

XXXII Conferenza scientifica annuale
Torino, 15-17 settembre 2011

**A TRADE AREA REPORT TO SUPPORT EUROPEAN STRATEGY
OF DEVELOPMENT**

Marianna CARLINO¹ , Giuseppe CONFESSORE^{1,2,3} , Federico FIORENTINI³ , Maurizio TURINA^{1,2,3}

1 Istituto di Tecnologie Industriali e Automazione - Consiglio Nazionale delle Ricerche, Strada della Neve, 00016 Montelibretti (Roma)

2 Dipartimento di Ingegneria dell'Impresa - Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", Via del Politecnico n. 1, 00133 Roma

3 Università Europea di Roma – Convenzione con Istituto Carolus Magnus, Via Aldobrandeschi 190 , 00163 Roma

m.carlino@itia.cnr.it , g.confessore@itia.cnr.it , direzione@brdconsulting.it , turina@ing.uniroma2.it

SOMMARIO

Il presente lavoro si pone l'obiettivo di realizzare un sistema di supporto alle decisioni a vantaggio degli attori pubblici e privati operanti in un determinato territorio. Per la realizzazione del suddetto sistema si è costituito un team eterogeneo di soggetti proveniente dal mondo della ricerca, della formazione e della consulenza, con l'obiettivo di strutturare un applicativo capace di indirizzare le scelte di posizionamento strategico e di dimensionamento degli investimenti all'interno di un sistema di sviluppo locale. Il gruppo di ricerca, nell'A.A. 2009/2010, ha organizzato un Master di I° livello in Retail Management presso l'Università Europea di Roma per focalizzare e indirizzare lo studio sulla rete di franchising italiana popolando banche dati contenenti un'esaustiva mappatura del sistema commerciale nazionale. Tutto ciò ha permesso di ottenere un cruscotto di performance territoriale focalizzato su indicatori di contesto e indicatori socioeconomici riconducibili all'operato dei soggetti che interagiscono in una determinata area. Per ottenere ciò è stato necessario seguire il seguente percorso di studio: (i) analisi dei dati forniti dalle società suddette e da enti riconosciuti quali Unioncamere e Cerved; (ii) progettazione di un cruscotto d'indicatori di sintesi ; (iii) elaborazione dei dati alla luce degli indicatori selezionati e strutturazione di idonee mappe di densità; (iv) elaborazione dello strumento di supporto alle decisioni su un area pilota (provincia di Chieti) e conclusioni di massima per verificare la possibilità di estendere la metodologia a livello comunitario.

1. Introduzione

E' possibile ipotizzare un modello in grado di quantificare il valore attrattivo di un territorio e rendere efficiente l'allocazione di un investimento tra gli attori operanti all'interno di un rete collaborativa? Questo è l'obiettivo del gruppo di ricerca che, attraverso l'elaborazione di banche dati di primario interesse nazionale contenenti notevoli informazioni sulle caratteristiche distintive delle aziende locali, ha sviluppato uno strumento di supporto alle decisioni, ottenendo contestualmente sia mappe di densità riferite ad un cluster di aziende determinate all'interno della provincia di Chieti, sia un cruscotto di performance territoriale focalizzato su indicatori "*propri*" di un territorio o di un mercato quali ad esempio la costituzione demografica o il ROE medio del settore specifico, e indicatori "*critici*" riconducibili all'operato dei soggetti che interagiscono in una determinata area, quali ad esempio il tasso di mortalità o il fatturato delle singole imprese, la percezione dei clienti per lo specifico punto vendita, etc.... Il lavoro di ricerca è stato realizzato grazie all'utilizzo di tracciati record esclusivi e costantemente aggiornati che ha reso possibile l'acquisizione di un patrimonio informativo sufficientemente esaustivo ed in grado di generare un dataware-house al momento inesistente sul territorio nazionale, attraverso metodologie di codifica georeferenziata funzionali all'individuazione di campi comuni. Le caratteristiche degli applicativi di supporto alle decisioni oggi presenti sul mercato, pongono grande enfasi alla georeferenziazione degli indirizzi della specifica attività d'impresa, a cui vengono normalmente allegate tabelle, grafici e mappe tematiche, indicatori (popolazione diurna, n. esercizi commerciali), una segmentazione per stili di vita, reddito disponibile, alcuni indici di consumo, ma non tengono nella giusta considerazione informazioni di natura "economico-finanziaria" utili a supportare concretamente le ipotesi di nuovi investimenti.

2. Metodologia

Il protocollo d'intesa siglato tra CNR – Area RM1 di Montelibretti e BRD consulting per valorizzare i servizi attuali attraverso metodi di ricerca e modellazione matematica, nonché di diffusione e pubblicazione dei risultati raggiunti, ha permesso di studiare un "*cluster territoriale*" (provincia di Chieti) dal quale sono stati estratti i dati necessari a mettere a punto un modello sufficientemente robusto e rappresentativo dell'universo di aziende che oggi operano prevalentemente nel settore del commercio. I risultati del gruppo di ricerca permetteranno di operare in ambiti applicativi più in linea con le esigenze del settore ed il Trade Area Report aiuterà a valutare l'attrattività di un territorio strutturando nuovi possibili modelli per orientare le scelte di allocazione di nuovi investimenti. La realizzazione di uno strumento a supporto dello sviluppo economico e commerciale esprime, quindi, il passaggio da una metodologia di ricerca del "*sapere*" ad una del metodologia del "*saper fare*", attraverso l'introduzione di strumenti di simulazione.

3. Focus: la strutturazione di un cruscotto performance indicators

Tale metodologia di collegamento delle informazioni contenute nelle singole banche dati ha permesso di elaborare degli indicatori "critici" riconducibili ad aspetti di natura socio-demografica e "propri" riconducibili invece alle caratteristiche distintive ed economico-finanziarie del "cluster analizzato". E' evidente che i vincoli di bilancio propri di qualsiasi gruppo di ricerca non hanno permesso lo studio su un campione maggiormente attendibile dell'universo statistico da analizzare ma, come anticipato precedentemente, obiettivo del gruppo di ricerca era focalizzare l'attenzione sul metodo di lavoro e attraverso la sperimentazione di questo cruscotto di indicatori su cluster di imprese industriali e commerciali, in quanto sarà possibile individuare il metodo per sintetizzare un "Performance Indicators" unico capace di esprimere il livello di attrattività del territorio, favorendo in seconda istanza, anche l'accesso al credito o a contributi pubblici da parte di soggetti interessati ad investire su un'area considerata più o meno strategica. In particolare il "cluster territoriale" al quale il gruppo di ricerca ha destinato l'elaborazione statistica TAR (Trade Area Report), costituito da aziende individuate su un universo provinciale di 4889, ha dimostrato la possibilità di strutturare uno strumento di supporto alle decisioni partendo dall'assunto che i dati dell'interno dell'universo statistico fossero reperibili per il 48% delle aziende oggetto di studio (cui il 51% ha come ultimo bilancio il 2008, il 46% il 2007 e solo il 3% il 2006). Le informazioni disponibili dimostrano, quindi, la possibilità di strutturare un applicativo Demo di supporto alle decisioni in grado di processare grandi quantità di dati e caratterizzato da un dataware-house contenete le seguenti informazioni microeconomiche per lo sviluppo di indicatori di contesto :

