

## EXPO 2015: opportunità e scenari futuri per il Ticino e la Svizzera



## Sommario

Premessa.....	6
EXECUTIVE SUMMARY .....	8
EXPO 2015.....	11
a. Breve storia sulle esposizioni universali .....	11
b. La tematica Expo 2015 .....	12
I) INTRODUZIONE ALLA ATTUALE DOTTRINA .....	14
a. Creazione e analisi di modelli concettuali (framework) per la stima degli impatti e la pianificazione dei mega eventi.....	16
b. Analisi e valorizzazione degli impatti.....	16
<i>b.1 Infrastrutture e valorizzazioni ambientali.....</i>	<i>17</i>
<i>b.2 Valorizzazione economica degli effetti dei mega-eventi .....</i>	<i>17</i>
<i>b.3 Impatti turistici e di immagine.....</i>	<i>22</i>
<i>b.4 Impatti sociali, culturali e politici .....</i>	<i>23</i>
<i>b.5 Rinnovamento del tessuto urbano .....</i>	<i>25</i>
c. Analisi del timing degli effetti: prima, durante e dopo lo svolgimento dell'evento. ....	25
d. Massimizzazione dei benefici derivanti dall'evento e dagli investimenti effettuati.....	26
e. Aspetti organizzativi nella gestione dell'evento. ....	26
f. Analisi dei soggetti beneficiari e della distribuzione degli effetti del mega evento.....	26
g. Conclusioni: applicabilità degli studi proposti e dei modelli sviluppati a livello dottrinale al contesto svizzero e ticinese. ....	27
II) IL CONTESTO ATTUALE E LE VARIAZIONI POTENZIALI .....	29
a. Ticino e Lombardia: contiguità territoriale o omogeneità economica?.....	29
<i>a.1 Il profilo occupazionale .....</i>	<i>29</i>
<i>a.2 La composizione settoriale del PIL.....</i>	<i>35</i>
<i>a.3 I tassi di crescita settoriali.....</i>	<i>39</i>
<i>a.4 La produttività settoriale.....</i>	<i>44</i>
<i>a.5 Costo del lavoro e indice dei prezzi al consumo.....</i>	<i>49</i>
b. Apertura commerciale e commercio internazionale: il rapporto tra Svizzera e Italia. ....	51
<i>b.1 I flussi commerciali .....</i>	<i>51</i>
<i>b.2 Investimenti esteri diretti, inward e outward.....</i>	<i>59</i>
<i>b.3 Gli scambi commerciali tra Svizzera e Italia .....</i>	<i>60</i>
<i>b.4. Gli scambi commerciali tra Svizzera e Lombardia .....</i>	<i>65</i>
c. Economia dei cantoni di confine: gli indici di localizzazione e specializzazione per il cantone Ticino, Grigioni e Vallese.....	68

c.1	Indice di localizzazione .....	68
c.2	Indice di specializzazione e dimensione delle imprese .....	73
d.	Le variazioni potenziali: Expo 2015, il contesto quantitativo. ....	81
d.1	I moltiplicatori nazionali.....	82
d.2	I moltiplicatori regionali .....	86
d.3	La variazione degli scambi commerciali prodotta dalle esposizioni universali: uno studio tramite gravity model .....	93
III)	L'ELABORAZIONE DEI DATI PRIMARI: I RISULTATI DELLE INTERVISTE E DEI QUESTIONARI .....	109
a.	Interviste strutturate dirette a stakeholder istituzionali o rappresentanti di imprese. ....	109
a.1	Industria Agroalimentare Ticinese .....	110
a.2	Industria di Costruzione Ticinese.....	111
a.3	Associazioni industriali e manifatturiere Ticinesi .....	112
a.4	Associazioni per la promozione economica delle aziende Svizzere.....	113
a.5	Associazioni turistiche Ticinesi.....	113
a.6	Istituzioni territoriali Ticinesi .....	114
a.7	Istituzioni territoriali Grigionesi .....	114
b.	I risultati del questionario inviato alle imprese Ticinesi e Grigionesi. ....	116
b.1	Tipologia delle imprese rispondenti.....	116
b.2	Le imprese private nel contesto di Expo 2015 .....	122
b.3	Altri aspetti secondari emersi dall'elaborazione dei questionari.....	132
b.4	Conclusioni e necessità emerse.....	151
IV)	INSEGNAMENTI E IMPLICAZIONI.....	158
a.	Insegnamenti dalla letteratura .....	158
b.	Insegnamenti dalla struttura economica, dai moltiplicatori e dal gravity model .....	160
b.1	Insegnamenti dall'analisi della struttura economica .....	160
b.2	Insegnamenti dall'analisi dei moltiplicatori nazionali e regionali .....	162
b.3	Insegnamenti dall'analisi dei flussi commerciali tramite gravity model.....	163
c.	Insegnamenti dai dati primari direttamente raccolti (interviste dirette agli stakeholder istituzionali e questionari inviati alle imprese Ticinesi e Grigionesi).....	165
c.1	I risultati delle interviste dirette agli stakeholder istituzionali.....	165
c.2	I risultati dei questionari inviati alle imprese del Ticino e dei Grigioni.....	168
d.	Linee guida operative .....	171
V)	SCENARI FUTURI .....	176
	Bibliografia .....	182



## Premessa

L'obiettivo del presente lavoro è fornire una valutazione sugli scenari futuri che potrebbero generarsi in seguito allo svolgimento di Expo2015 nella città di Milano.

La vicinanza spaziale, linguistica e culturale del cantone Ticino e della Svizzera all'area della metropoli Milanese, la pone in una condizione privilegiata rispetto agli altri partecipanti all'esposizione. L'interesse manifestato sia a livello locale e cantonale sia a livello nazionale è dimostrazione di una visione di continuità spaziale del territorio, in cui il confine non sancisce una divisione tra economie e composizioni sociali differenti, ma assume un ruolo attivo di scambio e creazione di valore per entrambe le controparti. In quest'ottica di sviluppo, i rapporti internazionali tra le varie regioni dovrebbero essere visti come driver di sviluppo, permettendo la diffusione di scambi e la creazione di specializzazioni che avvantaggino entrambi i territori. Nella letteratura economica, numerose sono le ricerche che colgono l'effetto positivo di lungo periodo che deriva dall'apertura dei mercati e dallo sviluppo delle relazioni internazionali. All'interno di questo tema si pongono la realizzazione e la gestione dei "mega-eventi", siano essi Olimpiadi Estive o Invernali, Esposizioni Universali (Expo), Esposizioni Internazionali o Eventi Sportivi Mondiali.

Come la letteratura ci mostra, l'effetto positivo di questi eventi è di essere elementi catalizzatori dello sviluppo delle interazioni economiche tra il paese che ospita l'evento e i paesi visitatori, migliorando nello stesso tempo il contesto infrastrutturale urbano del territorio dove si sviluppa l'evento. Tuttavia, quest'ultimo aspetto è criticato in alcune ricerche, che mostrano come non sempre questi eventi producano una reale e sostenibile rivalutazione del territorio, anche se producono un'effettiva riqualificazione. Da qui nasce l'esigenza di sviluppare una specializzazione in campo economico che tratti l'organizzazione e la gestione di questi eventi. A scopo esemplificativo, possiamo citare gli opposti effetti che si sono prodotti in seguito allo svolgimento delle Olimpiadi Estive in Barcellona (1992)<sup>1</sup> e in Atene (2004). Nel secondo caso, gli oneri per le opere infrastrutturali, i ritardi nelle realizzazioni con l'aggravio dei costi e l'organizzazione dell'evento in una fase stagionale errata che ha amplificato il fenomeno del crowding out turistico<sup>2</sup>, hanno prodotto effetti sicuramente non benefici e sostenibili nel medio e lungo periodo. Alcuni aspetti che sono citati dagli studi di fattibilità come elementi che impattano positivamente sull'economia, quali oneri di urbanizzazione e spese di

---

<sup>1</sup> Un altro esempio positivo è rappresentato da Expo 1998 in Lisbona.

<sup>2</sup> Termine che indica lo spiazzamento turistico ovvero la sottrazione di risorse turistiche ad opera di altri eventi.

mantenimento delle infrastrutture, possono poi assorbire in maniera importante risorse finanziarie pubbliche, creando “white elephants”<sup>3</sup> (Crouch e Weber, 2002).

La specificità del caso Svizzero, che non sostiene spese dirette per la riqualificazione dei territori interessati dall’Expo 2015, ci permette di trattare in maniera marginale questo tema di analisi. Opportune considerazioni dovranno però essere fatte su eventuali investimenti infrastrutturali che garantiscano una migliore accessibilità del territorio elvetico e in particolare Ticinese (strutture tuttavia non da realizzare in sola funzione di Expo ma in un’ottica di sviluppo territoriale, utilizzando Expo 2015 come elemento stimolatore). In quest’ottica, assumono carattere di rilievo gli investimenti già in essere per la realizzazione di progetti infrastrutturali quali AlpTransit, il collegamento ferroviario di Mendrisio con l’aeroporto di Milano Malpensa o il potenziamento dell’aeroporto di Lugano-Agno che renderà più agevole il raggiungimento di Lugano. Un altro tema rilevante riguarderà l’organizzazione di eventi sul territorio elvetico che riescano ad attirare l’attenzione e l’interesse dei visitatori di Expo 2015. Il territorio del Ticino godrà, infatti, di un bacino allargato di utenti potenziali che graviteranno intorno all’area Expo. In quest’ottica potrebbero inserirsi progetti di valorizzazione del territorio con una particolare attenzione allo sviluppo di specificità turistiche (si pensi ad esempio alla creazione di circuiti anche internazionali per il turismo ciclistico o fluviale, offrendo le infrastrutture necessarie) o di specificità produttive (valorizzazione dei brand elvetici e ticinesi, tramite la creazione di percorsi “facilitati” di visita e acquisto e percorsi di promozione dei brand).

Un’ultima considerazione, di carattere prettamente metodologico, può essere fatta sull’apparente eterogeneità tra manifestazioni sportive ed eventi di carattere maggiormente istituzionale quali Esposizioni Universali o Internazionali o fiere e convegni. Pur avendo finalità propositive differenti, la letteratura accademica li classifica funzionalmente sotto la classe dei “mega eventi”. Questa classificazione, come vedremo, è corretta da un punto di vista tassonomico poiché gli effetti che questi eventi producono e le dinamiche che attivano – infrastrutturali, turistiche, mediatiche e commerciali – sono comuni. Per questo motivo non deve risultare insolito che l’organizzazione di un’Esposizione Universale possa essere comparata all’organizzazione di un’Olimpiade, così come non dovranno sorprendere le similitudini negli effetti economici prodotti.

---

<sup>3</sup> Strutture infrastrutturali con limitati utilizzi a livello funzionale al termine della manifestazione. Un esempio in scala ridotta può essere fornito da alcuni padiglioni dell’Expo di Hannover rimasti inutilizzati per anni e solo ora al centro di un progetto di riqualificazione industriale privato.

## EXECUTIVE SUMMARY

Il presente lavoro si pone l'obiettivo di individuare quali effetti e scenari futuri potrebbero originarsi per il territorio svizzero, e in particolare ticinese, in seguito all'organizzazione e gestione dell'esposizione universale Expo 2015 nella vicina regione lombarda dello Stato italiano. Inizialmente, si sono cercati riscontri nella letteratura scientifica sugli effetti di un'esposizione universale sulle aree limitrofe al campo espositivo, ma si è appurato che la quasi totalità di questi studi analizzava unicamente gli effetti che ricadevano all'interno del territorio della nazione ospitante le esposizioni (che rientrano nella categoria dei mega-eventi, insieme a olimpiadi e manifestazioni internazionali). Si è quindi indagato se esistesse un'omogeneità economica tra il territorio Ticinese-Svizzero e Lombardo, al fine di valutare se si potessero presentare ripercussioni dirette sul territorio al variare delle condizioni economiche dell'area lombarda. L'analisi ha mostrato come i due territori siano economicamente collegati, ma caratterizzati da strutture produttive e sociali differenti. In particolare, l'area svizzera presenta condizioni quadro maggiormente competitive e un andamento economico meno correlato all'area lombarda nelle fasi congiunturali negative, dove mostra una maggiore vivacità. Dall'analisi della produttività sono emersi alcuni settori in cui il Ticino presenta valori maggiori rispetto alla Lombardia (costruzioni, chimica, finanziario e capital goods) mentre esiste una certa differenza nel livello dei prezzi settoriali e nel costo del lavoro (entrambi più elevati in Svizzera). Sono quindi stati indagati i flussi commerciali tra Svizzera e Italia e Svizzera e Lombardia, sia in termini di livello sia di settore. E' emerso che l'Italia rappresenta il terzo partner per esportazioni e il secondo per le importazioni. Verso l'Italia, e la Lombardia, si esportano principalmente prodotti farmaceutici, energia elettrica, prodotti chimici e prodotti dell'orologeria. Il settore dell'agroalimentare e dei suoi elaborati presenta anch'esso un buon livello di scambi ma di molte volte inferiori a questi settori. Possiamo notare come tutti questi settori (eccetto l'orologeria) siano collegabili a Expo 2015 tramite il tema dell'esposizione ("feeding the planet"), pur non essendo direttamente interessati nella costruzione e nella gestione dell'evento, escluso forse il settore energetico. Si è poi proceduto a caratterizzare le economie dei cantoni di confine (Ticino, Grigioni e Vallese) attraverso il calcolo degli indici di localizzazione e specializzazione. E' emerso come le economie dei cantoni Vallese e Grigioni siano maggiormente legate a temi collegati alla valorizzazione e sfruttamento del territorio (turismo, silvicoltura, produzione energia, bevande, ecc.) mentre il cantone Ticino presenta un'economia maggiormente orientata alla manifattura (moda) e ai servizi. In ottica Expo, queste caratteristiche potrebbero essere enfatizzate per la promozione del proprio territorio, oltre a rappresentare quei settori in cui è possibile attendersi una forza intrinseca relativa maggiore.

Per avere un'indicazione da un punto di vista quantitativo dei possibili effetti economici derivanti da Expo 2015 e dagli investimenti o spese che questo sarà in grado di promuovere nel territorio elvetico, sono stati calcolati tramite gravity model gli effetti delle passate esposizioni universali sulle esportazioni dei paesi confinanti l'Expo e i moltiplicatori nazionali e regionali per il territorio elvetico e ticinese. Con riferimento al primo punto, gli effetti sulle esportazioni/importazioni, è emerso come gli Expo passati abbiano prodotto effetti positivi o non significativi sul livello di esportazioni e negativi o non significativi sul livello di importazioni. Considerando invece i moltiplicatori nazionali e regionali, è emerso come alcuni dei settori direttamente e indirettamente interessati da Expo 2015 (produzione di cibo e bevande, chimico e farmaceutico, produzione e distribuzione di elettricità, gestione delle acque, riciclaggio, servizi di trasporto, agricoltura, attività ricreative, costruzioni, ricerca e sviluppo, solo per citarne alcuni) siano tra quelli in grado di produrre anche valori di indotto maggiore. Declinando questo in ottica Expo, emerge come eventuali politiche che puntino a favorire lo sviluppo di questi settori possano anche presentare effetti immediati positivi sui valori economici aggregati.

Nella seconda parte dello studio, sono state condotte interviste strutturate a stakeholder attivi sul territorio ticinese e grigionese ed è stato inviato un questionario on-line a più di 1'000 aziende attive nel cantone Ticino e Grigioni; il numero di aziende rispondenti è stato pari a circa 300. Le interviste strutturate hanno mostrato un diverso approccio a Expo 2015 per la realtà Ticinese (rapporti maggiormente istituzionalizzati ed Expo considerato mediamente un evento non prioritario) e Grigionese (approccio maggiormente operativo con la possibilità di utilizzare Expo come uno strumento per migliorare collegamenti infrastrutturali con l'Italia e promuovere aziende grigionesi nel mercato italiano). Entrambi gli operatori hanno però mediamente comunicato di non avere altissime aspettative su Expo 2015, per motivazioni comunque differenti. Da un punto di vista aziendale, è emersa invece la necessità di una migliore comunicazione istituzionale verso le aziende e di un maggiore coordinamento tra i vari interessi e tra le stesse aziende. Le imprese hanno inoltre mostrato una maggiore propensione a investire nello sviluppo della propria immagine in eventuali eventi organizzati sul territorio locale piuttosto che in eventi sul territorio italiano. Quest'aspetto andrà considerato nella definizione delle politiche di avvicinamento a Expo. L'importo medio che le aziende vorrebbero investire non è comunque elevato (circa il 75% delle aziende investirebbe meno di 10.000 Chf). Importante è inoltre il numero (circa il 40%) delle aziende che non hanno ancora deciso se partecipare alla manifestazione. Le aziende che non vogliono invece in nessun caso partecipare sono pari a circa il 40%. Queste aziende ritengono la manifestazione inutile per i loro affari. A questo scopo, potrebbe essere utile predisporre un breve documento operativo che indichi le possibilità, dirette e indirette, offerte da Expo alle aziende.

Considerando quanto emerso nella nostra analisi, sarebbe utile definire delle linee guida che qualificano il processo di avvicinamento a Expo. È importante notare che l'obiettivo di ogni eventuale azione non deve essere improntato esclusivamente a Expo (nel senso che l'azione non deve esaurire la propria funzione in Expo) ma deve migliorare le caratteristiche strutturali del territorio (miglioramento dell'attrattività del territorio e delle merci/servizi da questo provenienti – national branding – e miglioramento della capacità organizzativa e collaborativa). Questa è la discriminante, anche in letteratura, che permette di produrre effetti positivi di medio-lungo periodo sul territorio. L'evento Expo 2015 deve quindi essere interpretato non in funzione di “quanto possiamo ricavare da Expo” ma chiedendosi “come possiamo migliorare il nostro territorio attraverso Expo”. Gli effetti sul territorio dipenderanno principalmente dalle scelte che saranno effettuate durante il processo di avvicinamento, più che dal mero svolgimento della manifestazione. Per questo motivo non è esaustivo né metodologicamente valido eseguire semplici quantificazioni economiche che nella realtà sono influenzabili dalla discrezionalità dei processi intrapresi. L'effetto diretto non si esaurisce nel settore turistico (che pure deve dimostrarsi attrattivo per catturare parte dei visitatori dell'esposizione universale) ma tocca anche tutti quei settori nei quali le politiche economiche saranno in grado di attivare processi virtuosi di investimento. Si rimanda al punto d del capitolo IV per la definizione di alcune linee operative.

## **EXPO 2015**

### **a. Breve storia sulle esposizioni universali**

La Great Exhibition (Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations) fu la prima Esposizione Universale riconosciuta a posteriori dalla BIE e si svolse su dieci ettari dell'Hyde Park di Londra dal 1 Maggio al 15 Ottobre del 1851.

Dopo Londra vi furono altre Esposizioni Universali nelle capitali più importanti di tutto il mondo: Parigi (1855), Londra (1862), Parigi (1867), Vienna (1873), Philadelphia (1876) in occasione delle celebrazioni del centenario della dichiarazione dell'indipendenza americana del 4 luglio 1776, Parigi (1878), Melbourne (1880), Barcellona (1888), Parigi (1889) in occasione del Centenario della Rivoluzione francese del 1789 – per questa esposizione universale fu costruita la Tour Eiffel, Chicago (1893) in occasione del quarto centenario della scoperta dell'America, Bruxelles (1897), Parigi (1900), Saint Louis (1904), Liegi (1905), Milano (1906) dedicata ai trasporti e all'inaugurazione del tunnel del Sempione che collegava Milano a Parigi, Bruxelles (1910), Gand (1913), San Francisco (1915) in occasione della inaugurazione del canale di Panama, Barcellona (1929), Chicago (1933).

Con il protocollo del 1933, introdotto dalla BIE, si svolsero 8 “Esposizioni Generali”, interrotti per dieci anni dalla seconda guerra mondiale: Bruxelles (1935) con tema “La colonizzazione dei trasporti”, Parigi (1937) con il tema “Arte e tecnica nella vita moderna”, New York (1939) con il tema “Costruire il mondo di domani”, Port au Prince (1949) con tema “Bicentenario della fondazione di Port au Prince”, Bruxelles (1958) con il tema “Valutazione del Mondo per un mondo più umano”, Seattle (1962) con il tema “L'Uomo nell'età dello spazio”, Montreal (1967) con tema “L'uomo e il suo mondo”, Osaka (1970) con il tema “Progresso e Armonia per l'armonia dell'Umanità”.

Con il protocollo del 1972 le Esposizioni Generali furono rinominate in Esposizioni Universali e le Esposizioni Specializzate furono chiamate Internazionali. Con questo protocollo si svolsero gli Expo universali di Siviglia (1992) con tema “L'età delle scoperte” e Hannover (2000) con tema “Umanità Natura e Tecnologia”, l'Expo di Aichi (2005) in Giappone con il tema “La Saggezza della Natura”, quello di Shanghai (2010) “Città migliore Vita migliore” e quello di Milano (2015) “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita”.

## **b. La tematica Expo 2015**

*“Un’esposizione è una manifestazione che, qualunque sia il suo titolo, ha come scopo principale l’educazione del pubblico: può esporre i mezzi a disposizione dell’uomo per soddisfare i bisogni della civilizzazione, dimostrare il progresso raggiunto in uno o più rami dell’attività umana, o indicare prospettive per il futuro.”*

Art. 1, Convenzione sulle Esposizioni Internazionali

La tematica di Expo 2015 è “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita”. Non è obiettivo di questo lavoro fornire un’interpretazione delle tematiche che saranno affrontate ma valutare gli scenari e di conseguenza individuare i settori che potrebbero ricevere benefici diretti o indiretti dalla manifestazione. Un’esposizione universale non ha finalità commerciali. Non in maniera esplicita o diretta. Si potrebbe quindi pensare che l’impatto economico sia circoscritto solamente ai settori direttamente interessati ai temi della manifestazione. Com’è tuttavia possibile guadagnare con un’esposizione universale, come dimostrano i molti sponsor commerciali che hanno partecipato a edizioni passate?

I driver economici di un’esposizione universale sono le esigenze organizzative (pianificazione territorio, costruzione infrastrutture, ecc.), la gestione dei flussi di visitatori (settore turistico, somministrazione servizi al pubblico, sicurezza, ecc.) e la visibilità offerta dalla manifestazione, in termini sia di numero di visitatori sia di copertura mediatica. Gli effetti di tali driver sull’economia del paese si rendono concreti nel prima e dopo l’evento per quanto riguarda tutta la fase di organizzazione (poiché le infrastrutture costruite possono rappresentare un importante lascito per l’area urbana che ospita l’evento oltre a muovere importanti commesse durante la fase iniziale), nel durante e dopo l’evento per la gestione dei flussi di visitatori (il saper offrire un buon livello di ospitalità e di attrattività oltre a dimostrare di possedere buone capacità organizzative contribuisce a creare effetti positivi nel lungo periodo) ed effetti principalmente dopo l’evento per quanto riguarda la copertura mediatica (investimenti in marketing permettono di raggiungere un livello di penetrazione maggiore nel mercato).

Oltre a questi settori che si trovano direttamente interessati, abbiamo ovviamente tutto l’indotto prodotto da quei settori che producono beni e servizi intermedi necessari e funzionali alle aree direttamente interessate, oltre l’indotto causato dalla maggior propensione al consumo. Tutti questi valori possono essere tradotti in una variazione del livello economico utilizzando le tabelle input-output, pur con le limitazioni teoriche del modello che potrebbero essere superate utilizzando modelli CGE (Computational General Equilibrium).

Questi impatti economici sono direttamente riscontrabili nel paese che ospita la manifestazione e nei territori a esso circostanti. Considerazioni più ampie sarebbero poi

necessarie nel caso si procedesse ad analisi differenziali per la valutazione degli investimenti. Tuttavia, non essendo la Svizzera il paese che ospiterà direttamente la manifestazione, dobbiamo limitarci a considerare gli effetti che potrebbero indursi all'interno dei confini nazionali e a vantaggio della produzione elvetica. La vicinanza geografica, linguistica e culturale della Svizzera e, in particolare, dei cantoni Italofoeni di frontiera amplifica questi fenomeni.

## I) INTRODUZIONE ALLA ATTUALE DOTTRINA

La stima dei potenziali effetti sul territorio non può prescindere da un'analisi della letteratura economica al momento disponibile. La stima degli impatti, economici diretti e indiretti e in termini di “intangibles” (quali p.e. l'aumentato senso civico, il maggiore spirito di coesione e il miglioramento della capacità organizzativa e coordinativa) è stata ampiamente, anche se non esaustivamente, trattata dalla attuale letteratura.

Sono stati indagati gli effetti che questi eventi producono sul territorio (Clark 2008; Na Chen 2008; Faulkner e al 2003), le modalità di valorizzazione economica dell'indotto diretto, indiretto e dello sviluppo di assets immateriali (per esempio Carlsen e Taylor 2003; Fredline 2003; Dwyer, Mellor, Mistillis e Mules 2000, Barker e al 2002), sono state confrontate le stime di alcune ricerche condotte ex-ante l'evento con i risultati effettivi e sono quindi stati criticati gli impianti metodologici applicati (Matheson 2008; Porter e Fletcher 2008; Lee e Taylor 2005, Chalip 2004).

La singolarità nello studio dei mega-eventi risiede nella particolarità e relativa scarsità dei dati osservabili disponibili. La struttura di questi eventi richiede inoltre un elevato grado d'interdisciplinarietà nell'approccio alla materia. I singoli eventi risentono, infatti, di fattori multipli, sia qualitativi sia quantitativi, di non facile rilievo. E' innegabile che il successo di un evento dipenda da numerosi fattori, anche difficilmente quantificabili, quali il contesto storico ove si inserisce, le strategie di comunicazione e marketing adottate, i temi trattati, le capacità organizzative del paese ospitante e non ultimo il contesto economico regionale. Queste variabili presentano inoltre livelli di correlazione e curve di utilità che possono variare nel tempo. Si pensi per esempio al minore interesse per le fiere universali in seguito all'introduzione di internet o alla variazione della propensione allo spostamento in alcuni periodi temporali. Gli studi svolti ci forniscono indicazioni riguardo alla particolare sensibilità degli effetti economici dei mega-eventi ad alcuni fattori. Queste osservazioni hanno rilevanza statistica quando applicate alla media delle manifestazioni osservate. Cercare di esprimere mere valorizzazioni contabili degli effetti di una particolare manifestazione significa quindi esprimere un valore atteso degli effetti della manifestazione. Gli effetti reali possono perciò differire in maniera anche importante dalle stime proposte. Allo stesso modo in cui la valorizzazione di un brevetto, di un network di distribuzione, ottenuta attraverso l'attualizzazione dei flussi di cassa generabili, è soggetta a variazioni, rettifiche di bilancio – sulla base di fattori anche endogeni quali lo stato della domanda, i costi della produzione, la commerciabilità reale del prodotto – la quantificazione degli effetti prodotti da un mega-evento segue processi stocastici. Da qui deriva la possibilità di concentrare maggiormente l'attenzione sulla stima relativistica dell'impatto dei fattori e dei mega-eventi sulle grandezze economiche, rispetto alla mera enunciazione del valore economico atteso dell'evento. Questo si

traduce nella possibilità di classificare le variabili che influenzano positivamente gli effetti economici del mega evento, permettendo di fornire indicazioni ai policy maker riguardo alle politiche da adottare.

La particolarità dello studio proposto risiede nel fatto che parte del territorio Svizzero si trova in contiguità spaziale rispetto all'area di Expo 2015, pur non essendo né il Ticino né la Svizzera direttamente implicati nella realizzazione dell'Esposizione Universale. Gli studi attuali insistono invece su aree omogenee, caratterizzate da una certa continuità in termini di omogeneità economica e di valuta. In particolare, possiamo sottolineare come tra i due paesi esista una differenza sostanziale nell'indice dei prezzi. Data, infatti, 100 la media dei prezzi al 2009 per l'EU-27, la Svizzera si attesta al valore di 141 (107 per l'Italia) per i consumi effettivi individuali e al valore di 129 (110 l'Italia) per ristoranti e alberghi<sup>4</sup>. Tale differenza andrebbe meglio osservata su scala regionale, al fine di confrontare l'omogeneità tra le due zone, e adeguatamente considerata nella predisposizione di politiche attive (politiche di segmentazione e specializzazione) per sfruttare appieno le possibilità offerte da Expo 2015. Data quindi la specificità di tale analisi, il presente lavoro si concentrerà più sull'osservazione degli scenari in termini diretti e indiretti per l'economia Elvetica, piuttosto che sul fornire una sintetica quantificazione degli effetti economici possibili.

La letteratura moderna classifica gli impatti derivanti dall'organizzazione e gestione dei mega-eventi attraverso numerosi fattori di differenziazione.

Alcuni classificano gli effetti sulla base dei risultati che si manifestano successivamente all'evento, quali ad esempio la crescita economica, le eredità infrastrutturali e la promozione e miglioramento dell'immagine delle località che ospitano l'evento. Altri classificano gli effetti sulla base della loro dipendenza con l'evento, distinguendo in effetti economici diretti, indiretti e indotti e in effetti in termini di intangibles (maggiore visibilità locale, accresciute capacità organizzative e connettive, etc.).

In linea generale, dopo un'accurata analisi della letteratura disponibile, possiamo, a livello tematico, riconoscere sei aree principali di indagine, che sono specificate nel seguito:

- a. Creazione e analisi di modelli concettuali (framework) per la stima degli impatti e la pianificazione dei mega-eventi.
- b. Analisi e valorizzazione degli impatti (i) infrastrutturali e ambientali, (ii) economici, (iii) turistici e di immagine, (iv) sociali, culturali e politici, (v) di rinnovamento del tessuto urbano.
- c. Analisi del timing degli effetti: prima, durante e dopo lo svolgimento dell'evento.
- d. Massimizzazione dei benefici derivanti dall'evento e dagli investimenti effettuati.

---

<sup>4</sup> Dati UST – Annuario Statistico 2011

- e. Aspetti organizzativi nella gestione dell'evento.
- f. Analisi dei soggetti beneficiari e della distribuzione degli effetti del mega evento.

Nel seguito sono meglio specificate le aree tematiche appena elencate.

### **a. Creazione e analisi di modelli concettuali (framework) per la stima degli impatti e la pianificazione dei mega eventi.**

In quest'ambito di analisi, sono stati proposti longitudinal study (Ritchie 1984; Ritchie e Lyons 1990; Ritchie a Smith 1991; Hiller 1998), framework per l'analisi degli effetti nel medio lungo-periodo (Kang e Perdue 1994; Dimanche 1996), political economic model (linkage model) utilizzati per la valutazione degli impatti di mega-eventi (Hiller, 1998), modelli di analisi temporale (pre e post evento) con utilizzo di indicatori quali il Roi (Return On Investment) e alcuni moltiplicatori (Carlsen 2000), modelli per la pianificazione degli interventi al fine di massimizzare il risultato nel lungo periodo (Ritchie 2000), framework per individuare gli effetti turistici delle Olimpiadi (Faulkner et al 2003), framework per la valutazione degli effetti tangibili e intangibili dei mega-eventi (Dwyer et al 2000). Tutti questi studi cercano di ricondurre lo studio dei mega-eventi a dei percorsi uniformi di valutazione e organizzazione, tenendo conto delle specifiche omogeneità che risiedono nelle varie classi di eventi. Questi elementi di omogeneità sono non difficilmente rilevabili dalla stessa definizione fornita per il termine "mega-evento", cioè un evento su larga scala che interessa aspetti culturali, commerciali o sportivi con un forte appeal a carattere mediatico e una rilevanza a livello internazionale (Roche, 2000) ovvero (Norne e Manzenreiter, 2006) che produce un'alterazione nel regolare ciclo economico della nazione che ospita l'evento e attira visitatori e media a livello internazionale.

### **b. Analisi e valorizzazione degli impatti**

La letteratura in tema di analisi e valutazione degli impatti di un mega evento è piuttosto ampia. Numerosi sono gli studi sugli effetti positivi delle manifestazioni, mentre vi è una relativa scarsità di indagini sugli effetti negativi e sulle comparazioni tra risultati previsti e risultati effettivamente conseguiti.

Con riferimento agli impatti organizzativi e gestionali di un mega evento, possiamo procedere a un'ulteriore ripartizione sulla base della tipologia di effetti causati.

### *b.1 Infrastrutture e valorizzazioni ambientali*

Le infrastrutture costituiscono uno degli elementi principali lasciati in eredità dall'organizzazione di mega-eventi. L'inserimento di queste strutture nel contesto urbano e paesaggistico della regione che ospita l'evento permette, nella maggior parte dei casi, una valorizzazione del territorio. Questi aspetti sono stati indagati da numerosi studi, governativi (Australian Government Department 2000) o accademici (Cashman 2006; Mason et al. 2004; Prasad 1999), ante o post l'evento, in chiave critica o propositiva.

Le maggiori modificazioni ambientali di lungo periodo sono, infatti, rappresentate dalla costruzione o ristrutturazione e riqualificazione di impianti e arene multifunzionali, di sistemi di trasporto e altre infrastrutture a essi collegate (gestione e approvvigionamento idrico, distribuzione elettricità, reti telecomunicazioni). In questi casi sono coinvolte non solo le infrastrutture necessarie all'evento, ma anche quelle di supporto, che diventano poi fruibili dall'abitua utenza pubblica. Queste trasformazioni di carattere permanente permettono un incremento delle capacità degli aeroporti, delle linee ferroviarie e dei sistemi di trasporto pubblico. I nuovi spazi creati possono poi essere riutilizzati per congressi e convention. Successivamente all'evento si manifesta quindi un miglioramento delle strutture ricettive. Questi elementi rappresentano un lascito significativo per la vita quotidiana delle città ospitanti e per il turismo a livello locale, regionale e nazionale, innalzando gli standard infrastrutturali a un livello ricettivo internazionale.

Possiamo per esempio citare il lascito di Barcellona 1992 (tra cui un nuovo lungomare di circa 5,2 Km che oggi offre a turisti e residenti opportunità per il tempo libero e lo svago) o il recupero di 800 ettari di terreno abbandonato in occasione dell'Expo di Lisbona nel 1998. Tra gli esempi negativi possiamo invece ricordare Siviglia, dove anche grazie all'assenza di una buona pianificazione infrastrutturale, non si è registrato un aumento significativo delle utenze e dei flussi. Questo caso è stato studiato a livello mondiale per capire quali effetti positivi possono scaturire a seguito di uno specifico lavoro di progettazione e recupero in occasione dell'organizzazione di un mega evento. Un altro caso di non grande successo è il parco di Sidney che, localizzato fuori dal contesto cittadino, non presenta elementi di attrazione per abitanti e turisti e risulta non particolarmente fruibile dalla città.

### *b.2 Valorizzazione economica degli effetti dei mega-eventi*

Questo tipo di studi rappresenta il gruppo più numeroso all'interno delle classi di ricerca elencate. Gli autori che hanno proposto studi in questo campo sono numerosi – Blake 2005, Chalip 2004, Na Chen 2008, Crompton 1994 e 2001, Tyrell 2001, Madden 2002,

Baade e Matheson 2004, Roche 1994 e 2000, Dolles e Soderman 2008, solo per citarne alcuni – e analizzano sia eventi ludici – a carattere sportivo o di festival – sia eventi business – fiere ed esposizioni – e culturali.

La maggior parte di questi studi quantifica gli impatti ex-ante stimando il numero di visitatori per l'evento, il numero di giorni atteso per pernottamento e la somma giornaliera di spesa attesa per ogni visitatore (Matheson, 2006). Il valore così ottenuto costituirà una parte degli impatti economici diretti. A questo valore, si aggiungeranno poi gli effetti economici indiretti tramite l'uso di un moltiplicatore – solitamente pari a circa due – che tiene conto del fatto che questo denaro circolerà per consumi e investimenti all'interno dell'economia. Il processo di stima appena sinteticamente definito fa parte della classe di modelli di valutazione di tipo Input-Output (IO).

Questi modelli sono i più datati e utilizzati per valutare gli impatti economici e sono in grado di fornire utili indicazioni sull'andamento di più variabili (vendite, produzione, valore aggiunto, redditi, occupazione, gettiti fiscali). Su di essi esiste una vasta letteratura (Archer 1982, 1984 e 1996; Miller e Blair 1985; Seaman 1987; Fletcher 1989; Blaine 1993; Frechtling 1994a, 1994b e 1994c; Wanhill 1994; Zhou et al. 1996; Fleischer e Freeman 1997; Miller 1998; Dwyer et al. 2000a e 2000b; Vogelsong, Graefe e Estes 2001; Jackson et al. 2005, che hanno predisposto Do-It-Yourself Kit; Thomo 2005; Wood 2005; Re 2006; Tyrrel e Johnson 2006). Questi modelli si basano sullo schema delle interdipendenze settoriali proposto originariamente da Wassily Leontief. Le tabelle I-O che ne derivano costituiscono, da un lato, una descrizione (o, meglio, un'interpretazione) del funzionamento del sistema economico in un dato momento; dall'altro possono essere impiegate quale strumento previsionale per stimare gli effetti che la crescita della domanda in un settore genera sul sistema economico nel suo complesso. L'assunto di partenza è semplice: ogni sistema economico è composto da settori differenti, tra di loro interdipendenti, poiché la produzione di ciascuno di essi viene in parte acquistata da utilizzatori finali e in parte da operatori attivi in altri settori, che a loro volta la impiegano nei propri processi di produzione. Qualsiasi impresa, all'interno del suo settore di attività, genera degli output acquistando e combinando input provenienti dalle famiglie o da altri settori produttivi. Le transazioni tra imprese operanti in diversi settori sono descritte nelle cosiddette “matrici delle transazioni” ovvero “tavole delle interdipendenze settoriali” o “matrici I-O”, che riportano i valori dei flussi intersettoriali. Le tavole I-O possono poi essere scomposte in almeno tre sezioni o matrici maggiori: la matrice della domanda intermedia (scambi intersettoriali), la matrice dei fattori di produzione primari (che dipende dai salari e dai saggi di profitto), la matrice della domanda finale (che riflette gli impieghi finali delle risorse prodotte, ossia delle risorse non consumate dai diversi settori). Secondo questo schema, date le condizioni di interdipendenza tra i settori e le caratteristiche dei cicli produttivi settoriali, un incremento di domanda in un settore può

tradursi in un aumento di attività del sistema economico superiore all'iniezione iniziale. Le tavole I-O, una volta calcolate, sono di semplice utilizzo. Il calcolo delle tavole per le economie locali (regionali, comunali o altre ancora) presenta invece una maggiore complessità. Occorre disporre di dati adeguati, calcolati per l'area territoriale di riferimento o ricavati da dati relativi a entità territoriali più grandi, poi ricondotti con opportune tecniche statistiche, guidate da sondaggi-campione, alla scala territoriale che si vuole analizzare.

Una successiva evoluzione, per tenere conto di alcune categorie di costi e benefici spesso non ricompresi nei tradizionali modelli I-O, si è diffusa nei primi anni 90 dei modelli di Social Accounting Matrix (SAM), sperimentati da diversi studiosi (Zhou et al. 1997; Wagner 1997; Thorbecke 1998; Loveridge 2004) per macrotime su base regionale o nazionale. I SAM sono matrici quadrate che forniscono una rappresentazione statistica della struttura economica e sociale di una regione o di una nazione. Esse raccolgono i flussi delle transazioni economiche che avvengono in una data economia (a livello sia regionale sia nazionale), ma si riferiscono a un solo anno e forniscono una visione statica del fenomeno. Col passare del tempo, a mano a mano che il metodo si è diffuso, sono stati perfezionati dei software basati sugli assunti teorici delle analisi IO – per esempio i freeware MGM2 (utilizzati da Styne 2005 e Sun 2005) o i pacchetti base IMPLAN Pro (impiegati da Frechtling e Horvath 1999; Chang 1999; Crompton 1999; Brown, Turgut e Lee 2003; Chhabra, Sils e Cabbage 2003; Daniels 2004), che hanno surclassato altri tipi di software (Schaffer o Grim).

Sulla scia di tali esperienze, nuovi sviluppi sono stati ottenuti elaborando i REMI (Regional Economic Modelling Incorporated, per i quali si rimanda a Treyz 1993 e Loveridge 2004) e i RIMS II (Regional Input-Output Modelling System), sino alle ibridazioni tra I-O ed EC (Econometric Regional Models) tentate da Rey (2000) e Loveridge (2004).

Questi modelli presentano tuttavia dei limiti. Alcuni studi (tra i quali Madden 2002 e Dwyer 2005) hanno mostrato una sovrastima degli effetti quando confrontati con analisi ex-post. Il limite strutturale di questi modelli è la staticità dei fattori e delle relazioni considerate nelle matrici. Questi modelli non sono, infatti, in grado di tenere conto dell'inelasticità dell'offerta, della scarsità di risorse e dell'effetto di prezzo, oltre alla generale difficoltà di stimare effetti distorsivi quali il (i) substitution effect (un evento mi spinge a spendere risorse nel settore sponsorizzato invece che nelle strutture o attività abituali, che vedono quindi un calo di fatturato), il (ii) crowding out (lo spostamento dei normali flussi turistici dalla destinazione dove si tiene il mega-evento verso aree non interessate dalla manifestazione) o la (iii) leakages (le ricadute sulla comunità non pareggiano le maggiori risorse finanziarie raccolte tramite un aumento delle tasse).

Nel tentativo di risolvere questi problemi, in particolar modo la dinamicità dei processi, sono stati parallelamente sviluppati i modelli CGE (Computable General Equilibrium model), testati da Zhou et al. 1997; Patridge e Rickman 1998; Dwyer, Forsyth e Spurr 2006. Possiamo citare tra questi il modello M2MRNSWsviluppatto da Dwyer, Forsyth e Spurr 2006. L'utilizzo di questi modelli presenta dei vantaggi, poiché nei modelli CGE le risorse sono limitate e possono essere misurati gli effetti sui tassi di scambio nazionali e internazionali, considerando anche le implicazioni di carattere fiscale e quelle legate alla misurazione dei sussidi, senza dimenticare le possibilità di integrare i dati locali con quelli nazionali, di calcolare con precisione gli effetti di displacement e di stimare con maggior attendibilità gli impatti di brevissimo termine o legati alle variazioni stagionali, assai importanti in campo turistico.

I CGE sono modelli che impiegano i dati economici per stimare le reazioni di un sistema economico a uno shock esogeno (un cambiamento politico, tecnologico o di simile natura). Un modello CGE è composto abitualmente da un sistema di equazioni che ne descrivono le variabili e da un database, di solito molto dettagliato. Le equazioni sono generalmente di tipo neo-classico, ovvero assumono che i produttori minimizzino i costi, che i prezzi siano uguali ai costi medi e che la domanda sia l'esito di un processo di ottimizzazione. Questi modelli derivano dai modelli I-O, ma assegnano un ruolo più importante ai prezzi. Ovvero, mentre i primi assumono che, ad esempio, una quantità fissa di lavoro è necessaria per produrre una certa quantità di un bene, i secondi ipotizzano che i salari influenzino negativamente la domanda di forza-lavoro. Molti modelli CGE sono "comparative-static", calcolando le conseguenze di uno shock sull'economia in un singolo momento, mentre quelli "dinamici" tracciano l'evoluzione di ogni variabile nel tempo, spesso attraverso interviste condotte con cadenza annuale. Questi modelli sono più realistici, ma più difficili da costruire e risolvere, poiché esigono che i cambiamenti futuri siano previsti per ogni variabile esogena e non solo per quelle influenzabili da un possibile cambiamento. Se in tema di comparazione tra i modelli I-O e CGE si rimanda a Dwyer, Forsyth e Spurr (2005, pp. 354 e segg.), è ben più importante osservare che Rickman e Schwer già nel 1995 avevano dimostrato che per gli eventi di breve durata i diversi modelli impiegavano moltiplicatori simili, mentre altri studiosi (Mules 1996 e Zhou et al. 1997) hanno verificato la sostanziale similarità dei risultati ottenuti utilizzando due diversi set di modelli. Altri ricercatori (Madden 2002) hanno invece dimostrato come i modelli CGE riescano a fornire risultati maggiormente conformi ai risultati effettivi registrati ex-post. Un nuovo fronte di ricerca è stato poi aperto grazie all'impiego complementare dei modelli I-O e delle tecniche di stima del valore economico dei beni e dei servizi "not exchanged in the market place", riconducibili al set delle CVM o Contingent Valuation Method (Seaman 2002; Crompton 2004, pp. 52-53; Mondello e Rishe 2004), e grazie al tentativo di riconciliare le

tradizionali tecniche di analisi costi-benefici con i metodi di stima degli impatti economici (Burgan e Mules 2001).

I database dei modelli CGE sono solitamente composti da due sottoinsiemi: (a) le matrici del valore di transazione, che assumono solitamente la struttura di un modello I-O o di SAM e rappresentano l'intera economia di una regione, nazione o del globo, distinguendo tra i diversi settori e i beni di pubblica utilità e (b) gli indici di elasticità ovvero i parametri comportamentali o curve di utilità.

I modelli CGE contengono solitamente più variabili che equazioni, sicché alcune variabili devono essere determinate al di fuori del modello. Queste variabili sono dette esogene, le restanti endogene. La scelta delle variabili esogene è chiamata "model closure" ed è del tutto arbitraria. Tuttavia, le variabili che definiscono la tecnologia, i gusti dei consumatori e gli strumenti governativi (come il livello di tassazione) sono solitamente esogene.

Con riferimento ai modelli utilizzati, diversi CGE seguono solo approssimativamente i paradigmi teorici di equilibrio. Sono usati ad esempio per descrivere: l'eccesso di offerta (non-market clearing) in particolare per la forza-lavoro (disoccupazione) e per i beni di pubblica utilità (commodities); la competizione imperfetta (ad esempio, il monopolio); la domanda non influenzata dall'offerta (ad esempio, quella governativa) o le esternalità positive e negative, come l'inquinamento.

Modelli gravitazionali sono poi utilizzati nelle analisi ex-post per stimare gli effetti prodotti dai mega-eventi sul livello di scambi commerciali.

Nella tabella sottostante si riepilogano i vari modelli sviluppati dalla letteratura per la stima ex-ante degli impatti economici.

**Tabella 1.1: Una tassonomia dei modelli di impatto economico locale multisettoriali**

<i>Modello di valutazione</i>	<b>Economic Base (EB)</b>	<b>Input-Output (IO)</b>	<b>Social Accounting Matrix (SAM)</b>	<b>I-O integrato con stime econometriche</b>	<b>Computable General Equilibrium (CGE)</b>
<i>Numero settori coinvolti</i>	2	> 100	Solitamente inferiori a quelle individuate da I-O model	Solitamente inferiori a quelle individuate da I-O model o SAM	Tra i 2 e i 30, abitualmente < 10
<i>Relazioni tra settori</i>	Proporzioni statiche	Proporzioni statiche	Proporzioni statiche	Proporzioni statiche	Non lineari con effetti sostitutivi
<i>Curve di offerta e produzione</i>	Non ci sono riserve di risorse, produzione perfettamente elastica	Non ci sono riserve di risorse, produzione perfettamente elastica	Non ci sono riserve di risorse, produzione perfettamente elastica	L'offerta e la domanda pongono dei vincoli sulla produzione	Si considerano le curve di domanda e offerta
<i>Variabili predittive</i>	Redditi e occupazione	Produzione, da cui derivano altri fattori	Produzione, valore aggiunto e effetti reddituali su diversi tipi di nuclei familiari e sul mercato dei fattori di produzione	Produzione, reddito totale e occupazione	Vari output: p.e. produzione, reddito, prezzi, valore aggiunto, offerta di lavoro, consumi
<i>Estensione dell'equilibrio</i>	Equilibrio parziale	Equilibrio parziale	Equilibrio parziale	Equilibrio parziale, ma maggiore rispetto agli altri modelli	Equilibrio generale
<i>Approccio tecnico metodologico</i>	Indici	Matrici inverse	Matrici inverse	Regressione e calcolo dell'equilibrio con algoritmi. I parametri del modello sono determinati con indici o modelli statici	Regressione con calcolo dell'equilibrio tramite software econometrici che consentono l'applicazione di diverse soluzioni tecniche. Le assunzioni e i modelli di calcolo sono utilizzati per stimare i parametri selezionati

Fonte: Loveridge (2004), pag. 311.

### *b.3 Impatti turistici e di immagine*

Lo studio dei mega-eventi è collegato in maniera importante allo studio dei flussi turistici. Numerosi sono i ricercatori che hanno indagato l'effetto sul turismo sia nel breve sia nel medio periodo (Carlsen e Taylor 2003; Ritchie e Smith 1991; Ritchie 1984). Sono stati valutati gli effetti di mega-eventi sportivi (Barker et al. 2002; Faulkner et al. 2003; Brown 2000) concentrandosi sul flusso turistico temporaneo e permanente indotto dall'evento. Altri studi hanno invece focalizzato l'attenzione sulla promozione dell'immagine e sullo sviluppo del "brand" del paese ospitante (Chalip e Costa 2005; Green 2002; Harrison-Hill e Chalip 2005; Soyoung e Busser 2006). Altri ancora si sono concentrati sulle modalità di valorizzazione e massimizzazione degli impatti (mediatici e non) derivanti dalla gestione di un mega-evento (Chalip 2004; Chalip et al. 2003; Jago et al. 2003). Per la stima di questi impatti si fa sempre riferimento a modelli di Input-Output, modelli CGE o diversamente a modelli gravitazionali per le analisi ex-post.

I risultati di questi studi hanno mostrato una certa varietà di effetti in funzione del periodo temporale in cui si è svolta la manifestazione. In particolare, il fenomeno del crowding-out<sup>5</sup> è amplificato a livelli anche rilevanti nel caso l'esposizione coincida con il periodo di maggiore afflusso stagionale (si vedano in tal senso i minori flussi turistici

<sup>5</sup> Nello specifico, i turisti scelgono mete alternative per evitare le condizioni straordinarie derivanti dall'evento.

registrati dalla Grecia nel 2004). L'effetto di maggiore attrattività turistica della regione si manifesta poi in maniera anticipata rispetto all'evento, protraendosi a un tasso di crescita strutturale maggiore a seguito dello svolgimento della manifestazione (per la media dei casi considerati). Saranno analizzati in seguito e con maggiore dettaglio tali effetti.

#### *b.4 Impatti sociali, culturali e politici*

La quantificazione degli impatti sociali presenta ovvie difficoltà quando effettuata in scala assoluta. E' invece possibile procedere agevolmente a una misurazione relativa (variazioni che intervengono all'interno di una scala di valori) con rilevazioni qualitative. In questo campo la letteratura è dominata dal lavoro di due ricercatori: Delamere, concentrato sullo studio di small-event quali festival e manifestazioni locali (Delamere 1997 e 2001; Delamere et al. 2001) e Fredline, interessato agli effetti sul tessuto sociale che si generano in seguito allo svolgimento di mega-eventi (Fredline e Faulkner 2001) e allo sviluppo di modelli per la misurazione degli impatti sociali (Fredline et al. 2003). Altri autori (Matherson 2005; Waitt 2003; Misener e Mason 2006; Derret 2003; Gursoy et al. 2004; Picard e Robinson 2006) si sono poi concentrati sugli effetti delle manifestazioni all'interno del tessuto sociale della regione ospitante. Un ulteriore tentativo di fornire un modello per massimizzare la gestione di un evento è stato invece fornito da Chalip (2004), mentre Dwyer, Mellor, Mistillis e Mules (2000) si sono concentrati sulla quantificazione e distinzione tra effetti tangibili ed intangibili.

Quello che hanno dimostrato queste indagini è che attraverso i grandi eventi le organizzazioni politiche e governative cercano di trasmettere un'immagine unitaria del paese, al fine di guadagnare prestigio a livello internazionale. Tutti i cittadini si sentono coinvolti emotivamente e le aziende private hanno l'opportunità di farsi conoscere a un mercato internazionale. L'orgoglio di ospitare una grande manifestazione in genere contribuisce a incrementare nei cittadini il senso di appartenenza e di identificazione, orientando la collettività a lavorare nella medesima direzione per raggiungere un obiettivo comune. In alcuni casi, a un'immagine positiva a livello mondiale, corrisponde localmente un'immagine negativa: questo può accadere quando i programmi per la realizzazione dei nuovi impianti comportano spostamenti e/o espropri, per cui la comunità locale può percepire l'evento come causa della perdita del proprio ambiente sociale. Diversi studi hanno mostrato come ospitare un grande evento, in particolare i Giochi Olimpici, possa creare un senso di entusiasmo e orgoglio nella comunità locale, creando un livello elevato di coesione che consente di superare conflitti ideologici o sociali. A Sydney, una specifica indagine, rilevò che il livello di gradimento ed entusiasmo nei confronti della manifestazione era il medesimo tra le persone direttamente avvantaggiate o coinvolte dal processo di investimento relativo ai Giochi e le persone

che non traevano alcun vantaggio diretto dall'evento. Ospitare un grande evento rappresenta poi un'opportunità unica per migliorare le capacità organizzative, progettuali e realizzative dell'intera comunità ospitante. L'attenzione mediatica e la possibilità di organizzare una manifestazione di successo possono costituire un'opportunità per promuovere sviluppi tecnologici, creatività e abilità delle imprese locali, talenti specifici. Dopo i Giochi Olimpici di Sydney, la partecipazione alla progettazione di strutture e servizi a regola d'arte ha accresciuto la capacità di innovazione delle imprese private e inoltre più di 100.000 persone, compresi 50.000 volontari, hanno ricevuto una formazione anche tecnica.

La buona riuscita di un grande evento necessita inoltre della collaborazione tra organizzatori, comitati internazionali, organismi di controllo, mass-media, istituzioni politiche e pubblica amministrazione locale. L'interazione tra questi soggetti porta alla generazione di reti a livello internazionale. Generalmente gli eventi portano benefici proprio perché consentono di migliorare queste relazioni (Sada 2010) e incrementano le forme di collaborazione tra i protagonisti della politica e gli attori economici. Queste reti sono molto importanti per valorizzare l'immagine che si crea attraverso il grande evento: una città che ospita Giochi Olimpici è percepita nel mondo con un'immagine di affiliazione allo sport, una città che ospita una grande manifestazione dedicata all'ambiente sarà percepita come città verde, una città che ospita un evento dedicato alla tecnologia si promuoverà come leader in quel settore. Esiste anche un sistema di reti verso il basso: specifici programmi di formazione nelle scuole, piccole manifestazioni tematiche collegate al grande evento, servizi per gli studenti, possono supportare la diffusione dell'immagine a tutti i livelli. A livello politico, si segnala quindi un impatto rilevante non solo nel momento della decisione e presentazione della candidatura all'evento e nella successiva fase di organizzazione, ma anche nel lungo periodo tramite una maggiore istituzionalizzazione e promozione del rapporto e dello sviluppo con le imprese e gli enti locali che operano nel territorio.

Gli impatti culturali sono strettamente legati agli impatti sociali sul territorio. Alcuni autori (Garcia 2004; Garcia e Miah 2005; Garcia e Miah 2002; Garcia 2003; Garcia 2002; Kelly 2005; Roche 2000) si sono concentrati sullo sviluppo culturale che l'organizzazione e la gestione degli eventi genera negli abitanti del territorio interessato dalla manifestazione. Altri autori (Jones 2005; Bres e Davis 2001, Derret 2003) si sono invece maggiormente concentrati sulla creazione di network all'interno del tessuto sociale e sulla diffusione culturale che ne consegue, riprendendo e approfondendo di fatto alcune tematiche legate agli impatti sociali.

### *b.5 Rinnovamento del tessuto urbano*

Uno tra i motivi principali per i quali negli ultimi anni si è registrato un crescente interesse da parte delle città per ospitare grandi eventi, è la possibilità di intervenire in maniera significativa sul territorio, con operazioni di carattere straordinario sia in termini di investimenti sia in termini di processi decisionali. Diversamente, questi progetti non potrebbero essere realizzati nello stesso arco temporale. Le procedure organizzative e la pianificazione urbanistica e infrastrutturale sono inoltre controllate e limitate da alcune linee guida standard già definite dagli organizzatori. In particolare, negli ultimi anni, la sostenibilità (intesa in termini sia di risparmio energetico sia di riciclabilità e impatto ambientale) ha assunto un ruolo sempre più importante nella pianificazione dei lavori. L'eredità strutturale è quindi in grado di modificare il tessuto urbano e, di conseguenza, il tessuto produttivo della città permettendo di attrarre nuove fasce di popolazione o imprese e investimenti, in virtù delle migliori condizioni ambientali, abitative e produttive che l'evento indirettamente produce. In quest'ottica, molte città hanno deciso di localizzare una buona parte degli investimenti e delle strutture per l'evento in aree abbandonate, degradate o maggiormente sottosviluppate (segue questo approccio la riqualificazione di alcune zone di Londra in occasione dei Giochi Olimpici 2012).

La letteratura in questo campo (Roche 1992; Gomez 1998; Hiller 1999; Huges 1999; Roche 2000; Carlsen e Taylor 2003) si focalizza sugli effetti benefici derivanti dal rinnovamento urbano e sui processi che massimizzano tali effetti.

### **c. Analisi del timing degli effetti: prima, durante e dopo lo svolgimento dell'evento.**

Molti degli studi già proposti (Carlsen 2000; Barker 2002; Carlsen e Taylor 2003; Chalip 2004 solo per citarne alcuni) analizzano anche il timing degli effetti, oltre alle grandezze. I risultati di questi studi sono molto interessanti. In due lavori di ricerca condotti ex-post (Sada 2010; Fourie e Gallago 2010) che analizzano rispettivamente i flussi commerciali e i flussi tra paesi in funzione dell'organizzazione di un mega-evento tramite modelli gravitazionali, vengono individuati sia la persistenza dell'effetto legato alla manifestazione (sul settore turistico e sugli scambi commerciali) sia una certa anticipazione (nell'ordine dei tre anni precedenti) dell'effetto positivo.

#### **d. Massimizzazione dei benefici derivanti dall'evento e dagli investimenti effettuati.**

Una recente specializzazione negli studi dei mega-eventi deriva in maniera diretta dai risultati dei lavori degli anni precedenti. In virtù della letteratura e della dottrina sviluppata, è stato infatti possibile produrre dei modelli o delle linee guida per la massimizzazione dei benefici che derivano dall'ospitare una manifestazione universale. Questi lavori (Jones 2001; Faulkner 1999; Chalip 2004; Jones 2005; Chalip 2002; O'Brien 2006) cercano di fornire un framework utilizzabile in fase di progettazione e implementazione dell'evento, concentrandosi sulle modalità attraverso cui sembrerebbe possibile massimizzare i benefici per la collettività.

#### **e. Aspetti organizzativi nella gestione dell'evento.**

Questa tematica si avvicina maggiormente alla specializzazione di economia del turismo e marketing piuttosto che alla categoria classica di analisi economica. Le tematiche affrontate si concentrano sulla gestione dei flussi di visitatori, sulla valutazione dei piani urbanistici e dei piani di mobilità, sulla corretta pianificazione e ubicazione dei servizi primari e accessori. Alcuni studi analizzano le esposizioni dal punto di vista degli organizzatori, altri si concentrano direttamente sulla gestione dell'evento (Berridge 2006; Bowdin et al. 2010; Getz 2007; Goldblatt 2010), sulle tematiche relative alla sicurezza e alla salute sul luogo di lavoro (AEO, BECA ed EVA 2002; Health and Safety Executive 1999; Ridley 2008; Silvers 2007; Tarlow 2002), sulla promozione (marketing) degli eventi (Masterman e Wood 2005; Hoyle 2002), sulla pianificazione operativa e temporale (Bowdin et al. 2010), sulla ottimizzazione dei gruppi di lavoro nello specifico ambito dei mega-eventi (Van der Wagen 2006).

#### **f. Analisi dei soggetti beneficiari e della distribuzione degli effetti del mega evento.**

Una piccolissima ma senza dubbio interessante parte della letteratura indaga la distribuzione dei benefici derivanti dall'organizzazione dei mega-eventi. Sebbene sia stata dimostrata una generale crescita nel livello di ricchezza pro-capite e nelle condizioni di vita, si sono registrati anche fenomeni negativi quale crescita dei prezzi di beni e servizi (Wood 2005; Dwyer et al. 2000), crescita dei prezzi delle abitazioni e dei canoni di locazione con espulsione dei residenti (Perdue et al. 1990), crescita delle tasse, crescita dell'indebitamento e dei costi di mantenimento per le infrastrutture (Kreag 2000; Wood 2005; Crompton 2006; Brown et al. 2002) che possono impattare in maniera più o meno

uniforme su vari settori della popolazione. Quest'aspetto è stato indagato da alcuni autori quali Costa e Chalip (2005) e Hall e Hodges (1996). Tale aspetto meriterebbe tuttavia ulteriori approfondimenti a livello accademico ed empirico.

**g. Conclusioni: applicabilità degli studi proposti e dei modelli sviluppati a livello dottrinale al contesto svizzero e ticinese.**

Gli studi sin qui effettuati hanno interessato principalmente la valutazione degli impatti per le economie e i territori che ospitano le manifestazioni universali. Non vi sono al momento studi quantitativi sugli effetti nei paesi che partecipano alla manifestazione, poiché mancherebbero i dati necessari a creare campioni controfattuali. I partecipanti alle manifestazioni sono difatti la quasi totalità dei paesi e delle nazioni presenti nel globo. L'analisi può essere quindi svolta a livello quantitativo in maniera indiretta, utilizzando gli impatti stimati da altri studi sulle variazioni del livello di importazioni ed esportazioni e sul livello di variazione dei flussi turistici del paese che ospita l'Expo mentre a livello qualitativo può interessare alcuni dei campi di analisi che abbiamo precedentemente elencato in letteratura. A livello tecnico, potremmo analizzare e stimare le variazioni nei rapporti economici tra i due paesi a seguito dell'Expo tramite modelli di Input-Output, CGE o Gravity Model. Il problema risiede tuttavia nella creazione di matrici adeguate, nell'utilizzazione di modelli stabili con fattori consistenti e nel reperimento dei dati di flusso storici delle precedenti manifestazioni. A questo si aggiunge che le previsioni effettuate avrebbero validità solamente in valore atteso, cioè nella media dei valori dei casi osservabili e dipenderebbero in gran parte dagli atteggiamenti attuati dal tessuto economico, sociale e politico delle due nazioni nella programmazione e pianificazione dell'evento. La misura quantificabile sarebbe perciò una misura media delle potenzialità medie offerte solitamente da manifestazioni quali le Esposizioni Universali e potrebbe discostarsi in maniera anche importante dal risultato effettivo registrato ex-post. In funzione di questi limiti strutturali, presenta un'utilità maggiore focalizzare l'attenzione sull'individuazione delle opportunità offerte dalla vicinanza all'area espositiva, sull'analisi del tessuto economico svizzero e ticinese e sull'analisi dei settori e delle industrie che ne potrebbero maggiormente beneficiare, oltre all'analisi delle politiche e delle "best practice" che permetterebbero di massimizzare gli impatti positivi dell'evento. La capacità di accompagnare le aziende, le istituzioni e la struttura sociale verso una pianificazione, un percorso e comportamenti che permettano di sfruttare al meglio le potenzialità offerte, è senza dubbio più interessante, anche nell'ottica di evitare investimenti che siano sovra strutturati rispetto alle esigenze potenziali dell'economia Elvetica e Ticinese.

I temi di analisi che possono interessare il Ticino e i Grigioni, e la realtà elvetica in generale, sono espressi nella tabella seguente:

**Tabella 1.2: Tematiche di interesse per le economie cantonali**

<b>Aree Tematiche</b>	<i>Impatti/potenzialità</i>			<i>Modalità' attuative/ aree tematiche da indagare</i>	<i>Fattore di sviluppo specifico del mega-evento</i>
	<b>TICINO</b>	<b>GRIGIONI</b>	<b>SVIZZERA</b>		
Pianificazione di eventi sul territorio	high	low	low	Organizzazione e gestione eventi locali	Bacino turistico allargato
Impatti economici diretti e indiretti	medium	low	low	Massimizzazione degli effetti economici e di immagine derivanti dalla vicinanza all'Expo	Maggiori investimenti nell'area Expo, bacino turistico allargato
<i>Infrastrutture e valorizzazioni ambientali</i>	high	medium	low	Infrastrutture di trasporto e aree ricettive/attrattive turistiche sul territorio	Bacino turistico allargato e maggiori investimenti (e richiesta merci) verso l'area Expo
<i>Impatti turistici e di immagine</i>	high	medium	low	Massimizzazione degli effetti derivanti da eventi, sviluppo National e Regional Brand	Bacino turistico allargato
<i>Impatti sociali, culturali e politici</i>	medium	low	low	Creazione e sviluppo di maggiori connessioni tra struttura economica, politica e amministrativa	Maggiori investimenti nell'area Expo
<i>Rinnovamento del tessuto urbano</i>	medium	low	low	Sviluppo collegamenti viari o fluviali (coordinamento con paese ospitante), riqualificazione zone eventualmente depresse anche su fasce di confine	Maggiori investimenti nell'area Expo, bacino turistico allargato

## II) IL CONTESTO ATTUALE E LE VARIAZIONI POTENZIALI

### a. Ticino e Lombardia: contiguità territoriale o omogeneità economica?

L'analisi sugli scenari futuri non può prescindere da una rilevazione della attuale struttura economica del territorio Ticinese, Elvetico e Lombardo. In particolare, si cercherà di valutare se oltre alla contiguità spaziale esista una contiguità da un punto di vista della struttura economica, riferendosi non agli scambi ma alla composizione degli agenti (tipologia di imprese e lavoratori) che operano all'interno del sistema economico. Quest'analisi non fornisce informazioni dirette sull'eventuale creazione di valore che deriva dall'interazione tra i centri economici ticinesi e lombardi, ma fornisce un'istantanea sui rapporti economici e sociali che si registrano internamente alle due economie.

#### a.1 Il profilo occupazionale

Analizzando dapprima il mercato del lavoro, possiamo osservare una differenza strutturale nella percentuale di popolazione occupata sulla popolazione complessiva. Questa differenza è senza dubbio di carattere strutturale e deriva dai diversi contesti normativi e competitivi delle due aree.

