



ISTITUTO DI SOCIOLOGIA INTERNAZIONALE
INSTITUTE OF INTERNATIONAL SOCIOLOGY
GORIZIA

VERSO UNA STRATEGIA PER LO SVILUPPO DELL'A- REA TRANSFRONTALIERA DEL GECT GO

Rapporto di ricerca

*Realizzato con il contributo del Fondo Gorizia – Camera di
Commercio Venezia Giulia*

*Laboratorio per la costruzione di relazioni sociali pacifi-
che, attraverso la ricerca scientifica e la formazione, dal
1968*

Giugno 2018

Sommario

SINTESI DELLE ATTIVITÀ REALIZZATE	7
SOMMARIO ESECUTIVO	8
1. MISURAZIONE DELLA PERFORMANCE DELL'AREA TRANSFRONTALIERA DEL GECT GO	8
2. L'INDAGINE.....	10
3. SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI.....	12
1 INTRODUZIONE.....	14
2 MISURAZIONE DELLA PERFORMANCE DELL'AREA TRANSFRONTALIERA DEL GECT GO	15
2.1 NOTE METODOLOGICHE	15
2.2 COMPETITIVITÀ	17
2.2.1 <i>Imprenditorialità</i>	17
2.2.2 <i>Benessere economico</i>	21
2.3 CAPITALE UMANO E SOCIALE	25
2.3.1 <i>Livello d'istruzione</i>	25
2.3.2 <i>Globalismo</i>	26
2.3.3 <i>Creatività</i>	28
2.3.4 <i>Solidarietà</i>	30
2.3.5 <i>Struttura demografica</i>	32
2.3.6 <i>Indice di dipendenza senile</i>	34
3 L'INDAGINE.....	36
3.1 OBIETTIVI	36
3.2 IL QUESTIONARIO	36
3.2.1 <i>Sezione 1 – imprenditorialità e sviluppo locale</i>	36
3.2.2 <i>Sezione 2 – Smartness del territorio comunale</i>	38
3.2.3 <i>Sezione 3 – Sviluppo del GECT GO</i>	41
3.2.4 <i>Sezione 4 – Strategie di sviluppo e fabbisogni delle imprese</i>	43
3.3 PERIODI E MODALITÀ DI SOMMINISTRAZIONE.....	44
4 I RISULTATI DELL'INDAGINE.....	45
4.1 PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO DEI RISPONDENTI	45
4.1.1 <i>Sesso</i>	46
4.1.2 <i>Comune</i>	46
4.2 IMPRENDITORIALITÀ E SVILUPPO LOCALE.....	49
4.2.1 <i>Strategie di sviluppo</i>	49
4.2.2 <i>Profilo imprenditoriale</i>	61
4.3 SMARTNESS DEL TERRITORIO COMUNALE	70
4.3.1 <i>Percezione della dimensione “competitività”</i>	71
4.3.2 <i>Percezione della dimensione “capitale umano e sociale”</i>	73
4.3.3 <i>Percezione della dimensione “ambiente”</i>	75
4.3.4 <i>Percezione della dimensione “mobilità”</i>	77
4.3.5 <i>Percezione della dimensione “partecipazione civica”</i>	79
4.3.6 <i>Percezione della dimensione “servizi”</i>	81
4.3.7 <i>L'indice di smartness</i>	83
4.4 SVILUPPO DELL'AREA TRANSFRONTALIERA DEL GECT GO	84
4.4.1 <i>Livello di relazione tra settori</i>	85
4.4.2 <i>Percezione rispetto allo sviluppo dell'area</i>	88
4.4.3 <i>Ostacoli allo sviluppo dell'area transfrontaliera</i>	98
4.4.4 <i>Azioni e servizi per lo sviluppo della cooperazione transfrontaliera</i>	101

4.5	STRATEGIE DI SVILUPPO E FABBISOGNI DELLE IMPRESE	104
4.5.1	<i>Obiettivi/strumenti di crescita delle imprese</i>	105
4.5.2	<i>Fabbisogni formativi</i>	107
4.5.3	<i>Prospettive per l'inserimento di nuovo personale</i>	108
4.5.4	<i>Strategie volte ad aumentare la competitività delle imprese</i>	110
5	PROPOSTE PER UNA STRATEGIA CONDIVISA E PARTECIPATA DI SVILUPPO	111
	BIBLIOGRAFIA	113

