



Area di Crisi Val Vibrata:

Presentazione Piano di Rilancio

Teramo
24 ottobre 2012

INDICE

- 1. Il processo di Concertazione**
 - 2. I trend regionali e provinciali**
 - 3. Le dinamiche Demografiche e il Mercato del Lavoro**
 - 4. Il sistema delle Imprese, le Specializzazioni Produttive, i processi di integrazione**
 - 5. Approfondimenti settoriali: le divisioni**
 - **5.1 Agroalimentare**
 - **5.2 Tessile-Abbigliamento e Pelli e Cuoio**
 - **5.3 Meccanica**
 - **5.4 Legno e Mobili**
 - 6. Le opere pubbliche e la pianificazione comunale e provinciale**
 - 7. Criticità – Opportunità**
 - 8. Il Piano di rilancio dell'Area: indicazioni strategiche**
- 

1. Il processo di Concertazione

1. IL PROCESSO DI CONCERTAZIONE

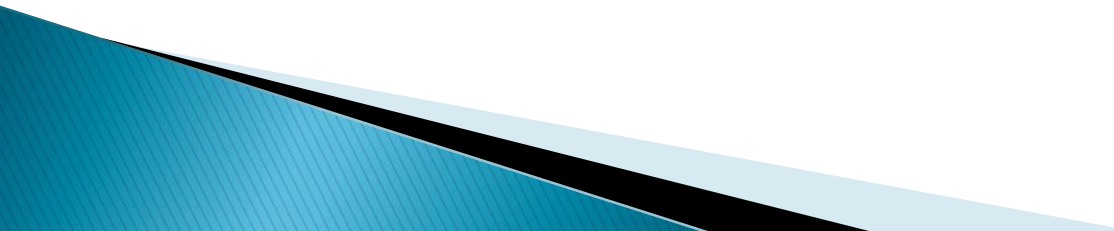
Sono stati realizzati 6 Incontri come di seguito riportati:

- 1° Incontro Area di Crisi Val Vibrata il 18.01.2012
- 2° Incontro Area di Crisi Val Vibrata il 27.01.2012 c/o la Provincia di Teramo
- 3° Incontro Area di Crisi Val Vibrata il 20.02.2012 c/o la Provincia di Teramo
- 4° Incontro Area di Crisi Val Vibrata il 22.02.2012
- 5° Incontro Area di Crisi Val Vibrata il 02.04.2012
- 6° Incontro Area di Crisi Val Vibrata il 31.05.2012

Si sono svolte 5 riunioni tematiche sulle principali filiere di settore dell'Area Val Vibrata

- Settore Legno il 28.02.2012
- Settori Tessile, Abbigliamento, Pelletteria e Cuoio il 12.03.2012
- Settori Carbonio e Meccanica il 13.03.2012
- Settore Agroalimentare il 19.03.2012
- Settore Turismo, Ambiente, Edilizia il 20.03.2012

Obiettivi della fase di concertazione:

- *Sensibilizzare gli attori locali al progetto;*
 - *Individuare le macro-criticità e verificare i livelli di integrazione settoriali ed intersettoriali;*
 - *Raccogliere idee e suggerimento per definire la Strategia del Piano di Rilancio dell'Area.*
- 

2. I trend regionali e provinciali

2. I TREND REGIONALI E PROVINCIALI: Andamento della produzione e del fatturato

Settore di Attività	Produzione		Fatturato		Fatturato estero	
Regione Abruzzo	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
Alimentari, Bevande e Tabacco	7,3	1,2	9,4	- 0,7	9,8	7,1
Tessile, Abbigliamento e Calzature	2,0	- 5,9	- 2,5	- 3,8	- 2,2	- 8,6
Legno e Mobili	9,8	- 5,3	7,2	- 5,4	15,1	0,5
Metalmeccanica	1,5	- 6,9	6,1	- 4,26	5,3	3,9
Mezzi di Trasporto	5,1	- 9,5	4,9	- 9,8	3,6	- 7,6
Provincia di Teramo	3,4	- 6,7	3,6	- 4,2	7,9	2,4
Classe dimensionale imprese						
10-49 addetti	- 0,9	- 8,7	- 2,2	- 7,6	5,8	- 1,5
50-249 addetti	3,7	- 4,9	5,3	- 3,6	4,3	- 0,3
Oltre 250 addetti	0,7	7,6	3,5	- 6,9	1,0	- 4,0
Fonte: elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese" Secondo Trim. 2012, n 2. CRESA						

QUADRO di SINTESI

- **Produzione:** rispetto al precedente trimestre perdono tutti i settori tranne l'agroalimentare. Mentre i valori sono migliori rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno.
- **Fatturato:** rispetto al precedente trimestre perdono tutti i settori. Mentre i valori sono migliori, tranne che per il tessile, rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno.
- **Fatturato Estero:** rispetto al precedente trimestre perdono quasi tutti i settori. Mentre i valori sono migliori, tranne che per il tessile, rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno.

2. I TREND REGIONALI E PROVINCIALI: Andamento degli Ordinativi e dell'Occupazione

Settore di Attività	Ordini interni		Ordini esteri		Occupazione	
Regione Abruzzo	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
Alimentari, Bevande e Tabacco	0,1	- 3,6	9,5	5,8	3,5	2,7
Tessile, Abbigliamento e Calzature	0,0	-4,1	- 10,6	- 10,7	- 0,3	- 1,4
Legno e Mobili	7,6	- 8,2	19,9	0,8	- 1,4	- 4,4
Metalmecanica	6,7	- 6,5	11,9	10,3	- 0,3	- 1,8
Mezzi di Trasporto	4,9	- 9,3	7,0	- 7,5	- 0,8	- 3,1
Provincia di Teramo						
	0,9	- 9,3	5,1	2,9	0,4	- 0,9
Classe dimensionale imprese						
10-49 addetti	- 1,3	- 8,3	3,8	- 0,6	- 0,3	- 3,0
50-249 addetti	2,8	- 6,2	0,5	0,1	0,7	- 0,5
Oltre 250 addetti	4,9	8,9	5,1	- 0,9	- 1,0	- 2,1
Fonte: elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese" Secondo Trim. 2012, n 2. CRESA						

QUADRO di SINTESI

- **Ordinativi Interni**: rispetto al precedente trimestre perdono tutti i settori. Mentre i valori sono migliori rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno
 - **Ordinativi Esteri**: rispetto al precedente trimestre perdono i settori tessile e mezzi di trasporto. Mentre i valori sono migliori, tranne che per il tessile, rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno.
- Occupazione**: rispetto al precedente trimestre l'occupazione cala in tutti i settori, tranne l'agroalimentare. Il calo viene confermato rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno per tutti i settori eccetto l'agroalimentare.

2. I TREND REGIONALI E PROVINCIALI: Previsioni a sei mesi dei principali indicatori congiunturali (saldi % delle risposte)

Settore di Attività	Produtz.	Fatturato	Occupaz.	Ordinativi Interni	Ordinativi Esteri
Regione Abruzzo					
Alimentari, Bevande e Tabacco	- 7,7	2,4	- 2,6	- 13,7	16,9
Tessile, Abbigliamento e Calzature	- 35,8	- 32,6	- 29,2	- 43,4	- 19,7
Legno e Mobili	- 10,9	- 14,1	- 33,1	- 1,3	- 1,8
Metalmecanica	- 21,6	- 13,7	- 24,8	- 24,0	1,8
Mezzi di Trasporto	- 39,9	- 30,0	- 18,7	- 36,3	- 5,0
Provincia di Teramo	- 28,5	- 21,5	- 25,6	- 36,5	- 3,4
Classe dimensionale					
10-49 addetti	- 22,2	- 19,9	- 22,6	- 28,4	- 4,1
50-249 addetti	- 25,3	- 16,2	- 22,4	- 26,8	- 9,2
Oltre 250 addetti	- 2,9	- 1,4	- 6,1	- 4,6	- 12,1
Fonte: elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese" Secondo Trim. 2012, n 2. CRESA					

QUADRO di SINTESI

- I **valori previsionali** sono quasi tutti negativi per la totalità dei settori, in particolar modo per il Tessile-Abbigliamento.

2. I TREND REGIONALI E PROVINCIALI: Andamento dei principali indicatori congiunturali

Fattori		Tessile- Abbigliam, e Calzature	Legno e Mobile	Alimentari Bevande e Tabacco	Metalmeccani co
Produzione	Regione Abruzzo	NEGATIVO ***	NEGATIVO **	POSITIVO *	NEGATIVO ****
	Provincia Teramo	NEGATIVO ***			
Fatturato	Regione Abruzzo	NEGATIVO **	NEGATIVO ***	NEGATIVO *	NEGATIVO **
	Provincia Teramo	NEGATIVA **			
Occupazione	Regione Abruzzo	NEGATIVO *	NEGATIVO ***	POSITIVO *	NEGATIVO *
	Provincia Teramo	NEGATIVA *			
Ordinativi Interni	Regione Abruzzo	NEGATIVO **	NEGATIVO ****	NEGATIVO **	NEGATIVO ***
	Provincia Teramo	NEGATIVA ****			
Ordinativi Esteri	Regione Abruzzo	NEGATIVO ****	POSITIVO *	POSITIVO ***	POSITIVO ****
	Provincia Teramo	POSITIVO **			
Legenda: * basso; ** Medio; *** Alto; **** Altissimo					
Fonte: elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese" Quarto Trimestre 2011 n 4. CRESA					

QUADRO di SINTESI

- Andamento nel complesso piuttosto negativo per il **settore T.A.C.** rispetto al quale tutti gli **indicatori assumono valori negativi**);
- I comparti **Legno e Mobile** e **Metalmeccanico** fanno registrare **indici negativi** per tutti gli indicatori congiunturale ad **eccezione degli ordinativi esteri**
- Tengono infatti gli **ordinativi esterni** ad eccezione del settore **TAC**;
- **Positivi** **Produzione** **Occupazione** e **Ordinativi esteri** per il **settore agroalimentare**;
- La **provincia di Teramo** si caratterizza per una forte **negatività degli ordinativi interni** ma anche della **produzione**, del **fatturato** e a seguire dell'**occupazione**; positivi gli **ordinativi esteri**.

2. I TREND REGIONALI E PROVINCIALI: Trend dei principali indicatori congiunturali

		Regione Abruzzo				Prov. Teramo
		Tessile Abbigl. Calzat.	Legno e Mobile	Aliment. Bevande e Tabacco	Metal Mecc.	
Fatturato Estero	Trend rispetto al trimestre precedente	↓	↑	↑	↑	↑
	Trend rispetto allo stesso trimestre anno precedente	↓	↑	↑	↑	↑
Produzione	Trend rispetto al trimestre precedente	↑	↑	↑	↑	↑
	Trend rispetto allo stesso trimestre anno precedente	↓	↓	↑	↓	↓
Occupazione	Trend rispetto al trimestre precedente	↓	↓	↑	↓	↑
	Trend rispetto allo stesso trimestre anno precedente	↓	↓	↑	↓	↓
Fonte: elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese" Quarto Trimestre 2011, n 4. CRESA						

QUADRO di SINTESI

- Andamenti diversificati tra settori e tra indicatori a dimostrazione di un quadro piuttosto disarticolato ed altalenante;
- REGIONE ABRUZZO**
 - L'**Agroalimentare** è il settore che cresce rispetto ai tre principali indicatori congiunturali
 - Il **fatturato estero** aumenta per tutti i settori ad eccezione del T.A.C.
 - La produzione misurata rispetto al trimestre precedente aumenta per tutti i settori, ma rispetto all'anno precedente questa crescita trova conferma solo per il settore Agroalimentare
 - Il valore dell'**occupazione** diminuisce per tutti i settori tranne l'Agroalimentare.
 - A **livello provinciale** cresce il fatturato estero; La produzione e l'occupazione aumentano solo rispetto al trimestre precedente ma non raggiungono i livelli dell'anno precedente.

3. Le dinamiche Demografiche e il Mercato del Lavoro

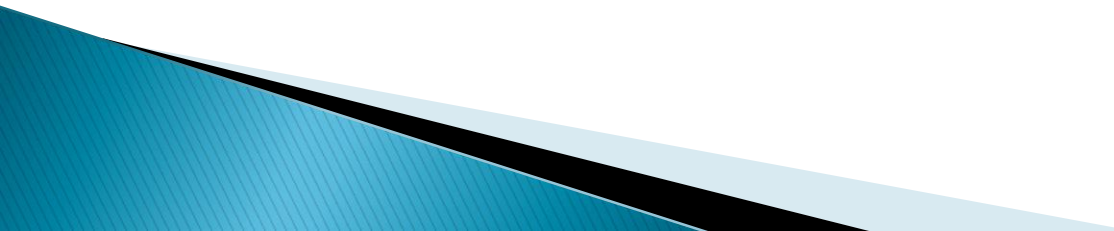
3. LE DINAMICHE DEMOGRAFICHE ED IL MERCATO DEL LAVORO

I 12 comuni della Val Vibrata costituiscono poco più di **1/4 della popolazione della provincia di Teramo**.

Dall'analisi delle variazioni della popolazione nel decennio 2001-2011 si rilevano **incrementi positivi per tutti i comuni**.

Il trend positivo è confermato dalle **proiezioni demografiche** Cresa al 2020 da cui si evince che in quasi tutti i comuni dell'area si dovrebbero registrare incrementi di popolazione.

La **percentuale di stranieri** presenti rispetto agli abitanti è notevolmente più alta dell'analogo dato provinciale e regionale.



3. LE DINAMICHE DEMOGRAFICHE E IL MERCATO DEL LAVORO

Val Vibrata: dinamica demografica							
Comuni	Residenti al 01/01/2000	Residenti al 01/01/2011	Var. % 2000/2010	Proiezioni al 2020	Var. % 2011/2020	Stranieri al 01/01/11	% Stranieri su residenti
Alba Adriatica	10.063	12.522	24,4 %	13.932	11,9 %	1.791	14,3 %
Ancarano	1.766	1.921	8,8 %	1.976	1,9 %	162	8,4 %
Civitella del Tronto	5.321	5.442	2,3 %	5.472	0,6 %	544	9,9 %
Colonnella	3.168	3.747	18,3 %	3.798	3 %	367	9,8 %
Controguerra	2.449	2.491	1,7 %	2.469	- 0,4 %	239	9,6 %
Corropoli	3.697	4.753	28,6 %	4.751	2,5 %	473	9,9 %
Martinsicuro	13.219	17.078	29,2 %	19.709	15,4 %	3.071	17,9 %
Nereto	4.384	5.141	17,3 %	5.062	- 1,2 %	765	14,9 %
S.Egidio alla Vibrata	8.692	9.844	13,3 %	11.087	13,4 %	1.088	11 %
Sant’Omero	5.250	5.423	3,3 %	5.978	9,4	454	8,4 %
Torano Nuovo	1.690	1.692	0,1 %	1.654	- 2,6 %	116	6,9 %
Tortoreto	7.735	10.202	31,9 %	11.321	15,1 %	1.226	12 %
Totale Val Vibrata	67.434	80.256	19 %	87.218	8,7 %	10.296	12,8 %
Provincia Teramo	286.150	312.239	9,1 %	334.053	7 %	23.829	7,6 %
Regione Abruzzo	1.261.134	1.342.366	6,4 %	1.379.485	2,8 %	80.987	6 %
Italia	56.923.524	60.626.442	6,5 %	-	-	4.570.317	7,5 %
Fonte: elaborazioni da “Demo ISTAT. It; CRESA Economia e Società in Abruzzo Rapporto 20009							

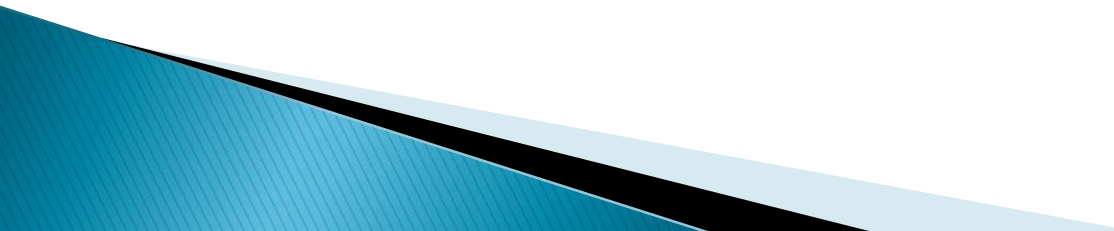
3. LE DINAMICHE DEMOGRAFICHE E IL MERCATO DEL LAVORO

- ▶ La crisi produttiva che ha colpito l'area ha avuto ripercussione negative sul **mercato del lavoro locale**;
- ▶ I **tassi di occupazione e di attività** dell'area pur mantenendosi migliori di quelli medi regionali si sono notevolmente abbassati;
- ▶ Il **tasso di disoccupazione**, per anni a livelli molto contenuti, è progressivamente cresciuto ed ha superato le due cifre;
- ▶ I **segmenti** del mercato del lavoro che hanno sentito maggiormente degli effetti della crisi sono soprattutto le donne ma anche i giovani e le persone di oltre 50 anni che lavoravano in settori maturi. Vengono censiti oltre 20.000 disoccupati, soprattutto di sesso femminile;
- ▶ All'inizio della crisi il largo ricorso agli **ammortizzatori sociali** ne ha attenuato gli effetti ma la situazione si è andata progressivamente accentuando. I settori che hanno risentito maggiormente del calo occupazionale sono tessile/abbigliamento, legno, costruzioni.
- ▶ Anche **nell'area marchigiana** del *Tronto*, contigua alla *Val Vibrata*, la situazione è particolarmente grave: la disoccupazione è al 12%, quasi il doppio del dato della Regione Marche (che si attesta a circa il 7%); quella giovanile è addirittura al 27%. Interi settori produttivi stanno progressivamente scomparendo.

4. Il sistema delle Imprese, le Specializzazioni Produttive, i processi di integrazione

4. LE SPECIALIZZAZIONI PRODUTTIVE

La Regione Abruzzo, nel Consiglio regionale del 22.10.2009, Verbale n. 21/1, ha individuato le seguenti vocazioni territoriali:

- **Tessile – abbigliamento – calzaturiero - pellame e cuoio;**
 - **Metalmeccanico, con particolare attenzione al Polo del Carbonio** (istituito con legge regionale);
 - **Agroalimentare;**
 - **Legno.**
- 

4. LE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA

- Nell'area della Val Vibrata operano un totale di **11.170 aziende** (dati Infocacere, IV Trim 2011): Il 29% del totale delle imprese provinciali ed il 7% delle aziende della Regione.
- Tra i 12 Comuni, quelli più **dinamici** per presenza di imprese sono nell'ordine: Martinsicuro (2.111 imprese); Tortoreto (1.463 imprese); S. Egidio Alla Vibrata (1.336 imprese); Alba Adriatica (1.932 imprese).

Val Vibrata: Numero di imprese attive per comune e per settore economico. 2011

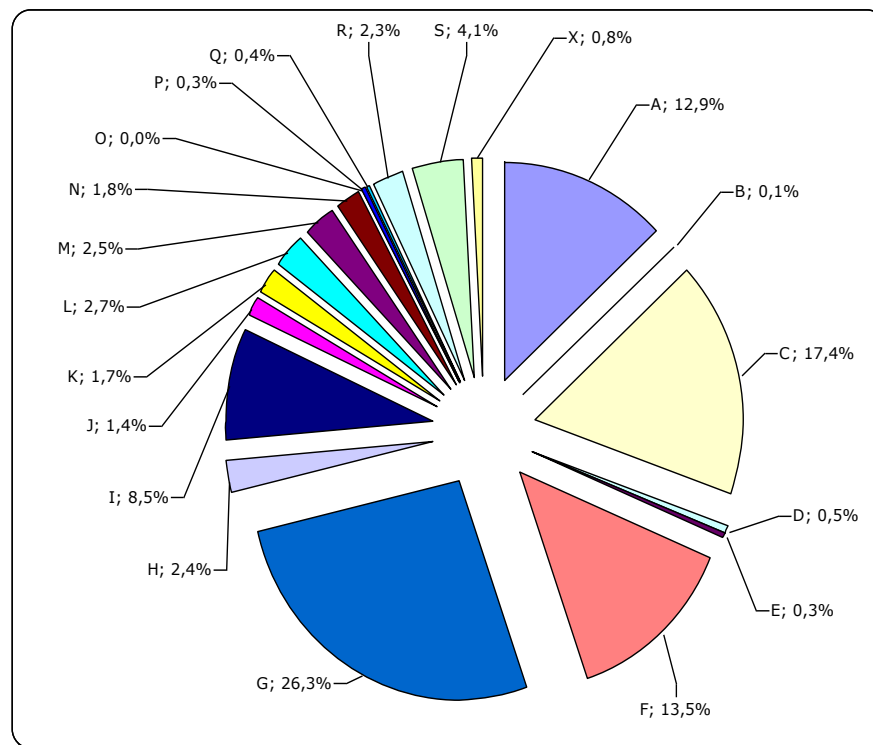
COMUNI	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	X	TOTALE
ALBA ADRIATICA	93	0	253	14	5	273	536	30	242	39	46	80	57	52	0	3	6	85	97	21	1.932
ANCARANO	71	1	90	0	6	36	63	6	21	4	2	7	9	4	0	1	0	2	10	3	336
CIVITELLA DEL TRONTO	162	5	127	1	1	93	116	8	38	2	7	6	11	3	0	0	2	3	18	1	604
COLONNELLA	91	0	168	3	0	97	172	25	38	11	7	11	11	12	0	2	2	3	17	8	678
CONTROGUERRA	119	1	106	6	3	20	55	13	16	1	1	6	11	5	0	0	1	2	7	1	374
CORROPOLI	174	2	181	6	2	75	170	22	41	9	7	21	24	13	0	2	2	14	30	6	801
NERETO	43	0	123	3	1	76	142	19	34	10	20	12	19	8	0	1	5	6	26	2	550
S Egidio ALLA VIBRATA	89	2	259	8	6	202	420	26	79	24	32	40	25	15	0	8	8	22	68	3	1.336
SANT'OMERO	190	1	137	3	1	102	178	21	44	9	12	8	14	11	0	3	5	6	33	8	786
TORANO NUOVO	91	0	23	0	2	26	24	4	6	1	1	5	2	2	0	0	3	2	7	0	199
TORTORETO	171	2	184	7	4	223	367	38	157	18	25	60	36	38	0	7	5	52	55	14	1.463
MARTINSICURO	149	1	296	8	8	280	694	54	235	32	31	48	58	40	0	3	8	62	85	19	2.111
TOTALE AREA VAL VIBRATA	1443	15	1947	59	39	1503	2937	266	951	160	191	304	277	203	0	30	47	259	453	86	11.170

4. DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE NEI SETTORI DI ATTIVITA'

- Oltre il **26 %** delle aziende opera nel settore **G Commercio all'ingrosso e al dettaglio riparazione di aut.**
- Il 17% nell'ambito del comparto C *Attività manifatturiere* (che verrà analizzata successivamente)
- Il 13% delle unità è classificato nel ramo **F Costruzioni**
- Il 12,9 nel settore **A Agricoltura, silvicoltura pesca.**

- L'analisi della distribuzione percentuale delle aziende nell'area, conferma **performance piuttosto deboli rispetto ai settori inerenti i servizi** con particolare riferimento ai comparti J e K (meno per M).

Val Vibrata: Distribuzione percentuale delle imprese attive per settore



A Agricoltura, silvicoltura pesca; B Estrazione di minerali da cave e miniere; C Attività manifatturiere; D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata; E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione; F Costruzioni; G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut.; H Trasporto e magazzinaggio; I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione; J Servizi di informazione e comunicazione; K Attività finanziarie e assicurative; L Attività immobiliari; M Attività professionali, scientifiche e tecniche; N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese; P Istruzione; Q Sanità e assistenza sociale; R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divert.; S Altre attività di servizi; X Imprese non classificate.

4. GLI ADDETTI PER SETTORE DI ATTIVITA' ECONOMICA

- ❑ Le imprese operanti nella Val Vibrata impiegano **34.333 addetti** (dati Infocacere, IV Trim 2011) ovvero il 32 % del totale provinciale e l'8% a livello regionale.
- ❑ I 4 Comuni che fanno registrare il maggior numero di addetti sono gli stessi che ospitano il maggior numero di aziende: Martinsicuro (6068 addetti); Alba Adriatica (4873 addetti), Tortoreto (4498 addetti); S. Egidio Alla Vibrata (3847 addetti).

Val Vibrata: Numero di addetti per comune e per settore economico. 2011																					
COMUNI	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	X	TOT
ALBA ADRIATICA	129	6	929	0	20	541	846	44	1250	47	38	85	74	94	0	7	41	362	169	191	4873
ANCARANO	68	0	1266	0	15	103	78	13	93	7	1	130	18	10	0	5	0	4	14	18	1843
CIVITELLA DEL TRONTO	152	0	801	0	26	240	142	9	111	2	6	7	10	4	0	0	8	6	27	8	1559
COLONNELLA	101	0	1729	0	0	219	262	55	79	16	3	9	19	21	0	1	0	4	27	71	2616
CONTROGUERRA	145	0	679	0	0	92	96	59	36	0	0	29	40	13	0	0	2	11	9	7	1218
CORROPOLI	154	0	1.734	0	9	190	896	46	124	5	2	33	41	18	0	1	6	27	43	26	3355
NERETO	26	0	875	8	3	397	199	159	56	12	51	7	17	16	0	0	8	8	55	7	1904
S Egidio ALLA VIBRATA	63	7	1913	1	10	602	634	40	169	32	28	51	19	35	0	9	14	53	101	66	3847
SANT'OMERO	119	19	939	1	5	251	446	93	129	12	10	13	31	13	0	3	4	20	49	44	2201
TORANO NUOVO	87	0	120	0	1	54	36	4	26	1	0	1	2	1	0	0	0	4	14	0	351
TORTORETO	245	0	1473	0	3	571	593	79	713	32	15	72	43	68	0	10	92	220	104	165	4498
MARTINSICURO	402	0	2033	4	4	609	1128	140	843	71	29	77	66	95	0	9	11	196	143	208	6068
TOTALE AREA VAL VIBRATA	1691	32	14491	14	96	3.869	5356	741	3629	237	183	514	380	388	0	45	186	915	755	811	34333

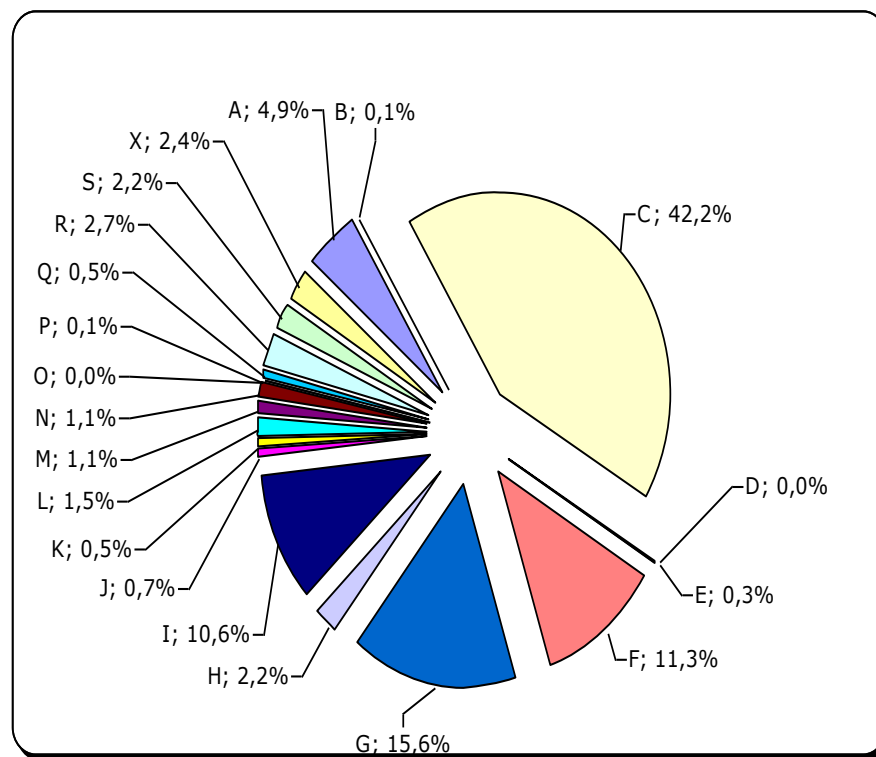
4. DISTRIBUZIONE DEGLI ADDETTI NEI SETTORI DI ATTIVITA'

• Anche rispetto della distribuzione % degli addetti, i settori che fanno registrare il maggior peso percentuale sono:

- **C Attività manifatturiere** che impiega il **42%** degli addetti;
- **G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut.** per il **15,6%**;
- **F Costruzioni** per oltre l'**11%**;
- **A Agricoltura, silvicoltura pesca** per il **5%** circa.

