei Paesi Bassi nota per essere uno dei **centri logistici più sviluppati d'Europa**

- **Popolazione:** 820.654 abitanti
- **Area:** 219 km²
- **PIL pro-capite:** 25.700 € nel 2012



Un esempio di collaborazione pubblica e privata

Il progetto urbano di **Amsterdam Smart City** nasce nel 2009 grazie alla collaborazione tra il comune di **Liander** (gestore di gas ed elettricità olandese), l'agenzia **Amsterdam Economic Board** ed il **Comune di Amsterdam**, al fine di:

1. Sostenere la **crescita economica** del territorio
2. Creare un **ambiente di collaborazione** tra gli enti sia pubblici che privati
3. **Sensibilizzare i cittadini** verso stili di vita più sostenibili



I principali "cantieri di lavoro" ad Amsterdam (1/2)

I progetti realizzati dal 2009 ad oggi si sono focalizzati su tre aree d'investimento:

Alcuni esempi:

Efficienza energetica

- **Sistemi di gestione dell'energia** (risparmio energia ed emissioni: -14% per abitazione) per ottimizzare i consumi e raccogliere energia pulita prodotta da piccoli impianti sparsi per la città

Mobilità sostenibile

- Accesso facilitato a **finanziamenti per l'acquisto di soluzioni per la riduzione dei consumi residenziali**
- **300 nuove colonnine di ricarica** per veicoli elettrici e prese per imbarcazioni
- Sistemi di **bike sharing** e **bike rental** (i primi progetti per diffondere l'uso della bicicletta risalgono agli anni '60; oggi ci sono circa 500 km di piste ciclabili e 70.000 biciclette)

Riqualficazione urbana

- **Riqualficazione del vecchio scalo di Houthaven** (sviluppo di penisole estese verso il mare, dove sorgeranno circa 2 mila abitazioni, raggruppate in 70 palazzine che ospiteranno anche scuole, *hotel*, centri commerciali, sanitari e ricreativi)

I principali "cantieri di lavoro" ad Amsterdam (2/2)

Non mancano altre aree su cui il territorio sta investendo grazie alla continua collaborazione dell'intero territorio:

1. Una nuova visione del mondo del **lavoro**
2. Progetti legati alla **sanità**
3. **Educazione**
4. **Riciclo dei materiali**
5. Spreco delle **risorse idriche**
6. Ottimizzazione del **consumo energetico**
7. Educazione per una **corretta alimentazione**



L'impegno di Amsterdam verso una maggiore sostenibilità urbana

Gli obiettivi di *Amsterdam Smart City* entro il 2025 sono:

Riduzione del 40% delle emissioni
di CO₂ rispetto al 1990



Ridurre il consumo energetico del
20% rispetto ai valori del 1990



Creare una città
"ad impatto zero"



2

Helsinki: la digitalizzazione al servizio della *smart mobility e accessibility*



Sviluppo di numerosi servizi che agevolano la vita urbana grazie alla tecnologia NFC*:

- **Monitoraggio del traffico locale:** sistemi di monitoraggio in tempo reale della congestione del traffico, sui lavori in corso, sul livello dell'acqua sulle strade e sulla presenza di incidenti che bloccano la circolazione. Piattaforma varata *on-line* dal 2005 per ricevere i dati in tempo reale, garantire un intervento tempestivo sul luogo interessato e, diffondere attraverso *Web-App* informazioni ai cittadini
- **Turismo:** progetto-pilota "Walk and Feel Helsinki", con dispositivi elettronici dotati di tecnologia NFC e/o Barcodes 2D (leggibili tramite smartphone e usati come fonte e punto di accesso a servizi e informazioni)
- **Accesso ai servizi di trasporto e ristorazione:** progetto-pilota «Helsinki Travel Card» (*badge* per riconoscimento d'identità, *voucher* per consumazioni e *ticket* per il trasporto pubblico)
- **Asili nido:** progetto "Nappula-pilot", per la digitalizzazione dell'attività di compilazione e monitoraggio manuale dei registri scolastici, così da aumentare il tempo di lavoro dedicato ai bambini all'interno delle strutture

3

Ghent 2020: una *Smart City citizen-centered e citizen-driven*



- La Missione della città belga al 2020 è: «*Ghent, una città creativa, pioniera nello sviluppo di una società sostenibile, solidale e aperta attraverso l'unione di tutte le forze creative*»
- Ruolo trainante del **Ghent Living Lab**, il progetto che, attraverso la metodologia del **cittadino come co-creatore**, rappresenta uno strumento cruciale del processo di innovazione verso la Smart City → l'obiettivo è rendere la città un centro riconosciuto a livello internazionale per l'innovazione e la sperimentazione, nonché un pioniere nell'evoluzione verso una società creativa e votata all'apprendimento
- Tre pilastri del progetto GLL:

1. **E-government ed e-participation**
2. **Innovazione digitale**
3. **Sviluppo digitale verde**