Indice delle figure

Figura 1 - Imprese industriali (2011-2016 – v.a.).....	18
Figura 2 - Attività economiche in proprio (anni 2011-2015 – v.a.).....	21
Figura 3 - Occupati (2011-2015 – v.a.)	23
Figura 4 - Tasso di occupazione (2011-2015 – v. %).....	24
Figura 5 - Popolazione con titolo di studio terziario (2011-2016 – v. %).....	26
Figura 6 - Popolazione straniera (2012-2017 – v. %).....	27
Figura 7 - Industrie culturali (2011-2016 – v.a.)	29
Figura 8 - Occupati nei settori culturali e creativi (2011-2015 – v.a.)	30
Figura 9 - Dimensione media delle famiglie (2011-2015 – v.m.).....	31
Figura 10 - Organizzazioni non profit nel GECT GO (2011 – v. %)	32
Figura 11 - Popolazione over 64 (2012-2017 – v. %)	33
Figura 12 - Indice di vecchiaia (2012-2017 – v. %)	34
Figura 13 - Indice di dipendenza senile (2012-2017 – v. %)	35
Figura 14 - Lingua di compilazione del questionario (N=106).....	45
Figura 15 - Sesso (n=75)	46
Figura 16 - Comune (n=75).....	46
Figura 17 - Rappresentante di: (n=74).....	47
Figura 18 - Rappresentante di: - per area	47
Figura 19 - Dimensione impresa (n=40)	48
Figura 20 - Dimensione impresa - per area	48
Figura 21 - Strategia "Competitività aziendale" (n=106).....	50
Figura 22 - Strategia "Competitività aziendale" - per area.....	51
Figura 23 - Strategia "Marketing territoriale" (n=106).....	52
Figura 24 - Strategia "Marketing territoriale" - per area.....	53
Figura 25 - Strategia "Sviluppo locale" (n=106).....	54
Figura 26 - Strategia "Sviluppo locale" - per area.....	55
Figura 27 - Livello di preferenza rispetto alle strategie di sviluppo (n=106)	56
Figura 28 - Livello di preferenza rispetto alle strategie di sviluppo - ITA	56
Figura 29 - Livello di preferenza rispetto alle strategie di sviluppo - SLO.....	57
Figura 30 - Livello di preferenza rispetto alle strategie di sviluppo - Rappresentanti di impresa	57
Figura 31 - Livello di preferenza rispetto alle strategie di sviluppo - Rappresentanti di istituzione no profit	58
Figura 32 - Livello di preferenza rispetto alle strategie di sviluppo - Rappresentante di organizzazione pubblica.....	58
Figura 33 - Livello di propensione all'innovazione (n=106).....	59
Figura 34 - Livello di propensione all'innovazione - per area.....	59
Figura 35 - Livello di propensione all'innovazione - per tipologia di istituzione rappresentata	60
Figura 36 - Profilo Innovatore (n=93)	61
Figura 37 - Profilo Innovatore - per area	62
Figura 38 - Profilo Collaboratore (n=93).....	63
Figura 39 - Profilo Collaboratore - per area	63
Figura 40 - Profilo Conservatore (n=93)	64
Figura 41 - Profilo Conservatore - per area	65
Figura 42 - Livello di orientamento verso i profili di imprenditore (n=93).....	66
Figura 43 - Livello di orientamento rispetto ai profili di imprenditore - ITA	66
Figura 44 - Livello di orientamento rispetto ai profili di imprenditore - SLO	67
Figura 45 - Livello di orientamento rispetto ai profili di imprenditore - Rappresentanti di impresa	67
Figura 46 - Livello di orientamento rispetto ai profili di imprenditore - Rappresentanti di istituzione no profit ...	68
Figura 47 - Livello di orientamento rispetto ai profili di imprenditore - Rappresentanti di organizzazione pubblica	68
Figura 48 - Livello di propensione al rischio d'impresa (n=93).....	69
Figura 49 - Livello di propensione al rischio d'impresa - per area.....	69