Si confermano inoltre, pesi percentuali marginali rispetto ai settori J e K inerenti i **Servizi**, e meno rispetto al comparto M.

Val Vibrata: Distribuzione % degli addetti per settore



A Agricoltura, silvicoltura pesca; B Estrazione di minerali da cave e miniere; C Attività manifatturiere; D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata; E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione; F Costruzioni; G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut.; H Trasporto e magazzinaggio; I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione ; J Servizi di informazione e comunicazione; K Attività finanziarie e assicurative; L Attività immobiliari; M Attività professionali, scientifiche e tecniche; N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese; P Istruzione; Q Sanità e assistenza sociale; R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divert.; S Altre attività di servizi; X Imprese non classificate.

4. GLI INDICI DI SPECIALIZZAZIONE

**Val Vibrata, Provincia di TE, Regione Abruzzo:
Numero di imprese attive per settore economico e Indici di Specializzazione (Anno 2011)**

Settore:	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	X	TOT
TOTALE VAL VIBRATA	1443	15	1947	59	39	1503	2937	266	951	160	191	304	277	203	0	30	47	259	453	86	11170
TOTALE PROV TE	6644	52	4870	171	114	5541	9598	905	3035	667	785	869	968	868	0	136	220	761	1673	278	38155
TOTALE REG ABRUZZO	30912	203	15830	498	417	21920	42160	4103	11685	2949	3636	2720	4241	4212	0	758	971	2348	6900	1373	157872
I.S.P. su PROV TE	0.74	0.96	1.37	1.18	1.17	0.93	1.05	1	1.07	0.82	0.83	1.19	0.98	0.80	0	0.75	0.73	1.16	0.92	1.06	1
I.S.P. su REG	0.66	1.04	1.74	1.67	1.32	0.97	0.98	0.92	1.15	0.77	0.74	1.58	0.92	0.68	0	0.56	0.68	1.56	0.93	0.89	1

**Val Vibrata, Provincia di TE, Regione Abruzzo:
Numero di addetti per settore economico e Indici di Specializzazione (Anno 2011)**

Settore	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	X	TOT
TOTALE VAL VIBRATA	1691	32	14491	14	96	3869	5356	741	3629	237	183	514	380	388	0	45	186	915	755	811	34333
TOTALE PROV TE	8653	149	35632	59	666	14892	16508	2627	10621	1256	1847	1221	1520	2548	0	347	1490	2121	2745	2082	106984
TOTALE REG ABRUZZO	34154	1389	122016	320	3450	57507	70910	15935	37132	5043	6945	3286	8270	17826	0	1732	8724	6454	12196	12297	425586
I.S.P. su PROV TE	0,61	0,67	1,27	0,74	0,45	0,81	1,01	0,88	1,06	0,59	0,30	1,31	0,78	0,47	0	0,40	0,39	1,34	0,86	1,21	1
I.S.P. su REG	0,61	0,29	1,47	0,54	0,34	0,83	0,94	0,58	1,21	0,58	0,33	1,94	0,57	0,27	0	0,32	0,26	1,76	0,77	0,82	1

4. GLI INDICI DI SPECIALIZZAZIONE

- L'analisi degli **INDICI DI SPECIALIZZAZIONE PER PRESENZA DI IMPRESE** attive, dimostra un'importante qualificazione della Val Vibrata, sia verso la **PROVINCIA di TERAMO** che verso la **REGIONE ABRUZZO**, rispetto ai settori: **C Attività manifatturiere; D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata; E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione; I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione ; L Attività immobiliari; R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divert;**
- E' da rilevare una marcata **sotto specializzazione dell'area** sia verso la **PROVINCIA di TERAMO** che verso la **REGIONE ABRUZZO** in merito ai comparti: **J Servizi di informazione e comunicazione; K Attività finanziarie e assicurative; ed M Attività professionali, scientifiche e tecniche.** Tale problematica ha implicazioni negative per lo sviluppo del manifatturiero.
- Si rilevano valori positivi verso la **PROVINCIA** rispetto ai comparti: **G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut.;** ed **H Trasporto e magazzinaggio;**
- **IS positivo** verso la **REGIONE** in merito al settore: **B Estrazione di minerali da cave e miniere;**
- Lo studio degli **INDICI DI SPECIALIZZAZIONE CALCOLATI PER NUMERO DEGLI ADDETTI**, rafforza in buona parte le considerazioni emerse in precedenza:
- la Val Vibrata risulta **fortemente specializzata**, sia verso la **PROVINCIA** che verso la **REGIONE**, rispetto agli stessi settori di attività: **C Attività manifatturiere; I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione; L Attività immobiliari ed R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divert.;**
- Al contrario, si rilevano **valori negativi** per i comparti **D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata; E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione.**
- Nell'ambito dei **servizi**, si conferma la **sotto specializzazione** dell'area rispetto ai comparti **J Servizi di informazione e comunicazione; K Attività finanziarie e assicurative; ed M Attività professionali, scientifiche e tecniche.**
- **IS positivo** verso la **PROVINCIA** in merito al settore: **G Commercio all'ingrosso e al dettaglio;**

4. LE IMPRESE DEL MANIFATTURIERO

- **1.947** aziende attive nel settore Manifatturiero
- quasi il **40%** del totale delle imprese provinciali
- il **12%** delle aziende manifatturiere della Regione Abruzzo.

Val Vibrata: Numero di imprese attive per comune Settore Manifatturiero. Anno 2011

COMUNI	C 1 0	C 1 1	C 1 2	C 1 3	C 1 4	C 1 5	C 1 6	C 1 7	C 1 8	C 1 9	C 2 0	C 2 1	C 2 2	C 2 3	C 2 4	C 2 5	C 2 6	C 2 7	C 2 8	C 2 9	C 3 0	C 3 1	C 3 2	C 3 3	TOT
ALBA ADRIATICA	17	1	0	6	41	116	3	0	7	-	-	-	0	7	-	20	4	5	3	-	1	1	16	5	253
ANCARANO	9	0	0	11	23	5	3	-	1	-	-	-	4	2	-	12	2	5	3	4	1	2	1	2	90
CIVITELLA DEL TRONTO	9	2	0	16	36	8	9	2	1	-	1	-	5	6	-	17	5	1	3	-	-	3	2	1	127
COLONNELLA	6	3	0	7	18	32	6	10	4	-	1	-	5	5	1	31	9	3	13	2	0	2	8	2	168
CONTROGUERRA	8	2	0	4	22	14	3	0	-	-	0	-	3	6	2	17	1	2	7	-	-	10	4	1	106
CORROPOLI	12	0	0	23	35	45	5	1	1	-	2	-	5	3	-	23	3	5	5	0	3	5	4	1	181
NERETO	9	0	0	26	41	12	4	1	5	-	-	-	2	4	0	4	2	-	3	1	-	4	5	0	123
S Egidio ALLA VIBRATA	16	0	0	39	129	8	11	1	10	-	0	-	4	8	-	14	1	2	5	1	-	4	4	2	259
SANT'OMERO	12	0	0	15	43	13	6	-	4	-	1	-	-	7	-	13	4	1	3	3	-	8	3	1	137
TORANO NUOVO	2	3	0	-	10	2	3	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	23
TORTORETO	19	1	0	4	33	42	7	2	5	-	1	-	1	11	1	17	3	2	4	2	2	14	8	5	184
MARTINSICURO	15	2	0	10	28	82	12	8	8	-	1	-	4	13	4	46	9	7	11	-	1	5	25	5	296
TOT VAL VIBRATA	134	14	0	161	459	379	72	25	46	0	7	0	33	73	8	215	43	33	60	13	8	58	81	25	1.947

4. GLI ADDETTI DEL MANIFATTURIERO

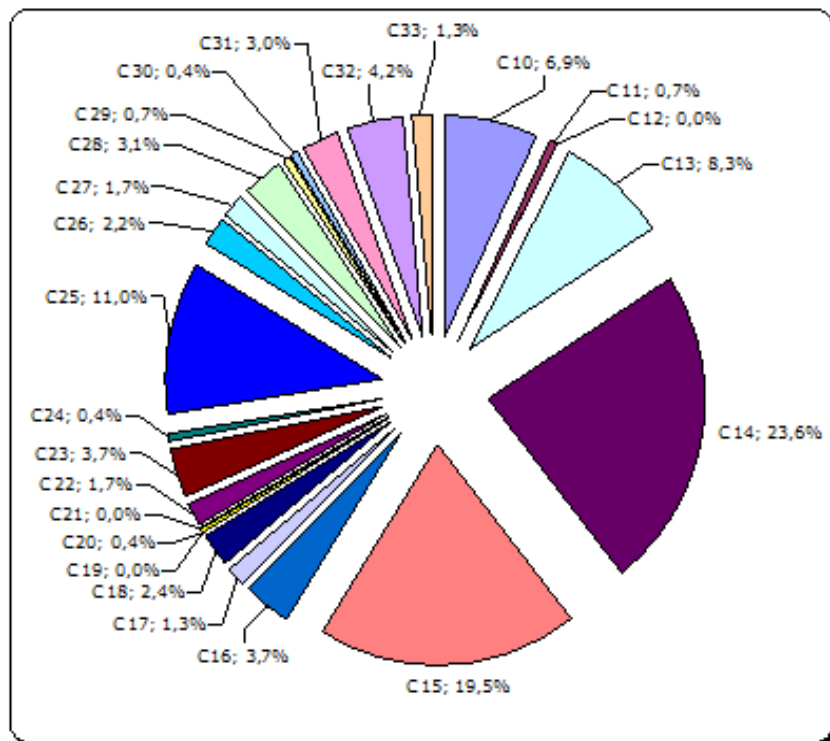
- 14491 addetti nelle aziende attive del settore Manifatturiero
- oltre il 40% del totale degli addetti provinciali
- il 12% circa degli addetti nel settore manifatturiero della Regione Abruzzo
- *Risultati in linea con l'analisi precedente (per numero di imprese)*

Val Vibrata: Numero di addetti per comune Settore Manifatturiero. Anno 2011

COMUNI	C 1 0	C 1 1	C 1 2	C 1 3	C 1 4	C 1 5	C 1 6	C 1 7	C 1 8	C 1 9	C 2 0	C 2 1	C 2 2	C 2 3	C 2 4	C 2 5	C 2 6	C 2 7	C 2 8	C 2 9	C 3 0	C 3 1	C 3 2	C 3 3	TOT
ALBA ADRIATICA	53	0	0	9	361	388	3	0	7	0	0	0	0	10	0	67	3	2	2	0	1	1	17	5	929
ANCARANO	71	0	0	370	241	153	23	0	12	0	0	0	19	17 8	0	111	2	6	9	14	0	53	3	1	1266
CIVITELLA DEL TRONTO	61	1	0	134	267	55	32	9	1	0	0	0	30	30	0	124	4	0	20	0	0	21	11	1	801
COLONNELLA	31	0	0	65	131	137	15	69	89	0	5	0	23	27	11	415	33	16	10 1	43 5	55	0	53	18	1729
CONTRO GUERRA	74	1	0	29	199	31	4	2	0	0	7	0	40	76	9	117	34	18	17	0	0	13	8	0	679
CORROPOLI	61	0	0	261	405	279	6	0	5	0	14 2	0	8	4	0	93	17 8	24 0	19	9	6	13	4	1	1734
NERETO	30	0	0	219	315	70	8	9	3	0	0	0	0	16	5	29	82	0	6	0	0	75	8	0	875
S EGIIDIO ALLA VIBRATA	75	0	0	605	954	14	56	2	7	0	1	0	24	70	0	62	4	2	6	2	0	18	7	4	1913
SANT'OMERO	21	0	0	87	329	56	19	0	17	0	0	0	0	60	0	49	82	5	17 7	20	0	10	6	1	939
TORANO NUOVO	35	2	0	0	63	5	3	0	0	0	0	0	0	4	0	6	0	0	0	0	0	0	2	0	120
TORTORETO	42	0	0	11	198	269	11	6	10	0	0	0	0	31	7	398	2	9	15	12	2	41 3	12	25	1473
MARTIN-SICURO	76	1 2	0	41	324	212	16	30	27	0	1	0	15	10 1	10 4	356	51	18 0	55	0	24	58	329	21	2033
TOT VAL VIBRATA	630	1 6	0	183 1	378 7	166 9	19 6	12 7	17 8	0	15 6	0	15 9	60 7	13 6	182 7	47 5	47 8	42 7	49 2	88	67 5	460	77	14.491

4. DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE NEL MANIFATTURIERO

Val Vibrata: Distribuzione percentuale delle imprese attive nel manifatturiero



Spicca la presenza di aziende operanti nei sotto settori:

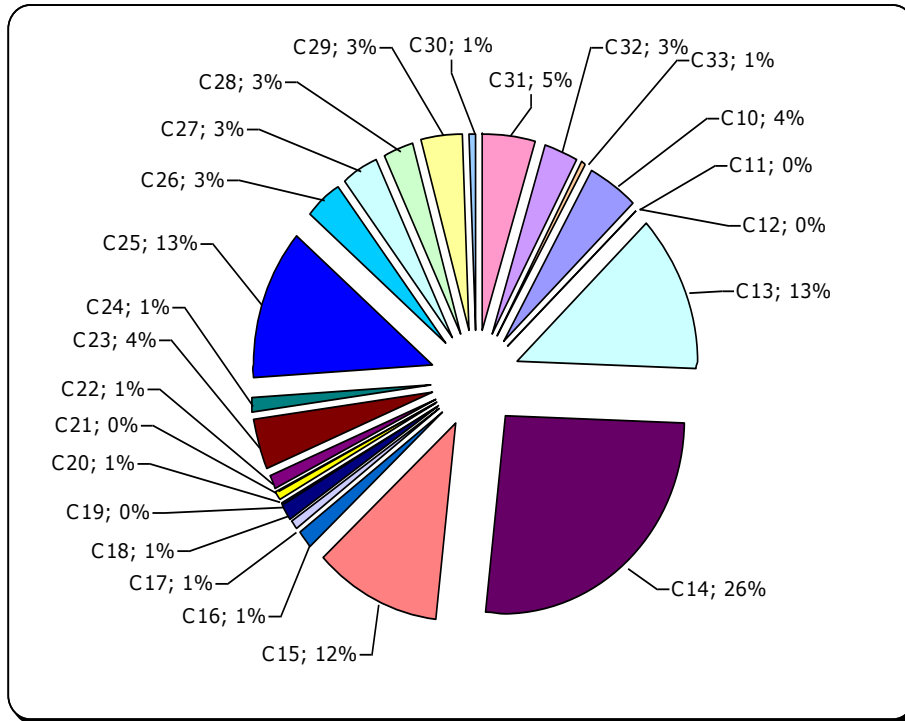
- **C14 Confezione di articoli di abbigliamento (23,6%);**
- **C15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili (19,5%);**
- **C25 Fabbricazione di prodotti in metallo (11%).**

Rilevante anche la percentuale di imprese appartenenti al segmento **C13 Industrie tessili (8,3%) e C10 Industrie alimentari (6,9%).**

C 10 Industrie alimentari C 11 Industria delle bevande C 12 Industria del tabacco C 13 Industrie tessili C 14 Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di ar.. C 15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili C 16 Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero .. C 17 Fabbricazione di carta e di prodotti di carta C 18 Stampa e riproduzione di supporti registrati C 19 Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinaz.. C 20 Fabbricazione di prodotti chimici C 21 Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di prepa.. C 22 Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche C 23 Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di miner. C 24 Metallurgia C 25 Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari .. C 26 Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ott.. C 27 Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchi.. C 28 Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca C 29 Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi C 30 Fabbricazione di altri mezzi di trasporto C 31 Fabbricazione di mobili C 32 Altre industrie manifatturiere C 33 Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed..

4. DISTRIBUZIONE DEGLI ADDETTI NEL MANIFATTURIERO

Val Vibrata: Distribuzione % degli addetti nel manifatturiero



Si rileva la stessa distribuzione percentuale misurata per numero di imprese ovvero un'importante presenza di aziende operanti nei sotto settori:

- **C14 Confezione di articoli di abbigliamento (26%);**
- **C13 Industrie tessili e C25 Fabbricazione di prodotti in metallo (13%);**
- **C15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili (12%).**

Rilevante anche la percentuale delle imprese appartenenti al segmento **C31 Fabbricazione di mobili (5%)** e **C10 Industrie alimentari (4%).**

C 10 Industrie alimentari C 11 Industria delle bevande C 12 Industria del tabacco C 13 Industrie tessili C 14 Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di ar.. C 15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili C 16 Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero .. C 17 Fabbricazione di carta e di prodotti di carta C 18 Stampa e riproduzione di supporti registrati C 19 Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinaz.. C 20 Fabbricazione di prodotti chimici C 21 Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di prepa.. C 22 Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche C 23 Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di miner. C 24 Metallurgia C 25 Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari .. C 26 Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ott.. C 27 Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchi.. C 28 Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca C 29 Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi C 30 Fabbricazione di altri mezzi di trasporto C 31 Fabbricazione di mobili C 32 Altre industrie manifatturiere C 33 Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed..

4. GLI INDICI DI SPECIALIZZAZIONE DEL MANIFATTURIERO

Val Vibrata, provincia di TE, regione Abruzzo: Numero di imprese attive Settore Manifatturiero e Indici di specializzazione (Anno 2011)																									
Sotto settore	C 1 0	C 1 1	C 1 2	C 1 3	C 1 4	C 1 5	C 1 6	C 1 7	C 1 8	C 1 9	C 2 0	C 2 1	C 2 2	C 2 3	C 2 4	C 2 5	C 2 6	C 2 7	C 2 8	C 2 9	C 3 0	C 3 1	C 3 2	C 3 3	TOT
TOTALE VAL VIBRATA	134	14	0	161	459	379	72	25	46	0	7	0	33	73	8	215	43	33	60	13	8	58	81	25	1947
TOTALE PROV TE	524	33	1	240	872	495	273	71	133	1	32	7	104	314	30	641	88	97	182	36	15	269	291	121	4870
TOTALE REG ABRUZZO	234 4	195	2	500	179 2	626	119 4	155	565	2 2	195	2 3	358	992	100	271 8	349	304	734	195	80	572	124 0	575	15830
I.S.P. su PROV TE	0.64	1.0 6	0	1.6 8	1.32	1.9 2	0.66	0.8 8	0.8 7	0	0.5 5	0	0.7 9	0.5 8	0.6 7	0.84	1.2 2	0.8 5	0.8 2	0.9 0	1.3 3	0.5 4	0.70	0.5 2	1
I.S.P. su REGIONE	0.46	0.5 8	0	2.6 2	2.08	4.9 2	0.49	1.3 1	0.6 6	0	0.2 9	0	0.7 5	0.6 0	0.6 5	0.64	1	0.8 8	0.6 6	0.5 4	0.8 1	0.8 2	0.53	0.3 5	1

Val Vibrata, provincia di TE, regione Abruzzo: Numero di addetti Settore Manifatturiero e Indici di specializzazione (Anno 2011)																									
	C 1 0	C 1 1	C 1 2	C 1 3	C 1 4	C 1 5	C 1 6	C 1 7	C 1 8	C 1 9	C 2 0	C 2 1	C 2 2	C 2 3	C 2 4	C 2 5	C 2 6	C 2 7	C 2 8	C 2 9	C 3 0	C 3 1	C 3 2	C 3 3	TOT
TOT VAL VIBR	630	16	0	183 1	3787	166 9	196	127	178	0	156	0	159	607	136	1827	475	478	427	492	88	675	460	77	14491
TOT PROV TE	3541	90	0	237 5	7957	265 8	876	455	496	14	272	176	150 7	2675	483	4777	587	914	112 8	880	126	251 4	856	275	35632
TOT REG ABR	1128 5	847	2	371 2	1691 2	408 6	359 1	118 5	191 0	18 9	217 8	145 5	501 6	2027 7	232 5	1623 6	389 1	230 7	533 1	1005 1	129 3	398 9	261 8	133 0	122016
I.S.P. su PROV TE	0.44	0.4 4	0	1.9	1.17	1.54	0.55	0.69	0.88	0	1.41	0	0.26	0.56	0.69	0.94	1.99	1.29	0.93	1.37	1.72	0.66	1.32	0.69	1
I.S.P. su REG	0.47	0.1 6	0	4.15	1.89	3.44	0.46	0.90	0.78	0	0.60	0	0.27	0.25	0.49	0.95	1.03	1.74	0.67	0.41	0.57	1.42	1.48	0.49	1

4. GLI INDICI DI SPECIALIZZAZIONE DEL MANIFATTURIERO

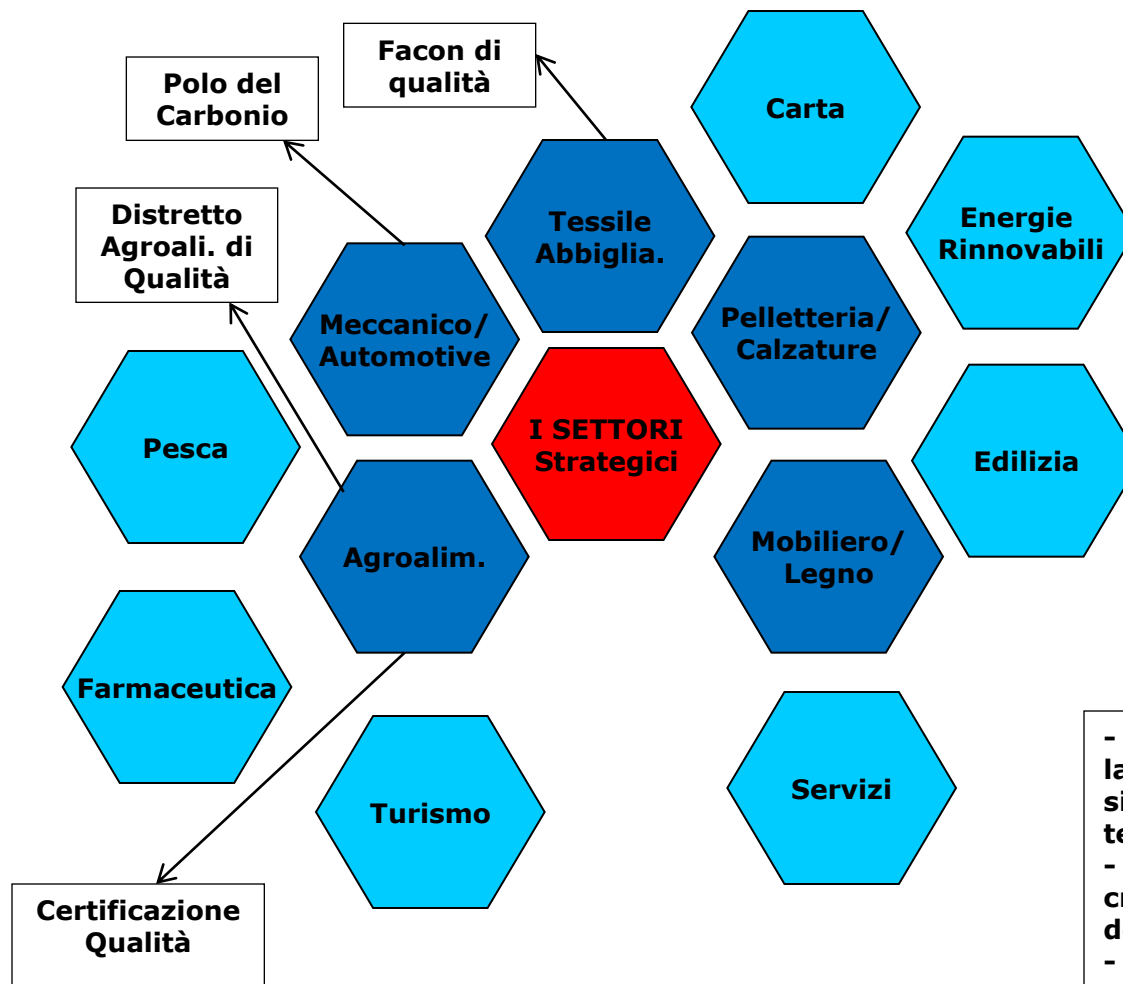
- **Iper specializzazione** dell'area della Val Vibrata (secondo il numero delle imprese) rispetto alla **PROVINCIA di TERAMO** e alla **REGIONE ABRUZZO** nell'ambito dei seguenti **comparti del manifatturiero**: ***C15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili C13 Industrie tessili C14 Confezione di articoli di abbigliamento; segue C26 Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ott.***
- Accorpendo i tre settori nei 12 comuni della Val Vibrata si rileva la presenza di circa 1.000 aziende attive, che corrispondono ad oltre il 62% del totale delle imprese della Provincia di Teramo e a circa il 35% delle aziende nella Regione Abruzzo, operanti negli stessi settori.
- **I.S. positivi** rispetto alla **PROVINCIA** per i segmenti *C11 Industria delle bevande e C30 Fabbricazione di altri mezzi di trasporto*; e verso la **REGIONE** per l'ambito *C 17 Fabbricazione di carta e di prodotti di carta*.
- Parallelamente ai risultati emersi dall'analisi condotta per presenza di aziende, **l'area risulta fortemente specializzata** secondo il numero di addetti (sia rispetto alla PROVINCIA che alla REGIONE) nell'ambito degli stessi *sottosettori del manifatturiero*: ***C15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili, C13 Industrie tessili e C14 Confezione di articoli di abbigliamento***; anche se in maniera minore si rilevano I.S. positivi anche rispetto ai comparti ***C26 Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ott.. e C27 Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchi***.
- Si registra inoltre una considerevole **specializzazione** verso la **PROVINCIA** nei segmenti ***C 30 Fabbricazione di altri mezzi di trasporto e C 20 Fabbricazione di prodotti chimici e C29 Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi***;
- E solo rispetto alla REGIONE nei comparti ***C 31 Fabbricazione di mobili e C 27 Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchi***.