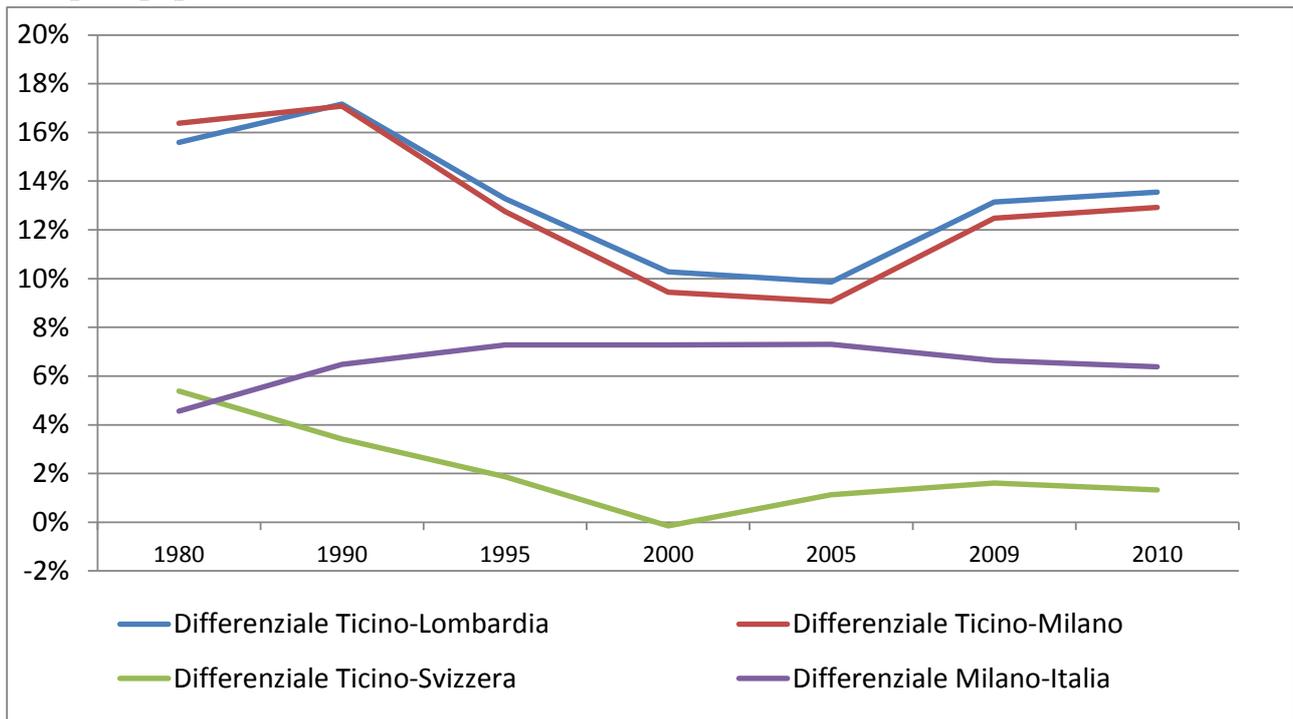
**Tabella 2.1: Rapporto tra la popolazione occupata e la popolazione residente**

<b>Territorio</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Deutschschweiz	53%	60%	57%	58%	58%	59%	59%
Genève	62%	69%	63%	64%	65%	69%	69%
SCHWEIZ / SUISSE / SVIZZERA	53%	60%	57%	57%	57%	59%	58%
<b>Ticino</b>	<b>58%</b>	<b>63%</b>	<b>58%</b>	<b>57%</b>	<b>58%</b>	<b>60%</b>	<b>60%</b>
ITALIA	37%	40%	38%	40%	42%	41%	40%
Lombardia	43%	46%	45%	47%	48%	47%	46%
Metropolitan Region Milano	42%	46%	46%	48%	49%	48%	47%

Fonte : Elaborazione dati BAKBASEL 2011

L'area Ticinese e l'area Lombarda presentano senza dubbio carattere di discontinuità, anche se il territorio lombardo presenta valori superiori alla media del contesto nazionale Italiano. Analizzando poi l'evoluzione temporale delle differenze nel rapporto popolazione occupata su popolazione residente all'interno delle varie regioni possiamo osservare l'assenza visiva di fenomeni di convergenza strutturale.

**Grafico 2.1: Evoluzione temporale delle differenze territoriali nel rapporto occupati/popolazione**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Possiamo osservare una generale riduzione del differenziale con la regione lombarda fino al 2005, dovuto prevalentemente all'allineamento del rapporto occupati su residenti del cantone Ticino alla media Svizzera e al miglioramento del rapporto per la regione Lombardia. Successivamente a tale data, pesa l'effetto ciclico economico, che ha prodotto un deterioramento della situazione occupazionale nell'economia Italiana.

Guardando alla suddivisione dell'occupazione per settori, possiamo rilevare come anche in questo caso vi sia una sostanziale eterogeneità tra la struttura occupazionale lombarda e ticinese.

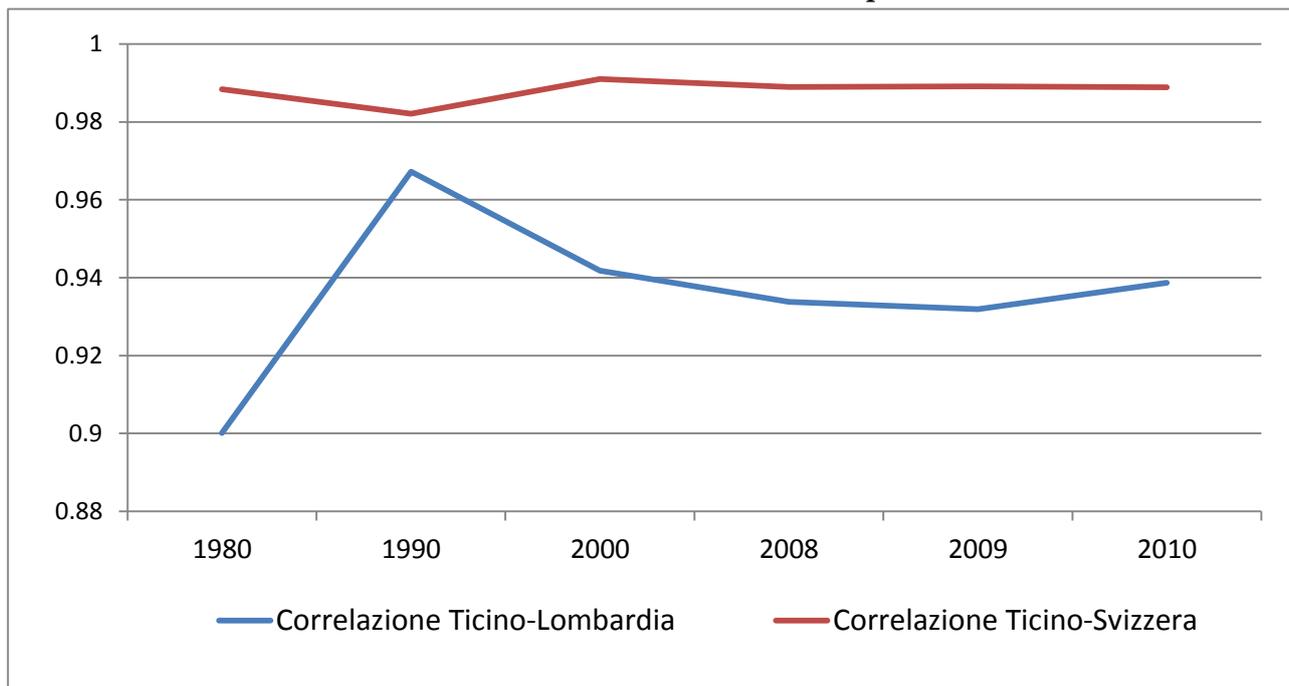
**Tabella 2.2: Occupazione settoriale su occupazione totale e variazione della contribuzione**

Territorio	1980	1990	2000	2008	2009	2010	growth 1980- 2000	growth 2000- 2010	growth 1980- 2010
<b>Deutschschweiz</b>									
HIGH VALUE ADDED OLD ECONOMY SECTOR	4.9%	4.1%	3.8%	3.7%	3.7%	3.7%	-1.0%	-0.2%	-1.2%
NEW ECONOMY SECTOR	4.5%	5.0%	5.9%	5.5%	5.5%	5.4%	1.4%	-0.5%	0.9%
POLITICAL SECTOR	18.1%	21.4%	25.6%	27.2%	27.5%	27.8%	7.5%	2.2%	9.7%
TRADITIONAL SECTOR	31.2%	25.6%	20.8%	18.3%	18.0%	18.0%	-10.4%	-2.8%	-13.2%
URBAN SECTOR	41.2%	43.9%	43.9%	45.2%	45.4%	45.1%	2.7%	1.2%	3.8%
<b>SCHWEIZ / SUISSE / SVIZZERA</b>									
HIGH VALUE ADDED OLD ECONOMY SECTOR	4.9%	4.1%	3.9%	4.1%	4.0%	4.0%	-1.0%	0.1%	-0.9%
NEW ECONOMY SECTOR	4.3%	4.7%	5.5%	5.1%	5.0%	5.0%	1.2%	-0.6%	0.6%
POLITICAL SECTOR	18.6%	22.0%	26.4%	27.6%	28.0%	28.2%	7.8%	1.9%	9.6%
TRADITIONAL SECTOR	30.1%	24.5%	19.6%	17.3%	16.9%	17.0%	-10.5%	-2.6%	-13.1%
URBAN SECTOR	42.1%	44.8%	44.6%	45.9%	46.1%	45.8%	2.5%	1.2%	3.7%
<b>Ticino</b>									
HIGH VALUE ADDED OLD ECONOMY SECTOR	2.7%	2.7%	3.1%	3.5%	3.5%	3.5%	0.4%	0.4%	0.8%
NEW ECONOMY SECTOR	3.4%	4.6%	5.3%	4.6%	4.6%	4.5%	1.9%	-0.8%	1.1%
POLITICAL SECTOR	13.5%	16.5%	22.8%	23.4%	23.8%	24.0%	9.3%	1.3%	10.5%
TRADITIONAL SECTOR	34.5%	28.8%	19.7%	17.7%	17.3%	17.4%	-14.8%	-2.3%	-17.1%
URBAN SECTOR	45.9%	47.4%	49.0%	50.7%	50.9%	50.5%	3.2%	1.5%	4.6%
<b>ITALIA</b>									
HIGH VALUE ADDED OLD ECONOMY SECTOR	4.2%	3.3%	2.7%	2.5%	2.5%	2.4%	-1.5%	-0.2%	-1.8%
NEW ECONOMY SECTOR	3.6%	4.0%	4.6%	4.5%	4.6%	4.6%	0.9%	0.0%	1.0%
POLITICAL SECTOR	31.6%	27.8%	25.5%	23.5%	23.7%	23.9%	-6.0%	-1.6%	-7.7%
TRADITIONAL SECTOR	31.1%	26.6%	24.6%	23.9%	23.4%	22.9%	-6.5%	-1.7%	-8.1%
URBAN SECTOR	29.5%	38.3%	42.6%	45.6%	45.8%	46.1%	13.1%	3.5%	16.6%
<b>Lombardia</b>									
HIGH VALUE ADDED OLD ECONOMY SECTOR	6.1%	4.7%	3.7%	3.5%	3.5%	3.4%	-2.4%	-0.3%	-2.7%
NEW ECONOMY SECTOR	5.2%	5.5%	6.1%	5.9%	5.9%	5.9%	0.8%	-0.2%	0.7%
POLITICAL SECTOR	15.8%	16.4%	17.0%	16.2%	16.4%	16.6%	1.3%	-0.4%	0.9%
TRADITIONAL SECTOR	41.8%	34.4%	29.4%	28.4%	28.1%	27.5%	-12.4%	-1.9%	-14.3%
URBAN SECTOR	31.1%	39.2%	43.8%	46.0%	46.1%	46.6%	12.7%	2.7%	15.5%
<b>Metropolitan Region Milano</b>									
HIGH VALUE ADDED OLD ECONOMY SECTOR	6.7%	5.2%	4.0%	3.8%	3.8%	3.7%	-2.7%	-0.2%	-3.0%
NEW ECONOMY SECTOR	6.0%	6.1%	6.7%	6.6%	6.7%	6.6%	0.7%	0.0%	0.7%
POLITICAL SECTOR	15.0%	15.8%	16.6%	15.5%	15.6%	15.8%	1.6%	-0.7%	0.8%
TRADITIONAL SECTOR	39.8%	32.4%	27.3%	26.0%	25.8%	25.2%	-12.5%	-2.1%	-14.6%
URBAN SECTOR	32.5%	40.5%	45.5%	48.0%	48.1%	48.6%	12.9%	3.1%	16.1%

Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Analizzando nello specifico le correlazioni nei vettori di distribuzione settoriale dell'occupazione, possiamo osservare come l'area Ticinese rispecchia costantemente l'evoluzione della distribuzione media Svizzera, differenziandosi dall'area Lombarda in maniera più o meno marcata negli anni.

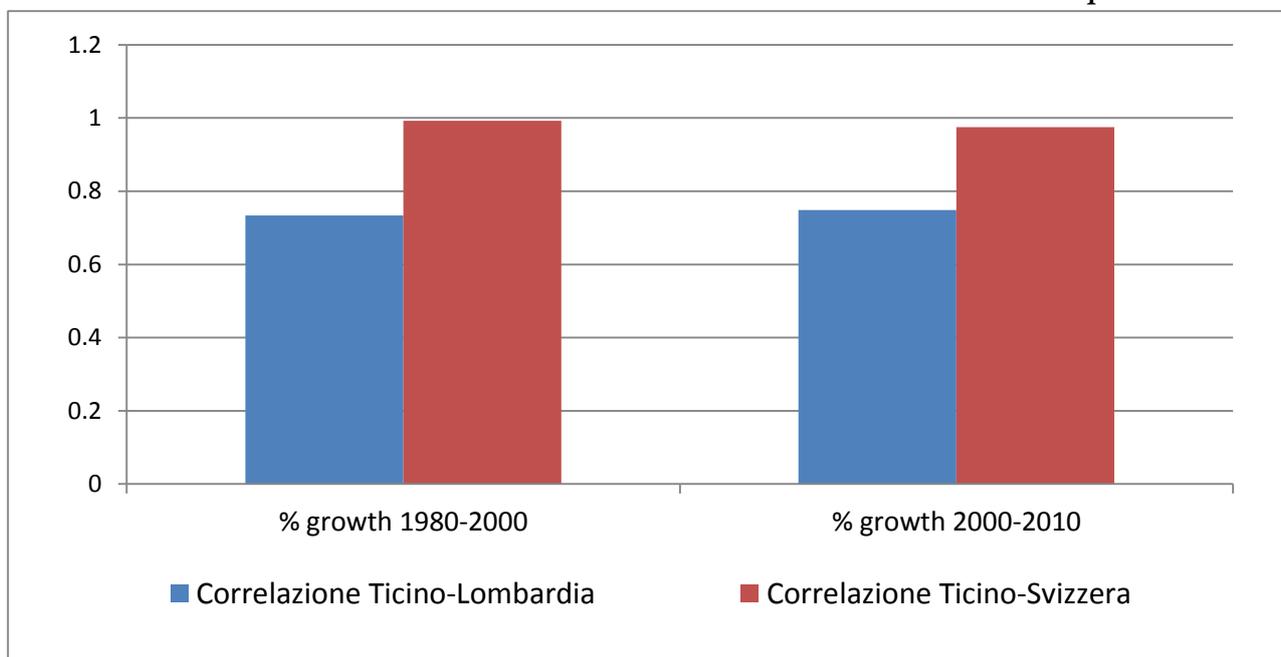
**Grafico 2.2: Correlazione nella distribuzione settoriale dell'occupazione**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Un'ultima analisi può essere eseguita sulla variazione della distribuzione settoriale negli anni. Anche in questo caso si conferma una certa eterogeneità con l'area lombarda.

**Grafico 2.3: Correlazione nella variazione della distribuzione settoriale dell'occupazione**

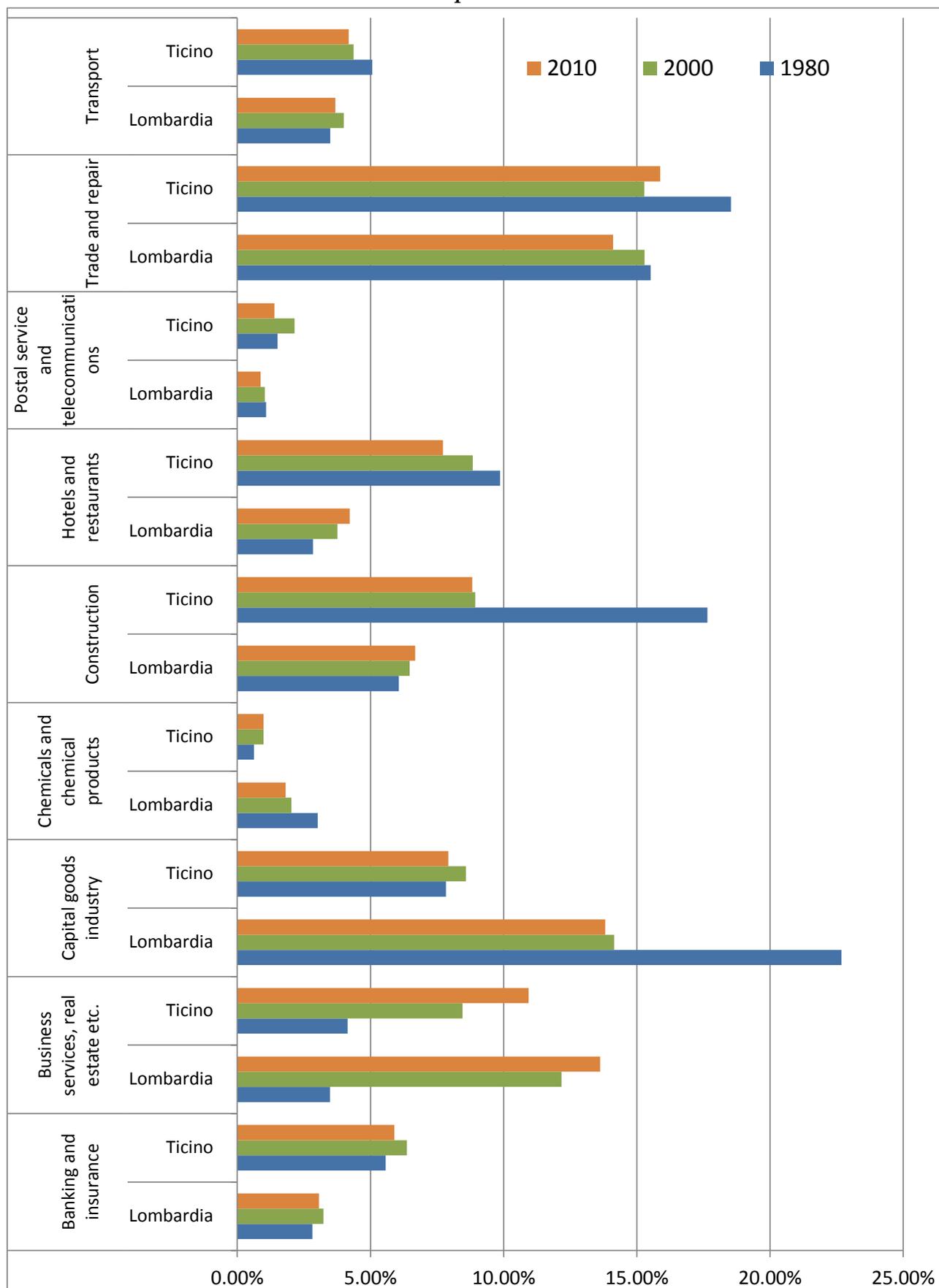


Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Analizzando con dettaglio maggiore il profilo settoriale occupazionale delle due aree oggetto della nostra analisi, possiamo individuare alcune differenze sostanziali: il settore turistico, dei “capital goods” e finanziario presentano discostamenti rilevabili. Da un'analisi visiva sembra inoltre presente una convergenza nella distribuzione

occupazionale per quanto riguarda il settore turistico, delle costruzioni e chimico. Un'analisi approfondita potrebbe essere utile per verificare se le cause di una possibile convergenza sono di natura produttiva o strutturale, quale ad esempio la maggior attività ricettiva e costruttiva del territorio lombardo a seguito dell'accrescimento dell'area Milanese come polo espositivo e fieristico.

**Grafico 2.4: Distribuzione settoriale dell'occupazione**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

## a.2 La composizione settoriale del PIL

Costatata una certa eterogeneità dal punto di vista della distribuzione occupazionale, possiamo ora analizzare la composizione settoriale del PIL, ovvero la contribuzione dei settori all'economia nazionale.

Nella tabella successiva, osserviamo il peso dei vari settori sul PIL nazionale e regionale.

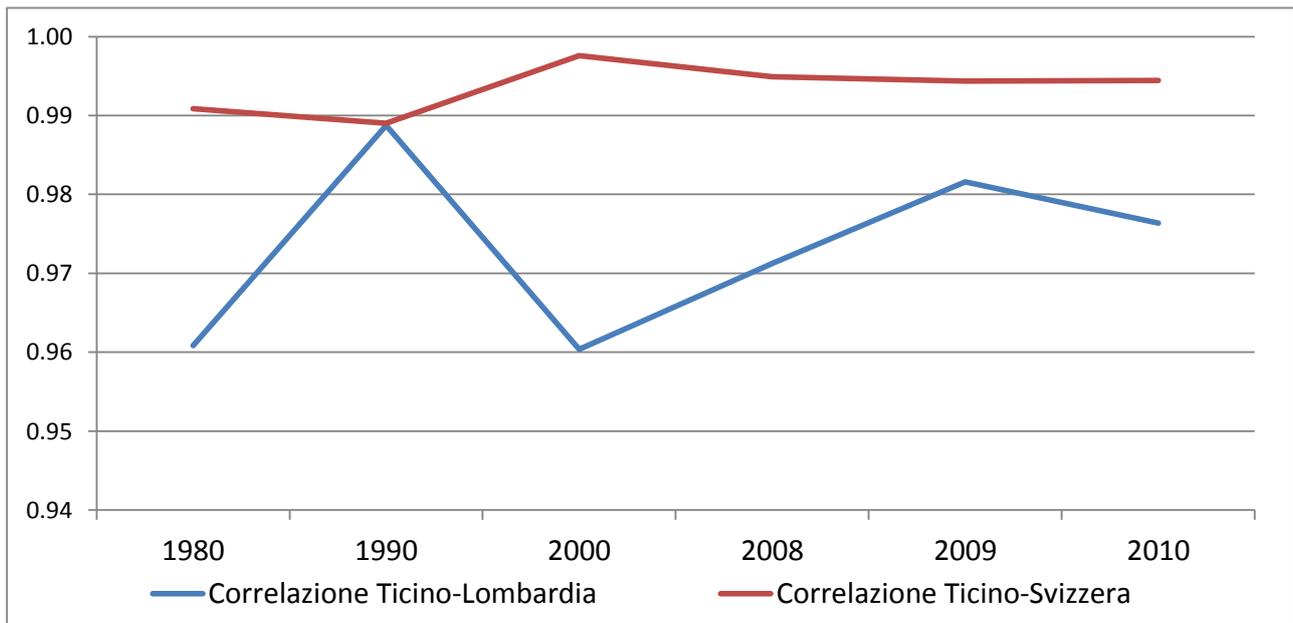
**Tabella 2.3: Peso dei settori sul PIL aggregato (dati in %)**

Territorio	1980	1990	2000	2008	2009	2010	growth 1980- 2000	growth 2000- 2010	growth 1980- 2010
<b>Deutschschweiz</b>									
High value added old economy sector	5.90	5.32	6.09	7.72	7.63	7.63	0.18	1.54	1.72
New economy sector	4.83	5.23	5.91	6.52	6.40	6.44	1.08	0.53	1.61
Political sector	20.66	20.47	20.85	20.24	21.21	21.23	0.19	0.37	0.56
Traditional sector	27.09	23.91	18.62	17.43	16.73	16.74	-8.47	-1.87	-10.35
Urban sector	41.51	45.06	48.54	48.09	48.03	47.97	7.02	-0.57	6.45
<b>SCHWEIZ / SUISSE / SVIZZERA</b>									
High value added old economy sector	5.57	5.11	6.05	8.05	7.89	7.92	0.48	1.88	2.35
New economy sector	4.55	4.92	5.56	6.09	5.96	5.99	1.00	0.43	1.44
Political sector	21.82	21.46	21.80	20.90	21.93	21.95	-0.01	0.14	0.13
Traditional sector	25.71	22.87	17.48	16.40	15.73	15.72	-8.23	-1.76	-9.99
Urban sector	42.35	45.63	49.11	48.57	48.50	48.42	6.77	-0.69	6.07
<b>Ticino</b>									
High value added old economy sector	3.12	3.29	4.12	6.09	5.99	6.04	1.00	1.92	2.92
New economy sector	4.28	4.74	4.96	5.82	5.61	5.67	0.68	0.71	1.39
Political sector	18.67	18.09	19.71	18.17	19.23	19.29	1.04	-0.42	0.62
Traditional sector	29.24	26.89	17.50	18.15	17.79	17.76	-11.73	0.25	-11.48
Urban sector	44.70	46.99	53.71	51.76	51.38	51.25	9.01	-2.47	6.54
<b>ITALIA</b>									
High value added old economy sector	4.56	3.83	3.33	2.63	2.61	2.77	-1.23	-0.56	-1.79
New economy sector	4.45	4.74	5.51	5.56	5.37	5.38	1.06	-0.13	0.93
Political sector	21.65	22.85	21.66	22.11	22.85	22.57	0.01	0.91	0.92
Traditional sector	29.99	24.29	21.62	20.70	19.03	19.77	-8.37	-1.85	-10.22
Urban sector	39.35	44.30	47.89	49.01	50.13	49.51	8.53	1.63	10.16
<b>Lombardia</b>									
High value added old economy sector	5.26	5.06	4.65	3.59	3.50	3.66	-0.61	-0.99	-1.60
New economy sector	4.08	4.93	5.91	6.34	6.19	6.19	1.84	0.28	2.11
Political sector	13.43	14.10	14.28	14.38	15.08	14.84	0.86	0.56	1.42
Traditional sector	36.28	29.88	26.24	25.71	23.43	24.30	-10.04	-1.95	-11.99
Urban sector	40.95	46.04	48.91	49.98	51.80	51.01	7.96	2.10	10.06
<b>Metropolitan Region Milano</b>									
High value added old economy sector	6.28	5.84	5.13	4.04	3.95	4.17	-1.15	-0.96	-2.11
New economy sector	4.65	5.48	6.50	7.10	6.96	6.98	1.84	0.48	2.32
Political sector	12.84	13.50	13.57	13.74	14.45	14.24	0.73	0.66	1.40
Traditional sector	33.36	27.63	23.95	23.46	21.30	22.09	-9.40	-1.87	-11.27
Urban sector	42.87	47.54	50.85	51.66	53.34	52.53	7.98	1.69	9.66

Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Possiamo osservare come anche in questo caso sia presente una certa eterogeneità nella composizione settoriale del canton Ticino e della regione Lombardia. E' poi interessante spostare l'analisi da un punto di vista statico a un punto di vista dinamico con riferimento al settore della "old economy" ad alto valore aggiunto. Possiamo vedere come l'andamento di questo settore si sia sviluppato in maniera opposta nelle due aree. In crescita in Ticino, in calo nella regione Lombardia. La maggiore eterogeneità tra le due aree si denota anche dall'analisi della correlazione dei vettori di distribuzione settoriale.

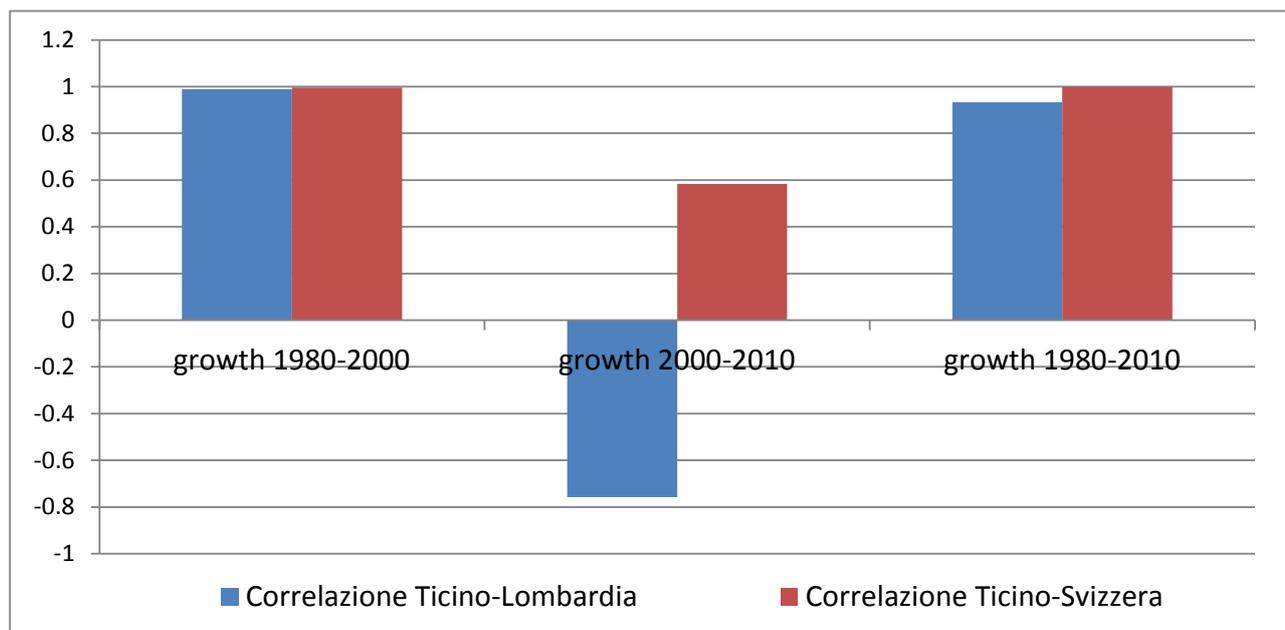
**Grafico 2.5: Correlazione nella contribuzione settoriale al PIL**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Possiamo osservare una convergenza dell'area Lombardia nei primi anni 90, che non risulta tuttavia proseguire negli anni successivi. Anche l'analisi della correlazione nei valori di crescita settoriali – visibili nella successiva tabella – conferma questa impostazione.

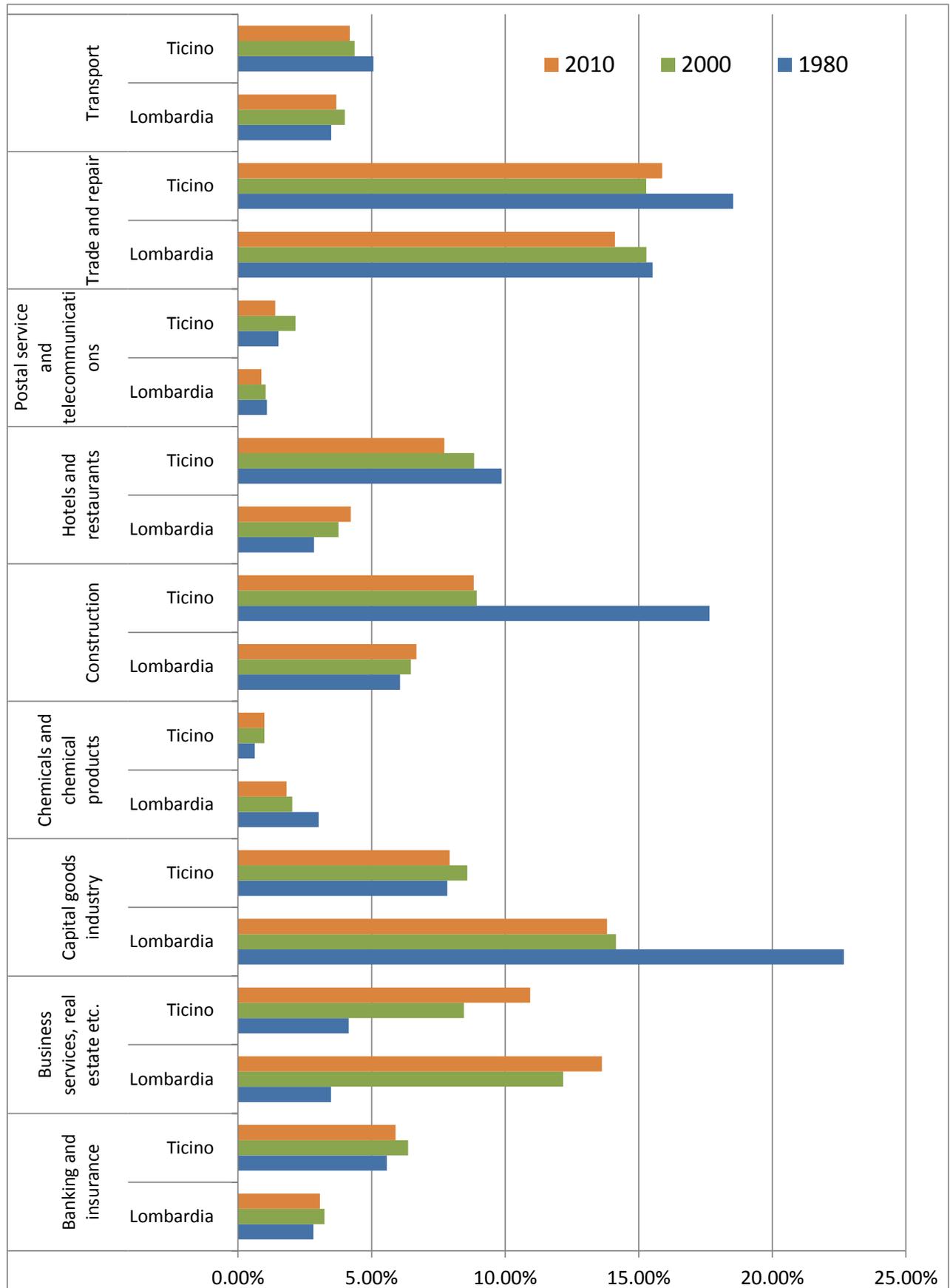
**Grafico 2.6: Correlazione nella crescita della contribuzione dei settori al PIL**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Come per l'analisi del profilo occupazionale, possiamo ora analizzare con dettaglio maggiore la contribuzione settoriale al PIL. Anche in questo caso, emergono le considerazioni già individuate nell'analisi occupazionale. Le due aree presentano un certo livello di eterogeneità con apparenti convergenze in alcuni settori.

**Grafico 2.7: Contribuzione settoriale al PIL**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

### *a.3 I tassi di crescita settoriali*

Dopo aver analizzato la struttura occupazionale e la distribuzione settoriale del PIL delle due aree, possiamo osservare i tassi di crescita per valutare eventuali omogeneità di sviluppo. Riportiamo nel seguito una tabella riassuntiva dei tassi di crescita per alcune aree Svizzere e Lombarde.

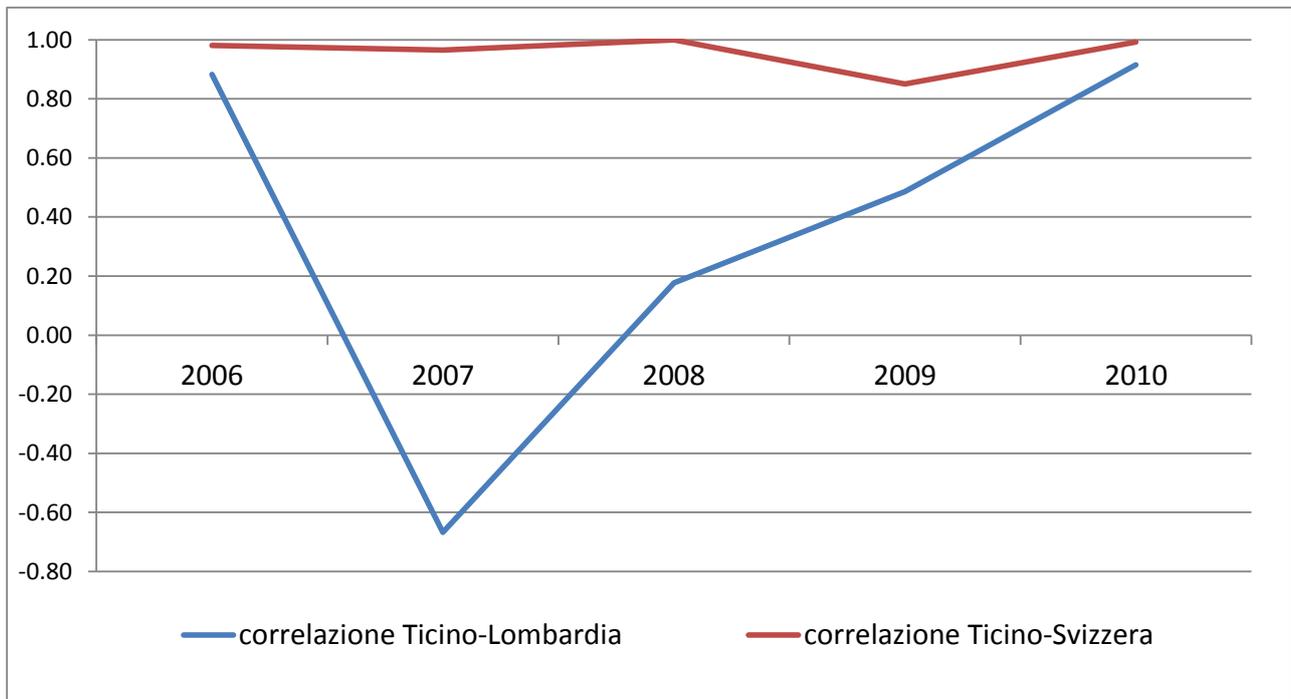
Tabella 2.4: Crescita a tassi reali del valore aggiunto prodotto dai settori produttivi (%)

Row Labels	2006	2007	2008	2009	2010	Average of 80-90	Average of 90-00	Average of 00-10
<b>Deutschschweiz</b>								
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>3.53</b>	<b>1.87</b>	<b>-1.81</b>	<b>2.72</b>	<b>3.48</b>	<b>2.20</b>	<b>1.25</b>	<b>1.59</b>
High value added old economy sector	13.51	2.93	-2.04	4.20	7.26	2.06	3.95	5.29
New economy sector	5.67	5.34	-0.11	3.35	4.67	4.56	4.52	5.61
Political sector	1.37	3.87	1.80	2.04	1.70	2.07	1.20	1.78
Traditional sector	2.52	1.02	-4.65	2.87	1.70	1.11	-0.78	0.26
Urban sector	3.02	0.69	-2.67	2.62	4.28	2.48	1.34	0.89
<b>SCHWEIZ / SUISSE / SVIZZERA</b>								
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>3.63</b>	<b>3.64</b>	<b>2.10</b>	<b>-1.88</b>	<b>2.71</b>	<b>2.22</b>	<b>1.07</b>	<b>1.66</b>
High value added old economy sector	13.27	8.08	4.39	-2.93	4.50	1.85	3.88	5.65
New economy sector	5.59	4.57	5.34	-0.32	3.26	4.65	4.34	5.53
Political sector	1.52	1.78	4.01	1.90	2.08	2.13	1.14	1.80
Traditional sector	2.51	1.65	1.23	-4.78	2.78	1.20	-1.08	0.34
Urban sector	3.27	4.51	0.81	-2.72	2.61	2.45	1.12	0.99
<b>Ticino</b>								
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>3.54</b>	<b>4.94</b>	<b>1.01</b>	<b>-2.35</b>	<b>1.60</b>	<b>2.09</b>	<b>0.55</b>	<b>1.56</b>
High value added old economy sector	17.17	8.42	4.45	-3.54	3.75	2.16	3.63	6.14
New economy sector	3.84	6.03	6.03	-1.86	2.49	4.62	3.06	5.83
Political sector	1.17	2.43	4.14	1.83	0.96	1.88	1.42	1.37
Traditional sector	2.27	2.17	-0.02	-2.79	1.55	1.25	-2.89	1.46
Urban sector	3.63	6.51	-0.61	-3.74	1.52	2.28	1.12	0.77
<b>ITALIA</b>								
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>2.04</b>	<b>1.48</b>	<b>-1.32</b>	<b>-5.04</b>	<b>0.84</b>	<b>2.41</b>	<b>1.59</b>	<b>0.22</b>
High value added old economy sector	6.48	3.25	-4.61	-8.56	5.30	5.45	1.06	-0.20
New economy sector	1.74	4.58	0.35	-5.39	2.58	5.81	5.17	2.79
Political sector	0.61	0.48	0.98	-0.61	0.84	1.97	0.75	0.88
Traditional sector	2.81	1.42	-3.85	-14.54	1.64	0.83	1.12	-1.38
Urban sector	1.99	1.59	-0.88	-3.31	-0.06	3.07	1.71	0.27
<b>Lombardia</b>								
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>1.95</b>	<b>1.16</b>	<b>-1.90</b>	<b>-6.66</b>	<b>0.18</b>	<b>3.32</b>	<b>1.74</b>	<b>0.02</b>
High value added old economy sector	6.53	-1.76	-5.46	-8.01	3.65	7.21	1.67	-0.33
New economy sector	3.66	2.46	-0.61	-6.70	1.59	7.24	5.47	2.96
Political sector	-0.49	1.52	1.33	-0.86	0.30	2.79	1.20	0.61
Traditional sector	0.34	1.97	-3.82	-16.56	0.71	1.98	1.30	-1.31
Urban sector	2.70	1.01	-1.18	-3.43	-0.69	3.74	1.65	0.15
<b>Metropolitan Region Milano</b>								
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>1.67</b>	<b>0.77</b>	<b>-2.41</b>	<b>-6.84</b>	<b>-0.00</b>	<b>3.21</b>	<b>1.78</b>	<b>-0.17</b>
High value added old economy sector	6.21	-1.48	-5.51	-7.65	3.97	7.13	1.44	-0.24
New economy sector	3.61	2.44	-0.60	-6.45	1.71	6.96	5.54	3.14
Political sector	-1.01	0.97	0.72	-1.31	-0.02	2.55	0.96	0.36
Traditional sector	0.11	1.35	-4.10	-16.77	0.31	1.66	1.18	-1.53
Urban sector	2.22	0.46	-1.74	-3.80	-0.91	3.65	1.86	-0.11

Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Dall'analisi delle correlazioni nelle matrici dei tassi di crescita settoriali emerge come l'area ticinese presenti caratteristiche poco compatibili rispetto alla regione lombarda. La correlazione tra i due territori è sempre minore rispetto a quella con il territorio elvetico, presentando altresì una forte discontinuità temporale, dovuta alle diverse reazioni delle due strutture economiche, soprattutto durante le fasi di crisi.

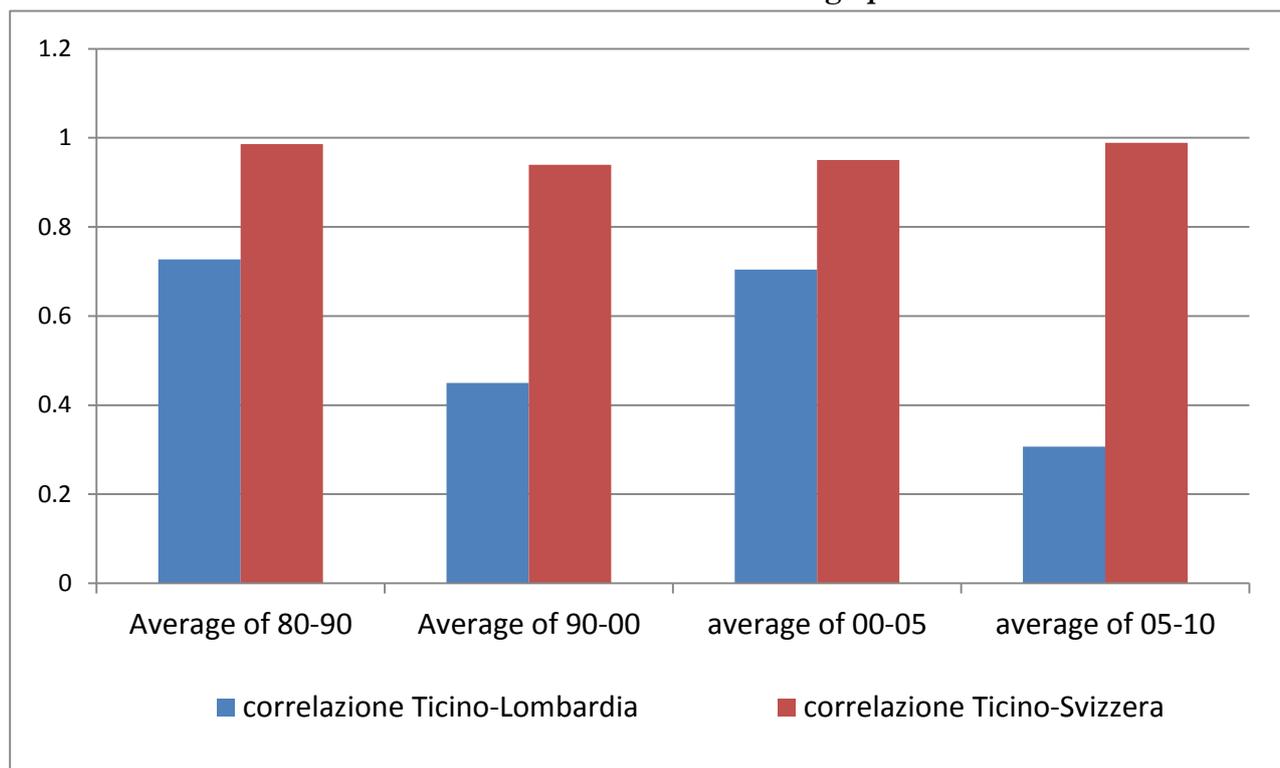
**Grafico 2.8: Correlazione nei tassi di crescita settoriali**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

La differente velocità e qualità di crescita emerge soprattutto quando analizziamo i dati nel lungo periodo – vedi tabella seguente. In questo caso, possiamo facilmente appurare la mancanza di forti correlazioni tra il territorio ticinese e lombardo.

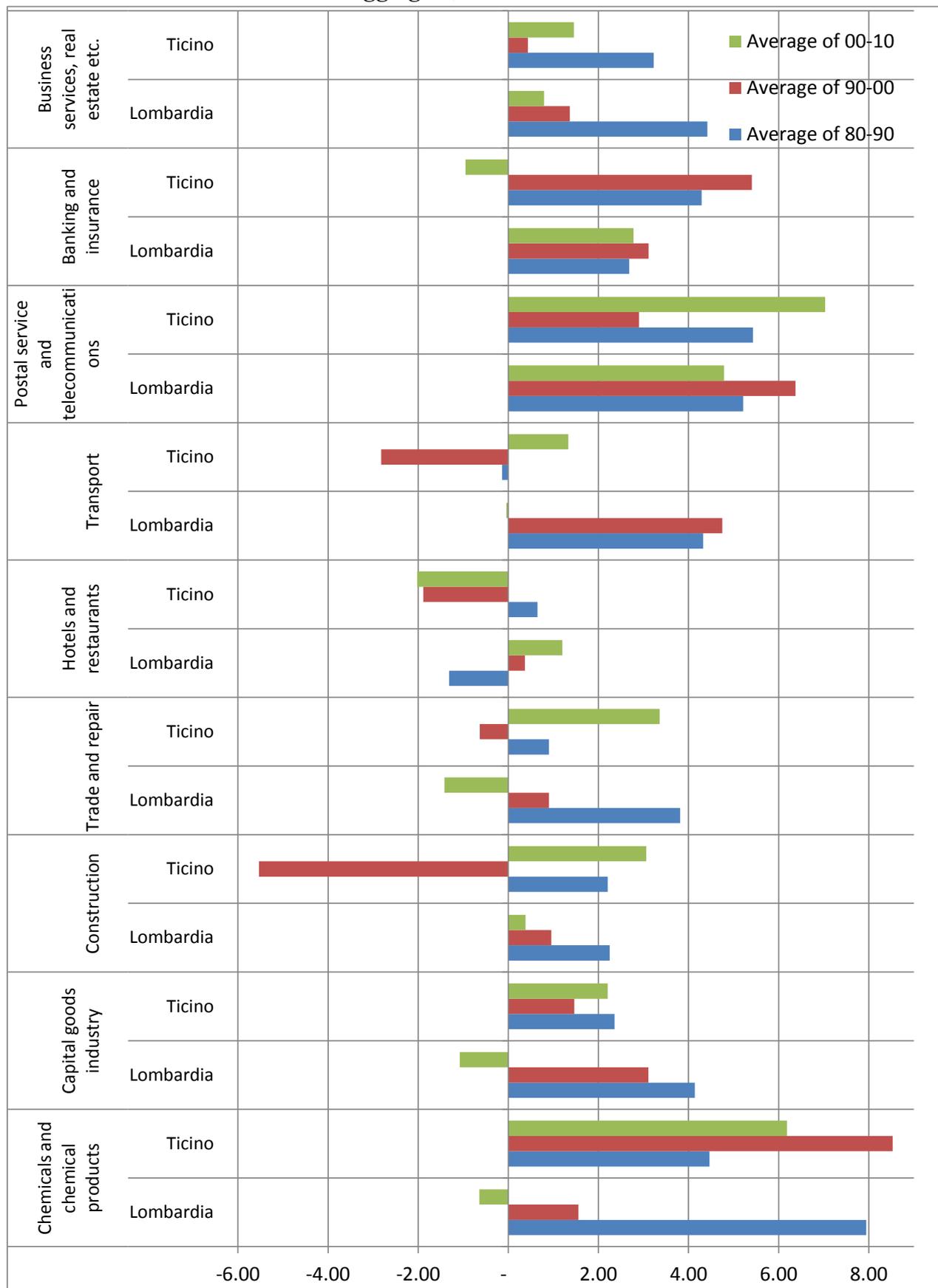
**Grafico 2.9: Correlazione nei tassi di crescita settoriali di lungo periodo**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Come nell'analisi dei precedenti fattori, possiamo scomporre ulteriormente il dato settoriale per verificare l'andamento dei vari comparti. Si rileva nella tabella successiva l'andamento simmetricamente opposto del settore turistico per l'area ticinese e lombarda. Valgono le considerazioni fatte in precedenza e si considera la possibilità di fenomeni dislocativi per tale settore.

**Grafico 2.10: Crescita settoriale disaggregata, dati in %**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

#### *a.4 La produttività settoriale*

L'analisi della struttura economica dei due territori non può prescindere da una valutazione su eventuali differenze in termini di produttività. Il livello di produttività dei fattori impiegati è difatti uno dei driver che permette a un'azienda di conquistare porzioni sempre maggiori di mercato, nonché un fattore importante nelle scelte localizzative di produzione. All'interno della produttività convergono poi molti fattori difficilmente osservabili direttamente, offrendo un'indicazione sintetica del livello di competitività del territorio. Ai fini della nostra analisi, può anche essere utile un confronto diretto in termini di produttività tra settori produttivi lombardi e ticinesi, al fine di individuare quei comparti che potrebbero beneficiare maggiormente di un vincolo di spesa aumentato (investimenti per Expo2015) in un'economia di libero scambio. Questo poiché alla presenza di livelli di produttività maggiore è possibile offrire servizi a costi minori o con livelli remunerativi più elevati, favorendo una maggiore mobilità transfrontaliera delle società.

Tabella 2.5: Produttività settoriale (data 100 la produttività aggregata in Ticino nel 1980)

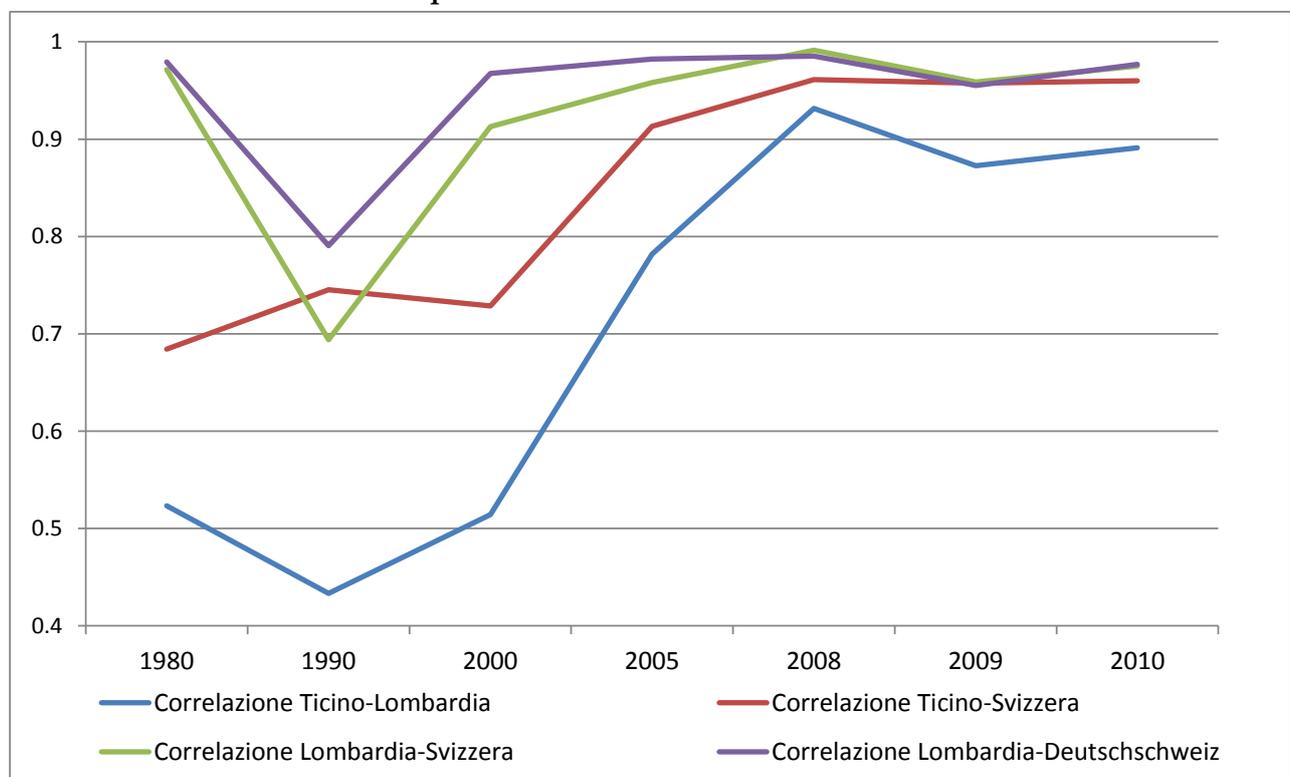
Territorio	1980	1990	2000	2005	2008	2009	2010	Average growth of 80-90	Average growth of 90-00	Average growth of 00-10
<b>Deutschschweiz</b>										
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>105</b>	<b>118</b>	<b>131</b>	<b>138</b>	<b>143</b>	<b>141</b>	<b>143</b>	<b>1.20</b>	<b>1.01</b>	<b>0.90</b>
High value added old economy sector	88	108	160	214	251	250	257	2.12	3.95	4.87
New economy sector	89	107	137	210	230	233	238	1.81	2.54	5.69
Political sector	102	108	108	108	110	110	110	0.60	-0.03	0.24
Traditional sector	89	107	118	124	130	127	129	1.84	0.98	0.89
Urban sector	124	134	147	145	148	145	147	0.77	0.98	-0.02
<b>SCHWEIZ / SUISSE / SVIZZERA</b>										
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>104</b>	<b>117</b>	<b>129</b>	<b>135</b>	<b>140</b>	<b>138</b>	<b>140</b>	<b>1.15</b>	<b>0.97</b>	<b>0.84</b>
High value added old economy sector	85	104	148	195	223	223	228	1.98	3.62	4.38
New economy sector	88	106	137	210	231	234	239	1.94	2.55	5.73
Political sector	102	107	107	107	110	110	110	0.53	-0.03	0.28
Traditional sector	87	106	116	123	128	124	126	1.96	0.96	0.82
Urban sector	122	131	144	142	145	141	143	0.67	0.97	-0.05
<b>Ticino</b>										
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>100</b>	<b>112</b>	<b>125</b>	<b>128</b>	<b>133</b>	<b>130</b>	<b>131</b>	<b>1.15</b>	<b>1.08</b>	<b>0.49</b>
High value added old economy sector	94	98	121	145	175	173	176	0.44	2.14	3.83
New economy sector	94	97	118	188	212	211	216	0.34	1.93	6.25
Political sector	120	118	112	107	111	111	109	-0.22	-0.50	-0.21
Traditional sector	80	98	112	126	129	129	129	2.08	1.28	1.50
Urban sector	110	121	137	132	133	129	130	1.00	1.24	-0.53
<b>ITALIA</b>										
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>92</b>	<b>110</b>	<b>127</b>	<b>127</b>	<b>127</b>	<b>122</b>	<b>126</b>	<b>1.81</b>	<b>1.42</b>	<b>-0.08</b>
High value added old economy sector	60	119	159	157	160	151	163	7.11	2.92	0.23
New economy sector	84	123	177	216	226	215	224	3.90	3.70	2.39
Political sector	63	84	98	107	110	110	112	2.91	1.63	1.30
Traditional sector	82	95	112	107	106	94	99	1.53	1.61	-1.16
Urban sector	141	138	145	139	136	133	134	-0.22	0.51	-0.76
<b>Lombardia</b>										
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>99</b>	<b>127</b>	<b>146</b>	<b>146</b>	<b>145</b>	<b>137</b>	<b>140</b>	<b>2.50</b>	<b>1.38</b>	<b>-0.44</b>
High value added old economy sector	60	144	204	199	201	189	201	9.13	3.56	-0.13
New economy sector	57	101	150	188	201	189	197	5.82	4.06	2.80
Political sector	90	107	114	117	118	118	118	1.74	0.57	0.40
Traditional sector	77	103	131	130	129	110	115	2.97	2.43	-1.25
Urban sector	150	159	163	158	153	150	150	0.62	0.25	-0.82
<b>Metropolitan Region Milano</b>										
<b>AGGREGATE ECONOMY</b>	<b>104</b>	<b>130</b>	<b>149</b>	<b>149</b>	<b>147</b>	<b>138</b>	<b>141</b>	<b>2.22</b>	<b>1.34</b>	<b>-0.53</b>
High value added old economy sector	71	164	232	227	229	214	229	8.77	3.55	-0.13
New economy sector	61	106	159	201	215	203	211	5.55	4.21	2.86
Political sector	109	121	124	129	130	130	130	1.13	0.18	0.51
Traditional sector	84	109	137	137	137	116	121	2.60	2.39	-1.25
Urban sector	161	169	175	168	161	158	157	0.49	0.35	-1.05

Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Dall'analisi dei livelli delle produttività possiamo vedere come la regione lombarda presenti valori più elevati in termini assoluti rispetto alla realtà Ticinese. La produttività Ticinese si pone, infatti, in un range di valori intermedi tra il livello Svizzero e il livello Italiano. La produttività dell'area Lombarda si attesta invece sui livelli medi Svizzeri. Ovviamente, valgono tutte le considerazioni in merito alle differenze di densità abitativa e grandezza della popolazione tra le varie regioni. Analizzando l'evoluzione temporale della produttività, possiamo notare come la Lombardia abbia avuto un picco di produttività tra gli anni 2000 e 2005, con valori assoluti superiori a tutte le regioni considerate. Successivamente, il deterioramento della situazione economica ha provocato un forte ridimensionamento di questi valori. Si differenziano da questa impostazione solamente le industrie appartenenti al settore tradizionale e “new economy”, che presentano livelli di produttività maggiore nel territorio ticinese.

Analizzando nello specifico le correlazioni tra i vettori di produttività settoriale – vedi tabella seguente – possiamo osservare come questi sembrano convergere verso l'unità. Un'impostazione di convergenza della produttività è conforme ai modelli classici di crescita economica. Il maggior grado di convergenza espresso dall'aumento della correlazione potrebbe quindi essere il risultato di una maggior velocità di trasmissione dei processi tecnologici e di una maggior apertura dei mercati (di merci, di capitali e dei fattori produttivi oltre che tecnologici).

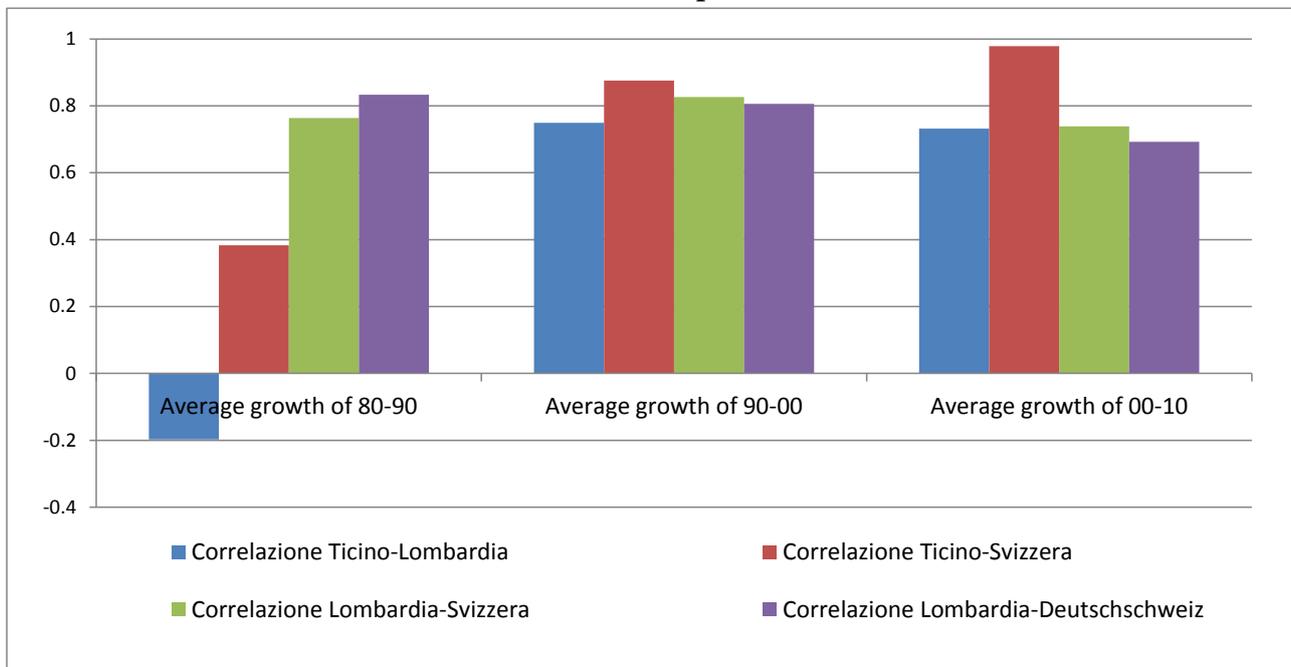
**Grafico 2.11: Correlazioni nelle produttività settoriali**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Andando invece ad analizzare la correlazione tra i vettori dei tassi di crescita settoriali, possiamo vedere come l'economia Ticinese presenti dei ritmi di crescita caratteristici del modello Elvetico, confermando, di fatto, la sua maggior omogeneità economica verso l'area elvetica.

**Grafico 2.12: Correlazioni nei tassi di crescita della produttività settoriale**

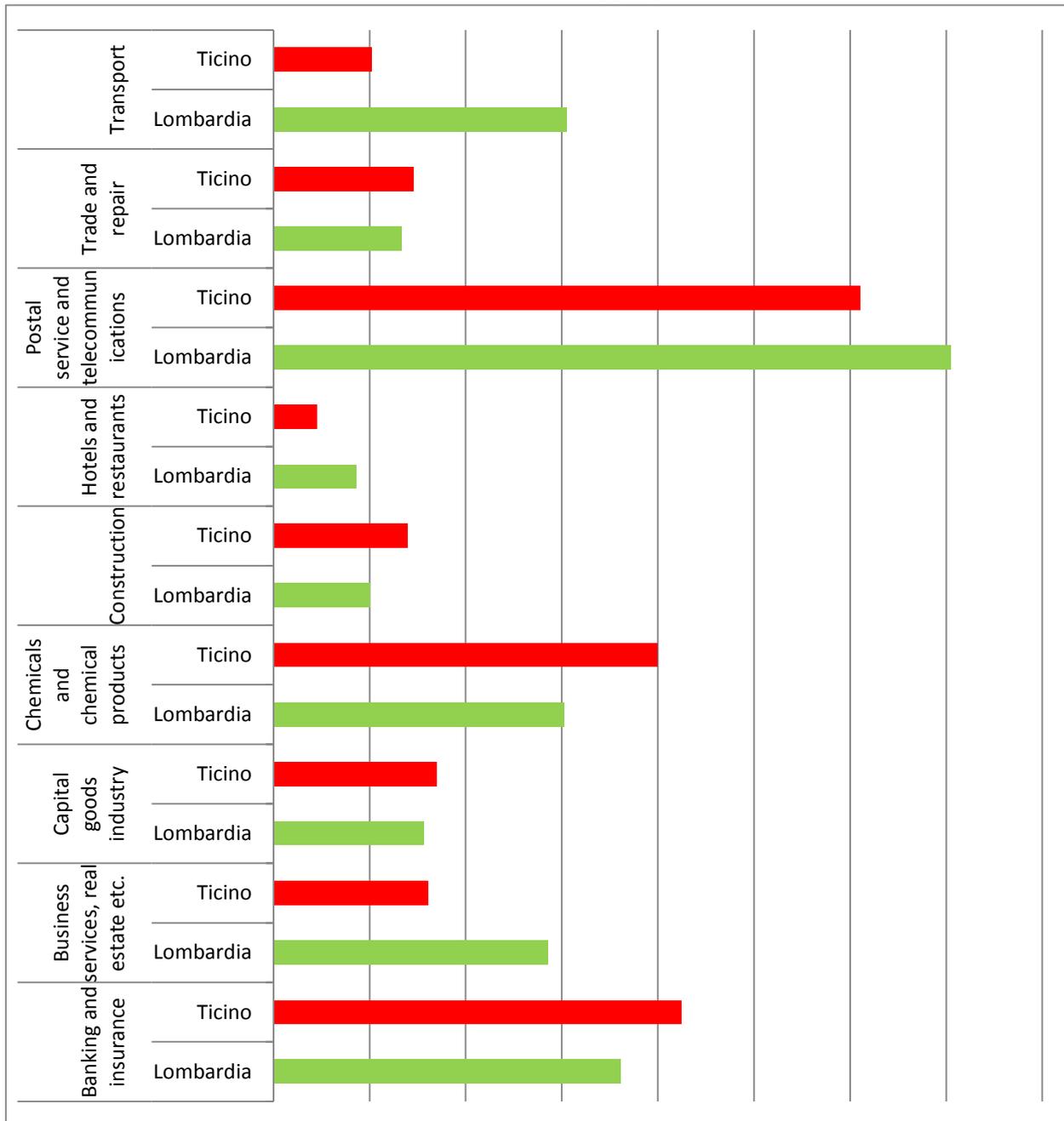


Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Analizzando nello specifico la produttività dei vari settori – vedi tabella successiva, possiamo poi notare che il Ticino presenta dei vantaggi produttivi (ovvero presenta industrie in grado di sostenere un valore aggiunto maggiore) nei rami delle costruzioni, del commercio, della chimica, dell'industria dei “capital goods” e nel settore finanziario.

Resta quindi da indagare la natura di tali vantaggi competitivi. Cioè se essi derivano da un minor grado di concorrenza, da una diversa legislazione e/o regolamentazione settoriale, dalla presenza di imprese che operano in nicchie di mercato o da tecnologie e tessuto economico maggiormente produttivi. Ovviamente anche la maggior presenza di industrie di nicchia o una legislazione più efficiente sono sinonimi di un tessuto produttivo migliore, quando corretto per le eventuali esternalità negative prodotte.

**Grafico 2.13: Produttività dei settori economici disaggregati**



Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

### *a.5 Costo del lavoro e indice dei prezzi al consumo*

Riportiamo infine la matrice dei costi orari del lavoro per alcuni territori Svizzeri e Lombardi. In questo caso, possiamo notare come il costo del lavoro del territorio ticinese si attesti tra i più bassi del territorio elvetico, al pari dei cantoni di Appenzello. I tassi reali di crescita del cantone ticinese si mantengono invece sostanzialmente allineati ai tassi di crescita nazionali.