Figura 50 - Percezione della dimensione "Competitività", punteggio medio (n=87)	71
Figura 51 - Percezione della dimensione "competitività", punteggio medio - per area	72
Figura 52 - Percezione della dimensione "Capitale umano e sociale", punteggio medio (n=87).....	73
Figura 53 - Percezione della dimensione "capitale umano e sociale", punteggio medio - per area	74
Figura 54 - Percezione della dimensione "Ambiente", punteggio medio (n=87)	75
Figura 55 - Percezione della dimensione "ambiente", punteggio medio - per area	76
Figura 56 - Percezione della dimensione "mobilità", punteggio medio (n=87)	77
Figura 57 - Percezione della dimensione "mobilità", punteggio medio - per area	78
Figura 58 - Partecipazione civica, punteggio medio (n=87)	79
Figura 59 - Percezione della dimensione "partecipazione civica", punteggio medio - per area	80
Figura 60 - Percezione della dimensione "Servizi" - punteggio medio (n=87)	81
Figura 61 - Percezione della dimensione "servizi", giudizio medio - per area	82
Figura 62 - Livello di relazione tra settori (n=82).....	85
Figura 63 - Livello di relazione tra settori - ITA.....	86
Figura 64 - Livello di relazione tra settori -SLO.....	87
Figura 65 - Pensando all'area transfrontaliera del GECT, quanto è d'accordo, su una scala da 0 a 10, con le seguenti affermazioni (media e deviazione standard):.....	88
Figura 66 - Percezione della dimensione "competitività" nell'area transfrontaliera, punteggio medio: (n=93)	89
Figura 67 - Percezione della dimensione "competitività" nell'area transfrontaliera, punteggio medio - per area	89
Figura 68 - Percezione della dimensione "capitale umano e sociale" nell'area transfrontaliera, punteggio medio: (n=93)	90
Figura 69 - Percezione della dimensione "capitale umano e sociale" nell'area transfrontaliera, punteggio medio - per area	91
Figura 70 - Percezione della dimensione "ambiente" nell'area transfrontaliera, punteggio medio: (n=93)	92
Figura 71 - Percezione della dimensione "ambiente" nell'area transfrontaliera, punteggio medio - per area	92
Figura 72 - Percezione della dimensione "mobilità" nell'area transfrontaliera, punteggio medio: (n=93)	93
Figura 73 - Percezione della dimensione "mobilità" nell'area transfrontaliera, punteggio medio - per area	94
Figura 74 - Percezione della dimensione "partecipazione civica" nell'area transfrontaliera, punteggio medio (n=93)	95
Figura 75 - Percezione della dimensione "partecipazione civica" nell'area transfrontaliera, punteggio medio - per area	96
Figura 76 - Percezione della dimensione "servizi" nell'area transfrontaliera, punteggio medio (n=93).....	97
Figura 77 - Percezione della dimensione "servizi" nell'area transfrontaliera, grado di accordo - per area	97
Figura 78 - Ostacoli allo sviluppo dell'area transfrontaliera del GECT GO (n=93)	98
Figura 79 - Ostacoli allo sviluppo dell'area transfrontaliera nell'area GECT GO - per area	99
Figura 80 - Ostacoli allo sviluppo dell'area transfrontaliera nell'area GECT GO - per tipologia di ente rappresentato	100
Figura 81 - Azioni/servizi che potrebbero favorire lo sviluppo della cooperazione transfrontaliera nell'area GECT GO (n=93).....	101
Figura 82 - Azioni/servizi che potrebbero favorire lo sviluppo della cooperazione transfrontaliera nell'area GECT GO - per area	102
Figura 83 - Azioni/servizi che potrebbero favorire lo sviluppo della cooperazione transfrontaliera nell'area GECT GO - per tipologia di ente rappresentato	103
Figura 84 - Obiettivi/strumenti di crescita/ripresa impresa (n=41)	105
Figura 85 - Obiettivi/strumenti di crescita/ripresa impresa - per area	106
Figura 86 - Fabbisogni formativi (N=41)	107
Figura 87 - Fabbisogni formativi - per area	107
Figura 88 - Numero personale che potrebbe essere inserito, per settore (n=41)	108
Figura 89 - Numero personale che potrebbe essere inserito - per area	109
Figura 90 - Strategie da intraprendere o continuare a perseguire per migliorare la propria competitività (n=41)	110

Indice delle tabelle

Tabella 1 - Competitività	8
Tabella 2 - Capitale umano e sociale	9
Tabella 3 - Dimensione territoriale (2017 – v.a.)	16
Tabella 4 - Dimensioni e fattori del modello analitico	16
Tabella 5 - Imprese industriali (2016 – v.a.)	18
Tabella 6 - Imprese manifatturiere (2016 – v.a.)	19
Tabella 7 - Imprenditoria femminile (2015 – v.a. e %)	20
Tabella 8 - Attività economiche in proprio (2015 – v.a. e %)	20
Tabella 9 - Occupati (2015 – v.a.)	22
Tabella 10 - Tasso di occupazione (2015 – v.a. e %)	23
Tabella 11 - Reddito medio annuale da lavoro dipendente (2011-2016 – k€)	24
Tabella 12 - Popolazione con titolo di studio terziario (2016 – v.a. e %)	25
Tabella 13 - Popolazione straniera (2017 – v.a. e %)	27
Tabella 14 - Industrie culturali (2016 – v.a.)	28
Tabella 15 - Occupazione nei settori culturali e creativi (2015 – v.a. e %)	29
Tabella 16 - Dimensione media delle famiglie (2015 – v.m.)	31
Tabella 17 - Organizzazioni non profit (2011 – v.a.)	32
Tabella 18 - Popolazione over 64 (2017 – v.a. e %)	33
Tabella 19 - Indice di vecchiaia (2017 – v.a. e %)	34
Tabella 20 - Indice di dipendenza senile (2017 – v.a. e %)	35
Tabella 21 - Opzioni di risposta relative alle strategie di sviluppo	37
Tabella 22 - Opzioni di risposta relative ai profili di imprenditore	38
Tabella 23 - Dimensioni di smartness	83
Tabella 24 - Indice di smartness	83