

# COMUNE DI MONTALE

PROVINCIA DI PISTOIA



## PIANO STRUTTURALE

Legge Regionale 16/01/1995 n° 5, artt.24-25

Progettista	arch. Giannino Biaggini
Collaboratori	arch. Benedetta Biaggini arch. Liliana Crocetti arch. Alessandro Mangiapane
Indagini Geologiche	Mannori & Burchietti geologi associati dott. Gaddo Mannori
Indagini sulle trasformazioni economiche e sociali	dott. Luciano Pallini
Responsabile del Servizio Urbanistica ed Edilizia Privata	geom. Riccardo Vivona

## B.2 – ANALISI DELLE TENDENZE

L'Assessore all'Urbanistica  
Michele Fiesoli

Il sindaco  
Piero Razzoli

Dr. Luciano Pallini  
Studi e Ricerche Economiche e Sociali  
Pistoia

**POPOLAZIONE ED ECONOMIA A MONTALE :**  
TRASFORMAZIONI RECENTI E SCENARI FUTURI PER LA  
IMPLEMENTAZIONE DI AZIONI DI MARKETING TERRITORIALE

# INDICE

Parte I LINEAMENTI METODOLOGICI PER IL MARKETING TERRITORIALE	pag. 3
Parte II LA POPOLAZIONE: RISORSE UMANE PER LO SVILUPPO	pag. 9
Parte III LE ATTIVITA' ECONOMICHE: RISCHI ED OPPORTUNITA'	pag. 27
Parte IV LE INTERVISTE ALLE IMPRESE: PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA	pag. 43

## Parte I

# LINEAMENTI METODOLOGICI PER IL MARKETING TERRITORIALE

L'incarico per la effettuazione di indagini di natura demografica, socioeconomica e sulla struttura produttiva è stato realizzato dall'amministrazione comunale di Montale nell'ottica dell'acquisizione delle conoscenze di base necessarie per l'implementazione di strategie di marketing territoriale vuoi alla scala comunale vuoi a livello sovracomunale, nell'ambito di consolidati rapporti per il SUAP (Aglia, Montale, Quarrata) sia per Agenda 21 Locale (Aglia, Montale, Montemurlo, Quarrata).

A questo scopo sono definite alcune linee di una metodologia di analisi finalizzata ad azioni di marketing territoriale

La metodologia di analisi territoriale finalizzata alla realizzazione di un sistema standardizzato di informazioni è articolata in quattro fasi logiche:

- a.** l'analisi dei punti di forza e di debolezza, delle opportunità e delle minacce (SWOT *analysis*);
- b.** l'individuazione dei bacini produttivi locali, denominati B.P.L.;
- c.** l'analisi delle caratteristiche socio economiche di tali bacini produttivi locali;
- d.** l'analisi della domanda di fattori localizzativi proveniente dalle imprese.

## **A. Analisi SWOT:**

Nell'analisi di marketing territoriale vengono analizzati i punti di forza e di debolezza della struttura economica della provincia rispetto a quelli che possono, in larga misura, considerarsi i principali fattori di attrazione degli investimenti su un territorio.

Attraverso l'ausilio di indicatori sintetici, che derivano dall'aggregazione di indicatori elementari si analizza il posizionamento competitivo del territorio di riferimento rispetto ai fattori localizzativi.

L'acronimo SWOT deriva dai termini inglesi strengths, weaknesses, opportunities, threats, ovvero "punti di forza, di debolezza, opportunità, minacce". Tale tipologia di analisi è mutuata dalle tecniche adottate nel marketing aziendale per posizionare correttamente un prodotto rispetto agli elementi che ne condizionano la competitività, ovvero il suo potenziale di vendita sul mercato.

In termini semplici, tale competitività è data dalle caratteristiche intrinseche del prodotto che, raffrontate con quelle di prodotti concorrenti si traducono in vantaggi e svantaggi relativi (quindi in punti di forza e di debolezza) e da fattori esterni al prodotto, non controllabili, se non in minima parte, dal management dell'impresa, derivanti da situazioni di mercato, fattori di scenario, ecc. che però possono, direttamente o indirettamente, incidere sulla competitività del prodotto stesso, sia in termini positivi che negativi, e che quindi devono essere tenuti in considerazione, e che si traducono in opportunità o minacce.

Da un incrocio fra i quattro elementi sopra menzionati si è quindi in grado di analizzare la competitività del prodotto stesso e di posizionarlo correttamente rispetto ai mercati ed ai segmenti di domanda potenziali.

L'analisi SWOT rappresenta quindi un semplice strumento di base per assumere decisioni strategiche. Nell'ambito della ricerca di marketing territoriale, l'analisi SWOT costituisce lo strumento di base per monitorare il livello di competitività dell'offerta territoriale. In tal senso, quindi, le decisioni strategiche che possono essere assunte sulla scorta dell'analisi SWOT saranno del tipo seguente:

- quali sono gli elementi dell'offerta territoriale che è possibile utilizzare in fase di comunicazione delle opportunità di insediamento di imprese esogene?
- quali sono invece gli elementi dell'offerta territoriale che risultano carenti, sotto il profilo quantitativo e/o qualitativo, e che è necessario quindi migliorare tramite opportune politiche territoriali?

- quali sono, all'interno del territorio complessivamente analizzato, le sub aree maggiormente attrattive per un potenziale investitore?

In tale accezione, pertanto, il territorio sarà considerato alla stregua di un vero e proprio prodotto da posizionare sul mercato dell'attrazione di investimenti produttivi, ed i singoli elementi dell'analisi SWOT assumono il seguente significato:

*punti di forza*: dotazione e/o qualità delle risorse presenti sul territorio che possono essere valorizzate per attrarre investimenti produttivi;

*punti di debolezza*: carenza o scarsa qualità rispetto al territorio delle risorse e dei fattori localizzativi di nuovi investimenti produttivi;

*opportunità e minacce*: elementi dello scenario socio economico generale (nazionale, europeo o mondiale) e delle politiche economiche generali condotte su una scala territoriale superiore o diversa rispetto a quella del territorio in esame che direttamente o indirettamente potrebbero influire sulla dotazione e qualità delle risorse presenti sul territorio stesso.

## **B. Individuazione dei bacini produttivi locali (B.P.L.)**

si individuano, tramite opportune indagini *desk*, delle aree territoriali, su scala subregionale, caratterizzate dalla presenza di specializzazioni del sistema produttivo locale omogenee; ciò al fine di caratterizzare l'articolazione delle differenti vocazioni produttive, e quindi i differenti percorsi di sviluppo potenziali nelle varie aree che compongono la regione. In altri termini, si identificano i differenti motori dello sviluppo delle diverse sub aree costituenti la regione, che a loro volta sono condizionati dagli specifici modelli di specializzazione, i quali hanno impatti diversificati sulle condizioni socio economiche generali di un'area.

Nell'ottica del marketing territoriale la comprensione dei diversi modelli di specializzazione, quindi la segmentazione del territorio in bacini produttivi omogenei, aiuta ad identificare correttamente il target di investimenti cui orientare la politica di promozione per ogni specifica area della regione. Quindi l'identificazione delle specializzazioni produttive delle varie aree subregionali è propedeutica a tutte le altre fasi dell'analisi territoriale e della definizione dei pacchetti localizzativi.

### **C. Analisi delle caratteristiche socio economiche e di offerta localizzativa dei diversi bacini produttivi locali (B.P.L.):**

una volta individuati tramite l'indagine *desk* i bacini produttivi locali, si effettua un'approfondita analisi delle caratteristiche socio economiche e della dotazione e qualità dei principali fattori localizzativi delle aree. In particolare, va realizzata una attività di raccolta di dati, di fonte statistica e non, su base comunale.

In una seconda fase, i dati comunali così raccolti sono riaggregati per i diversi bacini produttivi locali individuati nella prima fase, al fine di pervenire ad una rappresentazione approfondita della situazione socio economica locale rispetto ai seguenti aspetti:

- dinamiche demografiche e della struttura della popolazione e del territorio;
- situazione del mercato del lavoro locale ed analisi della entità e della qualità dei bacini locali di manodopera;
- analisi della struttura produttiva locale, in termini di dimensioni medie, competitività, dotazione di servizi – reali e finanziari – alle imprese, grado di distrettualità esistente, intensità delle reti di subfornitura e/o committenza, problematiche competitive e strategie di impresa (questi ultimi aspetti verranno analizzati con l'ausilio di una base dati);
- dotazione e qualità del capitale fisso sociale locale e analisi dell'ambiente sociale locale;
- dotazione e qualità delle infrastrutture, primarie e secondarie, e delle *utilities* in sede locale;
- efficienza della Pubblica Amministrazione locale;
- disponibilità di incentivi ed agevolazioni.



#### **D. Analisi della domanda localizzativa:**

considerare la domanda di fattori localizzativi proveniente dai principali settori produttivi sui quali si concentra la maggior parte dei flussi di investimenti diretti esteri, ed in particolare la domanda proveniente dai settori produttivi identificati come target delle azioni di attrazione nei diversi bacini produttivi locali in base alle vocazioni produttive di questi, permette di verificare la coerenza fra la domanda di fattori localizzativi proveniente dai settori target e le precipue caratteristiche dell'offerta presenti nei bacini produttivi.

In tale fase, inoltre, è possibile condurre un approfondito *monitoraggio dei fabbisogni, in termini di fattori localizzativi, espressi dalle imprese già localizzate nell'area*. Ciò al fine di raccogliere indicazioni preziose per azioni di miglioramento della competitività generale dei bacini produttivi locali.

L'analisi della domanda localizzativa delle imprese può essere effettuata in parte tramite l'elaborazione di una base dati ed in parte attraverso l'organizzazione di *focus groups* rivolti a *panel* di testimoni privilegiati e di imprese locali, orientati a conoscere la percezione che il sistema produttivo locale ha dei punti di forza e di debolezza del proprio territorio e le azioni di possibile miglioramento del contesto socio economico locale

**Parte II**  
**LA POPOLAZIONE:**  
**RISORSE UMANE PER LO SVILUPPO**

# 1. le dinamiche demografiche di Montale

## 1.1 . I dati del censimento 2001

Sono ancora relativamente pochi i dati resi disponibili dal censimento della popolazione del 200, con conseguenti limitazioni sulla possibilità di indagare a fondo nelle trasformazioni sociali intervenute nella realtà del Comune di Montale.

Nel presentare questi dati e le elaborazioni possibili, si procederà a contestualizzarli nel Quadrante metropolitano dell'area pistoiese.

Le comparazioni avranno a riferimento prevalente i comuni della "Piana pistoiese", ovvero Agliana e Quarrata che con Montale partecipano al distretto tessile pratese, che ne ha condizionato e ne condiziona la configurazione produttiva e gli atteggiamenti e gli stili di vita.

Al censimento 2001 Montale supera per la prima volta la soglia dei 10.000 abitanti, collocandosi allo stesso livello di Serravalle P.se : assieme sono i comuni più piccoli del Quadrante metropolitano.

Insieme presentano le più basse densità di abitanti per Km<sup>q</sup>, 240 Serravalle e 315 Montale, comunque ben lontane dalle punte di Agliana – oltre 1.250 ab/kmq (ma il Comune è assai piccolo e tutto collocato in pianura) e di Quarrata, quasi 500 abitanti.

Altro dato che caratterizza Montale è il relativamente più elevato numero di componenti per nucleo familiare – 2,9 - anche se non lontani sono Agliana e Quarrata, a testimonianza di una maggior coesione della famiglia in questa realtà produttivamente omogenea.

Comuni	Popolazione residente			Densità per Km <sup>2</sup>	Famiglie		
	M	F	MF		Numero	Componenti	Numero medio di componenti per famiglia
Agliana	7.130	7.484	14.614	1.255,5	5.183	14.581	2,81
Montale	4.944	5.189	10.133	316,5	3.480	10.126	2,91
Pistoia	39.881	44.055	83.936	354,5	34.323	83.502	2,43
Quarrata	11.165	11.518	22.683	493,1	7.938	22.644	2,85
Serravalle P.se	4.950	5.197	10.147	241,0	3.713	10.094	2,72
<b>Totale</b>	<b>128.680</b>	<b>139.500</b>	<b>268.180</b>	<b>277,9</b>	<b>104.462</b>	<b>267.193</b>	<b>2,56</b>

## 1.2 la lunga durata

E' sembrato interessante ripercorrere il sentiero di crescita della popolazione di Montale nella lunga durata, dal 1861 al 2001, ovviamente considerando la scissione del comune avvenuta all'inizio del 1900.

Si assiste ad una crescita lenta ma costante nel cinquantennio 1861-1911, con la popolazione che passa da 3.700 a 5.300 abitanti.

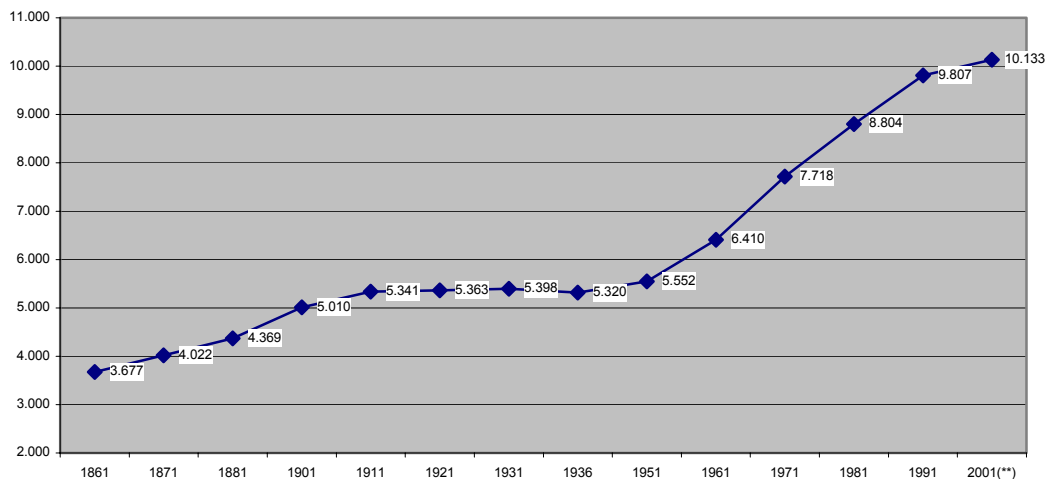
Con la guerra si interrompe questa crescita che non riprenderà nemmeno nel periodo tra le due guerre mondiali, segnando un sostanziale ristagno della popolazione che ancora nel 1936 sarà 5.400 unità.

Il primo dopoguerra troverà Montale in leggera crescita con più di 5.500 abitanti al 1951: da allora, in concomitanza con lo sviluppo manifatturiero del territorio, inizierà

una crescita costante della popolazione che proseguirà a tassi sostenuti per 40 anni fino a giungere poco al disotto della soglia dei 10.000 abitanti nel 1991.

Il decennio 1991-2001 vede un rallentamento sensibile del tasso di crescita della popolazione che nell'intervallo considerato crescerà di appena 300 unità

**POPOLAZIONE MONTALE 1861-2001**

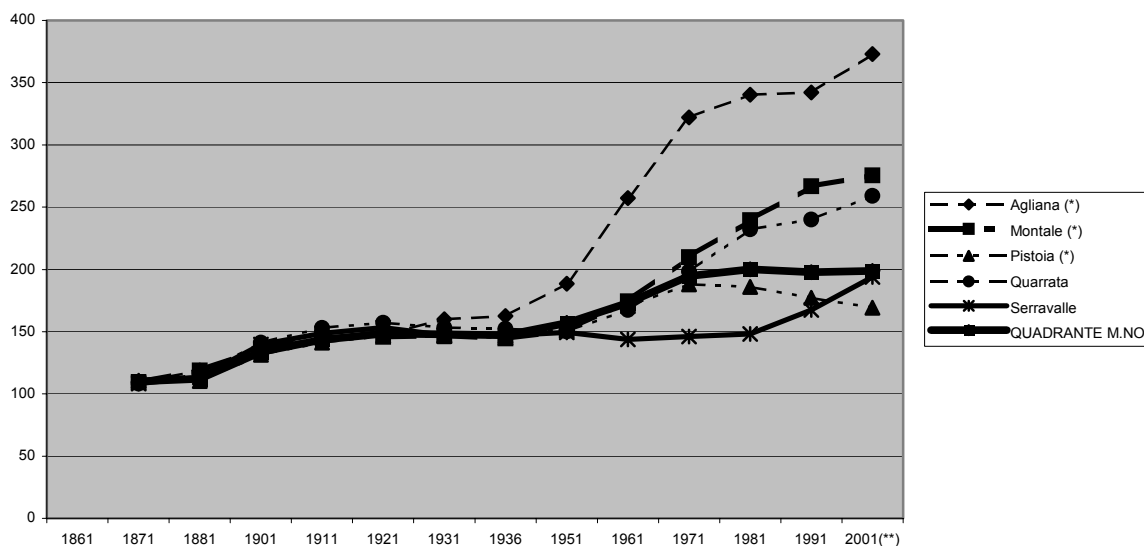


Il raffronto con i comportamenti degli altri comuni e della provincia offre alcuni utili spunti di riflessione.

Sulla base dei numeri indici della popolazione con base 1861=100 emerge subito la sostanziale analogia di comportamento sia da parte degli altri comuni del Quadrante che della provincia nel suo complesso nell'intervallo 1861-1936, nel quale emerge appena percepibile una qualche maggior dinamicità del comune di Agliana, soprattutto nel secondo dopoguerra.

Diversa è la storia nello sviluppo post seconda guerra mondiale, quando la crescita delle diverse comunità avviene con ritmi e tempi differenziati.

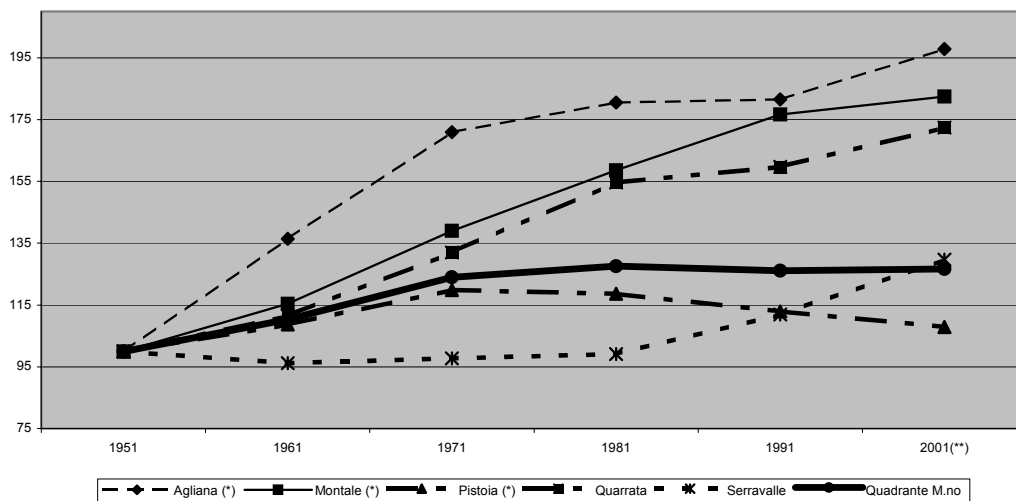
**n.indice popolazione 1861 2001**



Montale cresce a ritmi assai sostenuti ininterrottamente fino al 1981 quando la sua crescita complessiva (+ 80%) giunge a sfiorare quella di Agliana (+100%)

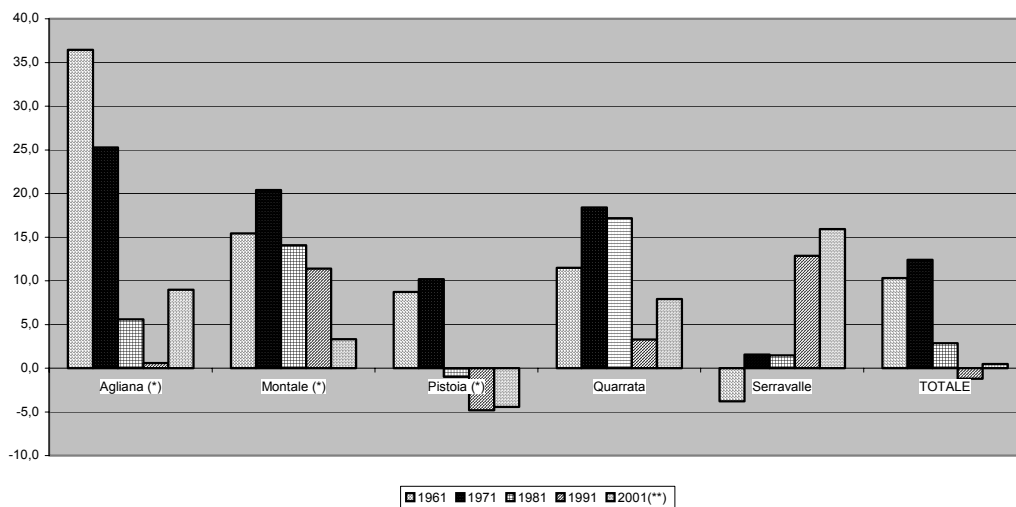
Questi due comuni assieme a Quarrata (+75%) registrano i tassi di crescita più elevati cui si contrappone il costante declino a partire dal 1971 del capoluogo e la tardiva crescita di Serravalle, in parte conseguente all'emigrazione di popolazione da Pistoia.

n. indice popolazione 1951=100



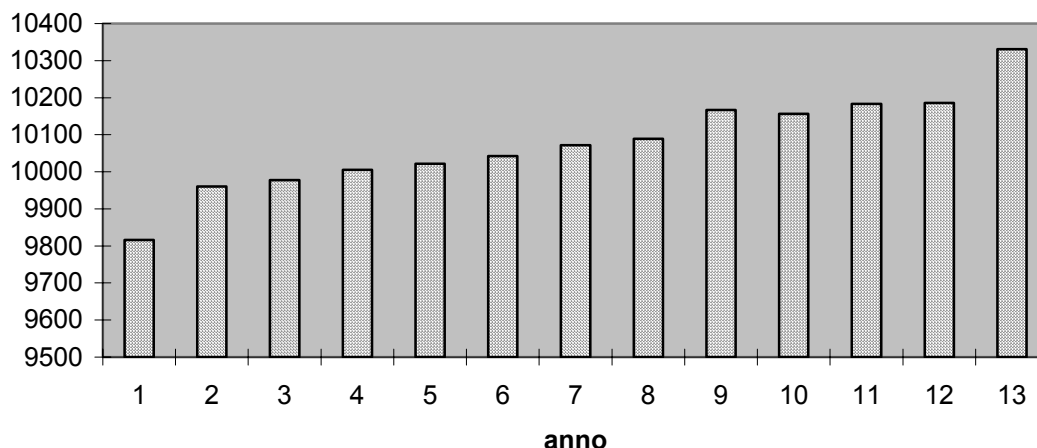
In termini di variazioni intercensuarie, è evidente la progressione più moderata e l'altrettanto progressivo rallentamento della crescita demografica.

variazioni su censimento precedente



I dati dell'anagrafe comunale dettagliano una crescita del periodo 1991 2003 assai lenta con uno scalino al 1999 e poi una crescita sensibile nel 2003

### popolazione 1991 2003

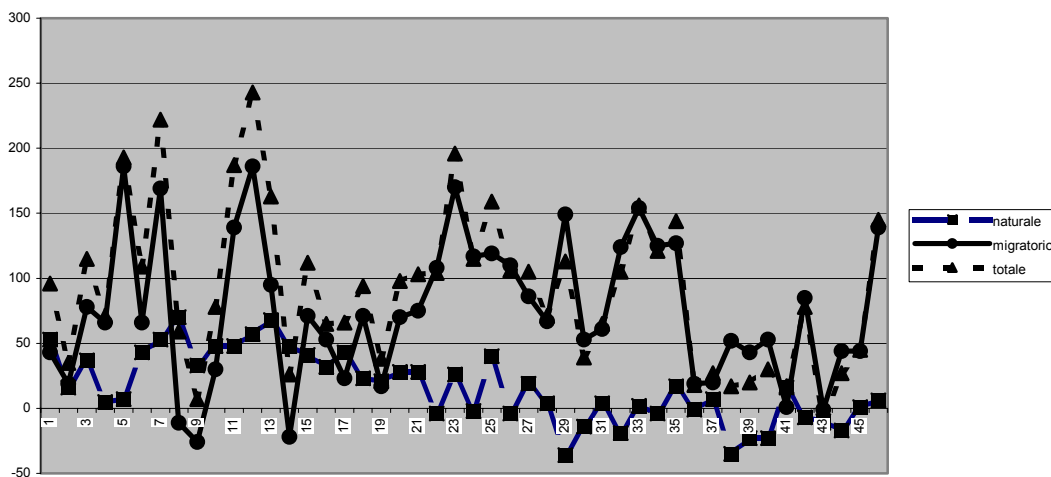


Sempre dai dati dall'anagrafe comunale si è ricostruito l'apporto della componente migratoria e della componente naturale alla crescita demografica del comune.