4. GLI INDICI DI SPECIALIZZAZIONE DEL MANIFATTURIERO

SETTORE	IMPRESE VV/PROV TE	DIVISIONE
Tessile	522/950	Conf. Art. Abb. 35%; Altro Abb. Esterno 22%
Gomma e Plastica	21/69	Articoli in materia plastiche 33%; Imb. in materie plastiche 43%
Pelletteria	342/445	Articoli da viaggio, borse, ecc. 91%
Metallo	172/538	Fab. Str. Met. 29% Porte e fin. Met. 26%
Metallurgia	7/24	Siderurgia 29%; Fusione Ghisa 29%
Appar. Elettriche	27/70	App. x Ill. 22%
Computer e prodotti di elettronica	32/65	Comp. Elet. 28%; Comp. Unità perif. 22%
Mobile	38/201	Fabbric. Mob. 50%
Legno	60/242	Prod. Falegn. E Carpent. 72%
Agroalimentare	111/435	Fette biscot., Biscotteria 28%; Cacao,Cioccolato 21%

4. VAL VIBRATA: I SETTORI STRATEGICI

- individuazione dei settori a vocazione territoriale e dei relativi progetti speciali alla luce delle indicazioni scaturite dai Tavoli di Concertazione



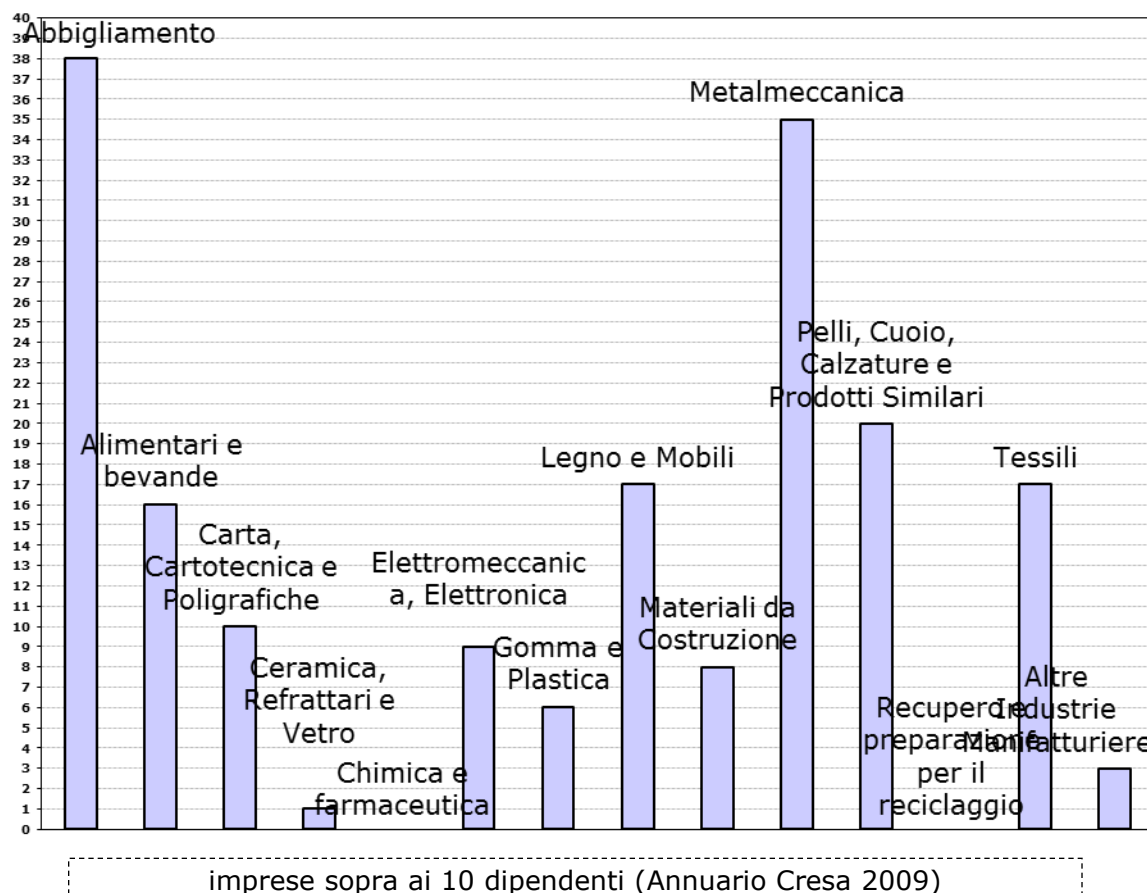
- Piano per la messa in sicurezza del territorio;
- Task force per la crisi dell'edilizia e del LL.PP.
- Progetto *Borghi*

4. LE IMPRESE CON PIU' DI 10 DIPENDENTI PER SETTORE

QUADRO di SINTESI

- prevalenza dei settori **Abbigliamento e Tessili** (rispettivamente 38 e 17 imprese), seguiti dal **Metalmeccanico** (35 imprese).
- presenze industriali nei tradizionali settori del **Made in Italy** (**Abbigliamento - Tessile, Alimentari, Legno e Mobili, Pelli e Cuoio**)
- presenze anche in altri settori, in particolar modo **Elettronica**.
- Interessante numero delle imprese che producono **Materiali da Costruzione** che vanno ad affiancare le imprese edili presenti nell'area.
- tessuto produttivo che, seppur in difficoltà, presenta ancora una importante densità imprenditoriale.

Aziende per settore di Attività Economica



4. LE IMPRESE PIU' RAPPRESENTATIVE DELL'AREA PER SETTORE

Settori	Imprese			
	Nominativo	C.D.	C.F	Paesi di esportazioni
<i>Abbigliamento</i>				
	GRAN SASSO SPA	5	6	
	GI.EFFE MODA MONTEFIORE SPA	3	6	PAESI UNIONE EUROPEA, SVIZZERA, CROAZIA, RUSSIA, ARABIA SAUDITA, GIAPPONE, CIPRO, MALTA, MESSICO
	DFP INTERNATIONAL SPA	2	4	GERMANIA, AUSTRIA, SPAGNA, FRANCIA, GRAN BRETAGNA, OLANDA, SVIZZERA, RUSSIA, GIAPPONE
<i>Tessile</i>	MARELLI & BERTA DI h. Freudenberg sas	3	4	RUSSIA, TURCHIA, EGITTO, GIORDANIA, ARGENTINA, PERU', CANADA, CINA

4. LE IMPRESE PIU' RAPPRESENTATIVE DELL'AREA PER SETTORE

<i>Metalmeccanico</i>	Nominativo	C.D.	C.F	Paesi di esportazioni
	ATR GROUP	4		GERMANIA
	GRUPPO TECNOMATIC SPA	3	5	FRANCIA, GERMANIA, REGNO UNITO, PAESI BASSI, ROMANIA, CINA, IRAN, USA, CANADA, BRASILE, INDIA
	M.I.V.V. METAL INDUSTRIA VAL VIBRATA SPA	4	5	GERMANIA, FRANCIA
	BETAFENCE ITALIA SPA	3		BELGIO, SLOVENIA, CROAZIA, POLONIA
	I.M.A. SPA INDUSTRIA METALMECCANICA ADRIATICA	3	4	GERMANIA, FRANCIA, POLONIA
	M.M.A. SRL	3	4	
	ITALFER CARPENTERIE	2	7	ROMANIA

4. LE IMPRESE PIU' RAPPRESENTATIVE DELL'AREA PER SETTORE

	Nominativo	C.D.	C.F	Paesi di esportazioni
<i>Pelli, Cuoio, Calzature e Prodotti similari</i>	FINPROJECT SPA	4	6	GERMANIA, SPAGNA, REGNO UNITO, FRANCIA, USA
	YKK FASTENERS SPA	2	4	FRANCIA, GERMANIA, SPAGNA, TURCHIA
	RIPANI ITALIANA PELLETTERIE SRL	1	3	REGNO UNITO, SPAGNA, RUSSIA, PAESI MEDIO ORIENTE, GIAPPONE

	Nominativo	C.D.	C.F	Paesi di esportazioni
<i>Legno e Mobili</i>	LAS MOBILI SRL	5	6	FRANCIA, SPAGNA, POLONIA, RUSSIA, PAESI MEDIO ORIENTE
	FULL MOBILI	3	4	GRECIA, SPAGNA, SLOVENIA, RUSSIA, ALGERIA, CUBA

4. LE IMPRESE PIU' RAPPRESENTATIVE DELL'AREA PER SETTORE

<i>Aziende nel settore "Alimentare"</i>	Nominativo	C.D.	C.F	Paesi di esportazioni
	SAL.PI. UNO SRL	1	5	
	FREEZING CENTER FISH SRL	1	4	
	SALUMIFICIO FRATELLI COSTANTINI	1	3	

<i>Carta, Cartotecnica e Poligrafiche</i>	Nominativo	C.D.	C.F	Paesi di esportazioni
	D'AURIA PRINTING SPA	2	4	GERMANIA, FRANCIA, BELGIO, OLANDA

4. LE IMPRESE PIU' RAPPRESENTATIVE DELL'AREA PER SETTORE

<i>Elettromeccanica, Elettronica</i>	Nominativo	C.D.	C.F	Paesi di esportazioni
	BENTEL SECURITY	4	6	SPAGNA, PORTOGALLO, FRANCIA, REGNO UNITO, GERMANIA, BELGIO, PAESI BASSI, UNGHERIA
	EUROCARBO	4	4	GERMANIA, FRANCIA, DANIMARCA
	MORGAN CARBON ITALIA SRL	4	5	GERMANIA, FRANCIA, GRECIA, SPAGNA, PAESI EST EUROPA, GIAPPONE
	SELTA	4	5	
	ELETTROMECCANICA ADRIATICA SPA	3	5	
	ELETTROPICENA SUD	2	3	
	EL.MAN	1	3	GERMANIA, SVEZIA, ROMANIA

4. LE IMPRESE PIU' RAPPRESENTATIVE DELL'AREA PER SETTORE

Materiali da costruzione	Nominativo	C.D	C.F	Paesi di esportazioni
Gomma e plastica	VEGA PREFABBRICATI	3	4	
	S.A.M.I.C.A.	3	4	
	DAYCO EUROPE	7	8	FRANCIA, GERMANIA, REGNO UNITO, TURCHIA, RUSSIA
	ALMAPLAST	1	4	
Altre industrie Manifatturiere				
	ITALPANNELLI SRL	4	7	SPAGNA, FRANCIA, GERMANIA, AUSTRIA, BOSNIA, CROAZIA, SLOVENIA, UNGHERIA, MAROCCO, VENEZUELA

C.D.= Classe dipendenti: 1 - da 10 a 30 dip; 2 - da 31 a 60 dip; 3 - da 61 a 120 dip; 4 - da 121 a 250 dip; 5 - da 251 a 500 dip; 6 - da 501 a 1000 dip; 7 - da 1001 a 2500 dip; 8 - oltre 2500 dip.

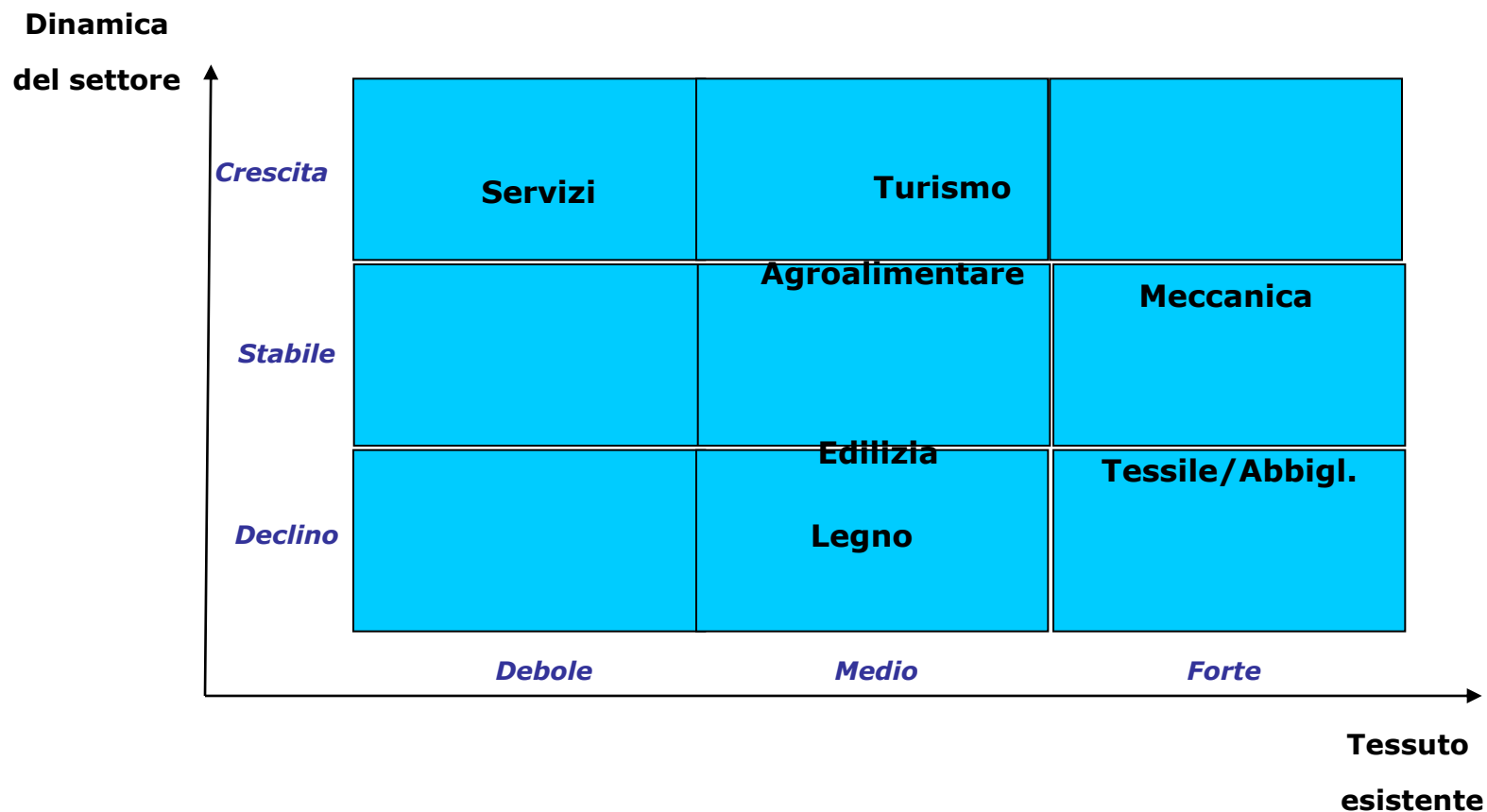
C.F = Classe Fatturato: 1 - fino a 1,5 milioni; 2 - da 1,5 milioni a 3 milioni; 3 - da 3 a 6 milioni; 4 - da 6 a 13 milioni; 5 - da 13 a 26 milioni; 6 - da 26 a 51 milioni; 7 - da 51 a 129 milioni; 8 oltre 129 milioni

4. VAL VIBRATA: AZIENDE DEL TERZIARIO AVANZATO

Settori	Nome e Attività	Comune	C.D. e C.F.
Collaudi e analisi tecniche	ETA SRL <i>Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo dell'Ingegneria</i>	Ancarano	C.D. 1 C.F. 3
Produzione di Software consulenza informatica e attività connesse	LILIUM SRL <i>Elaborazione dati</i>	S. Egidio alla Vibrata	C.D. 1 C.F. 1
	MEDIMATICA SRL <i>Produzione Software</i>	Colonnella	C.D. 1 C.F. 1
	NBS <i>Progettazione e Sviluppo Software; Ass. tecnica e Sistemistica consulenza e formazione</i>	Martinsicuro	C.D. 3 C.F. 3

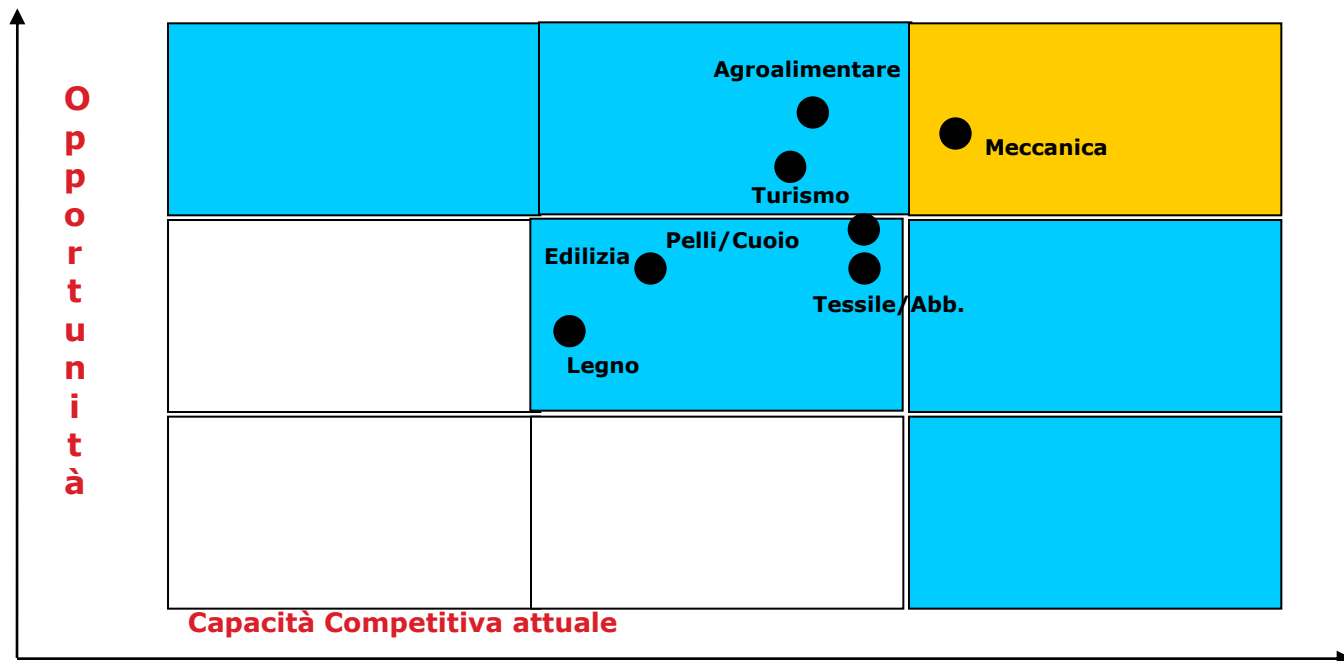
Mancano Aziende nei settori: Contabilità; Controllo e revisione Contabile, Consulenza societaria e in materia Fiscale; Direzione Aziendale e Consulenza Amministrativa gestionale; Noleggio di Macchine e attrezzature; pubblicità e ricerche di mercato; Ricerca e Sviluppo; Servizi delle agenzie di viaggio e attività connesse; Servizi di informazione e comunicazione; Servizi di ingegneria e architettura e altri servizi; Servizi di vigilanza e investigazione; Altre attività prof. scientifiche e tecniche; Altri servizi di supporto alle imprese.

4. DINAMICHE DEI SETTORI STRATEGICI



4. POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DEI SETTORI STRATEGICI

Il Posizionamento competitivo dei principali settori strategici



4. LE INTEGRAZIONI PRODUTTIVE

- ▶ Nel comprensorio le **politiche di rete e di aggregazione produttiva** appaiano piuttosto deboli;
- ▶ i **cluster produttivi sono ancora poco strutturati** e le sinergie tra le imprese, anche all'interno dello stesso comparto, necessitano di azioni di rafforzamento;
- ▶ dai Tavoli di Concertazione sono emersi alcuni **processi di integrazione**, come per esempio tra meccanica ed edilizia, i quali, però, risultano ancora fragili ed ancorati a sinergie ormai "*datate*".

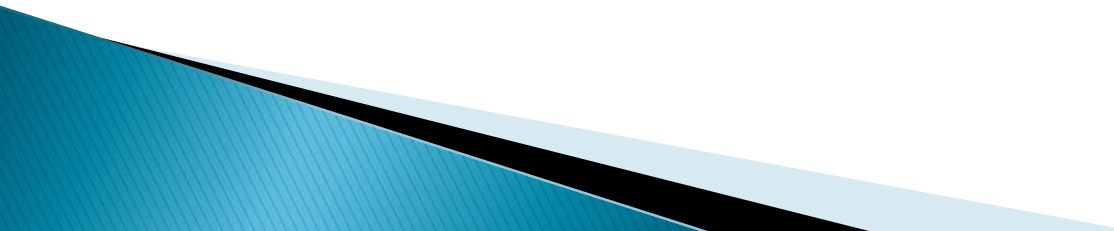
Nuovi riferimenti normativi:

- ▶ **Bando su Poli di Innovazione** (POR FESR Abruzzo 2007-2013, Attività I.1, "Sostegno alla creazione dei Poli d'Innovazione" - Decisione CE 2006/C/323/01; Decreto M.I.S.E. 27.03.2008, n. 87 -, settembre – ottobre 2010)
- ▶ "**Contratto di Rete**".

5. Approfondimenti settoriali: le divisioni

5.1 Il settore Agroalimentare

5.1 Il settore Agroalimentare

- ***Consistenza e trend internazionali, europei, nazionali, regionali***
 - ***Divisioni***
 - ***Imprese Leader***
 - ***Indicazioni strategiche***
- 

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend internazionali

Le esportazioni mondiali di prodotti agroalimentari sono piuttosto concentrate con **i primi 10 paesi che nel 2010 detenevano una quota di mercato in valore di oltre il 50%**. Leader di mercato sono gli Stati Uniti con un export agroalimentare pari a oltre il 10% del totale. **L'Italia risulta decima con una incidenza del 3,3%.**

Dal 2000 al 2010 la quota di mercato dell'Italia risulta in contrazione, così come quella di Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Canada, Spagna e Belgio. **Lo scenario internazionale è, in effetti, profondamente mutato per l'affacciarsi sui mercati internazionali non solo di nuovi consumatori (Cina fra tutti) ma anche di nuovi importanti paesi produttori** il cui ruolo si è rafforzato, a scapito delle quote di mercato dei tradizionali paesi esportatori.

Rispetto all'inizio del decennio alcuni paesi hanno aumentato la loro specializzazione nel settore agroalimentare e conseguito un corrispondente incremento della quota di mercato. È il caso ad esempio del **Brasile** che ha registrato un incremento della quota di mercato di quasi 2 punti percentuali tra il 2000-2002 ed il 2008-2010 e un aumento del proprio livello di specializzazione, delineando un rafforzamento della posizione competitiva per i prodotti agroalimentari. Situazione simile, anche se con un incremento più contenuto della quota di mercato, è stata registrata per l'**Argentina**.

L'Italia ha leggermente aumentato il proprio livello di specializzazione (passando da una bassa a una media specializzazione) ma ha perso quote di mercato, così come Stati Uniti, Spagna e Canada.

