

ISTITUTO GUGLIELMO TAGLIACARNE
WORKSHOP: IL RUOLO DELLE BANCHE DATI ON LINE NELLA
CONDIVISIONE E NELLA DIFFUSIONE DELL'INFORMAZIONE
STATISTICA

**L'ANALISI ECONOMICA TERRITORIALE NELLO
SVILUPPO DEL SISTEMA
CONFCOMMERCIO-IMPRESI PER L'ITALIA**

Mariano Bella
Direttore Ufficio Studi Confcommercio

Roma, 6 aprile 2009

IL SISTEMA DI RAPPRESENTANZA

CONFCOMMERCIO–IMPRESE PER L'ITALIA



E' una confederazione, cioè un'associazione di associazioni omogenee sotto il profilo territoriale e sotto il profilo dell'attività svolta

LIVELLO TERRITORIALE

104 ORGANIZZAZIONI PROVINCIALI

(LE ASCOM)

20 UNIONI REGIONALI

(nascenti, in accordo con il crescente peso istituzionale della dimensione regionale in ottica federalista)

CATEGORIE ECONOMICHE

147 ORGANIZZAZIONI NAZ. DI CATEGORIA

AD ESEMPIO: FEDERMODAITALIA, FIDA, FEDERDISTRIBUZIONE, FEDERALBERGHI, FIPE; n.b.: le più importanti hanno anch'esse una struttura territoriale

I COMPITI

•SERVIZI AGLI ASSOCIATI COME CONTABILITA', ASSISTENZA FISCALE E TRIBUTARIA, FORMAZIONE

•LOBBYING

•COMUNICAZIONE (E INTERPRETAZIONE DEI FATTI ECONOMICI PER ESPRIMERE UN PUNTO DI VISTA IN MODO CHIARO E CONTROLLABILE

E' DI VITALE IMPORTANZA RAGGIUNGERE UN LINGUAGGIO COMUNE (POSTULANDO LA CONDIVISIONE DI UN NUCLEO DI INTERESSI E OBIETTIVI COMUNI, ALMENO PER INTERSEZIONE) NELLA COMUNICAZIONE E NELL'AZIONE DI PRESSIONE ISTITUZIONALE AI DIVERSI LIVELLI CONFEDERALI.

IN SENSO LATO, NON C'E' AZIONE DI LOBBYING (TRASPARENTE E RESPONSABILE) SENZA LINGUAGGIO COMUNE.

IN SENSO PIU' PROFONDO E RADICALE NON C'E' NEPPURE RAPPRESENTANZA.

IL TERRITORIO COSTITUISCE LA DIMENSIONE IDEALE DELLA PROPOSTA CONFEDERALE (DALLA LEGISLAZIONE COMMERCIALE ALLA TERRITORIALIZZAZIONE DEGLI STUDI SETTORE, PER ESEMPIO).

PER PASSARE DAI PREGIUDIZI ALLE IDEE (CHE RICHIEDONO MEDITAZIONE E TECNICHE ADEGUATE) C'E' UN BISOGNO IMPRESCINDIBILE DI CONFRONTARSI CON I DATI STATISTICI (E MAGARI CON QUALCHE EVIDENZA EMPIRICA SU DI ESSI COSTRUITA).

LA MODERNIZZAZIONE DELLA RAPPRESENTANZA IN GENERALE PASSA PER UN MIGLIORAMENTO QUALITATIVO E QUANTITATIVO DELLA CONSUETUDINE A LEGGERE I DATI STATISTICI (OVVIAMENTE ON LINE!!)

STRUMENTI DI BASE

ABBIAMO UN ENORME LAVORO DA FARE
PER ADESSO DISPONIAMO DI DUE STRUMENTI

- 1) RAPPORTO SULLE ECONOMIE TERRITORIALI
- 2) GEO WEB STARTER

1) IL RAPPORTO E' UN COMPENDIO DI DATI TERRITORIALI DI UTILIZZO COMUNE E DI FREQUENTE CONSULTAZIONE, CORREDATO DA QUALCHE ELABORAZIONE STATISTICA E DA ALCUNE PREVISIONI (PER LE PRINCIPALI VARIABILI)

Offerta

Popolazione, famiglie, forze lavoro, occupati; dinamiche temporali e confronti tra regioni e province