Il saldo naturale praticamente si azzerava ed assume anche valori negativi a partire dalla prima metà degli anni ottanta.

E' il saldo positivo del movimento migratorio a sostenere la seppur debole crescita demografica dell'ultimo decennio di Montale, un saldo migratorio che assume valori mediamente assoluti più contenuti

### bilancio demografico 1958 2003



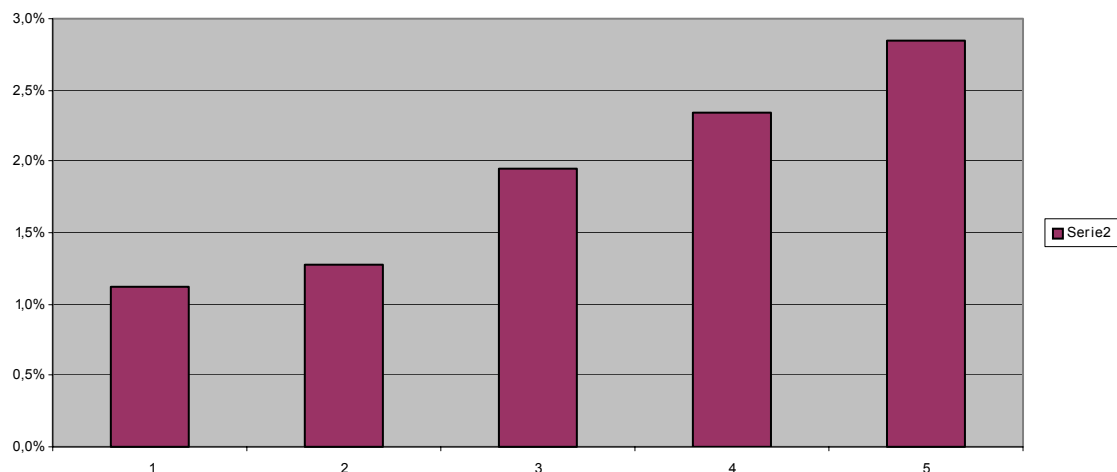
Occorre evidenziare come negli ultimi cinque anni il saldo migratorio ha beneficiato costantemente dell'apporto degli immigrati dall'estero.

La popolazione straniera tra il 1999 ed il 2003 è cresciuta di 180 unità: al netto di questo aumento la popolazione sarebbe calata di 16 unità: ancora più consistente sarebbe stata la divaricazione tra queste due componenti, italiani e stranieri, se non si fosse registrato un consistente movimento migratorio nel 2003.

	1999	2000	2001	2002	2003	incremento totale
stranieri	114	130	199	239	294	180
totale	10167	10156	10183	10186	10331	164
totale al netto stranieri	10053	10026	9984	9947	10037	-16
variazioni stranieri		16	69	40	55	180
variazioni totali		-11	27	3	145	164
variazioni netto stranieri		-27	-42	-37	90	-16

Nel quinquenni considerato l'incidenza degli stranieri sulla popolazione residente cresce da poco più dell'1 a quasi il 3%, al netto di eventuali situazioni di irregolarità.

incidenza stranieri su popolazione



Oltre la metà è di nazionalità albanese, stabile nell'intervallo considerato, mentre il secondo gruppo proviene dai paesi asiatici, quasi il 20% ed in sensibile in crescita. Più che dimezzata l'incidenza degli immigrati dai paesi del Nord Africa che scendono dal 23 a meno del 10%.

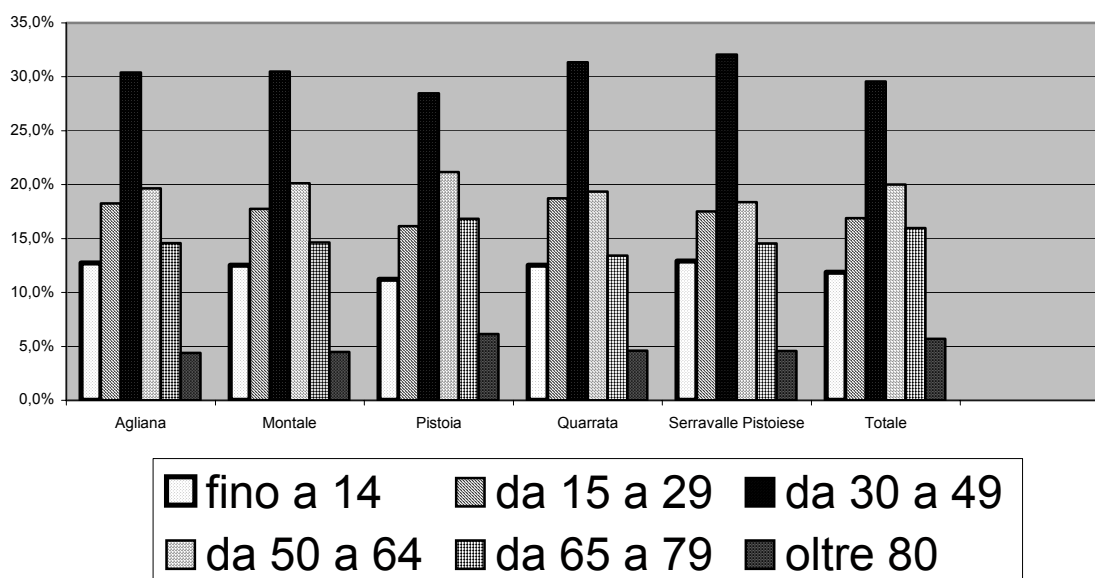
Infine è percepibile la presenza di stranieri provenienti dall'America Latina che pesano per il 7% degli immigrati.

Composizione per provenienza	1999	2003	variazioni
Paesi Unione Europea	0,7	3,5	2,8
Albanese	51,7	51,8	0,1
Altri Paesi europei	6,8	6,1	-0,7
Paesi Asiatici	12,9	19,3	6,4
Paesi del Nord Africa	23,5	9,6	-13,8
Altri Paesi Africani	3,1	1,8	-1,3
Paesi America Latina	1,4	7,0	5,7
Paesi Nord America	0,0	0,9	0,9
TOTALE STRANIERI	100	100	

### 1.3 La struttura per età della popolazione

Al censimento 2001 Montale evidenzia una struttura per classi di età non dissimile da quella di Agliana e leggermente più “anziana” di quella di Quarrata: il 12% circa dei residenti ha fino a 14 anni, il 18% tra 15 e 29 anni, poco più del 30% è ricompreso tra 30 e 49 anni, poco più del 20% tra 50 e 64 anni, si avvicina al 15% la quota degli anziani tra 65 e 79 anni, mentre gli ultraottantenni sono poco meno del 5%.

composizione popolazione per classe di età



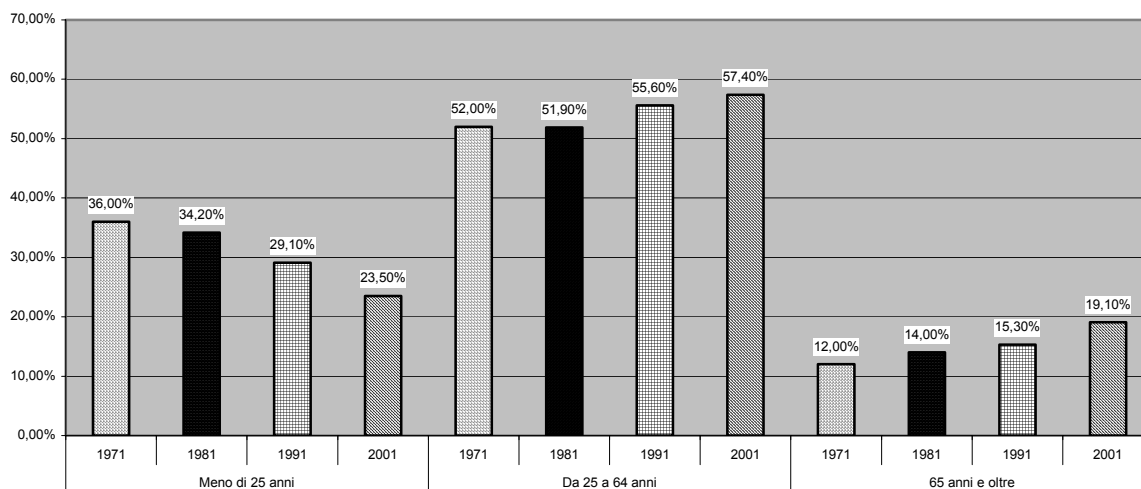
Per macroclassi vediamo che Montale ha una quota di residenti sotto i 25 anni del 23,5%, più alta rispetto agli altri comuni mentre è leggermente più alta quella degli ultrasessantacinquenni.

	Meno di 25 anni				Da 25 a 64 anni				65 anni e oltre			
	1971	1981	1991	2001	1971	1981	1991	2001	1971	1981	1991	2001
<b>AGLIANA</b>	36,2%	34,6%	28,7%	23,0%	53,1%	52,8%	55,9%	58,0%	10,7%	12,6%	15,4%	19,0%
<b>MONTALE</b>	36,0%	34,2%	29,1%	23,5%	52,0%	51,9%	55,6%	57,4%	12,0%	14,0%	15,3%	19,1%
<b>PISTOIA</b>	31,9%	30,1%	25,0%	20,5%	53,6%	52,2%	54,5%	56,5%	14,5%	17,7%	20,5%	23,0%
<b>QUARRATA</b>	36,2%	35,9%	29,5%	23,4%	51,3%	50,2%	54,9%	58,5%	12,5%	13,9%	15,6%	18,0%
<b>SERRAVALLE P.SE</b>	35,1%	32,9%	27,9%	22,9%	51,1%	51,4%	55,9%	58,0%	13,8%	15,6%	16,4%	19,1%
<b>TOTALE PROVINCIA</b>	32,5%	31,5%	26,5%	21,6%	52,9%	48,4%	51,1%	56,7%	14,6%	17,0%	19,1%	21,7%

E' chiaro nel confronto tra i diversi comuni e nello specifico caso di Montale la consistente contrazione della macroclasse dei residenti sotto i 25 anni che passano, nel comune dal 36 al 23,5%, con una riduzione di circa un terzo più accentuata a partire dal 1980 quando il tasso di crescita della popolazione comincia a rallentare, a cui corrisponde una crescita del 5% dei residenti tra 25 e 64 anni e soprattutto un incremento di 7 punti degli ultrasessantacinquenni, particolarmente vistosa nell'ultimo decennio.

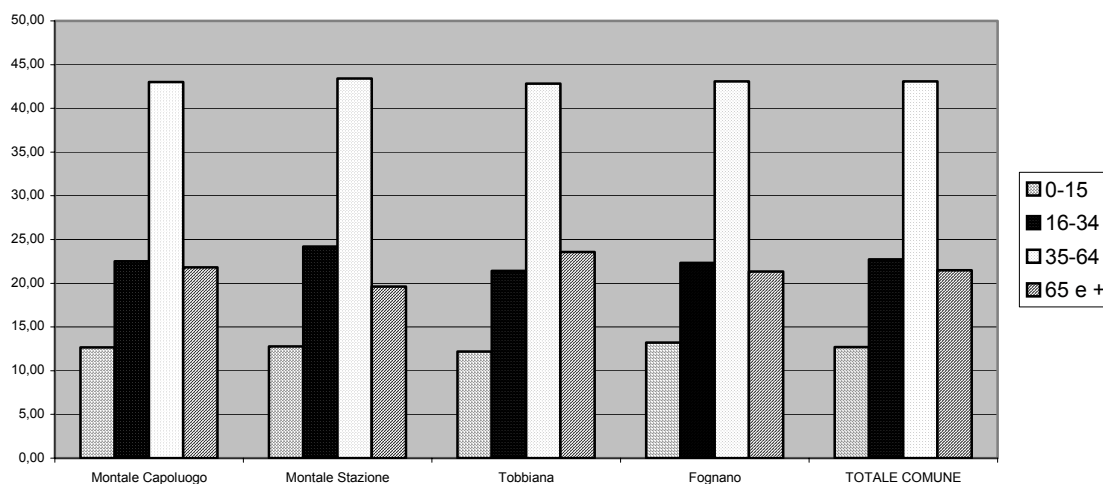


evoluzione struttura per classi di età 1971 2001



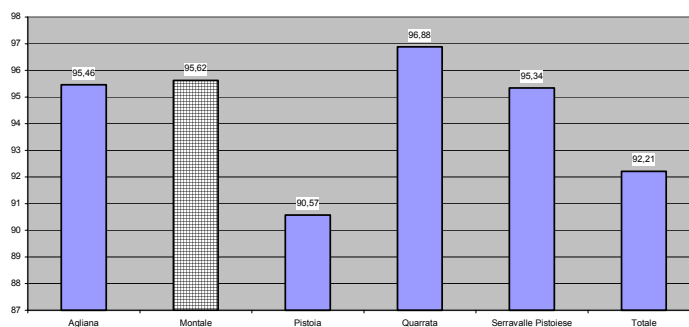
A livello infracomunale non si hanno differenziazioni sensibili anche se si può evidenziare una popolazione leggermente più giovane a Montale stazione ed una leggermente più vecchia a Tobbiana, la frazione collinare del Comune.

composizione popolazione per classi di età nelle frazioni



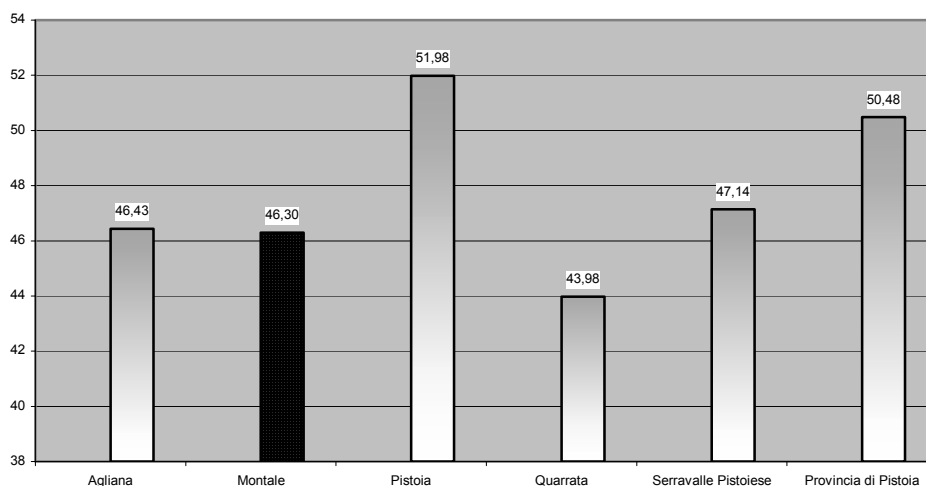
Alcuni indicatori demografici di sintesi sono stati elaborati per consentire una efficace comparazione tra diverse realtà del Quadrante metropolitano.

INDICE DI MASCOLINITA'



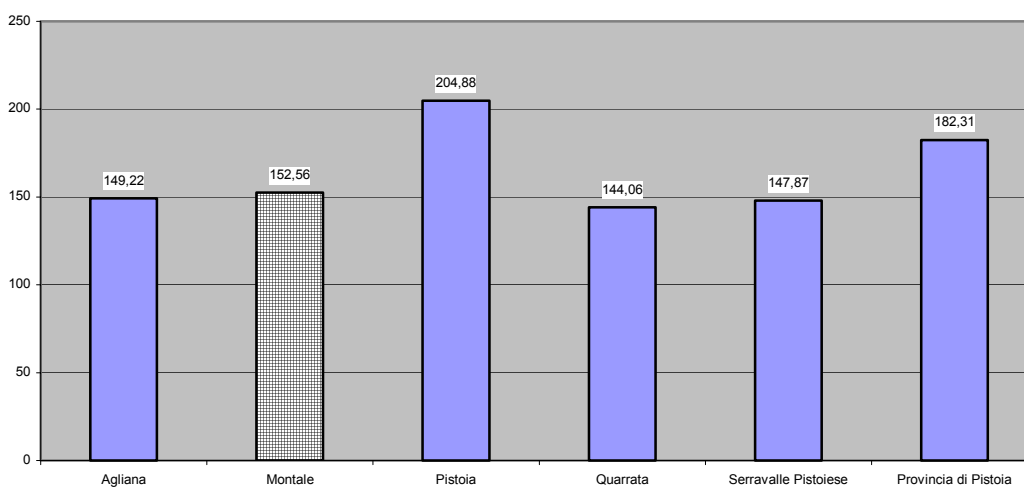
Intanto l'indice di mascolinità (numero di maschi per 100 femmine) è superiore al 95% , in linea con quello degli altri comuni con l'eccezione di Pistoia, dove la maggior anzianità della popolazione si traduce in una maggior incidenza della popolazione femminile  
 In termini sintetici l' indice di dipendenza totale ovvero l'incidenza popolazione non attiva (0-14 e 65 anni e oltre) su popolazione attiva (15-64 anni) mostra un valore - 46,3 - in linea con quello dei comuni di Agliana e Serravalle, più basso di quello del capoluogo ma più alto di quello di Quarrata., ed un valore in crescita rispetto al 42,9 del 1991.

indice di dipendenza 2001



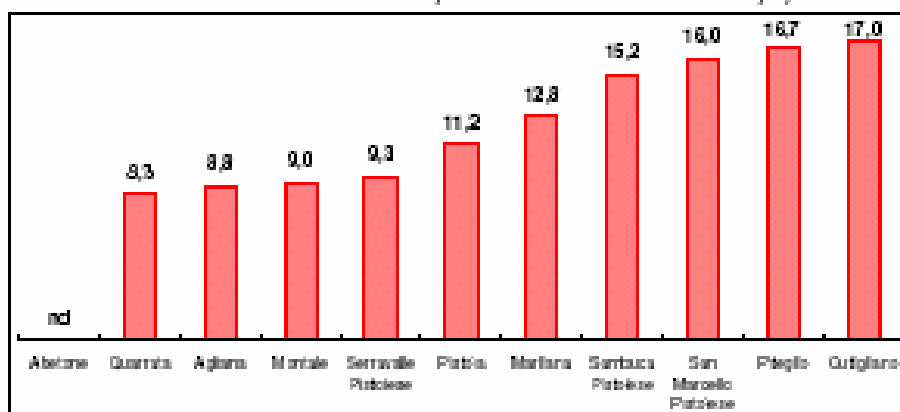
L'indice di vecchiaia che esprime il rapporto tra ultrasessantacinquenni e popolazione con età da 0 a 14 anni penalizza seppur di poco Montale rispetto agli altri comuni per cui per ogni 2 minori di 14 anni ci sono 3 ultrasessantacinquenni.  
 Anche per questo indice il valore è nettamente in crescita rispetto al 1991 quando era pari a 104,3

INDICE DI VECCHIAIA 2001



Per le particolari implicazioni in termini di attrezzature e servizi di cui questa componente della popolazione necessita, dall'Osservatorio sociale della Provincia di Pistoia si è estrapolato la tabella sulla incidenza della popolazione con più di 75 anni " i grandi vecchi"

Fig. 20. Area Pistoiese 2003 - Percentuale di persone di 75 anni e oltre sulla popolazione



Elaborazioni Osservatorio Sociale Provinciale sui dati della anagrafi al 30.06.2003

#### 1.4 La dinamica delle famiglie

Negli ultimi trent'anni dal 1971 al 2001 il numero delle famiglie a Montale è cresciuto da poco più di 2000 a quasi 3500 (+70%), più accentuata tra 1971 e 1981, di più consistente incremento demografico.

L'incremento del numero delle famiglie è stato superiore a quello della popolazione con conseguente riduzione della dimensione media della famiglia passata da 3,7 a 2,9 componenti

	1971	1981	1991	2001(**)
FAMIGLIE	2062	2702	3049	3476
variazioni		31,0	12,8	14,0
DIMENSIONE MEDIA	3,7	3,3	3,2	2,9

Nel contesto del Quadrante metropolitano Montale si caratterizza per la polarizzazione della composizione della famiglia per numero di componenti:

- è minore l'incidenza delle famiglie fino a 2 componenti pari al 40% delle famiglie
- è maggiore l'incidenza delle famiglie con 5 o più persone, pari al 10,5% del totale

	1 persona	2 persone	3 persone	4 persone	5 persone	6 o più persone	Totale
Agliana	16,7%	26,6%	27,7%	19,9%	6,5%	2,5%	100,0%
Montale	14,6%	25,9%	27,7%	21,3%	7,2%	3,3%	100,0%
Pistoia	26,5%	29,5%	24,0%	15,4%	3,7%	0,9%	100,0%
Quarrata	16,4%	26,4%	26,3%	21,0%	6,9%	2,8%	100,0%
Serravalle P.se	18,0%	28,5%	27,0%	18,7%	6,0%	1,8%	100,0%
<b>Provincia di Pistoia</b>	23,7%	28,6%	24,4%	16,9%	4,8%	1,6%	100,0%

A livello infracomunale la maggior incidenza con famiglie fino a 2 componenti si ha a Tobbiana (49,1%) e la minore (37,8%) a Montale Stazione.

Al contrario, per le famiglie sopra 5 componenti la quota maggiore si trova a Montale Stazione (13%) e la minore a Fognano (8,2%).

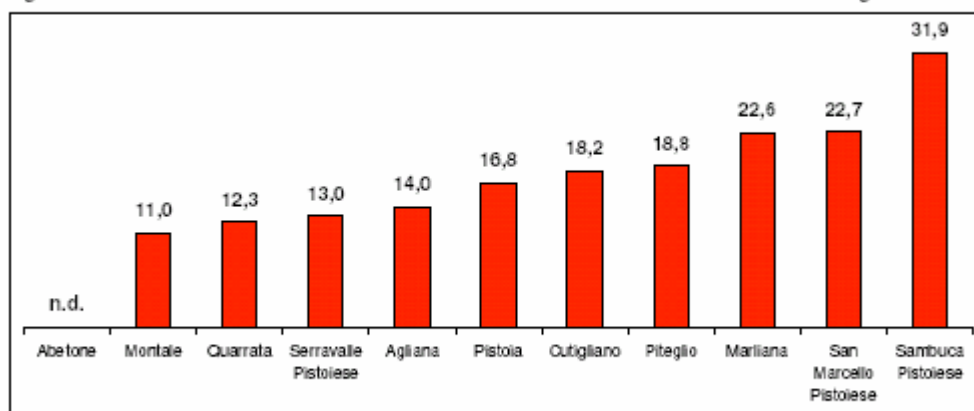
Numero	MONTALE CAPOLUOGO	MONTALE STAZIONE	FOGNANO	TOBBIANA	TOTALE COMUNE
--------	-------------------	------------------	---------	----------	---------------

Compon.	Numero Famiglie	% su tot.(1)	% su (5)	Numero Famiglie	% su tot.(2)	% su (5)	Numero Famiglie	% su tot.(3)	% su (5)	Numero Famiglie	% su tot.(4)	% su (5)	Totale Famiglie	% su tot.(5)
1	330	15,1	56,8	90	13,4	15,5	68	18,6	11,7	93	24,7	16,0	581	16,1
2	604	27,6	63,8	164	24,4	17,3	86	23,6	9,1	92	24,4	9,7	946	26,2
3	594	27,1	61,0	190	28,2	19,5	102	27,9	10,5	88	23,3	9,0	974	27,0
4	445	20,3	60,5	142	21,1	19,3	79	21,6	10,7	69	18,3	9,4	735	20,4
5	150	6,9	59,1	59	8,8	23,2	22	6,0	8,7	23	6,1	9,1	254	7,0
6 e più	66	3,0	57,9	28	4,2	24,6	8	2,2	7,0	12	3,2	10,5	114	3,2
Totale	2.189	100	60,7	673	100	18,7	365	100	10,1	377	100	10,5	3.604	100

Alcuni dati sulla struttura della famiglia dall'Osservatorio Sociale della provincia sono apparsi interessanti.

In primo luogo la bassa quota – la minore nel Quadrante – di minorenni che vivono con un solo genitore per situazioni di crisi familiare.

