



## Lo studio

Il lavoro che viene presentato oggi è frutto di un'attività di ricerca realizzata nell'ambito della collaborazione tra il sistema universitario marchigiano e la Camera di Commercio delle Marche.

Obiettivo dell'analisi è evidenziare le principali evoluzioni socio-economiche della regione e tracciare possibili direttrici strategiche ed azioni per lo sviluppo futuro, ponendo un focus anche sugli effetti della pandemia di Covid-19.

Dal punto di vista metodologico sono state svolte ricerche on-desk ("a tavolino") finalizzate a raccogliere, elaborare ed analizzare i dati relativi alle principali variabili socio economiche, attingendo da fonti istituzionali, tra le quali, in particolare, la Camera di Commercio delle Marche e l'Istat. Sono stati anche consultati documenti e materiali realizzati su temi di interesse da parte di vari enti (banche, istituti di ricerca, associazioni di categoria ecc.), ed anche lavori di carattere scientifico.

Sono state inoltre sviluppate varie indagini empiriche di carattere qualitativo, mediante l'effettuazione di interviste dirette prevedendo il coinvolgimento di un insieme di osservatori privilegiati; le interviste sono state condotte sulla base di una traccia predisposta con quesiti a risposta aperta ed adottando un approccio conversazionale al fine di ottenere una maggiore ricchezza di informazioni. In diversi casi sono riportate ampie citazioni delle interviste a supporto delle argomentazioni.

Per quanto concerne i contributi dei singoli Atenei, l'Università Politecnica delle Marche (Dipartimento di Management) si è occupata di esaminare l'evoluzione demografica e dei settori terziario e manifatturiero, realizzando, con riguardo a quest'ultimo, un focus sulle prospettive di sviluppo di alcune filiere del territorio cogliendo il punto di vista delle grandi aziende. L'Università di Urbino (Dipartimento di Economia,



Società, Politica) ha svolto l'analisi del settore del turismo, coordinandosi con l'Università di Macerata (Dipartimento di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e del Turismo), la quale ha curato la ricerca relativa al sistema della cultura. L'Università di Camerino (Scuola di Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute) si è concentrata sul settore agroalimentare.

E' stato inoltre realizzato un approfondimento sulla filiera vitivinicola a cura dell'Università di Macerata

## I soggetti

---

### LABORATORIO DI RICERCA PER LO SVILUPPO

- Camera di Commercio delle Marche
- Coordinatore scientifico Prof. Gian Luca Gregori - Rettore dell'Università Politecnica delle Marche

### Referenti scientifici della ricerca per gli Atenei

- Università Politecnica delle Marche – Dipartimento di Management - Prof. Valerio Temperini
- Università degli Studi di Urbino - Dipartimento di Economia, Società, Politica - Prof. Tonino Pencarelli
- Università di Camerino - Scuola di Scienze del Farmaco e dei Prodotti della Salute - Prof. Sauro Vittori
- Università di Macerata - Dipartimento di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e del Turismo - Prof.ri Alessio Cavicchi, Mara Cerquetti

## Sintesi

---

### 1. ECONOMIA

Le Marche sembrano aver sofferto maggiormente le varie crisi cicliche che si sono verificate a partire dal 2008. Gli effetti negativi della pandemia di Covid-19 hanno acuito la crisi in cui versavano soprattutto alcuni settori (moda, legno-arredo, metalmeccanico, piccolo commercio).

Dal 2009 al 2019 il numero di imprese attive nelle Marche è sceso continuamente passando da 160.237 a 146.923 unità (13.314 imprese in meno, pari a una contrazione percentuale del -8,3%). Nei mesi a venire si potrà verificare l'impatto negativo della pandemia, attendendo un'incidenza maggiore sul sistema delle microimprese (meno di 10 addetti).

**NON TUTTE LE IMPRESE RISULTANO COLPITE ALLO STESSO MODO ED HANNO REAGITO IN MANIERA OMOGENEA.**

Le competenze, il ricorso alla pianificazione, la digitalizzazione costituiscono gli elementi differenzianti che hanno consentito di affrontare questo periodo di crisi con risultati migliori.

### 2. DEMOGRAFIA

#### Un elemento critico per il futuro!

La popolazione residente nelle Marche ha subito un calo costante dal 2014 al 2020 (dati al 1° gennaio), passando rispettivamente da 1.553.138 a 1.518.400 (- 34.738 unità, pari a una contrazione del -2,2%).



Su tale andamento incide anche quello economico, tant'è che si rileva anche la diminuzione dei residenti stranieri (circa 10.000 unità in meno nello stesso periodo), precedentemente attratti dalle opportunità di lavoro.