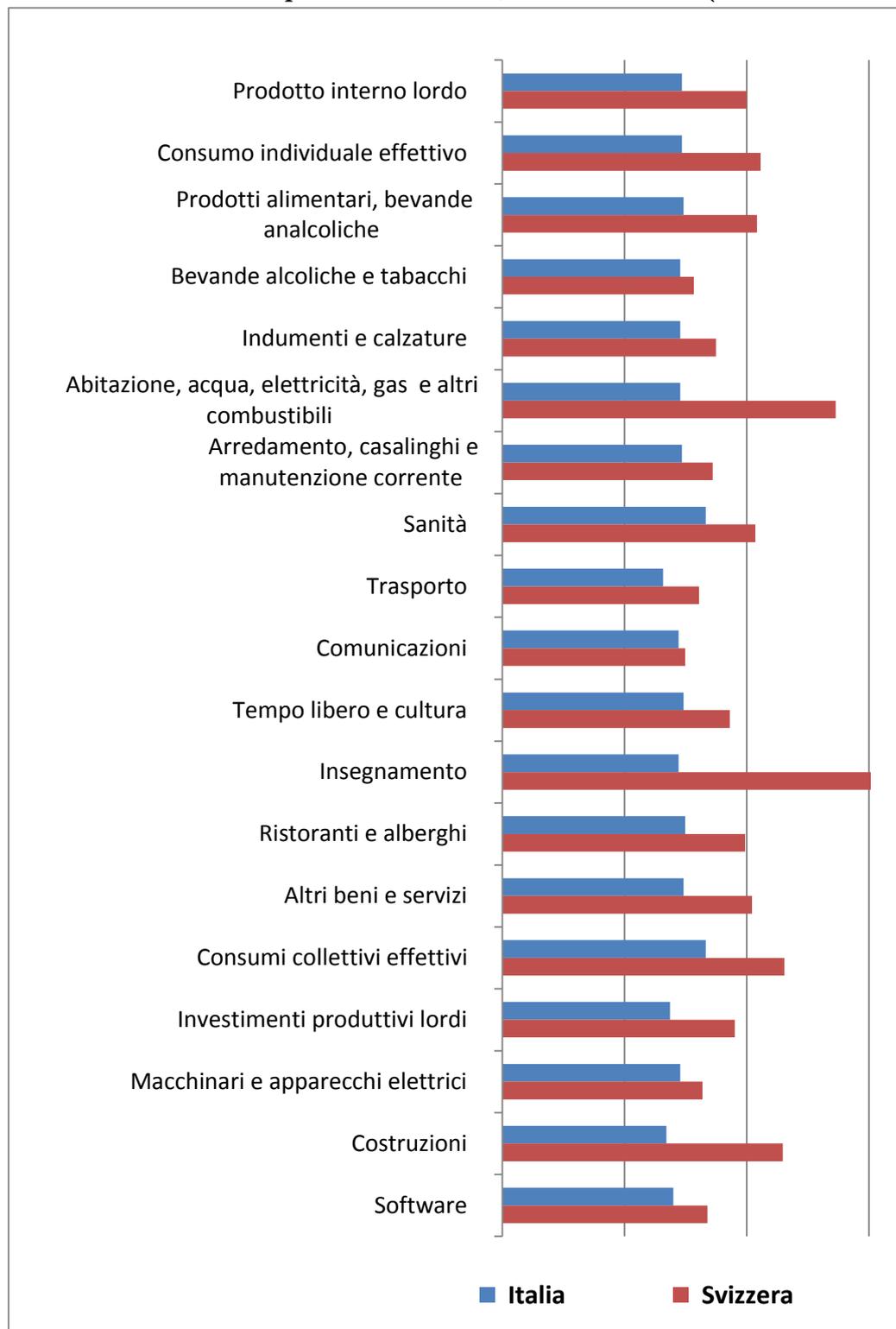
**Tabella 2.6: Costo orario del lavoro**

<b>Territorio</b>	<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>2000</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>average growth 1980-2000</b>	<b>average growth 2000-2010</b>	<b>average growth 1980-2010</b>
Basel-Stadt	131	271	309	566	578	600	4.37%	6.87%	5.20%
SCHWEIZ / SUISSE / SVIZZERA	120	248	275	496	506	524	4.25%	6.64%	5.04%
<b>Ticino</b>	<b>100</b>	<b>207</b>	<b>232</b>	<b>411</b>	<b>420</b>	<b>435</b>	<b>4.30%</b>	<b>6.49%</b>	<b>5.03%</b>
ITALIA	56	163	163	335	319	312	5.53%	6.69%	5.92%
Lombardia	61	178	172	339	323	315	5.32%	6.26%	5.63%

Fonte: Elaborazione dati BAKBASEL 2011

Con riferimento ai livelli dei prezzi settoriali – utili per confrontare la diretta comparabilità o attrattività di una merce rispetto a un'altra in un'ottica di prezzo – possiamo riportare una tabella – vedi tabella seguente – valida per l'intero territorio elvetico. Possiamo subito osservare che il livello dei prezzi (avendo la media del PIL Svizzero 2010 base 100) è superiore in tutti i settori quando confrontato con il territorio Italiano.

**Grafico 2.14: Indice dei prezzi al consumo, rilevazione 2010 (PIL CH 2010 = 100)**



Fonte: Elaborazione dati UST, Prontuario Statistica 2012

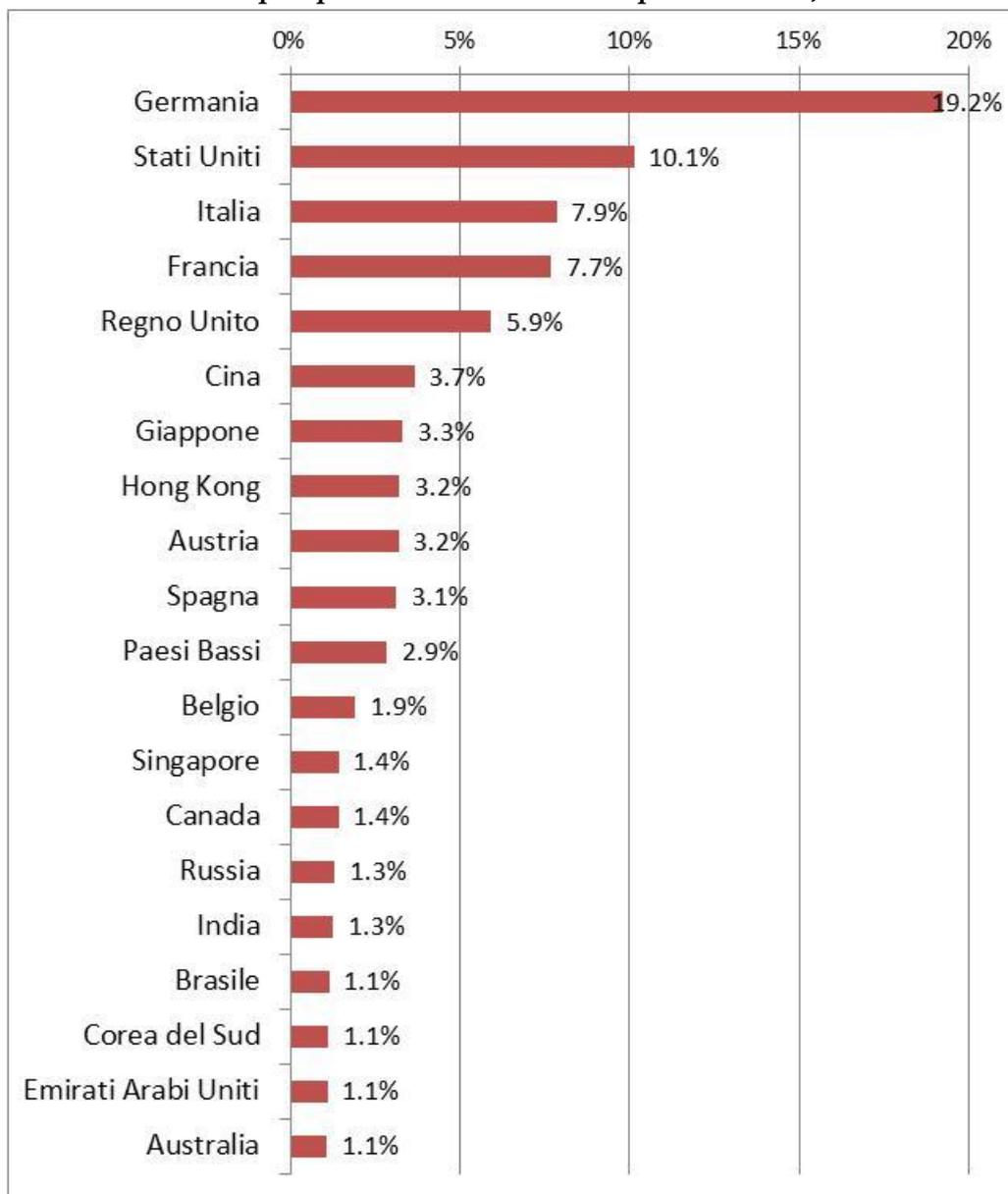
## **b. Apertura commerciale e commercio internazionale: il rapporto tra Svizzera e Italia.**

Appurata la presenza di un certo grado di eterogeneità nel tessuto sociale ed economico Ticinese e Lombardo, possiamo ora cercare di analizzare quali sono effettivamente gli scambi che avvengono tra i due territori. In assenza di dati diretti riferibili all'economia cantonale, analizzeremo gli scambi tra territorio Elvetico e territorio Italiano e Lombardo.

### *b.1 I flussi commerciali*

L'Italia rappresenta uno dei più importanti partner commerciali per la Svizzera. Il valore delle esportazioni verso l'Italia è terzo in ordine di grandezza, dopo Germania e Stati Uniti. Considerando che le esportazioni pesano per circa il 53% sul PIL, emerge l'importanza dei rapporti con la Repubblica Italiana per la struttura economica elvetica.

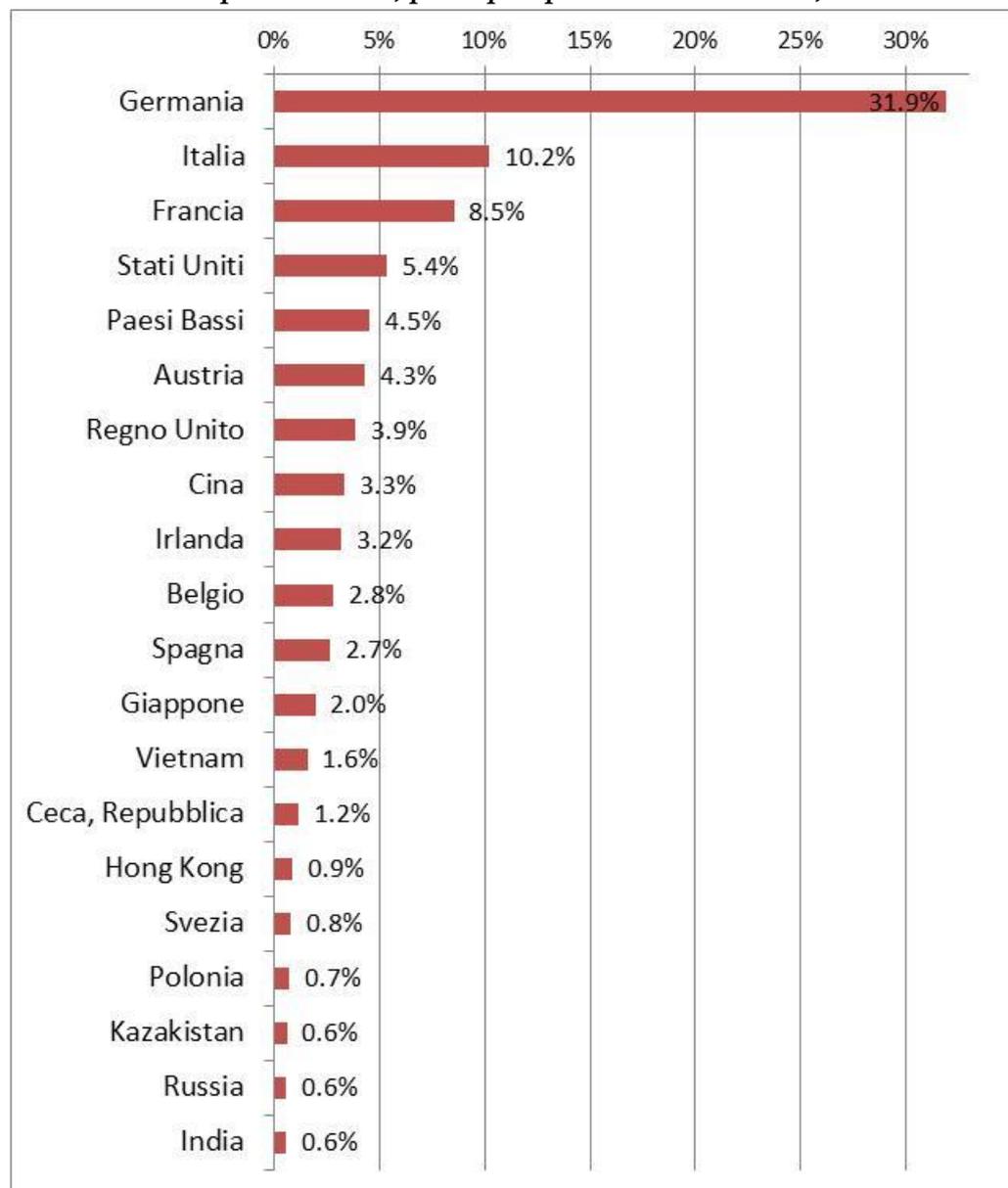
**Grafico 2.15: Principali paesi destinatari dell'Export Elvetico, dati 2010**



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

Osservando il livello delle importazioni – che pesano per circa il 42% sul PIL, con una bilancia commerciale quindi positiva – possiamo notare la fortissima dipendenza dal territorio Tedesco. Le importazioni da questo paese superano l'aggregato importato da Italia, Francia e Stati Uniti. Tuttavia, anche per le importazioni, l'Italia rappresenta uno dei partner economici principali.

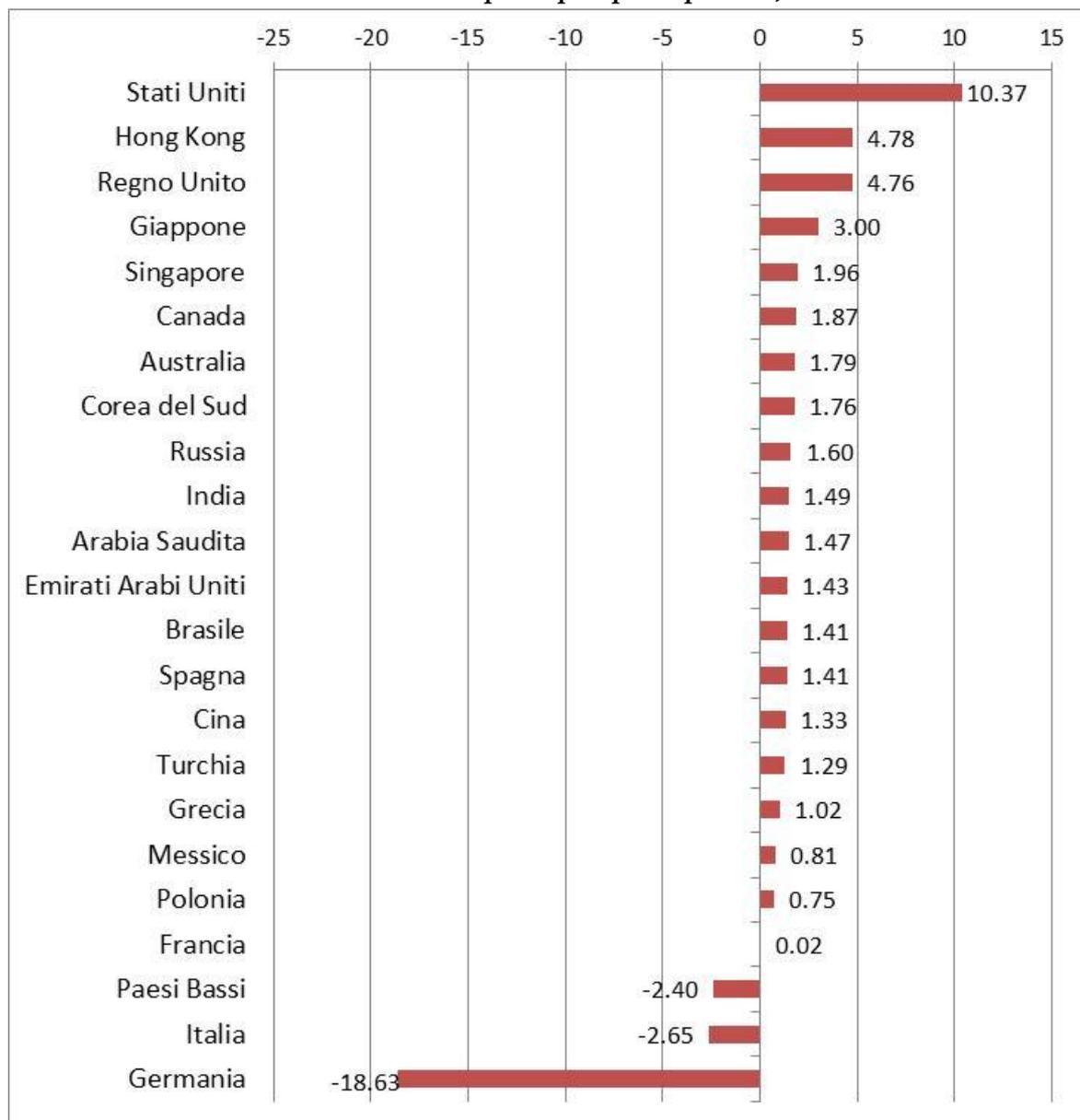
Grafico 2.16: Import Svizzero, principali partner commerciali, dati 2010



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

Con riferimento ai saldi commerciali – esportazioni meno importazioni – verso i principali paesi, possiamo notare come il saldo complessivo per l’economia elvetica sia pari a circa l’11% del PIL ovvero circa 62 miliardi di Franchi. La distribuzione dei saldi è piuttosto uniforme, con i primi tre paesi che contribuiscono per il 20% all’importo positivo del saldo. Si segnala l’apporto decisamente negativo da parte dei partner commerciali tedeschi, che assorbono la maggior parte del saldo commerciale prodotto.

**Grafico 2.17: Saldo commerciale con i principali paesi partner, dati 2010 in miliardi di USD**

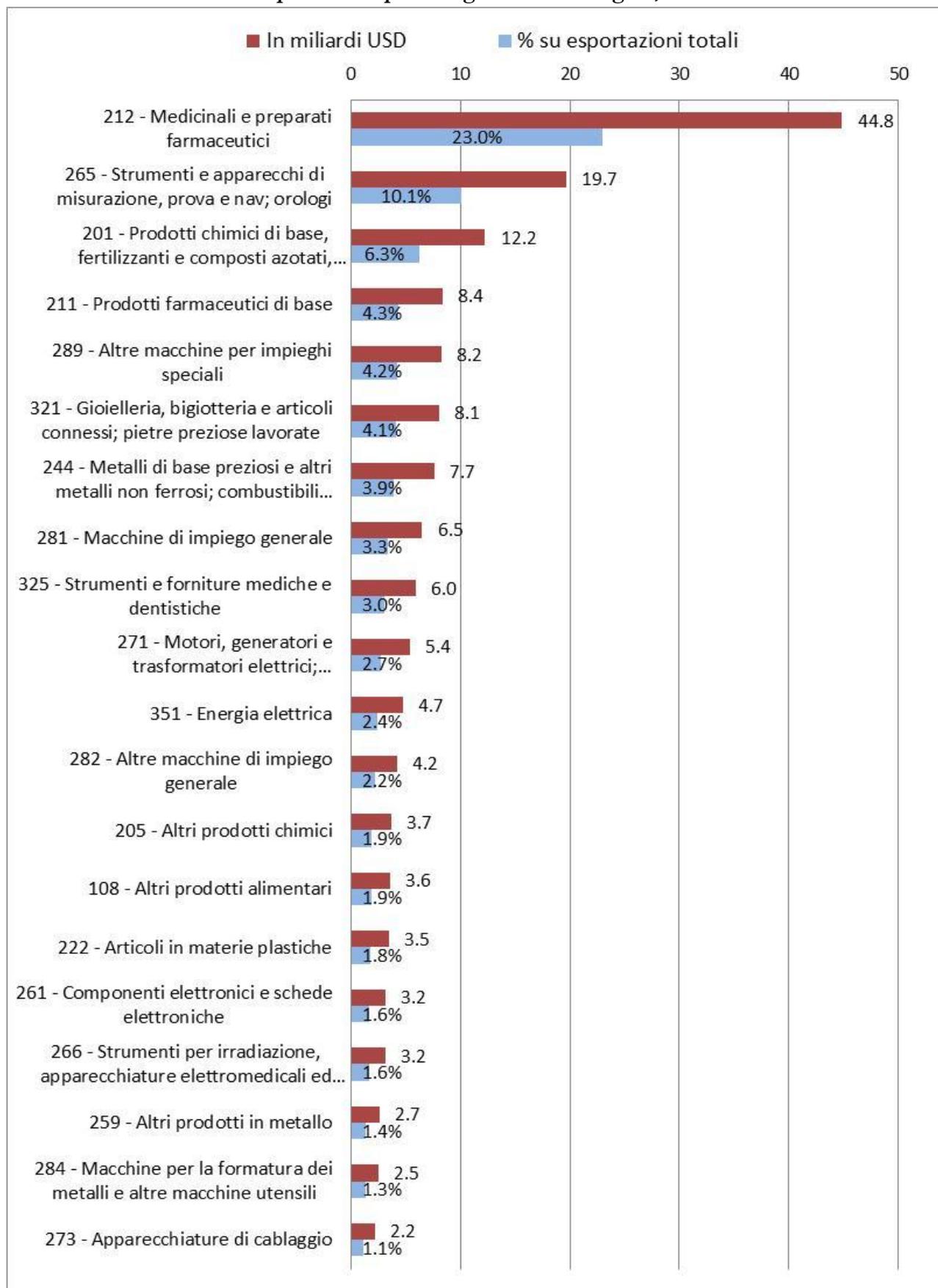


Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

Analizzando le merci oggetto di scambio, possiamo valutare quali siano i settori che contribuiscono in maniera principale a formare i volumi di scambio internazionali.

Nella tabella successiva osserviamo come il settore farmaceutico e il settore orologiero contribuiscano per più del 30% alle esportazioni. Di fatto, il macro settore della chimica e farmaceutica e il settore della gioielleria e orologeria rappresentano circa il 50% delle esportazioni nazionali. Si segnala inoltre, negli ultimi dieci anni, un tasso di crescita delle esportazioni molto sostenuto (compreso tra il 248% e il 316%) per il settore alimentare (+275%), delle apparecchiature e forniture mediche (+248%) e farmaceutico (316%).

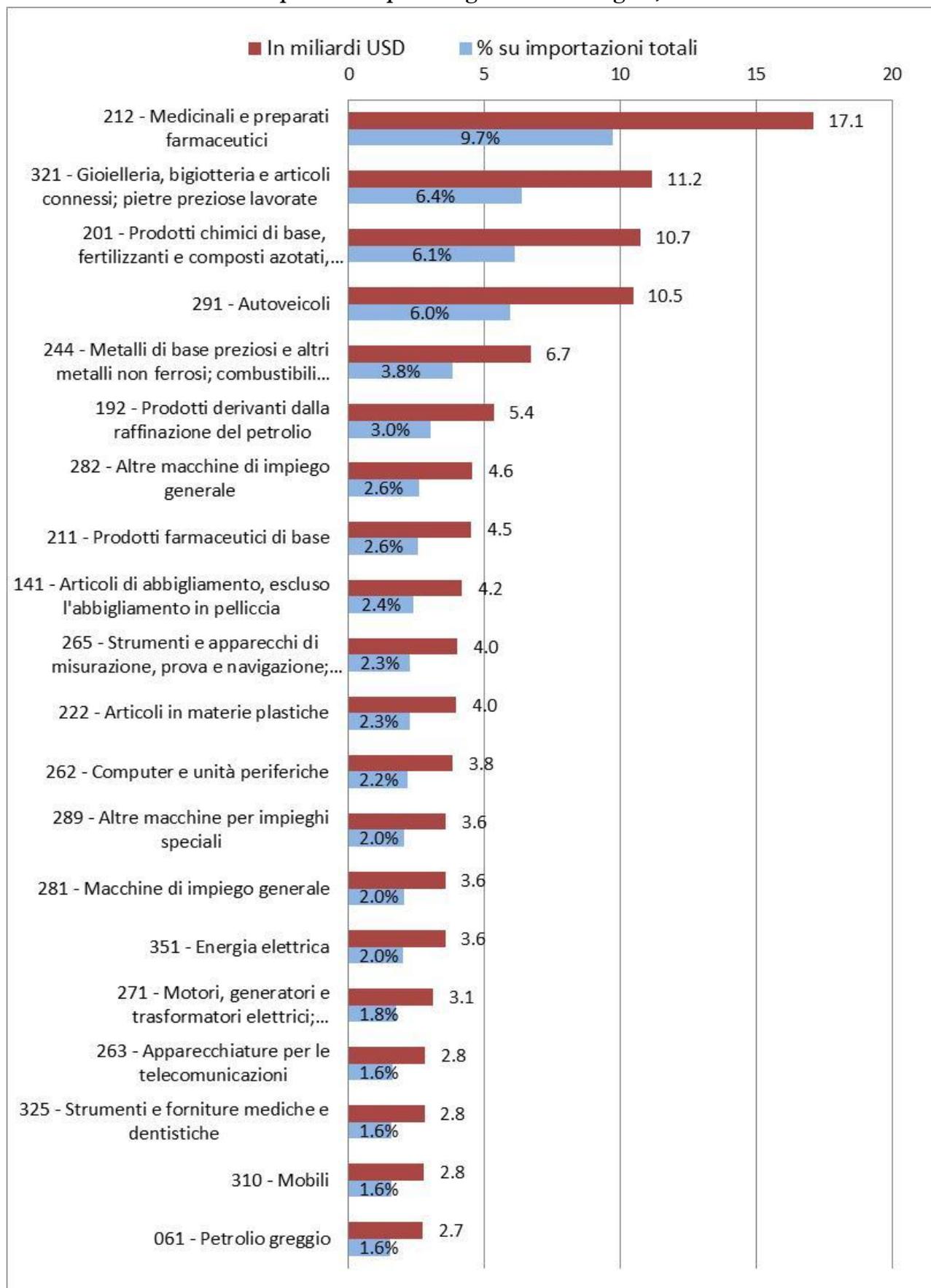
Grafico 2.18: Valori delle esportazioni per categoria merceologica, dati 2010



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

Analizzando poi le importazioni, notiamo come siano ancora i macro settori farmaceutico chimico e della gioielleria a registrare i valori più elevati in termini relativi e ovviamente assoluti. Questo potrebbe indicare la presenza di una filiera trasformativa che importa semilavorati per fornire poi prodotti finiti a clienti esterni o essere l'effetto di mercati inter e/o intra nazionali non perfettamente efficienti o collegati. Potrebbe essere utile un ulteriore livello di indagine in tal senso. Con riferimento ai tassi di crescita dei prodotti importati, osserviamo negli ultimi dieci anni un aumento significativamente superiore alla media per i prodotti energetici (petrolio ed energia elettrica); gli altri settori registrano tassi di crescita abbastanza uniformi (compresi tra +100% e +200%).

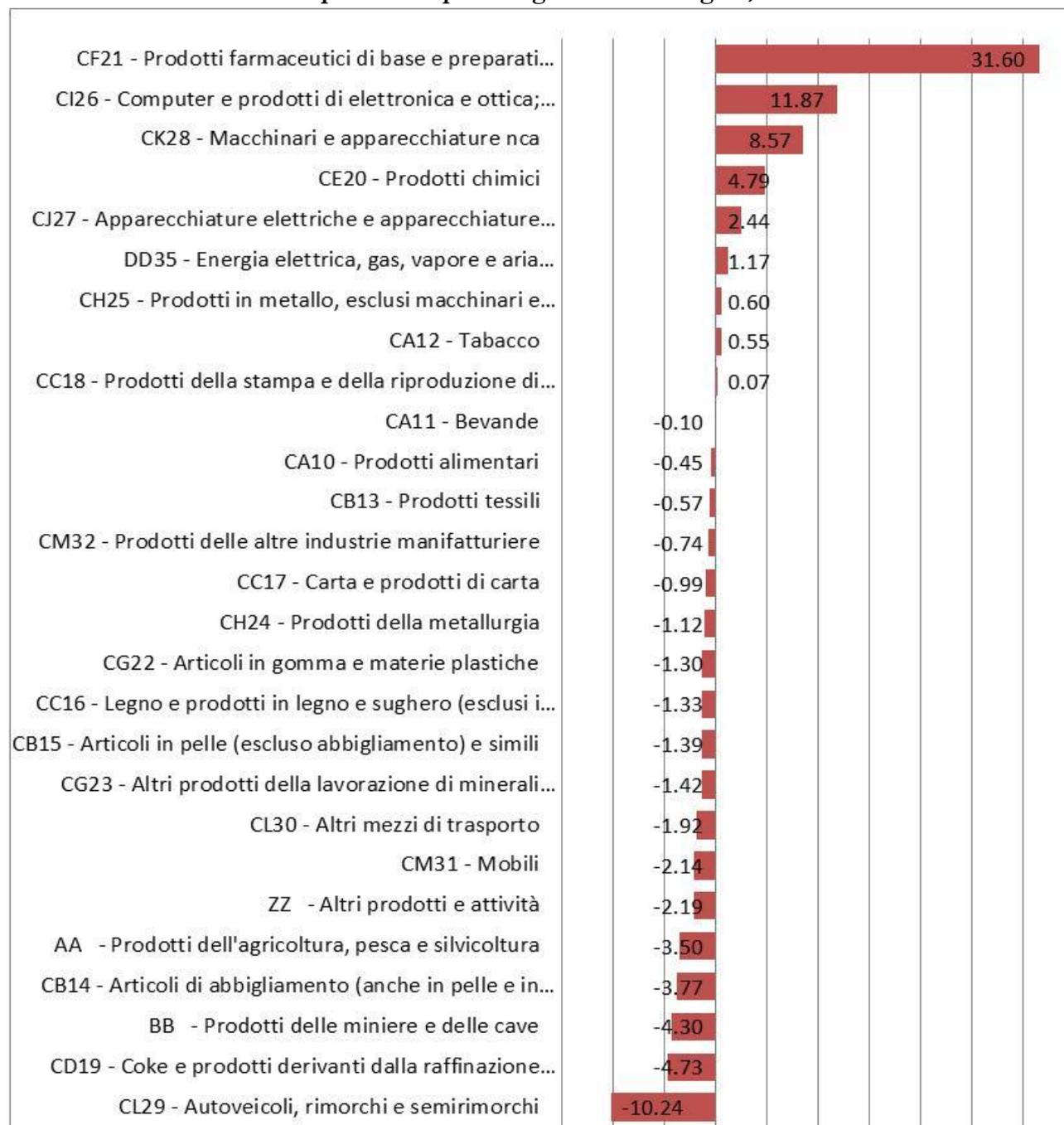
**Grafico 2.19: Valori delle importazioni per categoria merceologica, dati 2010**



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

Analizzando i flussi commerciali per tipologia di merci (dati a due digit, cioè nella classe superiore rispetto alla precedente classificazione) possiamo osservare – nella seguente tabella – il saldo commerciale prodotto dai settori aggregati soprariportati. Un valore positivo indicherà quindi la tendenza all’esportazione di quella merce, segnalando la possibilità di specializzazioni e vantaggi competitivi per quelle industrie produttive.

**Grafico 2.20: Valori delle importazioni per categoria merceologica, dati 2010**



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

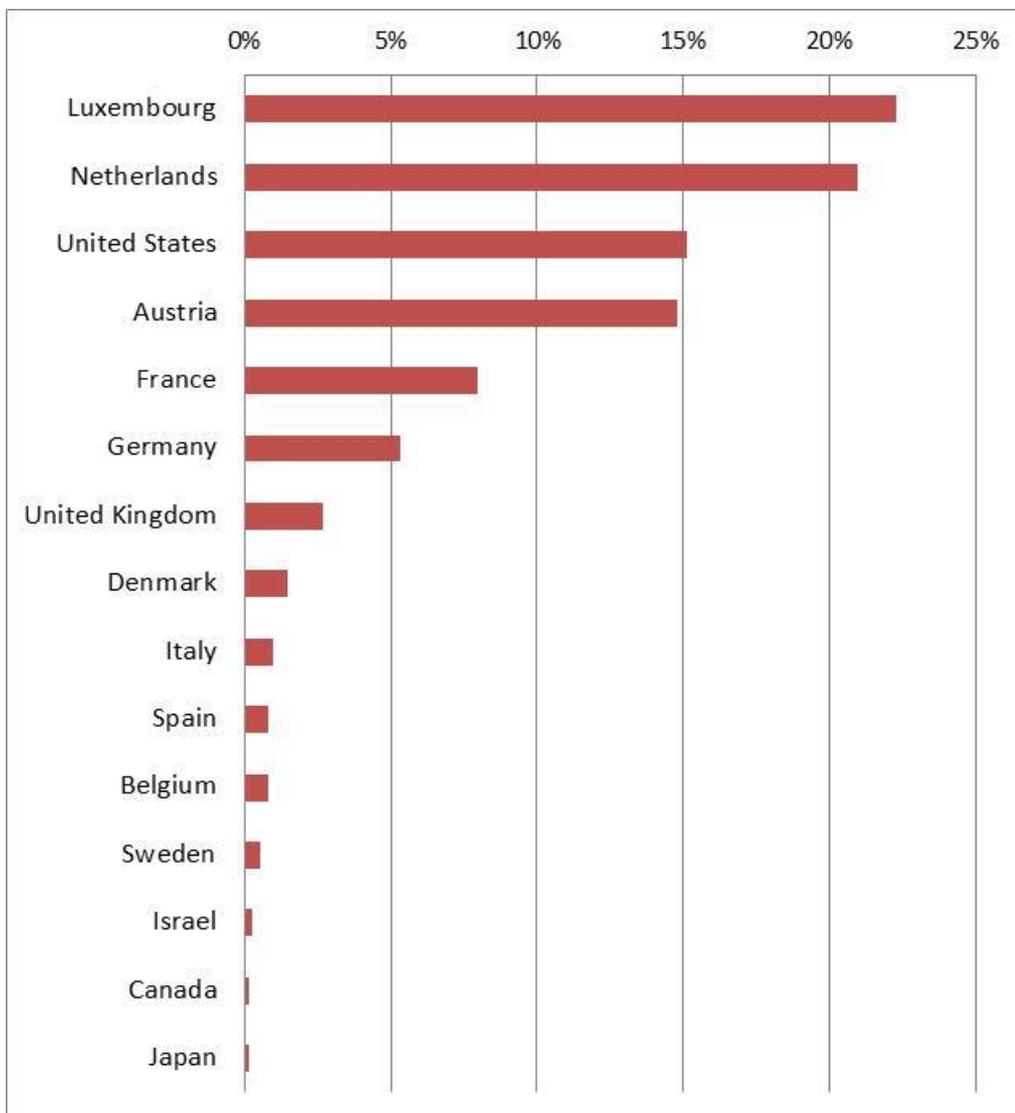
Si conferma il saldo positivo relativo al settore chimico farmaceutico (CE20, CF21), orologiero e della produzione di macchinari e apparecchiatura elettromedicale (CI26) e della produzione di macchinari utilizzati nei processi produttivi (CK28). La maggior

parte del deficit commerciale è invece assorbita dall'importazione di autoveicoli (CL29), prodotti energetici e materie prime.

### *b.2 Investimenti esteri diretti, inward e outward*

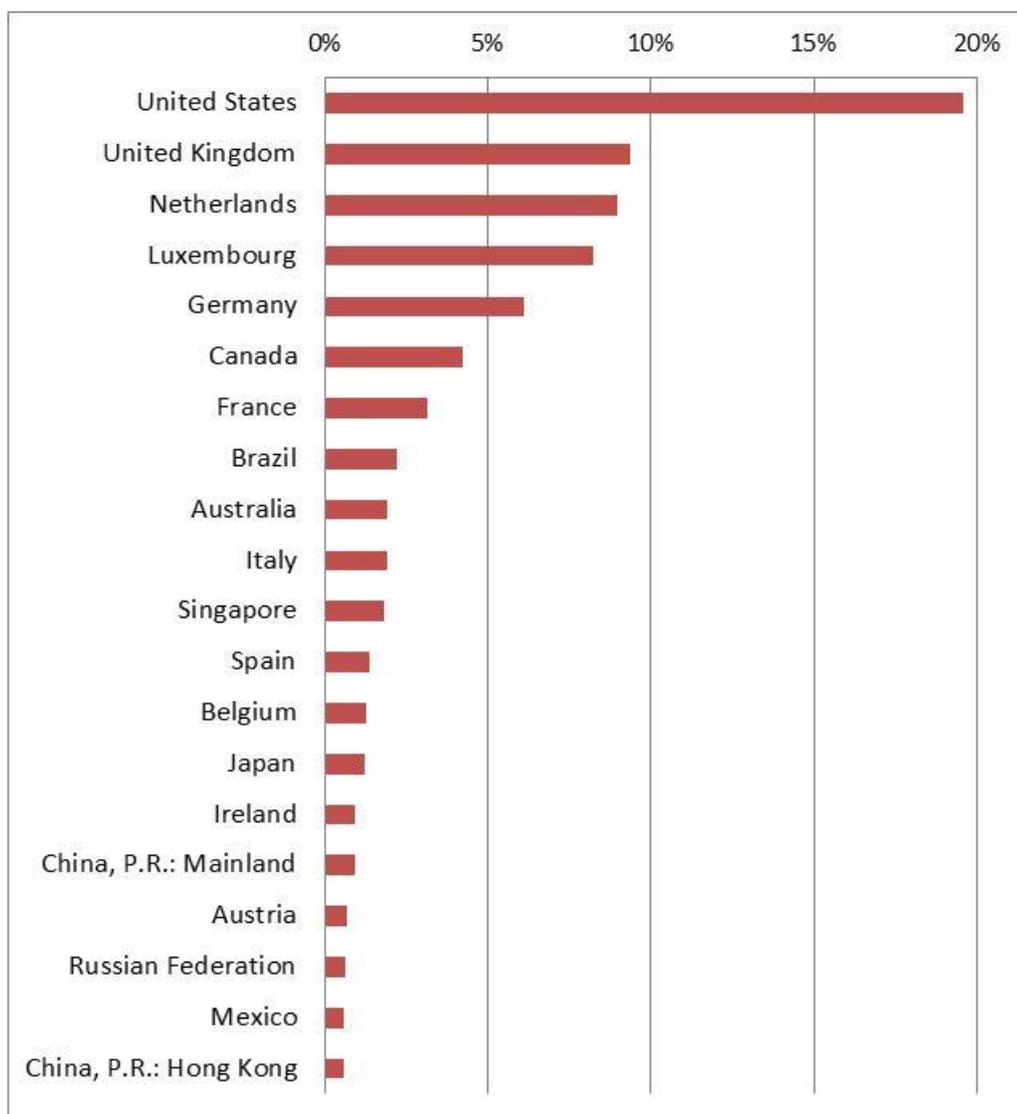
Prima di analizzare nello specifico gli scambi tra confederazione e Italia, possiamo indagare gli ordini di grandezza nei rapporti finanziari produttivi tra i due paesi. Nel seguito è possibile osservare le tabelle relative agli investimenti diretti nel territorio Svizzero da parte di stati esteri (pari a circa 556 miliardi di USD) e gli investimenti diretti Svizzeri nei paesi esteri (pari a circa 885 miliardi di USD complessivi).

**Grafico 2.21: Investimenti diretti in Svizzera per nazione estera (% su investimenti totali), dati 2010**



Fonte: elaborazione IRE da dati del Coordinated Direct Investment Survey (CDIS), forniti da IMF Data Warehouse

**Grafico 2.22: Investimenti diretti elvetici nelle nazioni estere (% su investimenti totali), dati 2010**



Fonte: elaborazione IRE da dati del Coordinated Direct Investment Survey (CDIS), forniti da IMF Data Warehouse

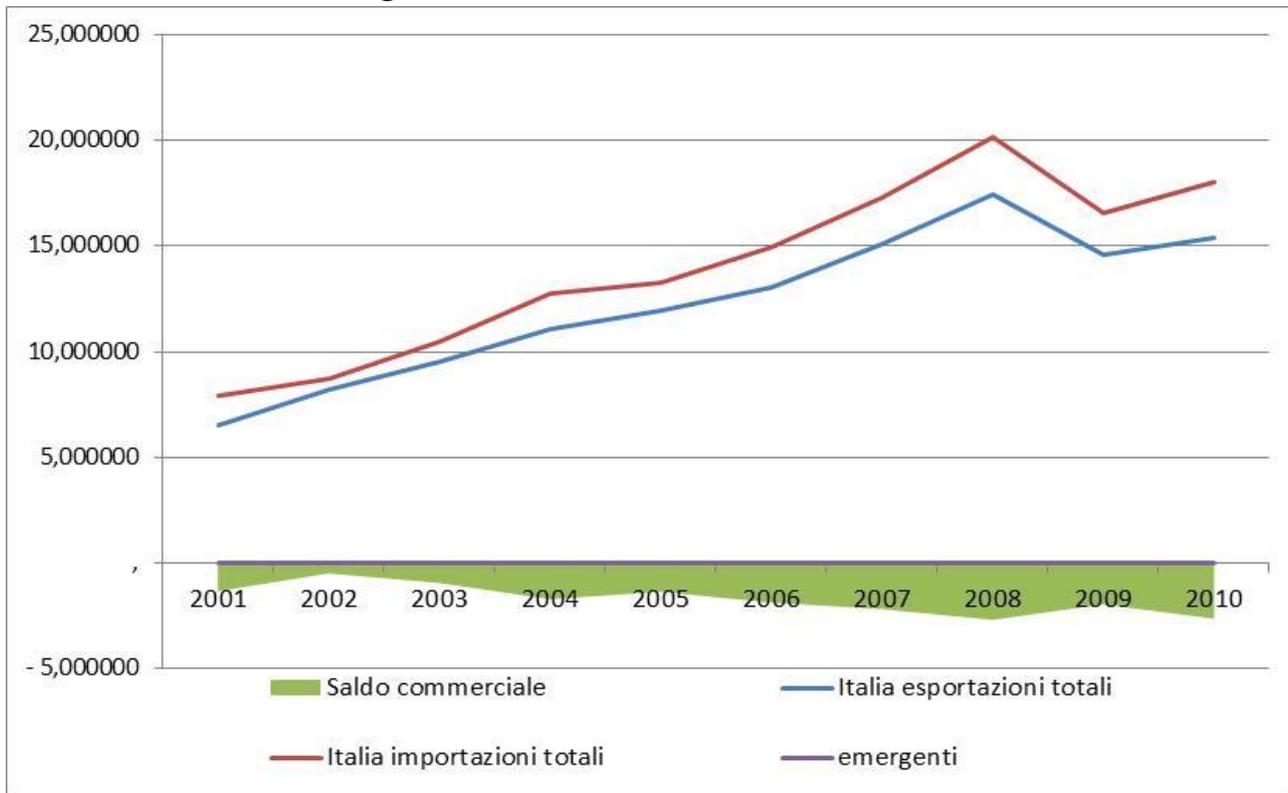
Possiamo osservare come, in tema di investimenti diretti, l'Italia presenti valori marginali se considerati sul complesso degli scambi finanziari.

### *b.3 Gli scambi commerciali tra Svizzera e Italia*

L'evoluzione temporale degli scambi tra Svizzera e Italia è caratterizzata dal crescente grado di diversificazione del portafoglio dell'export elvetico, che ha portato negli ultimi anni a una quota di scambi maggiore con i paesi emergenti. La variazione del peso delle importazioni ed esportazioni verso il territorio Italiano non si differenzia in maniera marcata dall'andamento degli altri paesi della zona Euro, presentando variazioni negative

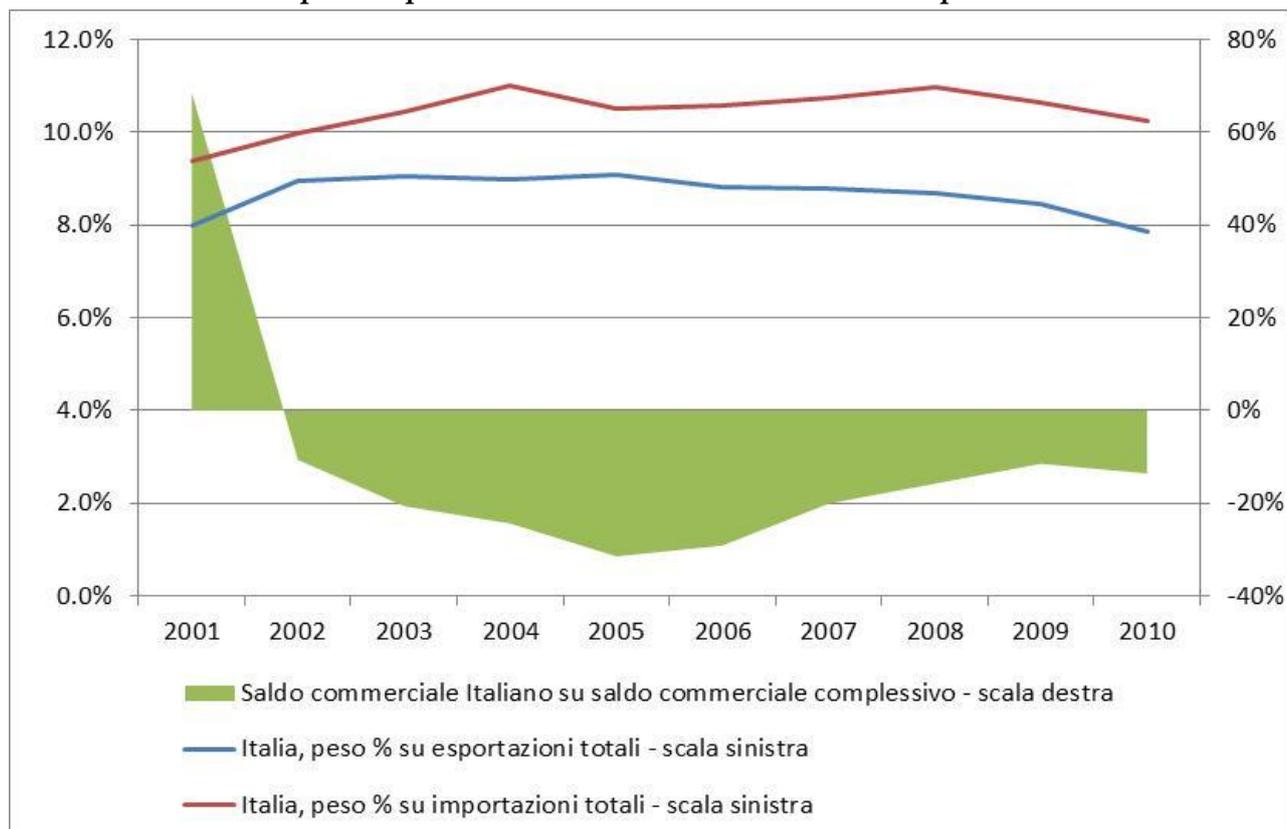
inferiori a quelle registrate da altre nazioni (per esempio Stati Uniti, Paesi Bassi o Francia).

**Grafico 2.23: Evoluzione degli scambi commerciali tra Svizzera e Italia, dati in miliardi USD**



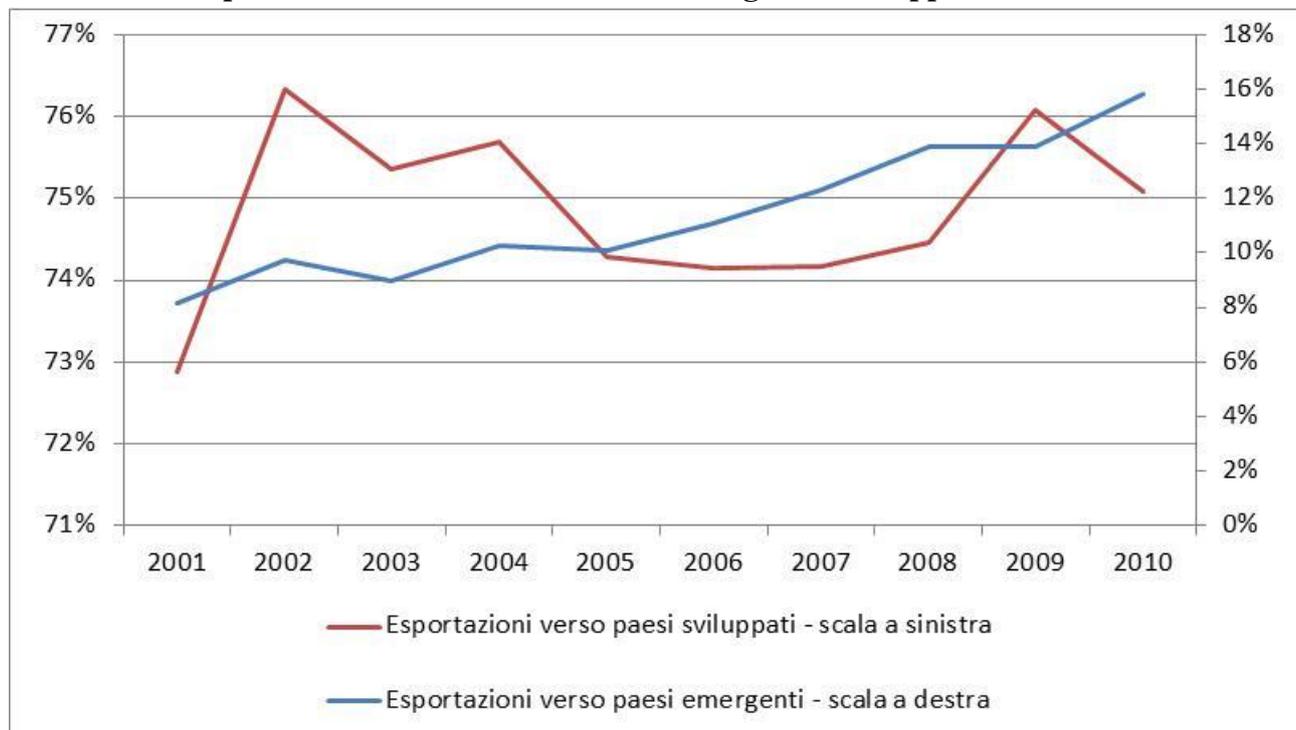
Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

**Grafico 2.24: Peso Import-Export tra Svizzera e Italia su scambi complessivi**



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

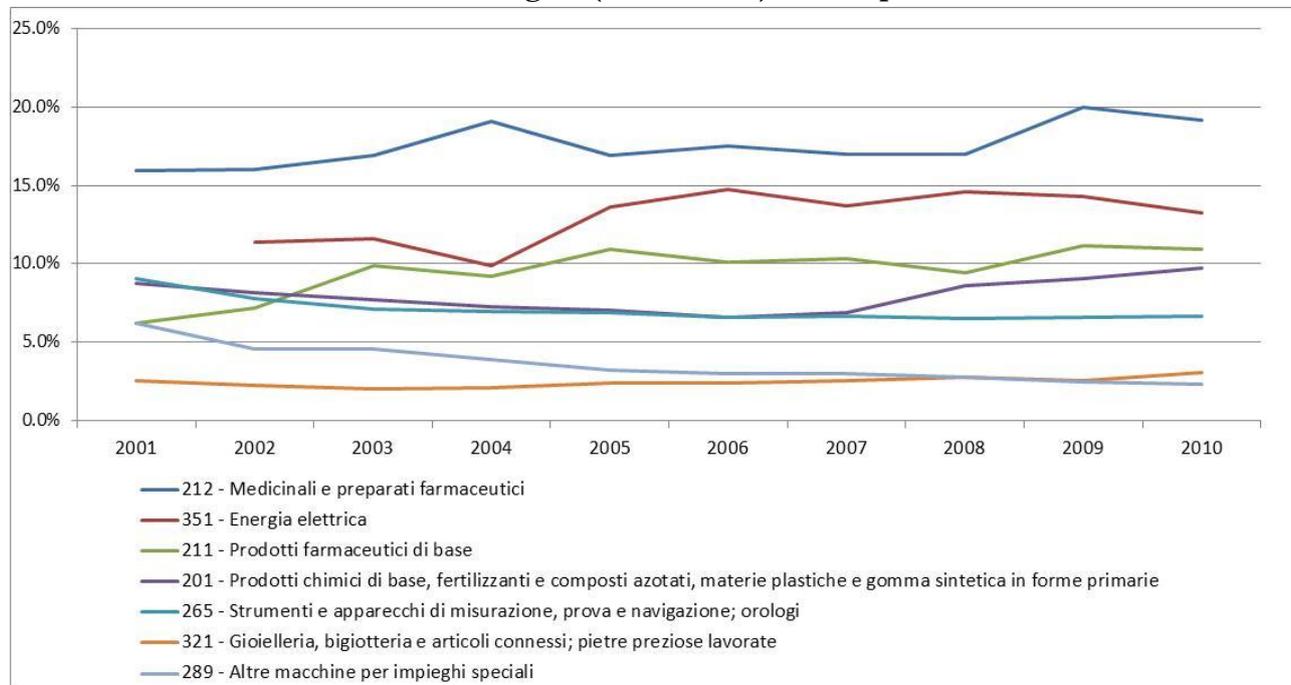
**Grafico 2.25: Esportazioni Svizzere verso i Paesi Emergenti e Sviluppati**



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

Analizzando poi le principali merci oggetto di scambio, possiamo notare alcuni trend. I settori chimico, farmaceutico ed energetico hanno registrato nell'ultimo decennio incrementi anche importanti. Una diminuzione contenuta delle esportazioni verso l'Italia, hanno invece caratterizzato il settore orologiero.

**Grafico 2.26: Classificazione merceologica (% sul totale) delle esportazioni verso l'Italia**

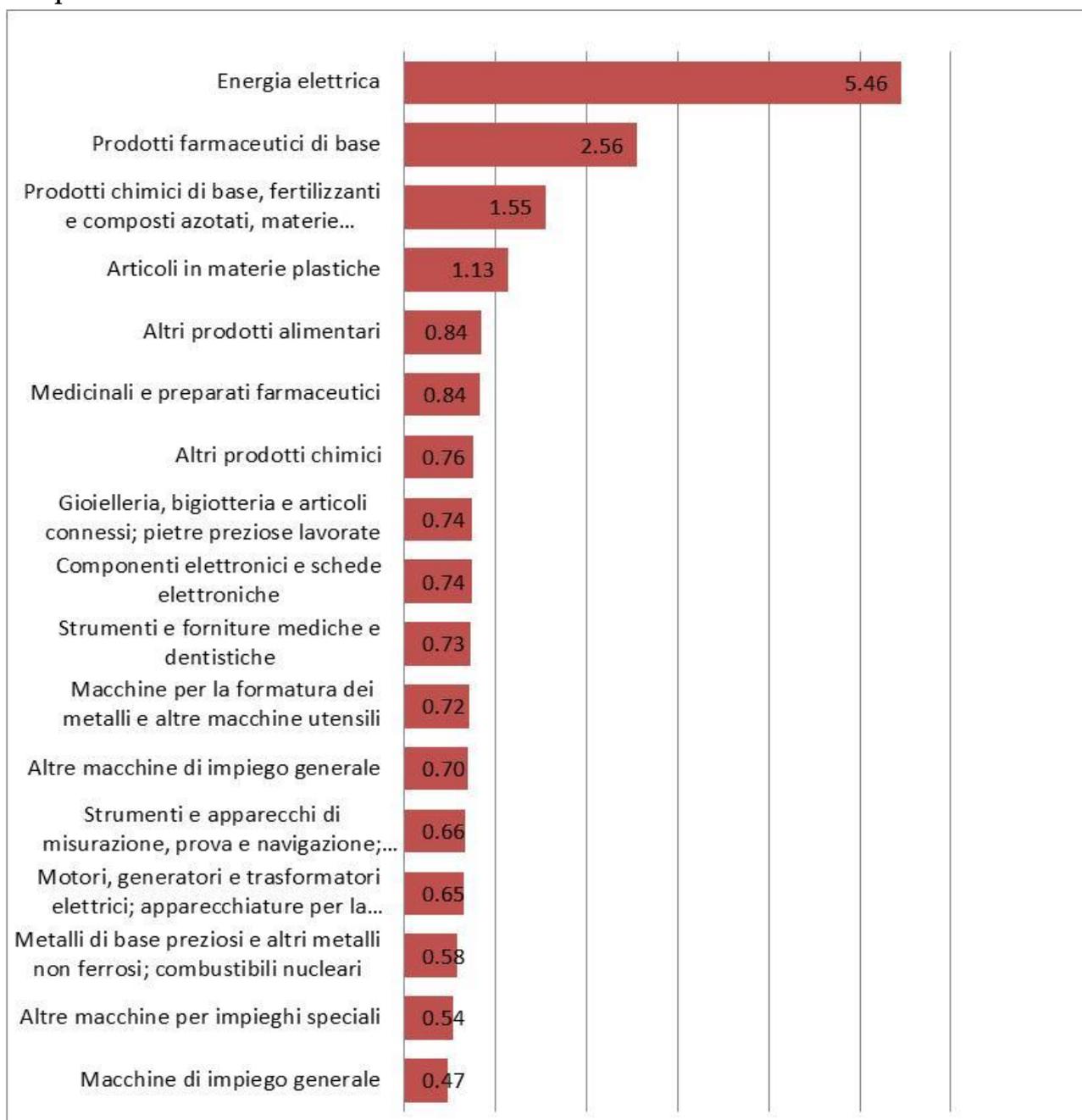


Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

Le esportazioni Svizzere che giungono in Italia, si differenziano dalla matrice di esportazione internazionale – in senso gerarchico – in maniera molto contenuta, ad esclusione per il settore dell'energia. Questo settore (351- Energia elettrica) rappresenta al momento attuale il secondo prodotto più esportato in Italia per volume di affari.

Confrontando il livello delle esportazioni complessive svizzere con le esportazioni verso il territorio Italiano, possiamo verificare come l'economia Italiana importi in maniera maggiore i prodotti derivanti dal settore farmaceutico, chimico ed energetico importando in maniera minore le altre tipologie di prodotti. Potremmo parlare di una tipicità del sistema italiano per quanto riguarda le importazioni, caratterizzato principalmente da un deficit di approvvigionamento energetico.

**Grafico 2.27: Specificità delle esportazioni verso il territorio Italiano rispetto alle esportazioni complessive Svizzere.**

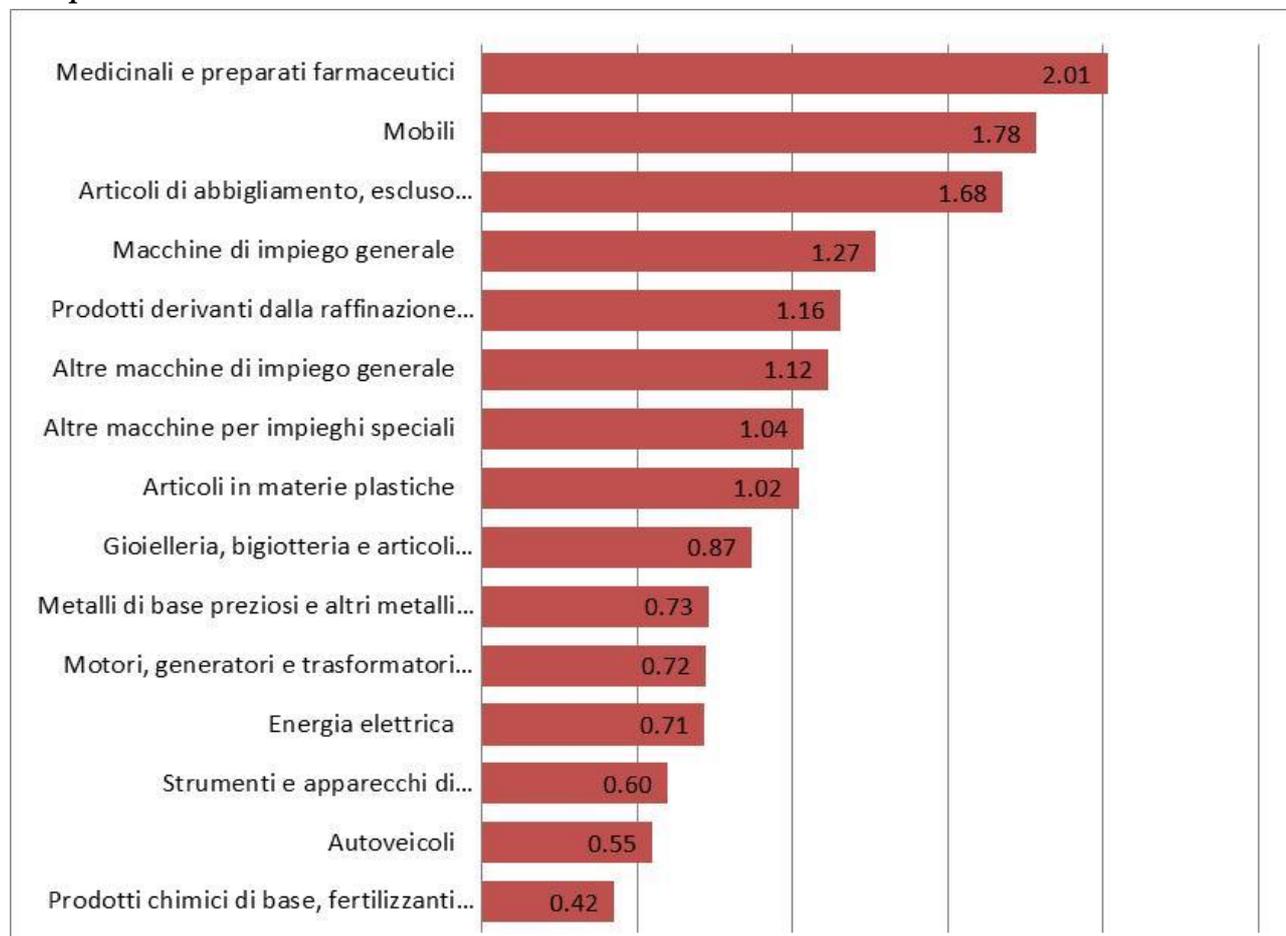


Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

Con riferimento alle importazioni dal territorio Italiano, possiamo osservare come circa il 30% di queste sia composto da prodotti del settore farmaceutico (ca. 20%), della gioielleria (ca 5.5%) e dell'abbigliamento (ca. 4%). Si segnala tuttavia come quest'ultimo settore abbia perso di importanza negli ultimi dieci anni, passando dal 6% al 4% delle importazioni dal territorio italiano. L'alta presenza di importazioni farmaceutiche dall'Italia, lascia presupporre la possibilità di importazione di semilavorati poi trasformati e rivenduti all'estero. Osservando – in tabella successiva – il rapporto tra importazioni complessive e importazioni dal territorio italiano, possiamo individuare quella tipologia

di merce che caratterizza gli scambi dall'Italia verso la Svizzera (prodotti con fattore >1), in particolare si segnala l'alta specificità del settore farmaceutico, della produzione di mobili e di articoli d'abbigliamento.

**Grafico 2.28: Specificità delle importazioni dal territorio Italiano rispetto alle importazioni complessive.**

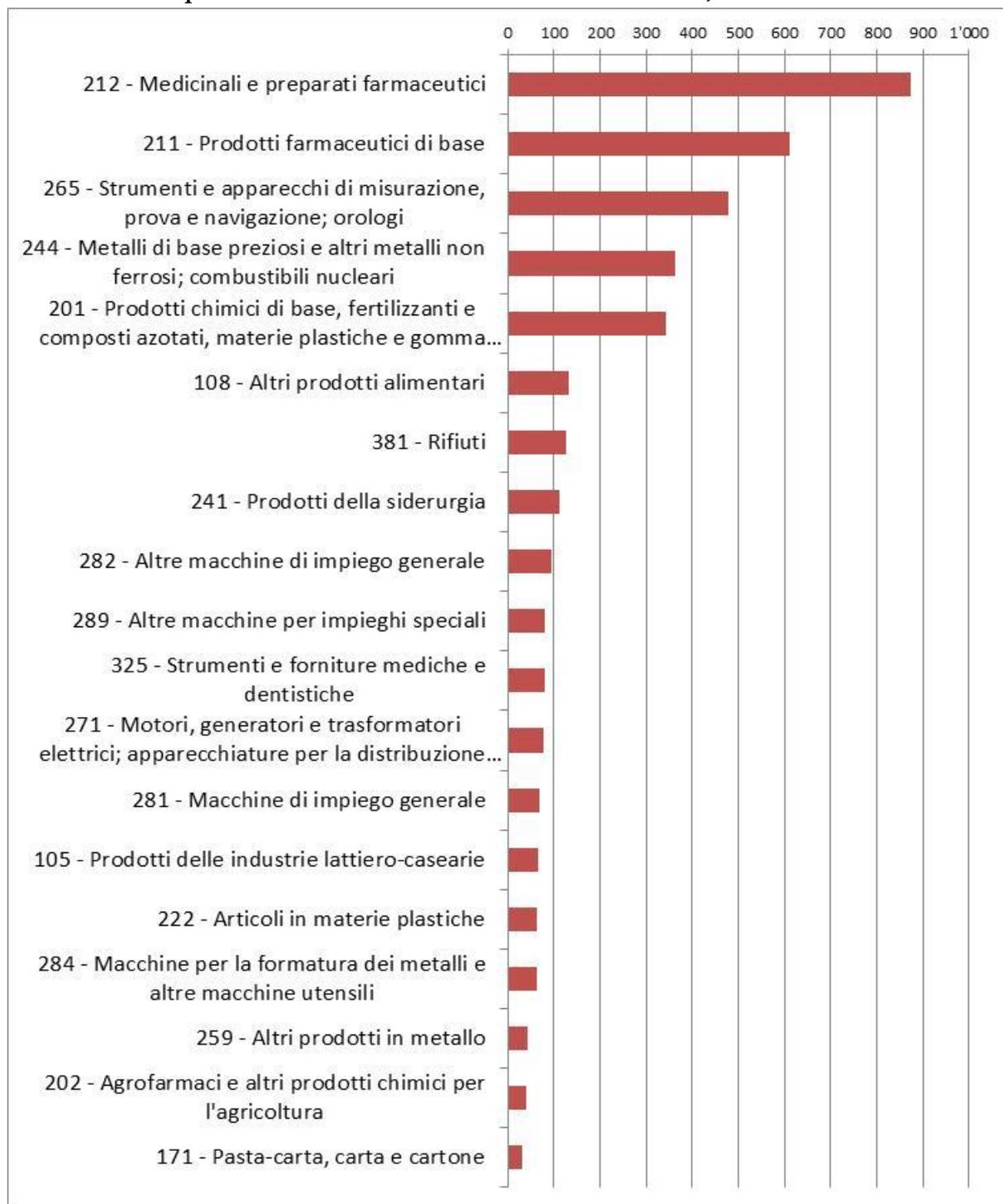


Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

#### *b.4. Gli scambi commerciali tra Svizzera e Lombardia*

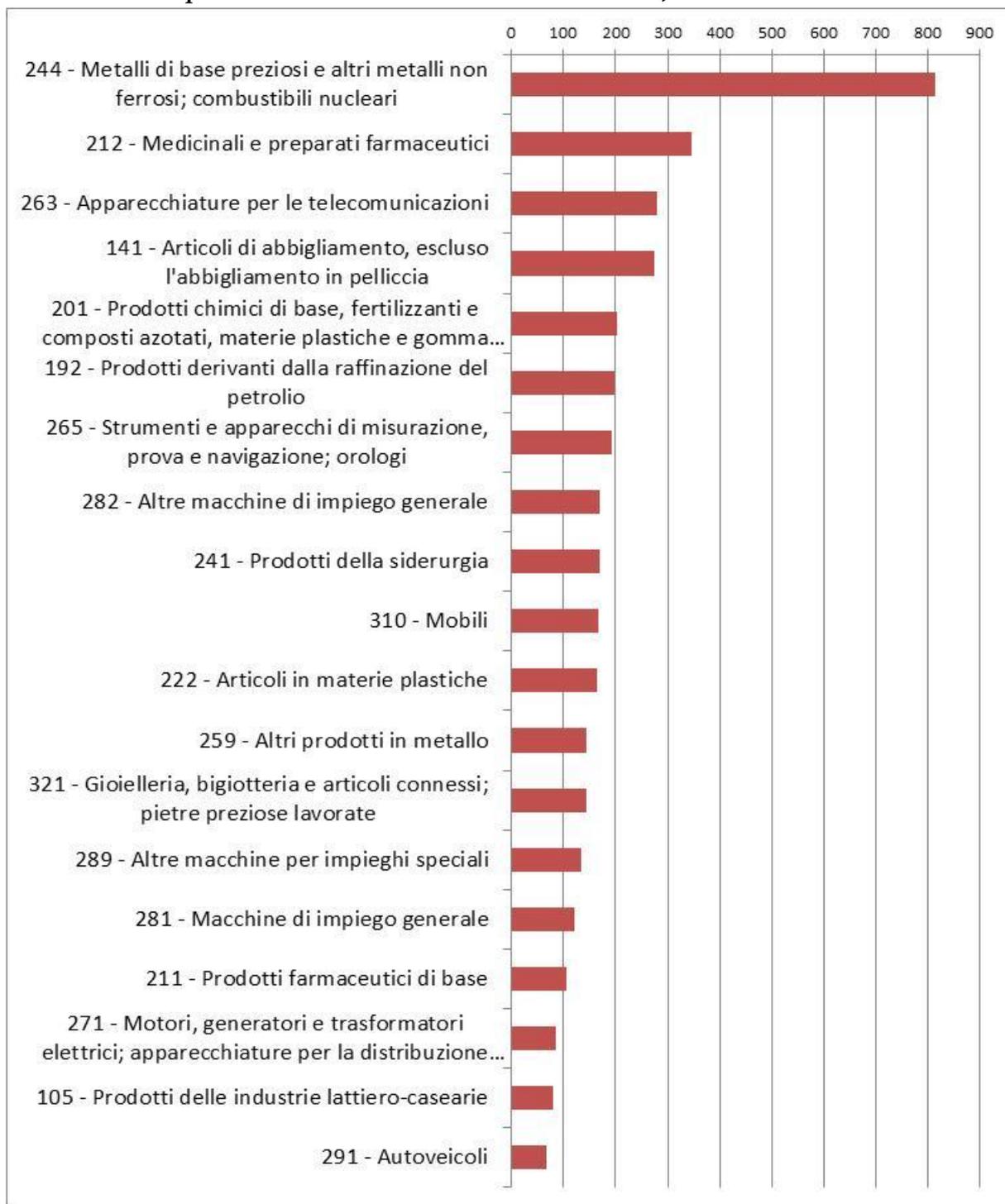
La Svizzera è per la Lombardia il terzo partner commerciale per livello di importazioni e esportazioni, dopo Germania e Francia. Il 35% circa delle importazioni Italiane proviene dalla Lombardia e la stessa regione è la destinataria di circa il 41% delle esportazioni Svizzere. La distribuzione gerarchica delle esportazioni verso la Lombardia è sostanzialmente conforme alla distribuzione nazionale, lievemente dissimile invece la composizione delle importazioni.