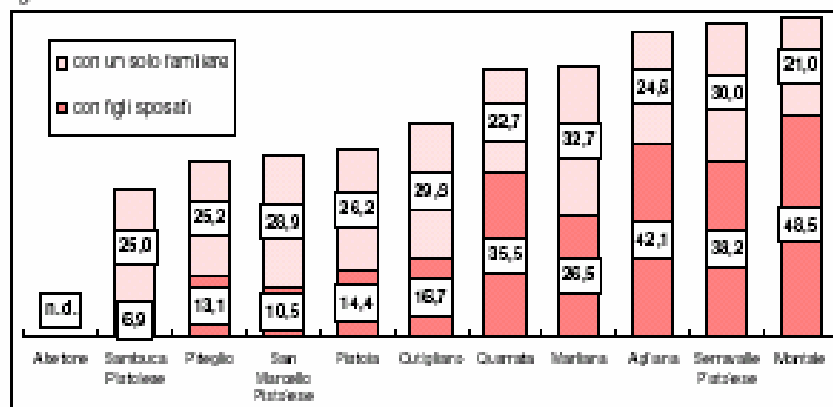
Fig. 14. Area Pistoiese 2003 - Percentuale di minorenni che vivono con un solo genitore



Elaborazioni Osservatorio Sociale Provinciale sui dati delle anagrafi al 30.06.2003

In secondo luogo preme evidenziare la più elevata incidenza di popolazione ultraottantacinquenne che vive con i figli sposati.

Fig. 27. Area Pistoiese 2003 - Percentuale di anziani di 85 anni e oltre che vive con la famiglia dei figli o con un solo familiare.



Elaborazioni Osservatorio Sociale Provinciale sui dati delle anagrafi al 30.06.2003

Sono entrambi questi dati “spie” di una maggior tenuta della famiglia a Montale, del permanere della solidarietà tra generazioni che occorre sostenere con opportune politiche di servizi.

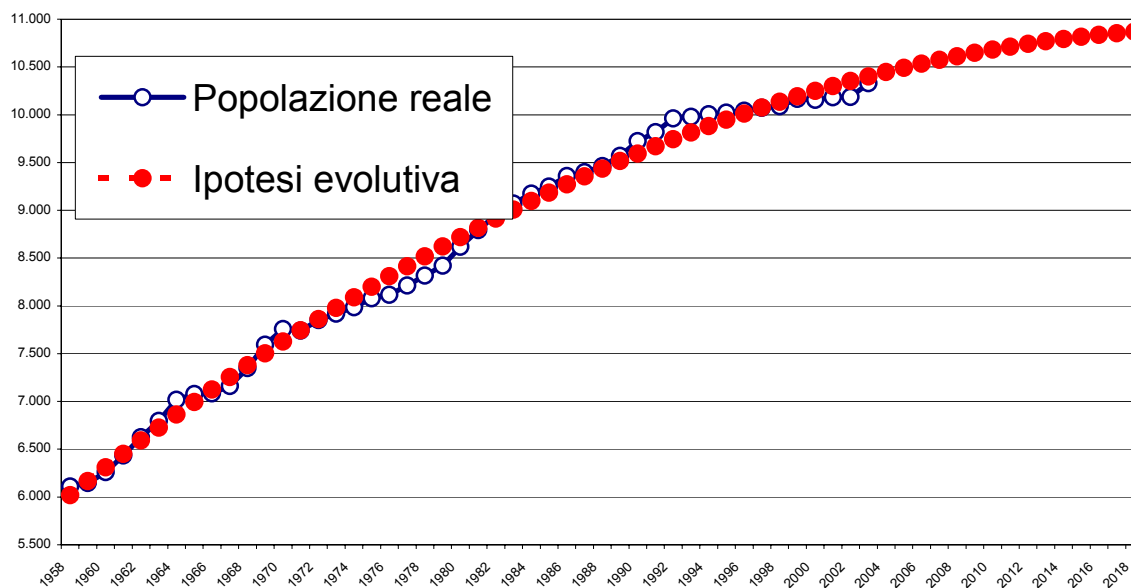
Con riferimento alle età nelle quali i dati sullo stato civile hanno un significato, possiamo evidenziare alcuni tratti caratteristici della popolazione di Montale:

- la più elevata incidenza dei celibi rispetto alle nubili in tutte le classi di età;
- la più elevata incidenza di maschi coniugati rispetto alle femmine sul totale della popolazione, risultato di una prevalenza dei coniugati da 50 anni in su mentre nelle classi di età inferiori la prevalenza è delle coniugate;
- la modesta incidenza di divorziati, con una punta tra le femmine tra 40 e 50 anni;
- la assoluta prevalenza delle vedove (30,6%) rispetto ai vedovi (6,2%) nella classe di età sopra i 50 anni, per una quota di quasi il 20% della classe di età.

Fascia età	Celibi - Nubili			Coniugati - Coniugate			Divorziati - Divorziate			Vedovi - Vedove		
	M	F	T	M	F	T	M	F	T	M	F	T
18-29	93,4	81,3	87,4	6,4	18,2	12,3	0,1	0,3	0,2	0,0	0,2	0,1
30-39	39,6	23,7	32,1	59,6	74,7	66,7	0,7	1,3	1,0	0,1	0,3	0,2
40-49	11,3	6,7	9,0	86,7	88,5	87,6	1,7	3,0	2,4	0,3	1,9	1,1
50 e +	7,2	3,8	5,4	85,2	64,4	74,0	1,4	1,2	1,3	6,2	30,6	19,4
Totale	28,0	18,8	23,3	68,0	63,7	65,8	1,1	1,4	1,3	2,9	16,0	9,7

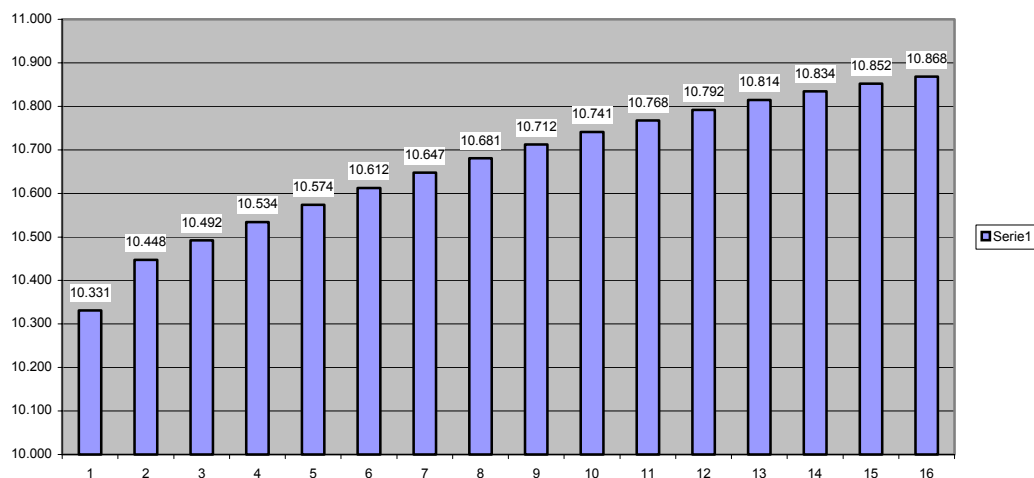
## 1.4 Stime della popolazione al 2018

Sulla base degli andamenti pregressi si è elaborata una stima della popolazione del Comune al 2018.

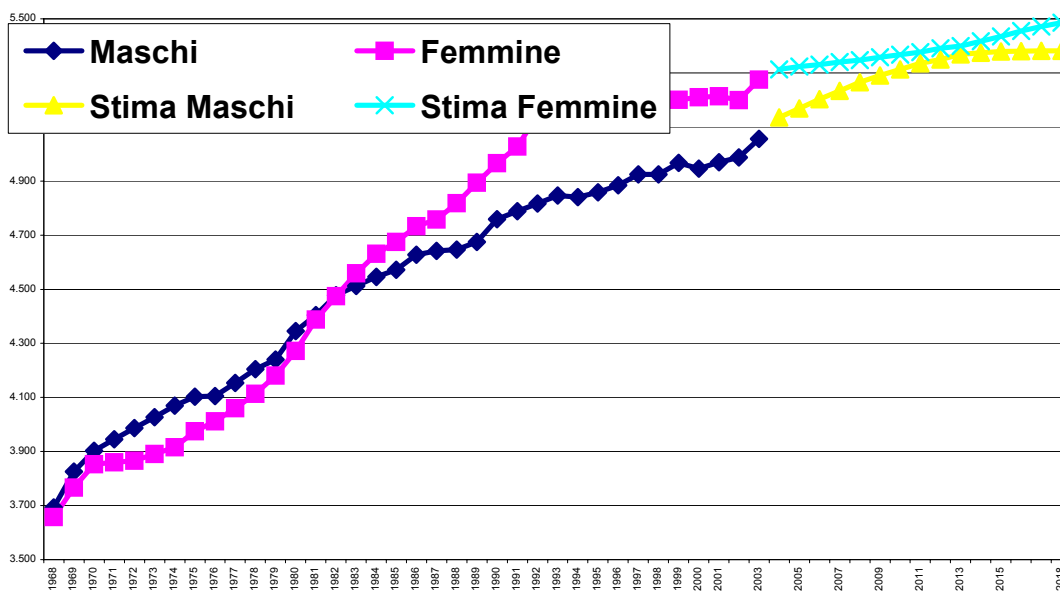


Al 2018 la popolazione del Comune di Montale non dovrebbe superare le 11.000 unità, arrestandosi a 10860 circa, con una crescita in 16 anni del 5% o poco più.

dinamica popolazione 2003-2018



In termini di dinamiche dei sessi, dopo una ripresa della popolazione maschile fino al 2012 si dovrebbe nuovamente staccare la popolazione femminile con un trend in crescita rispetto al trend in declino della popolazione maschile.



## 1.5 la dinamica del patrimonio abitativo

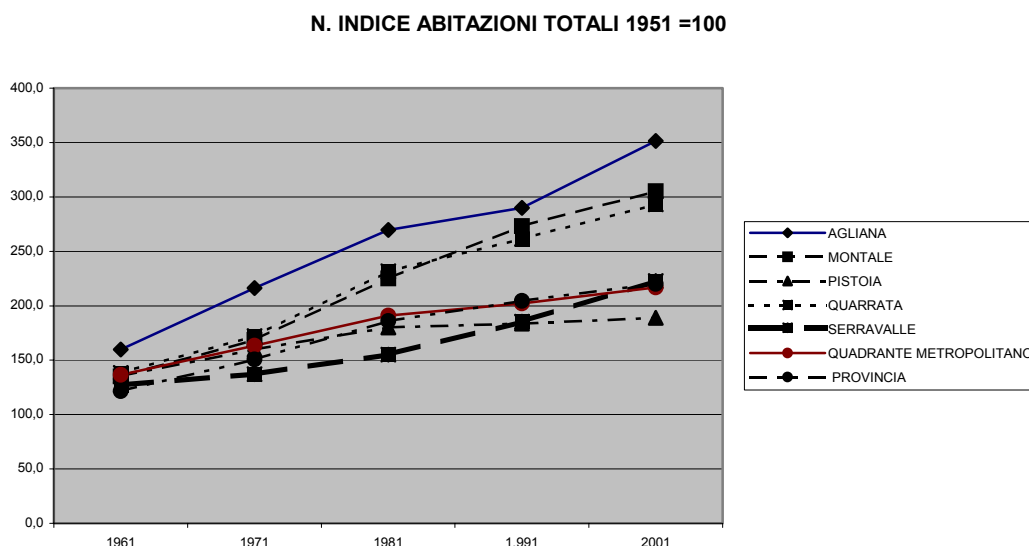
Al censimento 2001 il patrimonio abitativo di Montale contava 3.657 abitazioni di cui 4.377 occupate, il più basso all'interno dei Comuni del Quadrante metropolitano.

	Abitazioni	Altri tipi di alloggio occupati da residenti	
Comuni	Occupate da residenti	Altre abitazioni	Totale
Agliana	5.160	167	5.327
Montale	3.477	180	3.657
Pistoia	33.489	3.118	36.607
Quarrata	7.784	537	8.321
Serravalle P.se	3.700	279	3.979
<b>Totale</b>	<b>103.103</b>	<b>18.119</b>	<b>121.222</b>

Nell'intervallo 1951/2001 il numero di abitazioni totali si è triplicato passando da 1.200 circa a più di 3600.

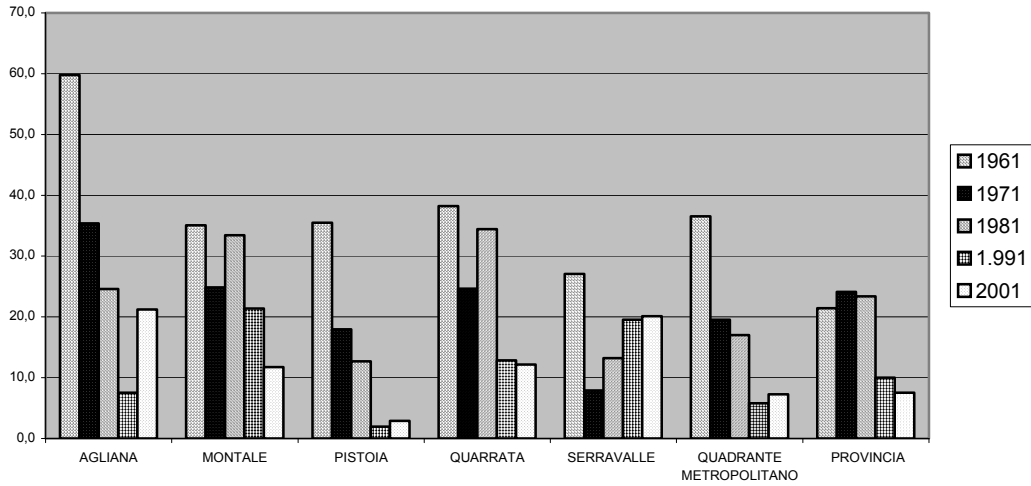
ABITAZIONI TOTALI	1951	1961	1971	1981	1.991	2001
<b>MONTALE</b>	1.198	1.618	2.020	2.696	3.272	3.657

A raffronto con le altre realtà territoriali, nell'intervallo 1951-2001 la crescita delle abitazioni di Montale (+205%) è preceduta soltanto da quella di Agliana (+250%) e seguita da Quarrata (+193%).



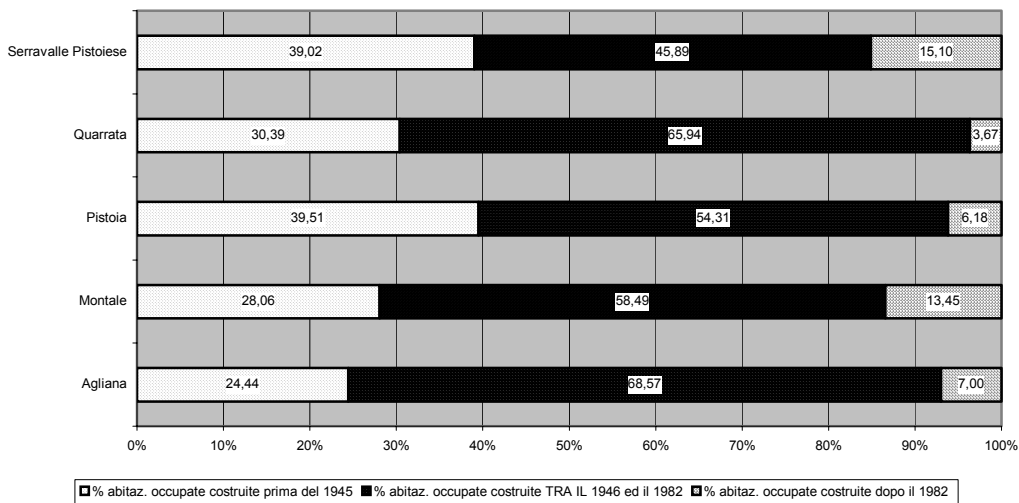
Le variazioni più consistenti avvengono tra 1951 e 1961 e tra il 1971 ed il 1981, cui segue un progressivo rallentamento dei tassi di crescita delle abitazioni: tra il 1991 ed il 2001 è solo del 10%.

VARIAZIONI ABITAZIONI TOTALI INTERCENSUARIE



Come risultato di questi ritmi di crescita, al censimento del 1991 la quota di abitazioni costruita prima del 1945 a Montale si collocava al di sotto del 30%, preceduta solo da Agliana

anzianità del patrimonio abitativo al censimento del 1991



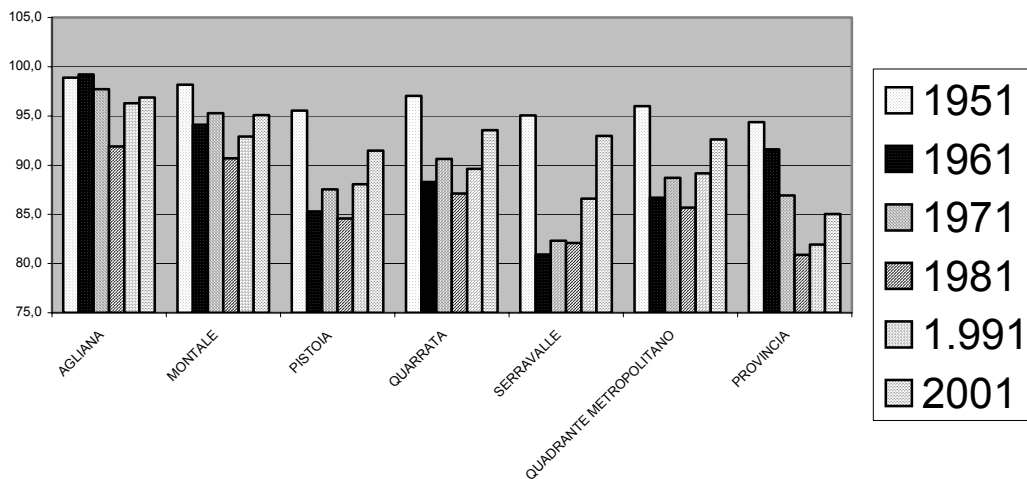
Al censimento 2001 il Comune di Montale si caratterizza per la pressoché totale assenza di fenomeni coabitazione, per cui il numero delle abitazioni equivale a quello delle famiglie che le occupano.

Censimento 2001	famiglie per abitazione occupata
Agliana	1,004
Montale	1,001
Pistoia	1,025
Quarrata	1,020
Serravalle P.se	1,004
<b>Totale</b>	<b>1,013</b>



Questo è anche il risultato di un miglior utilizzo del patrimonio abitativo esistente con l'indice di occupazione delle abitazioni che risale nel 2001 al 95%, col le abitazioni non occupate su un livello fisiologico accettabile.

indice abitazioni occupate 1951-2001



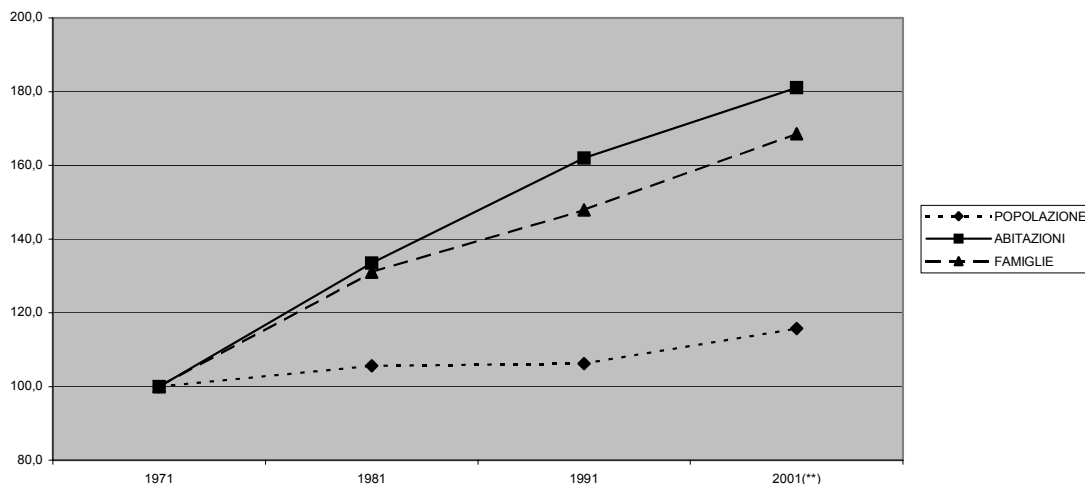
Alcuni dati caratteristici di Montale sulle abitazioni risalgono al censimento del 1991:

- il numero medio di stanze per abitazione occupata è di 5,24 con 0,61 occupanti per stanza, il dato più elevato - ma si tratta di differenze minime - nei comuni del quadrante metropolitano;
- il primo dato è il risultato di una incidenza di abitazioni più piccole con almeno 3 stanze inferiore al 10% e di una quota di abitazioni con 6 o più stanze superiore al 35%.

CENSIMENTO 1991	N. medio stanze per abitaz. occupata	N. medio occupanti per stanza	% abitaz. Occupate con almeno 3 stanze	% abitaz. Occupate con 4-5 stanze	% abitaz. occupate con 6 o più stanze
Agliaiana	5,23	0,60	10,59	55,40	34,01
Montale	5,24	0,61	9,47	54,93	35,59
Pistoia	5,07	0,55	11,97	59,32	28,71
Quarrata	5,39	0,58	10,36	51,37	38,27
Serravalle P.se	5,26	0,57	10,60	55,47	33,93
<b>Toscana</b>	<b>4,68</b>	<b>0,60</b>	<b>19,42</b>	<b>59,24</b>	<b>21,35</b>

Si è inteso correlare la crescita delle abitazioni alle due variabili popolazione e famiglie . Il grafico seguente evidenzia come il fabbisogno di abitazioni sia correlato alla dinamica delle famiglie, cui deve dare risposta anche in termini di tipologia abitativa conseguente alla riduzione del numero dei componenti il nucleo familiare.

N. INDICE ABITAZIONI, POPOLAZIONE E FAMGLIE 1971 =100



Sulla base delle proiezioni della popolazione già effettuate ed ipotizzando :

a) l'invarianza dell'indice di occupazione delle abitazioni al 95%;

b) la riduzione del numero medio di componenti del nucleo familiare a 2,7

si può stimare in 4000 il numero di famiglie al 2018 dal quale consegue un fabbisogno aggiuntivo di 550 nuove abitazioni, che possono in quota parte essere recuperate dalla ristrutturazione di abitazioni esistenti di dimensioni non più congrue rispetto alla tipologia familiare che si è progressivamente evoluta.

	1971	1981	1991	2001	2018
ABITAZIONI TOTALI	2.020	2.696	3.272	3.657	4208
famiglie	2062	2702	3049	3476	4000

ALLEGATO B

Popolazione residente attiva e non attiva ai Censimenti 1971, 1981 e 1991.

SISTEMI LOCALI	POPOLAZIONE ATTIVA																	
	OCCUPATI						DISOCCUPATI						TOTALE					
	ass.			%			ass.			%			ass.			%		
	71(1)	81	91	71(1)	81	91	71 (2)	81	91	71 (2)	81	91	71	81	91	71	81	91
AGLIANA	5246	6057	5844	97,1	93,8	90,1	157	397	643	2,9	6,2	9,9	5403	6454	6487	54,0	48,4	48,4
MONTALE	3147	4039	4218	96,7	93,8	90,1	106	266	465	3,3	6,2	9,9	3253	4305	4683	52,7	48,9	47,8
PISTOIA	32960	35077	34270	96,1	91,7	89,9	1329	3195	3868	3,9	8,3	10,1	34289	38272	38138	44,9	41,5	43,4
QUARRATA	6473	8660	9303	96,6	92,8	91,0	229	672	925	3,4	7,2	9,0	6702	9332	10228	49,2	45,9	48,7
SERRAVALLE	2844	3087	3615	96,1	92,5	90,0	116	251	400	3,9	7,5	10,0	2960	3338	4015	48,3	43,0	45,9
QUADRANTE METROPOLITANO	50670	56920	57250	96,3	92,3	90,1	1937	4781	6301	3,7	7,7	9,9	52607	61701	63551	46,9	43,3	45,1

(1)= Il dato, a differenza di quelli del 1981 e 1991, comprende anche i disoccupati.

(2)= Il dato del 1971, a differenza di quelli del 1981 e del 1991, si riferisce ai soli non occupati in cerca di 1^ occupazione

Popolazione residente attiva in condizione professionale per attività economica ai Censimenti 1971, 1981 e 1991.