Struttura

Sistema imprese, nati/mortalità, struttura distributiva per canali/formati, indici di densità; dinamiche temporali e confronti tra regioni e province

Performance

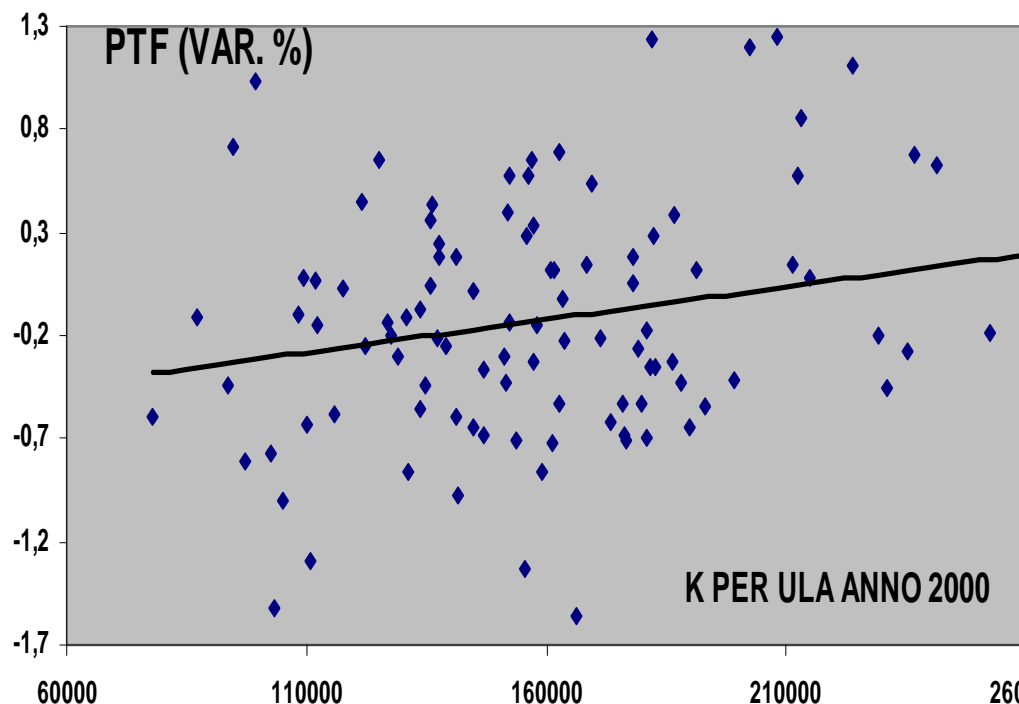
Pil aggregato, pro capite, per occupato, livelli e dinamiche; valore aggiunto per macro-settori e indici di produttività

Domanda

Consumi delle famiglie, investimenti

SEMPLICI ELABORAZIONI SU DATI TERRITORIALI

RELAZIONE TRA INTENSITA' DI CAPITALE PER ULA E
PRODUTTIVITA' TOTALE DEI FATTORI PER PROVINCIA



INDIVIDUARE E CURARE LA MALATTIA ITALIANA
LA PRODUTTIVITA' TOTALE DEI FATTORI

	1996-00	2001-07	2008	2009	2010
VALORE AGGIUNTO REALE - var. % m.a.					
Nord-ovest	1,7	1,2	-0,9	-2,4	0,1
Nord-est	2,2	1,0	-0,9	-2,5	0,0
Centro	1,9	1,6	-0,8	-2,1	0,2
Sud e Isole	2,1	0,8	-1,4	-2,3	-0,1
ITALIA	1,9	1,1	-1,0	-2,3	0,0
UNITA' DI LAVORO STANDARD - var. % m. a.					
Nord-ovest	0,8	1,0	0,2	-2,0	-0,1
Nord-est	1,1	0,8	0,7	-2,2	-0,1
Centro	0,9	1,5	0,5	-1,8	-0,1
Sud e Isole	0,5	0,6	-1,2	-2,2	-0,3
ITALIA	0,8	1,0	0,0	-2,1	-0,2
PRODUTTIVITA' TOTALE DEI FATTORI - var. % m. a.					
Nord-ovest	0,6	-0,2	-1,5	-1,1	-0,4
Nord-est	0,9	-0,3	-1,8	-1,2	-0,4
Centro	0,6	-0,1	-1,7	-1,3	-0,3
Sud e Isole	1,0	-0,3	-1,5	-1,2	-0,6
ITALIA	0,7	-0,2	-1,6	-1,1	-0,5