Negli ultimi dieci anni, **l'Italia perde competitività**, seppure di poco, in quanto diminuisce la quota di mercato nelle esportazioni mondiali agroalimentari

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend internazionali

CLASSIFICAZIONE DEI PRINCIPALI PAESI ESPORTATORI AGROALIMENTARI MONDIALI (IN VALORE) IN BASE ALLA QUOTA DI MERCATO E AL LIVELLO DI SPECIALIZZAZIONE DEL SETTORE			
Quota Mercato Mondiale Agroalimentare	Specializzazione Export Agroalimentare		
	BASSA	MEDIA	ALTA
ALTA	Germania	Stati Uniti Francia	Paesi Bassi Brasile
MEDIA	Cina Regno Unito	Spagna Canada Belgio Italia Tailandia Malesia	Argentina Indonesia
BASSA	Messico Austria Norvegia Federazione Russa Svezia Svizzera Singapore Cina Repubblica Ceca Repubblica di Corea Iran Giappone	Australia India Polonia Turchia Irlanda Ungheria Sud Africa Colombia Portogallo	Danimarca Nuova Zelanda Cile Ucraina Ecuador Perù Grecia

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend internazionali

CLASSIFICAZIONE DEI PRINCIPALI PAESI ESPORTATORI AGROALIMENTARI MONDIALI (IN VALORE) IN BASE ALLA QUOTA DI MERCATO, AL LIVELLO DI SPECIALIZZAZIONE DEL SETTORE E ALL'AUMENTO/DIMINUZIONE DELL'EXPORT

Quota Mercato Mondiale Agroalimentare	Specializzazione Export Agroalimentare	
	IN DIMINUZIONE	AUMENTO
IN AUMENTO	Cina India Cile Turchia Ungheria Sud Africa Ecuador Perù Repubblica Ceca	Germania Brasile Argentina Indonesia Malesia Polonia Nuova Zelanda Austria Ucraina Federazione Russa Svezia Svizzera Portogallo Iran
IN DIMINUZIONE	Paesi bassi Francia Belgio Tailandia Australia Danimarca Singapore Hong Kong Colombia Rep. di Corea	Stati Uniti Spagna Canada Italia Regno Unito Messico Irlanda Norvegia Grecia Giappone

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend internazionali

AGROALIMENTARE: CLASSIFICA PER QUOTE DI MERCATO					
Stati Uniti	10,4%	Canada	3,4%	Polonia	1,6%
Paesi Bassi	7,0%	Belgio ...	3,4%	Cile	1,1%
Germania	6,5%	Italia	3,3%	Turchia	8%
Francia	5,8%	Argentina	3,0%	Ucraina 0,9	0,9%
Brasile	5,6%	Indonesia	2,3%	Norvegia	0,8%
Cina	4,3%	Malesia	2,0%	Federazione Russa	0,7%
Spagna	3,4%	India	1,7%		

Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale

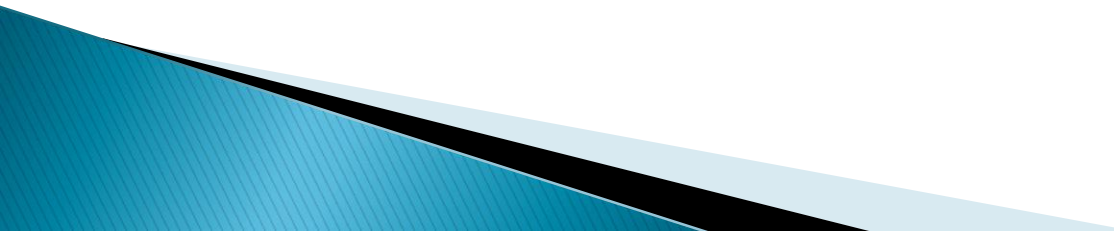
5.1 Il settore Agroalimentare: i trend europei

- ▶ Nonostante la situazione di stagnazione e in alcuni casi di recessione di molti paesi le esportazioni di prodotti agroalimentari continuano ad aumentare facendo fronte al calo dei consumi interni. Le **esportazioni agroalimentari dell'UE** verso i paesi terzi nel **2011** hanno superato i 100 miliardi di euro e hanno registrato un incremento del 16,5% rispetto all'anno precedente (+15,9% per i prodotti agricoli e +16,6% per quelli trasformati).
- ▶ I paesi comunitari principali esportatori che tra il 2006 e il 2011 hanno visto aumentare di più l'export di prodotti dell'agricoltura e dell'industria alimentare sono stati la **Polonia**, che ha giovato dell'ingresso nell'Unione del 2004, la **Germania**, i **Paesi Bassi**, l'**Italia** e la **Spagna**.
- ▶ Nel 2011, comunque, l'**Italia è tra i paesi il cui export è cresciuto di meno**, con un +8,5% sul 2010, rispetto al +11% di Germania e Spagna e al + 14% della Francia. La recente e tutt'ora in atto crisi dell'eurozona, con la conseguente debolezza dell'Euro nei confronti del dollaro statunitense e delle valute del pacifico, può favorire le **esportazioni verso i paesi terzi**.
- ▶ L'**Italia mostra purtroppo una bassa propensione all'export sia dell'agricoltura, sia dell'industria alimentare**: l'incidenza delle esportazioni sulla produzione agricola e sul fatturato dell'industria alimentare è inferiore alla media comunitaria e ai principali paesi competitor (Spagna, Francia e Germania).
- ▶ Nel 2011 l'**Italia** ha registrato oltre **30 miliardi di euro di esportazioni agroalimentari**, a fronte di oltre **40 miliardi di euro di importazioni**, con un **disavanzo di oltre 10 miliardi di euro**.
- ▶ L'export italiano di prodotti agroalimentari è aumentato dell'8,5% nel 2011 e del 12,8% nel 2010, trainato soprattutto dalle esportazioni extra UE che negli ultimi anni, ad eccezione del 2009 quando hanno registrato una riduzione, sono aumentate ad un tasso maggiore di quelle comunitarie.

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend europei

AGROALIMENTARE: CLASSIFICA DEI PAESI EUROPEI PER VALORE AGGIUNTO					
1^	Germania	8^	Irlanda	15^	Finlandia
2^	Francia	9^	Romania	16^	Ungheria
3^	Italia	10^	Austria	17^	Slovacchia
4^	Spagna	11^	Danimarca	18^	Lituania
5^	Paesi Bassi	12^	Svezia	19^	Slovenia
6^	Polonia	13^	Repubblica Ceca	20^	Cipro
7^	Grecia	14^	Portogallo	21^	Estonia
Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale					

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend nazionali

- ▶ Secondo Federalimentare il fatturato dell'industria alimentare nel corso del 2011 si è attestato a 127 miliardi di euro con **un incremento del 2,4% sull'anno precedente**.
 - ▶ L'andamento della produzione del settore specifico mostra un **trend positivo** che nel periodo 2000-2008 ha portato da 91,5 a 101,8 il suo valore; un lento ma costante incremento dunque seguito da una fase di oscillazione: una flessione nel 2009, pienamente recuperata nel 2010 e di nuovo una diminuzione di un punto e mezzo nel 2011.
 - ▶ Il **livello di occupazione** totale del sistema industriale nazionale manifesta un discreto recupero pari all'1,9%.
- 

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend nazionali

Nel **2011**, la contrazione della domanda interna nonostante la tenuta di quella estera ha determinato un **calo dell'attività produttiva delle industrie alimentari, delle bevande e del tabacco** all'interno di un settore manifatturiero praticamente fermo.

Il dato statistico è confermato dall' **indagine Ismea sul clima di fiducia dell'industria alimentare**: il confronto con il corrispondente dato medio del 2010 fa emergere un **peggioramento della fiducia degli operatori dell'industria alimentare italiana**, con un indice che, pur rimanendo positivo, si porta su valori prossimi allo zero.

La debolezza dell'industria alimentare italiana si è inserita in un **quadro europeo** che, invece, ha visto crescere la produzione nel 2011 (Germania, Francia, Regno Unito) all'interno di un settore manifatturiero che ha evidenziato un incremento addirittura più marcato (+4,7%).

Sul lungo periodo la produzione dell'industria alimentare italiana ha tuttavia mostrato una **dinamica positiva**, con un tasso di crescita medio annuo dal 2001 al 2011 dello 0,7%, rispetto al -1,8% segnato in parallelo dell'intero settore manifatturiero.

Anche l'**export alimentare** ha registrato un andamento interessante (+5,6% in valore in media ogni anno), crescendo di più rispetto alle esportazioni agricole (+3,5%) e soprattutto rispetto all'export totale del paese (+2,9%). Nel 2011 ha rappresentato circa il 18% del fatturato, secondo Eurostat, un dato in crescita ma sensibilmente inferiore alla media comunitaria (25%) e ai principali paesi competitor, come Francia (20%) e Germania (24%). Ancora **scarsa è la presenza italiana nei paesi emergenti**, sebbene l'export sia cresciuto soprattutto in **Cina e Russia**.

E' una quota modesta che evidenzia la stretta dipendenza dell'industria alimentare italiana dalla dinamica della **domanda interna, debole ormai da molti anni**.

Accanto a questo handicap sul fronte esportativo, va anche segnalato un **calo della produttività** del settore (-0,9% in media ogni anno dal 2001 al 2011), che ha determinato un **calo del valore aggiunto** a valori concatenati (-0,5%), nonostante una lieve crescita dell'occupazione (+0,4%).

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend nazionali

Osservando gli indici della produzione industriale disaggregati per tipologia di prodotto oltre che di comparto dell'industria alimentare possiamo notare come si siano riconfermati gli evidenti spostamenti a favore di prodotti di base e a scapito di prodotti a più alto contenuto di servizio e di valore aggiunto:

► Il comparto "**Conserven Vegetali**" si è mantenuto grazie alla componente "**Ortaggi e frutta**" a fronte dell'ulteriore considerevole calo della componente "**Succhi**";

► nel comparto "**Lattiero Caseario**" una leggera contrazione dell'attività della componente strettamente legata alla "**Trasformazione e Conservazione del latte**" a fronte di una ulteriore forte contrazione del comparto "**Gelati**";

► Anche i "**Prodotti da forno e farinacei**" subiscono una battuta d'arresto mentre lieve è la contrazione della voce relativa alla "**Pasta**";

► al contrario il comparto delle "**Acque e bibite**" mostra un notevole rilancio e quello del "**Vino**" si riconferma in crescita;

► si contrae leggermente - poco rilevante rispetto all'incremento realizzato l'anno precedente - l'indice relativo a "**Oli e grassi vegetali**" e si è contratta quella relativa ai "**Piatti pronti**";

► L'indice relativo alle attività di **produzione saccarifera** mostra una contrazione di circa 29 punti percentuali.

Tutti andamenti suddetti rispondono al nuovo atteggiamento d'attenzione al risparmio da parte del consumatore e alla riscoperta dell'attività di preparazione casalinga dei piatti.

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend regionali

Andamento della produzione e del fatturato					
Produzione		Fatturato		Fatturato estero	
Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
7,3	1,2	9,4	- 0,7	9,8	7,1
Andamento degli ordinativi e dell'occupazione					
Ordini interni		Ordini esteri		Occupazione	
Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
0,1	- 3,6	9,5	5,8	3,5	2,7
Previsioni a sei mesi dei principali indicatori congiunturali					
Produtz.	Fatturato	Occupaz.	Ordinativi Interni	Ordinativi Esteri	
- 7,7	2,4	- 2,6	- 13,7	16,9	
Fonte: CRESA elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese", Secondo Trim. 2012, n 2.					

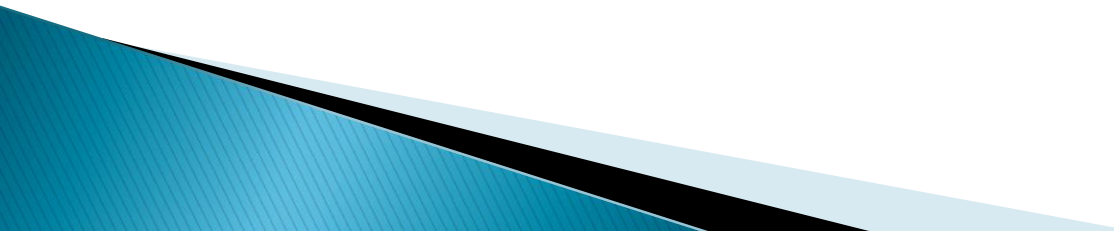
QUADRO di SINTESI

- Aumento della **produzione** e del **fatturato** soprattutto quello estero;
- E' l'unico settore in cui aumenta l'**occupazione**;

5.1 Il settore Agroalimentare: i trend regionali

- ▶ Il settore è l'unico che registra su base trimestrale **tutte variazioni positive**, con aumenti della produzione dell'ordine del 7% e del fatturato, dell'export e degli ordini esteri superiori al 9%.
- ▶ L'andamento tendenziale riporta valori lievemente negativi per quanto riguarda i livelli di produzione, fatturato e ordini interni, positivi sul fronte dei mercati internazionali relativamente alle vendite estere ed al portafoglio commesse.
- ▶ Anche sotto il **profilo occupazionale** il settore fa registrare valori positivi.
- ▶ A differenza del trimestre precedente le **previsioni** non sono totalmente ottimistiche; si mantengono alte le aspettative di crescita degli ordini esteri mentre crollano quelle relative agli ordini interni.

FONTE: elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese" Secondo Trim. 2012, n 2. CRESA



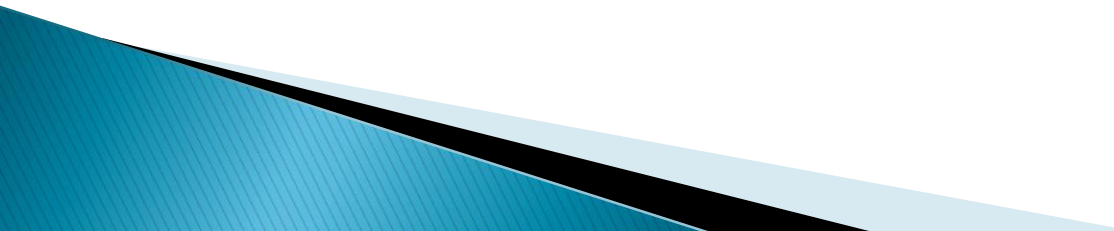
5.1 Il settore Agroalimentare: i trend regionali

Risultati positivi e trend confermato per le esportazioni dell'agroalimentare abruzzese un +17%; risultati che anche nel secondo trimestre 2012 hanno fatto registrare dati estremamente incoraggianti.

Nonostante le indubbie e oggettive difficoltà che tutti i settori stanno attraversando a livello globale e locale **l'agroalimentare abruzzese manda ancora segnali più che positivi** dimostrando di poter ricoprire il ruolo di traino per l'economia regionale.

In un momento difficile caratterizzato dalla conclamata congiuntura negativa, mondiale e nazionale, sono ancora e incoraggianti le notizie che arrivano dalle esportazioni dei prodotti agricoli regionali che nel complesso hanno fatto registrare un **incremento** del 17% (dai 27 milioni del primo semestre 2011 agli oltre 32 milioni del 2012), al quale bisogna aggiungere il +2,4% alla voce prodotti alimentari e bevande».

L'agroalimentare si conferma, quindi, per l'Abruzzo, un **comparto fondamentale in ottica futura**.



5.1 Il settore Agroalimentare: i trend regionali

- ▶ i **cereali**, hanno registrato un importante +21% rispetto al primo semestre 2011,
- ▶ gli interscambi della **pasta** sono cresciuti dell'8%;
- ▶ tiene bene sul mercato internazionale anche il **vino** che con un ulteriore lieve incremento prosegue la marcia di avvicinamento al raggiungimento dell'ambizioso obiettivo di superare i 100 milioni alla fine del 2012;
- ▶ pressoché invariate le esportazioni di **olio** che già negli anni precedenti avevano fatto registrare sostanziosi incrementi;
- ▶ segno positivo anche per gli altri prodotti alimentari (+12%) e quelli delle industrie **lattiero-casearie**;
- ▶ in primo piano dell'export figurano i prodotti da **forno e farinacei** con un incremento del 17,48 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente per un totale di oltre 34 milioni di euro;
- ▶ per quanto riguarda la **carne lavorata e conservata**, nel primo trimestre 2012 l'Abruzzo ha fatto registrare un incremento del 9,8 per cento e un importo complessivo di 22.260.874;
- ▶ la voce **frutta e verdura** si attesta ad un totale di oltre 9 milioni con +9 per cento rispetto al 2011.

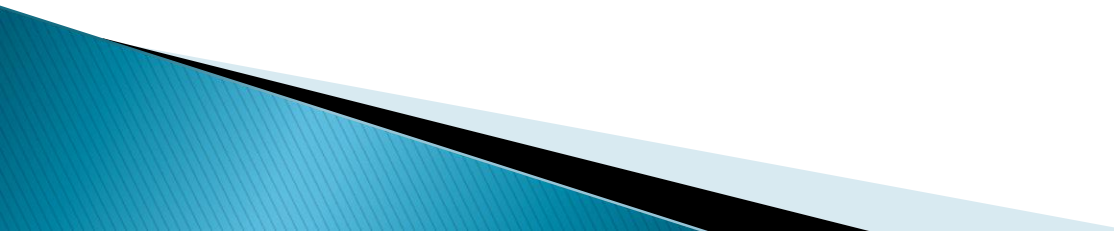
5.1 Il settore Agroalimentare: i trend regionali

- ▶ Nell'ambito di un andamento generalmente critico della realtà produttiva regionale e nazionale, il sistema agroalimentare abruzzese ha mostrato e continua a mostrare una **buona capacità di tenuta**, attestata dall'andamento positivo dei diversi indicatori;
- ▶ L'agroalimentare abruzzese fa leva sulla qualità e della forte identità territoriale dei prodotti regionali e si caratterizza per «**un mix virtuoso di piccole aziende artigiane e industrie alimentari di eccellenza**»;
- ▶ «**L'Abruzzo piace all'estero**», «e lo dimostrano i dati dell'export .
- ▶ L'agroalimentare si conferma quindi un comparto fondamentale in ottica futura sul quale occorre continuare a puntare con insistenza in modo che possa ricoprire un ruolo da traino per gli altri settori.

5.1 Il settore Agroalimentare in Val Vibrata: i trend

L'area vanta una buona tradizione nell'agricoltura, grazie alla particolarità del clima.

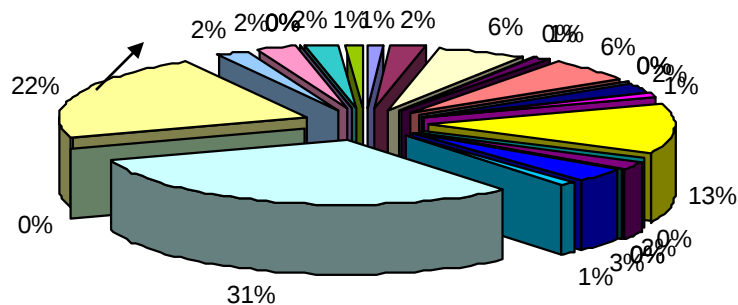
Il sistema colturale si incentra, in particolar modo, sulla coltivazione della vite e relativa produzione di **vini** (vedi Controguerra, Torano N., Colonnella, dove sono presenti importanti cantine vinicole), dell'**olio** di oliva, oltre che **ortaggi** e **coltivazione di frumento**. Il comprensorio si caratterizza per un buon numero di imprese dei comparti **Alimentare e Bevande**, in totale 92, le quali costituiscono circa il 21% del totale delle imprese della Provincia. Riguardo la dimensione aziendale, nel manifatturiero alimentare dominano le micro e le piccole. Delle 87 imprese alimentari (escluso il comparto delle bevande) 16, ossia il 17%, hanno più di 10 dipendenti. Va anche detto che l'area in esame si contraddistingue per una **significativa integrazione fra le filiere agro-alimentari, compresa quella ittica, ed alimentari** presenti oltre che per produzioni tipiche soprattutto in aree a forte vocazione turistica ed ambientale.



5.1 Il settore Agroalimentare in Val Vibrata: le Divisioni

Graf. 1 Industrie Alimentari

Produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili

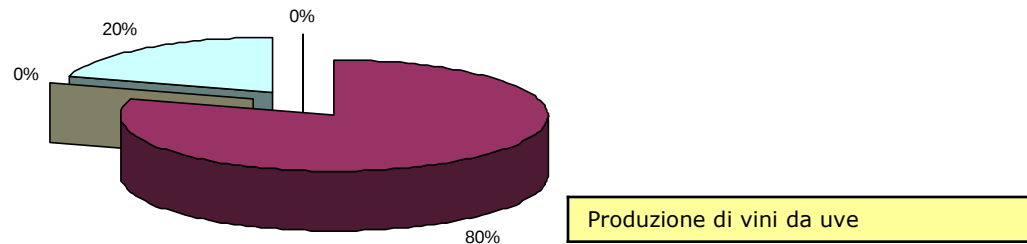


Produzione di pane; prodotti di pasticceria freschi

Il sottosettore maggiormente presente è la «*Produzione di pane, prodotti di pasticceria freschi*» (31%), seguito della «*Produzione di paste alimentari, di cuscus e prodotti farinacei e prodotti farinacei simili*» (21,8%), pesi molto simili a quelli provinciali. Per le restanti divisioni sono presenti poche aziende, distribuite tra la maggior parte di esse.

5.1 Il settore Agroalimentare in Val Vibrata: le Divisioni

Graf. 2 Industria delle Bevande



Per quanto riguarda l'industria delle **bevande**, la concentrazione è massima nella produzione di vini da tavola

Un segnale di debolezza strutturale dei comparti **alimentare** e **bevande**, è rappresentato dal **tasso di inattività**, che è più elevato rispetto al settore primario, anche se inferiore sia alla media provinciale e regionale di tutto il settore manifatturiero sia alla media nazionale, salvo la provincia dell'Aquila per la divisione Alimentare e quella di Teramo per le Bevande (Tasso di inattività del 18,18%, rispetto al 9,55% della media regionale e al 18,28% italiana).

5.1 Il settore Agroalimentare in Val Vibrata: le imprese leader

Nominativo	C.D.	C.F
SAL.PI. UNO SRL	1	5
FREEZING CENTER FISH SRL	1	4
SALUMIFICIO FRATELLI COSTANTINI	1	3

5.1 Il settore Agroalimentare: indicazioni strategiche

In occasione degli incontri con gli stakeholders della Val Vibrata (Focus Group, marzo 2012), è emerso che è necessario **qualificare il personale**, agire sulla **qualità degli alimenti**, in termini di sicurezza alimentare, e favorire la cooperazione tra le aziende del comparto.

Il problema della **qualità degli alimenti** è molto sentito e la sua risoluzione permetterebbe a molte aziende di entrare nella grande distribuzione. Ma la soluzione non dovrebbe essere limitata ad una singola azienda ma **estesa a tutto il comparto**.

La commercializzazione dei prodotti è una difficoltà evidente che sconta l'assenza di servizi innovativi che potrebbero favorirla. nell'ambito del settore notevole importanza possono assumere i DAQ «Distretti Agroalimentare di Qualità».

5.1 Il settore Agroalimentare: indicazioni strategiche

► Il settore ha un **trend sicuramente positivo**. L'area si va ulteriormente specializzando e ciò potrebbe favorire ulteriori incrementi dell'occupazione. Le prospettive di sviluppo, che sono elevate, sono legate al rafforzamento delle filiere più rappresentative e ad una focalizzazione sull'**innovazione** e la **diversificazione produttiva**.

► L'area si caratterizza per la presenza di **produzioni agroalimentari di notevole qualità**, che spesso non riescono a trovare adeguata commercializzazione per l'estrema frammentazione della produzione che causa difficoltà sia nel penetrare i mercati, adatti a recepire il valore dei prodotti, sia nell'impostare piani di marketing ad ampio respiro. Le imprese agroalimentari presentano analoghe problematiche in termini di organizzazione produttiva e nei processi di internazionalizzazione e sviluppo dei mercati.

► L'agroalimentare necessita di innovazioni in grado di favorire l'incremento del valore aggiunto dei prodotti e la competitività con i mercati comunitari ed extra-comunitari attraverso l'applicazione delle nuove tecnologie di e-business, e-commerce e, più in generale, delle **tecnologie ICT** che potrebbero giovare a tutte le funzioni aziendali strategiche (produzione, logistica, vendita).

► La **mancata integrazione verticale della filiera** e il **carente sostegno da parte di un terziario qualificato** non hanno consentito di superare i vincoli imposti dalle dimensioni aziendali ed hanno così contribuito a far aumentare il **ritardo nei processi di innovazione**. Anche le dinamiche collaborative tra aziende e centri di ricerca sono piuttosto limitate, soprattutto per le micro e piccole imprese. Solo le aziende più grandi sono in grado di attivare rapporti particolarmente proficui con l'Università e le altre imprese, clienti per la ricerca di soluzioni innovative di prodotto e di processo.

5.1 Il settore Agroalimentare: indicazioni strategiche

Bisogna perseverare nell'obiettivo di attrezzare sempre meglio il sistema agro-alimentare alla competizione nazionale e mondiale, puntando:

- all'innovazione di processo e di prodotto (*rinnovo ed ampliamento di prodotti o servizi, nuovi metodi di produzione, fornitura e distribuzione, nuovi cambiamenti nella gestione, organizzazione del lavoro, condizioni e abilità della forza lavoro*). Un processo, dunque, che non circoscrive il proprio campo di interesse alle sole tecnologie di processo e di prodotto, ma lo allarga anche ad aspetti organizzativi e gestionali, dalla gestione delle risorse umane, al marketing, alla logistica, assumendo un carattere multidimensionale e dalle numerose sfumature);
- a migliorare le attività di servizio;
- al coordinamento della promozione sui vari mercati.

Rimane fondamentale l'**impegno delle istituzioni** a supporto

- ▶ delle iniziative delle imprese dei vari comparti della filiera agro-alimentare;
- ▶ della promozione di iniziative per valorizzare con un approccio integrato il settore;
- ▶ dell'offerta turistica collegata all'agroalimentare (agriturismi);
- ▶ dei prodotti tipici e di qualità e più in generale delle eccellenze agroalimentari;
- ▶ della cooperazione sui temi della sicurezza alimentare, della ricerca e dell'innovazione nella filiera agro-alimentare.

5.1 Il settore Agroalimentare: obiettivi target

- ▶ **tutela delle produzioni**;
- ▶ ricerca per l'**innovazione**;
- ▶ **certificazione di qualità e sicurezza** nel sistema agroindustriale;
- ▶ attivazione di **marchi** al fine di caratterizzare i prodotti abruzzesi di qualità (è stato costituito recentemente il «*Marchio Abruzzo*»);
- ▶ attivazione di un'intensa attività di **promozione** (anche attraverso l'utilizzazione della Misura 1.3.3 del PSR) con la finalità obiettivo di diffondere il consumo dei prodotti regionali e ampliare gli sbocchi di mercato»;
- ▶ Razionalizzazione della «**logistica**»;
- ▶ focalizzazione sui **mercati emergenti: asiatici, Russia, Polonia**, i quali continuano a lanciare forti segnali di apprezzamento per le produzioni agroalimentari «**made in Abruzzo**».

5.1 Il settore Agroalimentare: il Polo d'Innovazione «Agire»

- ▶ Il Polo d'innovazione "**Agire**" costituito con la pubblicazione del bando regionale POR FESR 2007-2013 al fine di incrementare lo sviluppo concorrenziale del complesso agroalimentare abruzzese costituisce un chiaro segnale di innovazione e rinnovamento del settore. L'obiettivo principale è l'implementazione di sistemi per accrescere le occasioni di sviluppo del settore agroalimentare in Abruzzo, che possa estendersi anche e soprattutto oltre ai confini regionali: innovazione, ricerca, internazionalizzazione e servizi alle imprese il bacino d'intervento di questa nuova organizzazione. Molte tra le più importanti aziende del settore agroalimentare sono state protagoniste di questo ambizioso progetto.
- ▶ La presenza nell'area teramana del Polo di Innovazione Agroalimentare è sicuramente un fattore su cui far leva per migliorare la competitività delle imprese agroalimentari presenti nella provincia e nella area vibratiana.
- ▶ **AGIRE** (acronimo di **AGroalimentare Industria Ricerca Ecosostenibilità**), conta già 80 imprese, una grande opportunità per il settore che è la colonna portante della regione Abruzzo.

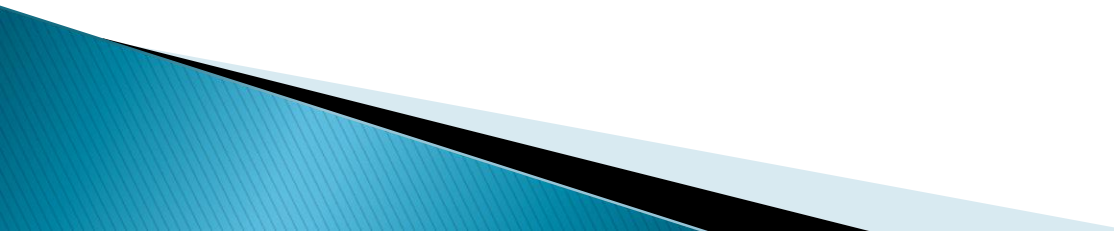
I **Progetti del Polo** sono:

- Sviluppo competitivo nazionale ed internazionale
- Innovazione di processo, organizzativa e commerciale
- Nuove varietà di grano per l'Abruzzo
- Packaging
- RISCA- Ricerca Industriale per la Stabilità di Coloranti e Aromi -

Al fianco del Polo l'**Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Abruzzo e del Molise "G. Caporale"**, le **Facoltà di Agraria e Veterinaria** possono avere un importante ruolo per l'innovazione del settore.