- anno di costituzione aziendale
- ricavi vendite e servizi (dato da conto economico) per ultimi 2 anni disponibili
- altri ricavi (dato da conto economico) per ultimi 2 anni disponibili
- risultato ante imposte (dato da conto economico) per ultimi 2 anni disponibili
- indice di redditività vendite (ROS) per ultimi 2 anni disponibili
- indice di redditività capitale (ROE) per ultimi 2 anni disponibili
- Ebitda/vendite (%) per ultimi 2 anni

Indicatori "propri"

In particolare nel settore commercio avendo a disposizione per ogni franchisor le suesposte informazioni, è possibile determinare i valori di: media, minimo e massimo per settore. Per estendere l'analisi anche agli altri settori bisogna disporre di un campo che determini il settore di appartenenza di ciascun franchisor; oppure come per il caso del settore FOOD, avere le info dei singoli franchisee.

Calcolata la media dei vari indici organizzata per settore è possibile determinare un “indice di distanza” di ogni indice dal valore medio allo scopo di indicare quanto l’efficienza del singolo franchisor si discosta dalla media dei concorrenti di settore. È possibile inoltre calcolare le somme dei ricavi di vendita per settore. Per cui i principali indici ottenibili attraverso l’elaborazione dei ricavi possono essere:

- **Quota di mercato per settore:** il rapporto tra ricavo di vendita del franchisor e il ricavo di vendita totale del settore
- **Indice di Herfindahl-Hirschman (HHI):** la somma dei quadrati delle quote di mercato (esprese in percentuale) detenute da ciascun franchisor; serve per misurare il grado di concorrenza presente in un determinato settore.

$$HHI = \sum_{i=0}^n (q_i * 100)^2$$

dove q_i è la quota di mercato dell’ i -esimo franchisor. Il valore di HHI è sempre positivo e al massimo pari a 10.000, nel caso vi sia un solo franchisor per il settore in oggetto. Un valore di HHI compreso tra 1.000 e 1.800 indica che il mercato è moderatamente concentrato. Un valore dell’indice superiore a 1.800 si registra in mercati concentrati.

- **Indice di concentrazione di Gini:** è un indicatore che offre una misura della concentrazione di dei ricavi. È così definito:

$$R_G = \frac{\sum_{i=1}^{n-1} (P_i - Q_i)}{\sum_{i=1}^{n-1} P_i}$$

Inoltre, per ogni franchisor (e per settore) possono essere determinati per ogni regione o area geografica i seguenti indici:

- **Concentrazione geografica:** il numero di franchisee del franchisor presenti nell’area geografica e la loro collocazione sul territorio (visualizzazione su mappa)
- **Indice di densità aziendale:** il numero di franchisee del franchisor per il numero di abitanti dell’area geografica.
- **Indice di “concorrenza geografica”:** il numero di franchisee del franchisor presenti nell’area geografica rispetto ai concorrenti.

Analogamente l'acquisizione di informazioni socio-economiche all'interno del "*cluster territoriale*" oggetto di studio ha permesso l'individuazione di particolari indicatori macroeconomici quali:

Indicatori "critici"

- **Caratteristiche socio-demografiche**
- **Caratteristiche macroeconomiche**
- **Distribuzione per età, sesso e stato civile**
- **Livello di scolarizzazione**
- **Struttura delle famiglie**
- **Stato delle abitazioni**
- **Tasso di occupazione e posizione nella professione**
- **Mobilità giornaliera e popolazione diurna**
- **Reddito e consumi delle famiglie**
- **Raggruppamento e segmentazione stili di vita**

Per realizzare questo cruscotto di indicatori sono stati utilizzati specifici strumenti di analisi geografica e censuaria messi a punto da G&O e BRD per la Trade Area Analysis . Le fonti utilizzate per il modulo statistical analysis sono state :

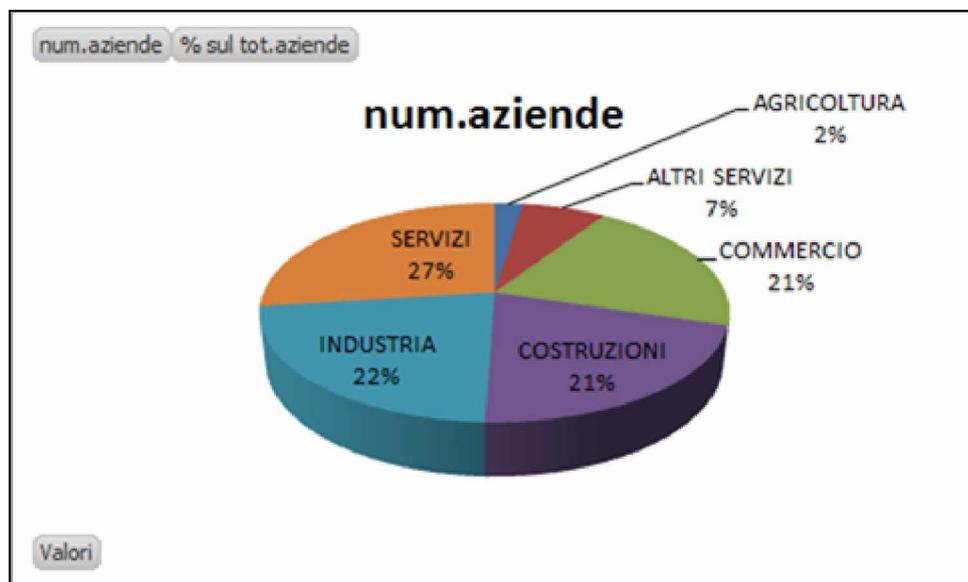
- Istat, Censimenti della Popolazione e delle Attività Produttive
- Istat, dati demografici annuali
- Ministero delle Finanze, Dati del Gettito IRPEF
- Unione delle Camere di Commercio
- Banca d'Italia, indagine sui "Bilanci delle Famiglie"
- Nostre Banche Dati

Tra le **variabili**, oltre agli indicatori sociodemografici censuari, **rappresentati ciascuno con un proprio grafico**, vengono presentati alcuni indicatori specificatamente elaborati per il TradeAreaReport, che includono **prodotti dei tematismi**, ovvero delle **mappe dell'area colorate in funzione dei valori** che assumono le diverse variabili, per consentire di visualizzare a colpo d'occhio "**dove**" si **concentrano nell'area i diversi indicatori (reddito, popolazione diurna, esercizi commerciali)**. Inoltre viene presentata, sia con dei grafici che con dei tematismi, la distribuzione territoriale degli "**stili di vita**", **una metodologia che** suddivide i consumatori in gruppi omogenei dal punto di vista socio-economico.