**Grafico 2.29: Esportazioni Svizzere verso il territorio lombardo, dati 2010 in milioni di USD**



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

**Grafico 2.30: Importazioni Svizzere dal territorio lombardo, dati 2010 in milioni di USD**



Fonte: elaborazioni IRE su dati ICE e ONU-COMTRADE

### **c. Economia dei cantoni di confine: gli indici di localizzazione e specializzazione per il cantone Ticino, Grigioni e Vallese.**

In questo capitolo cercheremo di contestualizzare le specializzazioni economiche dei cantoni confinanti con il territorio Italiano. Analizzeremo quindi gli indici di localizzazione e di specializzazione per i territori del Ticino, Grigioni e Vallese individuando le diverse specificità economiche che caratterizzano queste regioni.

#### *c.1 Indice di localizzazione*

L'indice di localizzazione esprime la concentrazione di addetti di un settore all'interno di una regione in funzione della concentrazione occupazionale a livello sovra-regionale (nazionale nel nostro caso). Valori superiori a 1 per tale indice indicano che in quel territorio una maggiore porzione di occupati è utilizzata da un settore rispetto al valore aggregato nazionale. Questo significa che in quella regione è localizzato maggiormente un determinato settore produttivo. Questi indici sono spesso utilizzati dalla letteratura per indagare fenomeni di aggregazione ed esternalità (spill-over). La loro individuazione ci permette di isolare quei settori che possono presentare margini di crescita potenziali e impatti maggiori in relazione allo sviluppo di una regione.

Le elaborazioni di questi indici sono state effettuate sugli ultimi dati disponibili per il calcolo, ovvero quelli dell'ultimo censimento 2008, raccolti e classificati dall'USTAT.

Dall'elaborazione degli indici per il cantone Ticino, emerge in maniera marcata una certa specificità del settore dell'abbigliamento, con concentrazioni occupazionali di circa 5/8 volte i valori nazionali. Un altro settore che presenta elevati livelli di concentrazione è il settore ludico delle case da gioco, probabilmente influenzato dalla vicinanza territoriale italiana. Il settore finanziario non è invece particolarmente concentrato rispetto alla media svizzera, con valori occupazionali in diminuzione negli ultimi dieci anni. A scopo comparativo si riportano gli indici localizzativi calcolati anche per gli altri cantoni e i settori che presentano indici di localizzazione minori di 0.5. A tal proposito, si segnala come le attività ricreative, scientifiche e di ricerca, di fabbricazione di prodotti chimici e direzionali occupino un numero di persone decisamente inferiore rispetto alla concentrazione nazionale.

**Tabella 2.7: Indici di localizzazione per il Canton Ticino, censimento 2008 e 2001**

	Ticino	Ticino	Variazione %	Graubünden /	Graubünden /	Variazione %	Valais / Wallis	Valais / Wallis	Variazione %
	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008
14. Confezione di articoli di abbigliamento	7.00	7.95	14%	0.25	0.27	9%	0.24	0.25	1%
92. Attività riguardanti scommesse e case da gioco	1.58	4.98	215%	0.34	0.57	71%	2.45	0.58	-76%
15. Confezione di articoli in pelle e simili	2.59	4.97	92%	0.31	0.23	-25%	0.86	0.77	-10%
59. Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	2.15	2.52	18%	0.25	0.41	67%	0.99	0.99	1%
24. Attività metallurgiche	1.55	2.29	48%	0.08	0.12	55%	3.09	2.85	-8%
08. Altre attività estrattive	2.30	2.11	-8%	2.89	2.41	-17%	1.07	0.96	-10%
60. Attività di programmazione e trasmissione	2.64	2.08	-21%	0.90	1.27	41%	0.39	0.19	-50%
32. Altre industrie manifatturiere	1.94	2.05	6%	0.41	0.40	-4%	0.38	0.44	16%
41. Costruzione di edifici	1.91	1.93	1%	2.35	2.58	10%	1.64	1.82	11%
69. Attività legali e contabilità	1.68	1.85	10%	0.80	0.75	-6%	0.70	0.70	0%
09. Attività dei servizi di supporto all'estrazione	0.00	1.85	+	0.00	3.26	+	0.00	0.00	0%
55. Servizi di alloggio	1.68	1.68	0%	4.88	5.30	9%	2.78	2.64	-5%
27. Fabbricazione di apparecchiature elettriche	1.77	1.44	-19%	0.33	0.22	-32%	0.22	0.18	-16%
64. Prestazione di servizi finanziari (ad esclusione di assicurazioni e fondi pensione)	1.70	1.41	-17%	0.59	0.52	-11%	0.41	0.42	3%
03. Pesca e acquicoltura	1.00	0.49	-50%	0.60	0.61	2%	1.11	1.27	14%
28. Fabbricazione di macchinari e apparecchiature n.c.a.	0.58	0.49	-17%	0.44	0.61	39%	0.42	0.40	-6%
90. Attività creative, artistiche e d'intrattenimento	0.66	0.47	-29%	0.29	0.53	80%	0.38	0.26	-33%
72. Ricerca scientifica e sviluppo	0.48	0.47	-1%	0.73	0.61	-16%	0.35	0.41	17%
70. Attività di sedi centrali; consulenza gestionale	0.40	0.44	8%	0.18	0.26	41%	0.18	0.38	108%
20. Fabbricazione di prodotti chimici	0.35	0.41	18%	1.43	1.43	0%	3.91	4.22	8%
01. Produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi	0.47	0.41	-12%	1.64	1.69	3%	1.95	1.80	-7%
63. Attività dei servizi d'informazione	0.26	0.39	48%	0.12	0.15	18%	0.77	0.43	-44%
51. Trasporto aereo	0.44	0.37	-17%	0.18	0.28	60%	0.34	0.78	127%
13. Industrie tessili	0.85	0.36	-58%	0.22	0.26	14%	0.06	0.08	40%
19. Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	0.26	0.31	21%	0.00	0.00	0%	8.08	8.70	8%
31. Fabbricazione di mobili	0.39	0.30	-22%	0.54	0.53	-2%	0.97	0.85	-12%
05. Estrazione di carbone e lignite	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
06. Estrazione di petrolio greggio e di gas naturale	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
07. Estrazione di minerali metalliferi	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
97. Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro per personale domestico	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
98. Produzione di beni e di servizi indifferenziati per uso proprio da parte di famiglie e convivenze	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
99. Attività di organizzazioni e organismi extraterritoriali	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%

Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

Il cantone dei Grigioni, a differenza del canton Ticino e in misura minore del cantone Vallese, presenta una concentrazione occupazionale nei settori legati all'utilizzo e allo sfruttamento del territorio naturale. Si conferma cantone a forte vocazione turistica e ambientale, con sviluppo dei settori a essi collegati. E' possibile evidenziare anche una certa concentrazione nel settore chimico e produttivo e della produzione di bevande.

**Tabella 2.8: Indici di localizzazione per il Cantone Grigioni, censimento 2008 e 2001**

	Graubünden / Grigioni / Grischun	Graubünden / Grigioni / Grischun	Variazione %	Valais / Wallis	Valais / Wallis	Variazione %	Ticino	Ticino	Variazione %
	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008
55. Servizi di alloggio	4.88	5.30	9%	2.78	2.64	-5%	1.68	1.68	0%
02. Silvicoltura e utilizzo di aree forestali	4.83	4.69	-3%	1.35	1.90	40%	0.78	0.78	-1%
09. Attività dei servizi di supporto all'estrazione	0.00	3.26		0.00	0.00	0%	0.00	1.85	
11. Produzione di bevande	2.83	2.63	-7%	4.61	4.83	5%	0.84	0.81	-3%
41. Costruzione di edifici	2.35	2.58	10%	1.64	1.82	11%	1.91	1.93	1%
08. Altre attività estrattive	2.89	2.41	-17%	1.07	0.96	-10%	2.30	2.11	-8%
42. Ingegneria civile	2.21	2.10	-5%	1.11	1.07	-4%	1.12	1.29	16%
01. Produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi	1.64	1.69	3%	1.95	1.80	-7%	0.47	0.41	-12%
35. Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	1.74	1.59	-8%	2.54	2.40	-5%	1.12	1.10	-2%
33. Riparazione e installazione di macchine e apparecchiature	0.89	1.53	71%	0.31	0.45	46%	0.56	0.65	16%
49. Trasporto terrestre e trasporto mediante condotte	1.42	1.49	5%	1.47	1.39	-5%	0.77	0.97	26%
16. Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero, esclusi i mobili; fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio	1.51	1.46	-3%	1.53	1.84	21%	0.58	0.57	-2%
20. Fabbricazione di prodotti chimici	1.43	1.43	0%	3.91	4.22	8%	0.35	0.41	18%
58. Attività editoriali	0.29	0.50	75%	0.11	0.32	183%	0.73	0.69	-5%
68. Attività immobiliari	0.69	0.47	-32%	0.91	1.01	11%	0.69	0.83	20%
25. Fabbricazione di prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	0.47	0.46	-2%	0.78	0.71	-9%	0.93	0.93	0%
18. Stampa e riproduzione su supporti registrati	0.59	0.44	-25%	0.70	0.79	14%	0.51	0.59	15%
59. Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	0.25	0.41	67%	0.99	0.99	1%	2.15	2.52	18%
66. Attività ausiliarie dei servizi finanziari e delle attività assicurative	0.45	0.40	-11%	0.57	0.45	-22%	1.46	1.02	-30%
32. Altre industrie manifatturiere	0.41	0.40	-4%	0.38	0.44	16%	1.94	2.05	6%
29. Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	1.19	0.39	-67%	0.03	0.03	-8%	1.89	1.41	-25%
62. Programmazione, consulenza informatica e attività connesse	0.28	0.38	35%	0.21	0.26	25%	0.51	0.68	32%
73. Pubblicità e ricerche di mercato	0.39	0.35	-8%	0.60	0.56	-6%	0.45	0.54	21%
26. Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica	0.30	0.34	12%	0.34	0.22	-36%	1.19	1.08	-9%
77. Attività di noleggio e leasing	0.35	0.33	-5%	0.67	0.32	-53%	0.70	0.55	-22%
51. Trasporto aereo	0.18	0.28	60%	0.34	0.78	127%	0.44	0.37	-17%
14. Confezione di articoli di abbigliamento	0.25	0.27	9%	0.24	0.25	1%	7.00	7.95	14%
70. Attività di sedi centrali; consulenza gestionale	0.18	0.26	41%	0.18	0.38	108%	0.40	0.44	8%
13. Industrie tessili	0.22	0.26	14%	0.06	0.08	40%	0.85	0.36	-58%
15. Confezione di articoli in pelle e simili	0.31	0.23	-25%	0.86	0.77	-10%	2.59	4.97	92%
78. Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale	0.29	0.23	-21%	0.69	0.73	7%	0.41	0.57	37%
27. Fabbricazione di apparecchiature elettriche	0.33	0.22	-32%	0.22	0.18	-16%	1.77	1.44	-19%
63. Attività dei servizi d'informazione	0.12	0.15	18%	0.77	0.43	-44%	0.26	0.39	48%
24. Attività metallurgiche	0.08	0.12	55%	3.09	2.85	-8%	1.55	2.29	48%
21. Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	0.00	0.11	2367%	0.82	0.68	-18%	1.14	0.89	-22%
22. Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	0.25	0.08	-70%	0.18	0.15	-14%	0.84	0.71	-15%
30. Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	0.12	0.04	-71%	0.03	0.03	21%	0.96	0.66	-31%
39. Attività di risanamento e altri servizi di gestione dei rifiuti	0.00	0.00	0%	0.00	0.67	+	0.00	1.32	+
50. Trasporti marittimi e per vie d'acqua	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	1.09	0.75	-31%
12. Industria del tabacco	0.00	0.00	0%	0.00	0.02	+	0.81	0.59	-28%
19. Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	0.00	0.00	0%	8.08	8.70	8%	0.26	0.31	21%
05. Estrazione di carbone e lignite	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
06. Estrazione di petrolio greggio e di gas naturale	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
07. Estrazione di minerali metalliferi	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%

Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

Il cantone Vallese presenta una certa concentrazione in alcuni settori secondari particolari, quali quelli della raffinazione del petrolio e fabbricazione di carbone, della fabbricazione di prodotti chimici e delle attività metallurgiche. Presenta anch'essa una sotto ponderazione di alcuni settori del terziario, quali quelli legati alle attività ricreative, agli uffici direzionali e ai servizi accessori alle imprese.

**Tabella 2.9: Indici di localizzazione per il Cantone Vallese, censimento 2008 e 2001**

	Valais / Wallis	Valais / Wallis	Variazione %	Ticino	Ticino	Variazione %	Graubün den / Grigioni / Grischun	Graubün den / Grigioni / Grischun	Variazione %
	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008
19. Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	8.08	8.70	8%	0.26	0.31	21%	0.00	0.00	0%
11. Produzione di bevande	4.61	4.83	5%	0.84	0.81	-3%	2.83	2.63	-7%
20. Fabbricazione di prodotti chimici	3.91	4.22	8%	0.35	0.41	18%	1.43	1.43	0%
24. Attività metallurgiche	3.09	2.85	-8%	1.55	2.29	48%	0.08	0.12	55%
55. Servizi di alloggio	2.78	2.64	-5%	1.68	1.68	0%	4.88	5.30	9%
35. Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	2.54	2.40	-5%	1.12	1.10	-2%	1.74	1.59	-8%
02. Silvicoltura e utilizzo di aree forestali	1.35	1.90	40%	0.78	0.78	-1%	4.83	4.69	-3%
16. Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero, esclusi i mobili; fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio	1.53	1.84	21%	0.58	0.57	-2%	1.51	1.46	-3%
41. Costruzione di edifici	1.64	1.82	11%	1.91	1.93	1%	2.35	2.58	10%
01. Produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi	1.95	1.80	-7%	0.47	0.41	-12%	1.64	1.69	3%
79. Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività correlate	1.35	1.64	22%	1.04	1.20	16%	0.98	1.22	25%
56. Attività di servizi di ristorazione	1.45	1.50	3%	1.28	1.22	-5%	1.23	1.13	-8%
43. Lavori di costruzione specializzati	1.20	1.43	19%	0.94	1.01	7%	1.20	1.35	12%
80. Servizi di investigazione e vigilanza	0.67	0.47	-30%	1.05	1.19	13%	0.56	0.53	-5%
95. Riparazione di computer e di beni per uso personale e per la casa	0.35	0.47	33%	1.31	1.17	-11%	0.72	0.85	18%
52. Magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti	0.49	0.46	-6%	1.60	0.97	-39%	0.82	0.71	-14%
33. Riparazione e installazione di macchine e apparecchiature	0.31	0.45	46%	0.56	0.65	16%	0.89	1.53	71%
66. Attività ausiliarie dei servizi finanziari e delle attività assicurative	0.57	0.45	-22%	1.46	1.02	-30%	0.45	0.40	-11%
32. Altre industrie manifatturiere	0.38	0.44	16%	1.94	2.05	6%	0.41	0.40	-4%
63. Attività dei servizi d'informazione	0.77	0.43	-44%	0.26	0.39	48%	0.12	0.15	18%
64. Prestazione di servizi finanziari (ad esclusione di assicurazioni e fondi pensione)	0.41	0.42	3%	1.70	1.41	-17%	0.59	0.52	-11%
72. Ricerca scientifica e sviluppo	0.35	0.41	17%	0.48	0.47	-1%	0.73	0.61	-16%
28. Fabbricazione di macchinari e apparecchiature n.c.a.	0.42	0.40	-6%	0.58	0.49	-17%	0.44	0.61	39%
70. Attività di sedi centrali; consulenza gestionale	0.18	0.38	108%	0.40	0.44	8%	0.18	0.26	41%
10. Industrie alimentari	0.26	0.36	38%	0.70	0.69	-2%	0.57	0.61	5%
58. Attività editoriali	0.11	0.32	183%	0.73	0.69	-5%	0.29	0.50	75%
77. Attività di noleggio e leasing	0.67	0.32	-53%	0.70	0.55	-22%	0.35	0.33	-5%
17. Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	0.24	0.30	24%	0.57	0.57	0%	0.63	0.87	37%
62. Programmazione, consulenza informatica e attività connesse	0.21	0.26	25%	0.51	0.68	32%	0.28	0.38	35%
90. Attività creative, artistiche e d'intrattenimento	0.38	0.26	-33%	0.66	0.47	-29%	0.29	0.53	80%
82. Attività amministrative e di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese	0.43	0.25	-43%	0.43	0.56	31%	0.20	0.51	161%
14. Confezione di articoli di abbigliamento	0.24	0.25	1%	7.00	7.95	14%	0.25	0.27	9%
26. Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica	0.34	0.22	-36%	1.19	1.08	-9%	0.30	0.34	12%
60. Attività di programmazione e trasmissione	0.39	0.19	-50%	2.64	2.08	-21%	0.90	1.27	41%
27. Fabbricazione di apparecchiature elettriche	0.22	0.18	-16%	1.77	1.44	-19%	0.33	0.22	-32%
22. Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	0.18	0.15	-14%	0.84	0.71	-15%	0.25	0.08	-70%
13. Industrie tessili	0.06	0.08	40%	0.85	0.36	-58%	0.22	0.26	14%
30. Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	0.03	0.03	21%	0.96	0.66	-31%	0.12	0.04	-71%
29. Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	0.03	0.03	-8%	1.89	1.41	-25%	1.19	0.39	-67%
12. Industria del tabacco	0.00	0.02	+	0.81	0.59	-28%	0.00	0.00	0%
09. Attività dei servizi di supporto all'estrazione	0.00	0.00	0%	0.00	1.85		0.00	3.26	

Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

### *c.2 Indice di specializzazione e dimensione delle imprese*

L'indice di specializzazione ci permette di quantificare la concentrazione delle aziende (numero) che operano in un determinato settore all'interno del territorio regionale, rapportato allo stesso coefficiente calcolato su scala nazionale. Esprime quindi il grado di specializzazione economica del settore, ed è anch'esso utilizzato nella letteratura economica per indagare fenomeni di aggregazione e spill-over. Il valore di questo indice può discostarsi in maniera anche importate dal valore dell'indice di localizzazione, soprattutto nel caso in cui il settore considerato sia formato in maniera prevalente da piccole e medie imprese. La lettura del dato in se stesso non permette considerazioni sulla qualità del tessuto economico, ma piuttosto caratterizza la struttura economica del territorio. Vi sono, infatti, settori dove l'indice di specializzazione può indicare una certa dinamicità della struttura imprenditoriale, segnalando la presenza di esternalità produttive positive, ed altri settori dove la presenza di un alto numero di aziende di dimensioni ridotte può portare a livelli di efficienza (produttività) minori, a causa del ridotto ricorso a economie di scala competitive. La lettura di questi dati deve quindi essere fatta solamente in funzione descrittiva, nel senso stretto di elemento caratterizzante le diverse economie cantonali.

Il cantone Ticino presenta un numero piuttosto elevato, rispetto al dato aggregato nazionale, di aziende operanti nei settori finanziari e contabili (fiduciari), ristorazione e alloggio, costruzione di edifici, fabbricazione di prodotti farmaceutici, e nel settore delle attività estrattive. Anche il settore della ricerca presenta un numero di soggetti giuridici maggiori rispetto al dato nazionale, pur occupando una parte di lavoratori minore. Minore risulta invece il numero di aziende che si occupano di tematiche legate al territorio naturale (silvicoltura, industria del legno, etc.) e alla produzione di mobili, probabilmente a causa delle alte importazioni dalla vicina penisola (specializzata a livello mondiale in questo settore).

**Tabella 2.10: Indici di specializzazione per il cantone Ticino, censimento 2008 e 2001**

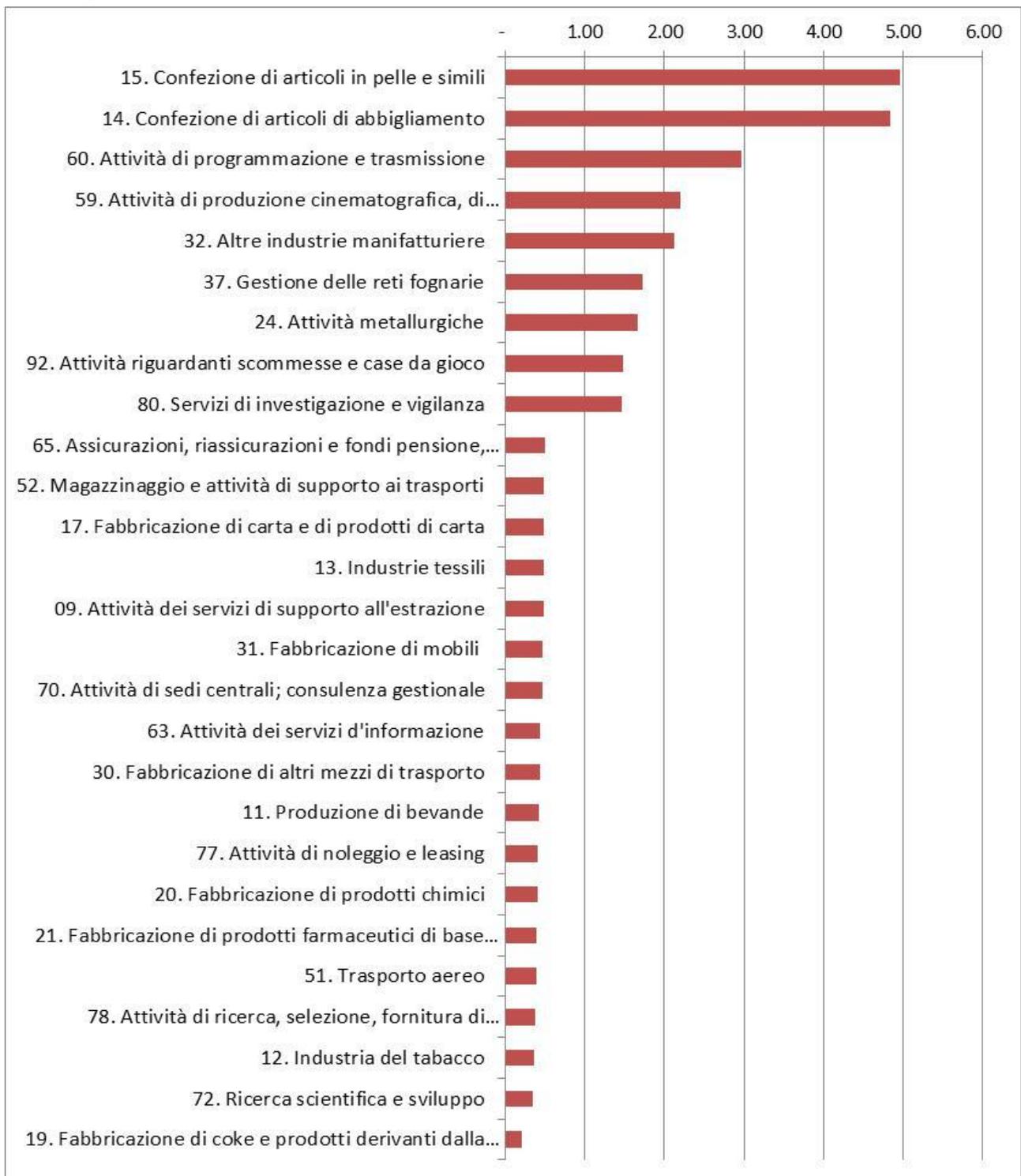
	Ticino	Ticino	Variatione %	Graubünden / Grigioni / Grischun	Graubünden / Grigioni / Grischun	Variatione %	Valais / Wallis	Valais / Wallis	Variatione %
	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008
09. Attività dei servizi di supporto all'estrazione	0.00	3.49	+	0.00	5.16	+	0.00	0.00	0%
92. Attività riguardanti scommesse e case da gioco	0.91	3.06	235%	0.61	1.29	111%	1.85	1.90	3%
21. Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	2.26	2.06	-9%	0.14	0.53	268%	0.65	0.78	19%
41. Costruzione di edifici	2.12	1.91	-10%	1.64	1.45	-12%	1.23	1.27	3%
08. Altre attività estrattive	2.11	1.86	-12%	3.15	2.75	-13%	1.44	1.26	-13%
52. Magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti	2.14	1.81	-16%	0.65	0.68	5%	0.59	0.53	-9%
11. Produzione di bevande	1.49	1.73	16%	1.28	1.47	15%	5.06	5.25	4%
69. Attività legali e contabilità	1.58	1.62	3%	0.79	0.83	4%	0.71	0.70	-1%
55. Servizi di alloggio	1.55	1.55	0%	4.10	4.64	13%	2.93	3.06	5%
12. Industria del tabacco	1.46	1.50	2%	0.00	0.00	0%	0.00	1.63	+
14. Confezione di articoli di abbigliamento	1.69	1.49	-12%	0.33	0.49	49%	0.46	0.56	22%
64. Prestazione di servizi finanziari (ad esclusione di assicurazioni e fondi pensione)	1.64	1.48	-10%	1.17	1.11	-5%	1.03	1.10	8%
84. Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria	1.39	1.47	6%	1.34	1.62	21%	0.94	1.04	10%
56. Attività di servizi di ristorazione	1.69	1.47	-13%	1.17	1.13	-4%	1.52	1.52	0%
46. Commercio all'ingrosso, escluso quello di autoveicoli e di motocicli	1.34	1.42	6%	0.51	0.56	11%	0.49	0.57	15%
19. Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	1.69	1.40	-17%	0.00	0.00	0%	3.41	1.52	-56%
72. Ricerca scientifica e sviluppo	1.18	1.25	6%	0.81	0.61	-24%	0.77	0.48	-37%
13. Industrie tessili	0.85	0.68	-21%	0.53	0.68	29%	0.15	0.37	138%
73. Pubblicità e ricerche di mercato	0.69	0.66	-4%	0.43	0.53	24%	0.25	0.36	42%
37. Gestione delle reti fognarie	0.77	0.65	-15%	2.24	2.53	13%	0.88	1.07	21%
16. Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero, esclusi i mobili; fabbricazione di articoli in paglia e	0.70	0.64	-8%	1.44	1.48	3%	1.16	1.31	12%
60. Attività di programmazione e trasmissione	1.35	0.64	-53%	1.40	1.88	34%	1.22	0.69	-43%
02. Silvicultura e utilizzo di aree forestali	0.52	0.63	21%	3.58	3.62	1%	0.71	0.90	28%
31. Fabbricazione di mobili	0.50	0.58	15%	0.92	0.94	2%	1.10	1.12	2%
78. Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale	0.45	0.43	-3%	0.28	0.24	-15%	0.59	0.56	-4%
01. Produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi	0.47	0.38	-19%	1.37	1.41	3%	1.69	1.59	-6%
05. Estrazione di carbone e lignite	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
06. Estrazione di petrolio greggio e di gas naturale	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%

Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

Confrontando poi l'indice di localizzazione con l'indice di specializzazione (tramite rapporto tra i due e divisione per il fattore costante  $k = \frac{\text{occupati ch}/\text{aziende ch}}{\text{aziende cantone}/\text{occupati cantone}}$ ) possiamo avere un'indicazione sulla dimensione delle aziende che operano nei settori considerati. In particolare, un indice maggiore di 1 indicherà la presenza di strutture aziendali mediamente più grandi (poiché garantiscono una maggiore occupazione) rispetto alla media nazionale. Discorso inverso nel caso l'indice assuma valori minori di 1.

Per il canton Ticino, possiamo quindi osservare la presenza di aziende maggiormente strutturate (circa 5 volte il dato nazionale) nel settore dell'abbigliamento (confezionamento), nelle attività di programmazione e trasmissione televisiva e cinematografica, nelle industrie manifatturiere e attività metallurgiche, nelle attività ludiche delle case da gioco e nelle attività di sorveglianza e investigazione. Dimensioni aziendali inferiori al dato nazionale (circa la metà) sono invece registrate nei settori della produzione farmaceutica e chimica, delle attività di ricerca, nelle attività di magazzinaggio, nelle attività di consulenza gestionale delle sedi centrali (centri direzionali), nel settore tessile e nei servizi di informazione.

**Grafico 2.31: Struttura dimensionale delle aziende del cantone Ticino rispetto all'aggregato elvetico, censimento 2008**



Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

Il cantone dei Grigioni presenta una distribuzione settoriale classificata tramite quoziente di specializzazione sostanzialmente simile alla distribuzione individuata dal quoziente localizzativo. La struttura economia è caratterizzata da un alto numero di industrie nel ramo dei servizi ricettivi e di sfruttamento/valorizzazione del territorio. Sono sotto ponderati molti settori del terziario e secondario.

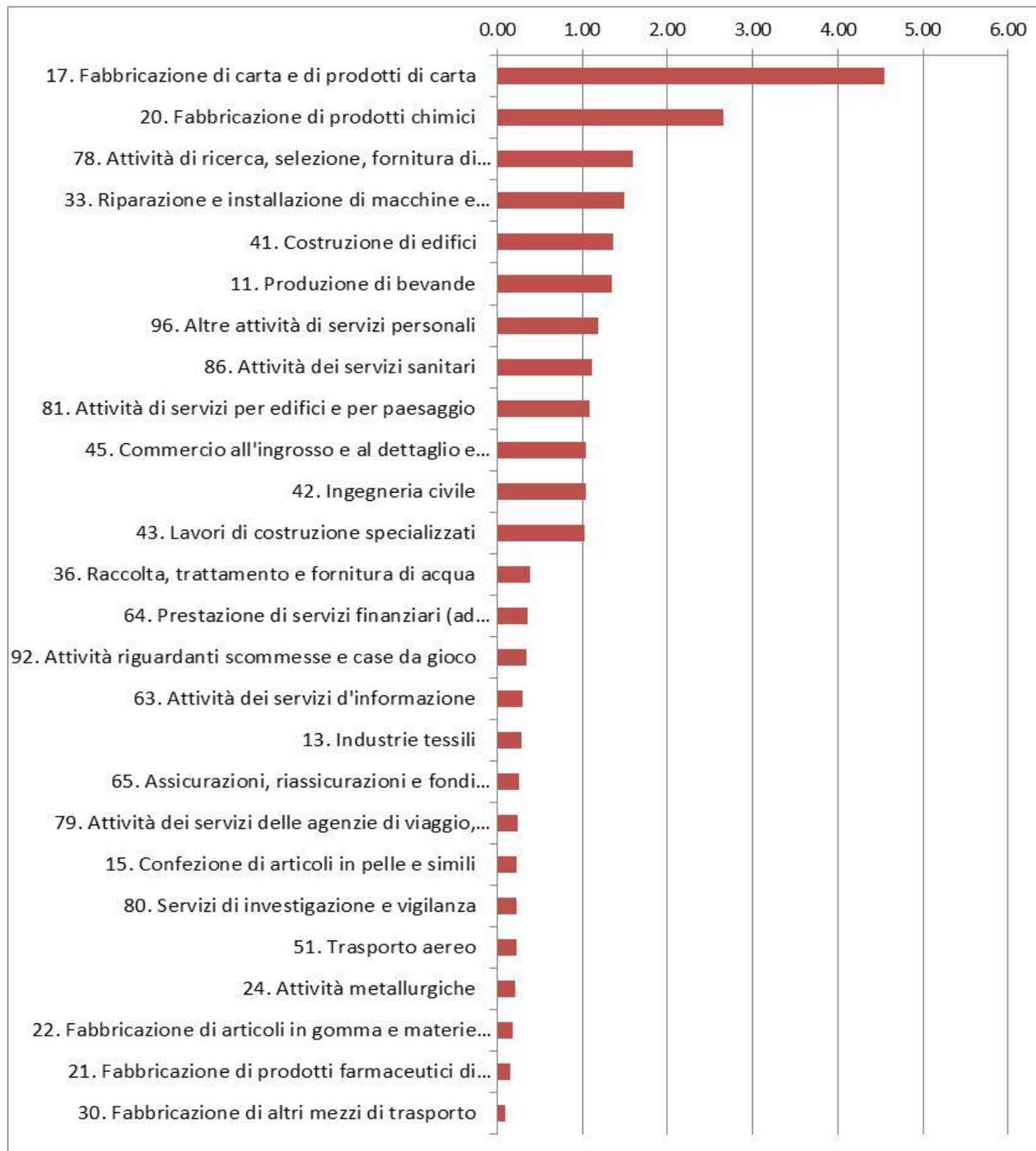
**Tabella 2.11 Indici di specializzazione per il cantone Grigioni, censimento 2008 e 2001**

	Graubünden / Grigioni / Grischun	Graubünden / Grigioni / Grischun	Variazione %	Ticino	Ticino	Variazione %	Valais / Wallis	Valais / Wallis	Variazione %
	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008
09. Attività dei servizi di supporto all'estrazione	0.00	5.16	+	0.00	3.49	+	0.00	0.00	0%
55. Servizi di alloggio	4.10	4.64	13%	1.55	1.55	0%	2.93	3.06	5%
02. Silvicultura e utilizzo di aree forestali	3.58	3.62	1%	0.52	0.63	21%	0.71	0.90	28%
08. Altre attività estrattive	3.15	2.75	-13%	2.11	1.86	-12%	1.44	1.26	-13%
37. Gestione delle reti fognarie	2.24	2.53	13%	0.77	0.65	-15%	0.88	1.07	21%
35. Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	2.18	2.25	3%	1.36	1.32	-3%	2.26	1.94	-14%
60. Attività di programmazione e trasmissione	1.40	1.88	34%	1.35	0.64	-53%	1.22	0.69	-43%
53. Servizi postali e attività di corriere	1.70	1.70	0%	1.40	1.35	-4%	1.04	1.21	16%
84. Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria	1.34	1.62	21%	1.39	1.47	6%	0.94	1.04	10%
65. Assicurazioni, riassicurazioni e fondi pensione, escluse le assicurazioni sociali obbligatorie	1.27	1.54	21%	1.03	1.19	16%	1.02	1.19	16%
42. Ingegneria civile	1.81	1.54	-15%	1.18	1.04	-12%	1.09	1.02	-6%
16. Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero, esclusi i mobili; fabbricazione di articoli in paglia e	1.44	1.48	3%	0.70	0.64	-8%	1.16	1.31	12%
14. Confezione di articoli di abbigliamento	0.33	0.49	49%	1.69	1.49	-12%	0.46	0.56	22%
74. Altre attività professionali, scientifiche e tecniche	0.53	0.47	-11%	0.92	0.79	-14%	0.49	0.51	4%
24. Attività metallurgiche	0.19	0.43	133%	1.32	1.25	-5%	0.70	0.88	25%
20. Fabbricazione di prodotti chimici	0.28	0.41	47%	0.93	0.93	0%	0.57	0.70	23%
62. Programmazione, consulenza informatica e attività connesse	0.34	0.39	15%	0.48	0.71	49%	0.24	0.36	49%
59. Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni	0.24	0.38	61%	1.18	1.04	-12%	0.59	0.50	-15%
63. Attività dei servizi d'informazione	0.25	0.36	46%	0.42	0.81	92%	0.33	0.46	39%
70. Attività di sedi centrali; consulenza gestionale	0.40	0.35	-12%	0.65	0.84	29%	0.17	0.25	47%
27. Fabbricazione di apparecchiature elettriche	0.44	0.34	-23%	1.23	1.07	-14%	0.48	0.60	26%
22. Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	0.46	0.31	-34%	0.81	0.73	-11%	0.45	0.48	6%
29. Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	0.26	0.30	16%	0.96	1.11	15%	0.19	0.11	-44%
30. Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	0.13	0.27	108%	1.95	1.37	-30%	0.10	0.40	303%
26. Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica	0.23	0.26	14%	0.84	0.94	12%	0.23	0.30	29%
78. Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale	0.28	0.24	-15%	0.45	0.43	-3%	0.59	0.56	-4%
17. Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	0.12	0.14	22%	1.15	1.08	-7%	0.18	0.32	78%
05. Estrazione di carbone e lignite	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
06. Estrazione di petrolio greggio e di gas naturale	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%

Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

Con riferimento al profilo dimensionale delle aziende operanti all'interno del cantone Grigioni, si segnalano profili dimensionali particolari per il settore della fabbricazione di carta, di prodotti chimici e della ricerca e selezione del personale (classe 20) che presentano valori dimensionali maggiori rispetto all'aggregato nazionale. Molti settori del terziario e qualcuno del secondario (abbigliamento, farmaceutico) presentano invece valori dimensionali inferiori.

**Grafico 2.32: Struttura dimensionale delle aziende del cantone Grigioni rispetto all'aggregato elvetico, censimento 2008**



Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

Con riferimento al cantone Vallese, i quozienti di specializzazione presentano una concentrazione piuttosto marcata nei settori della produzione di bevande, ricettivi (alloggio e ristorazione) e produzione di energie elettrica. Di fatto, questi tre settori rappresentano la maggior parte dell'economia Vallese (produzione di vini, turismo e produttore di circa un quarto dell'elettricità elvetica).

**Tabella 2.12: Indici di specializzazione per il cantone Vallese, censimento 2008 e 2001**

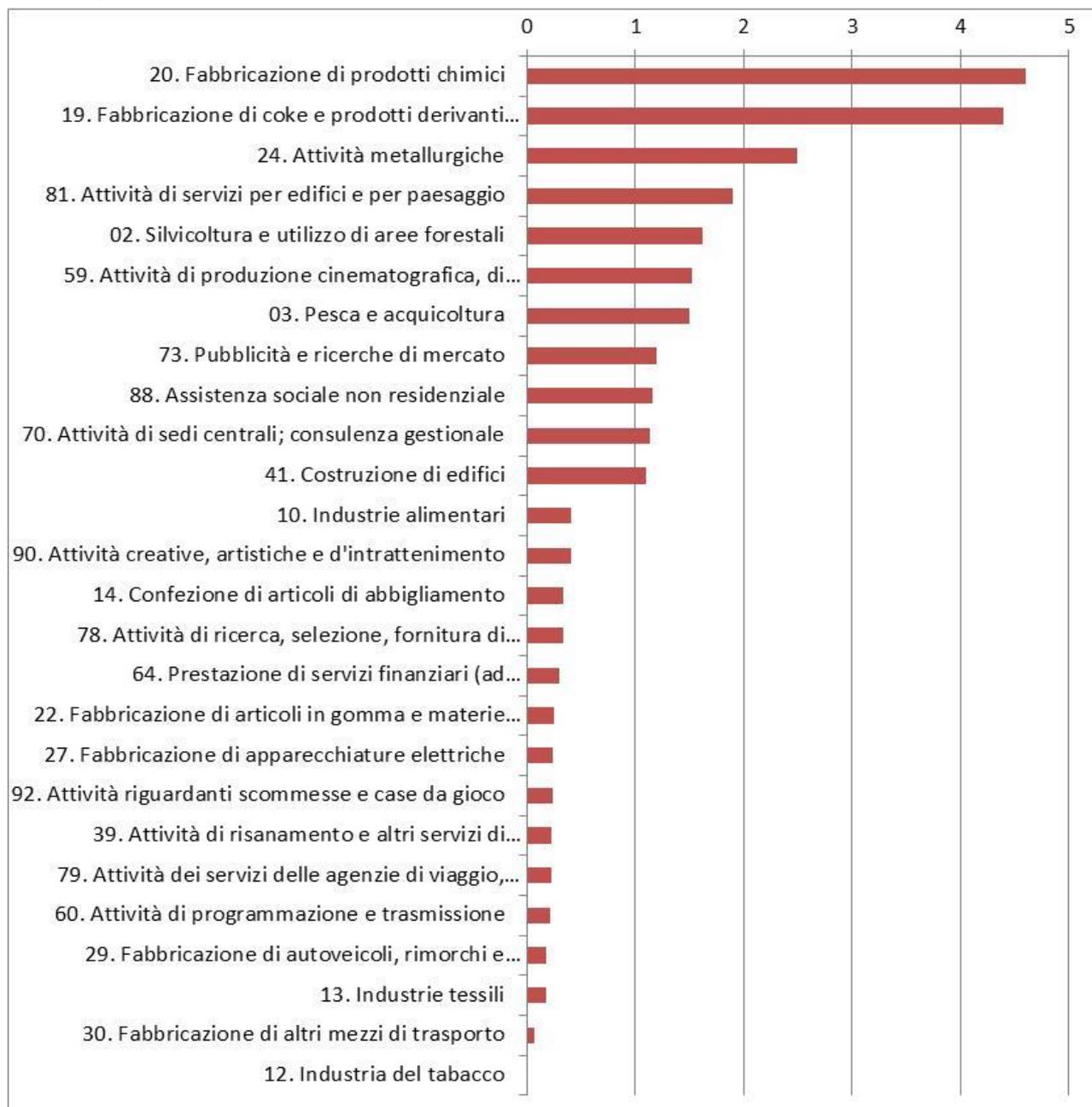
	Valais / Wallis	Valais / Wallis	Variazione %	Graubünd en / Grigioni / Grischun	Graubünd en / Grigioni / Grischun	Variazione %	Ticino	Ticino	Variazione %
	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008	2001	2008	2001-2008
11. Produzione di bevande	5.06	5.25	4%	1.28	1.47	15%	1.49	1.73	16%
55. Servizi di alloggio	2.93	3.06	5%	4.10	4.64	13%	1.55	1.55	0%
39. Attività di risanamento e altri servizi di gestione dei rifiuti	0.00	2.28	+	0.00	0.00	0%	0.00	1.05	+
35. Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	2.26	1.94	-14%	2.18	2.25	3%	1.36	1.32	-3%
92. Attività riguardanti scommesse e case da gioco	1.85	1.90	3%	0.61	1.29	111%	0.91	3.06	235%
12. Industria del tabacco	0.00	1.63	+	0.00	0.00	0%	1.46	1.50	2%
01. Produzioni vegetali e animali, caccia e servizi connessi	1.69	1.59	-6%	1.37	1.41	3%	0.47	0.38	-19%
19. Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	3.41	1.52	-56%	0.00	0.00	0%	1.69	1.40	-17%
56. Attività di servizi di ristorazione	1.52	1.52	0%	1.17	1.13	-4%	1.69	1.47	-13%
59. Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni	0.59	0.50	-15%	0.24	0.38	61%	1.18	1.04	-12%
90. Attività creative, artistiche e d'intrattenimento	0.62	0.49	-21%	0.51	0.70	38%	0.84	0.74	-11%
72. Ricerca scientifica e sviluppo	0.77	0.48	-37%	0.81	0.61	-24%	1.18	1.25	6%
22. Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	0.45	0.48	6%	0.46	0.31	-34%	0.81	0.73	-11%
63. Attività dei servizi d'informazione	0.33	0.46	39%	0.25	0.36	46%	0.42	0.81	92%
58. Attività editoriali	0.27	0.43	58%	0.59	0.65	11%	0.87	0.79	-9%
66. Attività ausiliarie dei servizi finanziari e delle attività assicurative	0.43	0.43	-1%	0.53	0.51	-4%	1.62	1.22	-25%
82. Attività amministrative e di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di	0.41	0.41	-1%	0.55	0.53	-3%	0.55	0.74	34%
28. Fabbricazione di macchinari e apparecchiature n.c.a.	0.44	0.40	-9%	0.49	0.60	21%	0.82	0.73	-11%
30. Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	0.10	0.40	303%	0.13	0.27	108%	1.95	1.37	-30%
13. Industrie tessili	0.15	0.37	138%	0.53	0.68	29%	0.85	0.68	-21%
73. Pubblicità e ricerche di mercato	0.25	0.36	42%	0.43	0.53	24%	0.69	0.66	-4%
62. Programmazione, consulenza informatica e attività connesse	0.24	0.36	49%	0.34	0.39	15%	0.48	0.71	49%
17. Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	0.18	0.32	78%	0.12	0.14	22%	1.15	1.08	-7%
26. Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica	0.23	0.30	29%	0.23	0.26	14%	0.84	0.94	12%
70. Attività di sedi centrali; consulenza gestionale	0.17	0.25	47%	0.40	0.35	-12%	0.65	0.84	29%
29. Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	0.19	0.11	-44%	0.26	0.30	16%	0.96	1.11	15%
05. Estrazione di carbone e lignite	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%
06. Estrazione di petrolio greggio e di gas naturale	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%	0.00	0.00	0%

Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

Si registra poi un peso inferiore per la maggior parte dei settori secondari e terziari.

In relazione al profilo medio dimensionale delle imprese, possiamo segnalare come il settore chimico, metallurgico e della raffinazione (coke) presentino valori dimensionali superiori all'aggregato elvetico. Stesse caratteristiche, seppur quantitativamente inferiori, per i settori legati all'utilizzo a valorizzazione del territorio (silvicoltura e acquicoltura). Valori dimensionali ridotti riguardano invece molti dei settori del secondario e terziario.

**Grafico 2.33: Struttura dimensionale delle aziende del cantone Vallese rispetto all'aggregato elvetico, censimento 2008**



Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT

#### **d. Le variazioni potenziali: Expo 2015, il contesto quantitativo.**

Considerando che l'area Elvetica e dei cantoni di frontiera sembra non costituire un territorio economicamente omogeneo con la vicina Lombardia, bisognerà attuare politiche attive per sfruttare le potenzialità offerte dall'evento. Nel caso si fosse riscontrata una forte omogeneità economica tra i due territori, ci si sarebbe potuto aspettare un aumento "passivo" dell'attività economica derivante dall'aumento del vincolo di spesa nei territori lombardi. Non è escluso tuttavia che studi più dettagliati dimostrino la presenza di spillover e consolidate relazioni intra frontaliere in alcuni settori economici.

Considerando tuttavia un certo grado di eterogeneità nei due territori, lo studio sul possibile impatto risente principalmente della capacità del sistema nazionale e cantonale di attivare investimenti pubblici e privati. Tali investimenti potranno produrre effetti diretti e indiretti, transitori o durevoli secondo il progetto realizzato. E' indubbio che l'apertura di un canale navigabile tra Milano e Locarno, o il miglioramento delle infrastrutture turistiche possano produrre effetti durevoli per l'economia Svizzera e Ticinese. Anche il miglioramento dei collegamenti con Milano potrebbe portare a un maggior tasso di utilizzo delle strutture alberghiere durante il periodo delle manifestazioni fieristiche. Allo stesso modo la promozione delle imprese svizzere all'estero può portare benefici diretti (in termini di maggior fatturato) e indiretti durevoli. La capacità di creare reti di imprese e di sviluppare contatti attraverso un network da la possibilità di approcciarsi a mercati altrimenti non avvicinabili oltre che a contribuire a reindirizzare una parte della domanda potendo garantire un'offerta quantitativamente maggiore e qualitativamente differenziata. Possiamo quindi affermare che la quantificazione economica degli effetti derivanti da Expo 2015 dipende per la quasi totalità dalle politiche economiche e dagli investimenti che saranno effettuati nei prossimi anni.

Si è quindi deciso di procedere calcolando i moltiplicatori economici nazionali e cantonali secondo le tabelle input-output rilevate dall'UST per l'anno 2008 e analizzare tramite un gravity model le variazioni dei flussi commerciali nei paesi che ospitano esposizioni universali (Expo) ed esposizioni internazionali.

Il calcolo dei moltiplicatori permette di avere un'indicazione approssimata degli effetti dei nuovi investimenti (pur nei limiti strutturali del modello già copiosamente illustrati dalla letteratura) sulle grandezze economiche cantonali e nazionali. Il modello gravitazionale permette invece di indagare gli effetti delle esposizioni universali e internazionali sulle importazioni ed esportazioni di un paese. Questo permette di descrivere le modificazioni che avvengono nei rapporti commerciali bilaterali tra due paesi in seguito allo svolgimento di esposizioni universali. Ovviamente, nel caso si possa

ravvisare un effetto positivo nel livello di importazioni, ci si potrebbe attendere un simile effetto (aumento esportazioni) verso il territorio italiano in virtù di Expo 2015.

#### *d.1 I moltiplicatori nazionali*

I moltiplicatori esprimono la variazione dell'economia aggregata a seguito di un'unità aggiuntiva di consumo (o investimento) in un determinato settore. Per il calcolo di questi moltiplicatori è stata presa come riferimento la tabella input-output 2008 pubblicata dall'UST. Tale tabella rappresenta l'ultimo rilievo disponibile per l'economia elvetica. Per utilizzare questa tabella su scala regionale, si è reso necessario riclassificare alcune voci. La tabella input-output nazionale del 2008 è, infatti, calcolata utilizzando la vecchia classificazione Noga 2002. I dati più recenti utilizzano invece la classificazione Noga 2008, diventata standard operativo dall'anno 2008. Questa nuova classificazione è compatibile fino a 2 digit (specificazione a circa 90 classi di attività) con la classificazione Nace adottata come standard dai paesi europei. Per il calcolo dei coefficienti regionali, si è reso quindi necessario uniformare le due diverse classificazioni (Noga 2002 e Noga 2008). Questo in quanto nel processo di trasformazione da matrice nazionale a matrice regionale, si sono dovuti utilizzare gli unici dati disponibili a livello locale (i dati occupazionali risultanti dal censimento 2008) che seguivano la classificazione Noga 2008. A seguito di un confronto con un addetto dell'Ust, si è quindi deciso di riclassificare i dati occupazionali secondo il vecchio standard Noga 2002, al fine di renderli utilizzabili con la matrice nazionale. Si è deciso questo approccio, poiché non era possibile riclassificare i dati della matrice Input-Output (Noga 2002) secondo il nuovo standard (Noga 2008) in quanto non era possibile ricostruire gli scambi intersettoriali con la nuova classificazione. La stessa Ust ha sconsigliato di procedere in tal senso.

Il calcolo dei moltiplicatori regionali è avvenuto secondo il classico calcolo della matrice inversa, così come specificato da Leontief (il tema è trattato esaurientemente in letteratura). La matrice regionale è invece stata calcolata secondo l'approccio SLQ (Simple Location Quotient) e CILQ (Cross Industry Location Quotient) analizzati e utilizzati da Richardson (1972), Mayer and Pleeter (1975), Round (1978), Miller e Blair (1995) Flegg et al (1995). Nel seguito le specifiche tecniche.

I moltiplicatori nazionali sono stati calcolati utilizzando direttamente la tabella Input-Output 2008 fornita dall'Ust. Il moltiplicatore esprime l'effetto sull'aggregato economico per ogni unità aggiuntiva di spesa in un determinato settore. La teoria che sta alla base di quest'approccio metodologico risiede nel fatto che per creare un'unità aggiuntiva di un prodotto sono utilizzati una determinata serie di elementi (beni) intermedi nelle quantità individuate dalla matrice tecnologica, che esprime la funzione di produzione lineare del settore. I limiti/ipotesi di questo modello sono abbastanza ovvi. Le relazioni tra settori

sono assunte statiche e lineari, la curva di produzione è perfettamente elastica, non esistono fenomeni di sostituzione né riserve di risorse. Un'evoluzione per rimuovere questi vincoli/allentare le ipotesi alla base del modello è rappresentata dallo sviluppo di un Computable General Equilibrium Model (CGE), che considera le curve di domanda e offerta. L'utilizzo di questo modello richiede però tempistiche e soluzioni di complessità di un certo grado non compatibili con la durata del presente mandato. Nel nostro caso, il calcolo dei moltiplicatori è lo strumento più indicato per fornirci una stima approssimativa degli effetti di nuovi investimenti in determinati settori.

I moltiplicatori si ottengono dalla soluzione della seguente equazione:

$$X_i = \sum_{j=1}^n x_{ij} + F_i$$

ovvero

$$X_i = \sum_{j=1}^n a_{ij}X_j + F_i$$

dove  $X_i$  rappresenta la produzione totale,  $a_{ij}X_j$  la produzione intermedia (con  $a_{ij}$  che rappresenta la matrice tecnologica ovvero la funzione di produzione) e  $F_i$  la domanda finale del bene. In termini matriciali avremo quindi:

$\mathbf{F} = \mathbf{X} - \mathbf{AX}$  dove  $\mathbf{AX}$  è la produzione intermedia e  $\mathbf{A}$  la matrice tecnologica/di produzione. Risolvendo l'equazione per  $\mathbf{X}$  avremo  $\mathbf{X} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}\mathbf{F}$ , dove  $(\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}$  rappresenta il moltiplicatore leontieviano e fornisce una stima numerica dell'impatto sulla produzione derivante da una variazione unitaria della domanda finale.

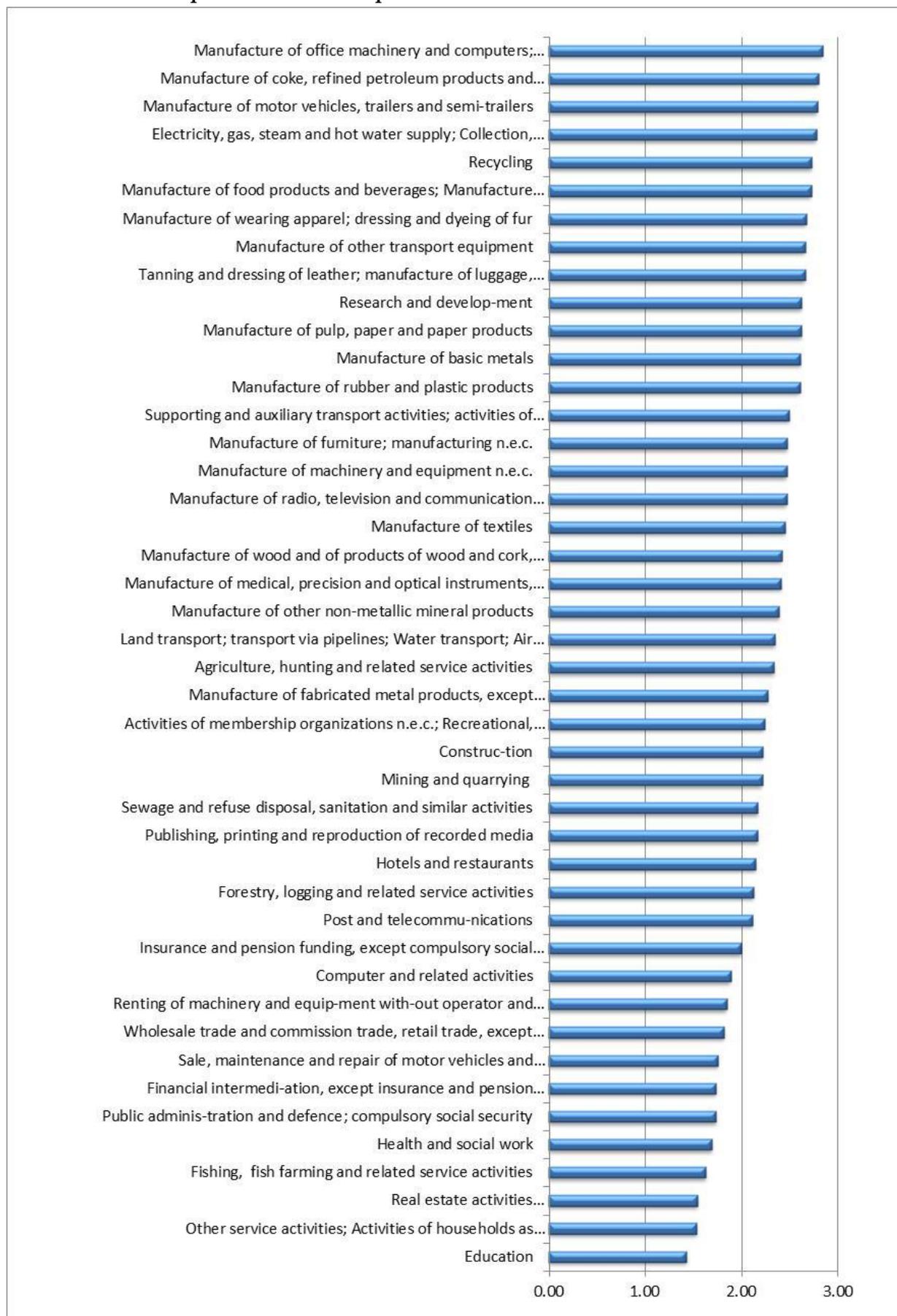
Tralasciando le tabelle di calcolo che alleghiamo in appendice, possiamo quindi individuare i seguenti moltiplicatori nazionali.

**Tabella 2.13: Moltiplicatori nazionali per classi di attività**

NOGA	INPUT OF INDUSTRIES	MOLTIPLICATORE	NOGA	INPUT OF INDUSTRIES	MOLTIPLICATORE
01	Agriculture, hunting and related service activities	<b>2.34</b>	36	Manufacture of furniture; manufacturing n.e.c.	<b>2.47</b>
02	Forestry, logging and related service activities	<b>2.12</b>	37	Recycling	<b>2.73</b>
05	Fishing, fish farming and related service activities	<b>1.63</b>	40-41	Electricity, gas, steam and hot water supply; Collection, purification and distribution of water	<b>2.77</b>
10-14	Mining and quarrying	<b>2.22</b>	45	Construction	<b>2.22</b>
15-16	Manufacture of food products and beverages; Manufacture of tobacco products	<b>2.73</b>	50	Sale, maintenance and repair of motor vehicles and motorcycles; retail sale of automotive fuel	<b>1.76</b>
17	Manufacture of textiles	<b>2.45</b>	51-52	Wholesale trade and commission trade, retail trade, except of motor vehicles and motorcycles; repair of personal goods	<b>1.82</b>
18	Manufacture of wearing apparel; dressing and dyeing of fur	<b>2.67</b>	55	Hotels and restaurants	<b>2.15</b>
19	Tanning and dressing of leather; manufacture of luggage, handbags, saddlery, harness and footwear	<b>2.66</b>	60-62	Land transport; transport via pipelines; Water transport; Air transport	<b>2.35</b>
20	Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials	<b>2.42</b>	63	Supporting and auxiliary transport activities; activities of travel agencies	<b>2.50</b>
21	Manufacture of pulp, paper and paper products	<b>2.62</b>	64	Post and telecommunications	<b>2.12</b>
22	Publishing, printing and reproduction of recorded media	<b>2.17</b>	65	Financial intermediation, except insurance and pension funding (includes also part of NOGA 67)	<b>1.73</b>
23-24	Manufacture of coke, refined petroleum products and nuclear fuel; Manufacture of chemicals and chemical products	<b>2.80</b>	66	Insurance and pension funding, except compulsory social security (includes also part of NOGA 67)	<b>2.00</b>
25	Manufacture of rubber and plastic products	<b>2.60</b>	70, 97	Real estate activities (incl. private households)	<b>1.54</b>
26	Manufacture of other non-metallic mineral products	<b>2.39</b>	71, 74	Renting of machinery and equipment without operator and of personal and household goods; Other business activities	<b>1.84</b>
27	Manufacture of basic metals	<b>2.61</b>	72	Computer and related activities	<b>1.89</b>
28	Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment	<b>2.27</b>	73	Research and development	<b>2.62</b>
29	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	<b>2.47</b>	75	Public administration and defence; compulsory social security	<b>1.73</b>
30-31	Manufacture of office machinery and computers; Manufacture of electrical machinery and apparatus n.e.c.	<b>2.84</b>	80	Education	<b>1.43</b>
32	Manufacture of radio, television and communication equipment and apparatus	<b>2.47</b>	85	Health and social work	<b>1.70</b>
33	Manufacture of medical, precision and optical instruments, watches and clocks	<b>2.41</b>	90	Sewage and refuse disposal, sanitation and similar activities	<b>2.17</b>
34	Manufacture of motor vehicles, trailers and semi-trailers	<b>2.79</b>	91-92	Activities of membership organizations n.e.c.; Recreational, cultural and sporting activities	<b>2.24</b>
35	Manufacture of other transport equipment	<b>2.66</b>	93-95	Other service activities; Activities of households as employers of domestic staff	<b>1.53</b>

Fonte: elaborazioni dati IRE su dati USTAT, tabella input-output 2008

Grafico 2.34: Moltiplicatori nazionali per classi di attività



Fonte: elaborazioni IRE su dati USTAT, tabella input-output 2008

Possiamo vedere come la maggior parte dei settori che dovrebbero essere interessati direttamente (perché legati direttamente al tema o allo svolgimento della manifestazione, come per esempio food & beverage ed electricity o ai servizi come i trasporti) o indirettamente (possibilità di sfruttare l'interesse mediatico dell'evento) a Expo 2015 presentino dei valori elevati nel moltiplicatore. Questa prima analisi fornisce una stima potenziale (pur nei limiti precedentemente citati del modello di Leontief) degli impatti possibili per l'area elvetica che deriverebbero dallo sfruttare le potenzialità offerte da Expo 2015.

#### *d.2 I moltiplicatori regionali*

La stima dei moltiplicatori regionali o locali presenta una certa complessità metodologica. In assenza di rilevazioni dirette degli scambi che avvengono all'interno di una regione, è necessario procedere ad alcune assunzioni sul grado di omogeneità del territorio nazionale (funzione di linea di produzione omogenea) e individuare delle grandezze relative che possano aiutare a procedere a rettifiche di valore della tabella input-output nazionale sulla base della particolare struttura economica della regione considerata.

Le metodologie sviluppate permettono di rettificare il dato nazionale sulla base dei valori assunti da indici regionali relativi. Gli indici generalmente più utilizzati sono il GVA (Gross Value Added) settoriale, e i livelli occupazionali. Per il presente lavoro, si è utilizzato il dato occupazionale, in quanto unico valore disponibile compatibile con la suddivisione Noga 2002 della tabella input-output nazionale. La produttività regionale Ticinese in media non si discosta in maniera rilevante dal livello di produttività nazionale, ad eccezione di alcuni settori che presentano differenze maggiori.

Come anticipato, le metodologie utilizzate per calcolare i moltiplicatori regionali sono state quelle del SLQ (Simple Location Quotient) e CILQ (Cross Index Location Quotient). Esistono anche altre tipologie più evolute per il calcolo dei coefficienti regionali, tra i quali il FLQ (Flegg Location Quotient) e AFLQ (Augmented Flegg Location Quotient), che producono risultati meno sovra-stimati e più accurati rispetto allo SLQ e CILQ ma il loro calcolo richiede la stima di un parametro esponenziale  $\delta$ , compreso tra 0 e 1, che minimizzi la differenza tra il valore stimato e il valore reale. Il valore ottimale di questo parametro non è sempre definito, anche se alcuni studi per le regioni Finlandesi (Flegg e Tohmo, 2008) e Scozzesi (Flegg e Webber, 2000) hanno trovato dei valori ottimali compresi tra 0.15 e 0.20, altri studi (Flegg and Weber, 1997, Thomo, 2004 e Bonfiglio, 2009) hanno invece mostrato un valore ottimale di 0.3 quando utilizzato solamente per il calcolo del FLQ (valori ottimali invece compresi tra 0.3 e 0.4 se utilizzati per stimare l'AFLQ). Altre ricerche sulla realtà scozzese (Flegg e Webber,

2000) hanno mostrato come le stime fornite dall'utilizzo dell'AFLQ non portino risultati più accurati rispetto al FLQ. L'unica differenza tra queste due impostazioni risiede nel fatto che l'AFQL considera anche eventuali specializzazioni industriali della regione.

Per chiarezza, algebricamente avremo:

$$AFLQ_{ij} = \begin{cases} FLQ_{ij} \times [\log_2(1 + SLQ_j)] & \text{for } SLQ_j > 1 \\ FLQ_{ij} & \text{for } SLQ_j \leq 1 \end{cases}$$

Il quoziente AFLQ differisce quindi dal quoziente FLQ solo nel caso l'industria considerata risulti sovra-sviluppata nella regione rispetto al valore nazionale.

Per comprendere le difficoltà legate alla stima del fattore  $\delta$  riportiamo anche l'espressione algebrica della costruzione del FLQ.

$$FLQ_{ij} = \frac{E_i^R/E_j^R}{E_i^N/E_j^N} \cdot \lambda = CILQ_{ij} \cdot \lambda \quad \lambda = \left[ \log_2 \left( 1 + \frac{\sum E_i^R}{\sum E_i^N} \right) \right]^\delta$$

con  $\delta$  e  $\lambda$  compresi tra 0 e 1.

Da un punto di vista teorico lo sviluppo del modello FLQ/AFLQ si è basato sul fatto che gli SLQ e CILQ non considerano congiuntamente la dimensione del supplying sector, del purchasing sector e la dimensione della regione (che si presuppone sia inversamente collegata alle importazioni regionali). Il FLQ considera invece congiuntamente i tre aspetti, con il valore di  $\delta$  che esprime il peso del parametro espressione della dimensione della regione. A questa impostazione sono state rivolte alcune critiche, considerate nel successivo sviluppo del modello AFLQ. Tralasciando le altre valutazioni di carattere applicativo e teorico di questi modelli, passiamo ora a illustrare brevemente le modalità di calcolo dello SLQ e CILQ. Non si è potuto procedere al calcolo del FLQ e AFLQ viste le tempistiche e le difficoltà di rilevazione dei dati necessari.