5.2 Il settore Tessile-Abbigliamento e Cuoio e pelle

5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento, Pelle e Cuoio

- *Consistenza e trend dei settori a livello nazionale e regionale*
 - *Sottosettori*
 - *Imprese Leader*
 - *Indicazioni strategiche*
- 

5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: i trend internazionali

TESSILE			ABBIGLIAMENTO		
Paesi	2001	2010	Paesi	2001	2010
Cina	10,3	31,1	Cina	21,2	39,7
Germania	7,8	7,9	Italia	7,1	5,6
Italia	7,3	5,1	Germania	3,7	5,1
Stati Uniti	6,1	4,7	Bangladesh	2,4	3,9
Corea del Sud	6,4	4,1	Turchia	3,3	3,6
India	2,8	3,7	India	2,5	3,0
Turchia	2,4	3,6	Vietnam	0,8	2,9
Taiwan	5,7	3,3	Francia	2,7	2,8
Hong Kong	5,6	3,3	Olanda	1,9	2,3
Pakistan	2,5	2,7	Belgio	2,1	2,2
TOTALE PAESI PRINCIPALI ESPORTATORI	56,8	69,3	TOTALE PAESI PRINCIPALI ESPORTATORI	47,6	71,1
Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale					

5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: i trend nazionali

Nel 2010 **l'avanzo con l'estero è di nuovo diminuito.**

Nel 2011 le esportazioni hanno fatto registrare un parziale recupero (+ 15%), mentre le importazioni sono cresciute di quasi il doppio (+ 29%).

La **Cina** consolida il proprio primato tra i nostri fornitori, seguita a distanza da **Germania** e **Turchia**, ma aumenta l'importanza della Romania, dei paesi dell'Asia (India nei filati; Pakistan nei tessuti) e di quelli africani (Egitto su tutti), in particolare nei filati.

I **filati** hanno realizzato una crescita più sostenuta (+ 23%), grazie, in particolare, ai risultati ottenuti in alcuni dei nuovi paesi «trasformatori» (Romania, Polonia, Turchia, Tunisia).

Per i **tessuti** le esportazioni hanno avuto gli incrementi maggiori in mercati, come Romania, Cina, Turchia, dove sempre più si concentra la loro lavorazione (anche da parte di imprese italiane produttrici di abbigliamento).

(Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale)

5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: i trend nazionali

Nel settore abbigliamento la contrazione negli anni 2000 è stata ancora più pronunciata di quella del tessile a causa dell'aumento delle importazioni, accompagnata da una scarsa vivacità nella crescita delle importazioni. In questi ultimi anni i **valori unitari** delle esportazioni di abbigliamento sono saliti notevolmente, più che in quasi tutti gli altri settori produttivi, compensando in qualche misura la riduzione della **quantità** e denotando quindi una sempre **maggiore concentrazione nei segmenti di prodotto qualitativamente migliori**.

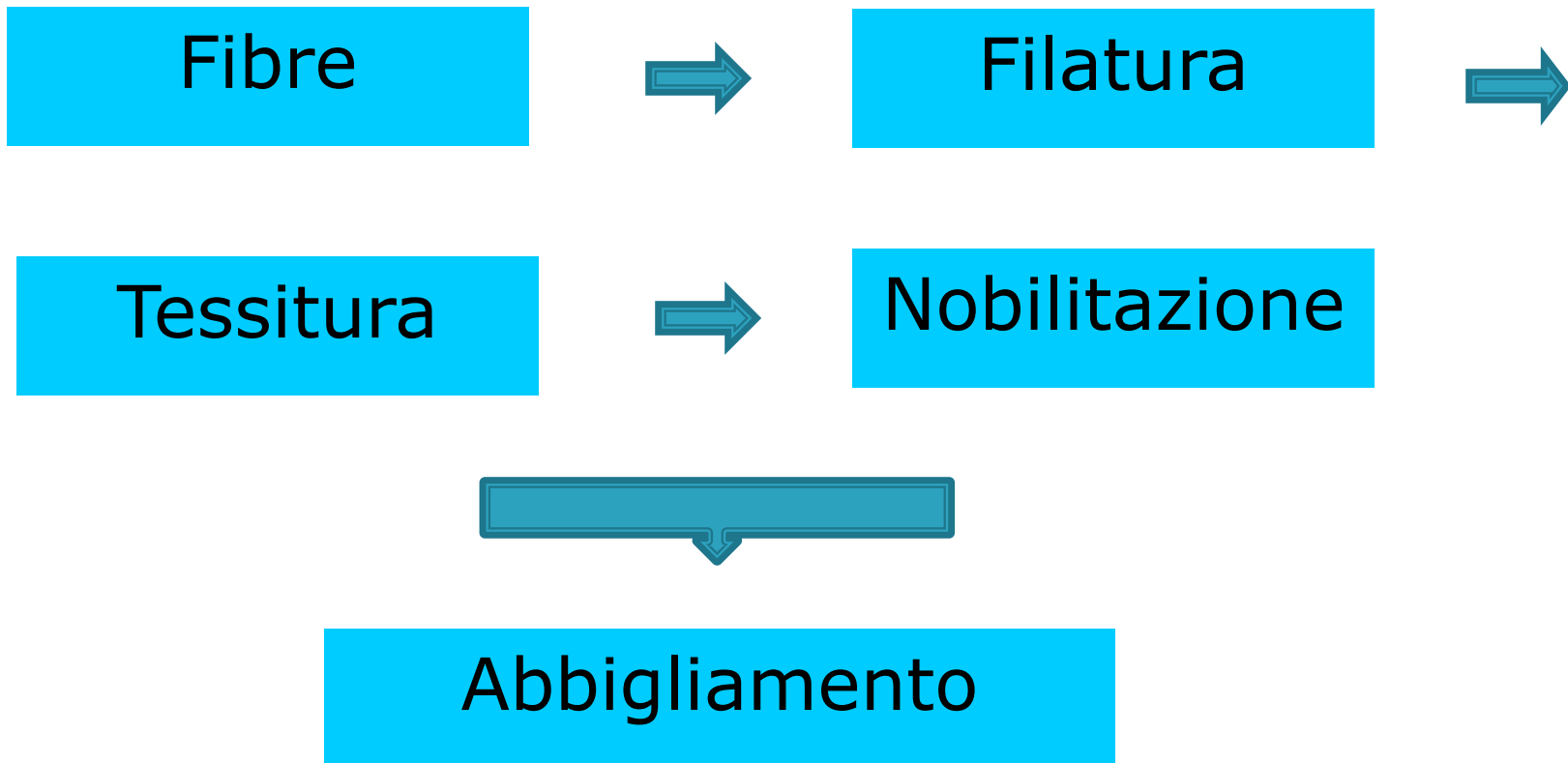
La **Cina** consolida il proprio primato tra i nostri fornitori, coprendo il 30%, seguono molto distanziate Francia, Romania e Tunisia che recentemente hanno perso rilevanza tra i nostri fornitori a vantaggio non solo della Cina ma anche di altri paesi tra cui il Bangladesh (camicerie e biancheria intima).

Nel biennio 2008-2010 le **esportazioni** hanno evidenziato una buona tenuta nei grandi paesi europei (Francia, Germania, Regno Unito) mentre calano in mercati altrettanto importanti (Spagna, Olanda, Svizzera, Stati Uniti, Russia, Giappone); la Cina dove sono aumentate resta ancora una destinazione abbastanza secondaria.

Nel **2011 le esportazioni sono aumentate** (+11%), con valori superiori alla media per Russia, Stati Uniti, Asia orientale.

(Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale)

5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: le filiere



5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: i trend regionali

Esportazioni abruzzesi							
Variazioni % Annuali				Quota % sulle esportazioni italiane			
2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
+ 8,4	- 7,1	- 28,8	- 5,1	+ 3,3	+3,0	+2,6	+2,3

La crisi del 2009 ha colpito duramente l'economia abruzzese causando un **tracollo di quasi un terzo nel valore dei beni esportati** in tutti i settori. Nel 2010 c'è stata una buona ripresa. Segnali contrastanti provengono, invece, dalla **filiera del tessile abbigliamento** localizzata sia nei distretti del teramano che in quelli del chietino. Se, infatti, da un lato, i prodotti tessile, dopo un triennio di continue riduzioni, hanno ottenuto **un incremento dell'11,5% nel fatturato estero**, dall'altro, le esportazioni di capi d'abbigliamento sembrano permanere in una situazione di crisi, avendo subito nuovamente nel 2010, una variazione di segno negativo, nonostante i risultati positivi realizzati in alcuni mercati, in particolare Francia, Belgio e Cina.

Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale

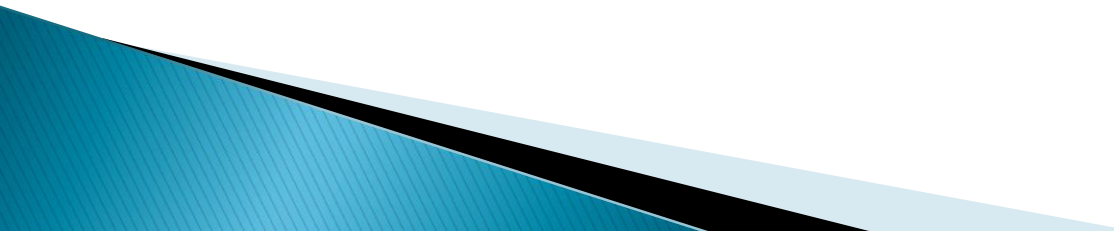
5.2 Il settore Calzature e prodotti in pelle: trend nazionali

Nel 2011, il **saldo attivo della filiera** cuoio-pelletteria-calzature, che già nel 2010 era migliorato compensando in parte la contrazione dell'anno precedente, è salito da 5,5 a 6,7 miliardi di euro, il livello più elevato dal 2002.

Per la prima volta da molti anni, le esportazioni del settore sono risultate più toniche delle importazioni (+16,4 contro +12,8 per cento), grazie alle calzature e soprattutto al comparto pelletteria e articoli da viaggio.

Va rilevato il fatto che nell'ultimo biennio, ad un forte aumento dei valori unitari delle esportazioni si è accompagnato un netto recupero delle corrispondenti quantità, **possibile segno di un'estensione del successo all'estero dei prodotti qualitativamente migliori** (i valori unitari delle importazioni appaiono ancora più dinamici, sospinti dall'impennata del prezzo internazionale del cuoio).

(Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale)



5.2 Il settore Calzature e prodotti in pelle: trend nazionali

Come per l'abbigliamento, nel 2011 gli acquisti dalla **Cina** (che comunque mantiene largamente il primato tra i nostri fornitori) hanno subito una sensibile decelerazione, rimanendo stazionari nella *pelletteria e articoli da viaggio* (+1 per cento) e crescendo poco (+3,6 per cento) nelle *calzature*.

In queste ultime, la **Romania** consolida la sua seconda posizione, la stessa che ha da tempo tra i nostri mercati di esportazione di *cuoio*; considerando il notevole aumento degli acquisti di semilavorati (*parti di calzature*) verificatosi negli ultimi anni dalla medesima Romania ma anche da Albania e Bulgaria, si va evidentemente **accentuando la tendenza di alcuni produttori italiani di calzature a delocalizzare fasi del processo lavorativo in paesi dell'Europa orientale**.

Nel 2011, le esportazioni di *pelletteria e articoli da viaggio* (+31,6 per cento) hanno continuato a manifestare un andamento migliore sia degli altri beni tradizionali di consumo.

La porzione di mercato mondiale detenuta dall'Italia nella *pelletteria e articoli da viaggio* è salita dal 9,7 al 10,3 per cento, recuperando parte della perdita subita nel precedente triennio; nel comparto, Italia e Francia risultano affiancate molto al di sotto della Cina, la cui quota nel 2011 ha interrotto la sua crescita dopo aver superato il 50 per cento.

(Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale)

5.2 Il settore Calzature e cuoio: Quote di mercato

N.	Paesi	2002	2011
1^	Cina	29,2	38,8
2^	Italia	14,9	11,5
3^	Francia	3,8	4,7
4^	Vietnam	3,5	4,5
5^	Germania	3,6	4,0
6^	Belgio	3,0	2,9
7^	Hong Kong	3,1	2,7
8^	Paesi bassi	2,2	2,6
9^	India	2,1	2,4
10^	Spagna	3,4	2,3
	TOTALE PAESI PRINCIPALI ESPORTATORI	68,8	76,4
Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale			

5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento e calzature: i trend regionali

QUADRO di SINTESI

Andamento della produzione e del fatturato					
Produzione		Fatturato		Fatturato estero	
Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
2,0	- 5,9	- 2,5	- 3,8	- 2,2	- 8,6
Andamento degli ordinativi e dell'occupazione					
Ordini interni		Ordini esteri		Occupazione	
Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
0,0	-4,1	- 10,6	- 10,7	- 0,3	- 1,4
Previsioni a sei mesi dei principali indicatori congiunturali					
Produtz.	Fatturato	Occupaz.	Ordinativi Interni	Ordinativi Esteri	
- 35,8	- 32,6	- 29,2	- 43,4	- 19,7	- 35,8
Fonte: elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese" Secondo Trim. 2012, n 2. CRESA					

- **Produzione e Fatturato:**
i valori sono quasi tutti negativi.
- **Ordinativi e Occupazione:**
i valori sono tutti negativi.
- **Previsioni:**
Molte negative.

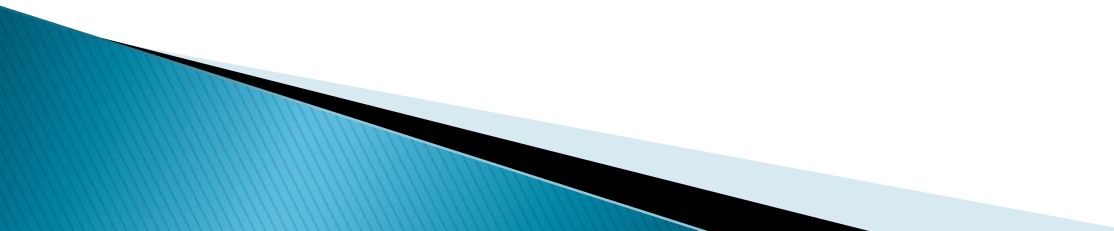
5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: i trend regionali

- ▶ Tra il 1991 ed il 2001 in Abruzzo sono stati persi oltre il 20% degli occupati ed il 16% delle imprese (in Abruzzo 13,4% del manifatturiero in Italia 9,2%). Nella Provincia di Teramo il settore assorbe il 23% degli occupati, a Chieti il 17,6%, a Pescara l'8% e a L'Aquila il 2,9%.
- ▶ Nonostante il calo, **il tessile/abbigliamento mantiene una posizione di primo piano all'interno della composizione industriale abruzzese** e l'incidenza del settore sul valore aggiunto regionale fino al 2007 era dell'8,4% e del 13,5 in termini occupazionali. In Italia 5,4% V.A. e 8,2 occupazione.
- ▶ L'Abruzzo nella graduatoria nazionale si trova al secondo posto dopo la Toscana, come regione specializzata nel tessile-abbigliamento.
- ▶ In questi ultimi anni si assiste ad un aumento del peso della Provincia di Chieti e Pescara ed un ridimensionamento del peso della Provincia di Teramo. Chieti passa dal 20% del 1993 al 55% del 2007 e Teramo dal 60% del 1993 al 22% del 2007. Ciò in quanto nel teramano prevalgono le PMI orientate soprattutto alla subfornitura.

5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: i trend regionali

- ▶ Il settore mostra una contrazione su base annua meno intensa di quella media regionale riguardo a **produzione e fatturato** mentre appaiono più acute le difficoltà sul versante delle **vendite estere**.
- ▶ Solo le **quantità prodotte** sono aumentate rispetto al primo trimestre.
- ▶ L'**occupazione** si è ridotta rispetto al periodo gennaio-marzo 2011 mentre è rimasta sostanzialmente invariata nel confronto con il trimestre precedente.
- ▶ Le **previsioni a 6 mesi** sono di gran lunga peggiori di quelle del sistema manifatturiero regionale nel complesso e sono particolarmente pessimistiche con riferimento al futuro della domanda interna.

Fonte: elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese" Secondo Trim. 2012, n 2. CRESA



5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: il parere degli operatori abruzzesi

- ▶ « la **classe dirigente** non ha saputo leggere i cambiamenti»;
- ▶ « gli imprenditori del settore scontano un **gap culturale nell'aggregarsi**, unica strada per conservare quel tessuto produttivo di Pmi fatto di competenze e tradizioni»;
- ▶ « le aziende sono penalizzate» da «i mille ostacoli e le mille diseconomie generate dalla **burocrazia e dal gap infrastrutturale**»;
- ▶ «Sono appena rientrato da New York -: lì adorano in made in Italy così come in **Cina** o in **Russia**, dove pure opero. Ovunque mi dicono la stessa cosa: dovete farvi conoscere. E invece qui non si fa squadra e si sceglie la strada di un individualismo che è perdente»;
- ▶ « Si deve creare una sorta di compagnia che faccia massa critica e che abbia forza di affrontare il **mercato cinese**»; «d'altronde alla crisi del mercato interno ed europeo per ora non si può porre rimedio, non ci si può far strozzare dalla crisi: bisogna cercare le aree dove c'è "luce", per sopravvivere». E la "luce" si traduce in un Pil che in Cina è cresciuto nel 2011 del 9,2% e in una vendita di beni di consumo raddoppiata negli ultimi 5 anni, pari a 2.303 miliardi di euro, nel 2011».
- ▶ **Polo**: «stiamo cercando di formare una squadra in grado di esportare prodotti di qualità con il marchio di provenienza "**made in Abruzzo**"». E' in via di realizzazione uno «show room che ospiterà le aziende che vorranno esportare in Cina», il quale è «in sostanza è una piattaforma, un palcoscenico dove presentare i nostri prodotti agli imprenditori commerciali cinesi. Lo show room sarà inaugurato a dicembre a Canton: le aziende abruzzesi potranno andare su quel mercato senza costi».

5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: il polo d'Innovazione «Moda Inn»

Il Polo, costituito da 53 aziende, si pone la **mission** di valorizzare la produzione e la lavorazione delle aziende della moda, degli accessori e della pelletteria.

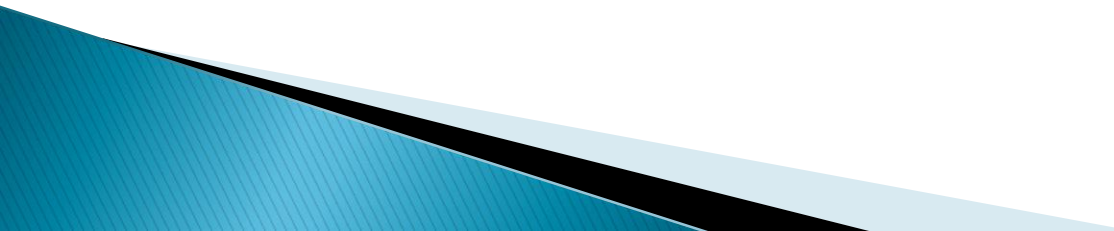
Il Polo di Innovazione Tessile, Abbigliamento, Pelletteria e Calzaturiero, nasce con l'**obiettivo** di:

- ▶ recepire e interpretare le esigenze tecnologiche delle imprese del settore per poter poi indirizzare, su specifici problemi tecnologici rilevanti, le azioni regionali di sostegno alla ricerca e all'innovazione;
- ▶ favorire l'investimento e l'utilizzo in comune di installazioni, attrezzature di laboratorio ed in generale infrastrutture di ricerca, sperimentazione, prova e certificazione;
- ▶ individuare asset innovativi intangibili e conquistare nuovi mercati.

Il polo sta muovendo i primi passi operativi con due **programmi**:

- ▶ *Internazionalizzazione;*
- ▶ *Creatività.*

SEDE del POLO: Via Padre Ugo Frasca snc, 66100 Chieti Scalo



5.2 Il settore Tessile – Abbigliamento: il polo d'Innovazione «Moda Inn»

Altri **obiettivi** del Polo.

- ▶ promuovere la partecipazione e l'organizzazione del Polo all'interno dei distretti industriali abruzzesi e nazionali
- ▶ formare specialisti del settore
- ▶ innalzare la qualità del prodotto
- ▶ rafforzare i legami con il mondo della ricerca e dell'impresa.
- ▶ sviluppare reti commerciali nazionali e internazionali,
- ▶ supportare le politiche di qualità - dell'organizzazione e del trasferimento tecnologico alle imprese del settore
- ▶ incentivare l'insediamento di nuove imprese con investimenti ad alto contenuto tecnologico
- ▶ promuovere l'occupazione femminile
- ▶ favorire il completamento di infrastrutture
- ▶ offrire servizi avanzati alle imprese.

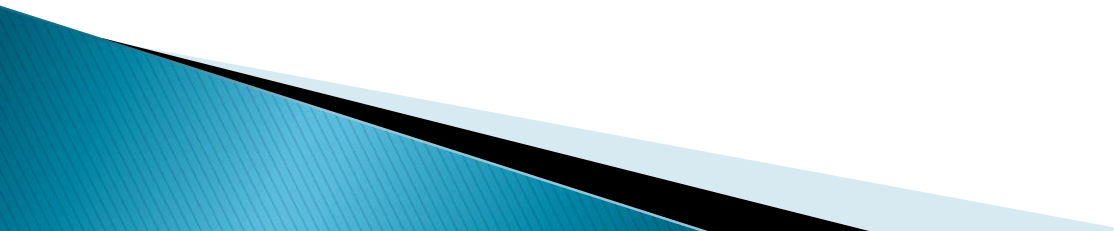
Non ultimo, il **Polo intende favorire**:

- ▶ l'accesso delle piccole e medie imprese appartenenti al Polo alle risorse comunitarie
- ▶ l'accrescimento professionale dei dipendenti delle aziende del settore recependo e interpretando le esigenze formative delle imprese
- ▶ lo sviluppo di nuova imprenditorialità
- ▶ processi di internazionalizzazione
- ▶ l'attrazione di investimenti produttivi sul territorio regionale.

5.2 Val Vibrata: Consistenza e trend dei settori Tessile-Abbigliamento e Cuio-Calzature

Il settore trova la sua maggiore espressione nell'area della Val Vibrata, dove insiste il Distretto Val Vibrata, Tordino, Vomano, che comprende 20 Comuni, 12 dei quali localizzati proprio in Val Vibrata. Il cuore del Distretto è sempre stato il comune di Sant'Egidio per il numero significativo di aziende di abbigliamento presenti.

Una **produzione** che è sempre stata **focalizzata sulle fasi a valle della filiera del tessile-abbigliamento**, in particolare sull'abbigliamento casual, l'intimo, la produzione di camicie e maglieria. Anche il comparto della **pelletteria** si è sempre caratterizzato per la presenza di piccole e microimprese con prodotti parzialmente differenziati, soprattutto per materiali. Un nucleo di imprese più grandi invece è focalizzato sul disegno, modello, taglio e confezionamento, ed esternalizza alle imprese più piccole le fasi di cucitura, incollaggio, ribattitura e rifinitura.



5.2 Val Vibrata: Consistenza e trend dei settori Tessile-Abbigliamento e Cuoio-Calzature

... Nel mercato solo le aziende più strutturate e capaci di resistere alla concorrenza cinese...

...Gli oltre 20.000 dipendenti, le circa 1.000 aziende ed i 11.500 miliardi di lire di un ventennio fa sono solo un miraggio. Adesso le aziende non arrivano ad una cinquantina, i dipendenti stentano a toccare quota 2.000 così come il fatturato non va oltre i 300-400 milioni, solo il 14% all'estero...

... Resistono solo le fabbriche più grandi, che hanno avuto la capacità nel tempo di investire e migliorare, di posizionarsi sul mercato anche con propri marchi e comunque di spingere su una qualità molto alta...

...Gli imprenditori scontano un gap culturale nell'aggregarsi unica strada per conservare quel tessuto produttivo di PMI fatto di competizione e tradizioni...

Andare all'estero, spesso non è conveniente, poiché alcune produzioni ...non possono essere realizzate da controterzisti che non hanno tradizione e formazione...

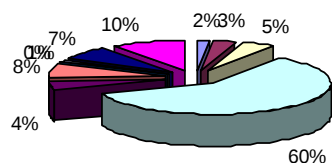
... Nel 2022 si sono contate 3.000 nuove ditte di imprenditori extracomunitari il 10% circa dei quali a matrice cinese e impegnate – equamente– nel commercio e nel sistema-moda...

Fonte: «Il Sole 24 Ore», 23.09.2012: «Il casual abruzzese scivola nel terzismo».

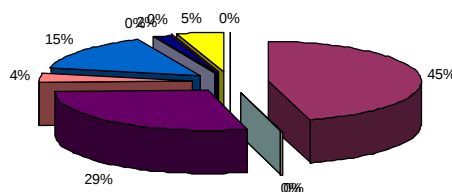
5.2 Val Vibrata: settori Tessile-Abbigliamento e Cuoio-Calzature: le Divisioni

Secondo i dati della CCIA di Teramo relativi al IV trimestre 2011, nel comparto Tessile - abbigliamento, risultavano operanti 482 imprese, di cui solo 26 con più di dieci addetti.

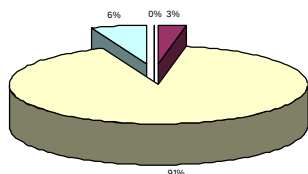
Graf. 3 Industria Tessile



Graf. 4 Industria dell'Abbigliamento



Graf. 5 Industria Pelle e Cuoio



Nel comparto del **tessile**, che concentra circa il 65% delle imprese presenti sul territorio provinciale, il 60% delle imprese si addensa nella divisione "**finissaggio dei tessuti**", un peso percentuale molto vicino a quello provinciale, mentre per l'**abbigliamento** in senso stretto (circa la metà delle imprese del comparto presenti nella provincia), sono le "**confezioni di abbigliamento (escluso abbigliamento in pelliccia), confezioni di altro abbigliamento esterno, insieme a confezione di altri articoli di abbigliamento ed accessori**" a rappresentare la quasi totalità della produzione. Anche in questo caso, il valore molto vicino a quello provinciale.