SISTEMI LOCALI	AGRICOLTURA			INDUSTRIA				COMMERCIO				ALTRE ATTIVITA'			TOTALE		
	1971	1981	1991	1971	1981(*)	1981(*)	1991	1971	1981(*)	1981(*)	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991
AGLIANA	334	218	183	4035	4638	4532	3954	465	646	752	1030	412	710	1115	5246	6212	6282
MONTALE	235	131	118	2406	3194	3138	2992	251	341	397	655	255	474	727	3147	4140	4492
PISTOIA	3473	2439	2289	14782	14789	14026	12448	4976	5868	6631	6585	9729	12858	14778	32960	35954	36100
QUARRATA	971	544	444	4021	6015	5832	5934	865	1180	1363	1653	616	1160	1746	6473	8899	9777
SERRAVALLE PISTOIESE	556	341	316	1597	1796	1697	1704	338	462	561	753	353	569	1056	2844	3168	3829
QUADRANTE METR.NO	5569	3673	3350	26841	30432	29225	27032	6895	8497	9704	10676	11365	15771	19422	50670	58373	60480

(\*)= I dati del Censimento 1981 sono qui riportati in due diverse aggregazioni che tengono conto delle modifiche delle classificazioni delle attività economiche, garantendo un confronto più corretto con i dati del 1971 e del 1991.

SISTEMI LOCALI	AGRICOLTURA		INDUSTRIA				COMMERCIO				ALTRE ATTIVITA'				TOTALE					
	var. 81/71	var. 91/81	var. 81/71	var. 91/81	var. 81/71	var. 91/81	var. 81/71	var. 91/81	var. 81/71	var. 91/81	var. 81/71	var. 91/81	var. 81/71	var. 91/81	var. 81/71	var. 91/81				
	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %	ass. %					
AGLIANA	-116	-34,7	-35	-16,1	603	14,9	-578	-12,8	181	38,9	278	37,0	298	72,3	405	57,0	966	18,4	70	1,1
MONTALE	-104	-44,3	-13	-9,9	788	32,8	-146	-4,7	90	35,9	258	65,0	219	85,9	253	53,4	993	31,6	352	8,5
PISTOIA	-1034	-29,8	-150	-6,2	7	0,0	-1578	-11,3	892	17,9	-46	-0,7	3129	32,2	1920	14,9	2994	9,1	146	0,4
QUARRATA	-427	-44,0	-100	-18,4	1994	49,6	102	1,7	315	36,4	290	21,3	544	88,3	586	50,5	2426	37,5	878	9,9
SERRAVALLE PISTOIESE	-215	-38,7	-25	-7,3	199	12,5	7	0,4	124	36,7	192	34,2	216	61,2	487	85,6	324	11,4	661	20,9
QUADRANTE M.NO																				

Parte III  
LE ATTIVITA' ECONOMICHE  
RISCHI ED OPPORTUNITA'

## 2. La lettura delle trasformazioni dell'economia di Montale attraverso i dati dei censimenti dell'industria e dei servizi

### 1.1 La lettura per grandi comparti

I dati del censimento 2001 ci permettono di cogliere le trasformazioni intervenute nell'intervallo ventennale che ha chiuso il XX secolo.

Ovviamente le più recenti dinamiche saranno analizzate con riferimento ad altri, purtroppo meno attendibili, dati.

Nell'intervallo 1981/2001 si assiste ad una riduzione nel numero di unità locali, più lenta tra 1981 e 1991 (da 1148 a 1113) e più accentuata tra 1991 e 2001 (da 1113 a 1041).

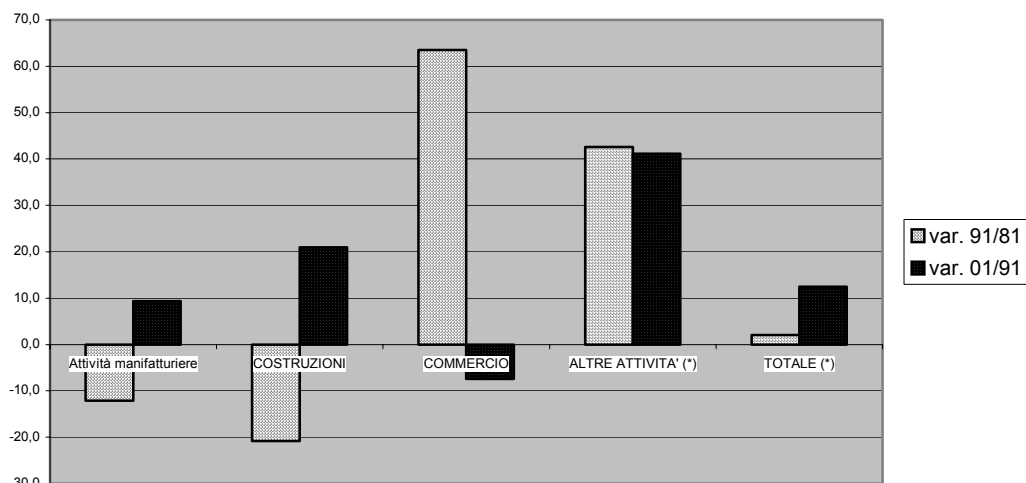
Il numero di addetti è invece in crescita, più lenta tra 1981 e 1991 (da 3394 a 3463), più consistente tra 1991 e 2001 (da 3463 a 3894).

	1981	1991	2001	1981	1991	2001
	Unità locali	Unità locali	Unità locali	Addetti	Addetti	Addetti
AGRICOLTURA (*)	6	8	7	24	12	9
ESTRAZIONE DI MINERALI	2	0	0	4	0	0
ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	701	527	419	2350	2065	2258
ENERGIA ACQUA GAS	0	1	1	0	2	1
COSTRUZIONI	111	117	131	259	205	248
COMMERCIO	194	263	225	370	605	560
ALTRE ATTIVITA' (*)		158	214		352	491
Altre attività istituzioni		47	51		234	336
ALTRE ATTIVITA' TOTALI	134	205	265	411	586	827
TOTALE (*)	1148	1113	1041	3394	3463	3894

Queste dinamiche complessive sono tuttavia il risultato di andamenti differenziati dei diversi comparti:

- le attività manifatturiere vedono una drastica riduzione delle unità locali da 700 a 430 costante nei venti anni mentre in termini di addetti, dopo un calo tra 1981 e 1991 da 2350 a 2050 addetti, si assiste ad una ripresa fino a 2260 addetti nel 2001;
- le costruzioni in leggera crescita in termini di unità locali, hanno una flessione tra 1981 e 1991, non completamente compensata dalla ripresa tra 1991 e 2001;
- il commercio e turismo, in crescita assai consistente tra 1981 e 1991 cedono in maniera consistente sia in termini unità locali che addetti tra 1991 e 2001.
- i servizi alla persona ed alle imprese, sia pubblici che privati, crescono in misura assai consistente, più accentuata tra 1991 e 2001 per i servizi privati, soprattutto alle imprese.

variazioni addetti 1991 /1981 e 2001/1991



Queste dinamiche concorrono a modificare il peso delle diverse attività nel panorama del comune di Montale:

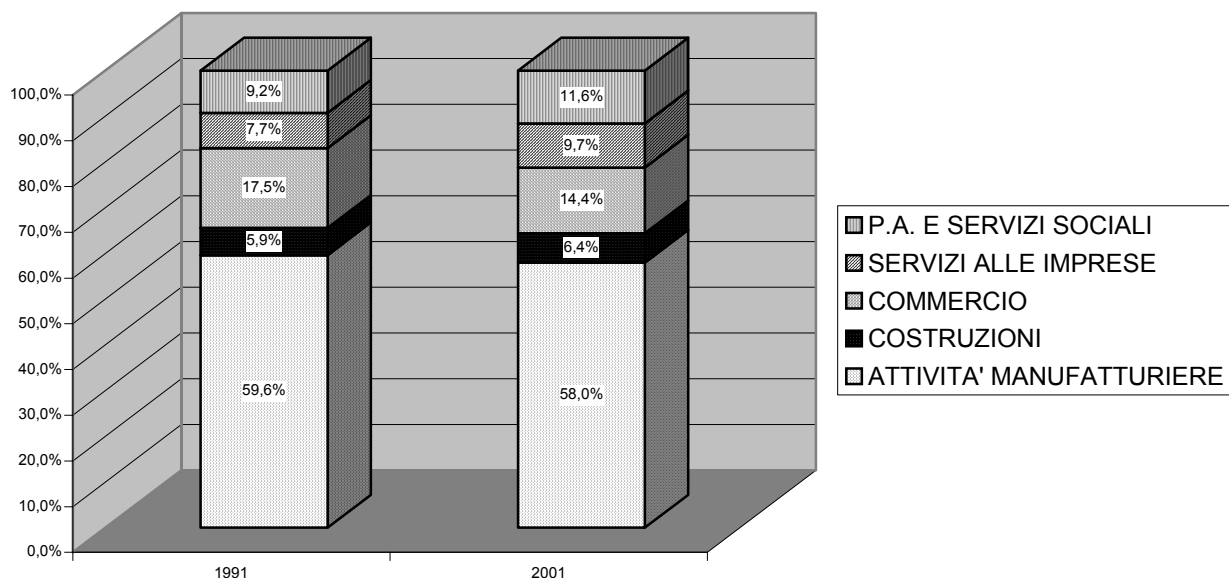
- l'incidenza delle attività manifatturiere si riduce dal 69% al 59% tra 1981 e 1991 mentre tra 1991 e 2001 si assesta attorno al 58%, con una leggera limatura rispetto al 1991;
- le costruzioni mostrano una incidenza sostanzialmente stabile nell'intorno del 6%;
- il commercio e turismo, dopo una crescita fino al 17,5% nel 1991, si ridimensionano al 14,4%;
- in crescita costante anche se rallentata nell'ultimo periodo sono i servizi, dal 12,15 al 16,9% e al 2001 al 21,2%.

Se nel 1981 meno di un addetto su quattro era occupato nel commercio e servizi, nel 2001 più di un addetto su tre opera in questi settori.

	1981	1991	2001
AGRICOLTURA (*)	0,7	0,3	0,2
Attività manifatturiere	69,2	59,6	58,0
Energia Acqua gas	0,0	0,1	0,0
COSTRUZIONI	7,6	5,9	6,4
COMMERCIO	10,9	17,5	14,4
ALTRE ATTIVITA' TOTALI	12,1	16,9	21,2

Se guardiamo alle variazioni intervenute tra 1991 e 2001 si può notare come la crescita dei servizi sia condivisa tanto dai servizi alle imprese (dal 7,7 al 9,7%) quanto dalla pubblica amministrazione e servizi sociali e sanitari (dal 9,2 all'11,6%).

COMPOSIZIONE ADDETTI 1991 2001



## 1.2 Le attività manifatturiere

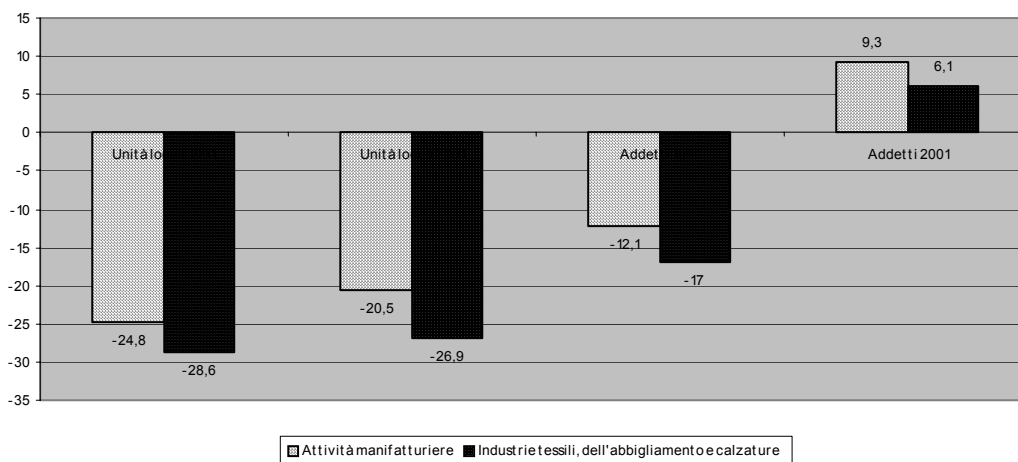
Per l'incidenza sull'economia locale (quasi il 60% degli addetti) l'attenzione deve necessariamente focalizzarsi sull'industria manifatturiera: il quadro che emerge dalla lettura di vent'anni di queste attività a Montale è quello di una realtà ad una dimensione, dove il sistema moda pesa per oltre l'80% degli addetti.

Nessuna altra industria, nonostante qualche progresso, è riuscita a superare la soglia dei 100 addetti.

Settore di attività economica	1981		1991		2001	
	U. L.	Add.	U. L.	Add.	U. L.	Add.
Industrie alimentari, bevande e tabacco	6	24	8	29	9	41
Industrie tessili, dell'abbigliamento e calzature	661	2.156	472	1.790	345	1.900
Industria del legno e dei prodotti in legno	16	84	9	37	8	28
Fabbricazione della carta e prodotti di carta; stampa ed editoria	3	11	3	51	4	49
Fabbricazione di prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali	0	0	0	0	1	33
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	4	19	1	2	2	15
Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	1	12	0	0	0	0
Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo	4	14	13	45	13	54
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici	6	30	11	48	12	48
Fabbricazione di macchine e apparecchiature elettriche ed ottiche	0	0	5	20	12	41
Fabbricazione di mezzi di trasporto	0	0	0	0	0	0
Altre industrie manifatturiere	0	0	5	43	13	49
<b>Totale Attività manifatturiere</b>	<b>701</b>	<b>2.350</b>	<b>527</b>	<b>2.065</b>	<b>419</b>	<b>2.258</b>

L'analisi delle variazioni sia di unità locali che addetti conferma questa valutazione di estrema dipendenza dal sistema moda:

variazioni unità locali e addetti sistema moda e totale manifatturiero su censimento precedente



E' tuttavia da rimarcare come complessivamente i settori non moda crescano costantemente e a due cifre ininterrottamente dal 198: il problema è che non emerge alcun comparto di una qualche consistenza sul quale affidare la progressiva fuoriuscita dal tessile abbigliamento.

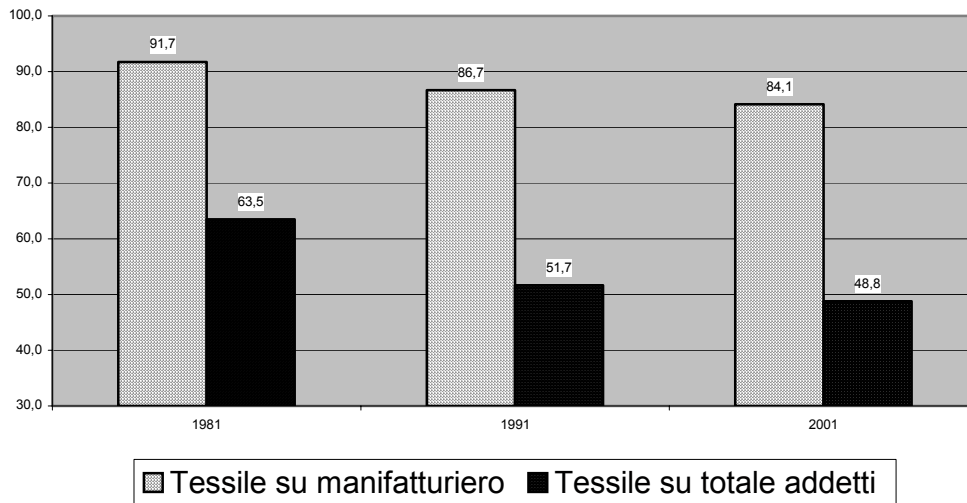
I dati sulla composizione degli addetti nel manifatturiero evidenziano come in 20 anni l'incidenza del sistema moda è sì calata ma di poco, passando dal 91,7% all'84,1%.

	1981	1991	2001
Industrie alimentari, bevande e tabacco	1,0	1,4	1,8
Industrie tessili, dell'abbigliamento e calzature	91,7	86,7	84,1
Industria del legno e dei prodotti in legno	3,6	1,8	1,2
Fabbricazione della carta e prodotti di carta; stampa ed editoria	0,5	2,5	2,2
Fabbricazione di prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali	0,0	0,0	1,5
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	0,8	0,1	0,7
Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo	0,6	2,2	2,4
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici	1,3	2,3	2,1
Fabbricazione di macchine e apparecchiature elettriche ed ottiche	0,0	1,0	1,8
Altre industrie manifatturiere	0,0	2,1	2,2

Il grafico che segue consente di visualizzare quanto sia pervasivo il sistema moda sia nell'insieme dell'apparato industriale che nel totale dei settori economici: ancora nel 2001 un addetto su due è occupato nel sistema moda.



incidenza sistema moda su totale manifatturiero e totale generale



In termini di struttura d'azienda si può affermare che la dimensione media in termini di addetti è cresciuta sia in riferimento al totale delle attività manifatturiere ( da 3,4 a 3,9 a 5,4) sia per il sistema moda ( da 3,3 a 3,8 a 5,5): è evidente che nell'intervallo considerato sia intervenuta una ristrutturazione del comparto con la fuoriuscita dal mercato di aziende soprattutto artigiane di piccola e piccolissima dimensione

Dimensione media unità locale e per Settore di attività economica	1981	1991	2001
Attività manifatturiere	3,4	3,9	5,4
Industrie alimentari, bevande e tabacco	4,0	3,6	4,6
Industrie tessili, dell'abbigliamento e calzature	3,3	3,8	5,5
Industria del legno e dei prodotti in legno	5,3	4,1	3,5
Fabbricazione della carta e prodotti di carta; stampa ed editoria	3,7	17,0	12,3
Fabbricazione di prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali			33,0
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	4,8	2,0	7,5
Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo	3,5	3,5	4,2
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici	5,0	4,4	4,0
Fabbricazione di macchine e apparecchiature elettriche ed ottiche		4,0	3,4
Altre industrie manifatturiere		8,6	3,8

Parlare di sistema moda tuttavia appare fuorviante ove si consideri l'assoluta preponderanza dell'industria tessile, con quasi il 95 % degli addetti totali nel 2001

	U. L. 1991	U. L. 2001	Add. 1991	Add. 2001
Industrie tessili	442	320	1.688	1.805
Confezione di articoli di vestiario	28	25	75	95
Totale:	470	345	1.763	1.900

Montale si caratterizza per il peso considerevole delle prime fasi della filiera tessile, in particolare filatura e tessitura.

In linea generale si consolidano le strutture produttive in termini di addetti: in controtendenza, con una consistente riduzione, sono la maglieria e la fabbricazione di prodotti in maglia.

Si rafforzano invece il finissaggio, il confezionamento di articoli in tessuto, le altre industrie tessili.

	U. L.1991	U. L.2001	Add. 1991	Add. 2001	Dim. media 1991	Dim. media 2001
Preparazione e filatura di fibre tessili	168	113	717	692	4,3	6,1
Tessitura di materie tessili	189	106	481	391	2,5	3,7
Finissaggio dei tessili	28	13	175	173	6,3	13,3
Confezionamento di articoli in tessuto, escluso vestiario	4	12	14	116	3,5	9,7
Altre industrie tessili	7	31	29	239	4,1	7,7
Fabbricazione di maglierie	28	31	109	105	3,9	3,4
Fabbricazione di articoli in maglieria	18	14	163	89	9,1	6,4
Totale:	442	320	1.688	1805	3,8	5,6

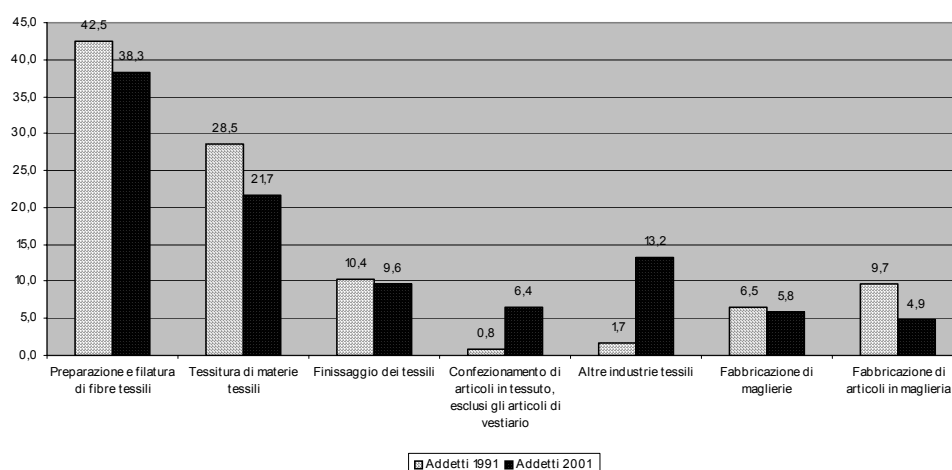
E' il risultato di dinamiche assai differenziate:

- si riducono sensibilmente le filature e le rifiniture in termini di unità locali ma con solo modeste contrazioni degli addetti;
- si dimezzano quasi le unità locali della tessitura mentre gli addetti calano di circa il 20%;
- la fabbricazione di articoli in maglieria si riduce nel numero delle unità locali ma soprattutto degli addetti, in qualche misura lasciando una struttura più "povera";
- in crescita sia come unità locali che come addetti il confezionamento di articoli in tessuto diversi dal vestiario e el altre industrie tessili (moquettes, tessuto non tessuto..)

	Unita' 2001	Locali Addetti 2001
Preparazione e filatura di fibre tessili	-32,7	-3,5
Tessitura di materie tessili	-43,9	-18,7
Finissaggio dei tessili	-53,6	-1,1
Confezionamento di articoli in tessuto, escluso vestiario	200	728,6
Altre industrie tessili	342,9	724,1
Fabbricazione di maglierie	10,7	-3,7
Fabbricazione di articoli in maglieria	-22,2	-45,4
Totale:	-27,6	6,9

E' evidente la redistribuzione dei pesi all'interno dell'industria tessile, testimonianza dell'impegno profuso dalle imprese per anticipare/adattarsi ai cambiamenti del mercato: mino rilievo anche se sempre elevato – delle prime fasi della filiera del tessile. Non ci si sposta tuttavia verso il sistema moda ma piuttosto verso il confezionamento di prodotti tessili ( biancheria da tavola, per l'arredamento) e verso altri prodotti tessili (tappeti, moquettes, tessuto non tessuto).

composizione addetti industrie tessili 1991 2001



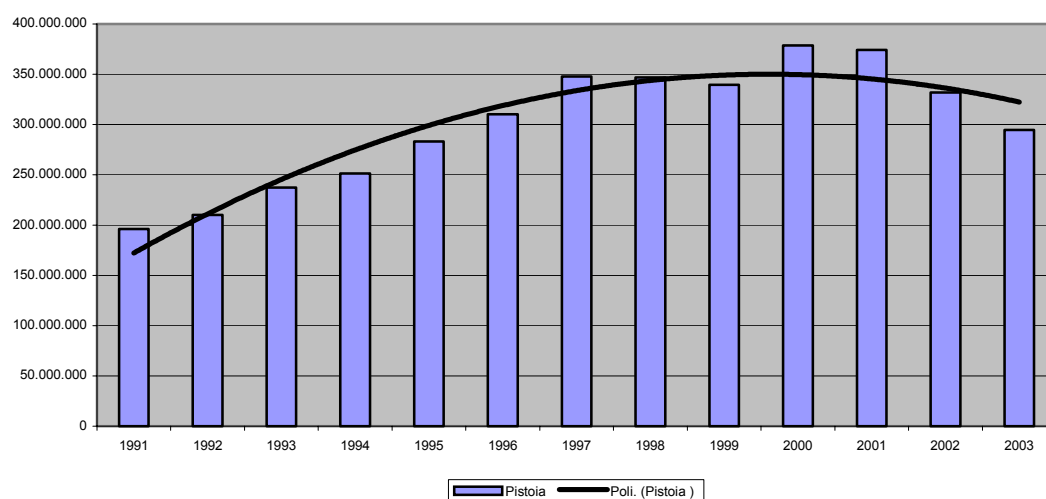
### 3. Le dinamiche più recenti

#### 2.1 l'andamento dei mercati esteri: le esportazioni

Gli anni più recenti sono stati contrassegnati, per settori fortemente orientati alle esportazioni, da un forte arretramento sui mercati internazionali vuoi per la crisi dei principali mercati di sbocco (Europa), per il rafforzamento del dollaro (USA) ma anche per l'emergere di un nuovo concorrente che ha di fatto alterato consolidati quadri di riferimento non solo per l'Italia e per gli altri paesi sviluppati ma anche per il resto delle economie in via di sviluppo, dal Messico al Pakistan, dal Marocco alle Filippine.