### Simple Location Quotient (SLQ)

Lo SLQ per una regione R è definito come (Miller e Blair, 1995):

$$a_{ij}^{RR} = LQ_i^R(a_{ij}^N)$$

dove  $a_{ij}^{RR}$  è il coefficiente tecnico regionale,  $LQ_i^R$  è il quoziente localizzativo che esprime l'importanza relativa del settore i nell'economia regionale rispetto all'economia nazionale,

mentre  $a_{ij}^N$  è il coefficiente tecnologico nazionale (ovvero la quantità del prodotto  $j$  che è necessario utilizzare per sviluppare un'unità di prodotto  $i$ ). LQ, nel caso l'output regionale non sia disponibile può essere approssimato dai dati sull'occupazione, sul personal income earned, sul valore aggiunto, ecc. Nella nostra analisi, come già dichiarato, sono stati utilizzati i dati occupazionali. Il valore di LQ per la regione R sarà quindi definito come:

$$LQ_i = \left[ \frac{E_i^R / E^R}{E_i^N / E^N} \right]$$

dove  $E_i^R$  e  $E^R$  rappresentano gli occupati del settore  $i$  nella regione R e gli occupati totali nella regione R, mentre  $E_i^N$  e  $E^N$  sono gli occupati nel settore  $i$  a livello nazionale e il numero totale degli occupati nel territorio nazionale. Se  $LQ_i$  è maggiore di 1 vorrà dire che tale settore è concentrato all'interno della regione, e il coefficiente tecnologico sarà quindi pari a quello nazionale. Se invece il valore di  $LQ_i$  è minore di 1, la regione sarà meno capace di soddisfare la domanda per quell'output di bene e dovrà quindi importare tale bene da altre regioni. Il coefficiente tecnologico dovrà quindi essere rettificato moltiplicando il valore nazionale per il quoziente localizzativo (LQ). Nel seguito la formulazione algebrica di quanto appena esposto:

$$a_{ij}^{RR} = \begin{cases} a_{ij}^N(LQ_i^R), & \text{if } LQ_i^R < 1 \\ a_{ij}^N, & \text{if } LQ_i^R \geq 1 \end{cases}$$

### Cross Industry Location Quotient (CILQ)

Una variante dello SLQ è il Cross Industry Location Quotient, superiore per efficacia rispetto al semplice SLQ (Flegg et al., 1995). Lo sviluppo di tale quoziente nasce dal fatto che lo SLQ presuppone che la differenza tra i coefficienti regionali e nazionali sia sempre la stessa, in quanto non considera i settori ai quali gli altri settori vendono i propri output. Quest'assunto non tiene conto della dimensione relativa dei settori che forniscono gli input e dei settori che utilizzano questi input.

Algebricamente è definito come:

$$CILQ = \frac{SLQ_i}{SLQ_j} = \frac{E_i^R / E_i^N}{E_j^R / E_j^N} \quad \text{e} \quad a_{ij}^{RR} = \begin{cases} a_{ij}^N(CILQ_{ij}^R), & \text{if } CILQ_{ij}^R < 1 \\ a_{ij}^N, & \text{if } CILQ_{ij}^R \geq 1 \end{cases}$$

E' possibile leggere questa equazione allo stesso modo della precedente. Quando il settore che fornisce il bene è relativamente piccolo rispetto al settore che richiede il bene ( $CILQ < 1$ ) sarà necessario moltiplicare il coefficiente tecnologico nazionale per il fattore riduttivo CILQ. Un inconveniente nell'utilizzo di questo quoziente è che quando il settore  $i$  e  $j$  coincidono ( $i = j$ ) il CILQ sarà pari a uno. Flegg et al. (1995) hanno perciò suggerito di sostituire in questi casi il valore del CILQ con il valore dello SLQ, essendo questo approccio maggiormente corretto da un punto di vista metodologico (il CILQ ignora la dimensione dell'industria locale). In termini matriciali dovremo perciò sostituire la diagonale principale con i valori risultanti dallo SQL.

Anche in questo caso riportiamo solo i valori finali dei moltiplicatori. Le matrici di calcolo intermedie sono disponibili in allegato.

E' possibile sin da ora osservare, soprattutto nel grafico, come i valori dei moltiplicatori varino in funzione della struttura economica regionale quando confrontati con le grandezze nazionali. Possiamo inoltre notare come le tematiche relative a Expo (food & beverage, trasporti, ecc.) mantengano anche a livello regionale un valore elevato.

**Tabella 2.14: Moltiplicatori Nazionali e Regionali**

NOGA	INPUT OF INDUSTRIES	MOLTIPLICATORE CH	MOLTIPLICATORE REGIONALE TI (SQL)	MOLTIPLICATORE REGIONALE TI (CILQ)
01	Agriculture, hunting and related service activities	2.34	1.73	1.89
02	Forestry, logging and related service activities	2.12	1.70	1.72
05	Fishing, fish farming and related service activities	1.63	1.42	1.50
10-14	Mining and quarrying	2.22	1.96	1.48
15-16	Manufacture of food products and beverages; Manufacture of tobacco products	2.73	1.95	2.12
17	Manufacture of textiles	2.45	1.88	2.01
18	Manufacture of wearing apparel; dressing and dyeing of fur	2.67	2.15	1.31
19	Tanning and dressing of leather; manufacture of luggage, handbags, saddlery, harness and footwear	2.66	2.21	1.55
20	Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials	2.42	1.78	1.83
21	Manufacture of pulp, paper and paper products	2.62	1.95	2.16
22	Publishing, printing and reproduction of recorded media	2.17	1.82	1.96
23-24	Manufacture of coke, refined petroleum products and nuclear fuel; Manufacture of chemicals and chemical products	2.80	2.05	2.12
25	Manufacture of rubber and plastic products	2.60	1.98	2.16
26	Manufacture of other non-metallic mineral products	2.39	2.08	2.08
27	Manufacture of basic metals	2.61	2.33	1.75
28	Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment	2.27	2.06	1.96
29	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.	2.47	2.13	2.14
30-31	Manufacture of office machinery and computers; Manufacture of electrical machinery and apparatus n.e.c.	2.84	2.50	2.21
32	Manufacture of radio, television and communication equipment and apparatus	2.47	2.24	2.16
33	Manufacture of medical, precision and optical instruments, watches and clocks	2.41	2.15	2.00
34	Manufacture of motor vehicles, trailers and semi-trailers	2.79	2.47	2.25
35	Manufacture of other transport equipment	2.66	2.18	2.23
36	Manufacture of furniture; manufacturing n.e.c.	2.47	2.00	1.94
37	Recycling	2.73	2.32	2.33
40-41	Electricity, gas, steam and hot water supply; Collection, purification and distribution of water	2.77	2.62	2.59
45	Construction	2.22	1.91	1.75
50	Sale, maintenance and repair of motor vehicles and motorcycles; retail sale of automotive fuel	1.76	1.60	1.55
51-52	Wholesale trade and commission trade, retail trade, except of motor vehicles and motor-cycles; repair of personal goods	1.82	1.64	1.60
55	Hotels and restaurants	2.15	1.77	1.60
60-62	Land transport; transport via pipelines; Water transport; Air transport	2.35	2.07	2.07
63	Supporting and auxiliary transport activities; activities of travel agencies	2.50	2.36	2.34
64	Post and telecommunications	2.12	1.89	1.88
65	Financial intermediation, except insurance and pension funding (includes also part of NOGA 67)	1.73	1.66	1.57
66	Insurance and pension funding, except compulsory social security (includes also part of NOGA 67)	2.00	1.69	1.70
70, 97	Real estate activities (incl. private households)	1.54	1.49	1.47

NOGA	INPUT OF INDUSTRIES	MOLTIPLICATORE CH	MOLTIPLICATORE REGIONALE TI (SQL)	MOLTIPLICATORE REGIONALE TI (CILQ)
71, 74	Renting of machinery and equipment with-out operator and of personal and household goods; Other business activities	1.84	1.67	1.66
72	Computer and related activities	1.89	1.63	1.66
73	Research and develop-ment	2.62	2.00	2.14
75	Public adminis-tration and defence; compulsory social security	1.73	1.58	1.56
80	Education	1.43	1.33	1.33
85	Health and social work	1.70	1.53	1.54
90	Sewage and refuse disposal, sanitation and similar activities	2.17	1.92	1.88
91-92	Activities of membership organizations n.e.c.; Recreational, cultural and sporting activities	2.24	2.02	1.97
93-95	Other service activities; Activities of households as employers of domestic staff	1.53	1.40	1.38

Fonte: Elaborazione dati IRE, tabella input-output 2008

Grafico 2.35: Moltiplicatori Nazionali e Regionali



Fonte: Elaborazione dati IRE, tabella input-output 2008

### *d.3 La variazione degli scambi commerciali prodotta dalle esposizioni universali: uno studio tramite gravity model*

Uno dei possibili effetti di una manifestazione universale potrebbe essere un aumento del livello di importazioni dai paesi confinanti. L'organizzazione dell'evento potrebbe richiedere un utilizzo straordinario di risorse, aumentando le importazioni della regione. Potrebbe inoltre stimolare l'apertura commerciale della regione, sia per l'attivarsi di nuove reti relazionali sia in seguito alla costruzione di una migliore rete infrastrutturale di trasporti. Tali variazioni modificherebbero la bilancia commerciale del paese che ospita la manifestazione influenzando il valore degli scambi con i propri partner commerciali. Considerando la primaria importanza del partner Italiano per la Svizzera, è stato ritenuto opportuno valutare se vi sia stata storicamente una relazione diretta tra Expo e variazione dei flussi commerciali. E' importante sottolineare come questa indagine non voglia e non possa fornire valori predittivi su eventuali variazioni dei flussi di scambio, che risentono nello specifico di particolari variabili esogene, quali per esempio la variazione del vincolo di spesa tra i partner commerciali, modifiche indipendenti dallo svolgimento di Expo nella qualità o quantità della domanda e/o dell'offerta di beni, modifiche degli accordi commerciali tra i due paesi, ecc. Quello che possiamo cercare di comprendere è se nelle passate edizioni i flussi commerciali sono stati modificati dall'organizzazione e dallo svolgimento di Expo, considerata l'invarianza di tutti gli altri fattori (*ceteris paribus*). Per studiare questo fenomeno, utilizzeremo un gravity model. Questo modello è ampiamente utilizzato in letteratura (vi sono centinaia di ricerche in cui è utilizzato) per studiare i flussi bilaterali tra paesi, siano essi flussi commerciali (import/export), FDI (Foreign Direct Investment) o anche flussi turistici.

Il modello gravitazionale per il commercio si basa principalmente sul fatto che il valore degli scambi tra due paesi dipende dalla dimensione dei due paesi, dalla distanza tra questi e da altri fattori che esprimono delle resistenze o delle facilitazioni agli scambi. Negli ultimi 60 anni, questi modelli sono stati largamente utilizzati in numerosi lavori di ricerca. Il modello gravitazionale inizia ad affermarsi con alcuni lavori di Linnemann (1966) e Leamer e Stern (1971). Il modello concettuale è poi criticato e rivisto da Bergstrand (1998) per il modello fattoriale, da Deardorff (1998) per l'Heckscher-Ohlin model, da Helpman et al. (2008) riguardo all'eterogeneità delle imprese. Attualmente, la maggior parte delle discussioni sul tema riguardano le modalità tecniche di stima dei fattori del modello. In particolare, la validità della OLS log linearisation alla presenza di eteroschedasticità e la perdita di informazioni derivante dai "0 flows" (cioè i casi in cui i flussi bilaterali tra paesi sono pari a 0). Le stime di questi modelli avvengono spesso assumendo che l'errore sia costante tra i paesi o le coppie di paesi implicati nello scambio bilaterale. Silva e Tenreyro (2006) hanno invece sottolineato che alla presenza di eteroschedasticità le stime OLS possono non essere consistenti e devono essere usati

modelli non lineari. Helpman e al. (2008) hanno invece proposto un modello teorico basato sull'eterogeneità delle imprese alla Melitz (2003) e hanno poi adattato la procedura di Heckman. Recentemente, altri studi di Burger et al. (2009), Martin and Pham (2008), Martínez-Zarzoso et al. (2007), Siliverstov and Schumacher (2009) and Westerlund and Wilhelmsson (2009) hanno ottenuto risultati divergenti con l'utilizzo di diversi modelli di stima. Un ulteriore approccio è quello fornito da Head et al (2008), che hanno sviluppato un Tetrad Model con un multi-level clustering model (three way cluster robust covariance matrix).

Tralasciando nello specifico la storia e l'evoluzione della teoria alla base del gravity model (citiamo unicamente Deardoff, 1998 che illustra come l'equazione gravitazionale possa essere derivata dalle teorie standard sul commercio conciliando sia le nuove sia le vecchie teorie) possiamo elencare alcune importanti specifiche empiriche del modello riguardo al "country multilateral resistance term" (quel fattore particolare che frena il commercio tra due paesi).

Possiamo partire dalla seguente equazione gravitazionale sviluppata da Anderson e Van Wincoop (2003)

$$\ln X_{ij} = k + \ln y_i + \ln y_j + (1-s)r \ln d_{ij} + (1-s)\ln b_{ij} - (1-s)\ln P_i - (1-s)\ln P_j + e_{ij}$$

dove  $X_{ij}$  è il valore nominale dell'export dal paese i al paese j, k è una costante, y rappresenta i redditi dei due paesi (solitamente approssimati dal GDP),  $d_{ij}$  la distanza tra il paese i e il paese j (che rappresenta una proxy per i costi di trasporto tra i due paesi),  $b_{ij}$  sono variabili dummy che esprimono particolari relazioni tra i paesi (p.e. confini comuni, stesse valute, ecc.) e  $P_i$ ,  $P_j$  esprimono i parametri di resistenza multilaterale agli scambi per i paesi i e j. Questi ultimi parametri non sono però noti. E' possibile procedere alla loro stima con i seguenti procedimenti:

- assunzione di trade cost simmetrici e di numerose condizioni di equilibrio tra i mercati (Anderson e Wincoop, 2003);
- introduzione di una variabile, proxy del termine di resistenza multilaterale (Head e Mayer, 2000; Wei, 1996; Wolf, 1997; Helliwell, 1996) come p.e. quella individuata da Head e Mayer, esposta qui nel seguito, dove d è la distanza tra il paese i e j e il denominatore rappresenta la % del GDP nazionale sul GDP mondiale;

$$Rm_i = \sum_j \frac{d_{ij}}{\left(\frac{y_j}{y_{ROW}}\right)}$$

- introduzione di effetti fissi per importatore/esportatore (Feenstra, 2002 e molti altri autori). Il coefficiente delle dummy per la coppia importatore/esportatore riflette il termine di resistenza di ogni nazione o flusso di scambio;

- stima di P attraverso l'espansione di una serie di Taylor (Baier and Bergstrand, 2009).

Nella quasi totalità della letteratura, il modello utilizzato è quello che considera il termine di resistenza includendolo negli effetti fissi dei vari paesi, in quanto presenta notevoli vantaggi in termini di efficienza e razionalizzazione delle risorse utilizzate per il calcolo. Un limite di quest'approccio (anche se solitamente non influisce in maniera rilevabile sui risultati) è che lo stimatore within potrebbe risultare biased nel caso sia utilizzato su panel non bilanciati con doppi effetti fissi (Baltagi, 1995). A tale proposito è utile ricordare che i dataset per gravity model sono sempre non bilanciati, in quanto presentano numerosi dati missing, zero trade flows o modifiche nelle coppie di scambi bilaterali dovuti alla scomparsa, aggregazione o inclusione di alcune nazioni. Per risolvere questo problema, bisognerebbe ricorrere all'utilizzo di LSDV (Least Squares Dummy Variable) model. Essendo però il dataset composto dai dati sugli scambi tra circa 197 paesi con un orizzonte temporale di circa 60 anni, diventa impossibile per qualsiasi programma statistico standard gestire la matrice necessaria al calcolo delle stime (utilizzando singole dummy per ogni coppia di scambio e per ogni anno). E' quindi necessario utilizzare il modello FE con il campione unbalanced (procedura comunque spesso migliore rispetto a utilizzare un sub-sample balanced del campione originario). E' anche possibile sviluppare un modello che elimini gli effetti "monadici". Per ottenere questo risultato, è possibile sviluppare un modello tetrads, così come illustrato da Head et al. (2008). Questo modello sfrutta il rapporto moltiplicativo dell'equazione gravitazionale.

Possiamo ora partire dalla formula estesa dell'equazione gravitazionale:

$$x_{ijt} = G_t M_{it}^{ex} M_{jt}^{im} \phi_{ijt}$$

dove M (che possiamo chiamare monadic effect) rappresenta gli attributi dell'esportatore i e dell'importatore j in un determinato anno (p.e. il PIL), G è una dummy che esprime il fattore annuale specifico che influenza il commercio, e  $\Phi$  (che chiameremo dyadic effect) è una combinazione lineare di elementi che influiscono sui costi degli scambi tra i e j (Eaton e Kortum, 2002). Seguendo l'approccio di Eaton e Kortum (2002) e Head et al. (2008), possiamo definire il log del termine  $\Phi$  come una combinazione lineare di alcuni fattori che influiscono sui costi e sui flussi di scambio. Avremo quindi:

$$\ln \phi_{ijt} = \delta D_{ijt} + u_{ijt}$$

dove D sono le determinanti osservabili dei costi (o dei fluidificanti) di scambio mentre u sono le determinanti non osservabili.

Possiamo quindi integrare l'ultima equazione nella precedente e avremo:

$$\ln x_{ijt} = \ln G_t + \ln M_{it}^{ex} + \ln M_{jt}^{im} + \delta D_{ijt} + u_{ijt}$$

Possiamo anche esprimere l'equazione come:

$$x_{ijt} = \exp(\ln G_t + \ln M_{it}^{ex} + \ln M_{jt}^{im} + \delta D_{ijt}) \eta_{ijt}$$

dove  $\eta_{ijt} = \exp(u_{ijt})$ . Sotto l'assunzione che  $\eta$  condizionato alle covariate sia uguale a 1, possiamo stimare consistentemente i parametri utilizzando una Poisson Pseudo-Maximum likelihood estimation (PMLE). Santos Silva e Tenreyro (2006) sostengono che questa procedura di stima sia la più indicata nel caso non si conosca nello specifico le caratteristiche dell'eteroschedasticità (tutte le osservazioni sono inoltre pesate allo stesso modo). Questo approccio è stato seguito da Westerlund e Wilhelmsson (2009), Siliverstovs e Schumacher (2009), Liu (2009), Shepherd e Wilson (2009), Martínez-Zarzoso et al. (2007), Santos Silva e Tenreyro (2006), An e Puttitanun (2009).

Ricordiamo nuovamente che le equazioni sviluppate per i gravity model presentano però un importante limite: l'assenza di termini di resistenza multilaterale agli scambi, funzione del set di fattori D (Anderson e van Wincoop nel 2003 sottolineano già questo aspetto). Per ovviare a questo problema, la maggior parte dei lavori di ricerca utilizza effetti fissi per ogni coppia anno-esportatore e anno-importatore. Lo stimatore within può perciò essere utilizzato per eliminare questi effetti. Questo approccio non è però metodologicamente corretto, in quanto, come dimostrato da Baltagi nel 1995, in presenza di panel non bilanciati lo stimatore within potrebbe presentare errori (e il dataset per i gravity model è sempre unbalanced, come già spiegato). Per risolvere questo inconveniente bisognerebbe allora utilizzare i modelli least squares dummy variable (LSDV), ma il numero delle dummy renderebbe il calcolo impossibile con i comuni software econometrici. Si è quindi deciso di seguire anche l'approccio utilizzato da Head et al. (2008), che consiste nell'utilizzare i rapporti dei rapporti per eliminare l'effetto monadico e i termini di resistenza multilaterali, sfruttando le caratteristiche moltiplicative dell'equazione gravitazionale. Questo approccio è stato definito tetrads, poiché richiede un set di 4 partner commerciali.

Considerando 4 paesi – i, j, k, e – possiamo costruire i seguenti rapporti:

$$R_{i\{jk\}t} = \frac{x_{ijt}}{x_{ikt}} = \frac{M_{jt}^{im} \phi_{ijt}}{M_{kt}^{im} \phi_{ikt}}$$

dove sia G che l'effetto fisso dell'esportatore è stato eliminato. Rimane ancora l'effetto importatore M(im). Dobbiamo allora sviluppare un altro rapporto per eliminare questo

termine monadico. Possiamo quindi costruire un successivo rapporto sostituendo ad  $i$  l'espportatore  $e$ .

$$R_{e\{jk\}t} = \frac{x_{ejt}}{x_{ekt}} = \frac{M_{jt}^{im} \phi_{ejt}}{M_{kt}^{im} \phi_{ekt}}$$

Definiamo ora la funzione tetrad come rapporto tra questi due coefficienti:

$$r_{\{ie\}\{jk\}t} \equiv \frac{R_{i\{jk\}t}}{R_{e\{jk\}t}} = \frac{x_{ijt}/x_{ikt}}{x_{ejt}/x_{ekt}} = \frac{\phi_{ijt}/\phi_{ikt}}{\phi_{ejt}/\phi_{ekt}}$$

ovvero in funzione logaritmica

$$\ln r_{\{ie\}\{jk\}t} = \ln \phi_{ijt} - \ln \phi_{ikt} - \ln \phi_{ejt} + \ln \phi_{ekt}$$

che possiamo ridefinire come:

$$\ln r_{\{ie\}\{jk\}t} = \delta \tilde{D}_{ijt} + \tilde{u}_{ijt}$$

In questo modo abbiamo eliminato l'effetto monadico e i termini di resistenza multilaterali, concentrandoci unicamente sui fattori che influiscono sui costi di scambio. Questo approccio è stato utilizzato recentemente anche da Romalis (2007) e Hallak (2006). Un limite di questo modello è che i risultati possono essere sensibili al set dei paesi prescelti. Tuttavia, si sono registrati in ricerche precedenti risultati robusti e consistenti anche utilizzando diversi paesi.

Un secondo fattore da tenere in considerazione, riguarda la clusterizzazione dell'errore ( $u_{ekt}$ ,  $u_{ikt}$  e  $u_{ejt}$ ). E' necessario procedere con una tri-clusterizzazione di  $it$ ,  $ij$  e  $jt$ , utilizzando il metodo di Cameron et al (2006).

Un altro tema rilevante riguarderebbe la trattazione degli zero flows. Considerata tuttavia la nostra domanda di ricerca, abbiamo optato per l'approccio "truncated" (Linders e de Groot, 2006) che consiste nell'eliminare i record che presentano valori nulli ovvero valori prossimi allo 0 e probabilmente errati. Stante la natura piuttosto estesa del database e le fonti di raccolta, non è possibile assicurare la completa esattezza di tutti i campi. Si rimanda alle note metodologiche per eventuali approfondimenti. Test effettuati su sub-sample del campione fanno ritenere tuttavia i risultati dell'analisi consistenti anche alla presenza di eventuali errori.

Ritornando all'equazione stimata, essa comprende variabili monadiche, che esprimono alcune caratteristiche dei due paesi interessati dagli scambi, variabili di controllo time-fixed e time varying che approssimano i costi di scambio e le nostre variabili da stimare (esposizione e grandi manifestazioni). Come variabili monadiche, si sono presi in

considerazione i livelli potenziali di consumo dei due paesi (pil pro capite – GDP Capite) e la popolazione (POP) per considerare il fattore dimensionale. Sono invece proxy dei costi di scambio e variabili di controllo la distanza tra i due paesi (Dist), la condivisione di un confine (Contig), la presenza attuale della relazione di colonia tra i due paesi (Current Colony), l'essere stati storicamente in una relazione coloniale (Historical Colony), l'esistenza di un accordo commerciale tra i due paesi (Regional Trade Agreement - RTA), una moneta unica tra la coppia di paesi (Common Currency) e la lingua ufficiale comune (Common Language). Con il suffisso "o" indichiamo poi il paese di origine del flusso commerciale e con il suffisso "d" il paese destinatario. Il flusso  $x_{od}$  esprimerà quindi le esportazioni di o in d, ovvero le importazioni di d che provengono da o.  $\tau_t$  sarà invece una variabile che esprime l'effetto temporale sui flussi,  $u_{od}$  esprimerà l'effetto fisso presente tra le coppie di paesi (quando considerato nel modello) mentre  $\varepsilon_{t,od}$  l'errore casuale (nel modello lineare).

$$\ln x_{od} = \beta_0 + \ln \beta_1 GDP_{Capite}_o + \ln \beta_2 GDP_{Capite}_d + \ln \beta_3 POP_o + \\ \ln \beta_4 POP_d + \ln \beta_5 Dist_{od} + \beta_6 Contig_{od} + \\ \beta_7 Current\ Colony_{od} + \beta_8 Historic\ Colony_{od} + \beta_9 RTA_{od} + \\ \beta_{10} Common\ Language_{od} + \beta_{11} Common\ Currency_{od} + \tau_t + \\ u_{od} + \varepsilon_{t,od}$$

Per valutare se l'organizzazione e la gestione di un'Esposizione Universale abbiano prodotto negli anni passati un aumento nel livello di scambi commerciali, si è deciso di costruire un set di variabili dummy che indicassero gli scambi nei 3 anni precedenti, nell'anno designato e nei 3 anni successivi all'esposizione universale. In questo modo si è cercato di cogliere l'effetto di breve e medio periodo che potrebbe interessare la nazione ospitante l'Expo. Per completezza metodologica, sono stati effettuati test anche con intervalli temporali ridotti (da anni -2/+2 fino a valutazione sul singolo anno designato alla manifestazione), dai quali non emergono differenze rilevanti rispetto all'impostazione riportata (-3/+3).

Seguendo altri lavori (tra i quali Santos Silva et al., 2006 e 2008; Arvis et al., 2011; Estrella Gomez Herrera 2010) abbiamo stimato i nostri coefficienti con più modelli. Nel seguito una tabella riassuntiva sui vantaggi/svantaggi dei modelli di stima utilizzati.

**Tabella 2.15: Comparazione di alcune metodologie di stima**

	Truncated OLS	Panel fixed effects	Poisson (PPML: Poisson Pseudo Maximum Likelihood)	Tetraed
Vantaggi	Calcolo possibile anche con dataset "pesanti"	Calcolo possibile anche con dataset "pesanti"  Considera eterogeneità non direttamente osservata	E' possibile utilizzarlo quando si vogliono studiare anche gli effetti sui flussi pari a 0  Fornisce stime non biased in presenza di eteroschedasticità  Tutte le osservazioni sono pesate allo stesso modo  Mantiene inalterati i flussi totali di esportazioni e importazioni di un paese, quando scomposti in flussi bilaterali	Fornisce stime consistenti tenendo conto degli effetti fissi anche in presenza di panel non bilanciati
Svantaggi	Perdita di informazioni se si vogliono tenere in considerazione gli effetti sui flussi pari a 0  Possibilità di coefficienti bias	Perdita di informazioni se si vogliono tenere in considerazione gli effetti sui flussi pari a 0 e perdita dei termini costanti  Con panel non bilanciati gli stimatori within possono non essere consistenti	Puo' presentare errori quando una eventuale parte rilevante delle osservazioni non è nota	I risultati delle stime sono sensibili al campione di paesi scelto come riferimento per relativizzare le importazioni/esportazioni

Nella stima con OLS (truncated OLS e Tetraed) abbiamo proceduto alla multi-clusterizzazione dell'errore (gli errori possono quindi essere correlati all'interno dei gruppi), secondo il procedimento individuato da Cameron, Gelbach e Miller (2006). La clusterizzazione è avvenuta per i gruppi anno-esportatore, anno-importatore e importatore-esportatore ed è indicata nella successiva tabella con la dicitura "cluster (3)".

Nel seguito i risultati delle stime.

Tabella 2.16: Stima degli effetti dei mega-eventi sui flussi commerciali

	OLS (1)	OLS (2)	OLS (3)	OLS (4)	OLS (5)	Poisson Pseudo Maximum Likelihood PPML	Poisson FE	OLS FE	Tetrad Imp(USA) Exporter (DEU)
Ingdpcap_o	.813*** (0.013)	1.133*** (0.011)	.651*** (0.02)	.736*** (0.027)	.154*** (0.005)	.593*** (0.049)	.617*** (0.05)	.714*** (0.016)	(omitted)
Ingdpcap_d	.603*** (0.012)	.92*** (0.01)	.523*** (0.019)	.608*** (0.022)	.133*** (0.005)	.601*** (0.034)	.623*** (0.033)	.645*** (0.014)	(omitted)
Inpop_o	.899*** (0.01)	.981*** (0.01)	-.481*** (0.057)	-.314*** (0.07)	-.050*** (0.013)	.102 (0.109)	.189 (0.115)	.187*** (0.046)	(omitted)
Inpop_d	.741*** (0.009)	.822*** (0.008)	.337*** (0.053)	.504*** (0.061)	.139*** (0.012)	.575*** (0.09)	.569*** (0.087)	.973*** (0.041)	(omitted)
Indistw	-1.048*** (0.02)	-1.000*** (0.018)	-1.255*** (0.02)	-1.255*** (0.02)	-.279*** (0.005)	-.712*** (0.027)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
contig	.526*** -0.072	.603*** (0.074)	.521*** (0.08)	.521*** (0.08)	.102*** (0.017)	.530*** (0.065)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
col_hist	1.692*** (0.084)	1.108*** (0.08)	1.173*** (0.077)	1.179*** (0.078)	.245*** (0.017)	.145 (0.084)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
comlang_off	.398*** (0.043)	.636*** (0.037)	.554*** (0.034)	.556*** (0.034)	.117*** (0.008)	.202*** (0.054)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
col_cur	1.243*** (0.365)	.56 (0.319)	.525 (0.307)	.493 (0.307)	.100 (0.082)	.593** (0.198)	.274 (0.153)	.276 (0.203)	.420* (0.203)
rta	.739*** (0.052)	.947*** (0.056)	.628*** (0.054)	.634*** (0.055)	.153*** (0.01)	.514*** (0.05)	.307*** (0.05)	.486*** (0.026)	.440*** (0.034)
comcur	.658*** (0.11)	.806*** (0.094)	.937*** (0.094)	.910*** (0.094)	.194*** (0.02)	-.010 (0.044)	.019 (0.034)	.488*** (0.067)	.435*** (0.054)
<b>expo_o7yr</b>	<b>.574*** (0.119)</b>	<b>.0376 (0.076)</b>	<b>-.0723* (0.036)</b>	<b>-.079* (0.036)</b>	<b>.011 (0.007)</b>	<b>-.040 (0.021)</b>	<b>-.032 (0.021)</b>	<b>-.033 (0.02)</b>	<b>(omitted)</b>
espinte~o7yr	.655*** (0.115)	.095 (0.083)	.119** (0.039)	11639746** (0.04)	.0105 (0.006)	.0477 (0.037)	.055 (0.029)	.153*** (0.019)	(omitted)
SOG_o7yr	.315* (0.131)	-.205* (0.095)	.0564 (0.037)	.05562282 (0.038)	.0015 (0.006)	.0722** (0.024)	.0665** (0.024)	.042* (0.019)	(omitted)
WOG_o7yr	.513*** (0.078)	-.105* (0.05)	.008 (0.025)	.01189944 (0.027)	-.010 (0.005)	-.0818*** (0.014)	-.0909*** (0.014)	-.008 (0.014)	(omitted)
espinte~d7yr	.985*** (0.11)	.405*** (0.063)	.089 (0.047)	.08543114 (0.049)	.0240* (0.01)	-.045 (0.048)	-.030 (0.041)	.0878** (0.028)	(omitted)
<b>expo_d7yr</b>	<b>.773*** (0.114)</b>	<b>.247*** (0.071)</b>	<b>-.055 (0.039)</b>	<b>-.0624 (0.043)</b>	<b>-.0186* (0.009)</b>	<b>-.0537* (0.025)</b>	<b>-.045 (0.024)</b>	<b>-.040 (0.027)</b>	<b>(omitted)</b>
SOG_d7yr	.611*** (0.117)	.0998 (0.07)	.060 (0.038)	.0613 (0.04)	.0269** (0.009)	.051 (0.029)	.041 (0.028)	.031 (0.026)	(omitted)
WOG_d7yr	.756*** (0.088)	.138* (0.067)	.069 (0.039)	.0726 (0.04)	.0102 (0.008)	.0027 (0.02)	-.005 (0.019)	.040 (0.022)	(omitted)
_cons	-4.657*** (0.212)	-11.754*** (0.237)	10.445*** (0.294)	6.885*** (0.736)	1.459*** (0.142)	1.444 (1.16)	-	-12.200*** (0.28)	6.683E-09 (0.01)
Inflow_lag					.775*** (0.0018604)				
Effetti fissi	No	Anni	Dummy Importatore (0=USA) ed Esportatore (0=DEU)	Dummy Anni, Dummy Importatore (0=USA) ed Esportatore (0=DEU)	Dummy Anni, Dummy Importatore (0=USA) ed Esportatore (0=DEU)	Dummy Anni, Dummy Importatore (0=USA) ed Esportatore (0=DEU)	Dummy Anni, Effetti fissi su Coppia Importatore-Esportatore	Dummy Anni, Effetti fissi su Coppia Importatore-Esportatore	Dummy Anni, Effetti fissi su Coppia Importatore-Esportatore
Errore	cluster (3)	cluster (3)	cluster (3)	cluster (3)	cluster (dyad)	cluster (dyad)	robust	cluster dyad	cluster (3)
R2	0.5348	0.6151	0.6817	0.6824	0.8763	0.8959		0.3425	
Pseudo Log-likelihood						-33544932	-11819937		
Observation	621376	621376	621376	621376		621376	619594	621376	565418

\* Significativo al 95%; \*\* Significativo al 99%; \*\*\* Significativo al 99,9%

Fonte: Elaborazione IRE su dati OCSE, CEPII e ComTrade 1949-2006.

Dall'analisi dei dati possiamo vedere come l'effetto sulle esportazioni dei paesi che ospitano l'Expo nei 3 anni precedenti e nei 3 anni successivi la manifestazione (Expo\_o7yr) sia negativo o ininfluente nei vari modelli stimati, una volta considerati le caratteristiche degli importatori/esportatori. Allo stesso modo, registriamo un effetto negativo o nullo (non significativo) delle esposizioni universali sul livello delle importazioni (Expo\_d7yr). Possiamo in particolare notare come lo stimatore modifichi il segno (da positivo a negativo) quando si vanno ad includere nel modello le caratteristiche intrinseche dei paesi considerati o le caratteristiche intrinseche degli scambi tra le coppie dei paesi. Questo cambiamento di segno dello stimatore può indicare che i paesi che scelgono di ospitare un'esposizione universale siano paesi già caratterizzati da un livello di scambi superiori alla media del campione. Tale impostazione sembra confermata analizzando le località che hanno ospitato i passati Expo.

Le Esposizioni Internazionali (Expinte~7yr) e le Olimpiadi estive (SOG\_7yr) presentano invece stimatori positivi o nulli (non significativi), indicando un possibile effetto positivo della manifestazione sugli scambi. Si segnala che le lettere "o" e "d" che seguono il carattere underscore ("\_") caratterizzano rispettivamente le esportazioni e importazioni.

Sotto il profilo tecnico, si è registrata autocorrelazione (serial correlation ovvero correlazione temporale) ed eteroschedasticità nell'errore. L'errore risulta fortemente correlato con l'errore al tempo  $t-1$  ( $AR(1) = 0.84$ ) e con gli errori ai tempi precedenti (correlazione con  $AR(10)=0.22$ ). Non è stato possibile eseguire test sulla cross-sectional dependence (test Breusch-Pagan LM o il Pasaran CD test) in quanto il software econometrico e l'hardware utilizzato non disponevano delle risorse necessarie a garantire l'elaborazione della ingente massa di dati. Nel caso avessimo rilevato cross-sectional (spatial) dependence avremmo dovuto utilizzare standar errors calcolati con la procedura sviluppata da Driscoll e Kray (1998) robusti a dipendenza spaziale (cross-sectional dependence) e temporale. Non si è potuto calcolare il modello con questi errori standard a causa delle già citate problematiche dimensionali del dataset. Si è quindi proceduto quando possibile a calcolare gli errori tramite clusterizzazione (possibile correlazione dell'errore all'interno del cluster) in quanto questa metodologia tiene conto sia dell'eteroschedasticità sia dell'autocorrelazione, escludendo solamente la cross-sectional dependence. L'errore robusto tiene in considerazione invece solamente l'eteroschedasticità. E' stato inoltre appurato tramite Wald test la significatività dei doppi effetti fissi (temporali e coppia paesi).

Riprendendo la tabella precedente (7.4) è possibile osservare come nel modello Tetrad le variabili espositive non vengano calcolate. Questo modello non è difatti in grado di

rilevare gli effetti di avvenimenti che interessano ogni scambio del paese  $i$  o  $j$ .  
L'equazione

$$\ln r_{\{ie\}\{jk\}t} = \ln \phi_{ijt} - \ln \phi_{ikt} - \ln \phi_{ejt} - \ln \phi_{ekt}$$

annulla infatti automaticamente ogni caratteristica intrinseca di  $i$  o  $j$ .

Per ovviare a questo problema e allargare ulteriormente la nostra indagine verso il tema della presente ricerca, possiamo calcolare due nuove variabili che esprimono gli scambi dei paesi confinanti alla nazione che ospita Expo verso la stessa nazione ospitante<sup>6</sup>. In questo modo la variabile non è più universalmente valida per tutti gli scambi della nazione ma solamente per quegli scambi da e verso i paesi ospitanti l'Expo. Chiameremo CNE\_o7yr (Country Near Expo) le esportazioni dei paesi confinanti verso i paesi Expo e CNE\_d7yr le importazioni dei paesi confinanti dai paesi Expo. E' importante notare che il modello tetrad dipende direttamente dai paesi che si assumono a campione per eliminare gli effetti nazionali (paese esportatore e paese importatore). E' quindi necessario stimare il modello considerando il maggior numero di coppie di paesi possibili.

I risultati delle stime per queste due nuove variabili sono riportati nella tabella seguente.

---

<sup>6</sup> L'unico difetto di tale procedimento è la perdita di informazioni riguardo agli scambi dei paesi che non confinano direttamente con nessun'altra nazione, come le isole.

**Tabella 2.17: Stima degli effetti dell'Expo sui flussi commerciali tra i paesi ospitanti l'Expo e i paesi a loro confinanti**

	PPML	Poisson FE	OLS FE	Tetrad
Ingdpcap_d	.589*** (0.048)	.614*** (0.049)	.715*** (0.016)	(omitted)
Ingdpcap_o	.601*** (0.033)	.621*** (0.032)	.646*** (0.014)	(omitted)
Inpop_d	.121 (0.111)	.210 (0.116)	.194*** (0.046)	(omitted)
Inpop_o	.572*** (0.09)	.566*** (0.087)	.976*** (0.041)	(omitted)
Indistw	-.712*** (0.028)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
contig	.544*** (0.065)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
col_hist	.144 (0.084)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
comlang_off	.201*** (0.054)	(omitted)	(omitted)	(omitted)
col_cur	.586** (0.198)	.257 (0.153)	0.273 (0.203)	1.15°
rta	.507*** (0.052)	.298*** (0.05)	.486*** (0.026)	0.771°°
comcur	.0116 (0.043)	.039 (0.036)	.489*** (0.067)	0.699°°°
<b>CNE_o7yr</b>	<b>-.071</b> <b>(0.058)</b>	<b>-.060</b> <b>(0.045)</b>	<b>.050</b> <b>(0.11)</b>	<b>0.033</b>
<b>CNE_d7yr</b>	<b>-.182*</b> <b>(0.084)</b>	<b>-.099*</b> <b>(0.047)</b>	<b>-0.055</b> <b>(0.127)</b>	<b>0.218</b>
_cons	1.422 (1.144)		-12.241*** (0.28)	0.005
Inflow_lag				
Effetti fissi	Anni, Importatore (USA), Esportatore (DEU)	Anni, Coppia Importatore-Esportatore	Anni, Coppia Importatore-Esportatore	Anni, Coppia Importatore-Esportatore
Errore	cluster (dyad)	robust	cluster dyad	cluster (3)
R2	0.8935		0.3424	
Pseudo Log-likelihood		-11887029		
Observation	621376	619954	621376	565418

\* Significativo al 95%; \*\* Significativo al 99%; \*\*\* Significativo al 99,9%;

° Sempre significativo almeno al 95%; °° Sempre significativo almeno al 99%;

°°° Sempre significativo almeno al 99,9%;

Fonte: Elaborazione IRE su dati OCSE, CEPII e ComTrade 1949-2006

Possiamo appurare come l'effetto di un'esposizione universale (Expo) sui flussi commerciali dei paesi confinanti risulti negativo o nullo (non significativo) per quanto

riguarda il livello delle importazioni. Con riferimento alle esportazioni dai paesi confinanti verso il paese che ospita la manifestazione registriamo invece un effetto nullo (nei modelli fixed effect, ppml e tetrad).

Gli stimatori del modello tetrad in questo caso sono la media risultante dalla stima di alcuni modelli con differenti coppie di paesi importatori/esportatori presi a riferimento.

Appurato che l'effetto medio delle esposizioni passate sui flussi commerciali è stato ininfluenza se non negativo, possiamo ora analizzare le singole manifestazioni. Riportiamo nel seguito la lista fornitaci dal BIE.

- 1958** BRUXELLES, (Belgique) « Bilan d'un Monde pour un Monde plus Humain ». (32<sup>é</sup> session, 5.11.1953)
- 1962** SEATTLE, (USA) « Century 21 ». (47<sup>é</sup> session, 8.11.1960)
- 1967** MONTREAL, (Canada) « Terre des Hommes / Man and his World ». (51<sup>é</sup> session, 13.11.1962)
- 1970** OSAKA, (Japon) « Progrès humain dans l'Harmonie ». (59<sup>é</sup> session, 11.5.1966)
- 1992** SEVILLE, (Espagne) « L'Age de la Découverte »/ Age of Discovery ». (93<sup>è</sup> session, 15.6.1983)
- 2000** HANOVRE, (Allemagne) « L'Homme, la Nature, la Technologie »/« Man, Nature, Technology » (116<sup>è</sup> session, 7.12.1994)

Le singole esposizioni sono state codificate con il codice Expobie seguito dal numero della manifestazione in ordine cronologico e dalla lettera "o" oppure "d" per classificare rispettivamente le esportazioni e importazioni del paese ospitante l'Expo. Il codice Expobie1\_d indicherà quindi le importazioni di beni provenienti dal Belgio in tutti i paesi ad esso confinanti nel periodo compreso tra i 3 anni precedenti Expo fino ai 3 anni successivi. I risultati sono espressi nella tabella seguente.

Tabella 2.18: Stima degli effetti dell'esposizione universale sui flussi commerciali del paese ospitante l'Expo.

	OLS	PPML	Poisson FE	OLS FE
expobie1_d	-.469*** (0.108)	-.049 (0.08)	-.095 (0.072)	-.235** (0.09)
expobie2_d	-.808*** (0.105)	-.670*** (0.118)	-.557*** (0.098)	-.564*** (0.096)
expobie3_d	.187 (0.116)	.117 (0.103)	.037 (0.076)	-.138 (0.112)
<b>expobie4_d</b>	<b>.292**</b> <b>(0.098)</b>	<b>.274</b> <b>(0.147)</b>	<b>.291*</b> <b>(0.13)</b>	<b>.314***</b> <b>(0.089)</b>
expobie5_d	.265* (0.114)	-.112** (0.042)	-.109** (0.039)	.156* (0.078)
expobie6_d	-.012 (0.074)	.029 (0.023)	.010 (0.025)	-.169* (0.073)
expobie1_o	.095 (0.086)	-.030 (0.176)	-.060 (0.176)	.244*** (0.073)
expobie2_o	-.312*** (0.071)	.024 (0.084)	.108 (0.094)	-.132 (0.071)
expobie3_o	-.187 (0.085)	.117 (0.126)	.037 (0.159)	-.138 (0.069)
<b>expobie4_o</b>	<b>.321**</b> <b>(0.104)</b>	<b>.075</b> <b>(0.088)</b>	<b>.116</b> <b>(0.084)</b>	<b>.315***</b> <b>(0.056)</b>
expobie5_o	.017 (0.094)	-.089** (0.028)	-.090*** (0.023)	-.028 (0.052)
expobie6_o	-.296*** (0.059)	-.041 (0.025)	-.045 (0.028)	-.371*** (0.048)
Effetti fissi	Anni, Importatore (USA), Esportatore (DEU)	Anni, Importatore (USA), Esportatore (DEU)	Anni, Coppia Importatore-Esportatore	Anni, Coppia Importatore-Esportatore
Errore	cluster (3)	cluster (dyad)	robust	cluster dyad
R2		0.8939		0.3427
Pseudo Log-likelihood		-33582633	-11887029	
Observation	621376		619594	621376

Fonte: Elaborazione IRE su dati OCSE, CEPII e ComTrade 1949-2006.

Dall'analisi dei dati, possiamo vedere come l'esposizione di Osaka (Giappone) sia l'unica ad aver fatto registrare un effetto positivo sul valore degli scambi. Le altre esposizioni universali presentano effetti nulli o negativi sul valore delle esportazioni e delle importazioni.

Altri test sono stati condotti sulla normalità della distribuzione dell'errore (calcolo degli errori tramite bootstrapping o jackknifing). Dall'analisi dei risultati, non sono emersi particolari rilievi.

Si riporta invece il risultato del Nijman-Verbeek test (Nijman-Verbeek, 1992) per valutare eventuali bias derivanti dall'utilizzo di panel non bilanciati. Questo test verifica potenziali errori derivanti dalla struttura del campione (selection bias). Il test si basa sull'analisi della significatività di due dummy:

- la prima, denominata *nextyear*, assume valore 1 nel caso l'osservazione *x* sia presente anche al tempo  $t+1$ ;
- la seconda, denominata *prevyear*, assume valore 1 nel caso l'osservazione *x* sia presente anche al tempo  $t-1$ .

Queste due variabili assumeranno valori significativi nel caso in cui il controvalore degli scambi sia influenzato dal numero di volte che un rapporto bilaterale compare nel nostro panel dataset. La prima variabile è particolarmente utile per valutare la presenza di possibili bias dovuti alla persistenza dei soggetti rilevati, mentre il secondo è utilizzato per testare la possibile presenza di errori dovuti a differenze sistematiche tra i soggetti che appaiono nel dataset per la prima volta. Come è possibile vedere dalla tabella successiva, entrambe le variabili (*nextyear* e *prevyear*) hanno un valore significativo. E' quindi possibile assumere che il database sia viziato da bias nella selezione delle osservazioni.

**Tabella 2.19: Nijman Verbeek test**

	Nijman-Verbeek test forward indicator	Nijman-Verbeek test lagged indicator
Ingdpcap_o	.714***	.709***
Ingdpcap_d	.642***	.632***
Inpop_o	.154***	.126**
Inpop_d	.952***	.921***
Indistw	(omitted)	(omitted)
contig	(omitted)	(omitted)
col_hist	(omitted)	(omitted)
comlang_off	(omitted)	(omitted)
col_cur	0.26	0.366
rta	.502***	.508***
comcur	.481***	.512***
CNE_o7yr	.052	.045
CNE_d7yr	-.0543	-.061
<b>next year</b>	<b>.477***</b>	
<b>prevyear</b>		<b>.573***</b>

\* Significativo al 95%; \*\* Significativo al 99%; \*\*\* Significativo al 99,9%

Fonte: Elaborazione IRE su dati OCSE, CEPII e ComTrade 1949-2006.

Sono stati quindi effettuati alcuni test con sub-sample del campione che non hanno mostrato risultati dissimili rispetto alle analisi sull'intero set di osservazioni. E' stato

inoltre costruito un panel bilanciato dal panel di dati originale. I risultati delle stime sono espressi nella tabella seguente.

**Tabella 2.20 Stima degli effetti dell'Expo sui flussi commerciali tra i paesi confinanti e il paese ospitante l'Expo.**

	OLS	PPML	Poisson FE	OLS FE	OLS FE lag(0)	OLS FE lag(30)
Ingdpcap_d	.629*** (0.038)	.524*** (0.054)	.518*** (0.053)	.630*** (0.029)	.630*** (0.022)	.630*** (0.031)
Ingdpcap_o	.691*** (0.027)	.594*** (0.046)	.589*** (0.043)	.692*** (0.023)	.692*** (0.016)	.692*** (0.015)
Inpop_d	.229* (0.095)	-0.061 (0.167)	-.075 (0.176)	.238** (0.076)	.238*** (0.036)	.238*** (0.047)
Inpop_o	.984*** (0.074)	.353** (0.133)	.320* (0.135)	.994*** (0.062)	.994*** (0.022)	.994*** (0.02)
Indistw	-.986*** (0.026)	-0.699 (0.036)	-	-	-	-
contig	.162 (0.083)	.534*** (0.07)	-	-	-	-
col_hist	.934*** (0.075)	.083 (0.083)	-	-	-	-
comlang_off	.289*** (0.048)	.241*** (0.061)	-	-	-	-
col_cur	.959*** (0.19)	.355** (0.13)	.134 (0.137)	.632*** (0.164)	.632*** (0.063)	.632*** (0.095)
rta	.401*** (0.045)	.542*** (0.062)	.398*** (0.06)	.472*** (0.031)	.472*** (0.031)	.472*** (0.041)
comcur	.485*** (0.115)	.073 (0.043)	.057 (0.035)	.297*** (0.068)	.297*** (0.043)	.297*** (0.07)
<b>CNE_o7yr</b>	<b>-.109</b> <b>(0.255)</b>	<b>-.088</b> <b>(0.06)</b>	<b>-.060</b> <b>(0.043)</b>	<b>.160</b> <b>(0.114)</b>	<b>.160**</b> <b>(0.051)</b>	<b>.160*</b> <b>(0.06)</b>
<b>CNE_d7yr</b>	<b>-.040</b> <b>(0.289)</b>	<b>-.207*</b> <b>(0.085)</b>	<b>-.120*</b> <b>(0.052)</b>	<b>0.016</b> <b>(0.111)</b>	<b>.0161</b> <b>(0.041)</b>	<b>.016</b> <b>(0.048)</b>
_cons	-.205 (0.821)	3.471* (1.378)	-	-10.531*** (0.542)	-	-
Effetti fissi	Dummy Anni, Importatore (USA) e Esportatore (DEU)	Dummy Anni, Importatore (USA) e Esportatore (DEU)	Dummy Anni, Coppia Importatore-Esportatore			
Errore	cluster (3)	cluster (dyad)	robust	cluster (dyad)	Driscoll-Kraay standard	Driscoll-Kraay standard
R2		0.924		0.6735	0.6735	0.6735
Pseudo Log-likelihood		-15493851				
Observation	153076	153076	153076	153076	153076	153076

\* Significativo al 95%; \*\* Significativo al 99%; \*\*\* Significativo al 99,9%

Fonte: Elaborazione IRE su dati OCSE, CEPII e ComTrade 1962-2006.

Trattandosi di un dataset ridotto, è stato possibile svolgere alcuni dei test che precedentemente non erano stati eseguiti a causa della incapacità di calcolo dovuta alla dimensione dei dati. Si è potuto calcolare il Pesaran test che ha mostrato la presenza di cross-sectional dependence. E' stato quindi calcolato il modello con gli errori standard di Driscoll e Kray (1998) con lag order of autocorrelation di 0 e 30. Possiamo vedere come in questo caso i valori assumano coefficienti positivi e significativi al 95% (le esportazioni). Questo risultato sembrerebbe suggerire che le esposizioni universali aumentino le esportazioni dei paesi confinanti verso il paese che ospita la manifestazione. Rimarrebbe ora da chiarire perché il dataset composto da dati panel bilanciati presenti risultati dissimili a quelli individuati. Una possibile spiegazione potrebbe risiedere nell'eliminazione dal dataset degli scambi da e verso i paesi periferici, o dall'eliminazione degli scambi precedenti il 1960. Entrambe le tipologie di esclusioni non dovrebbero interessare tipologie di scambio paragonabili al rapporto bilaterale tra Svizzera e Italia. I risultati potrebbero perciò essere considerati consistenti riguardo all'attuale rapporto commerciale tra i due paesi.

### **III) L'ELABORAZIONE DEI DATI PRIMARI: I RISULTATI DELLE INTERVISTE E DEI QUESTIONARI**

Terminata l'analisi delle basi dati secondarie, possiamo ora concentrarci sui dati primari (dati direttamente raccolti) che serviranno ad ipotizzare i possibili scenari futuri. Questa fase di indagine è stata svolta concentrando l'attenzione sulla realtà imprenditoriale e istituzionale Ticinese e Grigionese. Si è proceduto ad intervistare direttamente alcuni stakeholder con funzioni di rappresentanza di organi di governo o di realtà imprenditoriali e nel contempo è stata effettuata una indagine tramite un questionario on-line inviato a circa 800 aziende operanti in Ticino e circa 300 aziende operanti nel cantone Grigioni. Si segnala anticipatamente il non elevatissimo tasso di risposta per entrambe le categorie contattate. Nel seguito vengono analizzati nel dettaglio i due specifici contesti.

#### **a. Interviste strutturate dirette a stakeholder istituzionali o rappresentanti di imprese.**

In questa fase dello studio, si è proceduto ad intervistare direttamente alcuni referenti del mondo imprenditoriale ed istituzionale Ticinese e Grigionese. Durante gli incontri sono state discusse le visioni, le intenzioni, le aspettative e le potenziali problematiche attuative che il territorio o il gruppo di imprese rappresentate hanno immaginato rispetto ad una eventuale partecipazione o coinvolgimento anche indiretto nei temi e nelle manifestazioni riferibili ad Expo 2015. Le linee guida delle interviste richiedevano lo sviluppo di alcuni dei seguenti temi, in funzione del ruolo dell'interlocutore:

- volontà partecipativa ad Expo 2015;
- percezione delle possibilità offerte da Expo 2015;
- situazione congiunturale attuale;
- conoscenza effettiva, potenzialità o perplessità percepite negli ambienti frequentati dall'interlocutore per le attività, dirette o indirette, potenzialmente riferibili ad Expo 2015;
- investimenti previsti o potenzialmente prevedibili in funzione di Expo 2015;
- gestione e risultati di eventuali esperienze precedenti in progetti di internazionalizzazione, di promozione di immagine all'estero, di creazione e sviluppo di reti (network) di imprese con collegamenti internazionali o di cooperazione internazionale;
- volontà di effettuare indagini o stime sulla domanda generabile da Expo e sull'offerta potenziale delle realtà economiche rappresentate, con eventuale coordinamento per la convergenza tra domanda e offerta;

- eventuale volontà organizzativa di eventi o manifestazioni da sviluppare sul territorio nazionale durante il periodo della manifestazione;
- problematiche potenziali, perplessità o difficoltà previste per lo sviluppo di tutte le attività e tematiche collegate ad Expo 2015.

Per questioni di riservatezza, non si riporteranno le specifiche impressioni raccolte dai vari interlocutori intervistati ma solamente i contenuti delle tematiche trattate, classificate sulla base della tipologia di stakeholder rappresentati dall'interlocutore.

Si segnala che le interviste strutturate hanno interessato circa 25 referenti, coinvolgendo realtà istituzionali pubbliche e diplomatiche, associazioni di categoria e società di promozione economica.

Nel seguito riportiamo i risultati dell'indagine, divisi per area geografica e per stakeholder rappresentati.

#### *a.1 Industria Agroalimentare Ticinese*

*Visione attuale* Per le industrie private la visione attuale su Expo 2015 è piuttosto limitata. Ragionando in un'ottica industriale, non vi sono ancora tutti gli elementi necessari per valutare i costi e i possibili ritorni di una partecipazione alla manifestazione. I costi per partecipare direttamente nel padiglione espositivo sembrano essere troppo elevati per le piccole e medie imprese che operano in Ticino. Si lamenta inoltre una mancanza di informazione riguardo al tema. L'evento in se stesso è visto talvolta come una grande opportunità anche se piuttosto difficile da avvicinare singolarmente. Sono visti più positivamente eventuali eventi o manifestazioni sul territorio ticinese, nei quali i produttori valuterebbero la partecipazione. A livello congiunturale il settore registra difficoltà nell'espansione, dovute principalmente all'apprezzamento della divisa nazionale.

*Intenzioni* Vi è una certa propensione a cercare di partecipare all'Esposizione compatibilmente al profilo finanziario e reddituale e alla natura geografica della cifra di affari. La vicinanza dell'esposizione al territorio riveste un ruolo abbastanza importante. Le aziende che non presentano cifre d'affari importanti in Italia, hanno una bassissima o nulla propensione a investire risorse e tempo nell'evento.

*Risvolti positivi attesi* Al momento attuale, non sono stati considerati nello specifico le potenzialità offerte, se non genericamente nello sviluppo dell'immagine e nel marketing dei prodotti agroalimentari del territorio. La partecipazione è interessante sia per la presenza di competitors sia per la presenza di

potenziale clientela.

*Problematiche* Le maggiori problematiche sembrano riguardare i costi di partecipazione all'evento e la necessità di un coordinamento con tutte le imprese operanti nel settore. Si aggiungono problematiche congiunturali dovute all'elevato valore del tasso di cambio CHF/EUR e all'inserimento della Svizzera nelle Black Lists italiane.

*Come prevedono di partecipare* Le modalità di partecipazione non sono ancora state valutate, sembra esserci tuttavia un'apertura ad una eventuale condivisione degli spazi espositivi o a presentarsi congiuntamente a livello settoriale al territorio Italiano.

*Annotazioni* Emerge la necessità di organizzare incontri dedicati al settore dove vengano illustrate le possibilità offerte da Expo e le modalità di partecipazione in funzione del profilo dimensionale dell'impresa. Viene sottolineata la limitatezza delle comunicazioni sul tema.

## *a.2 Industria di Costruzione Ticinese*

*Visione attuale* Al momento attuale, sono segnalate problematiche specifiche del settore dovute all'assenza di controlli realmente incisivi che garantiscano un piano competitivo equo. Il settore risulta fortemente collegato al settore turistico. A livello congiunturale, è previsto un forte calo dell'attività nei prossimi anni dovuto all'esito del referendum sulle abitazioni secondarie proposto da Franz Weber. Il settore è caratterizzato dalla presenza di un paio di importanti player di mercato di grandi dimensioni e da molteplici aziende di dimensioni medio-piccole. Il ridotto profilo dimensionale non risulta ottimale per competere singolarmente nelle gare per i grandi appalti.

*Intenzioni* A livello di associazioni di categoria, al momento attuale, non si rilevano particolari intenzioni o non si prevedono attività di coordinamento e avvicinamento alla esposizione universale, se non su richiesta delle aziende interessate.

*Risvolti positivi attesi* Al momento attuale, non sono stati considerati o non si attendono particolari o specifici risvolti positivi. Eventuali benefici vengono visti come conseguenti a scelte o a comportamenti attivi da parte delle rappresentanze politiche. Si attendono tuttavia impatti positivi nel caso si riesca a far conoscere il territorio Ticinese e a renderlo attrattivo da un punto di vista turistico.

*Problematiche* Le maggiori problematiche riguardano la difficoltà a lavorare nel mercato

Italiano a causa dell'eccessiva regolamentazione e burocratizzazione del settore. Emerge la necessità di disporre di un fiscalista per lavorare nel territorio Italiano. Altre problematiche indirette derivano dalla frammentazione della gestione dell'immagine turistica del cantone. La concorrenza all'interno dei poli turistici (anche a livello istituzionale) del cantone non permetterebbe una efficiente e razionale valorizzazione del territorio. Allo stesso modo si ritiene necessaria una maggiore cultura dell'ospitalità per aumentare l'attrattività del cantone. Si segnala inoltre la difficoltà ad operare nel mercato italiano tramite eventuali subappalti a causa dell'importante differenziale di prezzo tra Ticino e Lombardia.

*Come prevedono di partecipare* Al momento attuale, non è prevista una partecipazione diretta all'esposizione.

### *a.3 Associazioni industriali e manifatturiere Ticinesi*

*Visione attuale* Alcune associazioni di imprese esprimono perplessità su Expo, altre hanno visioni maggiormente positive. Alcune associazioni ritengono che le imprese Ticinesi non siano interessate ad Expo in quanto, operando in mercati di nicchia, non necessitano di questi canali per lo sviluppo della propria immagine, ritenendo altresì che attualmente Expo non rappresenti una priorità.

*Intenzioni* Al momento attuale, non vi sono allo studio particolari progetti, se non eventualmente facilitare le imprese nella partecipazione ad Expo su richiesta delle stesse.

*Risvolti positivi attesi* Possibili risvolti positivi potrebbero riguardare le aziende tecnologiche (alcune start-up) e le aziende che operano nella logistica e nella gestione della sicurezza e dei sistemi informativi. Si attendono collaborazioni con l'Italia per quanto riguarda la gestione dei flussi di visitatori.

*Problematiche* Le società risentono delle problematiche relative all'inserimento della Svizzera nelle Black Lists Italiane oltre che all'eccessiva burocratizzazione del sistema produttivo.

*Come prevedono di partecipare* Le associazioni coordineranno le eventuali richieste delle aziende a loro associate e le convoglieranno verso alcune società che si occupano della promozione di aziende Svizzere all'estero. Alcune associazioni potrebbero organizzare delle giornate di lavoro in Italia al fine di favorire il business delle aziende ticinesi.

#### *a.4 Associazioni per la promozione economica delle aziende Svizzere*

*Visione attuale* Al momento attuale, sono state registrate solamente alcune manifestazioni di interesse da parte delle aziende per partecipare ad Expo 2015 mentre altre imprese sono interessate ad espandersi nel mercato italiano indipendentemente dallo svolgimento dell'esposizione. Si registra un basso ricorso ai servizi offerti dalle associazioni di promozione economica per il mercato italiano da parte delle aziende ticinesi, probabilmente dovuto alla vicinanza linguistica e culturale, se non alla stessa nazionalità italiana degli imprenditori. Non vi sono grandi aspettative su Expo 2015, se non limitate al settore turistico, in quanto chi opera in Italia è attivo in mercati di nicchia o nei settori high-tech.

*Intenzioni* Favorire lo sviluppo del mercato Italiano alle aziende che lo richiederanno.

*Risvolti positivi attesi* Alcuni settori dei servizi potrebbero beneficiare dell'indotto generato da Expo, quali per esempio le società di gestione della sicurezza e alcune industrie tecnologiche. Il Ticino potrebbe raccogliere i maggiori vantaggi a causa della maggior percentuale di imprenditori di nazionalità italiana attivi sul territorio.

*Problematiche* Negli ultimi anni, si è registrato un calo strutturale delle risorse che le imprese destinano alla organizzazione e partecipazione a fiere. Su scala nazionale, l'Expo 2015 sembra interessante unicamente per i cantoni di frontiera. Si registrano inoltre alcune difficoltà a far collaborare i vari interlocutori attivi sul territorio. Per il settore delle costruzioni, vincere le gare con aste al ribasso potrebbero rilevarsi problematico visto il differenziale di prezzo tra Svizzera e Italia. Alcune realtà segnalano inoltre un atteggiamento piuttosto passivo da parte di alcune aziende, portando ad esempio edizioni passate dove le aziende richiedevano eventuali spazi ad esposizione già avviata.

*Come prevedono di partecipare* Alcune associazioni avranno un ruolo importante nel coordinare, presentare e favorire l'offerta Svizzera sul territorio Italiano. Al momento attuale non si prevede di organizzare eventi collaterali collegati ad Expo sul territorio Svizzero, anche se potrebbero essere eventualmente pianificati in prossimità dell'evento.

#### *a.5 Associazioni turistiche Ticinesi*

*Visione attuale* Necessità di instaurare una piattaforma operativa dedicata al settore del turismo, non comprendendo però al suo interno rappresentanti diretti del settore imprenditoriale privato.

<i>Intenzioni</i>	Attrarre visitatori sul territorio Ticinese, collaborando eventualmente con istituzioni nazionali. Non c'è volontà di organizzare eventi sul territorio ma una serie di prodotti a sistema (pacchetti/carte turistiche giornaliere).
<i>Risvolti positivi attesi</i>	Si attendono risvolti positivi nel breve periodo legati alle spese di soggiorno sostenute durante l'Expo; nel medio periodo si attende un aumento delle escursioni giornaliere legate in particolare al tema gastronomico; un ritorno di immagine nel lungo periodo è invece visto più difficoltoso.
<i>Problematiche</i>	Difficoltà di coordinamento all'interno del territorio, eventuali problematiche nel gestire l'evento in alta stagione (periodo estivo).
<i>Come prevedono di partecipare</i>	Realizzando prodotti di sistema (pacchetti turistici) che poi possono essere mantenuti nel tempo; enfatizzare la qualità elvetica e ticinese, la lingua comune e la sicurezza del territorio.

#### *a.6 Istituzioni territoriali Ticinesi*

<i>Visione attuale</i>	Al momento attuale, le amministrazioni locali ticinesi non presentano piani di azione condivisi o percorsi di avvicinamento comuni, se non limitatamente ad alcune zone. Alcune amministrazioni sono entusiaste di partecipare all'evento e presentato piani organizzativi già avanzati e concreti.
<i>Intenzioni</i>	Alcuni comuni vogliono organizzare eventi e promuovere investimenti in alcuni settori coinvolgendo gli operatori economici privati del territorio.
<i>Risvolti positivi attesi</i>	I territori prossimi all'area di confine attendono un forte impatto dell'esposizione nel settore turistico e dei servizi collegati.
<i>Problematiche</i>	Costi per finanziare alcune opere, necessità di coinvolgere alcuni sponsor.
<i>Come prevedono di partecipare</i>	Le partecipazione diretta all'evento all'interno del padiglione è da escludersi per quelle realtà con disponibilità finanziarie limitate. Alcuni comuni prevedono tuttavia di organizzare eventi o supportare progetti collegati ad Expo 2015, che tuttavia non esauriscano il loro valore al termine della manifestazione.

#### *a.7 Istituzioni territoriali Grigionesi*

<i>Visione attuale</i>	Il Cantone Grigioni vanta rapporti di cooperazione e scambio qualitativamente migliori rispetto al Cantone Ticino. Vi sono stati esempi di
------------------------	--

buone collaborazioni con la provincia di Sondrio e si registra un minor livello di conflittualità all'interno del territorio. Coscienti della maggior distanza territoriale dal sito espositivo, vedono comunque la manifestazione come un'opportunità di rilancio e di sviluppo dell'immagine dei territori Grigionesi.

*Intenzioni* L'Expo 2015 potrebbe essere colta come occasione per migliorare i collegamenti infrastrutturali con Milano e la Lombardia. Vi è una forte volontà di cogliere gli aspetti positivi della manifestazione, comunicando un'immagine generosa e positiva del cantone. Si vuole anche cogliere l'occasione per favorire l'ingresso delle imprese Grigionesi nel mercato Italiano, sfruttando l'elevato valore qualitativo di alcuni beni e servizi prodotti dalle aziende del territorio.

*Risvolti positivi attesi* I maggiori risultati sono attesi in ambito turistico e nei settori ad esso collegati, ivi compreso il settore enogastronomico e artigianale.

*Problematiche* Le problematiche per il Cantone Grigioni sembrano risiedere nella limitata visibilità che il loro territorio potrebbe avere durante la manifestazione, sia in funzione del numero di paesi presenti alla manifestazione, sia per i limitati spazi espositivi da condividere con le altre città/cantoni.

*Come prevedono di partecipare* Il cantone Grigioni sarà presente ad Expo condividendo temporalmente uno spazio espositivo con gli altri 4 cantoni della fascia di confine (Vallese, Ticino e Uri). Prevedono inoltre di creare dei circuiti turistici che includano la visita all'esposizione universale del 2015 e nel contempo permettano di conoscere e visitare i territori Grigionesi.

*Annotazioni* Sembra emergere all'interno del territorio un buon livello di collaborazione tra le strutture istituzionali e tra esse e le strutture private. Dagli incontri con stakeholder istituzionali, si rileverebbe anche un comportamento molto attivo delle imprese, specialmente in ambito turistico.