4. Trade Area Report TM : Analisi statistica nella provincia di Chieti

Il metodo utilizzato per strutturare una *Demo* dello strumento di supporto alle decisioni è stato quello sperimentare il cruscotto di *performance indicators* all'interno di una provincia italiana caratterizzata da un buon equilibrio intersettoriale. La provincia di Chieti ha queste caratteristiche e basandosi sulla classificazione intersettoriale Istat (6 categorie) integrata dai codici Ateco , è stato possibile ipotizzare la procedura migliore per selezionare un campione di aziende su l'universo statistico delle aziende provinciali. In particolare si è provveduto ad estrarre un numero di aziende che esprimessero, almeno settorialmente, una buona approssimazione dell'universo aziendale in provincia di Chieti (4889 aziende), classificandole in base alle macro categorie Istat :

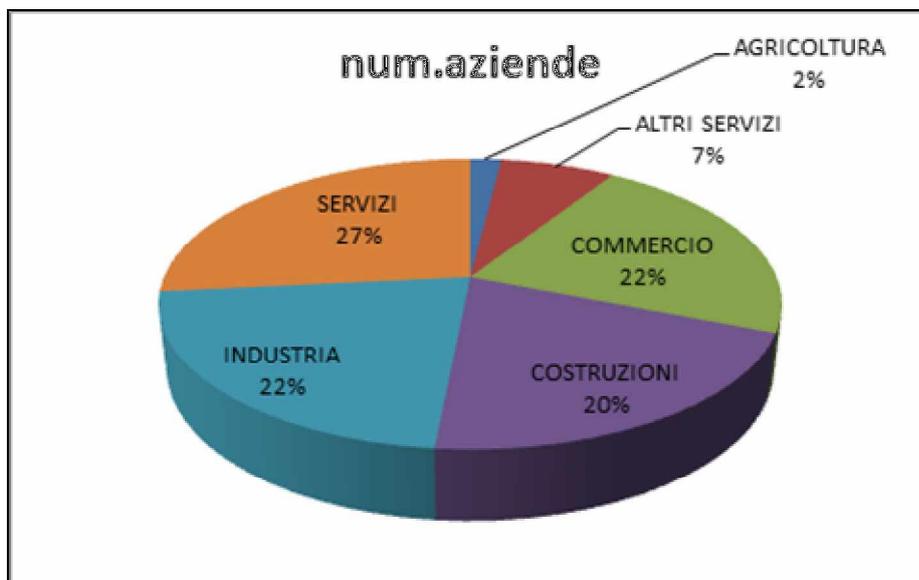
categoria	num.aziende	% sul tot.aziende
AGRICOLTURA	114	2,33%
ALTRI SERVIZI	337	6,89%
COMMERCIO	1007	20,60%
COSTRUZIONI	1013	20,72%
INDUSTRIA	1095	22,40%
SERVIZI	1323	27,06%
Totale complessivo	4889	100,00%



Volendo usare questa ripartizione numerica come base unica per definire il campione è stato necessario sacrificare alcuni dati, per cui il gruppo di ricerca ho compreso nel campione aziende per le quali non esisteva, ad esempio, il numero di dipendenti nell'ultimo anno di attività, ha compreso nell'analisi anche aziende delle quali era disponibili i dati economici che si riferiscono al 2008. Così facendo si è

ottenuto un campione di 1252 aziende del tutto rappresentativo del presunto universo, avente queste caratteristiche:

categoria	num.aziende	% sul tot.aziende
AGRICOLTURA	24	1,92%
ALTRI SERVIZI	89	7,11%
COMMERCIO	276	22,04%
COSTRUZIONI	256	20,45%
INDUSTRIA	274	21,88%
SERVIZI	333	26,60%
Totale complessivo	1252	100,00%



Quindi, partendo dall'indirizzo della nuova attività è stato elaborato un inquadramento generale dell'area, della viabilità, ecc..... Sono state poi disegnate **fino a quattro isocrone (a piedi e/o in automobile)** e poi estratti tutti i dati sociodemografici relativi alla popolazione presente entro ciascuna delle quattro isocrone. Una isocrona è una linea ottenuta "camminando" per un dato numero di minuti a partire dalla posizione dell'attività target su cui attuare l'azione di simulazione. In questo modo sono stati inclusi tutti coloro che effettivamente possono raggiungere l'attività dalla loro abitazione in quel dato numero di minuti. Esempi di isocrone per un medio supermercato potrebbero essere di 5 e 10 minuti a piedi e, se presente un parcheggio, di 5 e 10 minuti in automobile, e così via. Le isocrone vengono definite in base alle abitudini di acquisto dei clienti per quella data tipologia di esercizio commerciale e per la presenza o meno di infrastrutture ed altri elementi attrattivi (viabilità, parcheggi di scambio, vocazione commerciale della zona, mezzi pubblici, ecc.). Le isocrone calcolate vengono poi sovrapposte alla geometria delle sezioni di censimento, estraendo quelle porzioni di ciascuna sezione **incluse nelle diverse isocrone, totalizzandone poi le variabili statistiche.** Tali

variabili non sono altro che il numero di persone, divise per fascia d'età, grado di scolarizzazione, numero di componenti del nucleo familiare, occupazione e così via, che vivono all'interno del bacino d'utenza teorico. Ricordiamo che il bacino d'utenza è "teorico" (pur trattandosi di numeri veri) per distinguerlo dal bacino di utenza "reale" che è costituito dal territorio abitato dai clienti effettivi. In altre parole il **bacino d'utenza teorico corrisponde a quel territorio nel quale la popolazione ha accesso alla attività commerciale, mentre il bacino d'utenza reale** corrisponde al territorio nel quale abitano le persone che sono clienti effettivi di una **attività esistente**. Una volta estratti i dati dei diversi bacini d'utenza, sono state calcolate le **distribuzioni percentuali delle varie modalità delle variabili**, che sono state confrontate con le distribuzioni percentuali provinciali e nazionali, per esaltare le eventuali difformità. In altre parole si può notare ad esempio che la popolazione limitrofa al bacino d'utenza ha un grado di scolarità più elevato o un numero minore di componenti medi della famiglia o una struttura per età più avanzata delle corrispondenti distribuzioni provinciali o nazionali, ecc..... Il risultato dell'analisi attraverso TAR (Trade Area Report) è di seguito riportato negli aspetti salienti attraverso un Report sintetico posto in forma grafica :