I dati sulle esportazioni in calo riflettono solo parzialmente la profondità della crisi, che ha colpito con particolare intensità il settore dei contoterzisti e la tradizionale catena della subfornitura.

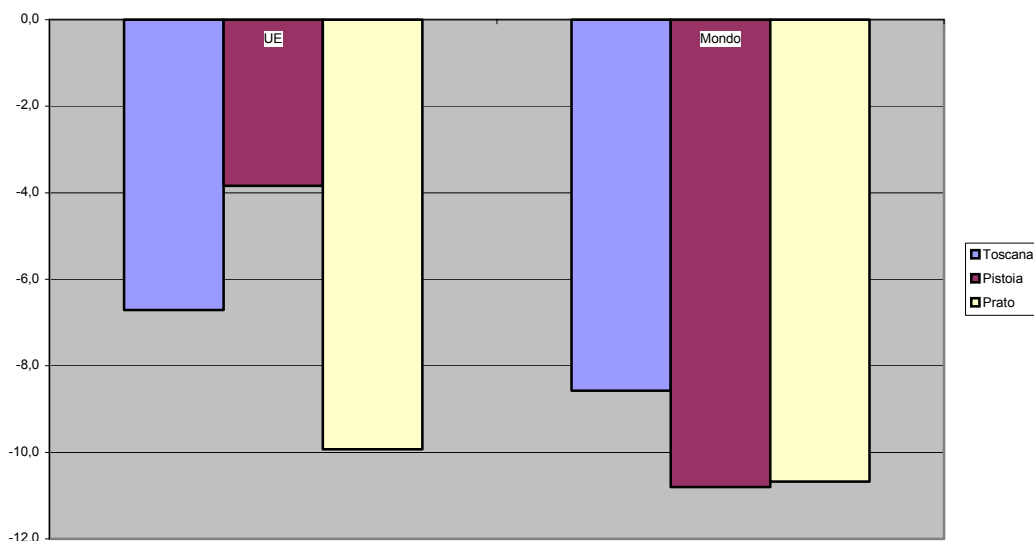
esportazioni tessili Pistoia



E' evidente dal grafico che anche per le esportazioni tessili da Pistoia ha funzionato lo strumento della svalutazione competitiva.

Le esportazioni crescono dopo il 1992 fino al 1997 quando inizia una discesa che, con l'eccezione di un "rimbalzo" nel 2000 e 2001 hanno iniziato una parabola discendente assai accentuata che non accenna ad arrestarsi.

Anche i dati 2004, almeno per il primo trimestre, mostrano un - 10% totale per il distretto tessile, con Pistoia che va meglio sui mercati UE ma è meno competitiva sui mercati extra UE.



## 2.2 Le dinamiche della struttura produttiva 2002/2003

Nel 2003 per la prima volta nel quadriennio il saldo iscrizioni cessazioni totali presenta un valore negativo (-7).

Ovviamente questo risultato risulta condizionato dal risultato assai negativo del comparto manifatturiero (-28) ma nell'area del segno meno si collocano anche alberghi e ristoranti (-5), trasporti e magazzinaggio (-2) ed anche intermediazione monetaria etc (-1): sembra che la crisi del tessile abbia immediate e dirette ricadute sui servizi collegati.

Solo in parte questo calo viene compensato dai saldi positivi nelle costruzioni, nel commercio e nelle attività immobiliari, noleggio etc.

	2000	2001	2002	2003	Saldo totale
	saldo	saldo	saldo	saldo	saldo 2000-2003
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	3	0	-3	2	2
B Pesca, piscicoltura e	0	0	0	0	0
C Estrazione di minerali	0	0	0	0	0
D Attivita' manifatturiere	-6	-12	-8	-28	-54
E Prod.e distrib.energ.eletr.,	0	0	0	0	0
F Costruzioni	1	4	12	6	23
G Comm.ingr.e dett.-rip.beni	2	3	1	5	11
H Alberghi e ristoranti	1	0	1	-5	-3
I Trasporti,magazzinaggio.	1	-2	1	-2	-2
J Intermediaz.monetaria e	0	1	-1	-1	-1
K Attiv.immob.,noleggio,	4	18	11	5	38
M Istruzione	0	0	0	-1	-1
N Sanita' e altri servizi sociali	0	0	1	0	1
O Altri servizi pubblici,	-2	0	0	0	-2
P Serv.domestici presso.	0	0	-1	0	-1
X Imprese non classificate	8	7	4	12	31
	12	19	18	-7	42

Nel quadriennio le dinamiche appaiono fortemente caratterizzate:

- per le attività manifatturiere il saldo negativo raggiunge il valore di -54, con la punta nel 2003;
- per alberghi e ristoranti si ha un saldo di -3
- i servizi alle imprese con + 38 e le costruzioni con + 23 , assieme al +11 del commercio. hanno i maggiori saldi positivi che concorrono al + 42 complessivo del quadriennio.

E' evidente da questi dati l'accentuata e prolungata crisi del tessile che per Montale significa crisi di un modello di industrializzazione ma anche crisi di un modello sociale.

Complessivamente il dato negativo è ascrivibile totalmente all'industria tessile con un saldo di - 54 nel quadriennio, cui si aggiungono nel 2003 le confezioni.

Gli altri settori presentano saldi positivi modesti a fronte di una altrettanto modesta movimentazione di imprese:solo la fabbricazione e lavorazione prodotti in metallo ha un saldo superiore all'unità con un + 3.

	Saldo 2000	Saldo 2001	Saldo 2002	Saldo 2003	Saldo 2000/2003
DA15 Industrie alimentari e delle bevande	1	-1	0	0	0
DB17 Industrie tessili	-9	-13	-9	-23	-54
DB18 Confez.articoli vestiario-	0	0	1	-5	-4
DD20 Ind.legno,	1	0	-1	1	1
DE22 Editoria, stampa e	0	1	0	0	1
DG24 Fabbric.prodotti chimici	0	0	1	0	1
DJ28 Fabbricaz.e lav.prod.metallo,	1	2	0	0	3
DK29 Fabbric.macchine ed appar.mecc.,instal.	1	0	-1	-1	-1
DL30 Fabbric.macchine per uff.,elaboratori	0	0	0	0	0
DL31 Fabbric.di macchine ed appar.eletr.	-1	0	0	0	-1
DL32 Fabbric.appar.radiotel.e app.per	0	1	0	0	1
DL33 Fabbric.appar.medicali,precis	0	0	1	0	1
DN36 Fabbric.mobili-altre industrie	0	-1	1	0	0
DN37 Recupero e preparaz. per il riciclaggio	0	-1	-1	0	-2
	-6	-12	-8	-28	-54

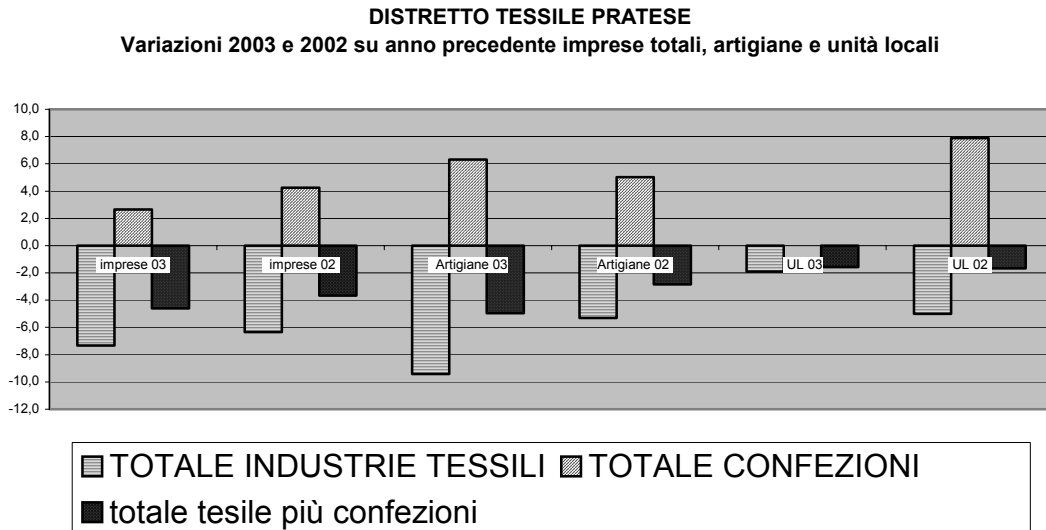
Nell'ambito delle industrie tessili, il prezzo più alto è pagato dalle prime fasi di lavorazione, la filatura e la tessitura, oltre al non classificato ed alla maglieria.

Finissaggio, confezionamento di articoli in tessuto e fabbricazione di tessuti a maglia presentano un saldo positivo di 2 o 3 unità.

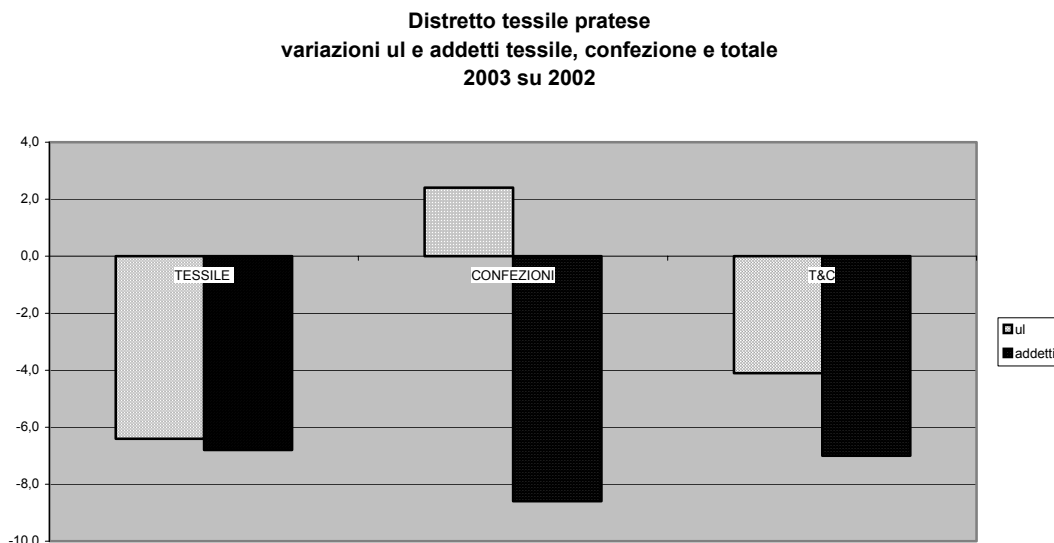
	2000	2001	2002	2003	Totale
<b>TOTALE INDUSTRIE TESSILI</b>	-9	-13	-9	-23	-54
Non ulteriormente classificato	-1	0	-1	-9	-11
Preparazione e filatura di fibre tessili	-10	-5	-3	-2	-20
Tessitura di materie tessili	0	-4	-4	-11	-19
Finissaggio dei tessili	0	-2	3	1	2
Confezionamento di articoli in tessuto, escluso vestiario	1	1	-1	1	2
Altre industrie tessili	0	-1	-1	0	-2
Fabbricazione di tessuti a maglia	1	0	1	1	3
Fabbricazione di articoli in maglieria	0	-2	-3	-4	-9
<b>TOTALE CONFEZIONI</b>	0	0	1	-5	-4
Non ulteriormente classificato	0	0	0	-1	-1
Confezione di vestiario in pelle	0	0	0	0	0
Confezione di altri articoli di vestiario ed accessori	0	0	1	-4	-3
Preparazione e tintura di pellicce; confezione di articoli in pelliccia pelle e similari	0	0	0	0	0
<b>TOTALE TESSILE&amp;CONFEZIONI</b>	-9	-13	-8	-28	-58

### 2.3 Montale nel contesto del distretto tessile pratese

I dati più recenti sul distretto tessile pratese di fonte Camera di Commercio di Prato evidenziano il calo generale del tessile – nel 2002 sul 2001 e nel 2003 sul 2002 rispetto alle confezioni, come imprese totali, imprese artigiane ed unità locali. Di contro le confezioni appaiono in generalizzata crescita



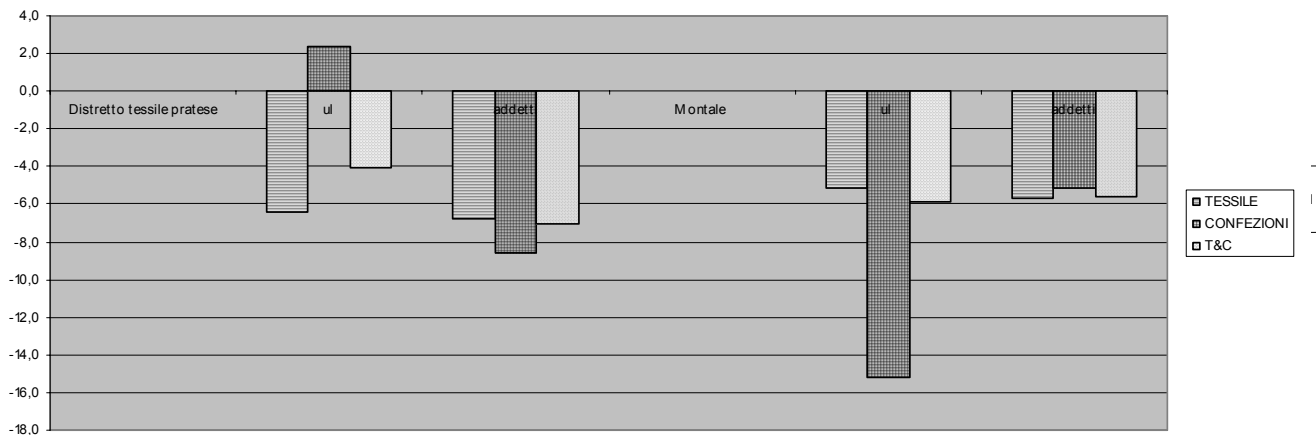
Questa crescita è tuttavia la spia di una polverizzazione del settore delle confezioni che non pare crescere in termini di struttura produttiva. Nel 2003 sul 2002 calano gli addetti delle confezioni mentre l'aumento di unità locali ed imprese può derivare dall'emersione del sommerso, in particolare di imprese con titolari extracomunitari.



Nel 2003 rispetto al 2002 a Montale si riducono in misura più accentuata le unità locali delle confezioni che trainano un calo più consistente delle unità locali del T&A.

Minore è invece la contrazione in termini di addetti e comunque sempre contrazione è.

**Distretto tessile Pratese e Montale a confronto**  
**variazioni unità locali e addetti tessile confezioni e totale**  
**2003 su 2002**



In termini di fasi ed attività, il calo appare più accentuato nelle filature, anche per la loro incidenza sul totale del tessile e nel finissaggio

	var. UL	var. add.
<b>TOTALE INDUSTRIE TESSILI</b>	-5,1	-5,7
Non ulteriormente classificato	-20,0	-70,6
Preparazione e filatura di fibre tessili	-6,4	-6,7
Tessitura di materie tessili	-5,8	-1,5
Finissaggio dei tessili	-6,7	-14,9
Confezionamento di articoli in tessuto, escluso vestiario	10,0	-9,2
Altre industrie tessili	0,0	0,0
Fabbricazione di tessuti a maglia	9,1	-37,1
Fabbricazione di articoli in maglieria	-6,7	-0,9
<b>TOTALE CONFEZIONI</b>	-15,2	-5,1
Non ulteriormente classificato		
Confezione di vestiario in pelle		
Confezione di altri articoli di vestiario ed accessori	-15,2	-5,1
Preparazione e tintura di pellicce; confezione di articoli in pelliccia pelle e similari		
<b>TOTALE TESSILE &amp; CONFEZIONI</b>	-5,9	-5,6

## ALLEGATO A

COMUNE DI MONTALE. UNITA' LOCALI E ADDETTI AI CENSIMENTI INDUSTRIA E SERVIZI 1991 E 2001. VALORI ASSOLUTI E VARIAZIONI %.

SEZIONE ECONOMICA	Unita' Locali 1991	Unita' Locali 2001	Var. %	Addetti 1991	Addetti 2001	Var. %
AGRICOLTURA, CACCIA E SILVICOLTURA	8	7	-12,50	12	9	-25,00
PESCA, PISCICOLTURA E SERVIZI CONNESSI	-	-	-	-	-	-
ESTRAZIONE DI MINERALI	-	-	-	-	-	-
ATTIVITA' MANIFATTURIERE	527	419	-20,49	2.065	2.258	+9,35
INDUSTRIE ALIMENTARI, DELLE BEVANDE E DEL TABACCO	8	9	+12,50	29	41	+41,38
INDUSTRIE TESSILI E DELL'ABBIGLIAMENTO	470	345	-26,60	1.763	1.900	+7,77
INDUSTRIE CONCIARIE, FABBRICAZIONE DI PRODOTTI IN CUOIO, PELLE E SIMILARI	2	0	-100,00	27	0	-100,00
INDUSTRIA DEL LEGNO E DEI PRODOTTI IN LEGNO	9	8	-11,11	37	28	-24,32
FABBRICAZIONE DI PASTA-CARTA, CARTA E PRODOTTI DI CARTA; STAMPA ED EDITORIA	3	4	+33,33	51	49	-3,92
FABBRICAZIONE DI COKE, RAFFINERIE DI PETROLIO, TRATTAMENTO COMBUST. NUCLEARI	-	-	-	-	-	-
FABBRICAZIONE DI PRODOTTI CHIMICI E DI FIBRE SINTETICHE E ARTIFICIALI	0	1	-	0	33	-
FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN GOMMA E MATERIE PLASTICHE	1	2	+100,00	2	15	+650,00
FABBRICAZIONE DI PRODOTTI DELLA LAVORAZIONE DI MINERALI NON METALLIFERI	-	-	-	-	-	-
PRODUZIONE DI METALLO E FABBRICAZIONE DI PRODOTTI IN METALLO	13	13	+0,00	45	54	+20,00
FABBRICAZIONE MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI; INSTALLAZIONE E RIPARAZIONE	11	12	+9,09	48	48	+0,00
FABBRICAZIONE MACCHINE ELETTRICHE E APPARECCHIATURE ELETTRICHE ED OTTICHE	5	12	+140,00	20	41	+105,00
FABBRICAZIONE DI MEZZI DI TRASPORTO	-	-	-	-	-	-
ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE	5	13	+160,00	43	49	+13,95
PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA, GAS E ACQUA	1	1	+0,00	2	1	-50,00
CONSTRUZIONI	117	131	+11,97	205	248	+20,98
COMMERCIO INGROSSO E DETTAGLIO; RIPARAZIONE DI AUTO, MOTO E BENI PERSONALI	236	195	-17,37	520	479	-7,88
ALBERGHI E RISTORANTI	29	31	+6,90	90	84	-6,67
TRASPORTI, MAGAZZINAGGIO E COMUNICAZIONI	40	39	-2,50	105	89	-15,24
INTERMEDIAZIONE MONETARIA E FINANZIARIA	10	11	+10,00	26	22	-15,38
ATTIVITA' IMMOBILIARI, NOLEGGIO, INFORMATICA, RICERCA, PROFESS. ED IMPRENDIT.	65	108	+66,15	136	265	+94,85
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E DIFESA; ASSICURAZIONE SOCIALE OBBLIGATORIA	6	3	-50,00	62	75	+20,97
ISTRUZIONE	12	12	+0,00	142	176	+23,94
SANITA' E ALTRI SERVIZI SOCIALI	20	30	+50,00	46	72	+56,52
ALTRI SERVIZI PUBBLICI, SOCIALI E PERSONALI	52	62	+19,23	69	128	+85,51
TOTALE	1.123	1.049	-6,59	3.480	3.906	+12,24



## ALLEGATO B

	2002				2003			
	Registrate	Attive	Iscrizioni	Cessazioni	Registrate	Attive	Iscrizioni	Cessazioni
A 01 Agricoltura, caccia e relativi servizi	194	193	8	15	199	198	17	13
A 02 Silvicoltura e utilizzaz. aree forestali	2	2	0	0	2	2	0	0
DA15 Industrie alimentari e delle bevande	14	13	0	1	14	13	0	0
DB17 Industrie tessili	58	50	2	2	58	49	2	2
DB18 Confez. articoli vestiario-prep. pellicce	21	17	0	1	20	16	1	1
DC19 Prep. e concia cuoio-fabbr. artic. viaggio	13	10	0	0	9	6	0	3
DD20 Ind. legno, esclusi mobili-fabbr. in paglia	9	9	0	1	9	9	0	0
DE21 Fabb. pasta-carta, carta e prod. di carta	5	5	0	0	5	5	0	0
DE22 Editoria, stampa e riprod. supp. registrati	2	2	0	0	1	1	0	1
DG24 Fabb. prodotti chimici e fibre sintetiche	4	4	0	0	4	4	1	1
DH25 Fabb. artic. in gomma e mat. plastiche	6	5	0	0	5	5	0	1
DI26 Fabb. prodotti lavoraz. min. non metallif.	4	3	0	0	4	3	1	0
DJ27 Produzione di metalli e loro leghe	1	0	0	0	0	0	0	1
DJ28 Fabb. e lav. prod. metallo, escl. macchine	26	23	0	3	27	25	1	2
DK29 Fabb. macchine ed appar. mecc., instal.	15	14	0	0	16	13	1	1
DL30 Fabb. macchine per uff., elaboratori	1	0	0	0	1	0	0	0
DL31 Fabb. di macchine ed appar. elettr. n.c.a.	5	4	0	0	5	4	0	1
DL32 Fabb. appar. radiotel. e app. per comunic.	4	4	1	0	4	4	0	0
DL33 Fabb. appar. medicali, precis., strum. ottici	6	6	0	1	6	6	0	0
DM34 Fabb. autoveicoli, rimorchi e semirim.	2	2	0	0	1	1	0	0
DM35 Fabb. di altri mezzi di trasporto	1	1	0	0				
DN36 Fabb. mobili-altre industrie manifatturiere	76	66	3	7	76	66	2	3
DN37 Recupero e preparaz. per il riciclaggio	2	2	0	1	1	1	0	1
F 45 Costruzioni	173	167	11	5	183	177	17	16
G 50 Comm. manut. e rip. autov. e motocicli	45	42	2	3	48	45	1	0
G 51 Comm. ingr. e interm. del comm. escl. autov.	96	80	7	13	98	81	6	5
G 52 Comm. dett. escl. autov-rip. beni pers.	116	109	6	6	119	112	11	11
H 55 Alberghi e ristoranti	36	27	3	2	34	24	1	2
I 60 Trasporti terrestri-trasp. mediante condotta	22	22	0	0	22	22	0	0
I 63 Attivita' ausiliarie dei trasp.-ag. viaggi	2	2	0	1	2	2	0	0
I 64 Poste e telecomunicazioni	0	0	0	0	1	1	1	0
J 66 Assic. e fondi pens. (escl. ass. soc. obbl.)	1	1	0	0	0	0	0	1
J 67 Attivita' ausil. intermediazione finanziaria	8	8	1	3	8	8	0	0
K 70 Attivita' immobiliari	35	29	1	4	38	32	3	0
K 71 Noleggio macc. e attrezz. senza operat.	2	2	0	0	3	3	2	1
K 72 Informatica e attivita' connesse	9	8	0	2	9	8	1	1
K 74 Altre attivita' professionali e imprendit.	20	18	1	2	17	15	0	4
N 85 Sanita' e altri servizi sociali	1	1	0	0	2	2	1	0
O 90 Smaltim. rifiuti solidi, acque scarico e sim.	1	1	0	0	2	2	0	0
O 92 Attivita' ricreative, culturali sportive	2	2	0	0	4	4	1	0
O 93 Altre attivita' dei servizi	32	30	1	2	32	30	2	2
X Imprese non classificate	34	1	13	0	35	0	18	2
TOTALE	1.106	985	60	75	1.124	999	91	76

COMUNE DI MONTALE: Addetti e U.L. nel settore Tessile Abbigliamento (2003 e 2002)