## **b. I risultati del questionario inviato alle imprese Ticinesi e Grigionesi.**

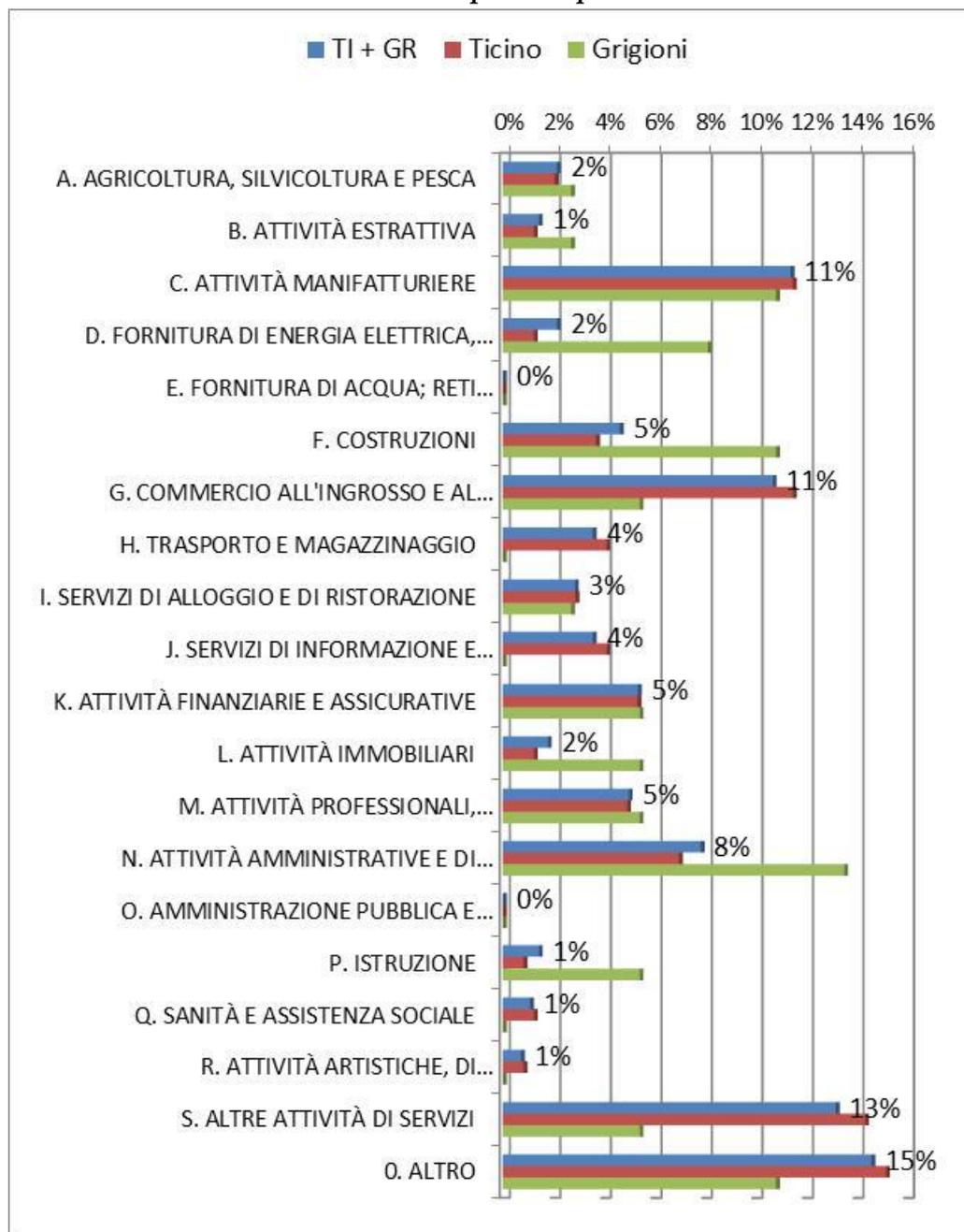
Contestualmente alle interviste strutturate, si è proceduto ad indagare il settore privato tramite un questionario on-line inviato alle imprese Ticinesi e Grigionesi. Le imprese sono state selezionate attraverso il dataset fornito da Swissfirms. Il tasso di risposta non è stato particolarmente elevato, anche a causa della chiusura o dell'assenza del personale di numerose aziende dovuta al periodo di riposo estivo. Il numero di aziende Ticinesi contattate è stato pari a 789, con un tasso di risposta del 31.3%, mentre le aziende Grigionesi contattate sono state pari a 296, con un tasso di risposta del 12.4%. I principali risultati dell'inchiesta sono espressi nel seguito.

### *b.1 Tipologia delle imprese rispondenti*

L'87% delle risposte è arrivato da imprese localizzate nel territorio Ticinese. Il restante 13% proviene da imprese localizzate nel cantone dei Grigioni.

Le classi di attività delle aziende considerate risultano sufficientemente ampie e ben rappresentate, sebbene non ricostruiscano in maniera speculare la composizione economica ticinese o grigionese. Il tasso di risposta non elevatissimo non permette al momento attuale di compiere selezioni sul dataset dei rispondenti. Bisognerebbe inoltre verificare personalmente la classe di attività segnalata dalle aziende, in quanto molte aziende si sono classificate erroneamente con la classe di attività "altro", come è possibile evincere dal numero anomalo di aziende classificate in "altre attività di servizi" e in "altro" nella tabella sottostante.

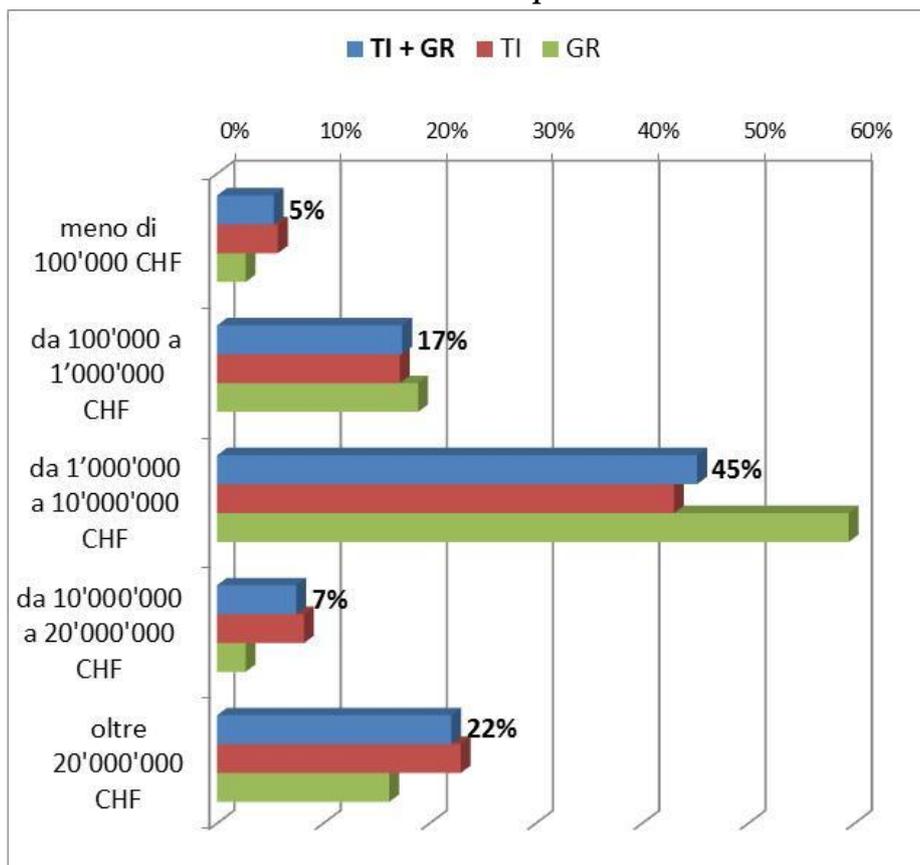
**Grafico 3.1 Classe di attività delle imprese rispondenti**



Fonte: Elaborazioni dati IRE

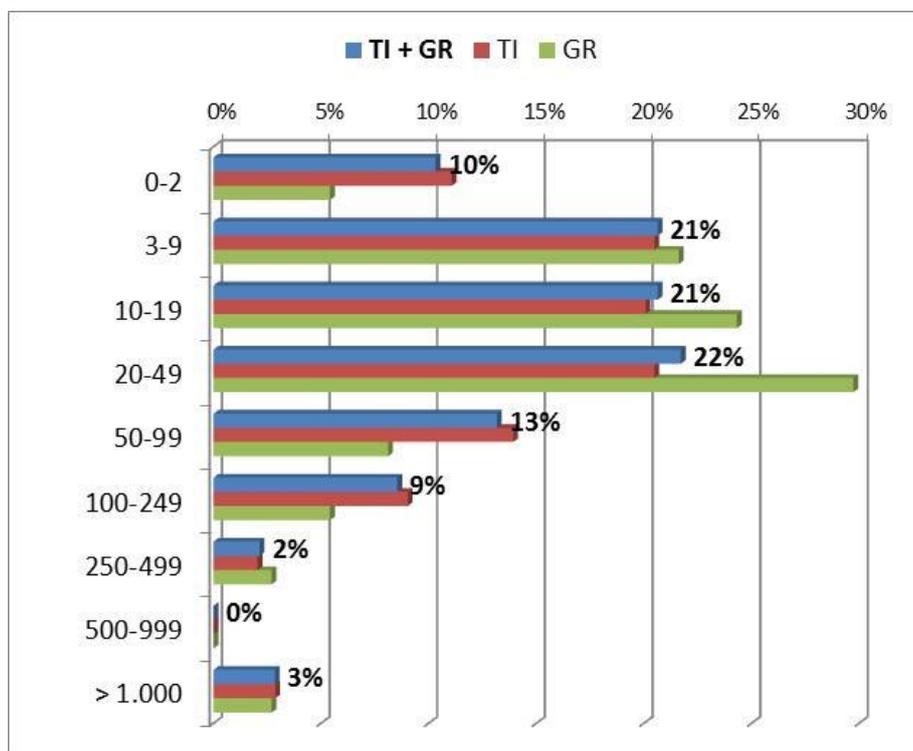
In relazione alla classe di fatturato ed al numero di dipendenti non si rilevano eccessive differenziazioni tra Ticino e Grigioni, ad eccezione della distribuzione nei livelli medi delle due variabili.

**Grafico 3.2: Classe di fatturato delle imprese al 31.12.2011**



Fonte: Elaborazione dati IRE

**Grafico 3.3: Numero di addetti al 31.12.2011**



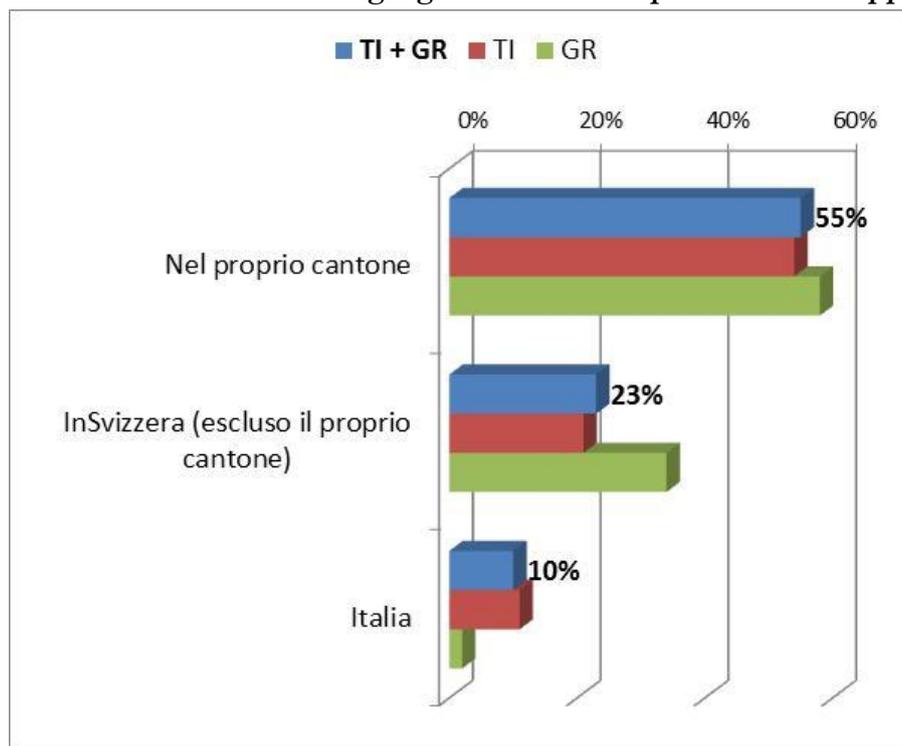
Fonte: Elaborazione dati IRE

Con riferimento alla tipologia di impresa, il 75% delle società rispondenti è classificabile come Società Anonima (SA/AG, 75% per il canton Ticino e 74% per il cantone dei Grigioni), il 7% come SAGL/GmbH (7% Ticino, 5% Grigioni) e la restante parte è composta per la maggior parte da ditte individuali o associazioni. Il 20% delle aziende Ticinesi fa inoltre parte di un gruppo internazionale, mentre per i Grigioni tale percentuale si attesta all'8%. La proprietà dell'azienda risulta familiare o personale per il 54% delle aziende Ticinesi e per il 65% delle aziende Grigionesi, mentre si definiscono autonome da un punto di vista gestionale l'84% delle imprese Ticinesi e il 92% delle imprese Grigionesi.

Sotto il profilo formativo del personale non emergono particolari differenze tra Ticino e Grigioni. In media le aziende occupano un 26% di lavoratori con alta formazione, un 53% a media formazione e un 20% a bassa formazione. Suddividendo per classe di fatturato emerge che le aziende con più basso fatturato occupano una maggior percentuale di personale qualificato. Questo effetto è ascrivibile alla presenza di un numero abbastanza rilevante di studi professionali tra le aziende a minore fatturato (<1 mln di Chf). L'82% del personale risulta poi assunto a tempo pieno. Tutti i dati non sono ponderati per il numero di lavoratori; esprimono cioè la media semplice delle risposte fornite dalle aziende.

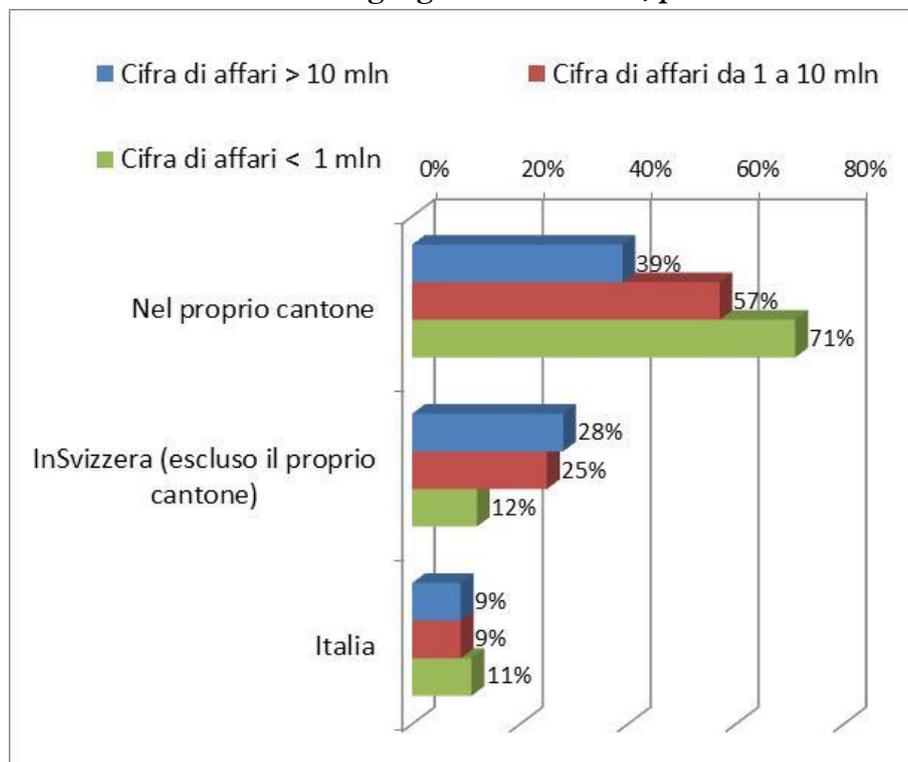
Analizzando la formazione delle cifre di affari delle imprese Grigionesi e Ticinesi non emergono particolari differenze. Le aziende producono in media il 37% della loro cifra d'affari con clientela privata, il 51% con altre aziende (clientela business) mentre il restante 12% con istituzioni pubbliche. Per quanto riguarda la distribuzione geografica dei ricavi, nelle due tabelle successive possiamo osservare la percentuale del giro di affari prodotta nel proprio Cantone, in Svizzera escluso il proprio Cantone e in Italia, in funzione del cantone di residenza dell'impresa e della cifra di affari. Anche in questo caso i dati non sono ponderati per la cifra di affari ma esprimono la media semplice delle indicazioni forniteci dalle aziende.

**Grafico 3.4: Distribuzione geografica dei ricavi per cantone di appartenenza, al 31.12.2011**



Fonte: Elaborazione dati IRE

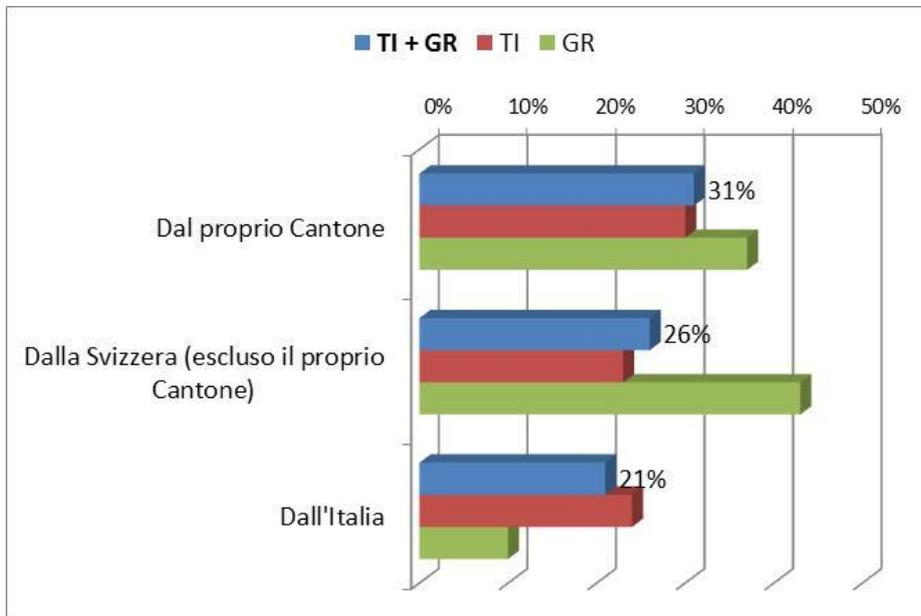
**Grafico 3.5: Distribuzione geografica dei ricavi, per dimensione del giro di affari, al 31.12.2011**



Fonte: Elaborazione dati IRE

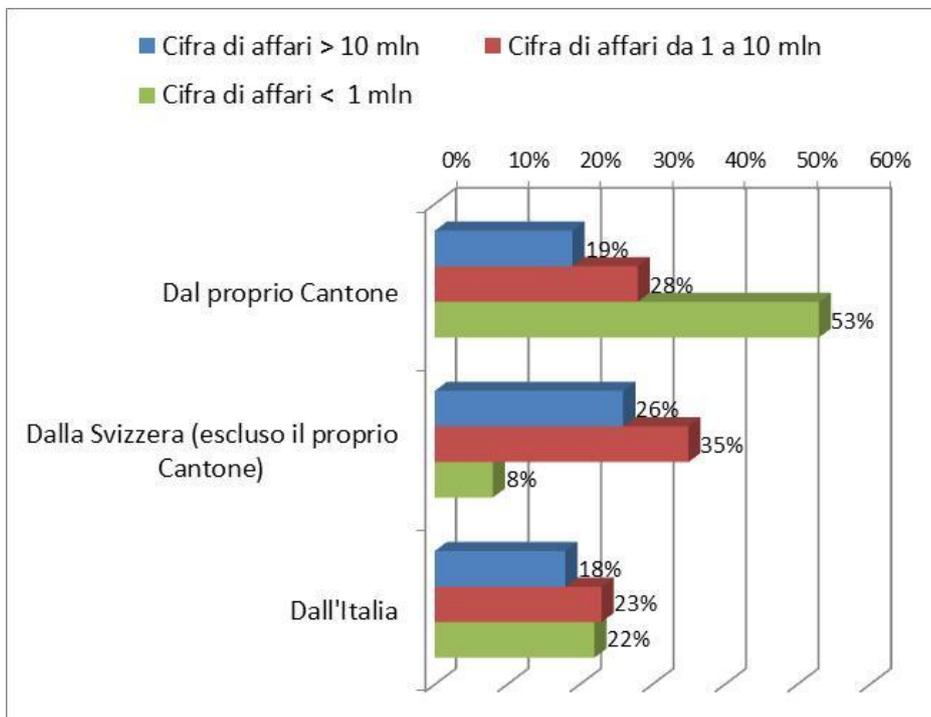
Nelle tabelle seguenti è invece possibile osservare la percentuale di provenienza delle merci o servizi utilizzati nel processo di produzione dalle aziende rispondenti.

**Grafico 3.6: Distribuzione geografica delle merci importate, per cantone di appartenenza, al 31.12.2011**



Fonte: Elaborazione dati IRE

**Grafico 3.7: Distribuzione geografica delle merci importate, per dimensione del giro di affari, al 31.12.2011**



Fonte: Elaborazione dati IRE

Con riferimento ai competitors di mercato, le aziende si confrontano mediamente con il 42% di competitors locali (cantionali), con il 24% di competitors nazionali e con il 14% di competitors italiani (in Ticino il 15%, nei Grigioni il 5%).

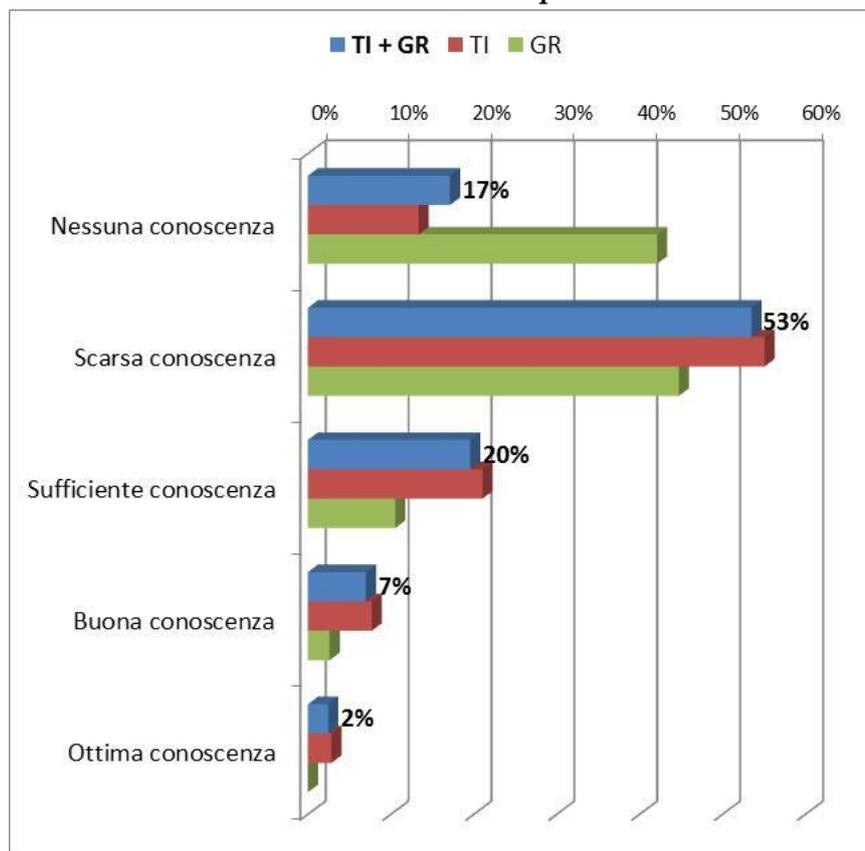
Passando alle caratteristiche dell'attiva gestionale delle imprese rispondenti Ticinesi e Grigionesi, possiamo osservare come le stesse affermino di essere caratterizzate dallo sviluppo di prodotti innovativi (il 79% delle imprese indica di perseguire strategie di innovazione/differenziazione), seguito dal perseguimento di strategie di controllo dei costi (ovvero strategie di prezzo, sostenute dal 53% delle imprese). Non emergono differenze rilevanti suddividendo i dati per cantone di appartenenza o per classe di fatturato, ad eccezione dei dati riguardanti l'attuazione delle politiche di controllo dei costi, che risultano perseguite nel 60% delle società con giro di affari maggiore di Chf 20 milioni contro il 38% delle aziende con cifra di affari minore di 1 milione. Per quanto riguarda la gestione del processo di internazionalizzazione, il 52% delle aziende dichiara di non gestirlo espressamente (40% per le imprese con ricavi maggiori di 20 mln di Chf e 53% delle aziende con ricavi minori di 1 mln di Chf), il 22% dichiara di gestirlo anche con l'aiuto di associazioni o network (16% per le aziende con ricavi maggiori di Chf 20 mln e 29% per le aziende con ricavi minori di Chf 1 mln) mentre il 33% dichiara di gestirlo anche direttamente tramite divisioni o uffici interni (52% per le aziende con ricavi maggiori di Chf 20 mln e 24% per le aziende con ricavi minori di Chf 1 mln). Classificando le risposte per cantone di appartenenza, non emergono differenze particolari se non riferibili a un maggior utilizzo di associazioni o network a supporto dell'internazionalizzazione da parte del cantone Grigioni (29% contro il 21% per il Ticino) probabilmente dovuto alle maggiori differenze linguistico-culturali (aspetto emerso anche in alcune interviste con stakeholder istituzionali rappresentanti di aziende di promozione economica).

Tralasciando altri aspetti del questionario che potranno essere approfonditi in un secondo momento, possiamo ora analizzare i dati specifici che riguardano un eventuale coinvolgimento delle aziende agli eventi diretti o indiretti che potrebbero essere organizzati in occasione di Expo 2015.

### *b.2 Le imprese private nel contesto di Expo 2015*

Il primo interessante tema da trattare, riguarda l'informazione e la conoscenza che le imprese hanno riguardo alle tematiche e alle opportunità offerte da Expo 2015. Come possiamo osservare dalla tabella seguente, il 70% circa degli intervistati sostiene di non avere una conoscenza sufficiente riguardo ad Expo 2015.

**Grafico 3.8: Conoscenza dell'evento Expo 2015 e delle tematiche ad esso collegate.**

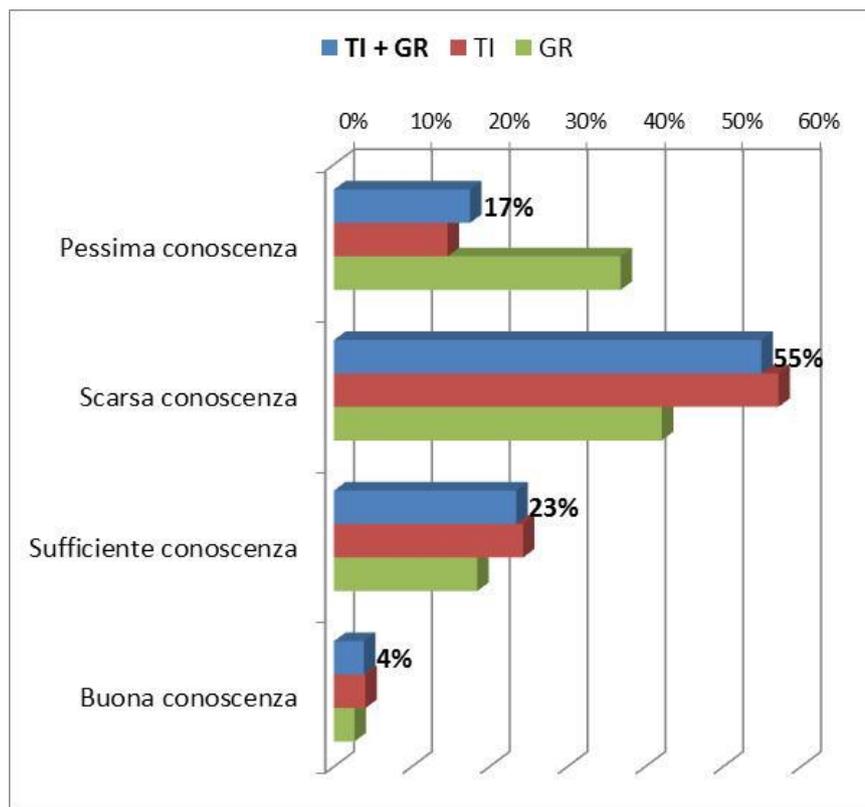


Fonte: Elaborazione dati IRE

Suddividendo questo dato per il cantone di appartenenza, emerge come nei Grigioni la conoscenza risulti ancor più limitata. Elaborando invece i dati sotto il profilo della classe dimensionale dei ricavi, non emergono differenze rilevanti.

Anche per quanto riguarda la valutazione delle informazioni fornite alle imprese su Expo 2015 il risultato è piuttosto negativo. Più del 72% dei rispondenti reputa l'informazione fornita alle aziende insufficiente, come è possibile osservare nella tabella successiva.

**Grafico 3.9: Valutazione delle informazioni fornite alle aziende su Expo 2015.**



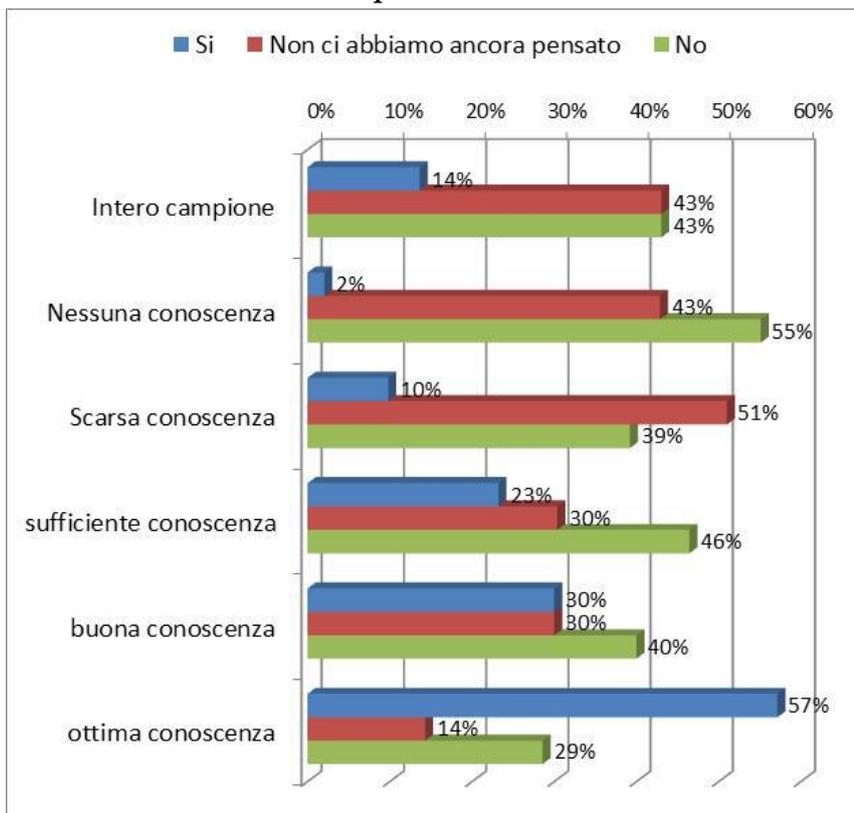
Fonte: Elaborazione dati IRE

Per analizzare la solidità del campione che afferma che le informazioni fornite siano insufficienti, possiamo incrociare i dati relativi alla conoscenza di Expo 2015 con i dati relativi alla valutazione delle informazioni fornite su Expo 2015. Incrociando le due tabelle, possiamo vedere che il 60% delle persone che dichiara di avere almeno una sufficiente informazione su Expo 2015 ritiene l'informazione fornita non sufficiente. Questa impostazione sembrerebbe confermare una deficitaria o limitata comunicazione verso le aziende. E' importante notare che il miglioramento dell'informazione e un maggior coinvolgimento delle aziende sono aspetti che emergono anche nei suggerimenti in forma libera inviatici dalle aziende.

Elaborando ulteriormente i dati in nostro possesso, possiamo osservare come la conoscenza di Expo 2015 risulti razionalmente collegata alla volontà di partecipare all'esposizione. E' importante notare che con partecipazione all'esposizione ovvero partecipazione ad Expo abbiamo inteso non soltanto la partecipazione ufficiale all'interno del padiglione ma anche la partecipazione a tutti quegli eventi collaterali che verranno o potranno essere organizzati. Come è possibile osservare nella tabella successiva, solamente il 14% dell'intero campione di rispondenti ha affermato che proverà a partecipare ad Expo 2015, contro il 43% che afferma di non voler comunque partecipare. Elevata è anche la percentuale delle aziende che non hanno ancora valutato la partecipazione (43%). Se suddividiamo i risultati di questa inchiesta sulla base del

livello di conoscenza su Expo 2015, possiamo osservare come la percentuale di aziende che intendono partecipare aumenti notevolmente all'aumentare del grado di conoscenza. La distribuzione delle persone che non intendono partecipare (maggiore in termini assoluti tra i soggetti che non hanno alcuna conoscenza di Expo 2015 e decrescente all'aumentare del livello di conoscenza dell'evento) supporrebbe che una maggiore comunicazione sulle opportunità offerte da Expo 2015 possa portare a un maggior coinvolgimento della sfera imprenditoriale privata, aumentando le possibilità di partecipazione. Alternativamente, possiamo interpretare questa distribuzione delle risposte supponendo che solamente le imprese che reputino vantaggioso partecipare abbiano approfondito l'argomento. Questo potrebbe essere confermato dal fatto che solamente il 39% delle imprese con scarsa conoscenza afferma di non esser interessato a partecipare, contro il 46% delle imprese con sufficiente conoscenza. Possiamo tuttavia facilmente ipotizzare che queste due ipotesi si realizzino congiuntamente all'interno del nostro campione di dati.

**Grafico 3.10: Volontà di partecipare agli eventi Expo 2015, diretti o indiretti, condizionati al livello di conoscenza su Expo 2015.**



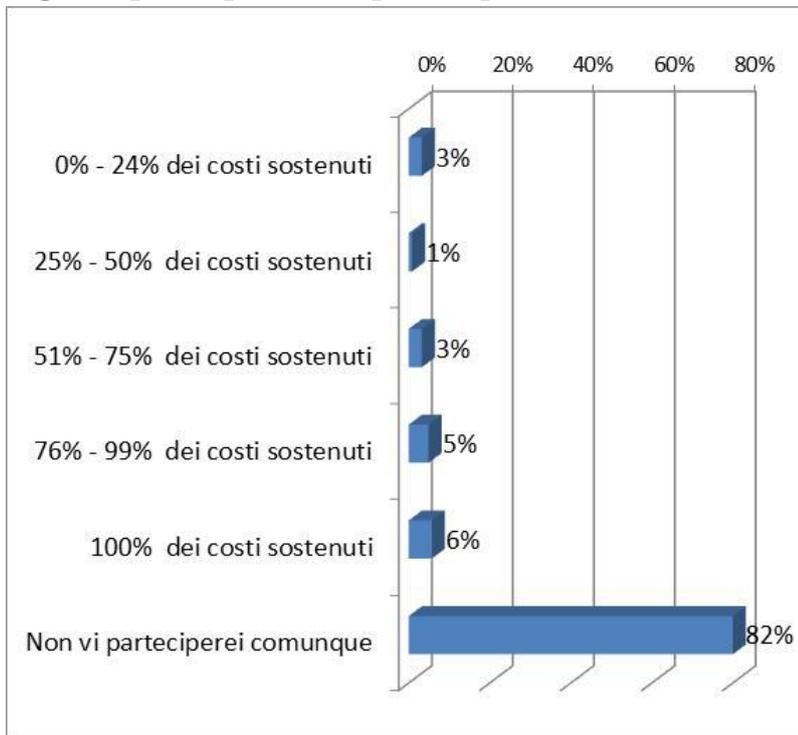
Fonte: Elaborazione dati IRE

A seguito di ulteriori analisi, sono poi stati individuati gli altri fattori che influiscono positivamente sulla volontà di partecipare ad Expo, quali ad esempio: la partecipazione abituale a fiere (in particolar modo internazionali – solo il 22% delle aziende che partecipa abitualmente a fiere internazionali ha dichiarato che non vorrà partecipare agli

eventi di Expo 2015, contro il 56% di chi non ha mai partecipato a fiere), l'aver effettuato investimenti all'estero (il 28% di chi ha effettuato investimenti all'estero non parteciperà contro il 52% di chi non li ha effettuati), la volontà di aumentare gli investimenti generali in futuro (30% contro il 50% di chi non li aumenterà), il fatto di lavorare già in Italia (34% contro 57% delle imprese che non lavorano in Italia), il possedere una elevata autonomia gestionale (40% contro 63%), il gestire in qualche modo un processo di internazionalizzazione (26% contro 57%). Diversamente il fatto di risiedere in Ticino o Grigioni non sembra influenzare in maniera rilevante la volontà di non partecipare (43% per le imprese risiedenti in Ticino e 47% per le imprese Grigionesi), così come la classe di fatturato aziendale (la volontà di non partecipare è compresa tra il 40% e il 50%, senza importanti differenze all'interno delle classi di fatturato). Con riferimento ai settori industriali che non escludono maggiormente (a livello relativo) una eventuale partecipazione – ovvero i settori maggiormente propensi a partecipare, possiamo segnalare il settore manifatturiero, delle costruzioni, degli alloggi e ristorazioni e della comunicazione e informazione. Va segnalato tuttavia che permane il problema dell'alto numero di aziende erroneamente classificate alla voce “altro” e “altre attività di servizi” (quest'ultime in particolare presentano una buona eventuale volontà partecipativa).

Alle aziende che hanno risposto di non voler partecipare a fiere abbiamo provato a chiedere se ed eventualmente con quale livello di incentivi o di finanziamento a fondo perso dei costi parteciperebbero agli eventi Expo 2015. Con qualche sorpresa si è rilevato che l'82% delle aziende non parteciperebbe comunque a nessuno di questi eventi, anche se si dovessero coprire il 100% dei costi di partecipazione, come si evince dalla tabella successiva.

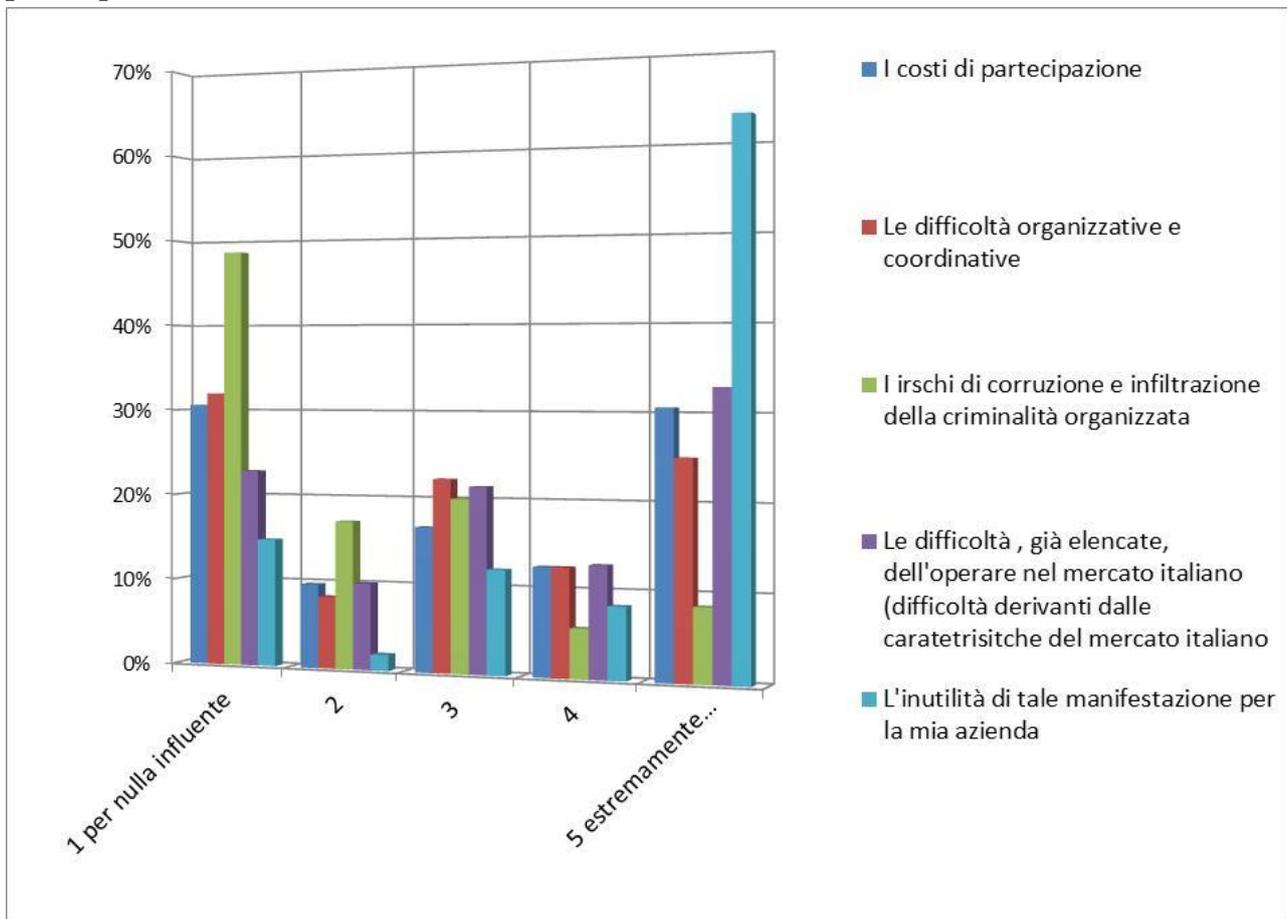
**Grafico 3.11: Livello di incentivi o finanziamenti a fondo perso con i quali le aziende che non vogliono partecipare ad Expo 2015 prenderebbero in considerazione la partecipazione.**



Fonte: Elaborazione dati IRE

Analizzando poi le motivazioni che spingono queste aziende a non partecipare all'evento Expo, individuiamo nella percezione dell'inutilità della manifestazione per la propria azienda la motivazione principale di tale scelta.

**Grafico 3.12: Valutazione da 1 (per nulla influente) a 5 (estremamente influente) degli elementi che influiscono sulla partecipazione ad Expo 2015, per le imprese che hanno deciso di non partecipare.**



Fonte: Elaborazione dati IRE

Le difficoltà organizzative e in particolare i rischi di corruzione e infiltrazione mafiosa hanno un bassissimo impatto nella scelta di non partecipare, mentre le aziende si dicono più sensibili alle difficoltà caratteristiche del mercato italiano. Nella tabella seguente possiamo quindi osservare le valutazioni sulle difficoltà caratteristiche del mercato italiano, fornite dalle imprese che non vogliono in nessun caso partecipare agli eventi Expo 2015.

**Tabella 3.1: Valutazione di alcune problematiche operative del mercato italiano per le aziende che non vogliono in nessun caso partecipare agli eventi Expo 2015.**

	Score Medio	1 (per niente importante)	2	3	4	5 (estremamente importante)
		distribuzione per punteggio assegnato				
Difficoltà normative e legislative nello scambio delle merci (sdoganamento merci, tempistiche e limitazioni nello scambio delle merci, ecc.)	 3.75	11%	8%	18%	20%	43%
Difficoltà normative e legislative nell'accesso ai mercati (autorizzazioni per la vendita delle merci, apertura di punti vendita o reti distributive, ecc.)	 3.82	9%	9%	16%	21%	44%
Inserimento della Svizzera nelle black lists	 3.50	19%	11%	12%	18%	40%
Mancato rispetto delle tempistiche di pagamento	 3.86	7%	9%	16%	27%	41%
Mancato rispetto degli accordi contrattuali	 3.34	13%	17%	23%	18%	29%
Scarsa protezione legale e lunghe tempistiche della giustizia italiana	 3.73	10%	10%	15%	30%	36%
Difficoltà nello sviluppare prodotti con costi competitivi per il mercato italiano	 3.08	18%	19%	22%	20%	21%
Limitata visibilità per le imprese straniere	 2.87	18%	24%	26%	16%	16%
Corruzione e crimine organizzato	 2.76	23%	23%	23%	17%	15%
Difficoltà di intercettare i gusti dei consumatori italiani	 2.26	35%	29%	17%	13%	6%
Scarso potere di acquisto della popolazione italiana	 2.82	24%	17%	26%	21%	13%
Stereotipi dei clienti nei confronti della Svizzera	 2.40	32%	26%	22%	12%	8%

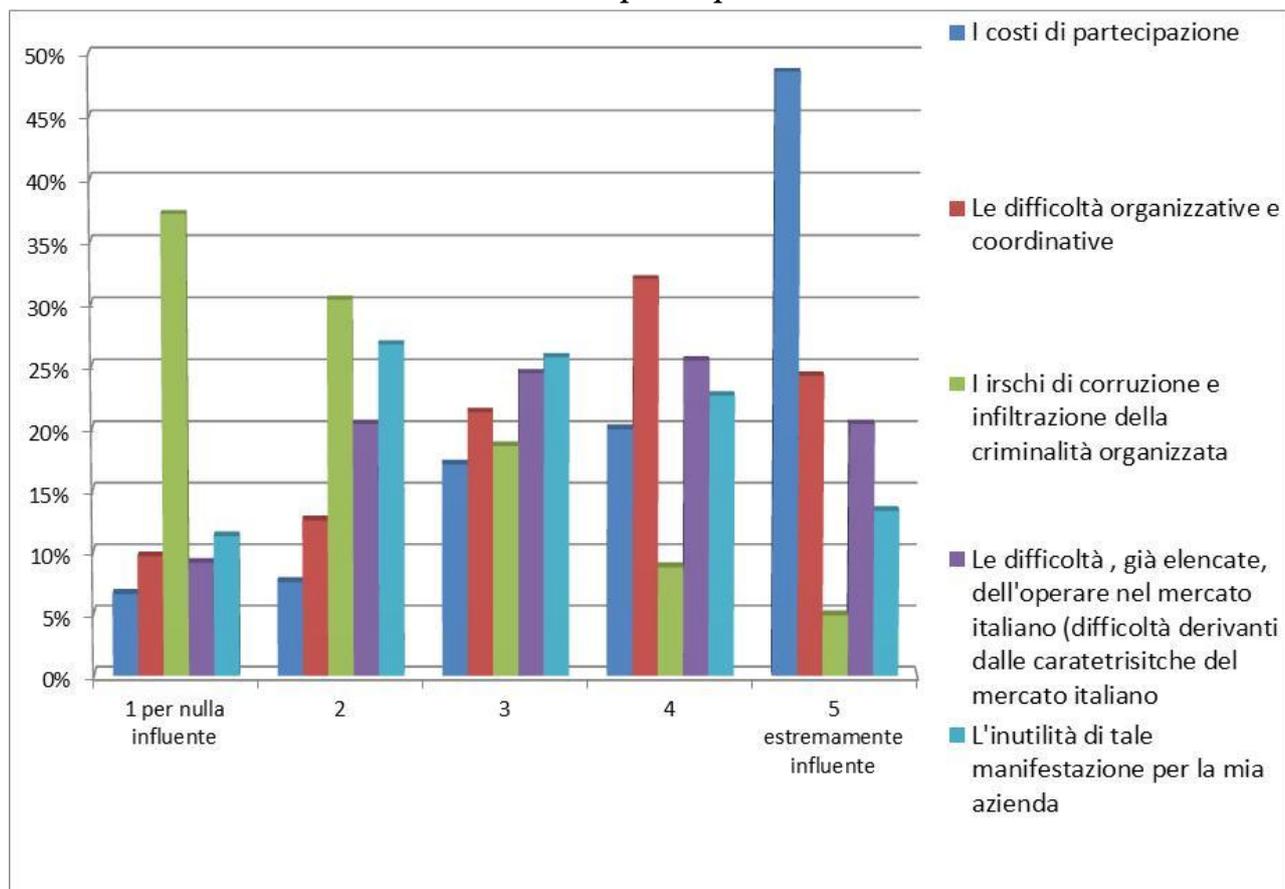
Fonte: Elaborazione dati IRE

Questi dati sono in linea con le difficoltà riscontrate da tutte le aziende all'interno del mercato italiano. I fattori burocratici, l'inserimento della Svizzera nelle Black Lists italiane, il mancato rispetto delle tempistiche di pagamento e degli obblighi contrattuali,

la scarsa protezione legale e le lunghe tempistiche della giustizia italiana, sono i principali fattori che condizionano negativamente lo sviluppo e l'operatività delle imprese Ticinesi sul territorio italiano.

Possiamo quindi affermare che un eventuale incentivo a partecipare alla manifestazione non rappresenterebbe il fattore determinante nella scelta della partecipazione, anche se rivestirebbe un importante ruolo per quelle aziende che non abbiano ancora vagliato una loro adesione alla manifestazione. Come possiamo evincere dalla tabella successiva, queste aziende valutano i costi di partecipazione come l'elemento di maggior influenza nel loro processo decisionale, seguito dalle difficoltà organizzative specifiche dell'evento e dalle difficoltà caratteristiche del mercato italiano. In relazione a quest'ultime si sottolinea la generale corrispondenza con le maggiori problematiche precedentemente indicate, con un ulteriore accento sull'inserimento della Svizzera nelle Black Lists italiane.

**Grafico 3.13: Valutazione da 1 (per nulla influente) a 5 (estremamente influente) degli elementi che influiscono sul processo decisionale di partecipazione ad Expo 2015, per le imprese che non hanno ancora valutato concretamente la partecipazione.**

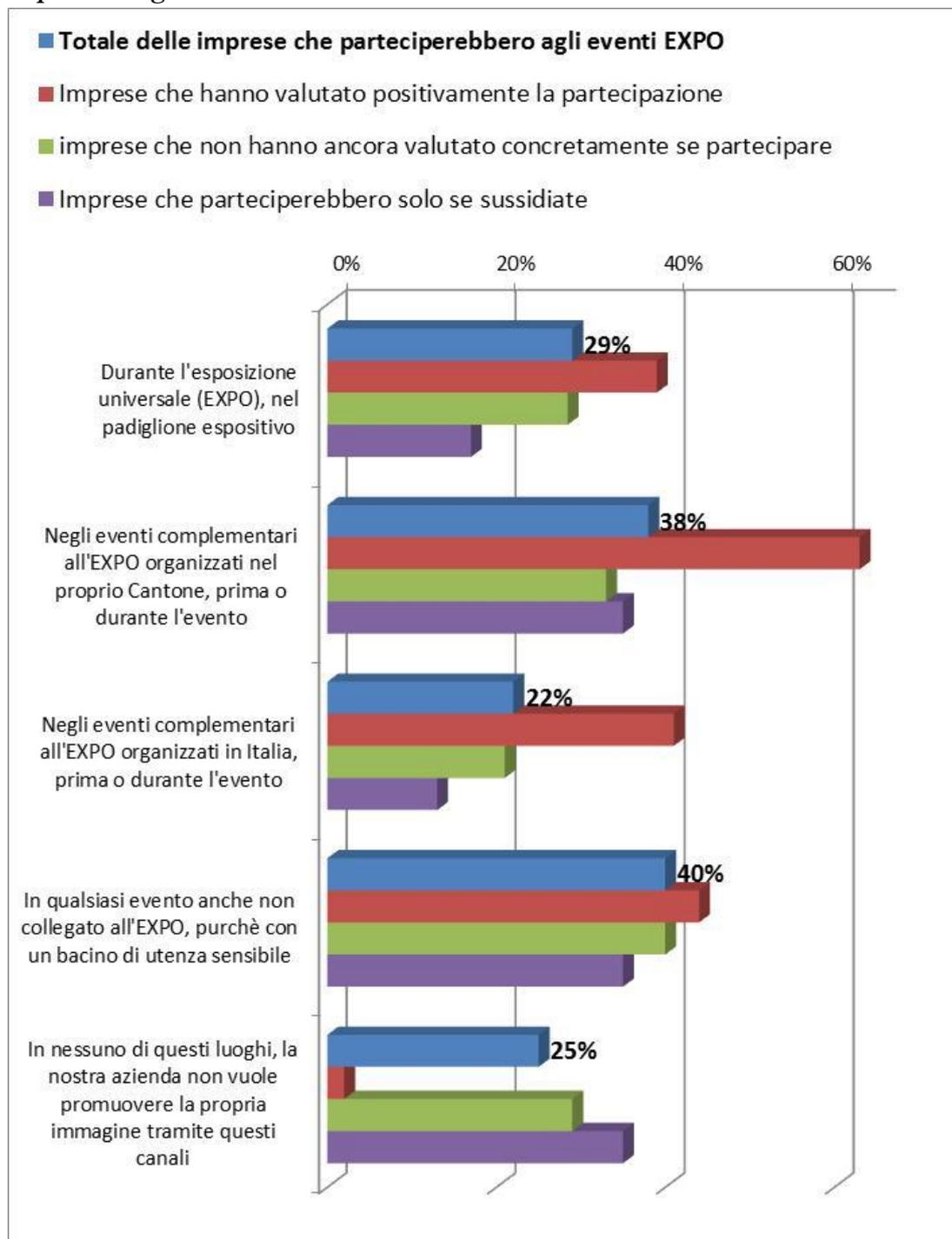


Fonte: Elaborazione dati IRE

Possiamo ora analizzare congiuntamente le risposte delle imprese che hanno manifestato la loro intenzione di partecipare agli eventi Expo 2015 (sia a seguito di sussidio che senza alcun aiuto) e delle imprese che non hanno ancora deciso di partecipare (alle quali

abbiamo chiesto di ipotizzare una loro partecipazione). Possiamo innanzitutto individuare la tipologia di eventi nei quali le imprese vorrebbero investire per promuovere la propria immagine.

**Grafico 3.14: Dove le imprese vorrebbero promuovere la propria immagine, possibilità di risposta congiunta**



Fonte: Elaborazione dati IRE

Come possiamo osservare nella tabella precedente, un elevato numero di imprese (38%) vorrebbe promuovere la propria immagine anche in manifestazioni o eventi organizzati

sul proprio territorio locale (cantone). La maggioranza delle imprese (40%) non sarebbe poi così restrittiva riguardo alle tematiche sviluppate nell'evento e non riterrebbe necessario un collegamento con Expo 2015. Il 29% vorrebbe anche partecipare all'interno del padiglione espositivo, compatibilmente al proprio profilo reddituale. Solamente il 22% vorrebbe invece promuoversi in eventi nel territorio Italiano. Del 25%, invece, la percentuale di aziende che non vorrebbe promuovere la propria immagine tramite questi canali.

Analizzando l'importo dell'investimento che le aziende sarebbero disposte ad effettuare, registriamo che il 73% delle imprese disposte ad investire effettuerebbe una spesa inferiore ai 10.000 Chf, il 25% tra i 10.000 Chf e i 50.000 Chf, l'1% tra 50.000 Chf e 100.000 Chf, un altro 1% tra 100.000 Chf e 250.000 Chf ed un altro 1% una somma maggiore di 500.000 Chf.

Per quanto riguarda le modalità attraverso le quali le aziende effettuerebbero gli investimenti, registriamo che la maggior parte di questi sarebbero effettuati anche direttamente dalla stessa società (56%), indirettamente con l'ausilio di associazioni di vario tipo (39%) o indirettamente tramite una filiale italiana (16%). I dati sugli investimenti maggiori sono troppo esigui per fornire delle statistiche; si registra tuttavia che una buona parte di questi (circa il 40%) potrebbe essere effettuato tramite una filiale italiana.

Con riferimento ad alcuni elementi che potrebbero facilitare le imprese nella partecipazione ad Expo 2015 emerge l'assistenza tecnica, informatica ed organizzativa e la condivisione dei costi di partecipazione. L'assistenza nella formazione di profili professionali particolari o la vicinanza territoriale, linguistica-culturale e la previsione di flussi importanti di visitatori nazionali sembra non costituiscano invece elementi eccessivamente determinanti.

### *b.3 Altri aspetti secondari emersi dall'elaborazione dei questionari*

Nel seguito verranno elencati altri aspetti emersi dall'analisi delle risposte fornite dalle aziende, suddivisi per tema.

#### *Profilo occupazionale.*

Sotto il profilo occupazionale, le imprese Ticinesi impiegano mediamente l'82% dei propri dipendenti a tempo pieno. Gli addetti con alta formazione rappresentano nella media delle imprese il 27% dei dipendenti, gli addetti a media formazione il 53% e a bassa formazione il 20%.

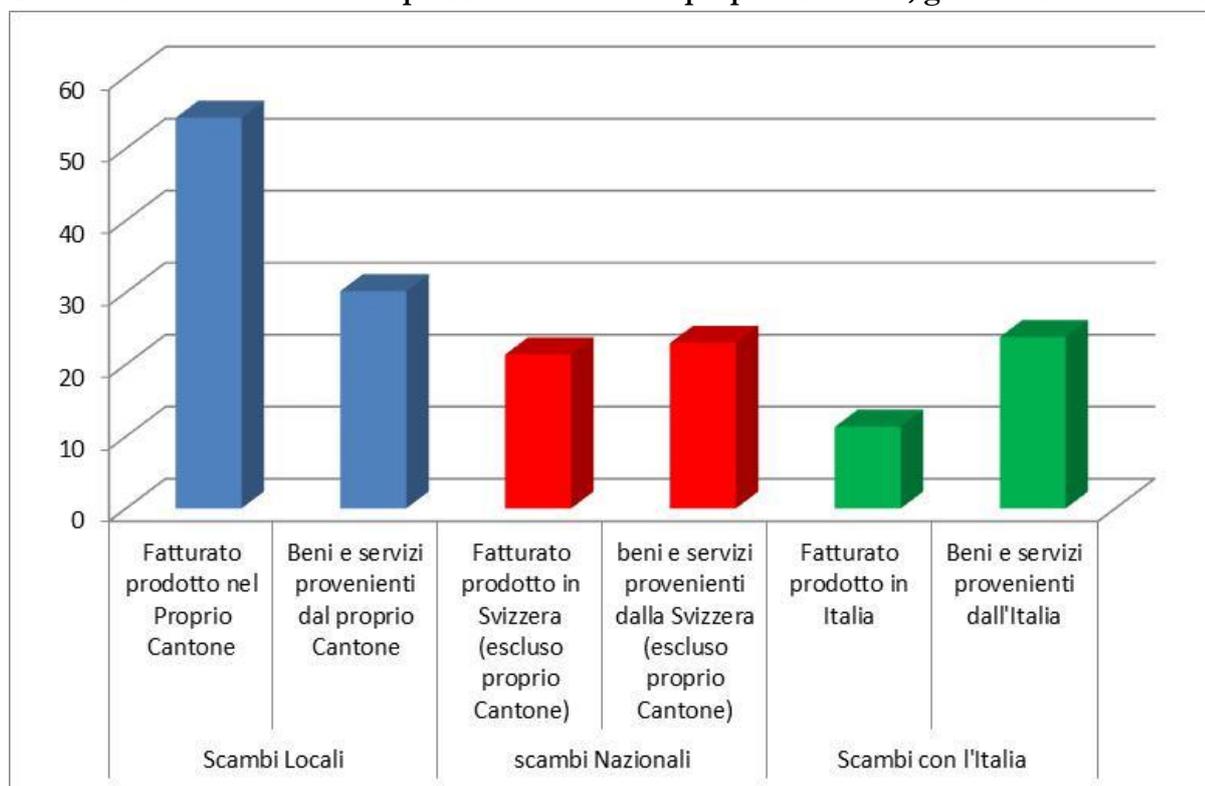
### ***La situazione nel cantone Grigioni.***

Le imprese Grigionesi impiegano mediamente l'80% dei propri dipendenti a tempo pieno. I profili professionali con alta formazione rappresentano nella media delle imprese il 24.6% del capitale umano occupato, quelli a media formazione il 54.6% e a bassa formazione il 21.6%.

### ***Composizione del fatturato e ambiente competitivo.***

Le imprese Ticinesi producono mediamente il 37% del loro fatturato con clientela privata, il 51% con clientela business e l'11% con le Pubbliche Amministrazioni. Con riferimento al profilo localizzativo nella produzione del fatturato e nelle merci importate, riportiamo la media degli scambi con le realtà economiche cantonali, nazionali e italiane.

**Grafico 3.15: Scambi delle imprese Ticinesi con il proprio Cantone, gli altri Cantoni e l'Italia.**



Fonte: Elaborazione dati IRE

Si sottolinea nuovamente che i dati riportati esprimono la media delle risposte forniteci dalle aziende, non rappresentando quindi la situazione aggregata ovvero la media ponderata al fatturato prodotto.

Per quanto riguarda il contesto competitivo, le aziende Ticinesi riferiscono di confrontarsi mediamente per il 44% con imprese locali, per il 22% con imprese nazionali e per il 15% con imprese italiane. L'85% riferisce poi di applicare strategie di

innovazione/differenziazione nello sviluppo dei propri prodotti, con il 55% che applica anche strategie di controllo dei costi. I prezzi vengono poi definiti su un mix di fattori: il 71% stabilisce i prezzi sulla base dei costi, il 53% li adegua sulla base dei prezzi praticati dai competitors e il 35% sulla base dell'andamento della domanda.

In relazione alla propensione e alla percezione competitiva delle proprie merci/servizi, si è domandato alle aziende di fornire una valutazione da 1 (negativa) a 10 (positiva) su un'eventuale ulteriore apertura dei mercati nei quali l'azienda opera, sulla competitività generale dei propri prodotti nei mercati di riferimento e sulla competitività del prezzo dei propri prodotti. I risultati sono espressi nella tabella seguente.

**Tabella 3.2: Valutazione sulla propensione e percezione della propria competitività.**

	Score Medio	1 (assolutamente negativa)	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (estremamente positiva)
		distribuzione per punteggio assegnato									
Come valuta l'ulteriore apertura dei mercati locali nei quali opera? Dove 1 rappresenta "ass. negativa, per il pericolo di perdere quote mercato" e 10 "estr. positiva, per la possibilità di guadagnare quote di mercato".	5.51	13%	6%	8%	6%	22%	8%	10%	13%	4%	11%
Come valuta la competitività generale dei suoi prodotti nel mercato internazionale, dove 1 rappresenta "Per nulla competitivi" e 10 rappresenta "Estremamente competitivi"	6.75	5%	2%	4%	5%	17%	9%	11%	27%	8%	13%
Come valuta la competitività dei prezzi dei suoi prodotti nei mercati internazionali, dove 1 rappresenta "Per nulla competitivi" e 10 rappresenta "Estremamente competitivi"	5.72	9%	6%	8%	10%	18%	9%	8%	17%	6%	9%

Fonte: Elaborazione dati IRE

E' possibile osservare che le aziende percepiscono una ulteriore apertura dei mercati più come una opportunità che un pericolo (pur in maniera non eccessivamente accentuata). Valutano in maniera positiva la competitività dei propri prodotti nei mercati internazionali e valutano positiva ma leggermente inferiore la competitività dei loro prezzi. E' possibile notare come tali valori risultino poi maggiori per le imprese che operano già in Italia o che operano con un numero elevato di lavoratori Italiani. Le imprese locali che non hanno mai operato nel mercato Italiano, percepiscono invece un livello competitivo dei propri prodotti inferiore e l'apertura dei mercati più come una minaccia che una opportunità (vedi tabelle successive).

**Tabella 3.3: Valutazione sulla propensione e percezione della propria competitività per le imprese che già operano in Italia.**

	Score Medio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		(assolutamente negativa)									(estremamente positiva)
distribuzione per punteggio assegnato											
Come valuta l'ulteriore apertura dei mercati locali nei quali opera? Dove 1 rappresenta "ass. negativa, per il pericolo di perdere quote mercato" e 10 "estr. positiva, per la possibilità di guadagnare quote di mercato".	5.76	10%	6%	7%	6%	22%	7%	12%	14%	4%	14%
Come valuta la competitività generale dei suoi prodotti nel mercato internazionale, dove 1 rappresenta "Per nulla competitivi" e 10 rappresenta "Estremamente competitivi"	7.01	2%	1%	3%	4%	17%	9%	14%	29%	9%	12%
Come valuta la competitività dei prezzi dei suoi prodotti nei mercati internazionali, dove 1 rappresenta "Per nulla competitivi" e 10 rappresenta "Estremamente competitivi"	5.89	6%	5%	9%	10%	19%	9%	10%	19%	4%	10%

Fonte: Elaborazione dati IRE

**Tabella 3.4: Valutazione sulla propensione e percezione della propria competitività per le imprese che non operano in Italia.**

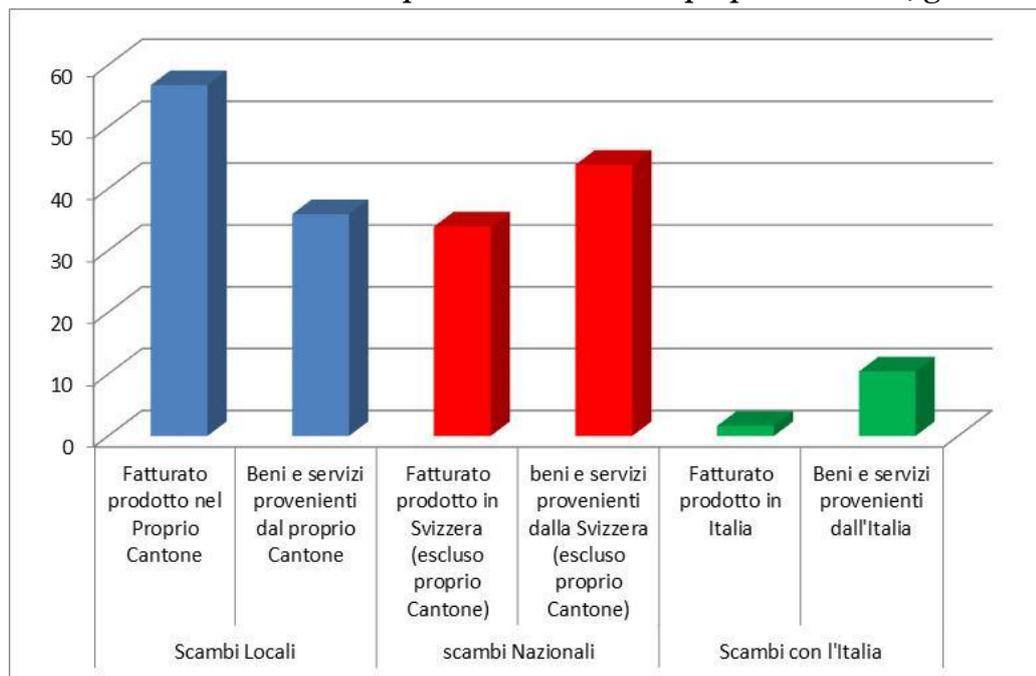
	Score Medio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		(assolutamente negativa)									(estremamente positiva)
distribuzione per punteggio assegnato											
Come valuta l'ulteriore apertura dei mercati locali nei quali opera? Dove 1 rappresenta "ass. negativa, per il pericolo di perdere quote mercato" e 10 "estr. positiva, per la possibilità di guadagnare quote di mercato".	4.91	19%	4%	9%	7%	22%	9%	8%	11%	3%	7%
Come valuta la competitività generale dei suoi prodotti nel mercato internazionale, dove 1 rappresenta "Per nulla competitivi" e 10 rappresenta "Estremamente competitivi"	6.04	11%	4%	4%	7%	17%	8%	7%	22%	6%	13%
Come valuta la competitività dei prezzi dei suoi prodotti nei mercati internazionali, dove 1 rappresenta "Per nulla competitivi" e 10 rappresenta "Estremamente competitivi"	5.17	16%	9%	7%	9%	18%	8%	3%	13%	10%	7%

Fonte: Elaborazione dati IRE

### ***La situazione nel cantone Grigioni.***

Le imprese Grigionesi producono mediamente il 32% del loro fatturato con clientela privata, il 49% con clientela business e il 16% con le Pubbliche Amministrazioni (operano quindi maggiormente con le PA rispetto alle imprese Ticinesi). Con riferimento al profilo localizzativo nella produzione del fatturato e nelle merci importate, riportiamo la media degli scambi con le realtà economiche cantonali, nazionali e italiane.