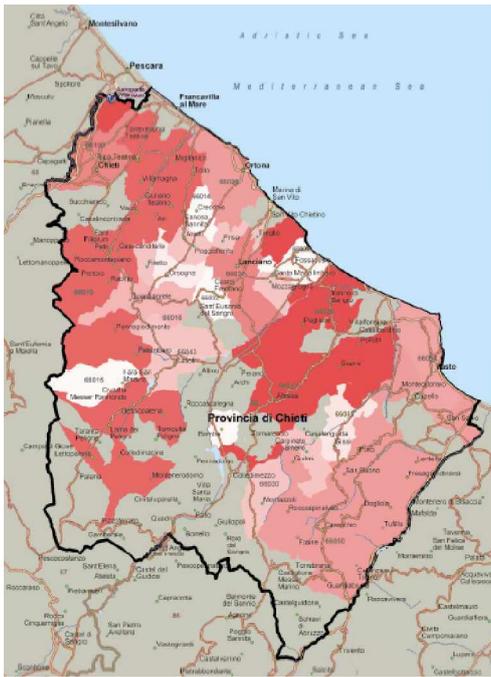


Mappa densità settore Commercio

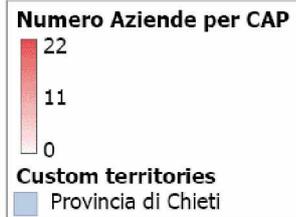


Indice Herfindahl-Hirsschman HHI settore COMMERCIO



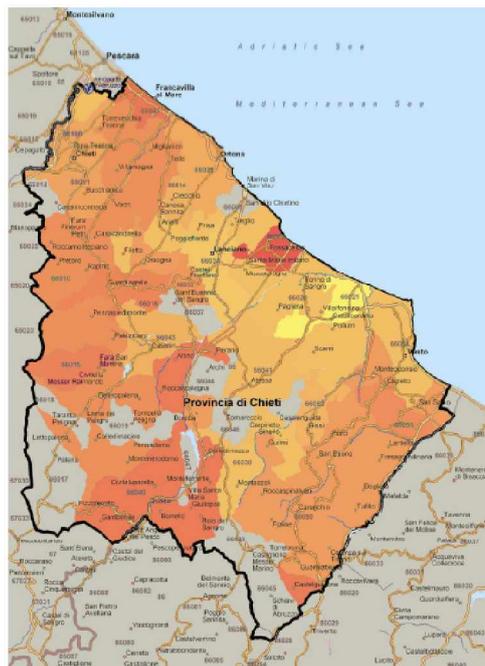


Mappa densità settore Industria



Quota mercato per settore

AGRICOLTURA	ALTRI SERVIZI	COMMERCIO	COSTRUZIONI	INDUSTRIA	SERVIZI
0,012383093	0,016572823	0,05331657	0,078936025	0,80565896	0,0331325



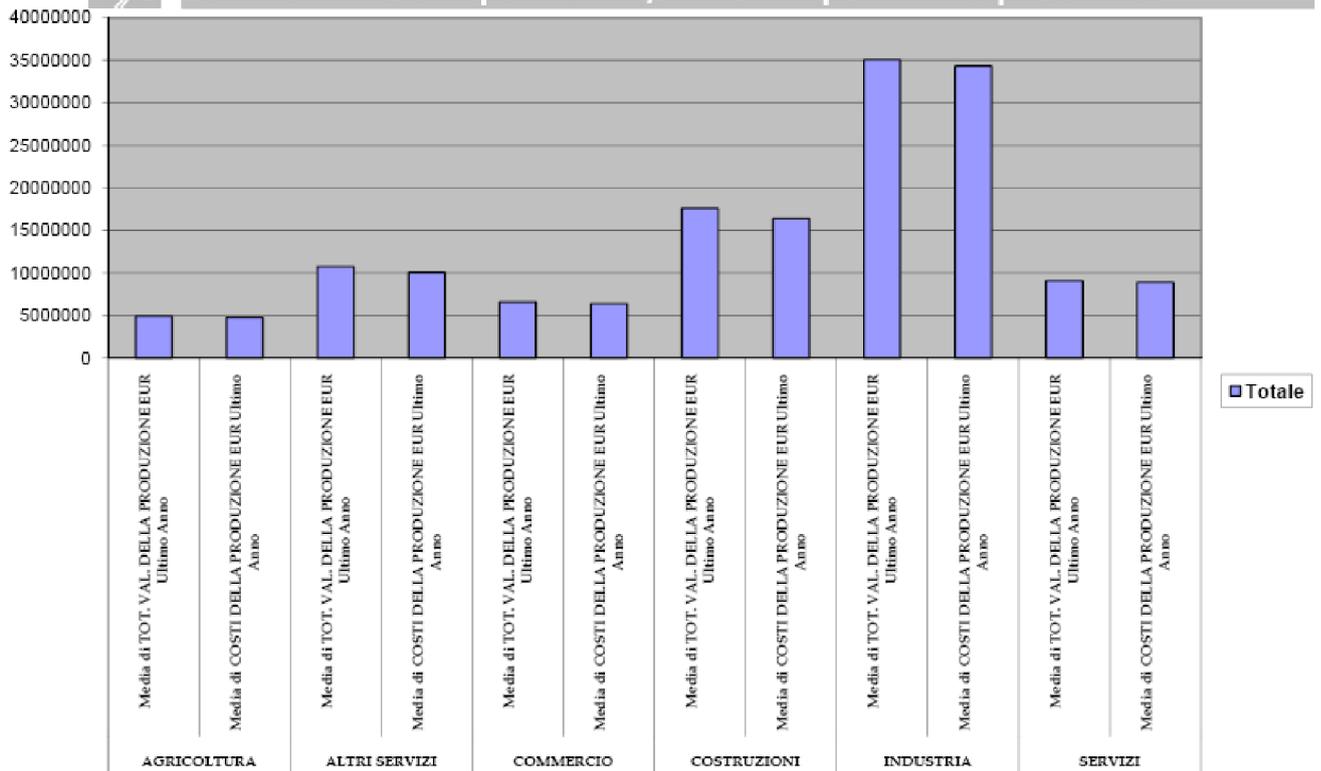
INDUSTRIA (Ebitda/vendite%):
sotto quali CAP si fa meglio del settore ?

INDUSTRIA (Ebitda/vendite%): media per CAP della distanza dalla mediana di tutte le aziende della provincia