Per il comparto **pelletteria**, ben il 90% imprese è rappresentato dalla "**fabbricazione di articoli da viaggio, borse e simili, pelletteria e selleria**". Il totale delle realtà produttive in quest'ultimo comparto (340) è pressoché simile a quello delle imprese nel settore abbigliamento (356) ma a livello provinciale si attesta al 76%.

5.2 Val Vibrata: settori Tessile-Abbigliamento e Cuoio-Calzature: le Imprese leader

Le imprese più rappresentative dell'area				
Settori		Imprese		
	Nominativo	CD	CF	Paesi di esportazioni
Abbigliamento	GRAN SASSO SPA	5	6	
	GI.EFFE MODA MONTEFIORE SPA	3	6	PAESI UNIONE EUROPEA, SVIZZERA, CROAZIA, RUSSIA, ARABIA SAUDITA, GIAPPONE, CIPRO, MALTA, MESSICO
	TERNATIONAL SPA	2	4	GERMANIA, AUSTRIA, SPAGNA, FRANCIA, GRAN BRETAGNA, OLANDA, SVIZZERA, RUSSIA, GIAPPONE
Tessile	MARELLI & BERTA DI h. Freudenberg sas	3	4	RUSSIA, TURCHIA, EGITTO, GIORDANIA, ARGENTINA, PERU', CANADA, CINA
Pelli, cuoio, calzature e prodotti similari	FINPROJECT SPA	4	6	GERMANIA, SPAGNA, REGNO UNITO, FRANCIA, USA
	YKK FASTENERS SPA	2	4	FRANCIA, GERMANIA, SPAGNA, TURCHIA
	RIPANI ITALIANA PELLETTERIE SRL	1	3	REGNO UNITO, SPAGNA, RUSSIA, PAESI MEDIO ORIENTE, GIAPPONE

Fonte: CRESA, Annuario Imprese 2009

5.2 Val Vibrata: settori Tessile-Abbigliamento e Cuoio-Calzature: Swot Analysis

Se consideriamo l'area oggetto del presente studio è opportuno mettere a fuoco alcuni **questioni** che da sempre la caratterizzano, quali:

- solo il 20%, delle imprese lavora con un marchio proprio;
- la maggior parte delle imprese del territorio opera con contratti di subfornitura, sia in senso tradizionale che con specializzazione su alcune fasi della manifattura dei prodotti e, in particolare, quelle ad alto valore aggiunto: tintura, stiratura, ricamo e rifiniture;
- le imprese sono in gran parte micro e piccole imprese;
- debolezza di legami orizzontali: non ci sono esempi di cooperazione virtuosa tra le imprese, i governi locali e le strutture di istruzione ricerca;
- assenza di strutture di ricerca di rilievo, pubbliche o private;
- assenza di imprese multinazionali;
- scarsa propensione all'innovazione.

5.2 Val Vibrata: settori Tessile-Abbigliamento e Cuoio-Calzature: Swot Analysis

PUNTI di FORZA		
Produttività	Innovazione	Capacità di fare rete
Il carattere artigianale delle imprese ha favorito l'impiego di una manodopera femminile abituata alle lavorazioni tessili da generazioni: ciò è testimoniato dal fatto che circa il 60% degli occupati nell'industria locale è stato composto da donne.	Le aziende che ancora operano nel polo tessile di Val Vibrata hanno investito in innovazione, marchi e soprattutto qualità delle produzioni. Tanto che restano in larga parte controterziste di numerose griffe mondiali (Valentino, Nero Giardini, Cavalli, Prada, Gucci, Boss, Louis Vuitton, Yves Saint Laurent).	Nel distretto si producono capi d'abbigliamento, intimo, ma anche calzature, borse ed accessori in pelle, borse in stoffe e valigeria. Per ciascun settore esistono realtà di ogni fase di lavorazione, dalla trasformazione delle materie prime al prodotto finito.
ALTA	BUONA	DISCRETA
PUNTI di DEBOLEZZA		
Internazionalizzazione	Dimensione d'Impresa	AntiConcorrenza Sleale
Bassa Propensione all'export: le industrie della Val Vibrata hanno un livello di penetrazione sui mercati esteri modesto, inferiore sia al dato medio regionale che a quello nazionale. In realtà, c'è invece una forte interazione con la fascia industriale delle Marche Meridionali	La dimensione dell'azienda è molto contenuta, poche superano infatti i 50 addetti e molto sono al di sotto dei 10, assumendo un carattere artigianale. Evidente anche la scarsa propensione alle fusioni.	Le aziende del tessile della Val Vibrata subiscono una forte concorrenza in termini di costi e tempi produttivi da parte di molti sistemi economici dei paesi orientali. Da qualche anno si registra una forte presenza in Val Vibrata di aziende a conduzione cinese.
BASSA	SCARSA	INSUFFICIENTE
Fonte: «Il Sole 24 Ore», 23.09.2012		

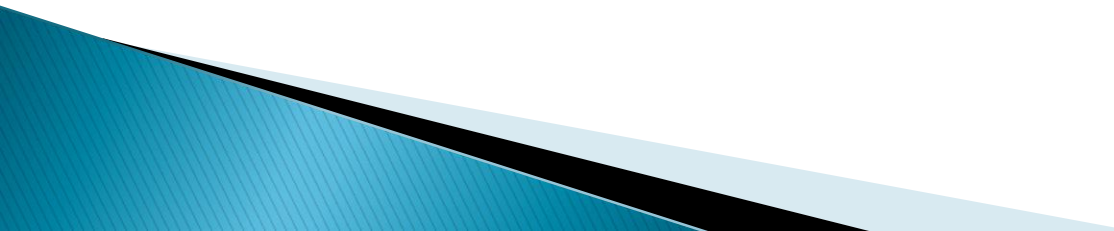
5.2 I settori Tessile – Abbigliamento e Cuoio-Calzature: indicazioni strategiche

- ▶ Occorre attivare quei **processi di internazionalizzazione attiva**, che consentono alle imprese di ridurre i costi del lavoro attraverso la fornitura estera di parti lavorate, per concentrarsi viceversa nelle fasi di alto valore aggiunto. Non bisogna far prevalere la strategia passiva, più difensiva, dove la delocalizzazione riflette soltanto scelte di razionalizzazione dei costi, senza che si prefigurino opportunità di nuovi sbocchi commerciali e di presidio della fase della commercializzazione in modo innovativo ed efficiente. **La scarsa capacità di gestire l'integrazione internazionale nasce proprio da una modesta specializzazione nelle fasi a monte della filiera.**
- ▶ La nuova divisione internazionale del lavoro, ha determinato un **forte processo di selezione delle imprese con la scomparsa delle unità produttive marginali specializzate nelle lavorazioni conto terzi perché spiazzate dalla delocalizzazione delle commesse verso i paesi dell'est.** La combinazione di fattori interni di saturazione con quelli di carattere estero hanno prodotto incertezza e comportamenti statici, ed hanno indebolito il sistema territoriale.
- ▶ C'è una generale tendenza delle regioni manifatturiere, come l'Abruzzo, le Marche, il Veneto, il Piemonte, la Lombardia e la Toscana ad investire sempre più nel **terziario avanzato**, a testimonianza di una fase di intensa **immaterializzazione del processo produttivo** e di una profonda sinergia tra più comparti nell'ottica di una definizione di un modello manifatturiero-terziario inteso come strategia evolutiva delle prospettive delle aree industrializzate. In **Abruzzo il settore è in ritardo** e potrebbe contribuire al processo di innovazione.
- ▶ Si segnalano **processi di ristrutturazione** con risultati evidenti di riposizionamento qualitativo all'interno del settore. Le **imprese più dimensionate** del settore sono riuscite a sopperire alla stagnazione interna di alcune aree europee con apposite strategie di riconfigurazione a favore di mercati più lontani, caratterizzati dalla forte crescita della domanda (Russia, Medio Oriente e Asia).
- ▶ La **moda e le calzature** sono i settori più colpiti dalla **concorrenza cinese** ed in questi settori l'Abruzzo registra forti deficit commerciali con la Cina. Caratteristiche produttive cinesi: basso costo della manodopera, grande capacità imitativa, dumping ambientale e della sicurezza della forza lavoro. Altra sfida è rappresentata da imprenditori cinesi giovani che risiedono in Italia - 78% delle imprese di abbigliamento e 74% delle imprese di pelletteria.

5.2 I settori Tessile – Abbigliamento e Cuoio-Calzature: indicazioni strategiche

- ▶ L'importanza del **decentramento** come parte della strategia di competitività; le imprese più grandi, decentrando alcune fasi della produzione, riescono a non perdere quote significative di mercato.
- ▶ **Un'elevata percentuale del fatturato complessivo è caratterizzata da prodotti diretti alla clientela femminile**, quindi molto legata alla moda. Però, poiché tali prodotti richiedono abilità professionali, le imprese puntano maggiormente a produzioni che invece delocalizzandole, garantiscono economie di costo (di manodopera).
- ▶ Un aspetto evidente ormai da anni è l'estrema parcellizzazione della **imprese di subfornitura**, il cui fatturato dipende esclusivamente dall'andamento delle commesse. Quindi, l'aggregazione migliorerebbe la forza contrattuale delle stesse e l'introduzione di innovazioni di carattere organizzativo-gestionale, aiuterebbe molto il comparto.
- ▶ Anche l'assenza totale sul territorio di **servizi all'innovazione** non favorisce il miglioramento della competitività delle imprese (come è emerso dal Focus Group Tessile-Abbigliamento). L'innovazione rappresenta una leva cruciale, alla quale si aggiunge l'innovazione di processo (acquisto di nuovi macchinari per poter rispondere ad una domanda sempre più diversificata e attenta alla tempistica), oltre che il sostegno alla penetrazione in mercati nuovi, alla commercializzazione del prodotto, all'internazionalizzazione e alla realizzazione di marchi d'area. Indubbiamente il neo costituito **Polo di Innovazione della Moda** apporterà un contributo in tal senso.
- ▶ Il **futuro del comparto** sembra dipendere dalla capacità di inserire la propria straordinaria tradizione e la propria competenza creativa nel quadro di sviluppo dei mercati globali. Ciò significa:
 - valorizzare in modo più deciso il proprio carattere territoriale e aziendale;
 - conoscere profondamente le tendenze internazionali in atto, per enfatizzare quei caratteri locali che si incontrano con le richieste globali.

5.2 I settori Tessile – Abbigliamento e Cuoio-Calzature: indicazioni strategiche: i principali fattori della competitività

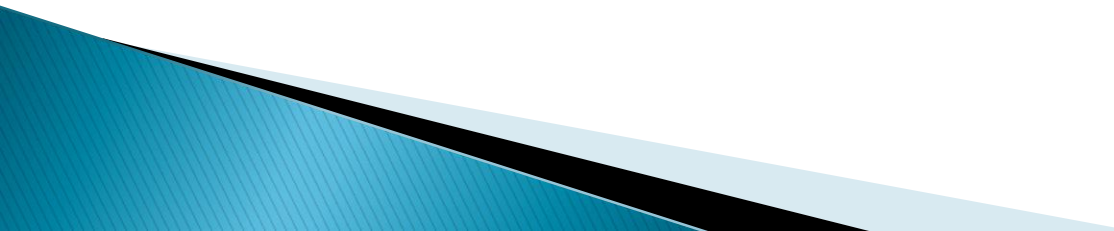
- ▶ Prezzo
 - ▶ Flessibilità
 - ▶ Gamma
 - ▶ Qualità
 - ▶ Rapidità di consegne
 - ▶ Puntualità consegne
- 

5.2 I settori Tessile – Abbigliamento e Cuoio-Calzature: indicazioni strategiche

Le informazioni che scaturiscono da un'indagine sul **comparto tessile-abbigliamento** in Val Vibrata, pubblicata da G. Mauro in *"L'economia della provincia di Teramo"* (2008), forniscono spunti interessanti per il futuro del comparto. In primo luogo i risultati confermano l'importanza del decentramento come parte della strategia di competitività. Le imprese più grandi, decentrando alcune fasi della produzione, riescono a non perdere quote significative di mercato. Un'elevata percentuale del fatturato complessivo è caratterizzata da prodotti diretti alla clientela femminile, quindi molto legata alla moda. Però, poiché tali prodotti richiedono abilità professionali, le imprese puntano maggiormente a produzioni che invece delocalizzandole, garantiscono economie di costo (di manodopera). Un aspetto evidente ormai da anni è l'estrema parcellizzazione delle imprese di subfornitura, il cui fatturato dipende esclusivamente dall'andamento delle commesse. Quindi, l'aggregazione migliorerebbe la forza contrattuale delle stesse. L'introduzione di innovazioni di carattere organizzativo-gestionale, aiuterebbe molto il comparto.

5.3 Il settore Metalmeccanico

5.3 Il settore Metalmeccanico

- *Consistenza e trend del settore*
 - *Divisioni*
 - *Imprese Leader*
 - *Indicazioni strategiche*
- 

5.3 Il settore Metalmeccanico: i trend regionali

Andamento della produzione e del fatturato

Produzione		Fatturato		Fatturato estero	
Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
1,5	- 6,9	6,1	- 4,2	5,3	3,9

Andamento degli ordinativi e dell'occupazione

Ordini interni		Ordini esteri		Occupazione	
Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
6,7	- 6,5	11,9	10,3	- 0,3	- 1,8

Previsioni a sei mesi dei principali indicatori congiunturali

Produtz.	Fatturato	Occupaz.	Ordinativi Interni	Ordinativi Esteri
- 21,6	- 13,7	- 24,8	- 24,0	+ 1,8

Fonte: CRESA elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese",
Secondo Trim. 2012, n 2.

QUADRO di SINTESI

- Aumento della **produzione** e del **fatturato** rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno ma in diminuzione rispetto al trimestre precedente, aumenta invece il **fatturato estero**;
- idem gli **Ordinativi interni** mentre aumentano gli **Ordinativi esteri** sia rispetto allo scorso anno che allo scorso trimestre
- in calo l'**occupazione**;
- le **previsioni** sono tutte negative, tranne gli **Ordinativi esteri**;

5.3 Il settore Metalmeccanico: i trend regionali

L'industria metalmeccanica ha fatto registrare una **flessione superiore alla media regionale** rispetto al 2011 mentre **mostra una dinamica positiva in termini congiunturali** seppure inferiore a quella di altri comparti.

L'attività dei mesi a venire sembrerebbe **più legata alla dinamica dei mercati internazionali** nei confronti dei quali gli imprenditori del comparto ripongono aspettative positive. Fonte: CRESA elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese", Secondo Trim. 2012, n 2.

5.3 Il settore Metalmeccanico: i trend regionali e provinciali

Se consideriamo l'andamento, purtroppo dobbiamo rilevare la crisi che ha investito il manifatturiero, non ha lasciato immune il settore il settore metalmeccanico. Infatti, anche per il **2012 l'andamento dei principali parametri produttivi e commerciali è negativo rispetto all'anno precedente, fatta eccezione, come per gli altri settori, per il fatturato estero.**

Purtroppo, anche le **previsioni** per il secondo trimestre 2012, rispetto all'ultimo semestre 2011, non sono positive. Tale andamento, porta gli imprenditori a non prevedere investimenti nel periodo.

A livello provinciale, un dato interessante emerge dal "*Rapporto sull'economia teramana nel 2011*", secondo il quale, prendendo in considerazione la scomposizione settoriale dell'export, il macrosettore Metalmeccanica ed Elettronica è quello che *la fa da padrone* con il suo 37%, confermando l'andamento degli anni passati. Entrando nel dettaglio delle merci esportate, al primo posto troviamo le "**Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori**", con un aumento del 26% rispetto al periodo precedente.

5.3 Il settore Metalmeccanico: i trend provinciali

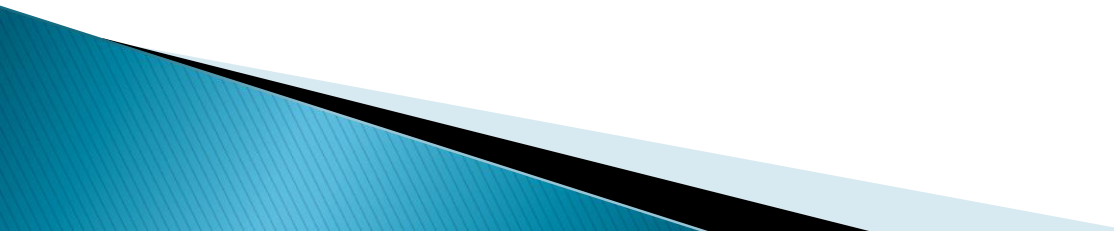
I dati del censimento 1991-2001 consentono di evidenziare alcune tendenze di lungo periodo nel settore della meccanica in provincia di Teramo. Infatti, dall'analisi intercensuaria emerge che la provincia di Teramo, con un incremento del 52,87%, dopo quella di Chieti, ha contribuito maggiormente all'aumento degli addetti nelle imprese dei vari comparti che compongono il settore (DJ, DK, DL, DM, classificazione ATECO 1991), oltre ad aver rafforzato la dimensione media delle unità locali. Nel 2001 il settore aveva un peso percentuale sul totale dei settori pari al 19,56%. Va rilevato che tutte le aree della provincia di Teramo contribuiscono a questa crescita, ma non in modo omogeneo. Infatti, è proprio in Val Vibrata che si registra la crescita più rilevante, con un incremento dell'occupazione del 65%. Se consideriamo i singoli comparti, il fenomeno è ancora più evidente, l'aumento più significativo, sia in termini di addetti che unità locali, lo fanno registrare Colonnella, Corropoli, Martinsicuro, Sant'Omero e Tortoreto

Unità locali e addetti alle unità locali per ripartizione territoriale. Industrial metalmeccanica. Anni 1991 e 2001				
COMUNI	Unità locali	Addetti	Unità locali	Addetti
COLONNELLA	29	273	46	914
CONTROGUERRA	15	297	27	265
CORROPOLI	14	145	39	491
MARTINSICURO	54	478	82	638
NERETO	13	66	13	85
S EGIDIO ALLA VIBRATA	19	54	24	92
SANT'OMERO	17	222	26	341
TORANO NUOVO	4	12	2	2
TORTORETO	29	394	32	542
TOTALE	194	1941	291	3378

Fonte: Elaborazioni da ISTAT 8° Censimento dell'industria e dei servizi

5.3 Il settore Metalmeccanico: i trend provinciali

Tale crescita riguarda tutti i suddetti comparti e l'incremento è particolarmente elevato per la ***Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici***, seguito dalla ***Produzione di metallo e prodotti in metallo***, la ***Fabbricazione di macchine elettriche*** e la ***Fabbricazione di mezzi di trasporto***, che aumentano quasi tutti allo stesso ritmo. In sintesi, spicca il risultato della Val Vibrata, per la sua dinamicità e la capacità di rafforzare la diversificazione produttiva.



5.3 Il settore Metalmeccanico: i trend regionali, provinciali e della Val Vibrata

Passando all'esame del periodo attuale, non disponendo ancora dell'ultimo censimento (2011), abbiamo preso a riferimento i dati relativi all'ultimo trimestre 2011, per le unità locali, elaborati dalla CCIAA di Teramo

Unità locali metalmeccanico – IV trimestre 2011 – Regione ABRUZZO, provincia di TERAMO, VAL VIBRATA							
		REGIONE		TERAMO		VAL VIBRATA	
CODICE	DESCRIZIONE	Registrate	attive	Registrate	attive	Registrate	attive
C	Attività manifatturiere						
C 24	Metallurgia	136	100	38	30	11	8
C 25	Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari...)	3072	2718	737	641	259	215
C 27	Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchi,,	352	304	109	97	37	33
C 28	Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	851	734	210	182	71	60
C 29	Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	233	195	46	36	17	13
C 30	Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	96	80	19	15	12	8
TOT	TOTALE	4700	4131	1159	1001	407	337

5.3 Il settore Metalmeccanico: i trend della Val Vibrata

Nel territorio regionale sono presenti nel settore meccanico 4.131 unità locali, circa il 26% del totale delle imprese manifatturiere. E' importante notare che il comparto **C25 - Fabbricazione di prodotti in metallo**, rappresenta ben il 66% del totale di settore. Nel territorio provinciale, dove si concentra il 21% circa del totale regionale, si conferma la presenza preponderante del comparto C25.

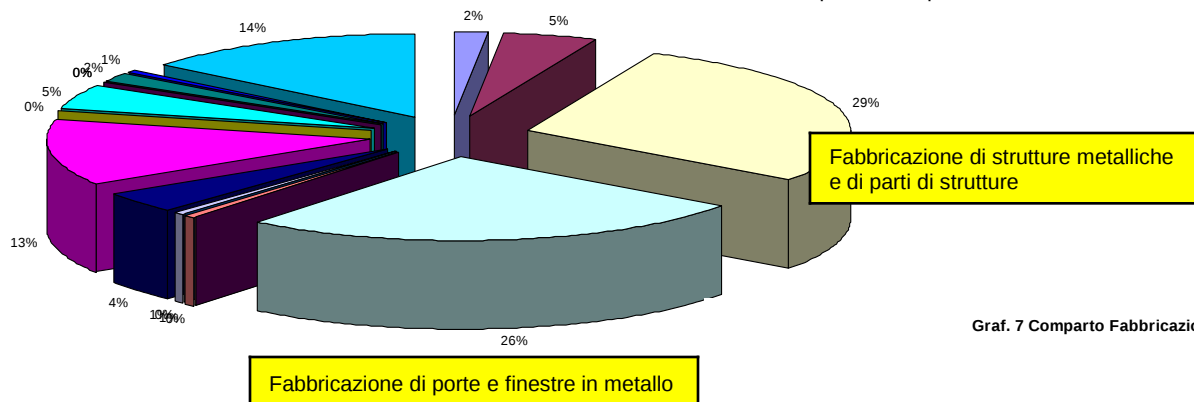
In Val Vibrata il settore rappresenta il 17% del totale del manifatturiero e il 34% circa del totale provinciale del settore in esame, con 337 unità locali.

I comparti maggiormente rappresentati sono **C25 - Fabbricazione di prodotti in metallo e C28 - Fabbricazione di macchinari e apparecchiature nca**, confermando la distribuzione provinciale e regionale. Il metalmeccanico continua ad essere il settore maggiormente presente, dopo Abbigliamento - tessile, pelle e cuoio. Per quanto riguarda gli **addetti**, nel settore operano 3.360 addetti nella sola Val Vibrata, il 40% del totale provinciale, che a sua volta impiega il 23% circa di tutto il settore manifatturiero.



5.3 Il settore Metalmeccanico in Val Vibrata: Divisioni

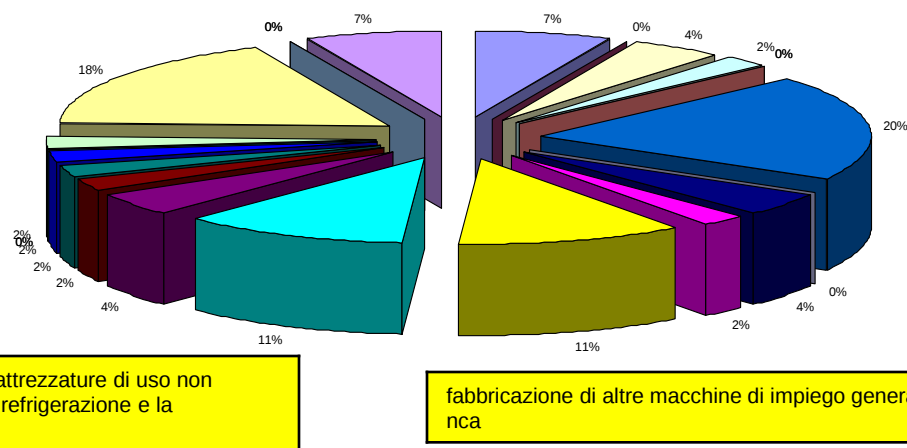
Graf. 6 Comparto Prodotti in Metallo



Dalle elaborazioni effettuate dalla CCIAA **per sedi d'impresa e addetti**, per il comparto C25 emerge una significativa concentrazione nelle *divisioni* **"Fabbricazione di strutture metalliche e di parti di strutture"** e **"Fabbricazione di porte e finestre in metallo"**, sia per presenza di imprese che per numerosità di addetti.

Graf. 7 Comparto Fabbricazione di macchinari e apparecchiature nca

Nel comparto C28 la maggiore concentrazione, di sedi e di addetti, è nelle *divisioni* **"Fabbricazione di attrezzature di uso non domestico per la refrigerazione e la ventilazione"** e **"Fabbricazione di altre macchine di impiego generale nca"**.



5.3 Il settore Metalmeccanico in Val Vibrata: distribuzione delle imprese sul territorio

Senza alcuna pretesa di confronto con i censimenti suddetti, poiché i dati hanno fonti diverse e quindi diversi sono i metodi di rilevamento, è interessante vedere **come si distribuisce il settore, per sedi d'impresa e addetti, in Val Vibrata**, nell'ultimo trimestre 2011 (CCIAA Teramo).

Unità locali e addetti alle unità locali per ripartizione territoriale. Industria metalmeccanica. IV trimestre 2011		
COMUNI	Unità locali	Addetti
COLONNELLA	33	1033
CONTROGUERRA	20	161
CORROPOLI	33	367
MARTINSICURO	54	719
NERETO	7	40
S Egidio alla Vibrata	17	72
SANT'OMERO	16	251
TORANO NUOVO	1	6
TORTORETO	26	443
CIVITELLA DEL TRONTO	19	144
ALBA ADRIATICA	25	72
ANCARANO	14	140
TOTALE	265	3448

Fonte: Elaborazioni da CCIAA TERAMO

5.3 Il settore Metalmeccanico in Val Vibrata: distribuzione delle imprese sul territorio per Divisioni

Nel territorio Vibratiano, il comparto **C25** risulta essere maggiormente presente, per sedi di imprese e addetti, nei comuni di Martinsicuro, Corropoli, Ancarano, Colonnella e Alba Adriatica. In questi due ultimi comuni prevale anche il comparto **C28**. E' interessante notare che nel comparto **C29** si concentrano molti addetti, in virtù della presenza di due grandi imprese.