**Grafico 3.16: Scambi delle imprese Ticinesi con il proprio Cantone, gli altri Cantoni e l'Italia.**



Fonte: Elaborazione dati IRE

E' possibile osservare come le imprese Grigionesi siano maggiormente orientate al mercato interno Svizzero rispetto alle imprese Ticinesi. Presentano inoltre un peso del mercato Italiano inferiore, pur mantenendo lo stesso rapporto Export/Import registrato dalle imprese operanti nel cantone Ticino. Il peso del mercato locale (cantonale) è invece simile per entrambi i territori.

Per quanto riguarda il contesto competitivo, le aziende Grigionesi riferiscono di confrontarsi mediamente per il 37% con imprese locali, per il 39% con imprese nazionali e per il 5% con imprese italiane. Anche questo dato riflette una maggior tensione delle economie territoriali verso il mercato nazionale interno.

Il 76% riferisce poi di applicare strategie di innovazione/differenziazione nello sviluppo dei propri prodotti, con il 54% che applica anche strategie di controllo dei costi. I prezzi vengono poi definiti su un mix di fattori: il 68% stabilisce i prezzi sulla base dei costi, il 59% li adegua sulla base dei prezzi praticati dai competitors e il 27% sulla base dell'andamento della domanda.

In relazione alla propensione e alla percezione competitiva delle proprie merci/servizi, si riportano i risultati delle tabelle precedenti per le imprese operanti nei Grigioni.

**Tabella 3.5: Valutazione sulla propensione e percezione della propria competitività (imprese Grigionesi).**

	Score Medio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		(assolutamente negativa)									(estremamente positiva)
distribuzione per punteggio assegnato											
Come valuta l'ulteriore apertura dei mercati locali nei quali opera? Dove 1 rappresenta "ass. negativa, per il pericolo di perdere quote mercato" e 10 "estr. positiva, per la possibilità di guadagnare quote di mercato"	5.32	16%	0%	11%	8%	21%	11%	11%	13%	0%	11%
Come valuta la competitività generale dei suoi prodotti nel mercato internazionale, dove 1 rappresenta "Per nulla competitivi" e 10 rappresenta "Estremamente competitivi"	5.58	5%	5%	5%	11%	21%	18%	11%	21%	0%	3%
Come valuta la competitività dei prezzi dei suoi prodotti nei mercati internazionali, dove 1 rappresenta "Per nulla competitivi" e 10 rappresenta "Estremamente competitivi"	5.03	11%	8%	16%	5%	18%	16%	5%	11%	5%	5%

Fonte: Elaborazione dati IRE

I livelli di propensione e percezione della competitività dei propri prodotti/servizi sono inferiori rispetto a quelli individuati dalle imprese residenti in Ticino. Il minor numero di rispondenti Grigionesi deve però esser tenuto in considerazione nel considerare il grado di affidabilità dei singoli risultati.

*La partecipazione ad eventi fieristici.*

Il 30% delle imprese Ticinesi afferma di non avere mai partecipato a fiere. Il 52% vi partecipa invece occasionalmente, mentre il 17% abitualmente. Chi ha partecipato a fiere lo ha fatto in fiere internazionali (55%), locali (49%) e nazionali (48%). Analizzando i fattori che spingono una azienda a partecipare, individuiamo i principali moventi nel potenziale afflusso di nuovi clienti, nella vicinanza della fiera al mercato di riferimento (vicinanza alla clientela già esistente) e nella visibilità mediatica/previsione di importanti flussi di spettatori. Nella tabella successiva i risultati analitici dell'inchiesta.

**Tabella 3.6: Valutazione di alcuni elementi nella scelta di partecipazione ad un evento fieristico.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
il costo derivante dalla partecipazione alla fiera	3.30	13%	10%	26%	24%	20%	8%
la presenza di incentivi/sponsor economici per la partecipazione	3.04	20%	12%	20%	22%	17%	10%
le previsioni di un elevato afflusso di potenziali clienti	4.04	8%	4%	10%	23%	46%	9%
la vicinanza della fiera al mercato di riferimento (vicinanza alla clientela)	3.58	12%	10%	12%	27%	30%	9%
la vicinanza culturale e linguistica dell'evento	2.74	25%	15%	21%	19%	11%	10%
la visibilità mediatica offerta dalla partecipazione alla manifestazione / la previsione di	3.62	9%	5%	22%	28%	25%	11%
la presenza nella fiera dei vostri principali competitor	3.01	14%	17%	27%	22%	12%	9%

Fonte: Elaborazione dati IRE

Scomponendo il risultato di questa analisi in funzione della partecipazione a fiere (aziende che non hanno mai partecipato a fiere ed aziende che vi partecipano occasionalmente o abitualmente), possiamo notare come le aziende che non hanno mai partecipato a fiere esprimano giudizi relativamente neutri su tutti gli elementi, con un decrescita uniforme del grado di importanza degli elementi. Non emergono quindi motivazioni particolari nella scelta di non partecipare a fiere. Potrebbe quindi essere possibile che questa scelta sia dettata più da un disinteresse generale verso l'ambiente fieristico che da particolari motivazioni di carattere finanziario (il costo non pare elemento determinante) o organizzativo. Nella tabella successiva riportiamo invece i risultati della precedente inchiesta per le imprese che partecipano abitualmente od occasionalmente a fiere.

**Tabella 3.7: Valutazione di alcuni elementi nella scelta di partecipazione ad un evento fieristico, per le imprese che partecipano abitualmente od occasionalmente ad eventi fieristici.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
il costo derivante dalla partecipazione alla fiera	3.37	9%	13%	32%	24%	22%	1%
la presenza di incentivi/sponsor economici per la partecipazione	3.10	19%	14%	21%	26%	18%	3%
le previsioni di un elevato afflusso di potenziali clienti	4.24	3%	5%	10%	26%	53%	2%
la vicinanza della fiera al mercato di riferimento (vicinanza alla clientela)	3.67	9%	13%	13%	32%	32%	2%
la vicinanza culturale e linguistica dell'evento	2.65	26%	18%	25%	21%	7%	2%
la visibilità mediatica offerta dalla partecipazione alla manifestazione / la previsione di importanti flussi di visitatori	3.72	6%	6%	26%	30%	28%	5%
la presenza nella fiera dei vostri principali competitor	3.06	11%	19%	32%	23%	13%	2%

Fonte: Elaborazione dati IRE

### ***La situazione nel cantone Grigioni.***

Il 46% delle imprese Grigionesi afferma di non avere mai partecipato a fiere. Il 30% vi partecipa invece occasionalmente, mentre il 24% abitualmente. Chi ha partecipato a fiere lo ha fatto in fiere internazionali (37%), nazionali (68%) e locali (74%). Diversamente dal cantone Ticino, registriamo quindi un rilevante maggior numero di partecipazioni in fiere nazionali e locali contro una diminuzione nella partecipazione a fiere internazionali.

Analizzando poi i fattori che spingono una azienda a partecipare, individuiamo i principali moventi nella vicinanza della fiera al mercato di riferimento (vicinanza alla clientela già esistente) e nella previsione di un elevato afflusso di potenziali clienti. Nella tabella successiva i risultati analitici dell'inchiesta.

**Tabella 3.8: Valutazione di alcuni elementi nella scelta di partecipazione ad un evento fieristico.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
il costo derivante dalla partecipazione alla fiera	 3.21	13%	11%	18%	16%	18%	24%
la presenza di incentivi/sponsor economici per la partecipazione	 2.76	21%	13%	16%	16%	11%	24%
le previsioni di un elevato afflusso di potenziali clienti	 3.38	16%	5%	13%	18%	24%	24%
la vicinanza della fiera al mercato di riferimento (vicinanza alla clientela)	 3.72	11%	3%	13%	21%	29%	24%
la vicinanza culturale e linguistica dell'evento	 2.86	16%	21%	13%	11%	16%	24%
la visibilità mediatica offerta dalla partecipazione alla manifestazione / la	 3.24	13%	11%	11%	29%	13%	24%
la presenza nella fiera dei vostri principali competitor	 2.72	18%	18%	13%	18%	8%	24%

Fonte: Elaborazione dati IRE

### *La propensione all'investimento.*

Analizzando le risposte fornite dalle aziende Ticinesi sulla volontà di investire nel breve-medio periodo, abbiamo individuato una elevata vivacità del tessuto produttivo cantonale, che rappresenta senza dubbio un elemento positivo in un contesto economico globale non propriamente espansivo. Il 36% delle aziende Ticinesi da noi interrogate prevede di aumentare gli investimenti nei prossimi 3 anni, il 59% prevede di mantenerli costanti mentre solamente il 6% delle aziende ha in previsione di ridurli.

Analizzando poi la volontà di effettuare investimenti all'estero, abbiamo chiesto alle aziende di esprimere una quota di risorse da destinare ad alcuni mercati. Le imprese hanno segnalato di voler investire mediamente il 23% delle risorse eventualmente disponibili nel mercato Italiano, il 26% negli altri mercati Europei e il 36% nei mercati

emergenti. Emerge quindi un certo interesse delle imprese verso il mercato Italiano, anche se in posizione subordinata rispetto ad altri mercati.

Con riferimento invece agli investimenti passati effettuati all'estero, il 55% delle imprese Ticinesi ha affermato di non averne effettuati negli ultimi 10 anni. Chi ha invece effettuato investimenti fuori dai confini nazionali, ha utilizzato le proprie risorse per investire in marketing (21%), creare nuovi insediamenti produttivi (16%) o acquisire aziende già attive sul territorio (8%).

### ***La situazione nel cantone Grigioni.***

Le aziende Grigionesi presentano un numero di imprenditori disposti ad aumentare gli investimenti nei prossimi 3 anni minore rispetto alle aziende Ticinesi. Solamente il 26% prevede di aumentare gli investimenti, il 58% prevede di mantenerli costanti e il 16% prevede di ridurli. Si sottolinea ancora una volta che il non eccezionale tasso di risposta delle imprese Grigionesi potrebbe influenzare la robustezza delle analisi effettuate.

Con riferimento alla localizzazione degli investimenti esteri, le aziende investirebbero il 12% delle loro risorse nel mercato Italiano, il 39% negli altri mercati Europei e il 27% nei mercati emergenti. Emerge anche in questo caso una propensione maggiore delle aziende Grigionesi al mercato interno (Svizzero) e al mercato Europeo (Tedesco).

In relazione invece agli investimenti passati, il 61% delle imprese Grigionesi ha affermato di non avere effettuato nessun investimento all'estero negli ultimi 10 anni. Chi ha invece effettuato investimenti fuori dai confini nazionali, ha utilizzato le proprie risorse per investire in marketing (24%), creare nuovi insediamenti produttivi (8%) o acquisire aziende già attive sul territorio (5%).

### *L'operatività nel mercato Italiano.*

Analizzando le risposte fornite dalle aziende ticinesi in merito all'operatività sul mercato Italiano (mercato di riferimento per Expo 2015, sia per l'origine delle commesse sia per la maggiore generazione di indotto) possiamo osservare che solo il 36% delle aziende intervistate dichiara di non avere mai lavorato nel mercato italiano. Il 5% delle aziende dichiara invece di avervi operato ed essersi trovata decisamente insoddisfatta, il 13% insoddisfatta, il 21% non ha notato differenze rilevanti rispetto agli altri mercati mentre il 22% e il 2% si sono dichiarati rispettivamente soddisfatti ed estremamente soddisfatti. Inoltre, il 45% delle aziende opera direttamente in Italia, il 14% con accordi di distribuzione e il 6% tramite sub-appalti.

Sono stati poi analizzati nello specifico le problematiche e i punti di forza che le imprese ticinesi hanno saputo riconoscere nel mercato italiano. I risultati dell'inchiesta sono espressi nelle tabelle successive.

**Tabella 3.9: Difficoltà rilevate dalle aziende nell'operare all'interno del mercato italiano.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
difficoltà normative e legislative nello scambio delle merci (sdoganamento merci, tempistiche e limitazioni nello scambio delle merci, ecc.)	 3.75	9%	8%	13%	16%	36%	18%
difficoltà normative e legislative nell'accesso ai mercati (autorizzazioni per la vendita delle merci, apertura di punti vendita o reti distributive, ecc.)	 3.83	8%	8%	12%	17%	37%	18%
inserimento della Svizzera nelle black lists	 3.52	15%	8%	10%	15%	34%	17%
mancato rispetto delle tempistiche di pagamento	 3.85	6%	7%	13%	22%	34%	17%
mancato rispetto degli accordi contrattuali	 3.29	11%	15%	17%	16%	22%	18%
scarsa protezione legale e lunghe tempistiche della giustizia italiana	 3.72	8%	8%	12%	26%	29%	17%
difficoltà nello sviluppare prodotti con costi competitivi per il mercato italiano	 3.07	14%	16%	17%	14%	18%	20%
limitata visibilità per le imprese straniere	 2.92	14%	19%	19%	13%	14%	21%
corruzione e crimine organizzato	 2.68	20%	19%	17%	13%	10%	20%
difficoltà di intercettare i gusti dei consumatori italiani	 2.21	30%	24%	12%	10%	5%	19%
scarso potere di acquisto della popolazione italiana	 2.77	21%	13%	21%	15%	10%	20%
stereotipi dei clienti nei confronti della Svizzera	 2.36	27%	21%	18%	10%	6%	18%

Fonte: Elaborazione dati IRE

E' possibile osservare come le difficoltà maggiori risiedano nella burocrazia italiana classica e specifica (black lists), nelle lunghe tempistiche di pagamento e nella scarsa tutela e lunghezza delle procedure legali. Possiamo ora suddividere queste risposte in base alla effettiva operatività dell'azienda in Italia, per percepire la differenza tra le problematiche effettivamente riscontrate dalle imprese operanti e le problematiche percepite dalle imprese non ancora operanti nel mercato italiano.

**Tabella 3.10: Difficoltà rilevate dalle aziende che già operano all'interno del mercato italiano.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
difficoltà normative e legislative nello scambio delle merci (sdoganamento merci, tempistiche e limitazioni nello scambio delle merci, ecc.)	3.63	6%	7%	12%	11%	23%	6%
difficoltà normative e legislative nell'accesso ai mercati (autorizzazioni per la vendita delle merci, apertura di punti vendita o reti distributive, ecc.)	3.65	5%	8%	11%	13%	21%	7%
inserimento della Svizzera nelle black lists	3.72	9%	4%	8%	11%	27%	6%
mancato rispetto delle tempistiche di pagamento	3.86	4%	6%	10%	16%	24%	6%
mancato rispetto degli accordi contrattuali	3.18	9%	12%	12%	11%	14%	6%
scarsa protezione legale e lunghe tempistiche della giustizia italiana	3.64	5%	7%	11%	16%	19%	6%
difficoltà nello sviluppare prodotti con costi competitivi per il mercato italiano	2.93	10%	13%	13%	10%	10%	9%
limitata visibilità per le imprese straniere	2.90	10%	14%	14%	8%	10%	8%
corruzione e crimine organizzato	2.57	15%	15%	12%	8%	6%	8%
difficoltà di intercettare i gusti dei consumatori italiani	2.18	21%	16%	10%	5%	4%	8%
scarso potere di acquisto della popolazione italiana	2.79	13%	9%	16%	10%	7%	9%
stereotipi dei clienti nei confronti della Svizzera	2.44	18%	15%	13%	8%	5%	6%

Fonte: Elaborazione dati IRE

**Tabella 3.11: Difficoltà percepite dalle aziende che non hanno ancora operato all'interno del mercato italiano.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
difficoltà normative e legislative nello scambio delle merci (sdoganamento merci, tempistiche e limitazioni nello scambio delle merci, ecc.)	4.05	3%	1%	2%	5%	13%	12%
difficoltà normative e legislative nell'accesso ai mercati (autorizzazioni per la vendita delle merci, apertura di punti vendita o reti distributive, ecc.)	4.24	2%	1%	1%	4%	16%	11%
inserimento della Svizzera nelle black lists	3.06	6%	4%	2%	4%	7%	11%
mancato rispetto delle tempistiche di pagamento	3.81	3%	2%	4%	6%	10%	11%
mancato rispetto degli accordi contrattuali	3.55	2%	3%	5%	5%	8%	12%
scarsa protezione legale e lunghe tempistiche della giustizia italiana	3.90	3%	1%	1%	10%	10%	11%
difficoltà nello sviluppare prodotti con costi competitivi per il mercato italiano	3.41	4%	2%	5%	4%	8%	12%
limitata visibilità per le imprese straniere	2.97	4%	6%	5%	5%	4%	13%
corruzione e crimine organizzato	2.95	5%	4%	6%	5%	4%	12%
difficoltà di intercettare i gusti dei consumatori italiani	2.26	9%	8%	2%	5%	1%	12%
scarso potere di acquisto della popolazione italiana	2.70	7%	4%	4%	5%	3%	12%
stereotipi dei clienti nei confronti della Svizzera	2.18	9%	6%	6%	3%	1%	12%

Fonte: Elaborazione dati IRE

Dall'analisi delle due tabelle, è facilmente rilevabile una evidente dissociazione tra problematiche reali e percepite. Tutte le problematiche burocratiche risultano esasperate nella percezione delle difficoltà, ad eccezione dell'inserimento della Svizzera nelle black lists italiane e del mancato rispetto degli obblighi contrattuali da parte dei contraenti italiani. Per quanto riguarda la tematica black lists, vediamo come questa risulti influente (in maniera decisamente importante) per tutte quelle aziende che effettivamente già lavorano in Italia. Queste difficoltà non sono invece percepite dalle aziende che non operano ancora in Italia. Questa differenza è espressione di una effettiva difficoltà operativa, non approfondita dalle aziende non operanti. Diversamente, il mancato rispetto degli obblighi contrattuali sembra essere un problema maggiormente percepito che reale, al pari della corruzione e del crimine organizzato. Emerge inoltre come le

aziende non ancora operative in Italia, registrino importanti difficoltà nello sviluppare prodotti con costi concorrenziali per quel mercato.

Analizzando invece i punti di forza – vedi tabella successiva – per lo sviluppo del mercato italiano, notiamo come la vicinanza culturale e la dimensione siano i due fattori che interessano maggiormente le aziende ticinesi.

**Tabella 3.12: Punti di forza per lo sviluppo del mercato italiano.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
la dimensione	 3.42	10%	7%	23%	25%	19%	17%
la vicinanza culturale	 3.62	7%	5%	25%	25%	23%	15%
la forza di acquisto di beni superiori ed esclusivi	 3.05	10%	16%	27%	19%	11%	18%
la possibilità di usare l'Italia come vetrina dei propri prodotti, sfruttandone il notevole flusso turistico	 2.48	24%	17%	21%	10%	7%	21%

Fonte: Elaborazione dati IRE

### ***La situazione nel cantone Grigioni.***

Il 68% delle aziende grigionesi ha dichiarato di non avere mai operato nel mercato italiano. L'8% vi ha operato e si è definito insoddisfatto, il 16% non ha riscontrato differenze sostanziali rispetto agli altri mercati mentre un altro 8% ha dichiarato soddisfacente l'esperienza. Il 38% delle aziende è poi presente direttamente nel mercato italiano, il 3% vi accede tramite accordi di distribuzione e un 8% vi lavora tramite sub-appalto.

Le problematiche individuate dalle imprese grigionesi sono le medesime delle imprese ticinesi. Il tema delle black lists risulta meno influente rispetto alle imprese ticinesi. Per le imprese grigionesi che già operano in Italia si registra una maggior difficoltà a sviluppare prodotti con prezzi competitivi rispetto alle imprese ticinesi.

**Tabella 3.13: Difficoltà rilevate dalle aziende grigionesi nell'operare all'interno del mercato italiano.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
difficoltà normative e legislative nello scambio delle merci (sdoganamento merci, tempistiche e limitazioni nello scambio delle merci, ecc.)	 3.65	11%	3%	24%	24%	29%	11%
difficoltà normative e legislative nell'accesso ai mercati (autorizzazioni per la vendita delle merci, apertura di punti vendita o reti distributive, ecc.)	 3.74	8%	5%	18%	18%	32%	18%
inserimento della Svizzera nelle black lists	 3.24	18%	16%	11%	11%	32%	13%
mancato rispetto delle tempistiche di pagamento	 3.85	8%	8%	11%	24%	37%	13%
mancato rispetto degli accordi contrattuali	 3.61	8%	8%	29%	8%	34%	13%
scarsa protezione legale e lunghe tempistiche della giustizia italiana	 3.70	11%	5%	18%	18%	34%	13%
difficoltà nello sviluppare prodotti con costi competitivi per il mercato italiano	 3.09	13%	16%	18%	29%	11%	13%
limitata visibilità per le imprese straniere	 2.53	18%	18%	34%	11%	3%	16%
corruzione e crimine organizzato	 3.21	13%	13%	24%	16%	21%	13%
difficoltà di intercettare i gusti dei consumatori italiani	 2.53	21%	21%	24%	13%	5%	16%
scarso potere di acquisto della popolazione italiana	 3.09	11%	18%	21%	26%	11%	13%
stereotipi dei clienti nei confronti della Svizzera	 2.59	21%	26%	16%	8%	13%	16%

Fonte: Elaborazione dati IRE

Anche per le imprese grigionesi, i principali punti di forza nello sviluppo del mercato italiano sono la vicinanza culturale e la dimensione.

**Tabella 3.14: Punti di forza per lo sviluppo del mercato italiano, per le imprese grigionesi.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
la dimensione	 2.85	24%	11%	21%	18%	13%	13%
la vicinanza culturale	 3.12	21%	5%	24%	21%	18%	11%
la forza di acquisto di beni superiori ed esclusivi	 2.45	29%	13%	24%	18%	3%	13%
la possibilità di usare l'Italia come vetrina dei propri prodotti,	 2.18	42%	11%	13%	18%	3%	13%

Fonte: Elaborazione dati IRE

### *La partecipazione delle imprese ad Expo.*

Come già illustrato, il 44% delle imprese ticinesi ha affermato di non volere partecipare ad Expo e un altro 44% non ha ancora scelto se partecipare. Il 5% ha dichiarato di voler partecipare ai bandi di appalto per la costruzione e i servizi, il 2% di voler partecipare anche tramite sub-appalto, ed il 3% di voler partecipare nel padiglione espositivo o nei servizi ad esso collegati. Il 13% vorrebbe inoltre partecipare ad eventuali eventi collegati organizzati in Ticino, contro l'8% che vorrebbe partecipare agli eventi collaterali organizzati in Italia (queste percentuali non tengono conto degli indecisi ma solamente di chi ha già espresso la volontà di partecipare ad Expo). Se consideriamo anche le aziende ancora indecise sulla partecipazione, osserviamo che la maggior parte di queste vuole investire in eventi anche non collegati all'Expo (27%) ma con un bacino di utenza sensibile o in eventi organizzati sul proprio territorio (26%). Il 19% vorrebbe poi investire anche nel padiglione espositivo o in Italia (16%) negli eventi complementari.

Nella tabella successiva possiamo osservare la percezione dei principali elementi di difficoltà per le imprese ticinesi. Possiamo vedere come i costi di partecipazione siano un elemento rilevante.

**Tabella 3.15: Valutazione su alcuni elementi che rendono difficoltosa la partecipazione ad Expo 2015.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
i costi di partecipazione	 3.57	11%	7%	12%	16%	27%	27%
le difficoltà organizzative e coordinative	 3.19	12%	10%	17%	19%	14%	29%
i rischi di corruzione e infiltrazione della criminalità organizzata	 2.01	31%	19%	12%	5%	3%	31%
le difficoltà, già elencate, dell'operare nel mercato italiano (difficoltà derivanti dalle caratteristiche del	 3.19	12%	11%	18%	15%	16%	29%
l'inutilità di tale manifestazione per la mia azienda	 3.30	16%	12%	16%	11%	29%	15%

Fonte: Elaborazione dati IRE

Con riferimento ad alcuni elementi che potrebbero facilitare la partecipazione ad Expo, riportiamo nella successiva tabella le valutazioni delle società del nostro campione. Possiamo notare come non emergano tematiche particolari, se non la possibilità di condividere i costi di partecipazione.

**Tabella 3.16: Valutazione su alcuni elementi che potrebbero facilitare la partecipazione ad Expo 2015.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
assistenza tecnica, informatica, organizzativa o di marketing	3.35	6%	9%	13%	15%	12%	10%
assistenza nello sviluppo di figure professionali adeguate, che conoscano le normative italiane	3.00	9%	11%	14%	12%	8%	11%
condivisione dei costi di partecipazione	3.76	5%	4%	9%	17%	19%	11%
la previsione di un notevole numero di visitatori Svizzeri	3.00	9%	8%	19%	12%	7%	10%
la vicinanza della propria azienda allo spazio espositivo di Expo 2015	3.16	7%	8%	18%	12%	10%	11%
aspetti linguistici e culturali comuni	3.05	8%	7%	19%	12%	7%	11%

Fonte: Elaborazione dati IRE

### ***La situazione nel cantone Grigioni.***

Il 53% delle imprese grigionesi ha affermato di non volere partecipare ad Expo e un altro 47% non ha ancora scelto concretamente se partecipare. Il 3% ha dichiarato che potrebbe partecipare nel padiglione espositivo o nei servizi ad esso collegati mentre un altro 5% che potrebbe partecipare agli eventi complementari organizzati in Italia. Considerando anche tutte le aziende ancora indecise sulla partecipazione, osserviamo che vorrebbero investire in eventi anche non collegati all'Expo (16%) ma con un bacino di utenza sensibile, in eventi organizzati sul proprio territorio (16%), nel padiglione espositivo o in Italia (16%) e negli eventi complementari in Italia (5%).

Nella tabella successiva possiamo poi osservare la percezione dei principali elementi di difficoltà per le imprese grigionesi. Possiamo vedere come non emergano elementi particolarmente rilevanti; anche i costi di partecipazione hanno una importanza minore rispetto alle aziende ticinesi.

**Tabella 3.17: Valutazione su alcuni elementi che rendono difficoltosa la partecipazione ad Expo 2015, per le aziende grigionesi.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
i costi di partecipazione	3.48	18%	8%	13%	8%	39%	13%
le difficoltà organizzative e coordinative	3.22	21%	8%	13%	16%	26%	16%
i rischi di corruzione e infiltrazione della criminalità organizzata	2.34	32%	16%	24%	3%	11%	16%
le difficoltà, già elencate, dell'operare nel mercato italiano (difficoltà derivanti dalle caratteristiche del	3.04	11%	16%	11%	13%	13%	37%
l'inutilità di tale manifestazione per la mia azienda	3.27	13%	13%	8%	11%	24%	32%

Fonte: Elaborazione dati IRE

Con riferimento ad alcuni elementi che potrebbero facilitare la partecipazione ad Expo, riportiamo nella successiva tabella le valutazioni delle società del nostro campione. Possiamo notare come non emergano tematiche particolari.

**Tabella 3.18: Valutazione su alcuni elementi che potrebbero facilitare la partecipazione ad Expo 2015, per le aziende grigionesi.**

	Score Medio	1 (nessuna importanza)	2	3	4	5 (massima importanza)	nessuna risposta (NA)
		distribuzione per punteggio assegnato					
assistenza tecnica, informatica, organizzativa o di marketing	2.87	13%	8%	18%	16%	5%	5%
assistenza nello sviluppo di figure professionali adeguate, che conoscano le normative italiane	2.50	13%	16%	16%	13%	0%	8%
condivisione dei costi di partecipazione	3.22	11%	5%	18%	13%	13%	5%
la previsione di un notevole numero di visitatori Svizzeri	3.22	11%	3%	21%	16%	11%	5%
la vicinanza della propria azienda allo spazio espositivo di Expo 2015	2.83	16%	5%	21%	11%	8%	5%
aspetti linguistici e culturali comuni	3.00	11%	8%	18%	18%	5%	5%

Fonte: Elaborazione dati IRE

#### *b.4 Conclusioni e necessità emerse*

Elaborando le risposte fornite al questionario, abbiamo studiato quali fattori presentano una alta e significativa correlazione con la volontà di partecipare ad Expo e con l'importo dell'investimento che si vorrebbe effettuare per Expo.

Per il primo punto – la volontà di partecipare ad Expo – abbiamo quindi individuato quegli elementi che favoriscono o contrastano la volontà espressa dalle aziende di non partecipare. Abbiamo deciso di studiare i fattori che influiscono sulla scelta di non partecipazione (considerando quindi come classe residua le imprese che hanno valutato positivamente la partecipazione ad Expo 2015 e le imprese che non hanno ancora deciso se partecipare) in quanto il numero delle aziende ancora indecise è troppo elevato per permettere di focalizzare la nostra analisi unicamente sulle aziende che hanno valutato positivamente la partecipazione ad Expo. Potremmo inoltre ipotizzare che le motivazioni che hanno spinto le aziende a non partecipare possano essere condivise nei futuri processi decisionali dalle aziende ancora indecise.

Riportiamo quindi nella successiva tabella le correlazioni tra alcuni fattori e la volontà di non partecipare espressa dalle aziende; i valori in parentesi esprimono il livello di significatività (un livello minore di 0.01 esprime una significatività almeno del 99%, un livello minore di 0.001 almeno del 99,9%) mentre gli asterischi evidenziano quei valori con una significatività maggiore o uguale al 95%. I fattori riportati sono unicamente quelli che presentano valori di significatività almeno pari al 90%.

**Tabella 3.19 Fattori che influenzano positivamente la volontà di non partecipare ad Expo 2015.**

<i>Fattori che influiscono sulla volontà di <b>Non partecipare ad Expo</b></i>	<i>Correlazione (significance level)</i>
Nessuna utilità per la mia azienda nel partecipare alla manifestazione	0.4535* (0)
Processo di internazionalizzazione non gestito	0.3391* (0)
Investimenti all'estero: nessuno	0.2319* (0.0001)
Mai operato nel mercato italiano	0.2306* (0.0001)
Volontà di investire in mercati diversi da quello europeo o diversi dai mercati emergenti	0.2178* (0.0008)
Percezione di rischi/problemi ad operare in Italia per la corruzione e il crimine organizzato	0.1780* (0.0066)
Non lavora già in Italia	0.1676* (0.0048)
Percezione di rischi/problemi ad operare in Italia per la scarsa tutela legale e le lunghe tempistiche della giustizia italiana	0.1660* (0.01)
Ciclo di vita aziendale: Consolidato	0.1609* (0.0069)
Investimenti futuri: in diminuzione	0.1374* (0.0213)
L'azienda è una succursale di una società Svizzera	0.1367* (0.022)
Confrontarsi con una quota elevata di competitor Locali	0.1333* (0.0323)
Percezione di rischi/problemi ad operare in Italia per il mancato rispetto dei contratti stipulati	0.1267 (0.0519)
Percezione di rischi/problemi ad operare in Italia a causa delle eccessive normative per l'accesso al mercato	0.1104 (0.0912)

Fonte: Elaborazione dati IRE

E' possibile individuare alcune caratteristiche delle aziende che hanno scelto di non partecipare: chi non considera utile la partecipazione ad Expo della propria azienda, chi non gestisce in alcun modo il processo di internazionalizzazione, chi non ha effettuato investimenti all'estero, chi non vuole investire in Europa, chi non lavora già in Italia, chi prevede investimenti in calo nel futuro, chi si trova in un ciclo di vita aziendale consolidato, chi si confronta con un alto livello di competitors locali e chi è una succursale di una impresa Svizzera tenderà a non partecipare alla futura esposizione. Ugualmente sarà meno propenso a partecipare chi percepisce o ha rilevato problemi a lavorare in Italia a causa della corruzione o del crimine organizzato, chi percepisce o ha riscontrato problemi per la scarsa tutela legale e le lunghe tempistiche della giustizia italiana, chi percepisce o ha registrato difficoltà nell'accesso ai mercati o per il mancato rispetto degli accordi contrattuali.

Emerge sostanziosamente come le aziende che non vogliono partecipare ad Expo 2015 siano aziende non orientate ai mercati internazionali, che non presentano particolari interessi all'estero e che probabilmente lavorano principalmente su mercati locali. E'

interessante osservare che chi non lavora già in Italia non ha particolari interessi nel partecipare. L'Expo non è quindi mediamente percepito come una opportunità per farsi conoscere in Italia.

Analizzando invece i fattori che influenzano negativamente la volontà di non partecipare (ovvero influenzano positivamente gli indecisi e le aziende che vogliono partecipare) possiamo osservare – nella tabella successiva – come il partecipare a fiere internazionali, il gestire il processo di internazionalizzazione tramite associazioni o internamente, l'aver effettuato investimenti in marketing all'estero, il lavorare già in Italia o l'essere interessati ad investire in Italia siano alcuni dei fattori che influenzano negativamente la volontà di non partecipare. Queste aziende, ritengono inoltre competitive le proprie merci sui mercati internazionali, vedono positivamente (una opportunità piuttosto che una minaccia) ulteriori aperture dei mercati in cui lavorano, operano con una percentuale elevata di addetti ad alta formazione, si trovano solitamente in una fase di sviluppo e sono propense ad aumentare gli investimenti in futuro. E' interessante notare come non valutino negativamente la partecipazione anche quelle aziende che non hanno avuto esperienze soddisfacenti nel mercato italiano. Un'altra caratteristica che emerge è l'attenzione particolare al profilo mediatico nello svolgimento del loro business. Sembra quindi che le aziende più interessate o possibiliste sulla partecipazione alla manifestazione siano le aziende con un elevato grado di apertura commerciale, che già operano in Italia. Un rilievo particolare è rivolto invece al fattore dei costi di partecipazione. Le aziende che decidono di partecipare/sono ancora indecise risultano molto sensibili alla tematica del costo, degli incentivi e delle difficoltà organizzative nella partecipazione. E' possibile che alcune delle aziende indecise considerino i costi un elemento fondamentale nel loro processo decisionale.

**Tabella 3.20 Fattori che influenzano positivamente la volontà di non partecipare ad Expo 2015.**

<i>Fattori che influiscono sulla volontà di <b>Non partecipare ad Expo</b></i>	<i>Correlazione (significance level)</i>	<i>Fattori che influiscono sulla volontà di <b>Non partecipare ad Expo</b></i>	<i>Correlazione (significance level)</i>
L'azienda partecipa a fiere Internazionali	-0.2944* (0)	L'azienda considera importante l'assistenza tecnica per la partecipazione ad Expo	-0.1458 (0.0666)
L'azienda gestisce il processo di internazionalizzazione tramite associazioni	-0.2821* (0)	L'azienda considera importante un alto flusso di visitatori nella decisione di partecipazione alle fiere	-0.1402* (0.0264)
L'azienda considera i costi un ostacolo alla partecipazione ad Expo	-0.2591* (0.0001)	L'azienda ha un elevato fatturato in Italia	-0.1389* (0.0225)
L'azienda ha effettuato investimenti all'estero in marketing	-0.2227* (0.0002)	Investimenti passati all'estero: acquistata azienda	-0.1370* (0.0239)
L'azienda vuole investire nel mercato Italiano	-0.2183* (0.0007)	Settore di attività dell'azienda: Servizi di Informazione (Media)	-0.1361* (0.0277)
L'azienda gestisce il processo di internazionalizzazione tramite uffici/divisioni interne	-0.2171* (0.0003)	L'azienda nel partecipare a fiere considera importante la visibilità mediatica	-0.1329* (0.0357)
L'azienda lavora già direttamente in Italia	-0.1979* (0.0009)	Percezione positiva del mercato italiano a causa del forte flusso turistico da sfruttare per mostrare i propri prodotti	-0.1255 (0.0586)
L'azienda nel valutare la sua partecipazione alle fiere considera importante la presenza di incentivi	-0.1956* (0.0018)	L'azienda lavora già in Italia con accordi di distribuzione	-0.1234* (0.0387)
L'azienda considera positivamente il mercato italiano per la sua forza di acquisto di beni esclusivi	-0.1888* (0.0037)	Esperienza precedente nel mercato italiano: insoddisfacente	-0.1234* (0.0387)
L'azienda considera come ostacolo alla partecipazione ad Expo le difficoltà organizzative	-0.1762* (0.0107)	L'azienda non è una succursale	-0.1233* (0.0389)
L'azienda ha pianificato di aumentare gli investimenti futuri	-0.1730* (0.0036)	L'azienda ha un elevato numero di addetti ad Alta Formazione	-0.1207* (0.0483)
L'azienda valuta positivamente la competitività dei propri prodotti	-0.1676* (0.0048)	L'azienda valuta positivamente la competitività dei prezzi dei propri prodotti sui mercati internazionali	-0.1173* (0.0496)
L'azienda valuta positivamente una ulteriore apertura dei mercati in cui opera	-0.1652* (0.0055)	L'azienda considera importante la vicinanza quando valuta la partecipazione alle fiere	-0.1118 (0.0759)
L'azienda è autonoma dal punto di vista gestionale	-0.1651* (0.0055)	Ciclo di vita dell'azienda: start-up	-0.1113 (0.0624)
L'azienda considera positivamente il mercato italiano per la vicinanza	-0.1604* (0.0121)	Percezione positiva del mercato italiano per la sua dimensione	-0.11 (0.0906)
L'azienda si confronta con un elevato numero di Competitors italiani	-0.1580* (0.011)	Esperienza precedente nel mercato italiano: estremamente soddisfacente	-0.1083 (0.0698)
Investimenti passati all'estero: creato un insediamento	-0.1543* (0.0108)	Esperienza precedente nel mercato italiano: come in tutti gli altri mercati	-0.1031 (0.0845)
Ciclo di vita dell'azienda: Sviluppo	-0.1482* (0.0129)		

Fonte: Elaborazione dati IRE

Con riferimento al secondo punto della nostra analisi, ovvero gli investimenti per Expo 2015, abbiamo già appurato l'interesse delle imprese ad investire in eventi locali, anche non direttamente collegati al tema Expo. Per quanto riguarda invece la quantificazione degli investimenti, abbiamo proceduto ad analizzare i fattori (correlazioni) che vi influiscono positivamente o negativamente con un certo livello di significatività (di almeno il 90%). I risultati sono esposti nella successiva tabella; vale quanto riportato per la tabella precedente in merito ai livelli di significatività inclusi tra parentesi.

**Tabella 3.21 Fattori che influenzano positivamente gli investimenti in Expo 2015.**

<i>Fattori che influiscono sull'importo che l'azienda vuole investire</i>	<i>Correlazione (significance level)</i>
Settore di attività dell'impresa: fornitura di energia elettrica	0.6683* (0)
Numero di addetti dell'impresa maggiori di 250	0.4336* (0)
L'azienda ha già deciso di voler partecipare nel padiglione espositivo o nella somministrazione dei servizi ad esso collegato	0.3341* (0)
Fatturato dell'azienda > Chf 20 milioni	0.2161* (0.0036)
L'azienda vuole promuovere la propria immagine nel padiglione espositivo	0.2015* (0.0062)
Investimenti passati all'estero: acquistata azienda	0.1979* (0.0079)
L'impresa è una succursale di una società svizzera	0.1948* (0.0082)
L'azienda ha già deciso di voler partecipare agli eventi complementari in Italia	0.1605* (0.03)
L'azienda ha già deciso di partecipare tramite una propria filiale italiana	0.1600* (0.0377)
L'azienda ha effettuato investimenti all'estero in marketing	0.1583* (0.0343)
L'azienda vuole promuovere la propria immagine in qualsiasi evento con una utenza sensibile	0.1532* (0.0384)
Investimenti passati all'estero: creato un insediamento	0.136 (0.0695)
L'azienda considera importante partecipare a fiere per la presenza di competitor	0.1297 (0.0918)
L'impresa è residente nel cantone Grigioni	0.1272 (0.0863)
L'azienda gestisce il processo di internazionalizzazione tramite uffici/divisioni interne	0.1263 (0.0903)
L'azienda è soddisfatta della propria operatività nel mercato italiano	0.125 (0.0917)

Fonte: Elaborazione dati IRE

Il settore dell'energia si rileva particolarmente disposto ad investire in Expo 2015, seguito dalle aziende con un profilo dimensionale maggiore (fatturato superiore a Chf 20 mln e numero di dipendenti maggiore di 250). Allo stesso modo, le società che vogliono partecipare direttamente nel padiglione sono disposte ad investire cifre maggiori. L'aver effettuato investimenti all'estero produce anche in questo caso un effetto positivo, diversamente dall'essere una succursale di un'impresa svizzera (influisce negativamente sulla volontà di partecipazione, mentre ora influisce positivamente sull'importo dell'investimento). Sembrano disposte ad investire cifre maggiori (sebbene con un livello di significatività di poco superiore al 90%) anche le imprese residenti nel cantone grigioni e le imprese che si sono trovate molto soddisfatte nel mercato italiano. Inoltre, sembra che gli investimenti maggiori possano essere veicolati da una filiale (società) italiana piuttosto che effettuati direttamente dalla organizzazione svizzera.

Analizzando invece nella tabella successiva i fattori che portano ad investire in Expo cifre minori, troviamo nelle non appartenenza ad un gruppo (l'impresa non è una succursale) e nell'operatività a livello locale (fatturato realizzato principalmente nel proprio cantone) i fattori principali che influiscono negativamente sull'importo dell'investimento.

**Tabella 3.22 Fattori che influenzano negativamente gli investimenti in Expo 2015.**

<i>Fattori che influiscono sull'importo che l'azienda vuole investire</i>	<i>Correlazione (significance level)</i>
L'azienda non è una succursale	-0.1553* (0.0358)
L'azienda realizza una importante parte di fatturato nel proprio cantone	-0.1493* (0.0466)
L'azienda considera come ostacolo alla partecipazione ad Expo le difficoltà organizzative	-0.1407 (0.0818)
L'azienda ha una percezione positiva del mercato italiano a causa del forte flusso turistico (da sfruttare per mostrare i propri prodotti)	-0.1341 (0.0879)
Impresa residente nel cantone Ticino	-0.1272 (0.0863)

Fonte: Elaborazione dati IRE

Si sottolinea, sotto il profilo tecnico, che l'influenza di ogni singolo elemento è valida solo quando questo viene considerato singolarmente. In particolare la significatività può modificarsi se si sceglie di considerare più elementi congiunti. La correlazione tra gli stessi fattori diminuisce infatti la significatività di alcune relazioni.

Riassumendo invece sotto il profilo qualitativo le risposte fornite dalle aziende e le risposte raccolte dagli stakeholder tramite intervista strutturata emergono i seguenti elementi:

- la necessità di migliorare l'informazione su Expo 2015, coinvolgendo e fornendo assistenza alle aziende interessate a parteciparvi, regolando i servizi e l'informazione in funzione del profilo dimensionale dell'impresa;
- la necessità di organizzare tavole rotonde con aziende (riunioni settoriali o tematiche) per cercare di creare sinergie tra aziende con obiettivi comuni;
- la necessità di organizzare eventi sul territorio Svizzero che siano in grado di attirare una parte dei visitatori di Expo 2015, coinvolgendo il settore privato, che avrebbe un certo interesse a partecipare anche come sponsor, con una contribuzione media tuttavia marginale (inferiore ai 10.000 Chf);
- la necessità di uniformare l'offerta turistica per rendere il territorio maggiormente appetibile, razionalizzando anche le risorse impiegate dalla varie realtà locali (concorrenza di sistema e non all'interno del sistema);
- la necessità di risolvere alcune problematiche nei rapporti bilaterali Svizzera-Italia, quali la cancellazione della Svizzera dalle Black Lists italiane, la stipula di accordi per il libero scambio o per la semplificazione burocratica, assistenza finanziaria e fiscale, ecc.

Queste politiche attive dovrebbero produrre effetti positivi sul territorio, anche perché contribuirebbero a creare e valorizzare tutta quella componente di asset immateriali che impregnano il tessuto produttivo regionale (network e capacità coordinative-organizzative).

## IV) INSEGNAMENTI E IMPLICAZIONI

Dall'analisi della letteratura, dei dati secondari (struttura economica, moltiplicatori e gravity model) e dei dati primari (questionari e interviste strutturate) possiamo trarre alcune conclusioni o insegnamenti. Nello specifico, verranno esposti i seguenti temi:

- a. Insegnamenti dalla letteratura;
- b. Insegnamenti dalla struttura economica, dai moltiplicatori e dal Gravity Model;
- c. Insegnamenti dai dati primari direttamente raccolti (interviste a stakeholder istituzionali e questionari inviati alle imprese ticinesi e grigionesi).

### a. Insegnamenti dalla letteratura

Gli studi sui mega-eventi sono piuttosto numerosi ed eterogenei. Vengono trattati diversi temi e risvolti anche indiretti; tuttavia, il fattore comune di questi studi è che si focalizzano principalmente sugli effetti apportati al territorio che ospita la manifestazione e molto raramente, se non in nessun caso, si spingono oltre i confini nazionali.

E' stato possibile analizzare diversi modelli e diversi risultati sugli effetti nel paese ospitante, ma non è possibile trarre delle considerazioni generali valide per tutte le manifestazioni poiché ogni evento può generare esiti diversi, in dipendenza della tipologia, delle modalità di realizzazione e delle caratteristiche del territorio (agenti economici e fattori sociali) in cui esso si sviluppa.

Analizzando i principali effetti sul territorio che ospita Expo, risulta che gli aspetti più problematici siano legati alla capacità organizzativa e alla costruzione delle infrastrutture, al rispetto dei budget e delle tempistiche di costruzione, alla pianificazione delle opere in funzione strutturale per il territorio e non solo funzionale (l'utilità delle opere non si deve esaurire nella funzione espositiva ma deve integrare il territorio e l'ambiente in cui si inserisce con poli di attrattività turistica o economica), alla creazione o integrazione di reti commerciali/imprenditoriali coinvolgendo attivamente gli agenti economici e sociali del territorio (sviluppo di asset immateriali).

#### *Implicazioni specifiche*

Sarebbe utile cercare di catalogare EXPO 2015 in funzione del suo livello qualitativo, al fine di valutare l'evoluzione possibile per il territorio lombardo. Al momento attuale, è forse ancora troppo presto per esprimere valutazioni tramite osservazioni indirette, ma avvicinandosi alla data della manifestazione dovrebbe essere possibile osservare alcune

analogie con lo sviluppo di altri eventi. Sono possibili infatti diversi effetti sul territorio lombardo in funzione della bontà nell'organizzazione e gestione dell'evento espositivo. Da esempi positivi di sviluppo come Barcellona 1992 ad esempi meno positivi quali le olimpiadi greche del 2004. Queste considerazioni si basano su dati qualitativi definiti in letteratura, vista la mancanza di specifici dati quantitativi.

## **b. Insegnamenti dalla struttura economica, dai moltiplicatori e dal gravity model**

### *b.1 Insegnamenti dall'analisi della struttura economica*

Dopo aver analizzato il contesto economico dell'Italia e della Svizzera e, nello specifico, della Lombardia e del Ticino, è possibile concludere che le due regioni sono economicamente collegate, ma caratterizzate da una diversa struttura produttiva e sociale e da percorsi di crescita differenti, seppur simili in alcuni momenti; in particolare, il Ticino, e più in generale la Svizzera, presentano condizioni quadro maggiormente competitive e una struttura economica più solida, soprattutto durante le difficoltà congiunturali. Come inevitabile conseguenza il territorio elvetico attira manodopera (sia con alta che bassa formazione) straniera, ma anche imprese.

Trattando nello specifico alcune tematiche possiamo osservare che:

- per quanto riguarda la produttività dei vari settori, la correlazione tra Ticino e Lombardia risulta piuttosto ridotta fino agli anni 2000, per poi crescere registrando un picco nel 2008. Il Ticino presenta dei vantaggi produttivi nei rami delle costruzioni, del commercio, della chimica, dell'industria dei "capital goods" e del settore finanziario; negli altri settori la Lombardia presenta valori di competitività maggiori.
- Considerando l'occupazione, Ticino e Lombardia sono strutturalmente diversi; in Ticino la popolazione occupata rispetto a quella residente è del 60% (in Svizzera del 58%), mentre in Lombardia la quota degli occupati sui residenti si attesta al 46% (in Italia al 40%). Certamente non si può tralasciare il ruolo dei frontalieri, che stanno assumendo un'importanza sempre più rilevante, presenti in particolare nel settore secondario.
- In relazione ai flussi commerciali, l'Italia riveste un ruolo importante sia per quanto riguarda le esportazioni, posizionandosi al terzo posto dopo Germania e Stati Uniti, sia per le importazioni, posizionandosi al secondo posto dopo la Germania.

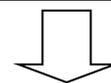
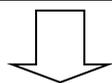
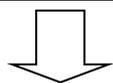
Nelle esportazioni verso l'Italia, registriamo un importante contributo dal settore farmaceutico, elettrico, chimico, degli strumenti di misurazione e orologi, della gioielleria e pietre preziose lavorate. Verso l'area lombarda vengono poi esportati principalmente prodotti farmaceutici, strumenti di misurazione e orologi, metalli preziosi, prodotti chimici e prodotti alimentari. Dall'Italia provengono invece in maniera rilevante prodotti farmaceutici e, più limitatamente, prodotti della gioielleria e dell'abbigliamento. Dall'area lombarda registriamo invece scambi importanti nel settore dei metalli preziosi, dei medicinali, degli apparecchi di telecomunicazione, dell'abbigliamento e degli orologi e macchine per la misurazione.

Facendo poi un rapporto tra le esportazioni nazionali verso l'Italia e le esportazioni elvetiche verso il resto del mondo (al fine di individuare le specificità richieste dal mercato italiano), osserviamo come i settori dell'energia elettrica, della farmaceutica e della chimica rivestano un ruolo fondamentale. Questi settori sono importanti anche per il tema Expo.

- con riferimento al livello dei prezzi, l'area Svizzera presenta valori superiori nella quasi totalità dei settori economici. Anche per quanto riguarda il costo del lavoro, il Ticino presenta un costo orario del lavoro di circa il 38% superiore rispetto all'area lombarda.
- Considerando infine l'indice di localizzazione nella fascia dei cantoni di confine (Vallese, Ticino e Grigioni) è possibile individuare quei settori produttivi che caratterizzano le economie cantonali rispetto all'economia nazionale. Nella tabella successiva possiamo valutare le tipicità cantonali e individuare la presenza di possibili collegamenti con Expo 2015.

**Tabella 4.1: Principali settori ordinati per quoziente localizzativo decrescente, per i cantoni Ticino, Grigioni e Vallese (elaborazione dati su censimento 2008).**

TICINO	GRIGIONI	VALLESE
Confezione di articoli di abbigliamento.	Servizi di alloggio.	Fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio <sup>7</sup> .
Attività riguardanti scommesse e case da gioco.	Silvicoltura e utilizzo di aree forestali.	Produzione di bevande.
Confezione di articoli in pelle e simili.	Servizi di supporto all'estrazione.	Fabbricazione di prodotti chimici.
Attività di produzione cinematografica e programmi televisivi.	Produzione di bevande.	Attività metallurgiche.
Attività metallurgiche.	Costruzione di edifici.	Servizi di alloggio e fornitura di energia elettrica.



territorio a vocazione cantone a principale il cantone Vallese ha  
 manifatturiera e terziaria; vocazione turistica; alcuni punti in comune  
 il settore dei servizi importanti sono anche le con il cantone Grigioni,  
 finanziari e dei servizi di attività connesse con lo ma in questo caso le

<sup>7</sup> E' importante sottolineare che il Vallese risulta essere particolarmente specializzato nella raffinazione del petrolio e nella fabbricazione di prodotti chimici perché ospita una delle due raffinerie della Confederazione elvetica.

alloggio caratterizzano sviluppo e lo sfruttamento ancora il territorio, del territorio naturale, sebbene il primo (settore finanziario) sia in diminuzione rispetto ai dati del 2001.

attività legate all'utilizzo del territorio predominano le attività turistiche, comunque ben presenti. Di notevole importanza è anche il settore chimico, legato alla presenza sul territorio di una delle due raffinerie nazionali.

Fonte: elaborazione IRE su dati UST, censimento 2008

Alla base di quest'analisi è però fondamentale tenere in considerazione quei settori in cui l'intera confederazione è altamente specializzata e che, di conseguenza, non emergono all'interno delle specializzazione dei singoli cantoni: il settore finanziario, chimico, farmaceutico, della produzione di energia e della produzione di macchine per la misurazione e orologi.

### *b.2 Insegnamenti dall'analisi dei moltiplicatori nazionali e regionali*

Dall'analisi dei dati sui moltiplicatori nazionali e regionali, è stato possibile estrapolare quei settori che producono livelli di indotto elevati, nello specifico maggiori a 2.2. Questo significa che ogni unità di spesa aggiuntiva in quel determinato settore produrrà un effetto economico superiore al doppio sull'aggregato. Nell'utilizzo dei moltiplicatori si sottolineano i limiti metodologici e tecnici elencati nel rispettivo capitolo.

**Tabella 4.2: Settori produttivi svizzeri ad elevato indotto.**

SETTORI ECONOMICI CON ELEVATO MOLTIPLICATORE
Costruzione di macchinari per ufficio e computer
Costruzione di Mezzi di trasporto
Chimico e farmaceutico
Elettricità e gestione delle acque
Riciclaggio
Cibo e bevande
Moda e abbigliamento
Ricerca e sviluppo
Lavorazione di metalli e di plastiche
Servizi di trasporto, supporto ai trasporti e agenzie di viaggio
Agricoltura, caccia e servizi annessi (elevati a livello nazionale, minori a livello locale)
Attività ricreative, culturali e sportive
Costruzioni

Fonte: Elaborazione IRE su dati UST, tabella input-output 2008.

### *b.3 Insegnamenti dall'analisi dei flussi commerciali tramite gravity model*

Dall'analisi tramite gravity model, possiamo estrapolare due risultati:

- considerando gli scambi del paese ospitante la manifestazione con il resto del mondo, emerge come l'ospitare una esposizione universale (Expo) non comporti automaticamente una variazione degli scambi commerciali. Risultati differenti sembrano essere invece presenti riguardo all'ospitare una esposizione internazionale e una olimpiade estiva.
- considerando gli scambi dei paesi confinanti il paese ospitante e il paese ospitante la manifestazione (come per esempio il territorio elvetico confinante con la penisola italiana) si potrebbe avere un effetto negativo o non significativo sulle importazioni (da Italia verso Svizzera) e un effetto positivo o non significativo per quanto riguarda le esportazioni (da Svizzera ad Italia).

E' importante notare come le stime da gravity model sono stime ad effetto fisso, che assorbono già le specifiche caratteristiche medie delle relazioni commerciali bilaterali tra i paesi, considerando unicamente le variazioni prodotte da quei fattori che variano nel tempo. Nel modello è inoltre inclusa anche una variabile che raccoglie gli effetti di

accordi bilaterali (RTA – Regional Trade Agreement) tra i due paesi così come definiti e registrati dal WTO.

### *Implicazioni specifiche*

Le analisi del territorio lombardo e ticinese hanno mostrato un certo livello di eterogeneità tra le due aree, pur in presenza di relazioni commerciali e scambi finanziari di notevole importanza. In quest'ottica la Svizzera, e in particolare il Ticino, risultano ben posizionati per cogliere eventuali possibilità provenienti dal territorio italiano (uno studio più approfondito sarebbe poi necessario per individuare eventuali settori che presentino trend di crescita comuni). Emerge comunque l'importanza di atteggiamenti e politiche attive per promuovere i prodotti elvetici verso il mercato italiano. Anche l'eventuale trasferimento di aziende dal territorio italiano al territorio ticinese permetterebbe di cogliere nuove opportunità nel mercato italiano. L'evento espositivo in se non dovrebbe presentare risultati negativi per il livello di esportazioni elvetiche ovviamente ceteris paribus, tenendo cioè invariata ogni altra condizione. Quest'ultimo presupposto non risulta al momento rispettato, visto il possibile effetto negativo congiunturale e il recente peggioramento dei rapporti bilaterali tra i due paesi (inserimento della svizzera nelle black lists e problematiche fiscali). Risulterebbe ottimale includere la risoluzione di queste problematiche nella pianificazione di eventuali programmi.

Si segnala inoltre come lo sviluppo di politiche economiche che favoriscano i settori interessati dal tema espositivo (trasporti, chimico e farmaceutico, energetico, alimentare e agricolo, ricerca e sviluppo) possano produrre tra gli effetti secondari un elevato livello di indotto economico, su scala sia nazionale sia locale. Da un punto di vista occupazionale relativo (cioè rispetto al dato nazionale), segnaliamo inoltre come il cantone Ticino sia caratterizzato da un'economia di servizi (tra i quali il settore ludico/di intrattenimento) e manifatturiera (moda), mentre il cantone Grigione e il cantone Vallese presentano economie maggiormente legate allo sviluppo e sfruttamento del territorio naturale (turismo, produzione elettrica, produzione di bevande, agricoltura e silvicoltura) con una specificità verso il settore chimico per il cantone Vallese.

### **c. Insegnamenti dai dati primari direttamente raccolti (interviste dirette agli stakeholder istituzionali e questionari inviati alle imprese Ticinesi e Grigionesi).**

#### *c.1 I risultati delle interviste dirette agli stakeholder istituzionali*

Ripercorrendo trasversalmente le interviste agli stakeholder istituzionali è emerso che:

Situazione attuale	<p>Le imprese ritengono che sia presto per iniziare a valutare l'eventuale partecipazione ad Expo, inoltre i costi per la partecipazione sono piuttosto elevati, specialmente per le piccole e medie imprese. Alcune associazioni ritengono poi Expo un evento non prioritario, sia a causa dell'attuale congiuntura economica sia per il fatto (a loro avviso) che alcune imprese, operando in mercati di nicchia, non necessitano di partecipare a questo tipo di esposizioni per avere maggiore visibilità.</p> <p>Da un confronto tra Ticino e Grigioni emerge invece una differenza di approcci all'evento e all'organizzazione della partecipazione. Le amministrazioni grigionesi adottano un approccio più operativo e pragmatico, cercando di sfruttare l'evento in ottica anche infrastrutturale e strutturale di lungo periodo; le amministrazioni ticinesi hanno invece un approccio molto più istituzionalizzato (ad esclusione di alcuni territori di confine) e anche complesso cercando di coinvolgere tutte le istituzioni attive sul territorio. Emerge la mancanza di un collegamento costruttivo con la realtà imprenditoriale privata.</p>
Intenzioni	<p>In generale, le associazioni non sembrano rivestire un ruolo attivo nella promozione di una eventuale partecipazione ad Expo (ad esclusione di alcune); viene fornita una eventuale assistenza solo nel caso l'azienda ne faccia espressa richiesta. Le imprese hanno invece espresso la volontà di investire in eventi collaterali organizzati sul territorio locale nei quali i costi di partecipazione possano essere compatibili con il proprio profilo reddituale e dimensionale. Nel cantone Ticino, alcuni comuni sembrano disposti a promuovere l'organizzazione di questi eventi, al pari del cantone Grigioni. Manca tuttavia in Ticino una risposta dai comuni più importanti del territorio, probabilmente per la ancora scarsa visibilità dell'evento. Nel cantone Grigioni, l'Expo è visto a livello istituzionale anche come un'opportunità per l'ingresso di alcune imprese nel mercato italiano.</p>
Risvolti positivi	<p>Si considera ancora troppo presto a livello temporale la quantificazione di eventuali risvolti positivi; la maggior parte degli interlocutori intervistati non ha comunque grandi aspettative sui risultati dell'evento. Gli stakeholder hanno poi individuato alcuni settori che potrebbero avvantaggiarsi in particolar modo con l'esposizione universale (il settore della logistica e dei trasporti, le società di gestione della</p>

sicurezza, il settore turistico ed enogastronomico ed il settore high-tech).

**Problemi** I principali problemi esposti dai diversi intervistati sono legati alla burocrazia italiana, al differenziale di costo tra Svizzera ed Italia, all'inserimento della Svizzera nelle black lists, nella limitata capacità di pianificazione di alcune imprese, nelle difficoltà di coordinamento e collaborazione tra le varie realtà istituzionali operanti nel territorio, soprattutto in ambito turistico.

**Come prevedono di partecipare** Le associazioni di imprese presentano generalmente un atteggiamento passivo e quindi non intendono partecipare direttamente o promuovere particolari eventi; i cantoni ed alcune città parteciperanno invece direttamente all'interno del padiglione espositivo, mentre vi è una divergenza di opinioni sull'organizzazione di eventi collaterali sul territorio locale: alcuni comuni li propongono, altri comuni o associazioni non li prevedono. Le associazioni turistiche vorrebbero invece organizzare pacchetti turistici o carte giornaliera, con approcci diversi per il cantone Ticino e per i Grigioni. Da un punto di vista strutturale, i Grigioni intendono attuare dei progetti più duraturi ed effettuare degli investimenti infrastrutturali soprattutto per quanto riguarda i collegamenti con la Lombardia; il Ticino prevede invece eventi temporanei, di breve durata e con uno scarso impatto strutturale sul territorio. Non è stato possibile effettuare valutazioni sul progetto delle vie d'acqua lombardo-ticinesi in quanto è mancata la disponibilità delle parti.

Risultato di interviste a stakeholder chiave							
	TICINO						GRIGIONI
	ambito agroalimentare	ambito costruzioni	ambito industriale e manifatturiero	promozione industriale	ambito turistico	ambito istituzionale	ambito istituzionale (Grigioni)
Visione attuale	<p><b>Limitata.</b> Costi di partecipazione diretta elevati (soprattutto per PMI).</p> <p><b>Carenza di informazione.</b> Grande opportunità, ma <b>difficoltà</b> di approcciarlo singolarmente. Considerazione di <b>eventi sul territorio</b> ticinese ai quali PMI parteciperebbe ro.</p>	<p>Situazione <b>attuale di difficoltà</b> anche rispetto a piani futuri.</p> <p>Collegamento forte con il <b>turismo</b>. Molte <b>piccole imprese</b> la cui dimensione ostacola la partecipazione diretta all'Expo.</p>	<p><b>Diverse visioni</b> sia di perplessità che positive.</p> <p>Imprese ticinesi operano in mercati di <b>nicchia e non necessitano</b> di tali canali di sviluppo. Expo <b>non rappresenta una priorità</b>.</p>	<p>Alcune imprese hanno manifestato la volontà di <b>partecipare</b>, oltre la volontà di <b>espandersi</b> nel mercato Italiano (indipendentemente dalla partecipazione).</p> <p><b>Basso ricorso ai servizi offerti</b> [forse per vicinanza territoriale e linguistica o per nazionalità di alcuni imprenditori].</p> <p>Chi opera in Italia: <b>high tech e mercati di nicchia</b>, quindi <b>non grandi aspettative</b>.</p> <p>Settore <b>turistico</b> importante per le aspettative.</p>	<p>Necessità di una <b>piattaforma operativa</b>, senza operatori privati.</p>	<p><b>Assenza di piani d'azione</b> o di avvicinamento o all'Expo condivisi dalle amministrazioni locali (se non in alcune zone). Alcune città presentano <b>progetti propri</b> concreti e talvolta avanzati.</p>	<p><b>Rapporti operativi diretti</b> con l'Italia (collaborazioni con provincia di Sondrio), <b>bassa conflittualità</b> politica in merito ai rapporti transfrontalieri. Sebbene maggiormente distanti, le istituzioni vedono <b>l'opportunità di rilancio dell'immagine dei territori</b> Grigionesi.</p>
Intenzioni	<p>Partecipazione vista in modo positivo, ma legata a profilo finanziario e reddituale delle singole realtà e alla provenienza geografica della cifra d'affari (spec. In Italia).</p> <p>Vicinanza dell'evento come aspetto importante.</p>	<p>Non intenzioni.</p> <p>Non attività di coordinamento (salvo su diretta richiesta di singole imprese).</p>	<p>Non particolari intenzioni.</p> <p>Eventuale accompagnamento su richiesta di singole imprese.</p>	<p>Favorire sviluppo su Italia delle imprese che lo richiedono.</p>	<p>Attrarre visitatori EXPO sul territorio ticinese. Non eventi sul territorio locale, ma serie di prodotti a sistema (es. carta turistica giornaliera).</p>	<p>Alcune realtà mirano a organizzare eventi e promuovere investimenti in alcuni settori (coinvolgendo operatori privati). Altre realtà si mostrano più scettiche.</p>	<p>Creazione o miglioramento di collegamenti infrastrutturali duraturi.</p> <p>Proiezione di un'immagine positiva e generosa del cantone.</p> <p>Sostegno delle imprese Grigionesi nel mercato italiano.</p>
Risvolti positivi attesi	<p>Non esaminate nello specifico le potenzialità offerte. La partecipazione sarebbe positiva per presenza di clienti e competitors.</p>	<p>Non considerati e non attesi specifici risvolti positivi; questi ultimi dipendono dalle scelte delle rappresentanze politiche.</p> <p>Risvolti positivi se si riuscirà a far conoscere il</p>	<p>Eventualmente per aziende tecnologiche e a alcune start-up, per quelle operanti nella logistica, nella gestione della sicurezza e dei sistemi informativi.</p> <p>Eventuali collaborazioni</p>	<p>Risvolti positivi legati eventualmente a imprese attive nella gestione della sicurezza e della tecnologia.</p> <p>Considerazione per imprenditori attivi qui di nazionalità italiana.</p>	<p>Breve periodo: aumento dei pernottamenti; medio periodo: aumento di escursioni giornaliere (sul tema gastronomico); lungo periodo:</p>	<p>Attese nel settore turistico e comparti collegati.</p> <p>Alcune istituzioni non esprimono grandi attese, considerando la dimensione</p>	<p>Attesi riscontri nel settore turistico e nei comparti collegati (nella fattispecie enogastronomico e artigianale).</p>

		territorio (turismo).	con Italia per gestione flussi visitatori.		ritorno di immagine (più difficoltoso).	universale dell'evento.	
<b>Problematiche</b>	Costi di partecipazione. Coordinamento con le imprese del comparto. Cambio sfavorevole. Black Lists.	Regolamentazione e burocrazia italiana (nel settore) come principale ostacolo. Differenziale di prezzo frena possibili subappalti. Frammentazione e dell'immagine turistica del cantone. Scarsa cultura dell'ospitalità.	Black Lists e eccessiva burocratizzazione e sistema produttivo italiano.	Ultimi anni: calo risorse destinate alle fiere. Expo importante solo per i cantoni di frontiera. Difficoltà a far collaborare stakeholder sul territorio. Comportamento passivo degli imprenditori. Cambio sfavorevole.	Coordinamento sul territorio. Gestione dell'evento in alta stagione.	Costi di realizzazione (progetti e opere); necessità di coinvolgimento dei privati.	Possibile limitata visibilità durante l'esposizione universale.
<b>Previsione modalità di partecipazione</b>	Non previsione specifica: condivisione spazi espositivi o presentazione congiunta.	non prevista ad ora partecipazione diretta.	Eventuale accompagnamento e indirizzamento verso promozione di aziende Svizzere all'estero. Eventuali giornate di lavoro in Italia per favorire il business delle aziende Ticinesi.	Non eventi collaterali e collegati, anche se non si escludono. Alcune associazioni ruolo importante per coordinare, presentare e favorire offerta svizzera per Expo2015.	Pacchetti turistici; enfatizzare la qualità elvetica, la lingua comune e la sicurezza del territorio.	Partecipazione diretta. Partecipazione e attraverso eventi organizzati sul territorio locale (per poter partecipare anche con risorse finanziarie limitate).	Partecipazione diretta del cantone all'evento. Creazione di pacchetti turistici che includano la visita all'Esposizione Universale e nel contempo permettano di visitare i territori grigionesi.
<b>note</b>	Necessità di informazione						Buon legame collaborativo tra istituzioni e mondo imprenditoriale. Approccio operativo. Comportamento attivo delle imprese (i.e. in ambito turistico).

### *c.2 I risultati dei questionari inviati alle imprese del Ticino e dei Grigioni*

Delle 789 imprese ticinesi contattate, il tasso di risposta è stato pari al 31.3%, mentre per le 296 imprese grigionesi il tasso di risposta è stato del 12.4%. Il tasso di risposta

complessivo è quindi stato pari al 26.3%. Tra queste aziende, circa il 70% appartiene alla classe SME – Small and Medium Enterprise (piccole e medie imprese).