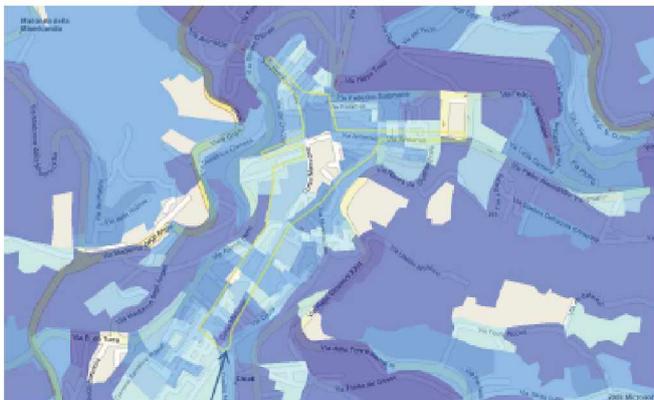




Valore medio della produzione/costi della produzione per settore



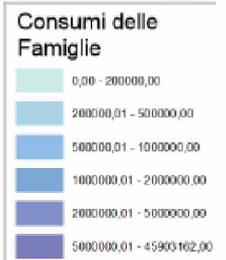
TEMATISMO DEI CONSUMI



CENTRO COMMERCIALE NATURALE



CENTRO STORICO





CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE

	CCn	Cstorico	Prov.	ITALIA
Popolazione residente	738	3.549	382.076	56.995.744
maschi	326	1.553	185.450	27.586.982
femmine	412	1.996	196.626	29.408.762
<5	26	116	16.185	2.618.794
5-14	56	279	36.235	5.484.391
15-19	26	151	21.184	2.963.629
20-34	118	590	79.989	12.214.908
35-59	242	1.165	126.306	19.603.201
>60	271	1.249	102.177	14.110.821
Popolazione DIURNA (a)	2.054	6.551	372.383	55.412.568
Famiglie	314	1.416	139.822	21.810.676
Edifici	201	868	113.765	12.812.528
Abitazioni	469	1.935	186.604	27.291.993

(a) È una misura della popolazione al Censimento 2001 che dimora stabilmente in una certa zona durante le ore diurne, cioè le ore in cui normalmente si svolge l'attività lavorativa. Non comprende quindi chi si reca in zona per studio, acquisti, affari o altri motivi. È calcolato dalla popolazione residente (detta pure popolazione notturna) sottraendo "gli occupati" cioè la parte di popolazione che lavora (indipendentemente dal luogo di lavoro) e sommando "gli addetti" cioè le persone che lavorano in zona (indipendentemente dal luogo di lavoro) e sommando "gli addetti"



CARATTERISTICHE ECONOMICHE

	CCn	Cstorico	Prov.	ITALIA
Addetti	1.586	4.186	125.628	18.832.283
Unità Locali	491	1.184	29.212	4.609.871
Reddito disponibile per famiglia (b) - valori in € -	54.583,93	50.690,72	37.815,25	43.123,97
Consumi per famiglia (c) - valori in € -	46.996,28	44.178,19	34.084,27	37.837,31
di cui alimentari	6.585,79	6.792,21	6.620,15	6.609,35
	(14,0%)	(15,4%)	(19,4%)	(17,5%)

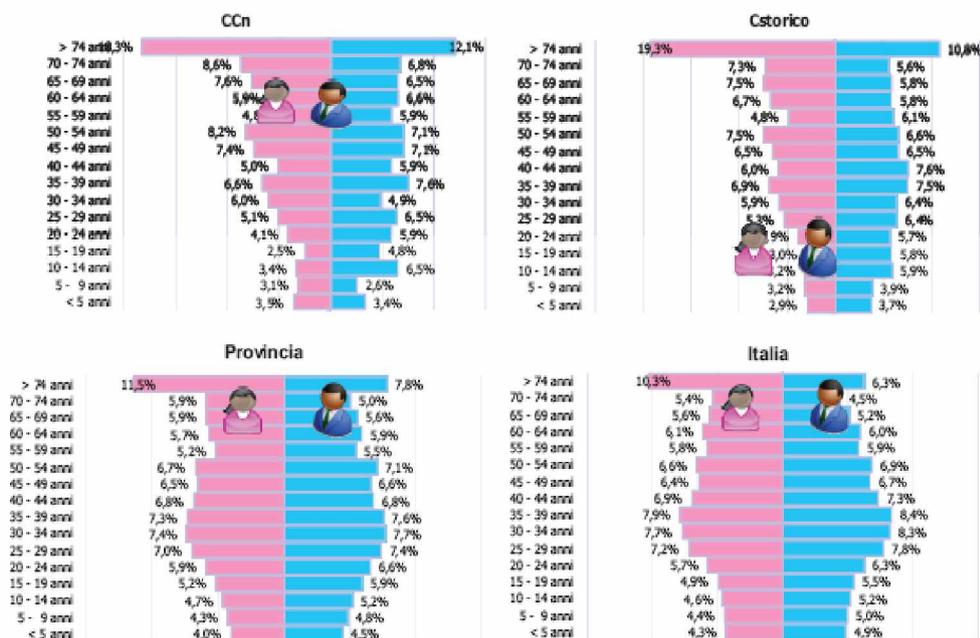
(b) rappresenta quanto in media ogni famiglia residente ha a disposizione per spese o risparmio. È riportato il valore del 2004.

(c) Rappresenta quanto ogni famiglia residente spende in media per beni e servizi indipendentemente dal luogo di soesa. È riportato il valore del 2004

Redditi e consumi sono stati stimati con un processo a due stadi:

- sono stati stimati i valori comunali a partire da quelli provinciali mediante modelli di regressione multipla basati su variabili economiche e socio-economiche
- si sono stimati quindi i valori a livello di sezione di censimento disaggregando il dato comunale sulla base di diversi modelli di stima sia regressivi che classificatori basati su variabili socio-economiche.

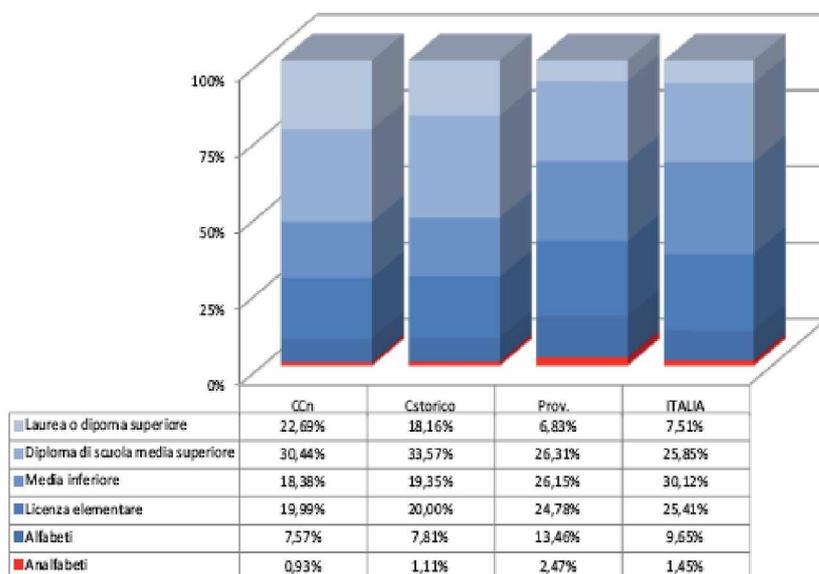
LA PIRAMIDE DELLE ETÀ



La piramide delle età permette di individuare le diversità e le asimmetrie di genere presenti nelle classi di età nelle quali è distribuita la popolazione residente in ciascuna delle isocrone analizzate e nel contesto provinciale e nazionale.

Individua nei grafici la classe di età che presenta difformità più marcate tra i diversi ambiti territoriali e verifica a quale genere corrisponde. In questo modo puoi mettere a fuoco eventuali peculiarità di genere nella popolazione presente nel tuo bacino d'utenza teorico rispetto a quella provinciale e nazionale.