2003		UL Addetti non dichiarati	UL Addetti 0	Classe 1-9		Classe 10-49		Classe oltre 50		Totale UL	Totale Addetti
				UL	Addetti	UL	Addetti	UL	Addetti		
17	<i>TOTALE INDUSTRIE TESSILI</i>	47	42	206	608	42	682	1	122	338	1.412
170	Non ulteriormente classificato	2	0	2	5	0	0	0	0	4	5
171	Preparazione e filatura di fibre tessili	6	19	76	203	16	244	0	0	117	447
172	Tessitura di materie tessili	21	8	88	285	12	204	1	122	130	611
173	Finissaggio dei tessuti	6	2	4	18	2	39	0	0	14	57
174	Confezionamento di articoli in tessuto, esclusi gli articoli di vestiario	2	1	5	12	3	67	0	0	11	79
175	Altre industrie tessili	2	4	12	29	4	46	0	0	22	75
176	Fabbricazione di tessuti a maglia	3	3	5	10	1	12	0	0	12	22
177	Fabbricazione di articoli in maglieria	5	5	14	46	4	70	0	0	28	116
18	<i>TOTALE CONFEZIONI</i>	10	2	13	35	2	22	1	55	28	112
180	Non ulteriormente classificato	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
181	Confezione di vestiario in pelle	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
182	Confezione di altri articoli di vestiario ed accessori	10	2	13	35	2	22	1	55	28	112
183	Preparazione e tintura di pellicce; confezione di articoli in pelliccia pelle e similari	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTALE TESSILE &amp; ABBIGLIAMENTO</b>		<b>57</b>	<b>44</b>	<b>219</b>	<b>643</b>	<b>44</b>	<b>704</b>	<b>2</b>	<b>177</b>	<b>366</b>	<b>1.524</b>
A2002		U.L. Addetti non dichiarati	U. L. Addetti 0	Classe 1-9		Classe 10-49		Classe oltre 50		Totale U.L.	Totale Addetti
				U.L.	Addetti	U.L.	Addetti	U.L.	Addetti		
<i>TOTALE INDUSTRIA TESSILE</i>		40	45	225	656	45	719	1	122	356	1.497
D171	Preparazione e filatura di fibre tessili	6	20	83	233	16	246	0	0	125	479
D172	Tessitura di materie tessili	16	10	99	294	12	204	1	122	138	620
D173	Finissaggio dei tessuti	6	2	4	18	3	49	0	0	15	67
D174	Confezionamento di articoli in tessuto, esclusi gli articoli di vestiario	1	1	5	20	3	67	0	0	10	87
D175	Altre industrie tessili	2	4	12	29	4	46	0	0	22	75
D176	Fabbricazione di tessuti a maglia	1	3	5	10	2	25	0	0	11	35
D177	Fabbricazione di articoli in maglieria	6	5	15	47	4	70	0	0	30	117
<i>TOTALE CONFEZIONI</i>		8	5	17	41	2	22	1	55	33	118
D181	Confezione di vestiario in pelle	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D182	Confezione di altri articoli di vestiario ed accessori	8	5	17	41	2	22	1	55	33	118
D183	Preparazione e tintura di pellicce; confezione di articoli in pelliccia pelle e similari	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTALE TESSILE &amp; ABBIGLIAMENTO</b>		<b>48</b>	<b>50</b>	<b>242</b>	<b>697</b>	<b>47</b>	<b>741</b>	<b>2</b>	<b>177</b>	<b>389</b>	<b>1.615</b>

### ALL. D Montale nella piana pistoiese

MONTALE	Rami e classi di attività economica	Imprese	di cui artigiane	Unità Locali
A	Agricoltura, caccia e silvicoltura	13,61	38,10	13,27
C	Estrazione minerali	50,00		50,00
D	Attività manifatturiere	19,75	18,29	20,52
D 17	Industrie tessili	26,28	24,49	27,12
D 18	Confez. art. vest.; pellicce	16,33	15,45	17,14
E	Prod. e distrib. energia elettr. gas e acqua	0,00		45,45
F	Costruzioni	19,61	20,68	19,95
G	Comm. ingr. e dett.; rip. beni pers. e per casa	15,15	19,80	15,14
H	Alberghi e ristoranti	21,30	0,00	22,14
I	Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	22,39	21,30	21,60
J	Intermediazione monetaria e finanziaria	12,82		15,38
K	Att. immob.; noleggio; inform.; ricerca	18,73	11,63	19,90
L	Pubblica amministr. e difesa; assic. soc. obblig.	0,00	0,00	0,00
M	Istruzione	33,33		25,00
N	Sanità e altri servizi sociali	0,99	1,22	2,70
O	Altri serv. pubb., sociali e personali	31,52	30,67	33,33
SCV	Imprese non classificate	0,00		18,18
	Totale	18,02	18,90	18,58

**Parte IV**  
**LE INTERVISTE ALLE IMPRESE: PUNTI DI FORZA  
E DI DEBOLEZZA**

## 1. Caratteristiche del campione di imprese intervistate

Per verificare strategie e prospettive delle imprese nello scenario macroeconomico del territorio di Montale, è stato sottoposto ad un campione di imprese manifatturiere un questionario strutturato a risposte chiuse (all.1).

E' stato effettuato un campionamento stratificato in base alla composizione delle unità locali di Montale nelle diverse attività.

E' evidente la prevalenza (78,2%) di aziende del Tessile/Abbigliamento mentre tra le altre attività la maggior presenza (5,5%) è delle produzione e lavorazione di prodotti in metallo.

Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	2	3,6
Industrie tessili e dell'abbigliamento	43	78,2
Industria del legno e dei prodotti in legno	1	1,81
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	1	1,81
Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo	3	5,5
Fabbricazione macchine ed apparecchi meccanici; installazione e riparazione	2	3,6
Fabbricazione di mobili	2	3,6
Recupero e preparazione per il riciclaggio	1	1,81
Totale	55	100

Si è stratificato anche il campione in base agli addetti dichiarati restringendolo alle imprese con almeno 3 addetti ed includendo una quota di aziende con addetti 0.

La rilevazione ha consentito di evidenziare che il numero di addetti dichiarati è più basso di quello effettivamente rilevato, come si evidenzia dalla maggior incidenza di tutte le classi di addetti da 10 in su.

Classe di addetti dichiarata	0 addetti	fino a 2	da 3 a 9	da 10 a 19	da 20 a 49	50 e più
Numero imprese	11		32	7	4	1
incidenza %	20,0		58,2	17,7	7,3	1,8
Classe di addetti rilevata	2	7	25	11	7	3
	3,6	12,7	45,5	20,0	12,7	5,5

Per quanto concerne la forma giuridica, più della metà delle aziende sono società di capitali (più diffusa la SpA nel tessile/abbigliamento) mentre le società di persone sono più presenti negli altri settori mentre poco più del 10% sono ditte individuali

A2. Forma giuridica:	Frequenza	Totale	T/A
SPA	9	16,4	21,4
SRL	19	34,5	33,3
SNC	19	34,5	28,6
SAS	2	3,6	4,8
DI	6	10,9	11,9
Totale	55	100	100

Le aziende artigiane sono il 47,3% , con una presenza più diffusa nel T/A dove arrivano al 50%:

A5. Artigiano?	Totale	T/A
Si	47,3	50,0
No	52,7	50,0
Totale	100	100

Il 10% delle aziende fa parte di gruppi, la maggior parte dei quali presentano altre localizzazioni in Toscana anche se si contano 1 azienda con altri stabilimenti in Italia ed una all'estero

## 2. Le risorse umane

Nelle 53 aziende con addetti sono occupati 768 addetti, per una dimensione media di quasi 15 addetti per azienda: se il 60% delle aziende si colloca nella classe fino a 9 addetti, il 60% degli addetti è occupato nelle 10 aziende con 20 e più addetti.

Classe di addetti rilevati	n. aziende	comp. %	addetti totali	comp. %	addetti medi
fino a 5 addetti	18	34,0%	54	7,0%	3,0
6-9 addetti	14	26,4%	104	13,5%	7,4
10-19 addetti	11	20,8%	125	16,3%	11,4
20-49 addetti	7	13,2%	224	29,2%	32,0
50 E Più	3	5,7%	261	34,0%	87,0
totale	53	100,0%	768	100,0%	14,5

Il 16% degli addetti totali è rappresentato da titolari e soci (leggermente più basso nel tessile ed invece più elevato fra le donne).

Il 17% sono impiegati e tecnici (è assai modesta la presenza di dirigenti e quadri), oltre il 55% sono operai, con prevalenza nel rapporto 2 ad 1 dei non specializzati, il 10% sono apprendisti.

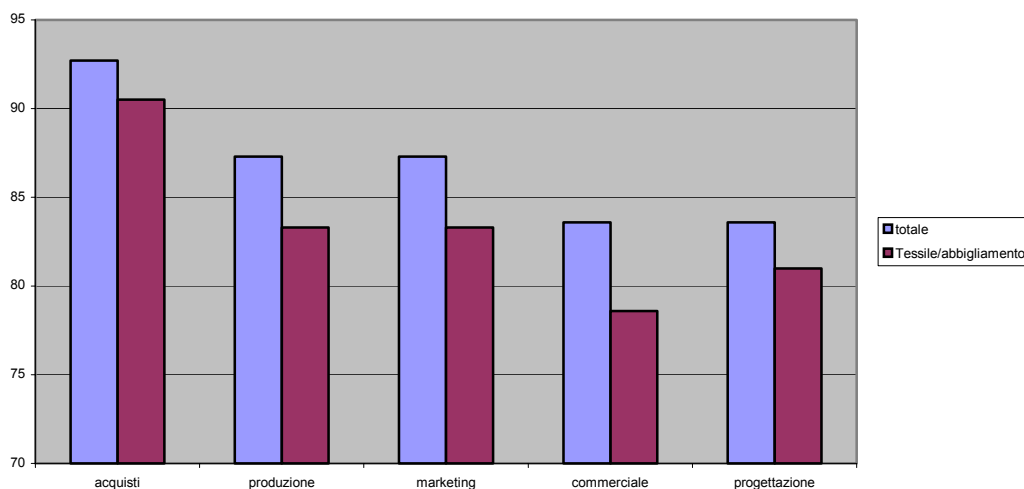
Le donne sono più di 1 addetto su 4 totale e marcano una presenza maggiore tra gli impiegati e tecnici (sono quasi la metà) e tra i titolari e soci (quasi 1 su tre), oltre ovviamente alla totalità del lavoro a domicilio.

	Totale	Femmine
	Composizione %	Incidenza %
Titolari o soci attivi	16,20%	32,00%
Dirigenti e quadri	0,80%	16,70%
Impiegati e tecnici	16,70%	47,30%
Operai special.	19,90%	11,70%
Operai non specializzati	36,20%	28,20%
Apprendisti	10,00%	15,60%
Lavor. a domicilio	0,30%	100,00%
Addetti totali	100,00%	27,60%
lavoratori extracom.	7,5%	8,60%
part time	3,0%	95,70%

Il titolare concentra su di sé la quasi totalità delle funzioni, dal massimo degli acquisti (92,7%) al minimo (83,6%) del commerciale progettazione.

Nel tessile abbigliamento questi dati risultano seppur leggermente attenuati ma il giudizio complessivo che vede questa concentrazione di ruoli sul titolare non viene a modificarsi.

ruolo di responsabile del titolare per le diverse aree



### 3. Caratteristiche della produzione

Il campione fotografa una realtà nella quale metà delle aziende producono esclusivamente o prevalentemente per conto terzi e metà delle aziende producono esclusivamente o prevalentemente per conto proprio.

Su questo versante il tessile si differenzia per una maggior incidenza del conto terzi (61,9%) contro il 38,1% del conto proprio.

C1. L'azienda produce:	V.A.	Totale %	T/A%
Esclusivamente per conto proprio	20	36,4	31,0
Esclusivamente per c/terzi	27	49,1	59,5
Prevalentemente per conto proprio	7	12,7	7,1
Prevalentemente per conto terzi	1	1,8	2,4
Totale	55	100,0	100,0

Sono aziende che producono pressoché esclusivamente per commessa – totalmente o prevalentemente – per oltre il 95% del campione.

Queste caratteristiche della produzione delle aziende si riflettono nella configurazione del ciclo produttivo nelle sue diverse fasi.

C3. Fasi del ciclo produttivo	V.A.	%	TESSILE/ABBIGLIAMENTO
Progettazione	29	52,7	52,4
Nessuna fase	0	0,0	0,0
Una sola fase di produzione	19	34,5	38,1
Più di una fase di produzione	13	23,6	26,2
Tutte le fasi della produzione	15	27,3	21,4
Controllo finale	45	81,8	78,6
Commercializzazione- vendita	29	52,7	42,9

Solo in metà delle aziende è presente la progettazione e la commercializzazione (ancora più ridotta nel tessile): soprattutto nel tessile sono numerose le aziende (38,1%) che svolgono una sola fase di produzione.

Solo un'impresa su tre affida fasi di produzione all'esterno (ovviamente e soprattutto tra il conto proprio), valore che si riduce ad una azienda su quattro nel tessile/abbigliamento.

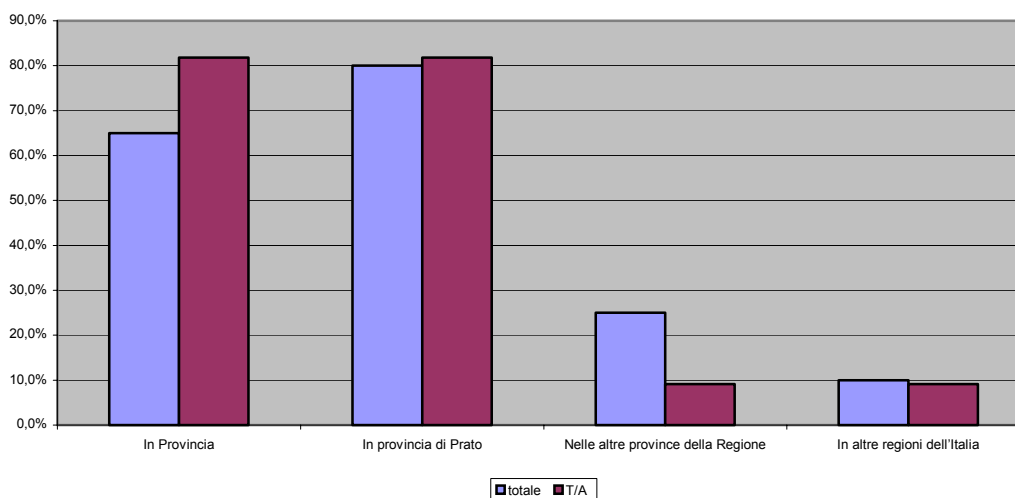
C4. L'impresa affida parte della produzione all'esterno ?	V.A.	%	TESSILE/ABBIGLIAMENTO
Si	20	36,4	26,2
No	35	63,6	73,8
Totale	55	100	

All'esterno ci si rivolge soprattutto (90%) per una o più fasi di lavorazione e meno per il prodotto completo ed in tre casi su quattro il rapporto di subfornitura è continuativo

C7. Il lavoro all'esterno ha carattere :		Percentuale va
Saltuario	4	20
Stagionale	1	5
Continuativo	15	75
Totale	20	100

Emerge la forte configurazione distrettuale dell'economia locale nel tessile con l'elevata incidenza dei subfornitori localizzati nella provincia e nelle provincia di Prato, mentre modesta è la quota che si indirizza verso altre aree.

**localizzazione subfornitori**



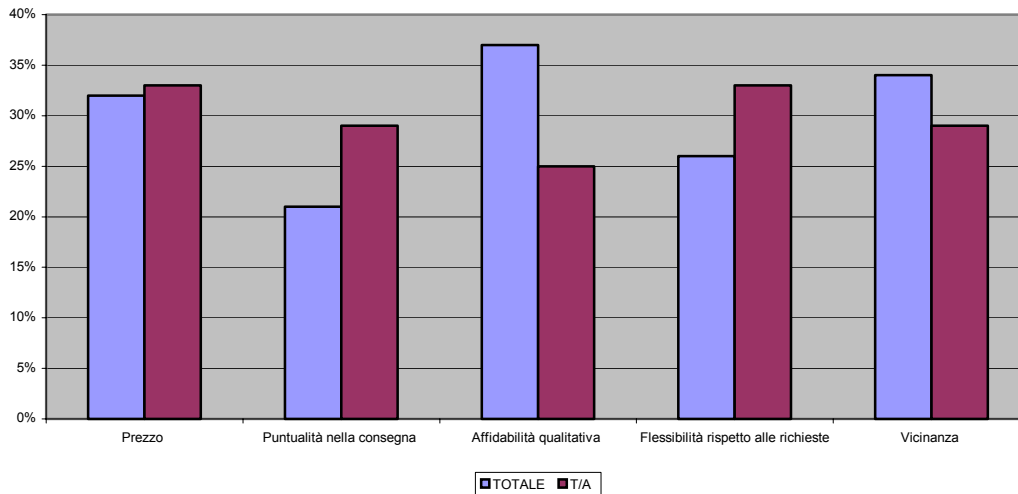
In termini di committenza, emerge la naturale prevalenza di Prato per oltre il 50% delle aziende del T/A che assieme alla provincia di Pistoia giunge a rappresentare il 90% della committenza.

Localizzazione committenti	Totale	T/A
In Provincia	36,4%	39,5%
In provincia di Prato	47,3%	51,2%
Nelle altre province della Regione	9,1%	7,0%
In altre regioni dell'Italia	3,6%	2,3%



Per quanto riguarda i criteri sulla base dei quali si selezionano i subfornitori nel T/A emergono prezzo e flessibilità mentre per gli altri settori sono più importanti l'affidabilità qualitativa e la vicinanza.

**FATTORI DI SELEZIONE DEI SUBFORNITORI**



Le aziende che attualmente dispongono di una certificazione sono poche, 6 dispongono di una ISO 9000/VISION 2000.

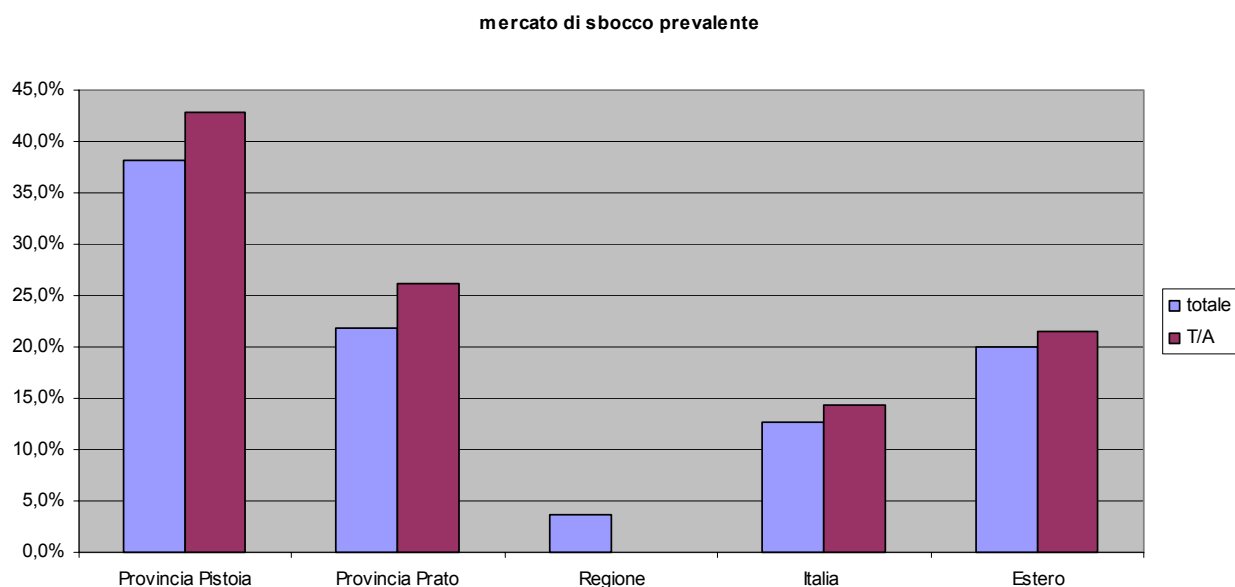
Per il futuro c'è un discreto interesse per la certificazione, soprattutto per ISO 9000 ed ISO 14000, minore per EMAS, certificazione ecologica di prodotto ed etica SA8000.

Interesse per la certificazione	ecologica di prodotto	ISO14000	EMAS	ISO9000/Vision 2000	Etica SA8000
Molto interessata	0	1	1	4	0
Interessata	3	4	3	3	3
Totale	3	5	4	7	3

## 4. Mercati e clienti

I mercati di sbocco prevalente, quelli che assorbono almeno il 50% della produzione, sono rappresentati dalla provincia di Pistoia seguita da quella di Prato, soprattutto per il tessile. Per più del 20% del campione, il mercato prevalente è quello estero, in misura superiore a quella del mercato italiano.

Si lavora nel distretto per il distretto, per niente per la regione, e poi per i mercati esteri.



Per le 15 aziende che operano sui mercati esteri è stato elaborato un indice di presenza sui mercati che esprime la capacità di presidiare le diverse aree geografiche.

Di fatto le imprese sono ancora eurocentriche, operano in misura quasi generalizzata nella UE e poi nei paesi extra UE, con qualche puntata sui diversi mercati extraeuropei con esclusione dell'Estremo Oriente e dell'Oceania.

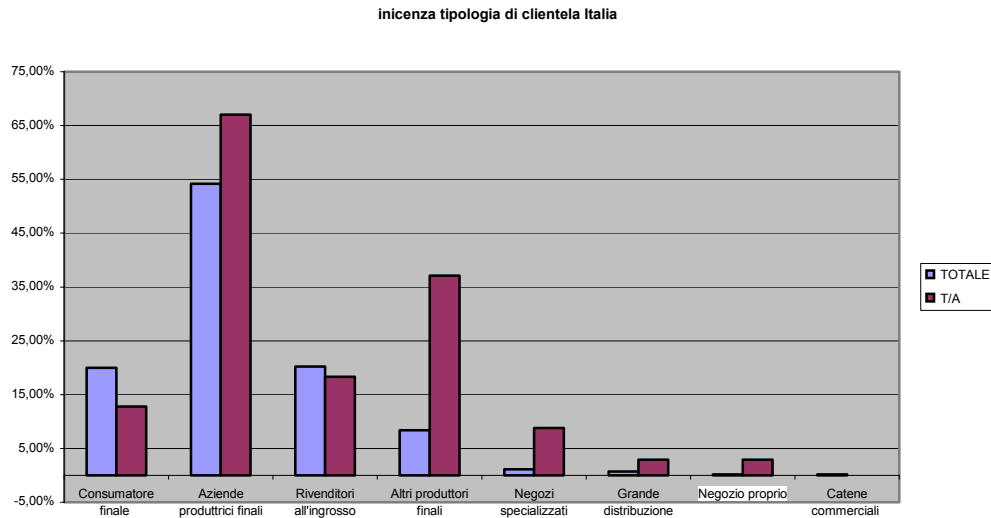
E' stato poi elaborato un indice di dipendenza dal mercato calcolato sulla base della percentuale di aziende per le quali quel mercato assorbe oltre il 50% delle esportazioni.

E' evidente la dipendenza assai elevata dal mercato UE dove per tre aziende su quattro va oltre il 50% del totale delle esportazioni.

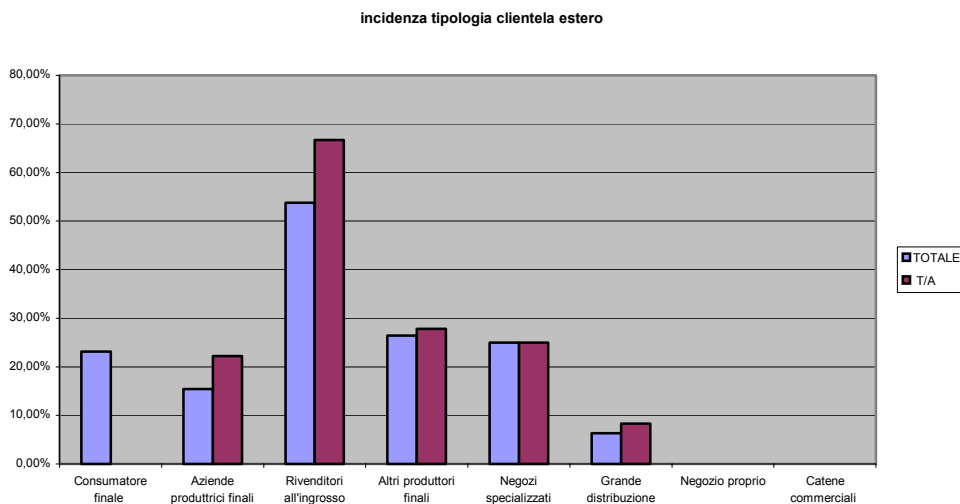
Area geografica	Indice di presenza sul mercato	Indice dipendenza dal mercato
Paesi UE	86,7%	76,9%
Europa Extra UE	53,3%	12,5%
Africa	20,0%	0,0%
Nord America	33,3%	0,0%
America Centrale e del Sud	20,0%	0,0%
Vicino e Medio Oriente	20,0%	33,3%
Altri paesi asiatici	6,7%	0,0%
Oceania	6,7%	0,0%

I principali clienti o committenti in Italia sono per il T/A altre aziende produttrici finali ed in misura minore ma sempre significativa altri produttori finali, con quote minori destinate ai rivenditori all'ingrosso ed al consumatore finale.