Dalle diverse risposte, è emersa una scarsa conoscenza di Expo 2015; le informazioni ricevute sono state valutate insufficienti e coloro che in media dispongono di sufficienti informazioni pare le abbiano raccolte autonomamente.

Al momento attuale, le aziende che hanno già deciso di partecipare ad Expo non sono moltissime (14%); vi è invece un'alta percentuale di imprese che non hanno ancora affrontato la tematica (43%). Le società che hanno già deciso di non partecipare (43%) non parteciperebbero neanche in presenza di incentivi che coprano il 100% dei costi sostenuti, in quanto reputano inutile per la loro società partecipare alla manifestazione. Queste aziende sono principalmente aziende che operano nei mercati locali e ritengono i loro prodotti non molto competitivi nei mercati esteri. Sono inoltre imprese che rilevano o percepiscono molte difficoltà nell'operare in Italia (per la burocrazia, le lunghe tempistiche della giustizia, il mancato rispetto dei tempi di pagamento e degli accordi contrattuali, ecc.) e non hanno effettuato o non hanno intenzione di effettuare investimenti sul territorio italiano, nei mercati europei o nei mercati emergenti. In quest'ottica vediamo che l'evento Expo non è visto da queste aziende come un'opportunità per entrare nel mercato italiano. Diversamente, le imprese che decidono di investire nell'evento sono imprese che sono già presenti in Italia e hanno interessi presenti e futuri nel mercato italiano. E' interessante notare che l'aver avuto esperienze non soddisfacenti all'interno del mercato italiano è un fattore che non incrementa la volontà di non partecipare ma anzi la diminuisce. In quest'ottica, sembra quindi che le imprese che vogliono investire nell'evento lo facciano per poter rimanere ed aumentare la loro penetrazione all'interno del mercato italiano. Analizzando invece i fattori che influenzano le aziende ancora indecise, possiamo osservare come i costi e le difficoltà organizzative rivestano un ruolo importante nel loro processo decisionale, al pari delle difficoltà caratteristiche del mercato italiano e dell'inserimento della Svizzera nelle black lists.

Con riferimento agli eventi in cui le imprese vorrebbero partecipare e considerando tutte le imprese che non hanno già escluso la propria partecipazione, la maggioranza (40%) parteciperebbe anche a qualsiasi evento con utenza sensibile, il 38% vorrebbe partecipare anche ad eventi organizzati nel proprio cantone, il 29% vorrebbe partecipare nel padiglione mentre solamente il 22% vorrebbe partecipare anche agli eventi collaterali organizzati in Italia.

Per quanto riguarda gli investimenti da destinare ad Expo 2015, il 73% delle imprese investirebbe meno di 10'000 CHF, il 25% tra 10'000 e 50'000 CHF, mentre solo l'1% tra 50'000 e 100'000, la stessa percentuale investirebbe tra 100'000 e 250'000 CHF e ancora

l'1% più di 500'000 CHF; gli investimenti maggiori tendono ad essere effettuati tramite filiali delle società in Italia.

#### *Implicazioni specifiche*

Dalle interviste strutturate e dall'analisi delle risposte dei questionari, emerge una mancanza di collegamento tra le istituzioni operanti sul territorio e la realtà imprenditoriale privata. Si evince – e lo stesso mondo imprenditoriale chiede – la necessità di un maggior coinvolgimento e coordinamento con e tra i soggetti economici privati, attraverso l'istituzione di tavole rotonde o incontri tematici (per settore e dimensione di impresa). Sarebbe inoltre utile esporre i possibili benefici ottenibili da Expo 2015 segmentandoli sulla base del settore e della dimensione dell'azienda, riassumendo le informazioni in un documento pragmatico e propedeutico allo (i) sviluppo del mercato locale e italiano e (ii) all'assegnazione/produzione dei beni e servizi che si renderanno necessari per Expo 2015 (servizi turistici, di trasporto, di assistenza al trasporto, ludici e di intrattenimento, commerciali, servizi di ristorazione con particolare riferimento alle tipicità, esclusività e particolarità dei prodotti, ecc.).

Sempre in questa direzione, si riconosce la necessità di migliorare la comunicazione al mondo imprenditoriale e sviluppare procedure decisionali snelle ed efficienti senza duplicare inutilmente strutture deliberative. La struttura decisionale e di indirizzo dovrebbe essere unica e omnicomprensiva di tutte le realtà territoriali e imprenditoriali, mentre la parte operativa dovrebbe comprendere un direttorio (o unità operativa) in grado di interfacciarsi direttamente con le imprese e con gli organismi del territorio.

#### **d. Linee guida operative**

Nel definire l'agenda di avvicinamento ad Expo 2015, sarebbe interessante innanzitutto definire il target e le strutture/procedure decisionali ed operative per l'avanzamento dei lavori.

Dall'analisi di tutti i risultati della nostra indagine, emerge come Expo 2015 sia un'opportunità. Opportunità nel senso che i risultati dipenderanno in gran parte dall'approccio italiano e, per il nostro territorio, svizzero e ticinese. L'evento in se stesso dovrebbe generare effetti positivi sul settore turistico e sui settori collegati e, a determinate condizioni, sulle esportazioni dirette verso il territorio italiano. E' importante tuttavia notare che il successo e i maggiori effetti economici e sociali di un'esposizione universale non sono riferibili direttamente all'evento ma risiedono nella capacità di attivazione di processi di miglioramento strutturale delle condizioni quadro del territorio. All'interno di queste condizioni quadro sono comprese certamente quelle infrastrutture materiali in grado di aumentare la competitività del territorio, ma ancor più importanti sono l'attivazione di politiche economiche, di reti collaborative e di organi funzionali che siano in grado di cogliere le sfide e di individuare e sviluppare i nuovi temi globali del mercato, permettendo alle varie realtà operanti sul territorio di poter fornire risposte veloci, efficienti ed efficaci a cambiamenti della struttura produttiva e della domanda economica, oltre ad ottimizzare i processi su scala regionale guadagnando in termini di produttività. Diversamente, anche le realtà di maggiore successo sono destinate a seguire cicli di sviluppo e declino, come la storia economica insegna.

Il percorso di avvicinamento ad Expo non dovrebbe essere perciò un processo autoreferenziale che si esaurisce al termine della manifestazione, ma deve essere l'occasione per aggregare e presentare all'esterno, nel caso specifico all'Italia e ai paesi che visiteranno o conosceranno l'Expo, il territorio svizzero e ticinese come territorio d'eccellenza, di competenze, valorizzando quanto già di buono si trova sul territorio e favorendo tutta una serie di processi di investimento in competenze materiali e immateriali degli attori economici che qui operano. Non ci si dovrebbe focalizzare su "quanto Expo potrà portare nelle nostre casse" ma piuttosto su "quanto possiamo migliorare la nostra immagine, il nostro territorio ed i nostri prodotti utilizzando Expo 2015". Per questo motivo, gli eventuali business plan che si creeranno non dovrebbero concludersi alla data del 2015, ma dovranno produrre effetti strutturali. In quest'ottica, anche le ripercussioni negative di un eventuale fallimento nell'organizzazione di Expo 2015 da parte dello stato ospitante sarebbero inferiori. Tolto il fatto che la declinazione del tema "feeding the planet" attraverso il migliore utilizzo delle risorse disponibili ("efficientamento" energetico) sarà uno dei prossimi macro-trend mondiali. Il tema merita quindi più di una semplice riflessione.

Con la stessa ottica, bisognerebbe poi valutare i costi da sostenere. Non spese per generare semplicemente un indotto o per avere opere che esauriscono la loro funzione in Expo, ma investimenti in miglioramenti della struttura economica e sociale del territorio. Una particolare attenzione dovrebbe essere inoltre riposta nelle spese di comunicazione; queste possono essere importanti ma solamente se si ha qualcosa di reale da comunicare. In un mondo che si sposta sempre più verso strutture comunicative multi-canale e policentriche, i contenuti reali assumono una importanza fondamentale. Se negli anni passati si pagavano soggetti per parlare dei propri prodotti, ora sono i prodotti a parlare tramite gli utenti. Questo cambiamento, reso possibile dall'avanzamento della tecnica, è già ora importante e lo sarà ancora di più nel 2015. Quello che poi richiede attualmente il consumatore è il ricevere esperienze. Si interessa alle esperienze positive dei suoi simili e vuole riviverle. Quindi, anche il prodotto che dovrà essere fornito dovrà tenere conto di queste nuove esigenze.

Nell'elenco sottostante si esprimono sinteticamente alcune delle linee guida precedentemente illustrate; specificheremo i target (ovvero gli obiettivi che bisognerebbe perseguire), sintetizzeremo alcune modalità (non esclusive) attraverso le quali è possibile raggiungere gli obiettivi prefissati e indicheremo alcune procedure e strumenti (anch'essi non esclusivi) attraverso i quali è possibile realizzare operativamente gli obiettivi.

*Target* Da un punto di vista operativo, i target che bisognerebbe generalmente considerare nel processo di elaborazione delle strategie e di emanazione delle direttive sono due:

- il miglioramento della attrattività del territorio (national e local branding);
- il miglioramento della capacità organizzativa e coordinativa del territorio.

Con attrattività del territorio, si intende sia l'immagine turistica sia l'immagine dei "prodotti che arrivano dal territorio". Sfruttando le stesse motivazioni per le quali molti produttori del settore orologiero si spostano in territorio elvetico per il marchio Swiss Made o alcuni settori di punta della moda producono in Italia o Francia per il "Made in Italy/France", la Svizzera, e in particolare il canton Ticino insieme a Grigioni e Vallese, potrebbe puntare sulla produzione di prodotti biologici agricoli o di allevamento di qualità (magari riprendendo sementi particolari non più utilizzate a seguito dell'incremento delle produzioni intensive) ivi compresi l'elaborazione di prodotti derivati o integratori. Allo stesso modo lo sviluppo di fertilizzanti meno impattanti (ovvero maggiormente sostenibili)

sull'ambiente potrà essere uno dei temi importanti dei prossimi anni (anche in virtù della normativa europea riguardo al limite sullo spandimento di azoto) o lo studio e sviluppo di nuovi metodi di coltura integrata o di trattazione mirata, in grado di aumentare la produttività a parità di risorse utilizzate.

Tutte le tematiche inerenti la valorizzazione e lo sviluppo delle qualità e tipicità positive del territorio svizzero rientrerebbero nel tema “national branding” e dovranno sicuramente ricevere una particolare attenzione nella definizione delle politiche economiche prima dell'Expo e nella comunicazione durante Expo. Per l'attività di national branding, l'esposizione universale di Milano rappresenta una grandissima opportunità in quanto potrebbe essere in grado di amplificare gli effetti di ogni comunicazione, rivolgendosi a flussi di visitatori e attenzioni mediatiche straordinarie.

Con riferimento al secondo punto degli obiettivi, il miglioramento della capacità organizzativa e coordinativa del territorio, è importante considerare che lo sviluppo di reti funzionali che non esauriscono il loro scopo nell'evento Expo favorisce un aumento della capacità produttiva e dell'offerta qualitativa del territorio. La capacità di competere con altre aree geografiche passa infatti attraverso la cooperazione e collaborazione all'interno del territorio. In questo modo potrebbe essere possibile creare servizi e prodotti a costi minori (aumentando la possibilità di politiche di scala) e a valore aggiunto maggiore, nonché permette di sviluppare prodotti che sfruttino al meglio alcune segmentazioni del mercato.

Il national branding (o miglioramento dell'attrattività del territorio) e l'incremento della capacità organizzativa e coordinativa dovranno quindi essere gli elementi che guideranno il processo decisionale in ambito istituzionale e politico durante l'avvicinamento ad Expo 2015.

*Come realizzare gli obiettivi*

L'attività di national branding è un processo lungo e difficoltoso. L'immagine di un territorio si forma dopo anni di buon lavoro e comunicazione e spesso i risultati dipendono più dal contesto sociale del territorio che dagli sforzi di comunicazione. In generale, è quindi buona norma accompagnare l'attività di comunicazione con politiche economiche adeguate che permettano lo sviluppo dei settori o dei punti di forza che si vogliono affermare. In relazione al miglioramento delle capacità coordinative e collaborative, è necessario che le aziende assumano un ruolo attivo nel processo. Come per l'attività di national branding, bisogna incentivare e favorire gli investimenti delle aziende private. Nello specifico si potrebbe:

- coinvolgere le imprese e informarle delle opportunità disponibili (ad es. memorandum operativo sulle possibilità offerte da Expo);
- favorire gli investimenti delle aziende:

- i. sviluppando prodotti nei quali le aziende possano promuovere la loro immagine (marketing) compatibilmente al proprio profilo reddituale (organizzando per esempio eventi complementari minori eventualmente collegati all'Expo);
- ii. creando incentivi (finanziamenti a tasso agevolato o incentivi fiscali) per sostenere la creazione di filiere o gli investimenti in ricerca e sviluppo in particolari settori;
- iii. valorizzando il collegamento tra università/centri di ricerca e mondo imprenditoriale privato (creando per esempio per il settore agricolo poli di ricerca)
- iv. sfruttando la location transfrontaliera (identità del territorio), valorizzando i rapporti transfrontalieri già esistenti (per esempio nel settore della moda) e favorendone di nuovi.

*Procedure* Prima dell'evento, sarebbe indubbiamente utile:

*e strumenti operativi*

- i. sviluppare una struttura decisionale e procedure operative snelle e dirette per gestire l'avvicinamento ad Expo 2015;
- ii. definire linee di politica economica vocate ad incentivare l'investimento delle aziende nei settori che si vorranno caratterizzare e a favorire i processi collaborativi;
- iii. implementare e migliorare la comunicazione da e verso le aziende attraverso un apposito sportello;
- iv. pianificare eventi da organizzare sul territorio locale o italiano, coinvolgendo le imprese interessate;
- v. favorire la creazione di percorsi turistici per gli ospiti del territorio verso Expo e per i visitatori Expo verso il territorio.

Durante l'evento sarà importante gestire adeguatamente la comunicazione e l'organizzazione degli eventi collaterali, che dovranno essere in grado di attirare i visitatori Expo sul territorio, vista la vicinanza territoriale con la zona espositiva (soprattutto per il cantone Ticino). Bisognerà inoltre sviluppare prodotti che possano suscitare curiosità ai visitatori Expo, che siano in grado di esaltare le motivazioni particolari per visitare il territorio locale.

Riferendoci invece al profilo temporale, possiamo schematizzare nella tabella successiva alcune indicazioni del processo di avvicinamento ad Expo 2015. La tabella presente ha scopo indicativo e non esaustivo, in quanto il processo di avvicinamento dovrebbe

essere costantemente aggiornato in funzione delle nuove necessità che emergeranno durante il processo di confronto.

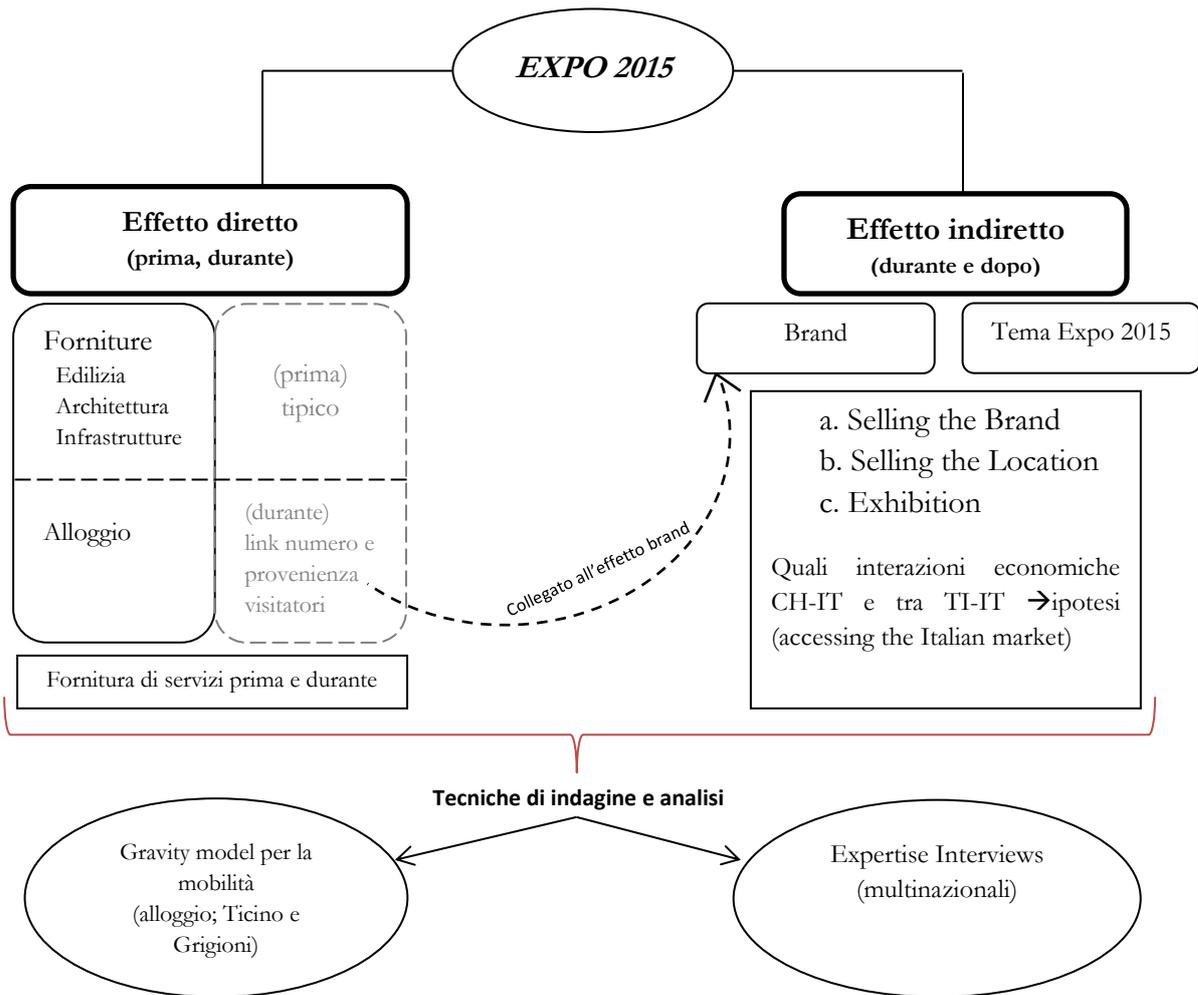
**Tabella 4.5 Effetti ed operativa di Expo 2015 in funzione temporale**

	EXPO 2015					
	PRIMA		DURANTE		DOPO	
	EFFETO DIRETTO	EFFETTO INDIRETTO	EFFETO DIRETTO	EFFETTO INDIRETTO	EFFETO DIRETTO	EFFETTO INDIRETTO
TEMI	- FORNITURA DI SERVIZI/PRODOTTI PER LA COSTRUZIONE E ORGANIZZAZIONE DI EXPO 2015 - ORGANIZZAZIONE PERCORSO DI AVVICINAMENTO AD EXPO 2015		- FORNITURA DI BENI/SERVIZI PER LO SVOLGIMENTO DI EXPO 2015 - SVOLGIMENTO DEGLI EVENTI LOCALI - POLITICHE COMUNICATIVE IN EXPO		- EFFETI NATIONAL BRANDING - GESTIONE DELLA MAGGIORE ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO PER IMPRESE E PERSONE	
OPERATIVITA'	- ORGANIZZAZIONE STRUTTURA DECISIONALE E OPERATIVA LOCALE - MEMORANDUM OPERATIVO PER LE AZIENDE (POSSIBILITA' OFFERTE DA EXPO 2015 AL SETTORE PRIVATO) - DEFINIZIONE POLITICA ECONOMICA - DEFINIZIONE DI EVENTUALI INVESTIMENTI - SUPPORTO ALLA CREAZIONE DI FILIERE - PIANIFICAZIONE E ORGANIZZAZIONE EVENTI		- PREDISPOSIZIONE E SVOLGIMENTO DEGLI EVENTI LOCALI - COLLEGAMENTI STRAORDINARI CON L'AREA ESPOSITIVA (TRASPORTI) - GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE DA PARTE DEI SOGGETTI DELEGATI		- MANTENIMENTO DI CONDIZIONI QUADRO COMPETITIVE	
EFFETTI	- MOBILITAZIONE DI INVESTIMENTI DEL SETTORE PRIVATO - AUMENTO DELLE ESPORTAZIONI VERSO IL TERRITORIO ITALIANO	- AUMENTO DELLA PRODUTTIVITA' E DELLA QUALITA' DEI SERVIZI OFFERTI - MIGLIORAMENTO DELL'ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO E DEI SUOI PRODOTTI	- INCREMENTO DELLA DOMANDA DI SERVIZI E PRODOTTI		- INCREMENTO DELLA DOMANDA DI SERVIZI E PRODOTTI	
SETTORI INTERESSATI	- TURISMO (INVESTIMENTI) - SERVIZI - TRASPORTI (INVESTIMENTI) - COSTRUZIONI - RICERCA E SVILUPPO (CHIMICO, FARMA,..) AGROALIMENTARE)	- SERVIZI (INDOTTO) - ALTRI SETTORI (INDOTTO) - COSTRUZIONI (INDOTTO)	- TURISMO - MEDIA - TRASPORTI - SERVIZI DI ASSISTENZA AI TRASPORTI	- COMMERCIO AL DETTAGLIO - ATTIVITA' MANIFATTURIERE	- TURISMO - ESPORTAZIONI	
PROBLEMI POTENZIALI	VOLONTA' POLITICA, RISORSE FINANZIARIE		FALLIMENTO NELL'ORGANIZZAZIONE DI EXPO 2015			

## V) SCENARI FUTURI

La trattazione degli scenari futuri non ambisce a delineare la situazione che verrà a crearsi attraverso o grazie alla prossima esposizione universale, ma piuttosto intende focalizzarsi sugli elementi che, attraverso lo studio, sembrano rivestire importanza rilevante per poter cogliere le opportunità di Expo per la Svizzera e in particolare per il Ticino.

Lo schema che ha impostato la ricerca è il seguente:



Gli effetti diretti fanno riferimento a:

- forniture, intese quali edilizia, architettura e infrastrutture – relative al periodo antecedente l'esibizione, sono un effetto tipico – e
- all'alloggio – effetto che si sostanzia durante l'esposizione universale – il quale dipende principalmente dal numero e dalla provenienza di visitatori.

Gli effetti indiretti – su scala temporale successiva – si concentrano invece sul coinvolgimento e sulla presenza di imprese del Ticino, dei Grigioni e dell'area nazionale

Svizzera in riferimento al tema scelto per l'Esposizione e all'effetto Brand. Quest'ultimo ha uno stretto legame con la provenienza dei visitatori.

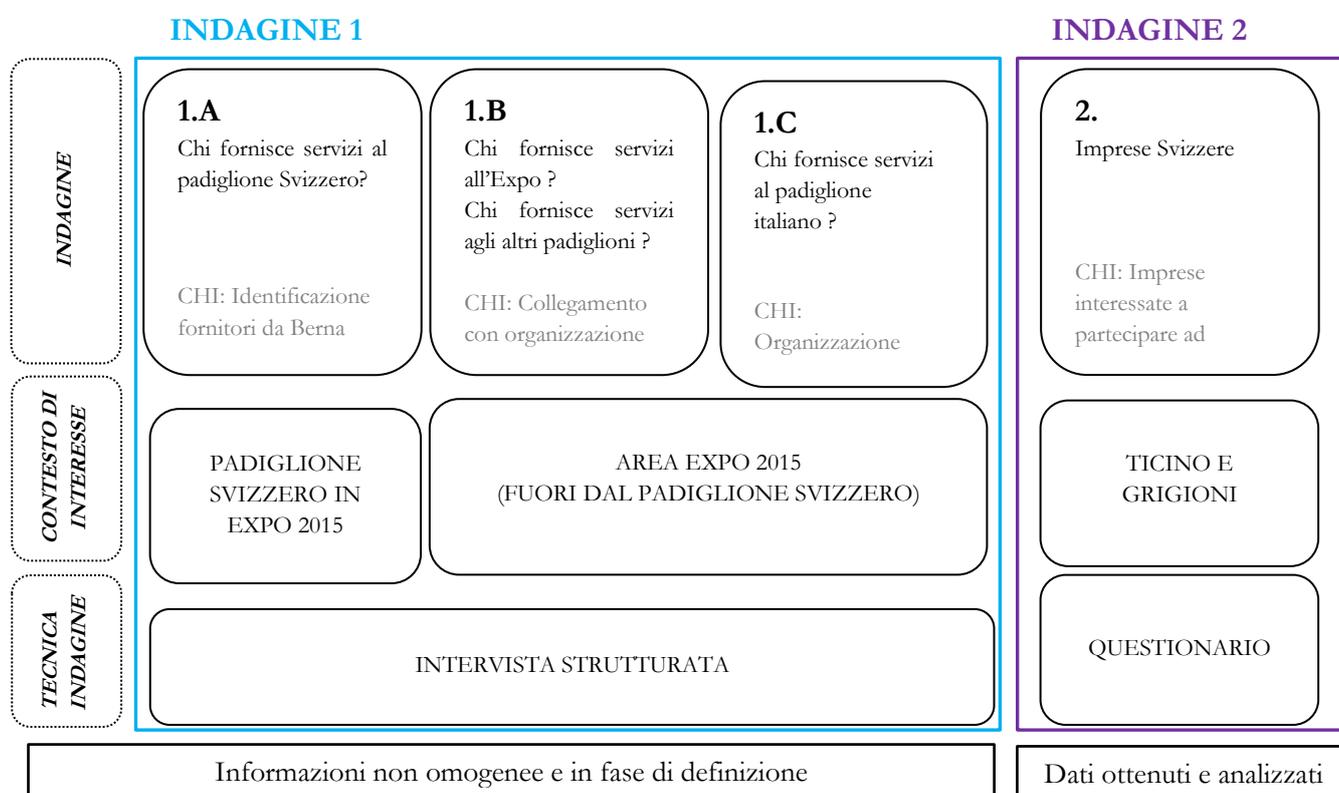
Gli effetti indiretti ci spingono verso tre comportamenti possibili:

- a. selling the Brand;
- b. selling the Location;
- c. the Exhibition.

Questo ambito di indagine porta a riflettere sulle interazioni economiche tra Svizzera e Italia e tra Ticino e Italia, con implicazioni importanti. Su queste basi trovano infatti spazio domande di ricerca sulle modalità di accesso e di scambio con il mercato Italiano.

Al fine di giungere ai risultati previsti ed esposti nei documenti di proposta, metodologicamente l'analisi si è composta di diverse parti distinte sulla base dell'oggetto indagato.

Lo schema seguente chiarisce l'impostazione che IRE ha seguito nello studio.



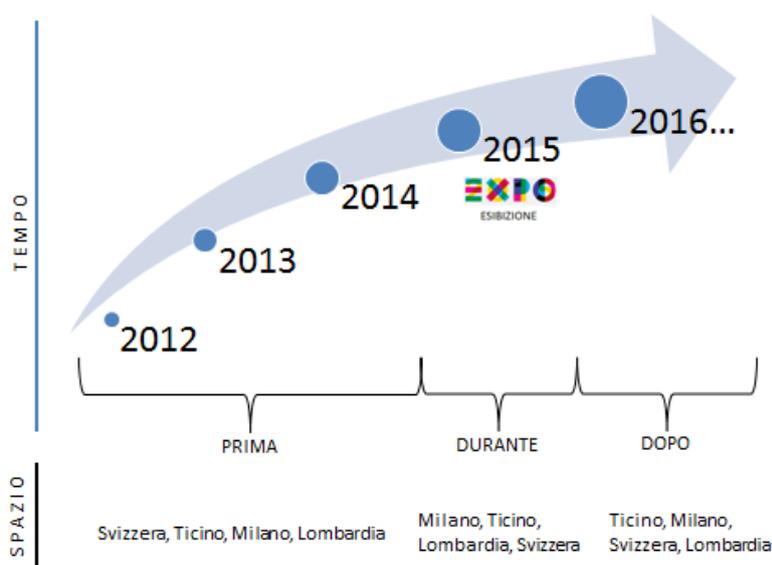
Partendo da tale strategia, i risultati dello studio sembrano rispondere ad una duplice esigenza:

- un contributo alla preparazione dei lavori e alle riflessioni strategiche della del Dipartimento federale degli affari esteri (Presenza Svizzera);
- un sostegno per l'orientamento dei piani, dell'operatività e della comunicazione degli agenti coinvolti ai diversi livelli.

In effetti, la domanda centrale che ha accompagnato la ricerca si traduce in “*quale strategia dovrebbe adottare il governo a livello locale e nazionale per cogliere le opportunità di Expo 2015?*”.

Trovare degli elementi di risposta a tale questione significa guardare verso l'identificazione di scenari futuri, in grado non solo di cogliere le sfide lanciate dall'esibizione semestrale, ma dalla preparazione precedente e dal periodo conseguente. Attraverso le interviste e i questionari si è infatti cercato di dilatare il tempo e lo spazio che coinvolgono la manifestazione, indagando la volontà e il desiderio di partecipare ad eventi collegati ad Expo 2015, sia in territorio lombardo che ticinese. La riflessione sulle opportunità che possiamo trarre da Expo giocano quindi su un tempo e un territorio più ampi (non solo 2015 e non solo il luogo dell'Esposizione – figura seguente).

**Figura 5.1 – Lo spazio e il tempo di EXPO 2015**



A tal proposito, riprendendo le considerazioni iniziali che hanno suggerito lo studio, è interessante definire la location Ticino come una porta di collegamento (non ponte) tra Svizzera e Italia.

Analizzando poi il mondo imprenditoriale privato ticinese e grigionese, ci confrontiamo con una visione attuale su Expo 2015 piuttosto limitata. Questo stato lo possiamo leggere attraverso tre diverse (ma collegate) lenti: quella della dimensione, quella dell'informazione e la lente della congiuntura economica attuale.

Il tessuto imprenditoriale Svizzero e in particolare quello Ticinese si caratterizza per una alta numerosità di piccole e medie imprese. Le peculiarità organizzative e di investimento di questa categoria imprenditoriale le rendono generalmente meno sensibili alla partecipazione a eventi internazionali.

A questo si aggiunge la problematica dell'informazione e comunicazione, sollevata da più parti: un'assenza o scarsità della conoscenza limita la possibilità di assumere una consapevolezza e quindi di prendere decisioni rispetto alla partecipazione ad Expo 2015. In questa circostanza sono due gli elementi che emergono: da un lato la necessità di migliorare i circuiti comunicativi verso le imprese, dall'altro l'attitudine attendista di

buona parte del mondo imprenditoriale. Tuttavia, la dinamica della raccolta dei dati (caratterizzata da diversi richiami per l'ottenimento delle risposte sia da parte delle imprese che degli stakeholders) sottolinea un generale basso interesse relativo ad Expo 2015.

Indubbiamente la situazione congiunturale gioca un ruolo importante, alimentando l'incertezza e sottolineando particolarmente l'aspetto dei costi, sia di partecipazione che di gestione.

I costi e l'organizzazione emergono anche come due degli elementi importanti che possono influenzare le imprese ancora indecise rispetto al loro coinvolgimento all'evento. A questi si aggiungono le caratteristiche del mercato italiano e l'inserimento della Svizzera nelle Black Lists.

La vicinanza ad Expo 2015 (in termini non solo geografici, ma anche linguistici e culturali) è ritenuta aspetto fondamentale. La partecipazione viene vista come importante per la presenza di eventuali competitors e clienti. La possibilità di partecipare è legata al profilo finanziario e reddituale dell'azienda e alla ripartizione geografica del fatturato: coloro che già operano o hanno operato sul mercato italiano emergono come maggiormente possibilisti rispetto alla loro presenza.

Tuttavia, si sottolinea la difficoltà delle imprese ad accedere direttamente all'esposizione. A questo si lega direttamente la volontà espressa dalla maggior parte del mondo imprenditoriale di sostenere eventi sul territorio locale legati ad Expo, ma organizzati in Ticino.

Sulla base di tali considerazioni, la possibilità di cogliere l'occasione di Expo 2015 sembra legarsi alla capacità di premere sui punti di forza del territorio, identificati attraverso i dati primari nella sicurezza, precisione, tecnologia e qualità della vita.

Adottando una visione di lungo termine, emerge come Expo dovrebbe essere visto come uno strumento per poter realizzare progetti certo utili ai fini della manifestazione, ma duraturi nel tempo. Secondo questo approccio la manifestazione diviene un momento per riflettere e realizzare interventi con una utilità di lungo termine, la cui realizzazione viene spinta dall'opportunità Expo.

I temi forti che emergono dal presente studio riguardano:

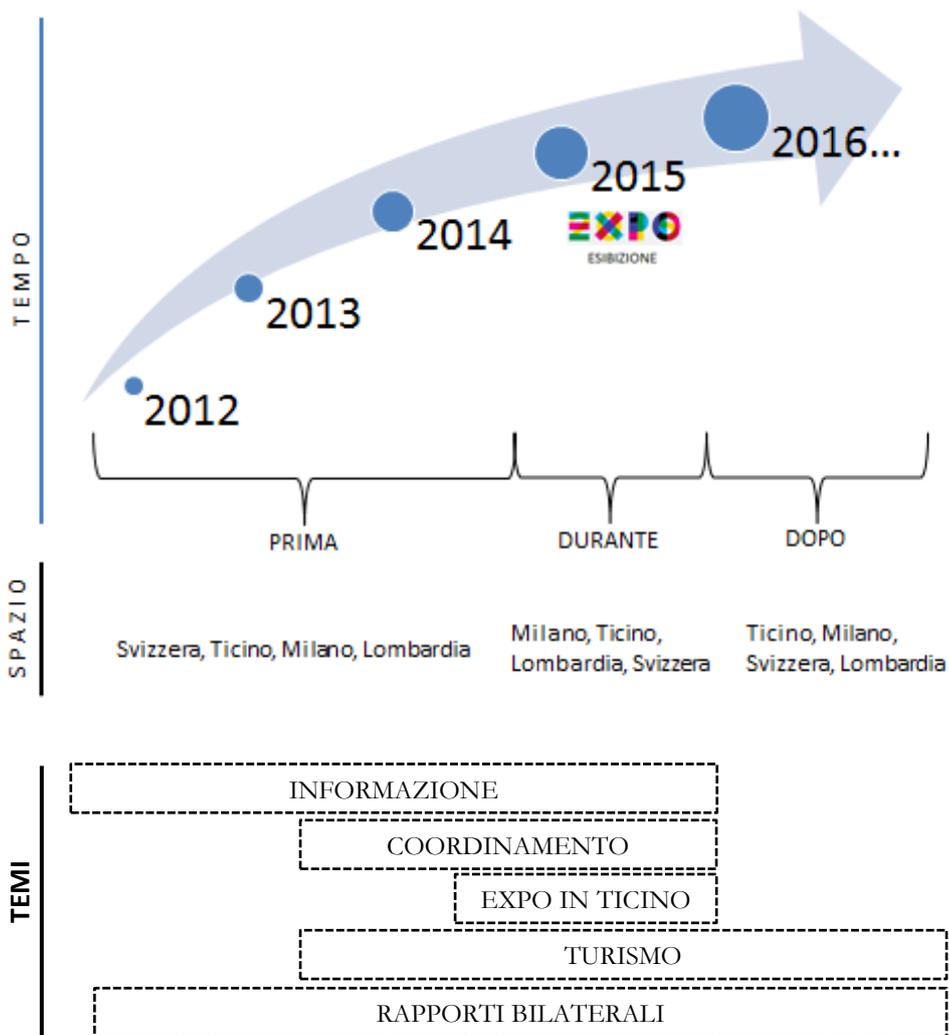
- **Informazione**, ossia la necessità di mettere in atto processi più efficaci di circolazione dell'informazione rispetto alle caratteristiche e alle opportunità date da Expo;
- **Coordinamento**, legato sia all'importanza di coordinare attori appartenenti agli stessi comparti, organizzando azioni di accompagnamento, sia alla

necessità di avere dei referenti noti e chiari per l'azione di organizzazione locale;

- **Expo in Ticino**, in altre parole la possibilità di organizzare e realizzare eventi legati ad Expo 2015, ma sul territorio Ticinese. Tale azione sarebbe supportata dall'investimento della maggior parte del tessuto imprenditoriale locale (sebbene di importi limitati ad una soglia inferiore ai 10.000 CHF ciascuno);
- **Turismo**, settore per il quale trasversalmente i settori e gli stakeholder si attendono i risultati più importanti. In questo gli intervistati sottolineano l'esigenza di una migliore cultura dell'ospitalità, un migliore coordinamento e un'azione proattiva (e non attendista). L'occasione è evidente, ma deve essere colta. Indubbiamente le informazioni raccolte sono trasversali e solo uno studio mirato a tale settore potrebbe fare emergere riflessioni su azioni e assi strategici da perseguire.
- **Rapporti bilaterali**. Questa tematica generale, sebbene sullo sfondo, riemerge in modo continuo nei diversi ambiti, in termini di Black Lists, di accordi di libero scambio e in termini di burocrazia. Si tratta in questo caso di azioni riferite al quadro generale dei rapporti tra Svizzera e Italia, non limitati alla tematica Expo, ma che tendono a condizionarla.

Dai dati elaborati emerge che le imprese già presenti sul mercato italiano o che occupano addetti di alta formazione provenienti dall'Italia sono quelle generalmente più aperte ad una partecipazione ad Expo e maggiormente aggiornate in termini di informazioni: in questi termini il coordinamento e l'organizzazione potrebbe coinvolgere attivamente tali fonti.

Expo 2015 è già iniziato. L'esposizione universale non può essere circoscritta ai mesi espositivi e ai luoghi espositivi. L'occasione più grande sta nell'organizzazione e questa non può prescindere da idee, progetti, coordinamento e azioni tempestive.



## Bibliografia

- An, G. and Puttitanun, T., 2009. Revisiting McCallum's Border Puzzle. *Economic Development Quarterly*, Volume 23: pp. 167-170.
- Archer, B.H., 1982. The value of multipliers and their policy implications. *Tourism Management*, Volume 3(4): pp. 236-241.
- Archer, B.H., 1984. Economic impact: Misleading multiplier. *Annals of Tourism Research*, Volume 11(3): pp. 517-518.
- Archer, B.H., 1996. Economic impact analysis. *Annals of tourism research*, Volume 23: pp. 704-707.
- Arvis, J.-F., Mustra, M.A., Ojala, L., Shepherd, B. and Saslavsky, D., 2010. Connecting to Compete 2010 – Trade Logistics in the Global Economy: The Logistics Performance Index and its Indicators. Washington: International Trade Development, The World Bank.
- Arvis, J.-F., Raballand, G., and Marteau, J.-F., 2010. The Cost of Being Landlocked. Washington, DC: World Bank.
- Australian Government, Department of the Environment and Heritage, 2006. Welcome to The Green Games 2000. Available at: <http://www.deh.gov.au/events/greengames/index.html>
- Baade, R; Baumann R.; Matheson, V., 2008. Slippery Slope? Assessing the Economic Impact of the 2002 Winter Olympic Games in Salt Lake City, Utah. Working Papers 0829, International Association of Sports Economists & North American Association of Sports Economists
- Baade R e Matheson V, 2004. The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup. *Regional Studies*. Taylor and Francis Journals, vol. 38(4), pages 343-354.
- Baier, S. L., Bergstrand, J. H., 2009. "Estimating the effects of free trade agreements on international trade flows using matching econometrics," *Journal of International Economics*, Elsevier, vol. 77(1), pages 63-76, February.
- Baltagi, B. H., 1995. "Testing for Correlated Effects in Panels," *Econometric Theory*, Cambridge University Press, Volume 11(02): pp. 401-402.
- Baltagi, Badi H., Wu, Ping X., 1999. Unequally Spaced Panel Data Regressions With Ar(1) Disturbances. *Econometric Theory*, Cambridge University Press, volume 15(06): pp. 814-823.
- Barker, M., Page, S.J. and Meyer, D., 2002. Evaluating the impact of the 2000 America's cup on Auckland, New Zealand. *Event Management*, Volume 7(2): pp. 79-92.
- Bergstrand, J.H., 1998. Comments on Determinants of bilateral trade flows: Does gravity work in a neoclassical world? In: Frankel, J.A. (Ed.), *The Regionalization of the World Economy*. The University of Chicago Press, Chicago, pp. 23–28.
- Berridge, G., 2007. Events Design and Experience. Butherworth-Heinemann, Oxford.

- Blaine, T., 1993. Input-output analysis: applications to the assessment of the economic impact of tourism. In Khan M. et al. (eds.), *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. New York, VanNostrand Reinhold, pp. 663-670.
- Blake, A., 2005. The economic impact of the London 2012 Olympics. Christel De Haan Tourism and Travel Research Institute, Nottingham University Business School
- Bonfiglio, A., 2009. On the Parameterization of Techniques for Representing Regional Economic Structures, *Economic Systems Research*, Volume 21(2): pp. 115-127.
- Bowdin, G., McDonnell, I., Allen, J., O'Toole W., 2010 *Events Management* (3rd ed.), Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Brown, M.D., Var, T. e Lee S., 2002. Messina Hof Wine and Jazz Festival: an economic impact analysis. *Tourism Economics*, Volume 8(3): pp. 273-279.
- Brown, G., 2000. Emerging issues in Olympic sponsorship: Implications for host cities. *Sport Management Review*, Volume 3: pp. 71-92.
- Brown, G., Chalip, L., Jago, L. and Mules, T., 2002. The Sydney Olympics and brand Australia, in N. Morgan, A. Pritchard and R. Pride, *Destination branding: creating the unique destination proposition*, 163-85. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Burgan, B. e Mules, T., 2001. Reconciling Cost-Benefit and Economic Impact Assessment for Event Tourism. *Tourism Economics*, Volume 7(4): pp. 321-330.
- Burger, M., van Oort, F. and Linders, G.-J., 2009. 'On the Specification of the Gravity Model of Trade: Zeros, Excess Zeros and Zero Inflated Estimation', *Spatial Economic Analysis*, Volume 4(2): pp. 167-190.
- Cameron, A.C., Gelbach, J.G., and Miller, D.L., 2006. "Bootstrap-Based Improvements for Inference with Clustered Errors," Working Paper 06-21, Department of Economics, University of California - Davis.
- Carlsen, F., 2000. Unemployment, inflation and government popularity — are there partisan effects?. *Electoral Studies*, Volume 19, Number 2: pp. 141-150 (10)
- Carlsen, J.; Taylor, A., 2003. Mega-Events and Urban Renewal: The Case of the Manchester 2002 Commonwealth Games. *Event Management*, Volume 8, Number 1, 2003 , pp. 15-22 (8)
- Cashman, R., 2006, *The Bitter-Sweet Awakening: The Legacy of the Sydney 2000 Olympic Games*, 1, Sydney (Australia): Walla Walla Press.
- Chalip, L., 2002. Using the Olympics to optimise tourism benefits: university lecture on the Olympics. Barcelona : Centre d'Estudis Olímpics (UAB). International Chair in Olympism (IOC-UAB).
- Chalip, L., 2004. Beyond impact: a general model for host community event leverage. In Ritchie, B.; Adair D. (Eds.), *Sport tourism: interrelationship, impacts and issues*. Clevedon, UK: Channel View.
- Chalip, L., Green, B.C. and Hill, B., 2003. Effects of event media on destination image and intention to visit. *Journal of Sport Management*, Volume 17: pp. 214-234.

- Chang, W.H., 1999. Potential bias of using IMPLAN Type III multipliers for assessing economic impacts of tourism spending ([www.msu.edu/user/changwe4/implan/compare.htm](http://www.msu.edu/user/changwe4/implan/compare.htm))
- Chhabra, D.E., Sills, E. e Cabbage, F.W., 2003. The Significance of Festivals to Rural Economies: Estimating the Economic Impacts of Scottish Highland Games in North Carolina. *Journal of Travel Research*, Volume 41(4): pp. 421-427.
- Clark, G., 2008. Local development benefits from staging global events. Paris: OECD.
- Costa, C.A., Chalip, L., 2005. Adventure Sport Tourism in Rural Revitalisation—An Ethnographic Evaluation. *European Sport Management Quarterly*, Volume 5(3): pp. 257-279.
- Crompton, J.L., 1999. Measuring the Economic Impact of Visitors to Sports Tournaments and Special Events. Ashburn, Division of Professional Services, National Recreation and Park Association.
- Crompton, J.L., 2004. Beyond Economic Impact: An Alternative Rationale for the Public Subsidy of Major League Sport Facilities. *Journal of Sport Management*, Volume 18: pp.52-53.
- Crompton, J. L., 1994. Benefits and risks associated with sponsorship of major events. *Festival management & event tourism: An international journal*, Volume 2: pp. 65 - 74. → QUALE DEI DUE E' GIUSTO???
- Crompton, J. L., 1994. Measuring the return on sponsorship investments at major recreation events. *Journal of park and recreation administration: A publication of the American Academy for Park and Recreation Administration*, Volume 12(2): pp. 73 - 85.
- Crompton, J. L., 2001. The impact of parks on property values: A review of the empirical evidence. *Journal of Leisure Research*, Volume 33(1): pp. 1-31.
- Crompton, J.L., 2006. Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenanigans?. *Journal of Travel Research*, volume 45, (1): pp. 67-82
- Crouch, G.I. and Weber, K., 2002. Marketing of convention tourism. In: Chon, K. and Weber, K., eds. *Convention tourism: international research and industry perspectives*. Binghamton, N.Y., pp. 57 – 78
- Daniels, M.J., 2004. Beyond input output analysis: using occupation based modelling to estimate wages generated by a sport tourism event. *Journal of travel research*, Volume 43: pp.75-82.
- De Bres, K. and Davis, J., 2001. Celebrating group and place identity: a case study of a new regional festival. *Tourism Geographies*, Volume 3(3): pp. 326–337.
- Deardorff, A.V., 1998. Determinants of bilateral trade flows: Does gravity work in a neoclassical world. In: Frankel, J.A. (Ed.), *The Regionalization of the World Economy*. The University of Chicago Press, Chicago, pp. 7–22.
- Delamere, T. A., 2001. 'Developing a scale to measure resident attitudes towards the social impacts of community festivals, Part II: Verification of the scale', *Event Management*, Volume 7: pp. 25-38.
- Delamere, T., Hinch, T. & Wankel, L., 2001. 'Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part I: Item generation and purification of the measure,' *Event Management*, Volume 7(1): pp. 11-24.

- Delamere, T.A., 1997. Development of scale items to measure the social impact of community festivals. *Journal of Applied Recreation Research*, Volume 22(4): pp. 293-315.
- Derrett, R., 2003. 'Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place,' *Event Management*, Volume 8(1): pp. 49-58.
- Dimanche, F., 1996. Special events legacy: The 1984 Louisiana World fair in New Orleans. *Festival Management & Event Tourism*, Volume 4(1): pp. 49–54.
- Driscoll, John C. and Aart C. Kraay, 1998, Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependent Panel Data, *Review of Economics and Statistics* 80, 549-560.
- Dolles, H., Soderman, S., 2009. Globalization of Sports – The case of Professional Football and its International Management Challenges. German Institute for Japanese Studies. Working Paper nr. 05-01.
- Dwyer, L. et al., 2000a. A Framework for Assessing “Tangible” and Intangible Impacts of Events and Conventions. *Event Management*, Volume 6(3): pp. 175-189.
- Dwyer, L. et al., 2000b. Forecasting the economic impacts of events and conventions. *Event Management*, Volume 6(3): pp. 191-204.
- Dwyer, L., Forsyth, P. e Spurr, R., 2005. Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. *Journal of Travel Research*, Volume 43: pp. 354-359.
- Dwyer, L., 2005. 'Relevance of Triple Bottom Line Reporting to Achievement of Sustainable Tourism: a Scoping Study'; *Tourism Review International*, Volume 9(1): pp. 79-94.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N. and Mules, T., 2000. Forecasting the economic impacts of events and conventions. *Event Management*, Volume 6 (1): pp. 191–204.
- Eaton, J. and Kortum, S., 2002. “Technology, Geography, and Trade”, *Econometrica*, Volume 70(5): pp. 1741-1779.
- Estrella Gómez Herrera, 2010. " Comparing alternative methods to estimate gravity models of bilateral trade " Le carte 10/05, Dipartimento di Teoria Economica e Storia Economica dell'Università di Granada, Granada – Spagna.
- Faulkner, B., Chalip, L., Brown, G., Jago, L. March, R., and Woodside, A., 2003. Monitoring the tourism impacts of the Sydney 2000 Olympics. *Event Management*, Volume 6(4): pp. 231-246.
- Faulkner, B. and Tideswell, C., 1999. Leveraging tourism benefits from the Sydney 2000 Olympics. *Pacific Tourism Review*, Volume 3(4-5): pp. 227-238
- Feenstra, Robert C. (2002). Border Effects and the Gravity Equation: Consistent Method for Estimation. *Scottish Journal of Political Economy*, Volume 49, pp 491-506.
- Flegg, A. and Tohmo, T., 2010. Regional input-output tables and the FLQ formula: A case study of Finland. To be published in *Regional Studies*.

- Flegg, A. T. and Webber, C. D., 1997. On the appropriate use of location quotients in generating regional input-output tables: reply, *Reg. Studies* 31, 795–805.
- Flegg, A. T. and Webber, C. D., 2000. Regional size, regional specialization and the FLQ formula. *Regional Studies*, Volume 34: pp. 563-569.
- Flegg, A. T., Webber, C. D. and Elliott, M. V., 1995. On the appropriate use of location quotients in generating regional input - output tables. *Regional Studies*, Volume 29: pp.547-561.
- Fleischer, A. e Freeman, D., 1997. Multi-Regional Input-Output Analysis: A Tool for Measuring the Economic Impact of Tourism. *Annals of Tourism Research*, Volume 24(4): pp. 998-1001.
- Fletcher, J.E., 1989. Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies. *Annals of Tourism Research*, Volume 16(4): pp. 514-529.
- Fourie, J. and Santana-gallego, M. S., 2010. "The impact of mega-sport events on tourist arrivals," Working Papers 20/2010, Stellenbosch University, Department of Economics.
- Frechtling, D.C. e Horvath, E., 1999. Estimating the multiplier effects on tourism industry exposition. *Annals of tourism research*, Volume 10: pp. 199- 212.
- Frechtling, D.C., 1994a. Assessing the Impacts of Travel and Tourism-Measuring Economic Benefits. In Brent Ritchie J.R. e Goeldner C.R. (eds.), *Travel, Tourism, and Hospitality Research*. New York, John Wiley and Sons: pp. 437-450.
- Frechtling, D.C., 1994b. Assessing the economic impacts of travel and tourism. Introduction to travel economic impact estimation. In Brent Ritchie J.R. e Goeldner C.R. (eds.), *Travel, Tourism, and Hospitality Research*. New York, John Wiley and Sons: pp. 359-365.
- Frechtling, D.C., 1994c. Economic impact models. In Witt S.F. e Moutinho L. (eds.), *Tourism Marketing and Management Handbook*. Cambridge, Prentice-Hall: pp. 488-496.
- Fredline, E., Jago, L., & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, Volume 8, pp 23- 37.
- Fredline, E. and Faulkner, B., 2000. Host community reactions: a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, Volume 27(3): pp. 763-784.
- Fredline, L.; Jago, L; Deery, M., 2003. The Development of a Generic Scale to Measure the Social Impacts of Events. *Event Management*, Volume 8, Number 1, 2003 , pp. 23-37 (15)
- Garcia, B. and Miah, A., 2002. The Olympics is not a sporting event. *Culture @ the Olympics*, Volume 4: pp. 4-6.
- Garcia, B. and Miah, A., 2005. Intangible, invisible, but impacting: Exploring Internationalism. *Culture @ the Olympics*, Volume 7: pp. 24-34.
- Garcia, B., 2002. The concept of Olympic cultural programmes: origins, evolutions and projections: university lecture on the Olympics. Barcelona, Centre d'Estudis Olímpics (UAB). International Chair in Olympism (IOC-UAB).

- Garcia, B., 2003. Securing sustainable legacies through cultural programming in sporting events. *Culture @ the Olympics*, Volume 5 (1): pp. 1-10.
- Garcia, B., 2004. Urban regeneration, arts programming and major events: Glasgow 1990, Sydney 2000, Barcelona 2004. *International Journal of Cultural Policy*, Volume 10(1): pp. 103-118.
- Getz, D., 2008. Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, Volume 29(3): pp. 403-428.
- Goldblatt, J.J., 2010. *Special Events, A New Generation and the Next Frontier*, Sixth Edition. Wiley Event Management Series . John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Gomez, M. V., 1998. Reflective images: The Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao. *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 22 (1): pp. 106-121.
- Green, G. L. (2002) 'Marketing the nation: carnival and tourism in Trinidad and Tobago,' *Critique of Anthropology*, Volume 22 (3): pp. 283-304.
- Gursoy, D., Kim, K. & Uysal, M., 2004. Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management*, Volume 25(2): pp. 171-181
- Hall, C. M. and Hodges, J., 1996. 'The party's great, but what about the hangover? The housing and social impacts of mega-events with reference to the 2000 Sydney Olympics,' *Festival Management & Event Tourism*, Volume 4(1/2): pp. 13-20.
- Hallak, J. C., 2006. "A Product-Quality View of the Linder Hypothesis," NBER Working Papers 12712, National Bureau of Economic Research, Inc.
- Hallak, J. C., 2006. "Product quality and the direction of trade," *Journal of International Economics*, Elsevier, Volume 68(1): pp 238-265.
- Harrison-Hill, T. and Chalip, L., 2005. Marketing Sport Tourism: Creating Synergy between Sport and Destination. *Sport in Society*, Volume 8(2): pp. 302–320.
- Head, K. and T. Mayer, 2000. "Non-Europe : The Magnitude and Causes of Market Fragmentation in Europe", *Weltwirtschaftliches Archiv*, Volume 136(2): pp. 285–314.
- Head, K., Mayer, T. and Ries, J. (2009), 'How Remote is the Oshoring Threat?', *European Economic Review*, Volume 53: pp. 429-444.
- Health and Safety Executive 1999; HSC, 2000. Management of Health and Safety at Work Regulations 1999 Approved Code of Practice and guidance. HSE Books
- Helliwell, J.F., 1996. Do national borders matter for Quebec's trade? *Canadian Journal of Economics*, Volume 29: pp. 507-522
- Helpman, E., Melitz, M., Rubinstein, Y., 2008. Estimating trade flows: Trading partners and trading volumes. *The Quarterly Journal of Economics*, Volume 123: pp. 441-487.

- Henry, M.S. and Johnson, T.G., 1993. Cautions Using I-O Models, in “Microcomputer-Based Input-Output Modeling: Applications to Economic Development”, eds. D.M. Otto and T.G. Johnson. Boulder, Westview: pp. 28-46.
- Hiller, H., 1998. ‘Assessing the impact of mega events: a linkage model,’ *Current Issues in Tourism*, Volume 1(1): pp. 47-57.
- Horne, J.; Manzenreiter, W., 2006. *Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon*. Oxford: Blackwell
- Hoyle, L. H., 2002. Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions; Wiley & Sons, New York.
- Hughes, G., 1999. Urban revitalization: the use of festive time strategies. *Leisure Studies*, Volume 18, pp. 119-135
- Jackson, J. et al., 2005. Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit. *Journal of Travel Research*, Volume 43: pp. 360-367.
- Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., Alis, S., 2003. Building events into destination branding: Insights from experts. *Event Management*, Volume 8: pp. 3-14.
- Jones, C., 2001. Mega-events and Host-region Impacts: determining the true worth of the 1999 Rugby World Cup. *International Journal of Tourism Research*, Volume 3: pp. 241- 251.
- Jones, C., 2005. Major events, networks and regional development. *Regional Studies*, Volume 39(2): pp. 185-195.
- Kang, Y. S. and Perdue, R., 1994. Long-term impact of a mega-event on international tourism to the host country: a conceptual model and the case of the 1988 Seoul Olympics. *Journal of International Consumer Marketing*, Volume 6 (3/4): pp. 205-25
- Kelly, J., 2005. Olympism and Internationalism. *Culture@the Olympics*, Volume 7: pp. 17-23.
- Leamer, E., Stern R., 1971. Quantitative international economics. *Journal of International Economics*, Volume 1: pp.359-361.
- Linders, G.M., de Groot, H., 2006. Estimation of the gravity equation in the presence of zero flows. Tinbergen Institute Discussion Papers 06-072/3.
- Linnemann, H., 1966. An Econometric study of international trade flows. Dissertation, Netherlands School of Economics.
- Liu, X., 2009. GATT/WTO promotes trade strongly: Sample selection and model specification. *International Review of economics*, Volume 17: pp. 428-446.
- Long, P.T and Perdue, R.R, 1990. The Economic Impact of Rural Festivals and Special Events: assessing the spatial distribution of expenditures. *Journal of Travel Research*, Volume 28(4): pp. 10-14.
- Loveridge, S., 2004. A Typology and Assessment of Multi-sector Regional Economic Impact Models. *Regional Studies*, Volume 38(3): pp. 305-317.

- Martin, W., Pham, C., 2008. Estimating the gravity model when zero trade flows are important. Working Paper, The World Bank.
- Martínez-Zarzoso, I., Nowak-Lehmann, F., Vollmer, S., 2007. The log of gravity revisited (in revision). CEGE Discussion Paper 64, University of Göttingen.
- Mason, P. and Beaumont-Kerridge, J., 2004. 'Motivations for attendance at the 2001 Sidmouth International Festival: Fun, family, friends, fulfilment or folk?', in Long, P. and Robinson, M. (eds) *Festivals and tourism: Marketing, management and evaluation*. Sunderland, Business Education Publishers, pp. 33–46.
- Masterman, G and Wood, E.H., 2006. *Innovative Marketing Communications: Strategies for the Events Industry*. Elsevier: Oxford
- Matherson, C.M., 2005. Festivity and Sociability: a study of a Celtic music festival. *Tourism Culture and Communication*, Volume 5(3): pp. 149-163.
- Matheson, V.A., 2006. Is Smaller Better? A Comment on “Comparative Economic Impact Analyses” by Michael Mondello and Patrick Rishe. *Economic Development Quarterly*, Volume: 20(2): pp.192-195.
- Matheson, V. and Baade, R., 2004. “Mega-Sporting Events in Developing Countries: Playing the Way to Prosperity?” *South African Journal of Economics*, Volume 72(5): pp. 1084-1095.
- Mayer, W. and Pleeter, S., 1975. A Theoretical Justification for the use of Location Quotients, *Regional Science and Urban Economics*, Volume 5(3): pp. 343-355.
- Melitz, M., 2003. The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity, *Econometrica*, Volume 71: pp. 1695-1725
- Miller, R.E. e Blair, P.D., 1985. *Input - Output Analysis: Foundations and Extensions*. Englewood Cliffs, Prentice Hall, NJ.
- Miller, R.E., 1998. Regional and Interregional Input-Output Analysis. In Isard W. et al. (eds.), *Methods of Interregional and Regional Analysis*. Aldershot, Ashgate: pp. 41 - 134.
- Misener, L. and Mason, D. S., 2006. ‘Developing local citizenship through sporting events: balancing community involvement and tourism development,’ *Current Issues in Tourism*, Volume 9(4/5): pp.384-398.
- Mondello, M.J. e Rishe, P., 2004. Comparative Economic Impact Analyses: Differences Across Cities, Events, and Demographics. *Economic Development Quarterly*, Volume 18(4): pp. 331-342.
- Mules, T., 1996. Kate Fischer or Liz Hurley: which model should I use? Australian Proceedings of the Tourism and Hospitality Research Conference. Coffs Harbour, February 1996: pp. 351-358.
- Na Chen, 2008. What economic effect do mega-events have on host cities and their surroundings? An investigation into the literature surrounding mega-events and the impacts felt by holders of the tournaments. Dissertation presented in part consideration for the degree of MA Finance and Investment, University of Nottingham.

- O'Brien, D., 2006. Event Business Leveraging: The Sydney 2000 Olympic Games. *Annals of Tourism Research*, Volume 33(1): pp. 240-261.
- Partridge, M. e Rickman, D., 1998. Regional Computable General Equilibrium Modeling: a Survey and Critical Appraisal. *International Regional Science Review*, Volume 21(3): pp. 205-248.
- Picard, D. and Robinson, M., 2005. *Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change*. Channel View, Clevedon.
- Prasad, D., 1999. Environment. In: Cashman, R. and Hughes, A. (eds.), *Staging the Olympics: the Event and Its Impact*. Sydney: University of New South Wales Press, pp 83-92, Ridley 2008;
- Porter, P. K. and Fletcher, D., 2008. The economic impact of the Olympic Games: ex ante predictions and ex poste reality. *Journal of Sport Management*, Volume 22 (4): pp.470-486.
- Prasad, K., 2009. "The rationality/computability trade-off in finite games". *Journal of Economic Behavior & Organization*, Elsevier, Volume. 69(1), pp. 17-26, January.
- Re, P., 2006. Progetto capitale culturale. Cultura motore di Sviluppo per Torino. Torino, Comune di Torino.
- Rey, S., 2000. Integrated Regional Econometric + Input Output Modelling: Issues and Opportunities. *Papers in Regional Sciences*, Volume 79(3): pp. 271-292.
- Richardson, G.B., 1972: "The Organisation of Industry", *Economic Journal*, n° 82.
- Rickman, D. e Schwer, R.K., 1995. A Comparison of the Multipliers of IMPLAN, REMI, and RIMS II: Benchmarking Ready-Made Models for Comparison. *The Annals of Regional Science*, Volume 29: pp. 363–374.
- Ritchie, J. R. B. and Lyons, M., 1990. Olympulse VI: A post-event assessment of resident reaction to the XV Olympic Winter Games. *Journal of Travel Research*, Volume 28 (3): pp. 14-23
- Ritchie, J. R. B., 1999. 'Lessons learned, lessons learning: insights from the Calgary and Salt Lake City Olympic Winter Games'. *Visions in Leisure and Business*, Volume 18(1): pp. 4-13.
- Ritchie, J. R. B., and Smith, B. H. 1991. The Impact of a Mega-Event on Host Region Awareness: A Longitudinal Study. *Journal of Travel Research*, Volume 29 (1): pp. 3-10.
- Ritchie, J.R.B., 1984. Assessing the impact of Hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, Volume 23 (1): pp. 2-11
- Roche, M., 1992. Mega Events and Micro-Modernization: on the sociology of the new urban tourism. *The British Journal of Sociology*, Volume 43(4): pp. 563-600.
- Roche, M., 1994. 'Mega-events and urban policy,' *Annals of Tourism Research*, Volume 21: pp. 1-19.
- Roche, M., 2000. *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. London: Routledge
- Romalis, J., 2007. "NAFTA's and CUSFTA's Impact on International Trade." *The Review of Economics and Statistics*, Volume 89(3): pp. 416.

Round J. I. (1978) An interregional input - output approach to the evaluation of non survey methods, *Journal of Regional Science* 18, 179-194.

Sada, G. M., 2010. "EXPO 2015: un'analisi d'impatto sul commercio internazionale." *Liuc Papers* n. 232, *Serie Economia e Impresa* 62.

Santos Silva JM, Tenreyro S (2008) Trading partners and trading volume: Implementing the Helpman-Melitz-Rubinstein model empirically. *CEPR Discussion Papers* 0935

Santos Silva, J. and Tenreyro, S., 2006. 'The Log of Gravity', *The Review of Economics and Statistics*, Volume 88(4), pp. 641-658.

Schaffer W.A. e Davidson L.S., 1985. Economic impacts of the Falcons on Atlanta. Atlanta, The Atlanta Falcons.

Seaman, B.A., 1987. Arts Impact Studies: A Fashionable Excess. In Radich A.J. (ed.), *Economic Impact of the Arts: A Sourcebook*. Washington, National Conference of State Legislatures, pp. 43-76.

Seaman, B.A., 2002. CVM vs. Economic Impact: Substitutes or Complements? Paper presented at The Contingent Valuation of Culture Conference. Chicago, University of Chicago, 1- 2 February 2002, session 5.

Shepherd, B. and Wilson, J. S., 2009. "Trade facilitation in ASEAN member countries: Measuring progress and assessing priorities," *Journal of Asian Economics*, Elsevier, volume 20(4): pp 367-383.

Silvers J.R, 2003. Event Management Body of Knowledge Project, <http://www.juliasilvers.com/EMBOK.htm>

Silverstovs, B., Schumacher, D., 2009. Estimating gravity equations: to log or not to log? *Empirical Economics*, Volume 36: pp. 645-669.

Soyoung, B. and Busser, J.A., 2006. Impact Analysis of a Tourism Festival of Tourists Destination Images. *Event Management*, Volume 9(4): pp. 223-237.

Stynes, D.J. and Sun, Y.Y., 2005a. Impacts of Visitor Spending on Local Economy: Capulin Volcano National Monument 2003, Department of Park, Recreation and Tourism Resources Michigan State University.

Stynes, D.J. and Sun Y.Y., 2005b. Impacts of Visitor Spending on the Local Economy: Fort Stanwix National Monument 2003, Department of Community, Agriculture, Recreation and Resource Studies, Michigan State University.

Tarlow, P. E., 2002. *Event risk management and safety*. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.

Taylor, B. and Lee, S., 2005. *The Governance of Professional Associations*. London: Association of Chief Executives in Voluntary Organisations (ACEVO).

Thorbecke, E., 1998. Social Accounting Matrices and Social Accounting Analysis. In Isard W. et al. (eds.), *Methods of Interregional and Regional Analysis*. Brookfield, Ashgate. Pp.281-331.

- Tohmo, T., 2004. New developments in the use of location quotients to estimate regional input–output coefficients and multipliers, *Reg. Studies* 38, pp. 43–54.
- Tohmo, T., 2005. Economic Impacts of Cultural Events on Local Economies: An Input-Output Analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. *Tourism Economics*, Volume 11(3): pp. 431-451.
- Treyz, G., 1993. *Regional Economic Modelling. A Systematic Approach to Economic Forecasting and Policy Analysis*. Boston, Kluwer Academic.
- Tyrrell, T.J. e Johnston, R.J., 2006. The Economic Impacts of Tourism: A Special Issue. *Journal of Travel Research*, Volume 45: pp. 3-7.
- Tyrrell, T.J. and Johnston, R.J., 2001. A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations, and Causes of Expenditures; *Journal of Travel research*, Volume 40: pp. 94-100.
- Van de Wagen, L., 2005. *Event management: For tourism, cultural, business and sporting events (2nd ed.)*, Frenchs Forest, NSW: Pearson Education.
- Vogelsong, H., Graefe, A. e Estes, C., 2001. Economic impact analysis: a look at useful methods. *Journal of Parks and Recreation*, Volume 36(3): pp. 28-32.
- Wagner, J.E., 1997. Estimating the Economic Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, Volume 24: pp. 592-608.
- Waite, G., 2003. 'Social impact of the Sydney Olympics, *Annals of Tourism Research*, Volume 30(1): pp. 194-215
- Wanhill, S. R. C., 1994. "Evaluating the Worth of Investment Incentives for Tourism Development," *Journal of Travel Research*, Volume 33, (2): pp. 33-39.
- Wei, S.-J., 1996. "Intra-National versus International Trade: How Stubborn are Nations in Global Integration?," NBER Working Papers 5531, National Bureau of Economic Research, Inc.
- Westerlund, J. and Wilhelmsson, F., 2009. 'Estimating the Gravity Model Without Gravity Using Panel Data', forthcoming in *Applied Economics* .
- Wolf, H.C., 1997. Patterns of intra- and inter-state trade. NBER Working Paper 5939
- Wood, E., 2005. 'Measuring the economic and social impacts of local authority events,' *International Journal of Public Sector Management*, Volume 18(1): pp. 37-53.
- Zhou, D., Yanagida, J.F., Chakravorty, U., Ping Sun, L., 1997. Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, Volume 24(1): pp. 76-89.