Si osserva poi il processo di "invecchiamento", dovuto alla diminuzione delle nascite ed alla maggiore longevità. Ne consegue un aumento del peso della popolazione più anziana mentre diminuiscono i residenti delle fasce di età comprese tra 26 e 40 anni.

In relazione a queste tendenze va considerato il fenomeno dell'"abbandono" dei più giovani, al quale occorrerebbe guardare con maggiore preoccupazione dato l'elevato tasso di disoccupazione, il peggiorare delle prospettive di lavoro a causa del perdurare della crisi economica, acuita peraltro dagli effetti del covid-19.

Urgono pertanto politiche per favorire la crescita attraverso la formazione e sostenere l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro.

### 3. MANIFATTURIERO

#### Una crisi ormai consolidata

Si ritengono sterili i concetti di "piccolo è bello" o "piccolo non è bello". Il vero quesito da porsi è "come far crescere le imprese?", dove è possibile. Ciò, nella consapevolezza che è opportuno approcciare al sistema delle imprese in maniera **non indifferenziata**, ma tenendo conto del fatto che queste hanno caratteristiche e quindi esigenze differenti, a fronte delle quali si richiedono interventi mirati. In questo senso, potrebbe essere più produttivo elaborare azioni per specifici target di imprese individuati sulla base di modelli di business e organizzativi, piuttosto che ragionare solo in termini dimensionali.

Le direttrici dello sviluppo sono individuate su tre assi principali: **internazionalizzazione, digitalizzazione, sostenibilità**. Esistono importanti gap da colmare rispetto a questi temi per favorire la crescita delle aziende marchigiane. In particolare, per quanto riguarda la digitalizzazione le stime dell'Istat pongono la regione Marche nelle ultime posizioni relativamente alla dotazione tecnologica (disponibilità connessione ad alta velocità) e al ricorso alla vendita online.

La ricerca ha previsto anche un focus su alcune filiere produttive, mediante la realizzazione di interviste a imprese leader. In generale, emerge che l'attenzione per il territorio è particolarmente rilevante. Viene riconosciuto l'elevato valore delle competenze offerte dalle micro e piccole imprese e dagli artigiani locali, in grado di effettuare lavorazioni che consentono di differenziare i prodotti e renderli distintivi rispetto ai competitors. Questa consapevolezza determina anche la preoccupazione per la possibile dispersione del know-how, a causa soprattutto della critica sfida del passaggio generazionale che tali fornitori sono chiamati ad affrontare in prospettiva futura. Un altro tema rilevante è rappresentato dalle competenze, evidenziandosi la difficoltà nel reperire determinati profili professionali; da qui, anche l'idea di sviluppare un sistema che aiuti ad intercettare i talenti che hanno effettuato esperienze anche all'estero, e che siano disponibili a valorizzare le competenze nelle imprese marchigiane.

L'importanza di un maggiore supporto emerge anche in relazione al tema dell'internazionalizzazione; i mercati internazionali offrono rilevanti opportunità, ma conseguire una presenza efficace e sostenibile sugli stessi rappresenta un'ardua sfida, anche per un'impresa considerata "grande" nel sistema produttivo locale.

Si ritiene che supportare anche le aziende più "grandi" sia un'azione che andrebbe nell'ottica di difendere le filiere presenti sul territorio; le acquisizioni di medio-grandi imprese da parte di fondi anche esteri se da una parte portano vantaggi in termini di maggiori risorse finanziarie, dall'altra pongono rischi nel lungo periodo al mantenimento delle produzioni e del know-how a livello locale, legati a logiche di competitività e ad una minore sensibilità che potrebbe esserci nei confronti del territorio.



#### 4. TERZIARIO

Il terziario rappresenta il settore di maggiore rilevanza in termini di peso sul Pil, numero di imprese e addetti. A livello regionale il terziario contava nel 2019 oltre 81.000 imprese attive e circa due terzi degli addetti complessivi. Rappresenta anche il settore più dinamico e reattivo.

Il processo di terziarizzazione dell'economia delle Marche appare crescente anche se si presentano ancora ampi margini di sviluppo.

E' importante evidenziare la crescita del "terziario avanzato", il quale è orientato allo sviluppo dell'"economia della conoscenza" e della Web economy mediante servizi ad alto valore aggiunto relativi alla gestione delle informazioni, alla consulenza, all'informatica, al web ed alle telecomunicazioni.

Per quanto riguarda il commercio, la voce più importante del terziario per numero di imprese, si rileva la diminuzione degli esercizi al dettaglio di più piccole dimensioni, a fronte della crescita delle strutture più grandi.