LIVELLO DI SCOLARIZZAZIONE



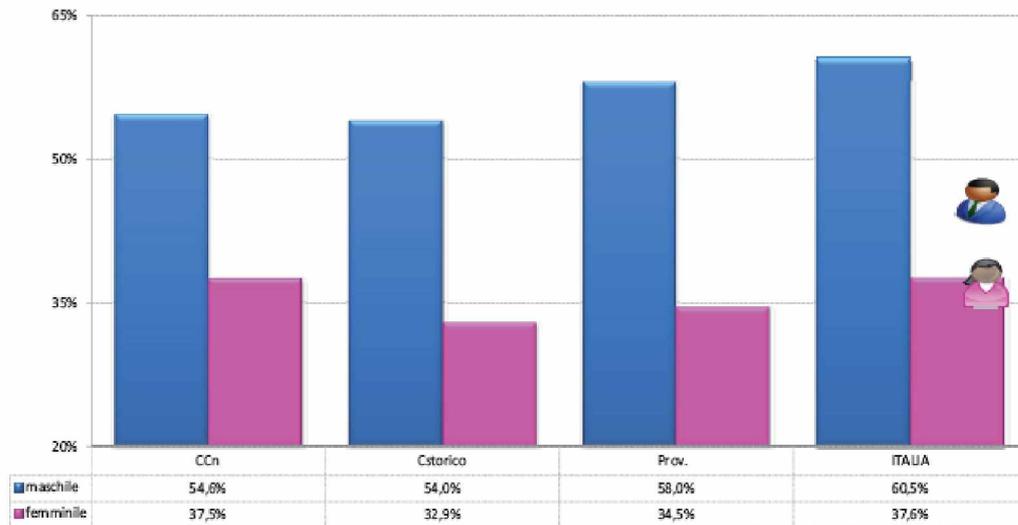
Il grafico e la relativa tabella forniscono un quadro completo sulla formazione scolastica delle persone residenti nelle isocrone analizzate. Tale rappresentazione permette un confronto immediato con la corrispondente distribuzione sia provinciale sia nazionale. Il dato è ottenuto dividendo il numero di persone con un certo titolo di studio (numeratore) per la popolazione maggiore di 6 anni (denominatore).

In Italia, ad esempio il 30% della popolazione possiede un diploma di scuola media inferiore; il 26% un diploma di scuola media superiore; il 25% il diploma di scuola elementare. Solo il 7% possiede il diploma di laurea.

Individua nelle barre del grafico il colore della fascia che presenta difformità più marcate tra le diverse barre e verifica a quale livello di scolarizzazione corrisponde. In questo modo puoi mettere a fuoco eventuali peculiarità della popolazione presente nel tuo bacino d'utenza teorico rispetto a quella provinciale e nazionale.



TASSO DI ATTIVITÀ

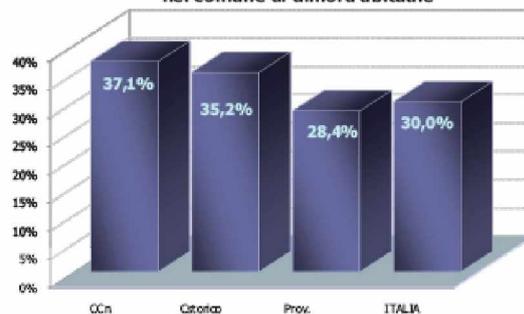


Il tasso di attività misura l'offerta di lavoro nel breve periodo intesa come popolazione attiva, rapportata alla popolazione in età lavorativa. È dato dal rapporto percentuale avente al numeratore la popolazione di 15 anni e più appartenente alle forze di lavoro e al denominatore il totale della popolazione della stessa classe di età. In Italia tale rapporto è pari al 49% (con una differenza di 23 punti percentuali tra maschi e femmine). Individua nel grafico il colore della barra che presenta difformità più marcate e verifica a quale genere corrisponde. In questo modo puoi mettere a fuoco eventuali peculiarità della popolazione presente nel tuo bacino d'utenza teorico rispetto a quella provinciale e nazionale.



MOBILITÀ GIORNALIERA

Quota percentuale della Popolazione residente che si sposta **giornalmente** nel comune di dimora abituale



Spostamenti quotidiani che le persone residenti effettuano ogni giorno per raggiungere il luogo di studio o di lavoro (mobilità giornaliera).

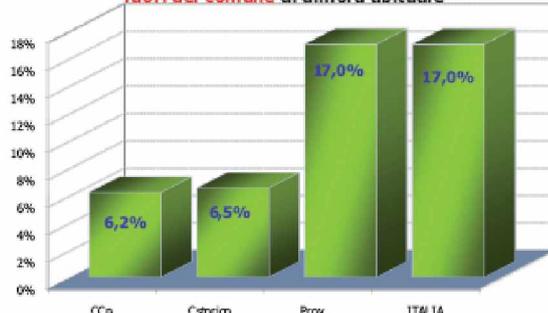
In Italia, circa metà della popolazione, 26.764.361 di persone, si sposta ogni giorno dall'alloggio di dimora abituale per raggiungere il luogo di studio o di lavoro (27.540.211 nel 1991). Si tratta del 47,0% della popolazione residente.

I valori più elevati si raggiungono al Nord, soprattutto in Lombardia (52,9%), Trentino-Alto Adige (52,6%) e Veneto (52,0%), mentre i valori minimi sono registrati al Sud, in particolare in Calabria (39,3%), Sicilia (39,6%) e Campania (41,0%).

Il 63,8% (17.066.957) delle persone che quotidianamente si spostano lo fa per andare al lavoro mentre il restante 36,2% (9.697.404) si muove per raggiungere il luogo di studio.

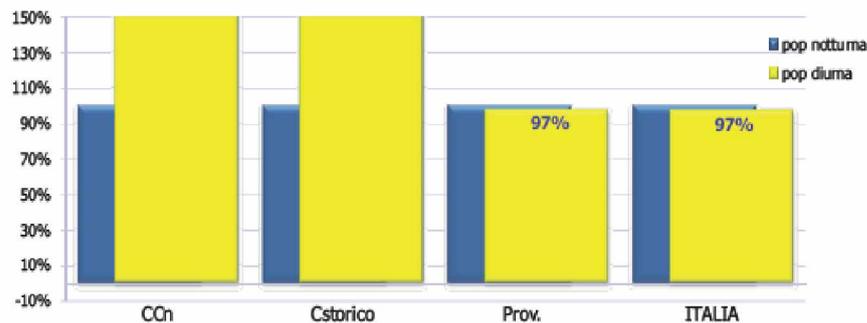
Le persone si spostano giornalmente soprattutto all'interno dello stesso comune di dimora abituale (17.079.198 unità pari a 30% della popolazione residente) e verso altri comuni della stessa provincia (pari al 17%).