Verso queste ultime tipologie di clienti va una quota maggiore dai settori diversi dal T/A:



All'estero al consumatore finale si indirizzano solo le aziende di settori no T/A, per le quali clienti principali sono i rivenditori all'ingrosso ed altri produttori finali.



La dipendenza dal primo cliente nel T/A appare fortemente polarizzata:

- il primo cliente ha un peso fino al 25% del fatturato per il 55% delle aziende del T/A rispetto al 50% del totale;
- il primo cliente ha un peso tra il 25 ed il 50% del fatturato per oltre il 20% delle aziende totali rispetto al 12,9% del T/A;
- il primo cliente ha un peso superiore al 50% del totale per il 32% delle aziende del T/A rispetto al 27% del totale: pesa sicuramente la presenza maggiore del conto terzi e la dipendenza dal committente.

peso % sul fatturato del primo cliente o committente	TOTALE	T/A
fino al 5%	21,6	19,4
5%-10%	16,2	19,4
10%-25%	13,5	16,1
25%-50%	21,6	12,9
50%-70%	13,5	16,1
oltre 70%	13,5	16,1
Totale	100	100

La dipendenza dal cliente non si esprime solo nel fatturato, ma anche sul piano della produzione ove si consideri che oltre l'80% delle aziende produce sulla base di modelli forniti dal cliente, più accentuata nel T/A.

E6. Produce sulla base di modelli forniti dal cliente	Totale	T/A
Si	81,5	85,7
No	18,5	14,3
Totale	100	100

Solo un'azienda su tre colloca la propria produzione nella fascia medio-alta del mercato, valore che passa a meno di una azienda su quattro nel T/A.

E7. La fascia di mercato del prodotto dell'azienda è	Totale	T/A
Alta medio alta	32,0	23,1
Media - Medio bassa	68,0	76,9

La concorrenza più temuta dalle aziende del T/A proviene dai paesi a basso costo del lavoro, meno avvertita comunque negli altri settori dove ha un peso maggiore la concorrenza delle altre aziende italiane.

La concorrenza che l'azienda sente maggiormente proviene da	Totale	TE/A
Da altre aziende italiane	32,6	26,5
Da aziende dei paesi dove lei vende i prodotti	2,3	0
Da aziende dei paesi a basso costo del lavoro	65,1	73,5
Totale	100	100,0

Nel T/A il primo fattore di successo è la qualità del prodotto (meno avvertito nei settori diversi) seguito dalla competitività di prezzo (più avvertito dagli altri settori).

Il T/A hanno poi un rilievo maggiore rispetto agli altri fattori la precisione nell'esecuzione degli ordini e la adattabilità alle richieste del cliente

Fattori strategici per il successo dei prodotti	Totale	T/A
Competitività del prezzo rispetto ai prodotti concorrenti	37,7%	36,6%
Qualità del prodotto (materiali, prestazioni)	46,2%	47,6%
Qualità estetica del prodotto (design, moda, novità)	6,6%	4,9%
Adattabilità alle richieste del cliente - Personalizzazione	17,9%	20,7%
Precisione nell'esecuzione degli ordini - Affidabilità	25,5%	26,8%

Modalità di consegna (rapidità, puntualità)	11,3%	12,2%
---------------------------------------------	-------	-------

## 5 Investimenti ed innovazione

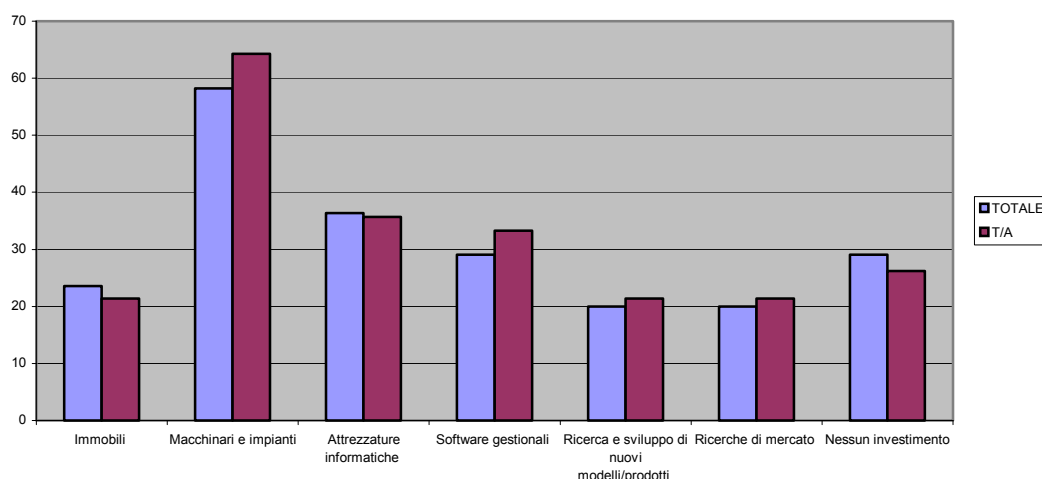
Quasi il 30 % delle aziende non ha effettuato investimenti nell'ultimo biennio (il dato è leggermente più basso nel T/A), il che non può non preoccupare data la velocità dei cambiamenti in atto sul mercato e nelle tecnologie.

Comunque circa il 60% delle aziende (più alto il valore nel T/A) ha investito in macchinari ed impianti seguito dall'investimento in attrezzature informatiche e software gestionali (oltre un terzo delle aziende).

Modesto appare il livello di investimenti immateriali – poco più del 20% - in ricerca e sviluppo di nuovi modelli e prodotti ed in ricerche di mercato.

Quasi un'azienda su quattro ha investito in immobili (un po' meno nel T/A).

investimenti effettuati nel biennio 2002-2003



Obiettivi degli investimenti sono stati in primo luogo l'innovazione rispetto agli attuali prodotti offerti sul mercato, accompagnati da interventi sul versante produttivo per migliorare la qualità dei prodotti e la flessibilità produttiva.

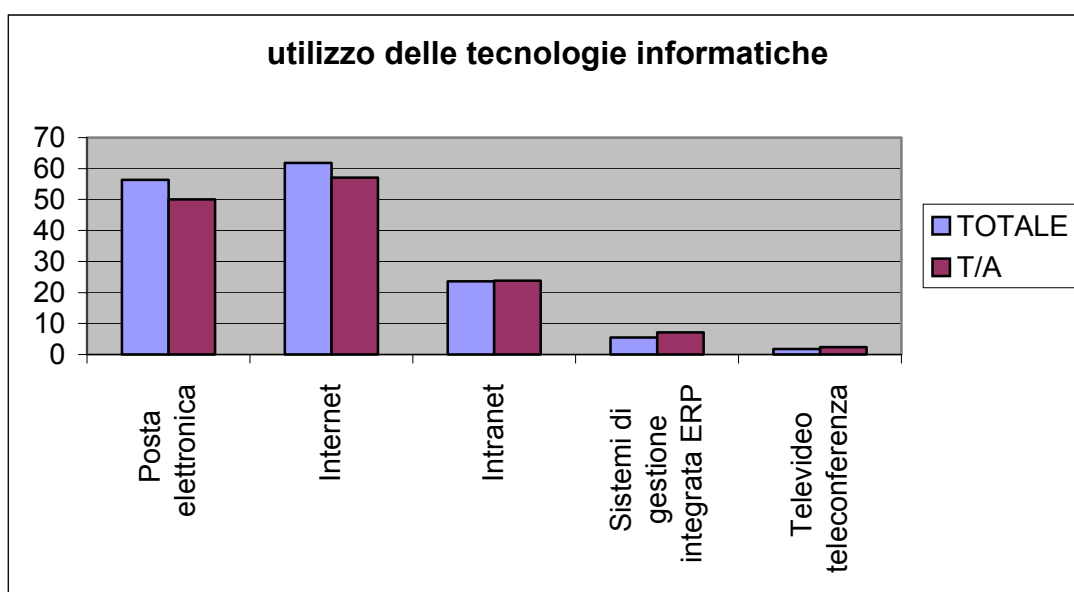
A questi si accompagna l'obiettivo di entrare su nuovi mercati e/o estendere la propria quota sui mercati dove l'azienda già opera.

Obiettivi degli investimenti	Totale
Sostituire attuali prodotti sul mercato	64,10%
Migliorare la qualità dei prodotti	46,20%
Entrare in nuovi mercati o aumentare propria quota di mercato	43,60%
Migliorare la flessibilità produttiva	41,00%
Estendere la gamma dei prodotti dell'impresa	20,50%
Ridurre costo dei prodotti	7,70%
Ridurre il consumo di energia	5,10%
Ridurre consumo di materiali	5,10%
Adeguarsi a normative o standard	5,10%

In termini di tecnologie informatiche presenti il T/A appare leggermente più attrezzato sia per gli impianti e macchinari a controllo numerico che per impianti e macchine robotizzate sia per il CAD, mentre risulta assente totalmente il CAM.

Nell'azienda sono presenti	TOTALE	T/A
Impianti e macchinari a controllo numerico	29,1	31,0
Impianti e macchine robotizzate	10,9	14,3
CAD	5,5	7,1
CAM	0,0	0,0

Il T/A preoccupa invece per uno più ridotto utilizzo delle tecnologie informatiche che comunque in generale non si colloca a livelli molto alti, con valori tra il 50 ed il 60% per la posta elettronica ed Internet



Ugualmente meno della metà delle aziende ha realizzato un sito web, con valori più bassi nel T/A sul 40%

Il sito viene usato prevalentemente per presentare l'azienda e dare informazioni sui prodotti.

Solo un po' meno della metà lo usa per presentare il proprio catalogo e quale strumento per ottenere informazioni sui clienti.

Se si, lo utilizza prevalentemente per	V.A.	
Presentazione azienda	23	88,5
Informazione sui prodotti	20	76,9
Presentazione del catalogo	12	46,2
Ottenere informazioni sui clienti	12	46,2

In futuro non sono previsti consistenti interventi sul terreno delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), con alcune aziende che realizzano il proprio sito web ed alcune che intendono attivare forme di commercio elettronico.

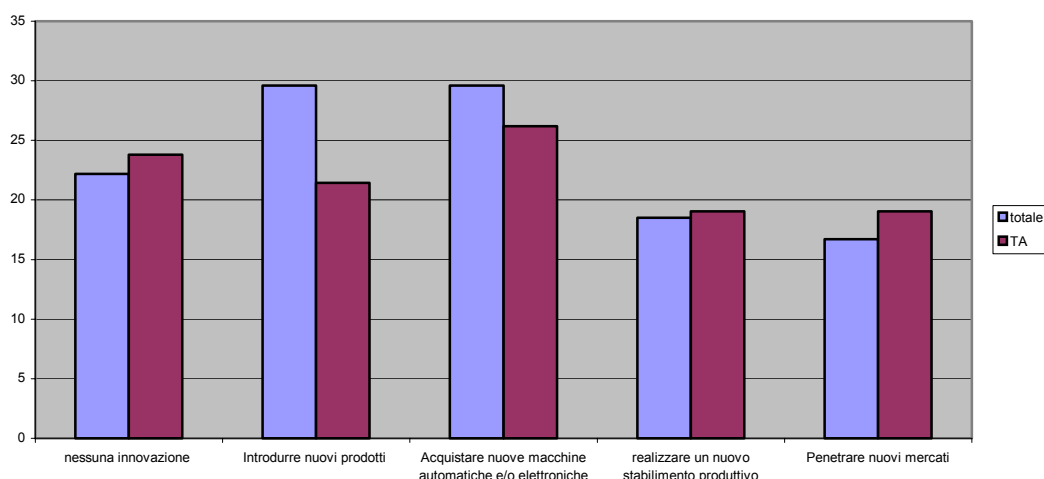
Se no, come pensa di intervenire in futuro?	
Realizzazione di un sito web	6
Attivare forme di commercio elettronico B2B (business to business)	3
Attivare forme di commercio elettronico B2C (business to consumer)	1
Nessun intervento	26

Se si analizzano le innovazioni e gli investimenti che si intendono effettuare, si deve innanzitutto evidenziare che più del 20% del campione ( e siamo nella fascia più “alta” dell’universo) non prevede di effettuarne, con qualche accentuazione di questa “fuga” dall’innovazione nel T/A.

I 4 investimenti più gettonati nella lista sottoposta alle imprese comprendono:-

- l’introduzione di nuovi prodotti (con il T/A particolarmente sottotono);
- l’acquisto di macchine e macchinari ( anche qui il T/A è sotto il dato medio ma pesano probabilmente gli investimenti realizzati nel biennio appena trascorso);
- la realizzazione del nuovo stabilimento produttivo con dati sostanzialmente;
- la penetrazione di nuovi mercati, particolarmente accentuata nel T/A.

**Più diffuse innovazioni previste nel prossimo biennio**



La lista completa evidenzia poi la scarsa propensione ad investimenti più innovativi.

Innovazioni previste	totale	TA
<b>nessuna innovazione</b>	<b>22,2</b>	<b>23,8</b>
3.Introdurre nuovi prodotti	29,6	21,4
11.Acquistare nuove macchine automatiche e/o elettroniche	29,6	26,2
nessuna innovazione	22,2	23,8
1.realizzare un nuovo stabilimento produttivo	18,5	19,0
4. Penetrare nuovi mercati	16,7	19,0
5. Consolidare la propria presenza su mercati ritenuti strategici	14,8	11,9
6.Creare una rete di vendita propria	11,1	11,9
12.Acquistare sistemi CAD/CAM	11,1	9,5
17.Inserire personale qualificato e/o managers	11,1	11,9
2.Ampliare l’attuale stabilimento produttivo	9,3	11,9
13. Ottenere la certificazione di qualità	7,4	9,5
16. Introdurre nuovi sistemi di gestione aziendale)	5,6	7,1
18.promuovere l’immagine dell’azienda attraverso investimenti in comunicazione	5,6	2,4
7.Delocalizzare parte/tutte le fasi produttive all’estero o in aree depresse del Sud	3,7	4,8
20.alleanze/collaborazioni con altre imprese	3,7	4,8
8.Decentrare fasi di produzioni all’esterno	1,9	2,4
10.Riportare alcune/tutte le fasi di produzione all’interno dell’azienda	1,9	2,4
14.Realizzare un sito WEB per essere presente su Internet	1,9	0,0
15.Sviluppare il commercio elettronico (B2B, B2C)	1,9	2,4
19. nuove fonti/modalità di finanziamento	1,9	2,4
9.Affidare tutta la produzione all’esterno	0,0	0,0

Alle aziende che hanno manifestato l’intenzione costruire un nuovo stabilimento o di ampliare l’esistente è stato chiesto di indicare la superficie di cui avvertono la necessità.

Complessivamente sono stati censiti 12 interventi, di cui 8 di nuova edificazione e 4 di ampliamento (con un caso che ha fatte presenti entrambe le opzioni).

Per l'ampliamento sono richiesti 13.200 mq. di cui 11.500 per un unico intervento, per la nuova edificazione sono richiesti 17.400 mq. che comprendono due interventi da 5.000 mq. ciascuno.

Superficie intervento	nuovo	ampliamento	totale mq
200		1	200
400	1		400
500	2	1	1500
1.000	1	1	2000
2.000	1		2000
3.000	1		3000
5.000	2		10000
11.500		1	11500
	8	4	30600

La maggior richiesta di edificazione viene dalla classe tra 3 e 9 addetti dichiarati mentre la classe con 0 addetti esprime un fabbisogno di 5.000 mq.

classe addetti	NUOVO STAB		AMPLIAMENTO		TOTALE	
	n. aziende	MQ	n. aziende	MQ	n. aziende	MQ
addetti 0= 0	1	5000	0		1	5000
1= addetti 3-9	7	12400	2	700	9	13100
2= addetti 10-19	0		1	1000	1	1000
3= addetti 20-49	0		0		0	0
4= addetti oltre 50	0		1	11500	1	11500
	8	17400	4	13200	12	30600

La soluzione urbanistica preferita è l'area per insediamenti artigiani di piccola dimensione seguita dall'area mista industriale/artigiana per favorire l'incontro con la committenza ed ultima l'area per consistenti insediamenti.

Nessuno indica la casa laboratorio che appartiene ormai ad un passato non riproponibile.

classe addetti	INSED. ART. PICC. DIM	INS. IND. CONS.	AREA MISTA	CASA LAB
addetti 0= 0	75,0	25,0	0,0	0,0
1= addetti 3-9	81,8	4,5	13,6	0,0
2= addetti 10-19	100,0	0,0	0,0	0,0
3= addetti 20-49	50,0	50,0	0,0	0,0
4= addetti oltre 50	50,0	0,0	50,0	0,0
	79,4	8,8	11,8	0,0



## 6. Territorio e servizi

Il grado di infrastrutturazione del territorio e la qualità dei servizi offerti alle imprese costituisce possono rappresentare un vantaggio competitivo o penalizzare la competitività delle imprese. E' stato chiesto alle aziende di attribuire un voto – da 1 a 10 – alle infrastrutture ed ai servizi con la cui efficienza ed efficacia è costretta quotidianamente a misurarsi.

Dal confronto delle valutazioni espresse dai diversi settori possono essere individuate alcuni raggruppamenti:

- l'area della insufficienza grave (3) in cui si collocano la carenza di aree per insediamenti produttivi, i servizi di trasporto pubblico, gli spazi espositivi, un'area che fa interamente capo alla responsabilità degli enti locali;
- l'area della migliorabilità (5) dalla formazione imprenditoriale ai servizi comunali per concessioni ed autorizzazioni, alle informazioni sui clienti e sui mercati ai servizi di assistenza finanziaria alla rete stradale;
- l'area della sufficienza (6) per tutti gli altri servizi dalla depurazione alle strutture per il trasporto merci

Valutazione delle infrastrutture e dei servizi presenti sul territorio	Voto
<b>Area insufficienza grave</b>	
Disponibilità di aree per ampliamenti e nuovi insediamenti	5,0
Servizi di trasporto pubblico	5,1
Spazi espositivi	5,1
<b>Area della migliorabilità</b>	
Servizi di assistenza finanziaria	5,7
Informazioni sui clienti e sui mercati	5,7
Rete stradale	5,9
Formazione imprenditoriale e manageriale	5,9
Servizi comunali per il rilascio di concessioni ed autorizzazioni	5,9
<b>Area della sufficienza</b>	
Depurazione e servizio smaltimento rifiuti	6,0
Formazione professionale	6,2
Reti telematiche di trasmissione informazioni	6,2
Servizio di trasferimento tecnologie	6,3
Certificazioni di qualità e di origine dei prodotti	6,4
Strutture di servizio per trasporto merci	6,5

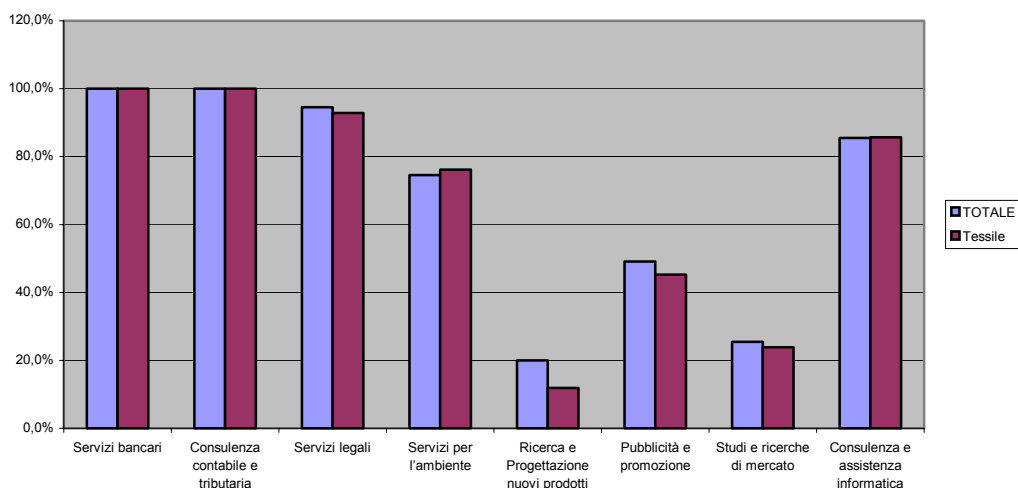
Vi sono evidenti spazi per il sistema degli enti locali per intervenire con investimenti materiali ed immateriali e con la riorganizzazione di servizi per rimuovere le situazioni di criticità segnalate.

Le imprese utilizzano in modo generalizzato servizi bancari, di contabilità e di consulenza legale, con percentuali pari o vicine al 100%.

Un altro gruppo di servizi ampiamente utilizzati riguarda i servizi ambientali – per corrispondere ad una normativa sempre più stringente – e l’assistenza informatica per il generalizzato impiego dell’informatica in tutte le aziende.

Minor ricorso si fa a servizi avanzati per la pubblicità e comunicazione ma soprattutto per la ricerca e sviluppo e per studi e ricerche di mercato.

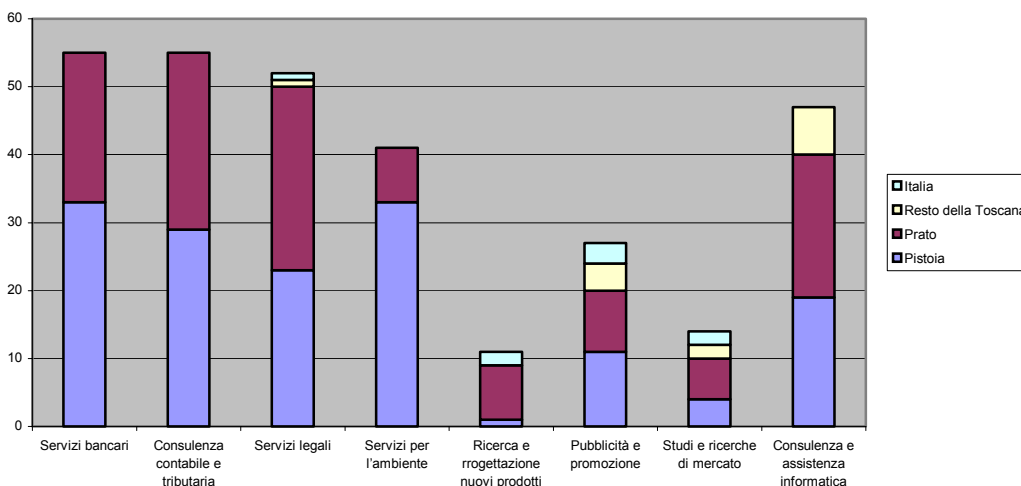
INDICE UTILIZZO SERVIZI ALLE IMPRESE



Montale terra di confine vede per i servizi routinari e più diffusi una indifferenza localizzativa del prestatore che si colloca indifferentemente nella provincia di Pistoia e Prato ( con netta prevalenza di Pistoia per i servizi ambientali).

Per i servizi avanzati – ricerca e sviluppo, ricerche di mercato – si tende a privilegiare i prestatori localizzati a Prato.

LOCALIZZAZIONE PRESTATORI DI SERVIZI



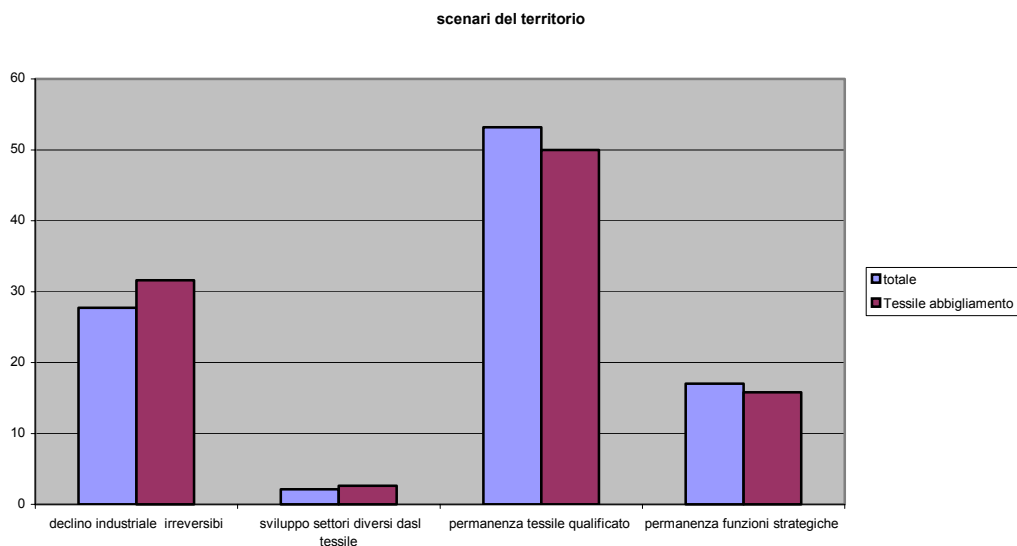
Si è chiesto alle imprese di delineare i prevedibili scenari per l'economia del territorio, sospeso tra deindustrializzazione e riqualificazione.