E-inclusion

4 Barcellona: Una *partnership* pubblico-privata per la *e-mobility*



- **Logistic for Implementation of the Electric Vehicle (LIVE)**, una piattaforma pubblico-privata realizzata in cooperazione con il Governo Regionale della Catalogna, gli istituti di ricerca di energia e le aziende private presenti nella città (es. Siemens, SEAT, Endesa) per incentivare e sviluppare il mercato delle auto elettriche
- Installazione dal 2010 ad oggi di 249 punti di ricarica per auto elettriche nella città e conversione in corso delle reti che distribuiscono energia in **Smart Grid** (gestione più efficiente dell'uso di energia rinnovabile)
- Budget annuale di 300.000 Euro
- Obiettivi del progetto:
 1. Coinvolgere concretamente le numerose aziende del **settore automotive** presenti nell'area metropolitana di Barcellona (a partire dalla SEAT)
 2. Stimolare la ricerca sulle possibili **soluzioni al problema della congestione** urbana
 3. Sostenere lo **sviluppo dell'imprenditoriale locale** ed incentivare il mercato delle auto elettriche

5 Il caso di "Genova *Smart City*" (1/2)



- **Genova** è stata l'unica città in Europa ad aver vinto in tutte e tre le proposte previste dal bando della DG Energia della Commissione UE sul tema "**Smart Cities and Communities 2011**" (valore complessivo di 75 mln €), aggiudicandosi quasi **l'8% dei finanziamenti totali**
- Il bando ha previsto tre diversi progetti:
 1. Transform (in collaborazione con Amsterdam, Amburgo, Lione, Vienna e Copenhagen nell'ambito della "**pianificazione strategica sostenibile delle città**"): finanziamento pari a **674 mila €**
 2. Celsius (nell'ambito del "**riscaldamento e raffreddamento**" coordinato da Goteborg): finanziamento pari a **2,4 mln €**, che serviranno per realizzare una rete energetica
 3. R2Cities (nell'ambito "**ristrutturazione di edifici per ottimizzazione energetica**" e coordinato dalla spagnola Fundación CARTIF): finanziamento di **2,4 mln €**, che verranno utilizzati per la riqualificazione energetica della "diga" di Begato

Il caso di "Genova Smart City" (2/2): Progetti in Corso

-
- Isolamento termico e integrazione di impianti da fonte rinnovabile e di co- e trigenerazione per la produzione di energia
 - Soluzioni di telemonitoraggio di parametri energetici ed ambientali
 - Servizi digitali di *telemetering*, telecontrollo, e sicurezza
 - Ristrutturazione del patrimonio storico cittadino
- Soluzioni ICT per la mobilità sostenibile (maggiore qualità, accessibilità, intermodalità dei servizi)
 - Sistema di Infomobilità (rilevazione e comunicazione dei dati su traffico attuale e previsto)
 - Mezzi di trasporto "ad emissioni zero"
 - Infrastruttura per la ricarica dei veicoli elettrici in connessione alle *Smart Grid*
- Corretta gestione del traffico da e verso l'area portuale
 - Riduzione dei tempi di permanenza delle navi in porto
 - Elettificazione delle banchine
 - Sviluppo della mobilità elettrica portuale
 - Automazione dei servizi portuali
- Sviluppo di impianti fotovoltaici, eolici, idroelettrici ed a biomassa
 - Utilizzo del solare termico, dalle biomasse e da impianti di co- e trigenerazione
 - Flusso di comunicazione tra consumatori, produttori e nodi di regolazione e distribuzione dell'energia

Alessandria deve colmare un ampio *gap* in tema di "Smartness"(1/3)

- Alessandria si posiziona **al 56° posto tra le 107 province italiane per livello di "Smartness"**
- Tra le province piemontesi, Alessandria si posiziona **ultima**, alle spalle di Asti

Classifica delle province italiane per livello di "Smartness"

Posizione	Provincia
1	Bologna
2	Parma
3	Trento
4	Firenze
5	Milano
12	Torino
27	Cuneo
31	Vercelli
40	Biella
43	Verbano
45	Novara
49	Asti
56	Alessandria

Classifica stilata secondo uno studio condotto su 103 province italiane utilizzando 89 indicatori suddivisi in sei aree tematiche:

- Smart Economy
- Smart Environment
- Smart Governance
- Smart Living
- Smart Mobility
- Smart People

Alessandria deve colmare un ampio *gap* in tema di "Smartness"(2/3)

Quali le opportunità ed i vantaggi che la
Provincia di Alessandria e il Monferrato
possono ottenere da uno sviluppo *Smart*?



Alessandria deve colmare un ampio *gap* in tema di "Smartness"(3/3)

Alcune possibili soluzioni "smart" per il territorio di Alessandria:

Elevata età media della popolazione residente



Soluzioni di **Health-Care** e sviluppo di tecnologia di **domotica** per la casa

Rilancio del **turismo** nel territorio



Web App e **Web Tools** per la telefonia nel settore **turistico** (informazioni in tempo reale su hotel, ristoranti, guide, ecc.)

Problemi di **sicurezza/criminalità**



Monitoraggio delle zone a rischio attraverso **nuove tecnologie di controllo cittadino**

Gestione del **traffico urbano**



Nuove soluzioni di **Info-Mobility, E-Parking**, trasporto elettrico

Miglioramenti **logistici**



Ottimizzazione della **logistica** delle grandi imprese presenti sul territorio attraverso **piattaforme comuni**