Quota percentuale della Popolazione residente che si sposta giornalmente **fuori del comune** di dimora abituale





POPOLAZIONE DIURNA



La popolazione diurna è una misura della popolazione al Censimento 2001 che dimora stabilmente in una certa zona durante le ore diurne, cioè le ore in cui normalmente si svolge l'attività lavorativa. È calcolata dalla popolazione residente (detta pure popolazione notturna) sottraendo gli "occupati" cioè la parte di popolazione residente che lavora (indipendentemente dalla zona) e sommando gli "addetti" cioè le persone che lavorano in zona (senza necessariamente risiedervi).

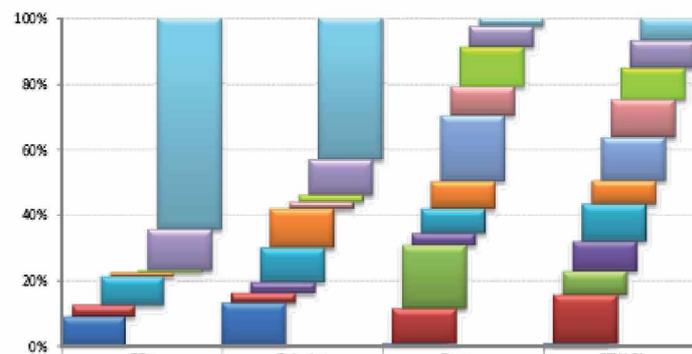
Nel grafico la popolazione diurna (numeratore) viene confrontata con la popolazione residente (denominatore). In tal modo è possibile individuare le zone in cui esiste un equilibrio tra posti di lavoro e popolazione residente e quelle in cui si verifica uno squilibrio: zone dormitorio (valori inferiori a 100) e zone industriali o direzionali (valori superiori a 100)

Si noti che il numero di persone che lavorano in una certa zona non coincide con gli addetti ma è leggermente superiore in quanto negli "addetti" l'ISTAT non ha rilevato ad esempio i cosiddetti co.co.oo, i soci di aziende retribuiti con fattura, i lavori interinali e, ragionevolmente, parte del lavoro sommerso. Questi ed altri fattori (diversità di rilevazione nei due censimenti, italiani residenti che lavorano all'estero, ecc) fanno sì che il dato di popolazione diurna sia in generale più basso della popolazione residente a livello Italia o di territori piuttosto vasti. Ciò non inficia tuttavia l'efficacia del dato nel valutare il bilancio dei flussi di persone che giornalmente rimangono, partono e arrivano in una zona di lavoro:

- un valore della popolazione diurna superiore a quella residente indica una zona attrattiva in termini di posti di lavoro;
- un valore uguale o poco inferiore (3-7%) indica un sostanziale equilibrio tra flussi di popolazione entrante e uscente;
- un valore via via più basso caratterizza le zone con vocazione prettamente residenziale fino a cosiddetti "quartieri dormitorio".



RAGGRUPPAMENTO STILI DI VITA



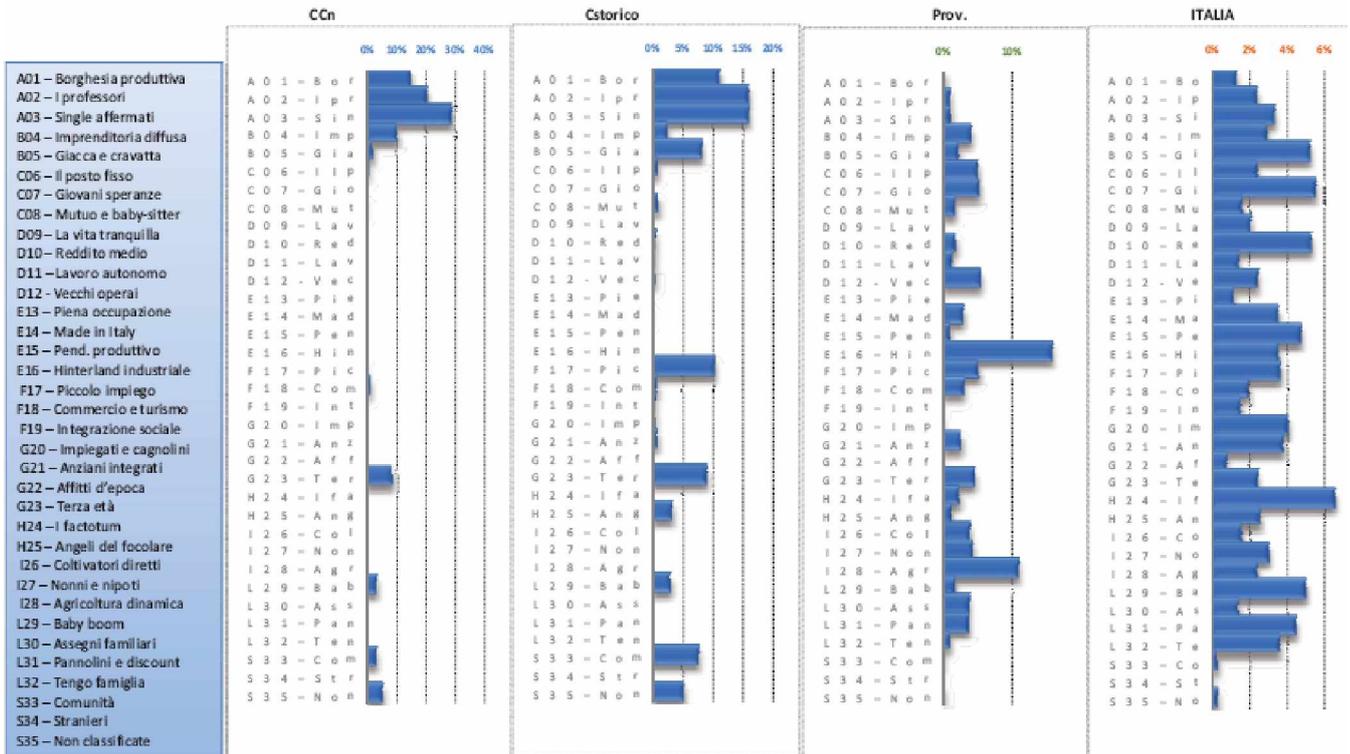
	CCn	Cstorico	Prov.	ITALIA
A – Quartieri alti	64,53%	43,32%	2,63%	7,11%
B – Quartieri bene	12,49%	10,83%	6,36%	8,23%
C – Giovani insediamenti	0,69%	2,03%	12,06%	9,72%
D – Provincia operosa	0,00%	2,04%	8,72%	11,46%
E – Provincia industriale	0,00%	0,00%	20,09%	13,15%
F – Aree intermedie	1,22%	11,98%	8,31%	7,23%
G – Quartieri anziani	8,65%	10,52%	7,49%	11,27%
H – Aree popolari	0,00%	3,30%	3,64%	9,21%
I – Aree agricole	0,00%	0,00%	19,30%	7,11%
L – Giovani famiglie	3,56%	3,01%	10,71%	14,71%
S – Aree speciali	8,87%	12,96%	0,68%	0,79%

Il grafico e la relativa tabella forniscono un quadro completo sulle principali caratteristiche della popolazione che risiede nelle varie isocrone e permette il confronto con la distribuzione provinciale e nazionale.