Tab. 11 Distribuzione dei comparti in val Vibrata												
COMUNI	C24		C25		C27		C28		C29		C30	
	I	A	I	A	I	A	I	A	I	A	I	A
COLONNELLA	1	11	26	21	3	3	8	101	2	435		55
CONTROGUERRA	2	9	12	117	2	18	4	17				
CORROPOLI			20	93	5	240	5	19		9	3	6
MARTINSICURO	3	104	36	356	4	180	10	55			1	24
NERETO		5	4	29			3	6				
S Egidio alla Vibrata			11	62	2	2	3	6	1	2		
SANT'OMERO			12	49	1	5	2	177	1	20		
TORANO NUOVO			1	6								
TORTORETO	1	7	16	398	2	9	4	15	2	12	1	2
CIVITELLA DEL TRONTO			16	124			3	20				
ALBA ADRIATICA			17	67	5	2	2	2			1	1
ANCARANO			8	111	3	6	1	9	2	14		
TOTALE	7	136	179	1433	27	465	45	427	8	492	6	88

5.3 Il settore Metalmeccanico in Val Vibrata: Imprese leader

A dimostrazione della importante presenza nel territorio vibratiano del settore metalmeccanico, nell'area sono state rilevate **ben 53 imprese con più di 10 addetti**. Di queste abbiamo ritenuto interessante individuare quelle più rappresentative per classe di fatturato (C.F.) e numero di Paesi di esportazione, come riportato nella tabella che segue.

Le imprese più rappresentative dell'area			
	Imprese		
Nominativo	CA	CF	Paesi di esportazioni
GRUPPO TECNOMATIC SPA	3	5	FRANCIA, GERMANIA, REGNO UNITO, PAESI BASSI, ROMANIA, CINA, IRAN, USA, CANADA, BRASILE, INDIA
M.I.V.V. METAL INDUSTRIA VAL VIBRATA SPA	4	5	GERMANIA, FRANCIA
BETAFENCE ITALIA SPA	3		BELGIO, SLOVENIA, CROAZIA, POLONIA
I.M.A. SPA INDUSTRIA METALMECCANICA ADRIATICA	3	4	GERMANIA, FRANCIA, POLONIA
M.M.A. SRL	3	4	
ITALFER CARPENTERIE	2	7	ROMANIA

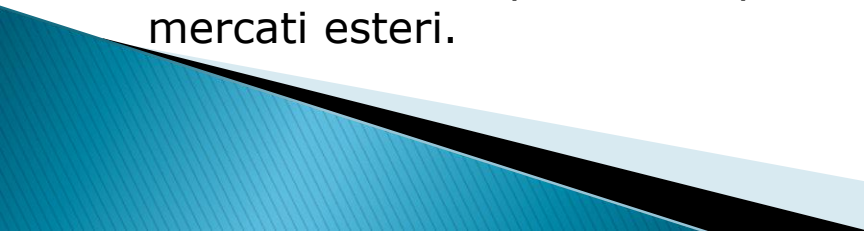
Fonte: Cresa, annuario Imprese 2009

5.3 Il settore Metalmeccanico: indicazioni strategiche

E' evidente che l'area mostra, da alcuni decenni, una **spiccata vocazione per la meccanica**, seconda solo al settore della moda (tessile - abbigliamento, pelle e cuoio). Bisogna che aggiungere, quale elemento di riflessione, che se le "produzioni tradizionali" (in particolare l'abbigliamento) sono state penalizzate, per quanto riguarda le esportazioni, dall'indebolimento dei vantaggi iniziali, al contrario, invece divisioni operanti nei settori specializzati, come alcune di quelle all'interno dei comparti del settore in esame, hanno in molti casi **mantenuto o migliorato il proprio vantaggio competitivo**.

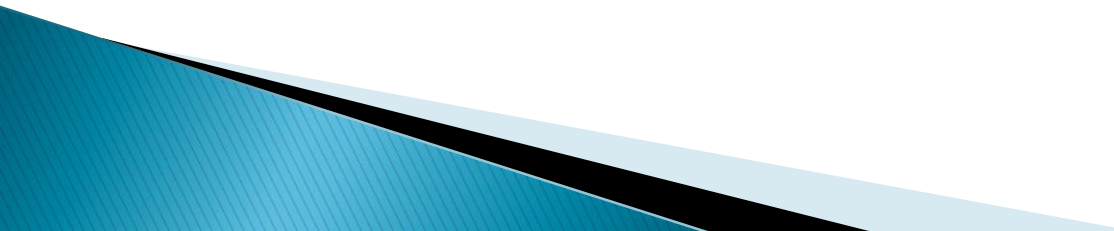
Per questa ragione, andrebbero supportati i comparti che sono emersi nell'analisi, incentivando l'introduzione e/o il miglioramento dell'innovazione oltre che delle abilità professionali, favorendo rapporti costanti con le Università e i Centri di Ricerca (che attualmente rappresentano solo casi isolati) e stimolando le politiche di rete.

Lo stesso **Polo del Carbonio**, istituito con legge regionale alcuni anni or sono, rimasto sulla carta, potrebbe oggi finalmente trovare concretezza, grazie alla legge regionali sui Poli d'Innovazione, rappresentando non solo un importante strumento per le aziende attualmente presenti nel settore, ma anche e soprattutto per la generazione di imprese a forte contenuto innovativo, indispensabile per migliorare la competitività del settore sui mercati esteri.



5.4 Il settore Legno e Mobili

5.4 Il settore Legno e Mobili

- *Consistenza e trend del settore*
 - *Divisioni*
 - *Imprese Leader*
 - *Indicazioni strategiche*
- 

5.4 Il settore Legno e prodotti in legno: i trend nazionali

Nel 2011 il saldo commerciale dell'insieme dei due settori in questione, strutturalmente negativo data la forte dipendenza dall'estero nei prodotti di base, è leggermente migliorato, da -2,8 a -2,5 miliardi di euro, grazie soprattutto alla stazionarietà delle importazioni, in secco rallentamento rispetto alla loro dinamica nel 2010.

Nel **legno e prodotti in legno**, gli acquisti dall'estero sono cresciuti, in valore, di appena lo 0,9 per cento (contro un +20 per cento nel 2010), rimanendo ampiamente sotto il livello del 2007, mentre le esportazioni hanno mantenuto una discreta vivacità (+11,7 per cento).

L'**Austria** è di gran lunga il principale fornitore del mercato d'importazione, con il 30 per cento del totale; seguono Germania e Cina, ma tende ad aumentare la quota dei paesi dell'Europa orientale (Croazia, Polonia, Slovenia, Ungheria, Russia...).

I **maggiori mercati di esportazione restano Francia e Germania**, ma negli ultimi anni l'**incremento di vendite più sostenuto ha riguardato il Medio Oriente**, in particolare la **Turchia** (nel 2011 sono invece nettamente diminuite le vendite in Africa Settentrionale). La quota di mercato mondiale detenuta dall'Italia nel legno e prodotti in legno, da sempre modesta, è passata dal 2 al 2,1 per cento.

Nel **comparto non ci sono paesi esportatori in posizioni dominanti**; la Cina consolida il suo primato raggiunto alcuni anni addietro, seguita da Canada e Germania; negli anni 2000, oltre alla Cina hanno guadagnato quote le Filippine, il Vietnam e diversi paesi dell'Europa orientale e baltica, a spese soprattutto di Indonesia, Finlandia e Brasile.

(Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale)

5.4 Il settore Legno: Quote di mercato

N.	Paesi	2002	2011
1^	Cina	5,8	12,8
2^	Canada	18,5	8,1
3^	Germania	6,4	8,1
4^	Stati Uniti	6,2	5,4
5^	Austria	4,1	5,1
6^	Svezia	4,6	4,3
7^	Russia	1,9	3,8
8^	Malaysia	3,9	3,7
9^	Indonesia	5,3	3,3
10^	Polonia	2,0	3,2
11^	Italia	2,2	2,0
	TOTALE PAESI PRINCIPALI ESPORTATORI	58,7	57,8
Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale			

5.4 Il settore Mobili: i trend nazionali

Nel 2011 è **proseguito il lieve miglioramento del saldo con l'estero** già verificatosi l'anno prima, tuttavia il suo valore (6,3 miliardi di euro) risulta ancora decisamente più basso rispetto al dato del 2007.

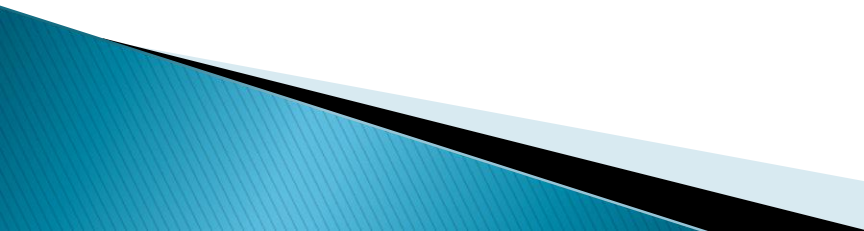
Come nel 2010, e come del resto si osserva negli altri prodotti per la casa, il valore delle esportazioni è cresciuto in misura modesta (+3,9 per cento), superando di poco gli 8 miliardi di euro contro i 9,6 miliardi del 2007; in compenso, le importazioni sono rimaste stazionarie (+0,2 per cento), dopo aver avuto nel 2010 un aumento (+16 per cento) analogo a quelli mostrati a lungo prima della recessione del 2008-2009.

Le **importazioni** sono diminuite dalla Cina (che comunque rimane il nostro principale fornitore di mobili con circa il 25 per cento del totale), dall'Austria e da produttori "esotici" come Indonesia e Thailandia, a fronte di buoni incrementi dalla Germania, dalla Polonia e, limitatamente a *poltrone e divani*, dalla Romania,

L'**insoddisfacente andamento delle esportazioni** complessive riflette una modesta dinamica nei maggiori paesi (Francia, Germania, Stati Uniti) e un calo in altri importanti mercati (Regno Unito, Spagna, Portogallo, Grecia, Africa settentrionale), non compensati dalla vivacità di quelle in Asia ed Europa orientale.

Nell'ambito del settore, si sono ridotte le vendite di **mobili per ufficio e negozi** e, nuovamente, di **poltrone e divani**, mentre le uniche di cui risulta una discreta crescita, per il secondo anno consecutivo, sono quelle di **parti di mobili**.

(Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale)



5.4 Il settore Mobili: Quote di mercato

N.	Paesi	200 2	201 1
1^	Cina	9,6	29,1
2^	Germania	8,1	8,9
3^	Italia	14,2	8,6
4^	Polonia	4,6	6,7
5^	Stati Uniti	6,5	4,6
6^	Messico	5,4	3,5
7^	Vietnam	0,9	2,9
8^	Canada	7,6	2,8
9^	Francia	3,4	2
10^	Malaysia	2,4	2
	TOTALE PAESI PRINCIPALI ESPORTATORI	62,7	71,1
Fonte: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale			

5.4 Il settore legno: i trend regionali

Andamento della produzione e del fatturato					
Produzione		Fatturato		Fatturato estero	
Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
9,8	- 5,3	7,2	- 5,4	15,1	0,5
Andamento degli ordinativi e dell'occupazione					
Ordini interni		Ordini esteri		Occupazione	
Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.	Var. % rispetto al trim. prec.	Var. % rispetto stesso trim. anno prec.
7,6	- 8,2	19,8	0,8	- 1,4	- 4,4
Previsioni a sei mesi dei principali indicatori congiunturali					
Produtz.	Fatturato	Occupaz.	Ordinativi Interni	Ordinativi Esteri	
- 10,9	- 14,1	- 33,1	- 1,3	- 1,8	
Fonte: CRESA elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese", Secondo Trim. 2012, n 2.					

QUADRO di SINTESI

- Aumento della **produzione** e del **fatturato** rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno ma in diminuzione rispetto al trimestre precedente;
- idem gli **Ordinativi interni** mentre aumentano gli **Ordinativi esteri** sia rispetto allo scorso anno che allo scorso trimestre
- in calo l'**occupazione**;
- le **previsioni** sono tutte negative;

5.4 Il settore Legno e Mobili : i trend regionali

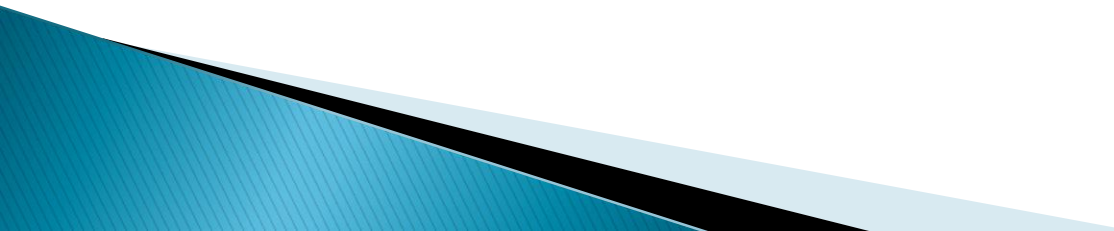
Il settore continua a mostrare **decise difficoltà rispetto ad un anno fa sotto il profilo produttivo** mentre appare come **il settore più dinamico con riferimento al primo trimestre dell'anno in corso**.

Particolarmente positivi sono i risultati in termini di **vendite estere**, che appaiono in aumento anche su base annua, e dovrebbero essere consolidati nei prossimi mesi grazie ad un deciso incremento del portafoglio ordini.

Deludente la performance sotto il profilo del **mercato interno**.

Continua invece a scendere l'**occupazione**

(Fonte: CRESA elaborazioni da "Congiuntura economica abruzzese", Secondo Trim. 2012, n 2.)

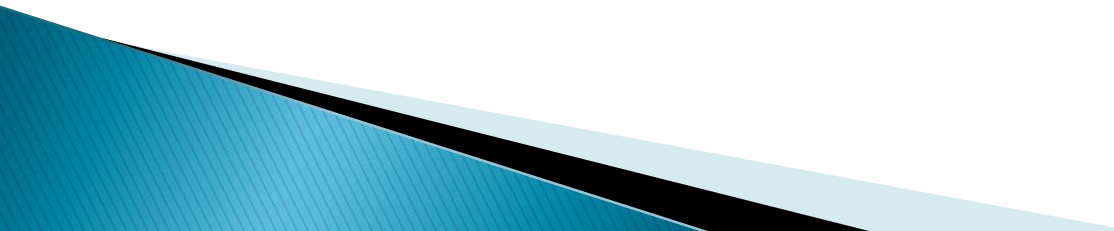


5.4 Il settore Mobili: i trend regionali

Nel secondo trimestre 2012 l' **export dei distretti abruzzesi** mostra una discreta tenuta (+ 2,3%, dopo le performance negative del 2011, grazie ai buoni risultati conseguiti soprattutto al mobilio abruzzese (+ 23,4%).

I **principali sbocchi commerciali del mercato del mobilio** sono Francia in primis (+ 14,6), Stati Uniti, Belgio, Arabia Saudita, Venezuela, Marocco, Giappone. In recupero parziale l'export in Arabia Saudita dopo il forte calo del trimestre precedente (- 69,2% la variazione tendenziale). Seguono, invece, una dinamica negativa le vendite in Spagna (- 12,7%), ma soprattutto in alcuni nuovi mercati come la Russia (principale meta commerciale), gli Emirati Arabi Uniti, l'Ucraina, l'Algeria.

(Fonte: Monitor dei distretti Industriali Abruzzesi, realizzato dal servizio Studi e Ricerche Intesa S.Paolo, settembre 2012.)

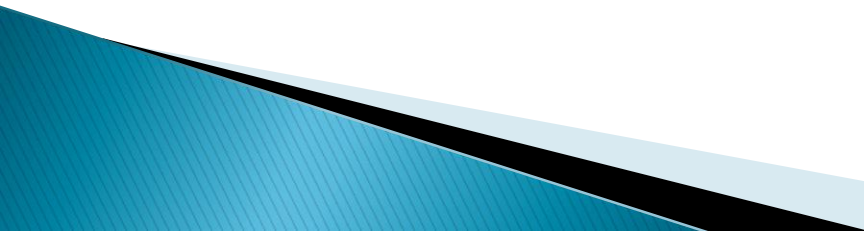


5.4 Il settore Legno: Consistenza e Trend provinciali

Il settore del Legno, Mobile e Arredo è molto presente nella provincia di Teramo, anche se negli ultimi anni ha subito una forte flessione, tanto da essere, da qualche anno, tra i settori in forte sofferenza. Le aziende più grandi e rappresentative, che hanno contribuito alla crescita del territorio, si trovano a Tortoreto e Martinsicuro (LAS Mobili e Full Mobili), per quanto la Val Vibrata, e sparse sul territorio provinciale altre più importanti, come Group Time (Mosciano S.A), Lara Cucine e Tecno Arredo (Scerne di Pineto), Mar mobili di Montorio, Savini Arredo Bagni (Castilenti).

Quindi, non vi è concentrazione se non per un piccolo nucleo nell'area S. Nicolò – S. Atto. A Tortoreto, grazie alla presenza della LAS Mobili, sono gemmate molte piccole imprese di tipo familiare, con un numero di addetti non superiore a 5 e, in molti casi, subfornitrici della stessa LAS Mobili.

Di concentrazione si poteva parlare fino agli anni '70 per Mosciano S.A., dove le aziende si sono riconvertite in aziende di tipo commerciale.

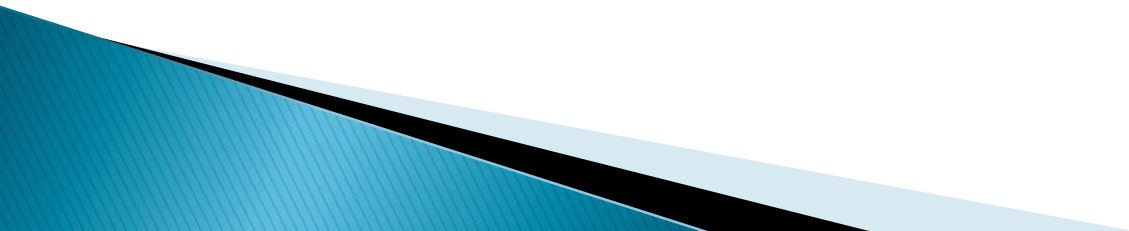


5.4 Il settore Legno: Consistenza e Trend nella Val Vibrata

Va segnalato che il settore purtroppo, da almeno 3 anni, vive la **crisi** che ha colpito il settore manifatturiero.

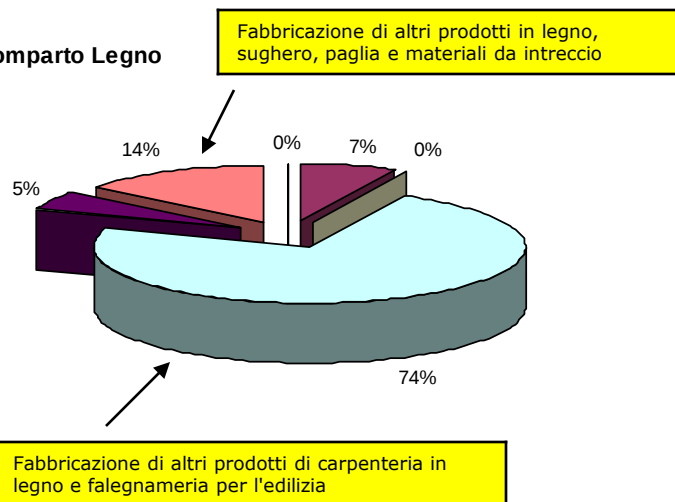
Negli anni passati era stato capace persino di assorbire gli esuberi del settore abbigliamento – tessile, pelle e cuoio ma oggi resiste, con grandi difficoltà, soprattutto grazie alle esportazioni.

Il Consorzio del **Polo del Legno**, costituitosi da poco, nasce proprio per individuare azioni che rivitalizzano il settore, attraverso la messa in rete delle aziende che ne fanno parte.

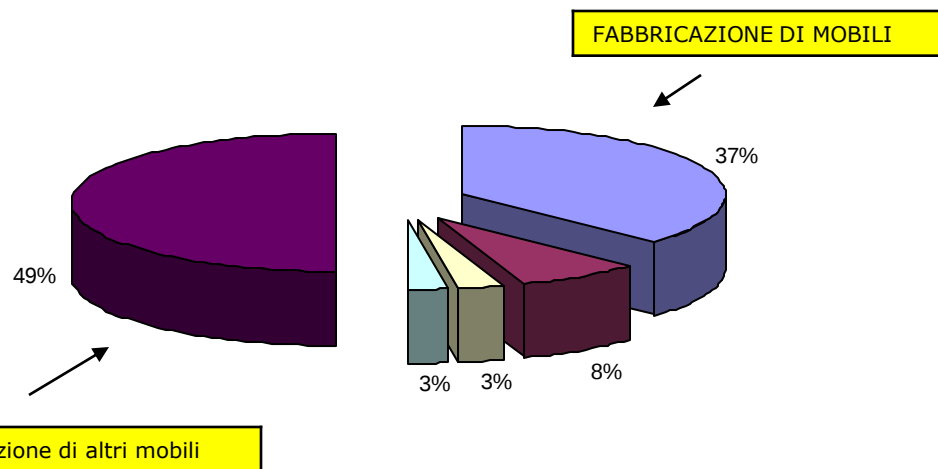


5.4 Il settore Legno: Divisioni

Graf. 8 Comparto Legno



Graf. 9 Comparto del Mobile



5.4 Il settore Legno: Imprese Leader

Nominativo	C.D.	C.F.	Paesi di esportazioni
LAS MOBILI SRL	5	6	FRANCIA, SPAGNA, POLONIA, RUSSIA, PAESI MEDIO ORIENTE
FULL MOBILI	3	4	GRECIA, SPAGNA, SLOVENIA, RUSSIA, ALGERIA, CUBA

5.4 Il settore Mobili : Indicazioni Strategiche: proposte degli operatori vibratiani

1. **Creazione di percorsi “facilitati” per la commercializzazione all’estero:** la manifattura di qualità italiana può essere rilanciata soprattutto sui mercati dei nuovi paesi ricchi

Difficoltà rilevate:

- regole giuridiche dei paesi di destinazione
- l'intermediazione con i livelli istituzionali degli stessi (capacità di relationship internazionale)

Possibili attività:

- individuazione dei mercati potenziali
- studio di fattibilità
- intercettazione di intermediari con i mercati d’interesse

2. **Formazione professionale** per titolari d’impresa e dipendenti (sviluppo di competenze tecniche e trasversali)

3. **Ricerca in Marketing** per potenziale:

- l’appeal delle nostre imprese (possibile coinvolgimento di una facoltà di economia);
- design (possibile coinvolgimento di facoltà di architettura ed ingegneria);
- nuovi materiali (ingegneria)

4. Costituzione di un **Osservatorio interno al Polo** che monitori i consumi per avere

periodicamente un’idea di come si stanno spostando i comportamenti di acquisto e quindi saper cambiare rotta al momento opportuno

5. L’**accesso al credito**, specie per i più piccoli e in questo ambito un sistema premiante per gli innovatori.

5.4 Il settore Mobili : Indicazioni Strategiche: proposte degli operatori vibratiani

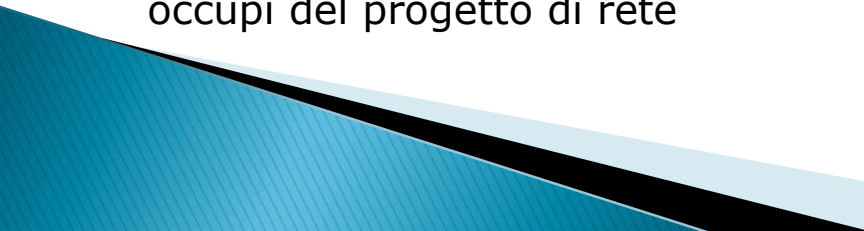
Garanzie per l'**accesso al credito** da parte delle imprese "storiche" del nostro territorio per sostenerne la liquidità aziendale, attraverso un fondo specifico ed una commissione tecnica di garanzia che intervenga direttamente nei confronti degli istituti finanziari;

Sistemi premiali per le imprese che mantengono gli attuali livelli occupazionali attraverso la gestione della fiscalità regionale, sostenendole finanziando percorsi formativi on the job ed interventi specifici degli ammortizzatori sociali in deroga;

sostegno alle fasi di avvio di nuove iniziative imprenditoriali nate all'interno di una situazione di crisi aziendale e che ricollochino parte dei lavoratori che hanno subito tale situazione;

fiscalità di favore da parte delle amministrazioni locali, nei confronti delle aziende operanti nel territorio, attraverso la sospensione temporanea con recupero rateizzato delle imposte locali, per tutta la durata del periodo di crisi aziendale;

sistemi di gestione e finanziamento di rete d'impresa per il settore dell'arredo della nostra provincia, attraverso una commissione tecnica che si occupi del progetto di rete



6. Le opere pubbliche strategiche e la pianificazione comunale e provinciale

6. LE OPERE PUBBLICHE STRATEGICHE

1. OPERE PUBBLICHE STRATEGICHE

1.1	Uscita svincolo sulla S. Nicolò – Garrufo (vs. Val Vibrata) per provenienza da Roma
1.2	Raccordo uscita pedemontana con s.p. 17 “<i>Floriano</i>” per zone industriali ed adeguamento viabilità Val Vibrata – Val Tronto s.p. 1c/s.p. 1b s.p. 1a (poiché ora c’è una limitazione di carico – 25 ton. -)
1.3	Polo Fieristico e Centro Assistenza Imprenditori (S.Egidio)
1.4	Azioni sulle aree industriali per risparmio economico alle imprese su energia ed altre risorse attraverso l’implementazione del progetto A.P.E.A. (<i>Aree Produttive Ecologiche Attrezzate</i>) predisposto dalla provincia di Teramo nell’ambito del P.T.P., nelle aree industriali della Val Vibrata

6. LE POLARITA' PRODUTTIVE DELLA VAL VIBRATA

Due polarità lungo il fiume **Tronto**:

1. *Ancarano - Sant'Egidio alla Vibrata*
2. *Controguerra - Colonnella - Martinsicuro*

Tre polarità lungo l'asse stradale della **S.P. 259**:

3. *Villa Lempa - Villa Mattoni*
4. *Paolantonio - Garrufo di Sant'Omero*
5. *Nereto - Bivio Corropoli - Santa Scolastica - Casello Colonnella*

Polarità lungo il fiume **Salinello**:

6. *Salino di Tortoreto*
7. *Ulteriore sistema lungo la **S.S. 16**, da Martinsicuro passando per Alba Adriatica fino a Tortoreto Lido, con una caratterizzazione virata maggiormente verso il commercio e le direzionalità (che verso la produzione).*

6. LA PIANIFICAZIONE COMUNALE E PROVINCIALE

IL PIANO TERRITORIALE PROVINCIALE (P.T.P.)

Approvato nel 2001, disegna alcuni scenari di aria vasta che mirano a far convergere le singole politiche comunali.

La Val Vibrata è intesa come “*ambito territoriale sovracomunale complesso*” per il quale è richiesto il “*coordinamento della pianificazione e dei programmi dei soggetti istituzionali*”.