E' ritenuta scarsamente credibile l'ipotesi che si possano sviluppare settori diversi dal tessile, che appartiene alla cultura della comunità.

Una metà prevede (spera?) che le produzioni tessili possano innovarsi e qualificarsi secondo un percorso fisiologico di trasformazione e cambiamento.

Il 20% circa prevede (teme?) che si assista alla delocalizzazione "intelligente" con le funzioni strategiche delle aziende che permangono sul territorio e la delocalizzazione delle funzioni a minor valore aggiunto in paesi a basso costo del lavoro.

Oltre un quarto (ma gli operatori del T/A sono più pessimisti) paventa un declino industriale irreversibile del territorio con ricadute dirompenti sui livelli di reddito, la qualità della vita, la coesione sociale ovvero su quanto Montale ha saputo conquistarsi con l'impegno ed il sacrificio dei suoi cittadini.



## All. 1 Elenco aziende intervistate

FILATURA A PETTINE DEI F.LLI CIAMPI DI ALESSANDRO CIAMPI & C. SNC	VIA CARLO MARX 21/I
POLICARD S.R.L.	VIA ALDO MORO
BUSTIFICIO ENNECI DI GELLI PIERA & C. S.N.C.	VIA L. DA VINCI 22/24
EFFETI S.R.L.	VIA G.B.VICO 22
TINTORIA ALBISA S.N.C. DI BILLI PAOLO & FIGLI	VIA BETTI 20
TECNO INFISSI DI NESI GIUSTI E C.- S.N.C.	VIA BETTI 1
ORDITURA R.B.M. DI MEONI ENRICO E C. S.N.C.	VIA BETTI 23/A
TESSITURA BENEDETTI S.N.C. DI BENEDETTI CLAUDIO & C.	VIA MARZABOTTO 18
MAGLIFICIO NESTI MARCO S.R.L.	VIA CESARE PAVESE 27
CONFEZIONI RESY S.R.L.	VIA CESARE PAVESE 27
G.T.M. GRUPPO TESSILE MONTALESE S.R.L.	VIA CESARE PAVESE 6
GRUPPO PAOLACCI S.P.A..	VIA GRAMSCI 221/E
GIANDONATI LIBERO & C. DI GIANDONATI	VIA GRAMSCI 226
BEST DREL DI FABBRINI DAVIDE E C S.A.S.	VIA GIOVANNI PASCOLI 23/29
MAGLIFICIO BELLANDI S.N.C. DI BELLANDI ROSSANO E C.	VIA GIOVANNI PASCOLI 19/21
NUOVA SUPERLANA - S.P.A.	VIA GIOVANNI PASCOLI ANG. 1 MAGGIO 20
MONTAL JERSEY DI SIGNORI AMEDEO E C. S.N.C.	VIA RISORGIMENTO 10/A
F.LLI PIANTINI DI PIANTINI ALDO E C. S.N.C.	VIA I MAGGIO 18/20
PRATO T.N.T. (TESSUTO NON TESSUTO) S.P.A.	VIA GARIBALDI 31
TESSITURA FIORE DI SCOSCINI FRANCESCO	VIA GIORDANO BRUNO 8
LORENZINI RENZA	VIA GIORDANO BRUNO 61
CYBERFIL S.R.L.	VIA GIORDANO BRUNO 71
BETTIFIL S.R.L.	VIA GIORDANO BRUNO 73
PRATOCORDE - S.N.C. DI PRATESI ROSALBA & C.	VIA GIORDANO BRUNO 79
GEAR S.R.L.	VIA SEM BENELLI 51/A
ESSE EFFE DI CHITI CINZIA & C. S.A.S	VIA CROCE ROSSA
CENTRO RAMMENDO R.A.V.I. S.R.L.	VIA CROCE ROSSA 1/D
TINTORIA RIFINIZIONE NUOVE IDEE S.P.A.	VIA CROCE ROSSA 1/L
SALGOR S.N.C. DI SALSECCI ANDREA	VIA CROCE ROSSA 3
BRUNI ISABELLA	VIA CROCE ROSSA 37/C
TESSITURA LANCONI DI PISANESCHI ADRIANO	VIA CROCE ROSSA 5
OFFICINA MECCANICA TO.SI. DI TORRACCHI	VIA CROCE ROSSA 5/C
KAPPINFISSI SRL	VIA CROCE ROSSA 5/D
COMET MECCANICA - SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA	VIA CROCE ROSSA 5/P
COOPERATIVA TESSILE BESSI SOC.COOP. A R.L.	VIA CROCE ROSSA SNC
FRIULI THERMOLANA S.R.L.	VIA GUIDO ROSSA 12
MASTER LOOM S.P.A.	VIA GUIDO ROSSA 22/R
SIMA DI VERNIANI SILVANO	VIA GUIDO ROSSA 39/E
NEWDRESS S.P.A.	VIA GUIDOROSSA 43
TESSITURA GIELLE DI LOMBARDI CLAUDIO & C. SNC	VIA GUIDO ROSSA 22
DETA DI LANZINI RENZO & C. S.N.C.	VIA GUIDO ROSSA 27
SUPERTEX S.R.L.	VIA GUIDO ROSSA 33/C
FILBEST S.R.L.	VIA GUIDO ROSSA 41/D
CREAFIL S.P.A.	VIA GUIDO ROSSA 41/H
D'ETTOFFE S.R.L.	VIA PAOLO PAOLETTI 5
ECOFIBRE S.R.L.	VIA PAOLO PAOLETTI 10
PASTIFICIO SAN MARCO DI MANNELLI E C. S.N.C.	VIA DELLE MONDINE 6/A
SALUMIFICIO BELLITI DI BELLITI LUIGI & C. S.N.C.	VIA MACHIAVELLI 32
POLTRONOVA S.R.L.	VIA PROVINCIALE PRATESE 23
BBS	VIA GARIBALDI
PUGI S.R.L	VIA GARIBALDI,33
MEONI MOBILI	VIA PACINOTTI,52
SNC LBL	VIA RISORGIMENTO,45
TESS.FORTINO GIUSEPPE	VIA GINANNI,9/B
FILATURA BIAGIOLI ARNOLFO S.P.A.	VIA A.GRAMSCI 155
FILATURA DIDI ROMANO E C. SNC	VIA ANTONIO GRAMSCI 139

## INDAGINE SULLE AZIENDE MANIFATTURIERE DEL COMUNE DI MONTALE

Questionario Numero \_\_\_\_\_

Intervistatore \_\_\_\_\_ Data dell'intervista \_\_\_\_\_

### SEZIONE A - Identificazione azienda

A1. Denominazione Azienda \_\_\_\_\_

A2. Forma giuridica: SPA  SRL  SNC  SAS  DI  SdF  Coop  Altro

A3. Indirizzo \_\_\_\_\_

A4. Descrizione attività \_\_\_\_\_ (da codificare ex post)

A5. Artigiano? SI  NO

A6. Volume d'affari IVA 2002 (in milioni di Euro)

Fino a 500.000 €  500.000-1.500.000 €  1.500.000-2.500.000 €   
2.500.000-5.000.000 €  5.000.000-10.000.000 €  oltre 10.000.000 €

A7. Anno inizio attività all'avvio dell'impresa \_\_\_\_\_

A8. L'azienda è: Costituita da un unico stabilimento   
Da più stabilimenti localizzati   
In Toscana   
In altre regione italiane   
All'estero

A9. L'azienda fa parte di un gruppo? SI  NO

A10. Se sì, da quante imprese è costituito? \_\_\_\_\_

A11. Dove sono localizzate? In Toscana  In altre regione italiane  All'estero

A12. L'azienda fa parte di consorzi/cooperative Si  No

### SEZIONE B Risorse umane e organizzazione

B1. Addetti	Totali	Di cui femmine
Titolari o soci attivi		
Dirigenti e quadri		
Impiegati e tecnici		
Operai specializzati		
Operai non specializzati		
Apprendisti		
Lavoranti a domicilio		
<b>TOTALE</b>		
Di cui lavoratori extracomunitari		
Di cui part time		

B2. Nella struttura organizzativa della sua impresa, chi esercita la funzione di

	Il titolare	Personale interno	Personale
interno		dedicato a tempo pieno	dedicato a tempo
parziale			
- Responsabile acquisti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Responsabile produzione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Responsabile marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Responsabile commerciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Responsabile della progettazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SEZIONE C - Caratteristiche fondamentali della produzione dell'Unità Locale

C1. L'azienda produce:

- Esclusivamente per conto proprio   
 Esclusivamente per c/terzi   
 Per c/proprio e per c/terzi  \_\_\_\_\_% (Indicare la % media c/proprio)

C2. L'azienda produce:

- Esclusivamente per commessa   
 Esclusivamente per magazzino   
 Per commessa e magazzino  \_\_\_\_\_% (Indicare la % media commessa)

C3. Quali fasi di lavoro sono presenti nell'azienda?

**FASI**

- Progettazione Si  No   
 Una sola fase di produzione Si  No   
 Più di una fase di produzione Si  No   
 Tutte le fasi della produzione Si  No   
 Controllo finale Si  No   
 Commercializzazione-vendita Si  No

C4. L'impresa affida parte della produzione all'esterno ? Si  No

C5. In caso affermativo, il lavoro riguarda: Prodotti completi  Una o più fasi di lavorazione

C7. Il lavoro all'esterno ha carattere : Saltuario  Stagionale  Continuativo

C8. Dove reperisce i suoi subfornitori/terzisti e dove gli eventuali committenti

Localizzazione subfornitori	Quota %	Localizzazione committenti	Quota %
Nei comuni della provincia			
Nella provincia di Prato			
Nelle altre province toscane			
In altre regioni dell'Italia			
Estero			
<b>Totale</b>	<b>100%</b>		<b>100%</b>

C9. Quali sono i criteri di selezione adottati nella scelta dei suoi subfornitori/terzisti (indichi in ordine di importanza primi due fattori indicando il 1° più importante ed il secondo)

- Prezzo    
 Puntualità nella consegna    
 Affidabilità qualitativa    
 Flessibilità rispetto alle richieste    
 Vicinanza

## Sezione D: Prodotti

Descrizione del prodotto/attività dell'azienda \_\_\_\_\_

Per aziende del tessile \_\_\_\_\_

D1 Quali sono i prodotti per tipologia di prodotto

TESSILE		MAGLIERIA ABBIGLIAMENTO		BIANCHERIA PER LA CASA	
Filati		Donna		letto	
Tessuti Uomo		Uomo		bagno	
Tessuti Donna		Bambino		cucina	
Tessuti arredamento		Unisex		altro	
Tessuti a maglia		Intimo			
Altro		Altro			

- D7. L'azienda dispone attualmente di una certificazione
- |                                 |    |                          |    |                          |
|---------------------------------|----|--------------------------|----|--------------------------|
| Ecologica del prodotto/ECOLABEL | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Secondo le norme ISO14000       | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Secondo gli standard EMAS       | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| ISO9000/Vision 2000             | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Etica SA8000                    | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| Nessuna Certificazione          | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |

D8. Se no, l'azienda, rispetto alla eventuale richiesta di certificazione, si dichiara

Molto interessata  
Interessata  
Disinteressata

- |                                                       |                          |                          |                          |
|-------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Certificazione ecologica del prodotto/ECOLABEL        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Certificazione dell'azienda secondo le norme ISO14000 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Certificazione secondo gli standard EMAS              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Certificazione ISO9000/Vision 2000                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Etica SA8000                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## Sezione E: Mercati

E1. La destinazione di mercato è mediamente così ripartita in %

Mercato di sbocco	Quota%
Provincia di Pistoia	
Provincia di Prato	
Altre Province della Toscana	
Italia	
Estero	
<b>Totale</b>	<b>100</b>

E2. Solo per il mercato estero, come sono distribuite le esportazioni e quali sono i mercati più importanti

Area geografica	Quota%
Paesi UE	
Europa extra UE	
Africa	
Nord America	
America Centrale e del Sud	
Vicino e Medio Oriente	
Altri paesi asiatici	
Australia e Oceania	
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

E3. Quali sono i clienti o committenti dell'Azienda? (indicare i primi due principali clienti/committenti per l'Italia e per l'estero)

	Mercato italiano	Mercato estero
Consumatore finale		
Aziende produttrici committenti		
Rivenditori all'ingrosso		
Negozi specializzati		
Grande distribuzione		
Negozio proprio		
Catene commerciali		
Altri produttori finali		
Buyer		

E4. Quale è il peso % sul fatturato del primo cliente o committente? \_\_\_\_\_%

E5. Quale è il peso % sul fatturato dei primi 5 clienti? \_\_\_\_\_ %

E6. Produce sulla base di modelli/specifiche forniti dal cliente?      Si            No     

E7. La fascia di mercato del prodotto dell'azienda è      Alta            Media            Bassa     

E8. La concorrenza che l'azienda sente maggiormente proviene da:

Da altre aziende italiane     

Da aziende dei paesi industrializzati     

Da aziende dei paesi a basso costo del lavoro     

E16. Quali sono i fattori ritenuti strategici per il successo dei prodotti dei prodotti? (indicare il 1° ed il 2° fattore)

Competitività del prezzo rispetto ai prodotti concorrenti di pari qualità     

Qualità del prodotto (materiali, prestazioni)     

Qualità estetica del prodotto (design, moda, novità)     

Adattabilità alle richieste del cliente – Personalizzazione     

Precisione nell'esecuzione degli ordini – Affidabilità     

Modalità di consegna (rapidità, puntualità)     

Servizio post-vendita e assistenza     

Qualità delle finiture     

Vasta gamma di prodotti     

Possibilità di eseguire grandi forniture     

Abilità di vendita, promozione e commercializzazione (pubblicità, immagine, confezione, presentazione, relazioni personali)     

#### SEZIONE F: Tecnologie e processi innovativi

F1. L'azienda ha effettuato negli ultimi 2 anni investimenti in:

Immobili      Si            No     

Macchinari e impianti      Si            No     

Attrezzature informatiche      Si            No     

Software gestionali      Si            No     

Ricerca e sviluppo di nuovi modelli/prodotti      Si            No     

Ricerche di mercato      Si            No     

F2. Obiettivo degli investimenti effettuati sono stati (non più di 3 in ordine di importanza)

Sostituire attuali prodotti sul mercato      Si            No     

Migliorare la qualità dei prodotti      Si            No     

Estendere la gamma dei prodotti dell'impresa      Si            No     

Entrare in nuovi mercati o aumentare propria quota di mercato      Si            No     

Adeguarsi a normative o standard      Si            No     

Migliorare la flessibilità produttiva      Si            No     

Ridurre costo dei prodotti      Si            No     

Sostituire la forza lavoro      Si            No     

Ridurre consumo di materiali      Si            No     

Ridurre consumo di energia      Si            No     

F4. Nell'azienda sono presenti

Impianti e macchinari a controllo numerico      Si            No     

Impianti e macchine robotizzate      Si            No     

CAD      Si            No     

CAM      Si            No     

F5. L'azienda utilizza le Tecnologie informatiche

Posta elettronica      Si            No     

Internet      Si            No     

Intranet      Si            No     

Sistemi di gestione integrata ERP      Si            No     

Televideo teleconferenza      Si            No     

F6. L'azienda ha realizzato un proprio sito Web      Si            No     

F7. Se si, lo utilizza prevalentemente per



Presentazione azienda	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Informazione sui prodotti	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Presentazione del catalogo	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Ottenere informazioni sui clienti	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

F9. L'azienda ha sviluppato pratiche di commercio elettronico Si  No

F10. Se si,  
 per vender direttamente al cliente finale Si  No   
 per gestire i rapporti con la rete di vendita Si  No   
 per gestire rapporti con fornitori e terzi Si  No

F12. Se no, come pensa di intervenire in futuro?

Realizzazione di un sito web	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Attivare forme di commercio elettronico B2B (business to business)	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Attivare forme di commercio elettronico B2C (business to consumer)	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Attivazione di piattaforme ERP di processi aziendali	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Nessun intervento	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

F14. Nei prossimi anni quali innovazioni prevede di introdurre nell'azienda (indicarne le 3 ritenute strategiche)

1. Realizzare un nuovo stabilimento produttivo
2. Ampliare l'attuale stabilimento produttivo
3. Introdurre nuovi prodotti
4. Penetrare nuovi mercati
5. Consolidare la propria presenza su mercati ritenuti strategici
6. Creare una rete di vendita propria
7. Delocalizzare parte/tutte le fasi produttive all'estero o in aree depresse del Sud
8. Decentrare fasi di produzioni all'esterno
9. Affidare tutta la produzione all'esterno
10. Riportare alcune/tutte le fasi di produzione all'interno dell'azienda
11. Acquistare nuove macchine automatiche e/o elettroniche
12. Acquistare sistemi CAD/CAM
13. Ottenere la certificazione di qualità
14. Realizzare un sito WEB per essere presente su Internet
15. Sviluppare il commercio elettronico (B2B, B2C)
16. Introdurre nuovi sistemi di gestione aziendale (controllo di gestione, contabilità industriale, margine di contribuzione)
17. Inserire personale qualificato e/o managers
18. promuovere l'immagine dell'azienda attraverso investimenti in comunicazione
19. nuove fonti/modalità di finanziamento
20. alleanze/collaborazioni con altre imprese

F15 Nel caso in cui intendesse realizzare un nuovo stabilimento nei prossimi anni, sa indicare la superficie coperta della quale avrebbe necessità di disporre? Mq \_\_\_\_\_ coperta? Su quanti piani? \_\_\_\_ Spazi accessori coperti

(rimessaggio materie prime, carico e scarico merci) \_\_\_\_\_mq

F16 Quale soluzione urbanistica privilegerebbe (una sola risposta)

- |                                                             |                          |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Area per insediamenti artigiani di piccola dimensione       | <input type="checkbox"/> |
| Area per insediamenti industriali di consistenti dimensioni | <input type="checkbox"/> |
| Area mista per favorire incontro committenti subfornitori   | <input type="checkbox"/> |
| Casa laboratorio diffusa sul territorio                     | <input type="checkbox"/> |

F 17 Ha in mente una localizzazione preferita? \_\_\_\_\_

F18 Nel caso in cui intendesse ampliare l'attuale stabilimento nei prossimi anni di quale superficie aggiuntiva avrebbe bisogno? Mq \_\_\_\_\_ Su quanti piani? \_\_\_\_ Spazi accessori coperti(rimessaggio materie prime, carico e scarico merci) \_\_\_\_\_mq

SEZIONE G: Servizi ed infrastrutture

G1. Quali sono le principali carenze che penalizzano l'operatività della sua azienda

Attribuisca un punteggio da 1 a 10 dove 1 = situazione di assoluta negatività di servizi e 10 = situazione ottimale

- |                                                                       |       |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|
| 1. Disponibilità di aree per ampliamenti e nuovi insediamenti         | _____ |
| 2. Depurazione e servizio smaltimento rifiuti                         | _____ |
| 3. Rete stradale                                                      | _____ |
| 4. Strutture di servizio per trasporto merci                          | _____ |
| 5. Servizi di trasporto pubblico                                      | _____ |
| 6. Spazi espositivi                                                   | _____ |
| 7. Reti telematiche di trasmissione informazioni                      | _____ |
| 8. Servizio di trasferimento tecnologie                               | _____ |
| 9. Informazioni sui clienti e sui mercati                             | _____ |
| 10. Certificazioni di qualità e di origine dei prodotti               | _____ |
| 11. Servizi di assistenza finanziaria                                 | _____ |
| 12. Formazione imprenditoriale e manageriale                          | _____ |
| 13. Formazione professionale                                          | _____ |
| 14. Servizi comunali per il rilascio di concessioni ed autorizzazioni | _____ |

G2 Indicate in ordine di priorità le opere che dovrebbero essere realizzate nella zona per favorire lo sviluppo dell'economia:

1° \_\_\_\_\_

2° \_\_\_\_\_

3° \_\_\_\_\_

G3 Indicate in ordine di priorità i servizi pubblici che dovrebbero essere potenziati

1° \_\_\_\_\_

2° \_\_\_\_\_

G4 Dove acquisisce servizi per le imprese

	<b>Pistoia</b>	<b>Prato</b>	<b>Resto della Toscana</b>	<b>Italia</b>
Servizi bancari				
Consulenza contabile e tributaria				
Servizi legali				
Servizi per l'ambiente				
Ricerca e progettazione nuovi prodotti				
Pubblicità e promozione				
Studi e ricerche di mercato				
Consulenza e assistenza informatica				

SEZIONE H: Scenari per il futuro produttivo del territorio

H8. Quale scenario prefigura per il suo Comune

*Come ben sa, il principale comparto produttivo del comune, il tessile/abbigliamento, attraversa una seria crisi.*

*Sulla base delle sue conoscenze, su quale dei seguenti scenari lei concorda maggiormente*

Il declino industriale del territorio appare irreversibile senza prospettive di diversificazione verso altri settori produttivi

E' prevedibile che possano svilupparsi settori diversi dal tessile mantenendo la configurazione industriale del territorio

E' prevedibile che le produzioni tessili possano qualificarsi e rinnovarsi puntando su nuovi prodotti e mantenendo la produzione nel territorio □

E' prevedibile che le produzioni tessili mantengano le funzioni strategiche (ricerca e sviluppo, progettazione, commercializzazione) in loco delocalizzando la produzione in paesi a basso costo del lavoro □

### All. 3 Traccia dell' intervista ai testimoni privilegiati

1. Come giudica in termini generali la situazione dell'economia del Comune di Agliana? Accanto al tessile che da sempre ha costituito il settore caratterizzante lo sviluppo del territorio, vi sono altre attività in crescita che potrebbero offrire prospettive di diversificazione?

2. Dal suo punto di osservazione come valuta le prospettive nel medio periodo del settore tessile?

Vi sono andamenti differenziati per comparti (filature, tessiture, nobilitazione, maglieria..) e distintamente per i produttori finali ed i terzisti o subfornitori?

3 Da dove arrivano le minacce più rilevanti per il futuro del comparto? A mero titolo esemplificativo, indichiamo la concorrenza da paesi a basso costo del lavoro, dai paesi dell'est che entreranno nell'Unione Europea, la crescita di produttività dei concorrenti nei paesi sviluppati per effetto dell'applicazione delle nuove tecnologie dell'Informazione e della comunicazione (ITC), da cambiamenti strutturali nei gusti dei consumatori.....

**4 Quali strategie hanno adottato o dovranno adottare le aziende del distretto tessile nei nuovi scenari competitivi e di mercato ? Anche in questo caso e solo per esemplificare: innovazione di prodotto e qualità, tracciabilità, delocalizzazione di parte o di tutto il processo produttivo in paesi a basso costo del lavoro o in aree depresse italiane, creazioni di reti di impresa, riverticalizzazione del processo produttivo all'interno dell'azienda per miglioramento qualità... Definisca una gerarchia di opzioni strategiche per il comparto e/o per le diverse produzioni....**

5 Queste strategie comporteranno necessità di trasferimento/ampliamento delle aziende? **Se sì**, quali soluzioni sarebbero necessarie? Anche qui solo per esemplificare: conferma del modello casa/laboratorio diffuso sul territorio, necessità di nuovi insediamenti per imprese artigiane con lotti di piccole dimensioni, necessità di nuovi insediamenti di consistenti dimensioni per consentire la ricomposizione della fabbrica integrata e/o l'insediamento di nuove imprese d'altri comparti produttivi.....

**Se no**, che esigenze ci sono di ridestinazione degli immobili attualmente occupati dalle imprese?

6 Può indicare quali sono i punti di forza e, distintamente, quelli di debolezza del Comune di in materia di risorse umane, infrastrutturazione ed uso del territorio, per i servizi pubblici e privati?

7 Quali sono le opere e gli interventi che reputa più urgenti per migliorare le condizioni di competitività delle imprese (massimo 4)?

E quali servizi pubblici dovrebbero essere resi più efficienti per agevolare il lavoro delle imprese (massimo 4)?