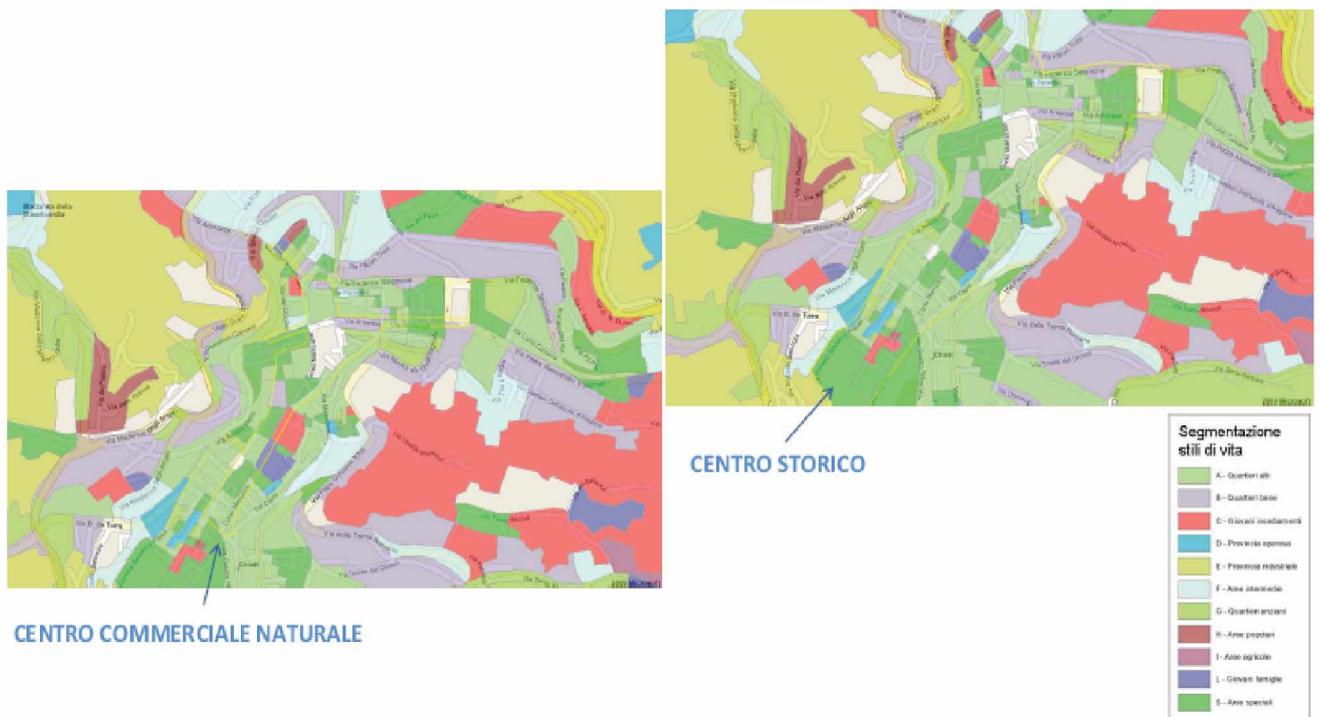
Individua nelle barre del grafico il colore della fascia che presenta difformità più marcate tra le diverse aree e verifica a quale gruppo corrisponde. In questo modo puoi mettere a fuoco eventuali peculiarità della popolazione presente nel tuo bacino d'utenza teorico rispetto a quella provinciale e nazionale.



SEGMENTAZIONE STILI DI VITA



TEMATISMO DEGLI STILI DI VITA NEGLI AMBITI TERRITORIALI



5. Conclusioni

I risultati del gruppo di ricerca sperimentati attraverso il cluster della provincia di Chieti permetteranno di operare in ambiti applicativi più in linea con le esigenze di pianificazione urbanistica e produrre nuovi indicatori, al fine di orientare nuovi possibili modelli collaborativi tra le associazioni di settore ed il policy maker. La realizzazione di uno strumento a supporto alle decisioni a disposizione di attori che decidono se e dove investire, se e dove concedere un credito, se e dove collaborare per un risultato migliore, costituisce un miglioramento notevole rispetto a quanto presente in letteratura e a quanto disponibile sul mercato ponendo le basi per la costruzioni di modelli whatif in grado di simulare l'effetto di particolari decisioni sul tessuto urbano ed imprenditoriale di riferimento. La pubblicazione di questo lavoro costituisce uno degli sforzi messi in atto per rendere fruibili alla comunità scientifica e industriale/commerciale le fasi di sviluppo dello strumento ivi presentato prevedendo la possibilità di estendere tale metodologia anche a livello comunitario attraverso la sperimentazione in particolari contesti e “cluster” internazionali .

Bibliografia

- [1] Baffo I., Confessore G., Turina M. (2008) Studio dei processi di cooperazione per lo sviluppo locale, agli atti della *XXIX Conferenza Italiana di Scienze Regionali*, Bari.
- [2] Baffo I., Confessore G., Turina M. (2009) Uno strumento di supporto per l'assegnamento degli aiuti in regime “de minimis” a favore dello sviluppo locale, agli atti della *XXX Conferenza Italiana di Scienze Regionali*, Firenze.
- [3] Baffo I., Confessore G., Turina M. (2009) - An indicators framework to evaluate industrial cluster developments, to acts of 49° European Congress of the Regional Science Association International, Lodz (Poland).
- [4] Baffo I., Confessore G., Turina M. (2009) - A performance indicators model to shape the geographical clusters development, to acts of 15° ADPR Congress, Cap Verde.
- [5] Baffo I., Confessore G., Fiorentini F., Turina M. (2010) Un cruscotto di performance indicators a supporto del franchising, *Retail & Food* – ediz. marzo - pag. 12.
- [6] Carlino M., Confessore G., Fiorentini F., Turina M. (2010) Il franchising verso un miglioramento delle relazioni fra imprenditori, *Mark up* – ediz. luglio/Agosto 2010 – pag. 108 .
- [7] Baffo I., Carlino M., Confessore G., Fiorentini F., Turina M., Vignoli A. (2010) A geofranchising indicators frame work to support financing strategy for local trade development, agli atti del *Workshop Le prospettive delle scienze regionali italiane*, Milano ed attualmente in processo di *peer reviewed* per l'inserimento nella collana *A.I.S.R.E. edita da Franco Angeli* .
- [8] Confessore G., Turina S., Turina M., Vignoli A. (2011) Definition and analysis of the rules and procedures for the construction of a national model for sustainable development, with indicators of attraction of the area, agli atti della 51° European Congress of the Regional Science Association International , Barcelona – Spain _