Il **P.T.P.** stabilisce **gli obiettivi degli interventi di nuovo impatto e di ristrutturazione di aree produttive** industriali ed artigianali:

- *la riduzione degli impatti relativi ad emissioni atmosferiche ed acustiche ed alla qualità dei corpi idrici;*
- *il miglioramento della qualità morfologica degli spazi di relazione;*
- *la razionale disposizione delle attività e funzioni marginali (depositi all'aperto, parcheggi mezzi pesanti, ecc);*
- *l'integrazione relazionale, paesaggistica e morfologico insediativa con le aree residenziali caratterizzanti la struttura insediativa.*

6. LA PIANIFICAZIONE COMUNALE E PROVINCIALE

IL PIANO TERRITORIALE PROVINCIALE:

I canoni che nel corso dei decenni precedenti hanno costruito il tessuto produttivo della Val Vibrata e della stessa Provincia di Teramo, non sono più vincenti e non danno più quel valore aggiunto che anni fa riuscivano a dare;

E' evidente l'esigenza di individuare e quindi perseguire un **modello di sviluppo** che possa garantire la presenza di **infrastrutture e servizi** in grado di **coniugare lo sviluppo delle imprese con la riduzione dell'impatto ambientale sul territorio**.

Ed è proprio partendo da queste indicazioni pianificatorie dettate dal P.T.P. che è possibile ed auspicabile delineare un **nuovo modo di intendere la crescita delle aree produttive**, ponendosi come **obiettivi**:

- ▶ *la riorganizzazione e riconversione del sistema produttivo a livello di funzioni da insediare;*
- ▶ *nuove e più attuali strategie di mercato da mettere in campo;*
- ▶ *la creazione di una nuova spazialità degli insediamenti e di una gerarchia delle funzioni;*
- ▶ *una maggiore sostenibilità ed una minore pressione sull'ambiente;*
- ▶ *la ricerca di forme di risparmio o di razionalizzazione delle spese per le aziende.*

6. IL CONCETTO DI A.P.E.A.

Cluster di imprese, territorialmente contigue, in cui si individuano e si sviluppano **nuove tecnologie ambientali**, capaci di rendere le imprese più competitive e più sostenibili.

Le A.P.E.A. sono organizzate attraverso un **Sistema Unico di Gestione Ambientale** che ottimizza le risorse umane, tecniche, finanziarie ed economiche disponibili, creando valore aggiunto.

Lavorano sui temi *dell'acqua, dell'energia, dell'aria, della mobilità, della gestione dei rifiuti, della minimizzazione dell'inquinamento acustico e del suolo.*

In relazione al loro *approccio cooperativo nella gestione di servizi, infrastrutture e tecnologie ambientali*, le A.P.E.A. consentono alle piccole imprese di **abbattere i costi di gestione e l'impatto ambientale** della loro attività.

Le A.P.E.A. oltre a garantire alle aziende l'abbassamento dei costi legati alla gestione degli aspetti energetici ed ambientali delle loro attività, alla semplificazione amministrativa o un aumento della competitività anche attraverso l'introduzione di tecnologie e processi innovativi, possono inoltre diventare un'occasione per creare nuove funzioni, servizi pubblici, lavoro ed altre opportunità per le comunità locali.

6. IL CONCETTO DI APEA

Il **rilancio produttivo ed occupazionale dell'area della Val Vibrata** può essere realizzato attraverso l'utilizzo del **modello A.P.E.A.** che si caratterizzi per:

- 1) *le gestione unitaria ed integrata di infrastrutture e servizi centralizzati;*
- 2) *il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità ambientale;*
- 3) *l'aumento di competitività delle imprese insediate;*
- 4) *il miglioramento dei livelli prestazionali del sito dal punto di vista logistico, ambientale, tecnologico;*
- 5) *il miglioramento delle performance economiche delle imprese.*

Nell'ambito del **recupero e della riconversione del patrimonio industriale esistente** così come nella previsione di **nuove aree produttive** in chiave sostenibile si prenderanno a riferimento i seguenti **obiettivi**:

- ▶ *Salubrità ed igiene dei luoghi di lavoro;*
- ▶ *riduzione dell'inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo;*
- ▶ *minore produzione, smaltimento e recupero dei rifiuti;*
- ▶ *trattamento delle acque reflue;*
- ▶ *contenimento del consumo di energia e suo utilizzo efficace;*
- ▶ *prevenzione e controllo dei rischi;*
- ▶ *adeguata accessibilità e movimento di persone e merci.*

6. IL MODELLO APEA NELLA VAL VIBRATA

L'introduzione del modello di **A.P.E.A. nella Val Vibrata** deve portare a raggiungere i seguenti **obiettivi**:

- a) Individuazione delle **aree produttive** che, per condizioni territoriali e di collegamento alle reti di mobilità, sono **deputate all'espansione**;
- b) Realizzazione di **insediamenti urbanistici di qualità**;
- c) Individuazione e realizzazione delle **opere infrastrutturali** necessarie a far funzionare l'APEA;
- d) Controllo e gestione in forma coordinata di **rischi idrogeologici, sismici ed ambientali**;
- e) Realizzazione di un sistema coordinato di collegamenti a reti ed infrastrutture per la rilevazione dei dati ambientali, dello **smaltimento dei rifiuti**, della **depurazione delle acque reflue**, della **produzione e distruzione di energia**, dell'**inquinamento dell'acqua**, dell'**aria** e del **terreno**;
- f) Individuazione del **Gestore Unico** quale figura che ha il compito di: promuovere la progettazione delle infrastrutture e delle espansioni delle aree produttive; elaborare l'Analisi Ambientale dell'APEA e il Programma Ambientale; svolgere i ruoli di Mobility Manager e Energy Manager; monitorare le performance ambientali; essere il referente delle autorizzazioni e certificazioni ambientali e semplificare le procedure; promuovere l'ingresso di nuove aziende; gestione degli impianti e delle aree comuni; gestire i servizi per gli addetti;
- g) Realizzazione di un **"eco-distretto produttivo"**
- h) Produzione di **risparmio economico** agli operatori attraverso il sapiente uso delle **risorse** (acqua, aria, energia, rifiuti);
- i) Risoluzione delle **problematiche** che i singoli operatori hanno difficoltà ad affrontare singolarmente (smaltimento eternit, bonifica suolo e sottosuolo)
- j) Incentivare il ricorso alle **certificazioni ambientali** (EMAS, SIO, ecc)
- k) Definizione di un **Accordo Territoriale** tra diversi enti per definire, in maniera condivisa, obiettivi strategici riferiti alle scelte insediative delle attività produttive;
- l) Creazione di un **sistema di perequazione** al fine di averne una equa ripartizione dei benefici e dei costi derivanti dalle scelte di pianificazione.

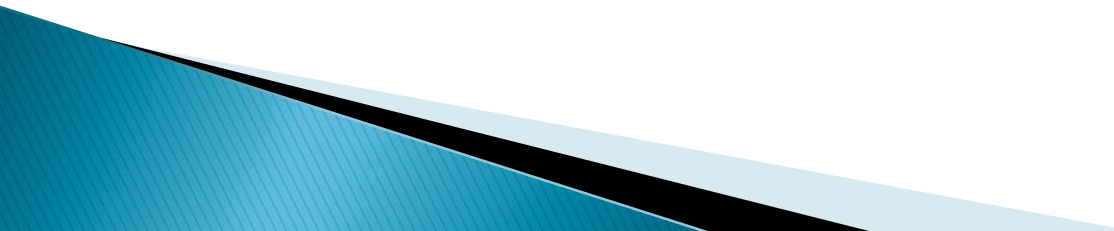
6. L'OPPORTUNITA' DELL'A.P.E.A. IN VAL VIBRATA

La crisi di un ambito produttivo e la necessità di **ripensare il sistema della produzione**, crea le condizioni per sperimentare nuove forme di soluzione al problema;

Una di queste è rappresentata dalla **visione ecologica delle aree produttive**:

- ▶ creare un marchio per chi si insedia o ristruttura in Val Vibrata,
- ▶ promuovere forme intelligenti di risparmio agli operatori del settore produttivo,
- ▶ sostenere gli eco-investimenti privati con sgravi fiscali o con altrettanti investimenti pubblici sulle infrastrutture e sui servizi,
- ▶ offrire servizi di qualità all'avanguardia;

Si tratta di forme che possono essere volano e moltiplicatori di investimenti e possono ridare fiducia a chi vuole ancora investire e produrre in Val Vibrata.



6. TEMI ED OBIETTIVI PER LA CREAZIONE DELL'A.P.E.A. IN VAL VIBRATA

TEMA	SIGLA	OBIETTIVO
1. ACQUA	O 1.1	Garantire la sicurezza idrogeologica dell'area e la qualità ambientale del reticolo idrografico superficiale
	O 1.2	Ridurre i consumi e differenziare gli approvvigionamenti in funzione degli usi
	O 1.3	Ridurre l'impatto dei processi depurativi tradizionali
2. ARIA	O 2.1	Ridurre le emissioni inquinanti
	O 2.2	Garantire buone condizioni di qualità dell'aria esterna ed interna degli ambienti di lavoro
3. SUOLO	O 3.1	Preservare i suoli da sversamenti e contaminazioni
4. PAESAGGIO	O 4.1	Garantire un adeguato inserimento degli interventi all'interno del paesaggio naturale ed antropico
	O 4.2	Garantire la qualità degli spazi aperti e dell'edificato
5. HABITAT	O 5.1	Potenziamento della biodiversità e inserimento all'interno della rete ecologica
6. ENERGIA	O 6.1	Ridurre l'utilizzo di fonti non rinnovabili ed incrementare quello proveniente da fonti rinnovabili
	O 6.2	Ridurre i consumi di energia primaria per riscaldamento e/o raffrescamento
	O 6.3	Ottimizzare i sistemi di illuminazione naturale ed artificiale
	O 6.4	Contenimento dell'inquinamento luminoso nell'illuminazione pubblica e privata

6. TEMI ED OBIETTIVI PER LA CREAZIONE DELL'A.P.E.A. IN VAL VIBRATA

TEMA	SIGLA	OBIETTIVO
7. RIFIUTI	O 7.1	Ridurre la produzione di rifiuti
	O 7.2	Aumentare la differenziazione nella raccolta dei rifiuti
8. RUMORE	O 8.1	Garantire un buon clima acustico esterno ed interno dell'area
	O 8.2	Garantire un buon clima acustico all'interno degli edifici
9. ELETTRROMAGNETISMO	O 9.1	Minimizzare il livello di campi elettrici e magnetici
10. SISTEMA SOCIO-ECONOMICO	O 10.1	Realizzare una gestione comune delle emergenze e della sicurezza
	O 10.2	Prevedere destinazioni d'uso, spazi e servizi che assicurino sostenibilità ambientale e qualità sociale
	O 10.3	Ottimizzare la configurazione delle reti e degli impianti tecnologici con tecnologie avanzate
11. MOBILITA' E TRASPORTI	O 11.1	Massimizzare la sicurezza stradale e ottimizzare la circolazione interna all'area
	O 11.2	Realizzare una mobilità sostenibile delle persone e delle merci

6. POLARITA' PRODUTTIVA DI CONTROGUERRA – COLONNELLA – MARTINSICURO LOCALIZZATA IN PROSSIMITA' DEL FIUME TRONTO

Si tratta di una **prima simulazione** rispetto alle aree produttive nel territorio della Val Vibrata.

Si è scelta la zona perché presenta una dimensione territoriale abbastanza rilevante, un elevato grado di occupazione delle aree, una frammistione di aree libere e di aree occupate che impone azioni di completamente e di riorganizzazione, un fenomeno di crisi e di abbandono diffuso ed una necessità di riportare a canoni ambientali più stringenti le nuove attività edilizie da intraprendere oltre che quelle di riconversione. Inoltre l'area è posizionata in un ambito strategico sia per la facilità di collegamenti viabilistici (vicinanza al casello autostradale e con la superstrada Ascoli Mare) sia per la possibilità di ulteriore crescita degli insediamenti produttivi sia per la vicinanza ad alcuni sistemi ambientali di notevole bellezza e criticità (ambito ripariale Fiume Tronto e sistema collinare). La situazione attuale vede una superficie territoriale destinata dagli strumenti urbanistici comunali (PRG E PRE) alle attività produttive di mq 1.384.000; di questa superficie prevista bel l'81% è già attuata ed utilizzata per attività produttive esistenti, per cui restano circa mq 261.257 (pari a 26 ettari) di aree libere che possono accogliere nuovi interventi edificatori.

Si rileva quindi la possibilità di intervenire sia sull'esistente riconvertendolo ai canoni ecologici, che sul nuovi ancora da realizzare permettendo così la sperimentazione di una doppia forma di intervento; situazione che si presenta per la maggior parte anche per le altre polarità presenti in Val Vibrata per cui rappresenta un modello ben rappresentativo della situazione esistente.

7. Criticità – Opportunità

7. CRITICITA' DELL'AREA

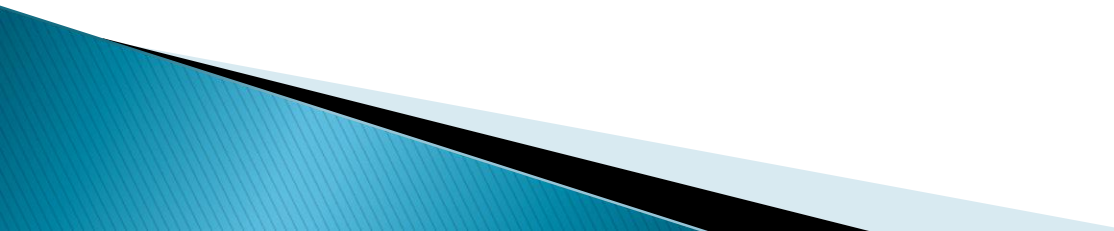
Il tessuto produttivo della Val Vibrata, che ha costituito per decenni il motore dello sviluppo industriale della provincia, in questi ultimi anni manifesta forti segnali di rallentamento.

Dai tavoli di concertazione sono emerse le seguenti **macro-Criticità**:

- perdita di **competitività** anche a seguito della globalizzazione dei mercati
- modesta **propensione all'innovazione** di processo e di prodotto;
- deboli **relazioni con l'università e le strutture di ricerca**;
- assenza, nella quasi totalità delle piccole imprese, di un **modello organizzativo efficace**;
- difficoltà connesse al **ricambio generazionale**;
- difficoltà ad utilizzare le numerose **risorse per la formazione dei lavoratori**;
- difficoltà di **accesso al credito**.

7. CRITICITA' DELL'AREA

Macro-Criticità:

- ▶ **sottocapitalizzazione** delle imprese;
 - ▶ **modello di specializzazione** concentrato nella fasi a meno valore aggiunto e maggiormente standardizzate;
 - ▶ debolezza delle **politiche di aggregazione** anche a causa del **"nanismo" imprenditoriale** che caratterizza l'area, in particolare nel settore abbigliamento e del cuoio;
 - ▶ forte rallentamento dell'**export**;
 - ▶ assenza di imprese nei **servizi avanzati** a servizio dell'impresa manifatturiera;
 - ▶ difficoltà ad attrarre **nuovi investimenti esogeni**;
 - ▶ carenze **infrastrutturali**;
 - ▶ assenza di una **"governance"** forte in grado di guidare il processo di riposizionamento dell'area.
- 

7. POTENZIALITA' DELL'AREA

Dai tavoli sono emerse **numerose potenzialità** alcune delle quali latenti:

- ▶ presenza di un **forte tessuto industriale** il quale riveste ancora, nonostante la crisi, in alcuni settori, un posto di rilievo nella graduatoria nazionale;
- ▶ associazioni ed imprenditori auspicano l'**attivazione di politiche di integrazione** e di maggiore **collegamento** con il mondo della **ricerca**;
- ▶ ci sono **imprenditori disposti ad investire** in settori nuovi ed innovativi ed alcune imprese stanno per avviare interessanti azioni di diversificazione produttiva;
- ▶ si avverte l'esigenza di una forte "**governance**" territoriale in grado di supportare il sistema produttivo locale sui mercati nazionali ed esteri e di esercitare un'azione di lobby, efficace e trasparente, sulla regione e sul governo per ottenere sostegno finanziario alla ripresa dell'area;
- ▶ i **policy maker** accettano la sfida di andare incontro alle imprese attraverso la **riduzione e/o il congelamento di alcuni tributi locali**.

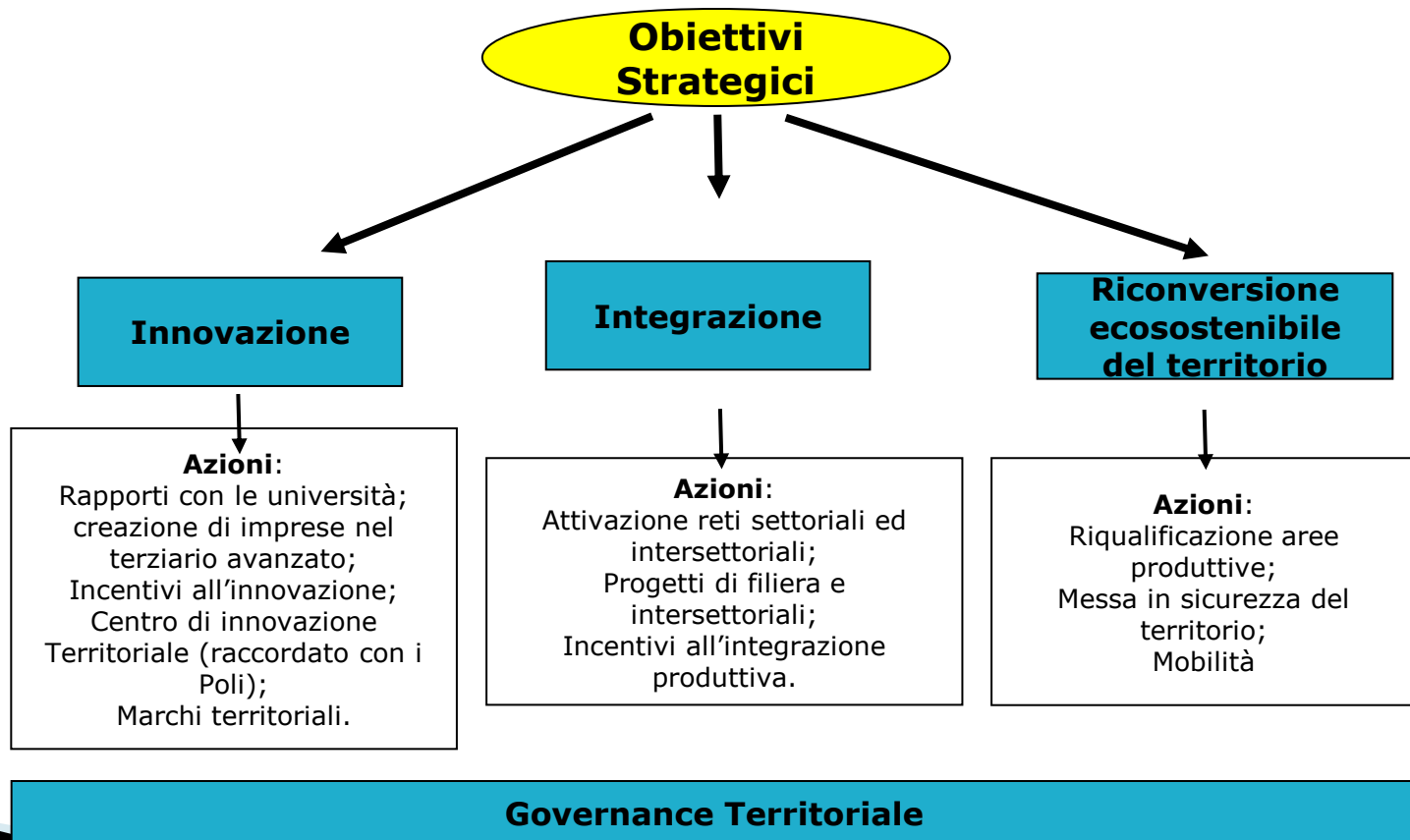
8. Il Piano di rilancio dell'Area: prime indicazioni strategiche

8. IL PIANO DI RILANCIO DELL'AREA: PRIME INDICAZIONI STRATEGICHE

- L'incrocio delle criticità con i punti di forza attuali e potenziali dell'area, fornisce interessanti suggerimenti su come orientare la **strategia** di rilancio dell'area della Val Vibrata e sulle **azioni operative** da implementare.
- E' emersa una consapevolezza diffusa che il rilancio produttivo dell'area passa attraverso una vasta e profonda azione di **riposizionamento**.

8. IL PIANO DI RILANCIO DELL'AREA: PRIME INDICAZIONI STRATEGICHE

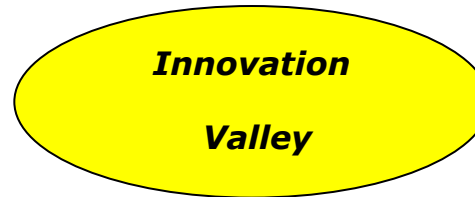
La **MISSION** si declina nei seguenti 3 macro-obiettivi strategici



8. IL PIANO DI RILANCIO DELL'AREA: PRIME INDICAZIONI STRATEGICHE

- Le **azioni a sostegno delle imprese**, vanno integrate da **interventi pubblici** finalizzati a *sostenere gli investimenti* privati nei diversi *settori a vocazione* territoriale ed a favorire la riconversione eco-sostenibile del territorio, favorendo nel contempo la *mobilità*;
- Dalle prime delle indicazioni degli Enti locali, sono emersi i seguenti **progetti strategici**:
 - *Pedemontana Abruzzo-Marche*
 - *Piano straordinario di messa in sicurezza del territorio*
 - *Riqualificazione aree industriali.*

8. IL PIANO DI RILANCIO DELL'AREA: PRIME INDICAZIONI STRATEGICHE



A
Z
I
O
N
I

**1.
Capitale Umano e
processi di
innovazione
tecnologica**

**2.
Politiche di rete e
di integrazione
produttiva**

**3.
Competitività
del sistema
produttivo
endogeno**

**4.
Eco - sostenibilità
del territorio e
governance**

I
N
T
E
R
V
E
N
T
I

**1.1
Formazione continua e
diffusione della cultura
d'impresa
1.2
Sinergie con Università
e mondo della Ricerca e
Poli di Innovazione
1.3.
Promozione di
Laboratori e Centri di
innovazione**

**2.1.
Integrazione produttiva
e attivazione Reti
"corte" e "lunghe"**

**3.1
Progetti di Innovazione
tecnologica
3.2
Sviluppo di imprese nel
Terziario avanzato
3.3
MKTG Territoriale e
attrazione di nuove
imprese
3.4.
Ingegneria Finanziaria**

**4.1
Welfare territoriale
4.2
Recupero aree
dismesse
4.3
Utility
4.3
Messa in sicurezza del
territorio e mobilità
4.4
Ricettività pubblica e
privata e
Infrastrutturazione
turistica;
4.5 Governance**

8. GLI INTERVENTI OPERATIVI

1. CAPITALE UMANO E PROCESSI DI INNOVAZIONE TECNOLOGICA			
1.1	Formazione continua e diffusione della cultura d'impresa	1.1.1	Interventi di formazione continua per gli adulti
		1.1.2	Interventi di inserimento lavorativo per i giovani e per le donne
		1.1.3	Diffusione della cultura d'impresa
		1.1.4	Corsi specialistici (a supporto dell'innovazione dei settori a vacazione territoriale)
1.2	Sinergie con Università, mondo della Ricerca e Poli di Innovazione	1.2.1	Attivazione di rapporti di collaborazione
1.3	Promozione di Laboratori e Centri di Innovazione	1.3.1	Analisi dei bisogni di innovazione del territorio
		1.3.2	Attivazione di un centro di Innovazione Territoriale

8. GLI INTERVENTI OPERATIVI

2. POLITICHE DI RETE E DI INTEGRAZIONE PRODUTTIVA			
2.1	Integrazione produttiva e attivazione Reti "<i>corte</i>" e "<i>lunghe</i>"	2.1.1	Attivazioni di "reti" tra le imprese nei settori a vocazione territoriale (abbigliamento-cuoio, agroalimentare, legno, meccanica, turismo)
		2.1.2	Attivazione reti intersettoriali

8. GLI INTERVENTI OPERATIVI

3. COMPETITIVITÀ DEL SISTEMA PRODUTTIVO ENDOGENO			
3.1	Progetti di Innovazione Tecnologica	3.1.1	Rinnovo Macchinari
		3.1.2	Progetti di innovazione di prodotto, di processo e organizzativa
		3.1.3	Progetti di Information Technology
		3.1.4	Progetti di nuovi investimenti produttivi
3.2	Sviluppo di imprese nel terziario avanzato	3.2.1	Creazione Nuove Imprese
3.3	MKTG territoriale e attrazione di nuove imprese	3.3.1	Attivazione di un fondo per l'attrazione di imprese esterne
		3.3.2	Politiche di Marketing Territoriale
3.4	Ingegneria Finanziaria	3.4.1	Sostegno al credito
		3.4.2	Patto Tributario con i Sindaci

8. GLI INTERVENTI OPERATIVI

4. ECO-SOSTENIBILITA' DEL TERRITORIO e GOVERNANCE			
4.1	Welfare Territoriale	4.1.1	Interventi specifici sul sociale
		4.1.2	Impresa sociale
4.2	Recupero aree dismesse	4.2.1	Interventi di riqualificazione
4.3	Utility	4.3.1	Ciclo dei rifiuti e raccolta diff.
		4.3.2	Sviluppo di fonti rinnovabili
4.4	Messa in sicurezza del territorio e mobilità	4.4.1	Interventi di riqualificazione urbana
		4.4.2	Interventi sulla mobilità
4.5	Ricettività pubblica e privata e infrastrutturazione turistica	4.5.1	Rafforzamento strutture esistenti e creazione nuove strutture-
		4.5.2	Riconversione a fini turistici del patrimonio pubblico
		4.5.3	Implementazione pacchetti turistici e politiche di marca
4.6	Governance	4.6.1	Attivazione Cabina di Regia

PICCOLA BIBLIOGRAFIA

- ▶ ICE: Rapporto 2010-2011, L'Italia nell'economia internazionale
- ▶ Economia e Società in Abruzzo, Cresa, Anno 2010
- ▶ Congiuntura Economia Abruzzese, Cresa, 4^ Trim. 2011
- ▶ Annuario delle industrie Abruzzesi, Cresa, Anno 2009
- ▶ Annuario delle aziende Abruzzese del Terziario Avanzato, Cresa, Anno 2011
- ▶ Imprese per settori ed addetti, Anno 2011 Camera di Commercio di Teramo