Si evidenzia la necessità di ricercare un giusto equilibrio dell'offerta riflettendo anche sulla concentrazione delle strutture di grandi dimensioni soprattutto in alcune aree, con probabili problematiche di sostenibilità anche alla luce dei trend economici e demografici.

#### 5. AGROALIMENTARE

Le Aziende agricole nella regione pesano il 3,2% del totale nazionale, mentre la Superficie Agricola Utilizzata (SAU) è di 471.004 ettari, pari al 3,7%.

Il territorio marchigiano è ricco di eccellenze agroalimentari, che spesso vengono promosse attraverso strumenti messi a disposizione dalla normativa nazionale e comunitaria.

Tra le forme di qualificazione dei prodotti di eccellenze spiccano i marchi a certificazione Europea DOP, IGP e STG, che sono applicati per la certificazione di 38 prodotti dell'enogastronomia: 16 prodotti agroalimentari e 21 vini. Abbiamo anche il marchio regionale "QM-Qualità garantita delle Marche", che certifica prodotti e filiere, a cui hanno aderito numerose aziende.

Relativamente al sistema vitivinicolo, si reputa necessario creare le condizioni per far sì che le Marche siano percepite nei mercati nazionali e internazionali come regione a vocazione vitivinicola, generando in questo modo esternalità per le aziende in termini di miglioramento della visibilità dei loro vini e della loro riconoscibilità come prodotti di qualità e fortemente radicati al territorio di origine non solo per questioni legate al terroir, ma anche per aspetti culturali (patrimonio culturale materiale e immateriale diffuso) e sociale (diffusione capillare della viticoltura sul territorio regionale).

Per quanto riguarda il settore ittico e l'economia del mare le Marche, con 173 km di costa, posseggono uno tra i pesi maggiori a livello nazionale sul tessuto imprenditoriale regionale con un'incidenza pari al 4,5% sull'economia (Incidenza delle imprese dell'economia del mare sul totale economia della regione: 4,5%, fonte elaborazione dati MiPAAFT, 2019). Le Marche sono la terza marineria in Italia e la flotta cattura circa l'11% del pescato nazionale. E' una delle regioni più attive, anche a livello mondiale, nella lavorazione e commercializzazione di mitili da impianti di mitilicoltura e possiede, inoltre, un alto indice di Blue Tourism pari a +1,7% (CNR, 2019).

#### 6. TURISMO E CULTURA

Importanti potenzialità da valorizzare per questo settore con effetto moltiplicatore sul sistema economico

Il turismo rappresenta un settore particolarmente rilevante e può fungere da volano per lo sviluppo socio-economico della regione. Le potenzialità di crescita di tale settore appaiono rilevanti.

I dati sui flussi turistici pre-covid delle Marche, indicano che nel 2019 la Regione ha registrato circa 10,5 milioni di presenze e 2,4 milioni di arrivi, rappresentando rispettivamente il 2,4% delle presenze e il 2,5% degli arrivi nazionali.



Se si prende in considerazione la natura di provenienza dei turisti per gli arrivi e per le presenze è possibile osservare che la quota di turismo estero è ancora assai modesta (16%) e che gran parte dei flussi turistici si concentrano sul mercato domestico (84%), circostanza che caratterizza il turismo regionale da molti anni e che, in occasione dell'emergenza sanitaria, ha consentito di attenuare i riflessi negativi della pandemia. Cionondimeno, l'accrescimento della quota di turismo internazionale dovrebbe rappresentare un obiettivo verso il quale indirizzare maggiormente gli sforzi promozionali delle Marche dei prossimi anni.

Viene proposto di collocare il turismo delle Marche nel contesto del modello di smart wellness destination.

Relativamente al settore della cultura, tenendo conto delle criticità emerse nel corso dell'indagine empirica, le possibili azioni per lo sviluppo si muovono su quattro direttrici strategiche:

- riconoscimento e valorizzazione di nuove professionalità;
- innovazione del rapporto pubblico-privato;
- reti e sistema di governance;
- qualità dell'offerta, non solo digitale.

## **7. OSSERVAZIONI DI SINTESI**

- Occorre passare dai principi alle "ricadute a terra", favorendo una visione integrata nei progetti di innovazione e sviluppo.
- E' utile differenziare gli interventi per modelli di business delle imprese e tenendo quindi in considerazione le esigenze dei diversi cluster.
- Distinguere gli interventi per orizzonte temporale: breve e medio-lungo termine.

### **Principali parole chiave per lo sviluppo:**

Infrastrutture, Sburocratizzazione, Liquidità, Internazionalizzazione, Formazione, Trasformazione digitale, Trasformazione sostenibile, Valorizzazione dei giovani.