**CI STIAMO MUOVENDO VERSO UN'OTTICA DI LETTURA DEI DATI
SEMPRE PIU' TERRITORIALE (ANCHE SE PER ADESSO
TERRITORIO=SEZIONE AMMINISTRATIVA): NEL FUTURO PROSSIMO
ANCHE RAPPORTO CONSUMI, EUROPA CONSUMI E RAPPORTO SUL
TERZIARIO**

L'UTILIZZO DI GEO WEB STARTER NEL SISTEMA CONFCOMMERCIO-IMPRESSE PER L'ITALIA

FASE SPERIMENTALE

LA CONFCOMMERCIO HA INIZIATO AD UTILIZZARE LA BANCA DATI ON LINE GWS A PARTIRE DAL 2005.

NEL PROGETTO SONO STATI COINVOLTI COME UTENTI 9 UNIONI REGIONALI APPARTENENTI ALLE 4 RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE.

SONO STATI REALIZZATI CON GLI UTENTI 4 GIORNATE FORMATIVE PER ACQUISIRE LA METODOLOGIA NECESSARIA PER L'UTILIZZO DELLA BANCA DATI.

**I RISULTATI
DELLA FASE
SPERIMENTALE
FINITA NEL
2008:
CIRCA 3000
ACCESSI**

LA NUOVA FASE

A PARTIRE DAL 2009 L'ACCESSO A GWS E' STATO ESTESO A TUTTE LE 20 UNIONI REGIONALI CON CUI VERRA' INTENSIFICATO NEI PROSSIMI MESI IL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

FUTURO (PROSSIMO?): SE LO CONSENTE IL BUON ESITO DELL'ATTUALE AZIONE, GWS PER TUTTE LE ASCOM PROVINCIALI E LE PRINCIPALI FEDERAZIONI, CON COMPENDIO DI ELABORAZIONI STANDARD FINALIZZATE ALLE PRATICHE PIU' DIFFUSE NEL SISTEMA

CONCLUSIONI E QUESTIONI APERTE

TUTTO OK.....?

NO: LO SFORZO PER MIGLIORARE L'INFORMAZIONE STATISTICA, COME QUELLA ON LINE DEVE INTENSIFICARSI (NON SOLO COME CONTENUTI MA ANCHE COME FRUIBILITA': UNA VOLTA SI DICEVA LESS IS MORE...)

VA MIGLIORATO IL LIVELLO QUALITATIVO DI ALCUNE INFORMAZIONI STATISTICHE CHE SONO DI LARGO UTILIZZO. UN ESEMPIO SU TUTTI SONO I DATI DI MOVIMPRESE SULLA NATI-MORTALITA' AZIENDALE.

LEGGERE E INTERPRETARE CORRETTAMENTE LE DINAMICHE, AD ESEMPIO, DEL SETTORE COMMERCIO CON QUESTI DATI LASCIA ANCORA DEI PROBLEMI APERTI.

SICCOME CI SONO ESIGENZE CONOSCITIVE NON SODDISFATTE, SAREBBE AUSPICABILE UN MAGGIOR COORDINAMENTO TRA MOVIMPRESE, OSSERVATORIO NAZIONALE DEL COMMERCIO E L'ARCHIVIO STATISTICO DELLE IMPRESE ATTIVE PER ARRIVARE AD UN QUADRO REALE DELLE IMPRESE NEI SETTORI PRODUTTIVI.

PER I NON ADDETTI AI LAVORI NON E' SUFFICIENTE DIRE: MA LE FONTI AMMINISTRATIVE HANNO DEI PROBLEMI...

ISTITUTO GUGLIELMO TAGLIACARNE
WORKSHOP: IL RUOLO DELLE BANCHE DATI ON LINE NELLA
CONDIVISIONE E NELLA DIFFUSIONE DELL'INFORMAZIONE
STATISTICA

**L'ANALISI ECONOMICA TERRITORIALE NELLO
SVILUPPO DEL SISTEMA
CONFCOMMERCIO-IMPRESI PER L'ITALIA**

Mariano Bella
Direttore Ufficio Studi Confcommercio

Roma, 6 aprile 2009