

City of Humans

Human Smart City Index 2022

Le città italiane dalla smart city
ipertecnologica alla città a misura
di persona

Executive Summary

Giugno 2022



Building a better
working world



Un contesto sociale e lavorativo in forte trasformazione: nuovi valori e comportamenti

Lo scenario

L'emergenza sanitaria da Covid-19 ha sconvolto profondamente il contesto internazionale.

Tale situazione ha portato le organizzazioni a dover ripensare i modelli di lavoro e ad affrontare una trasformazione digitale ed operativa nella gestione delle persone, dando vita al più grande fenomeno di remote working e social collaboration mai attuato.

Le persone hanno dovuto adattare rapidamente il proprio approccio alla nuova modalità di lavoro, operando in un ambiente incerto e carico emotivamente a causa dell'emergenza, e, spesso, poco strutturato per uno smart working davvero efficace.

Le aziende

La ripartenza non sarà semplicemente un ritorno alla situazione precedente, ma un nuovo inizio, con due sfide fondamentali:

- ▶ Cosa si andrà a fare in ufficio? Che tipo di «significato» dare ad attività collettive o di team in presenza rispetto ad attività in remoto?
- ▶ Cosa succederà nel medio-lungo termine? Quale direzione assumere e quale pratiche sociali devono essere sostenute per evitare di far perdere di senso quello che comunichiamo oggi?

Le persone

I lavoratori si sono trovati ad operare in uno scenario fortemente instabile e diviene quindi fondamentale:

- ▶ comprendere le loro percezioni della situazione e le aspettative rispetto alla fase di ripartenza per assicurarne engagement e produttività
- ▶ identificare le risorse e gli elementi sociali su cui le persone sentono di poter far leva per assicurarsi la coerenza di risposta rispetto alle iniziative poste in essere dalle aziende o dal mercato del lavoro

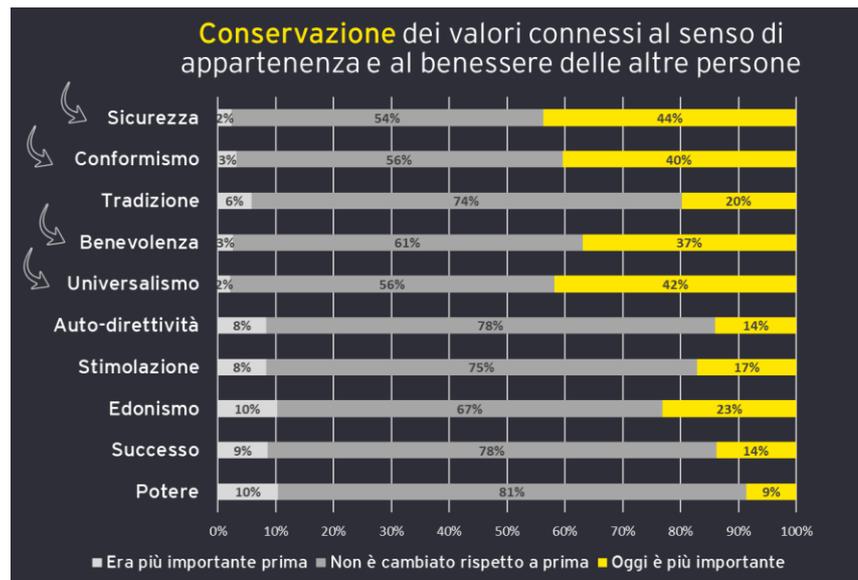
Cambiano i valori delle persone: meno individualismo e più comunità

Questa situazione «scarica» sugli ambienti sociali (il lavoro, la famiglia, gli ambiti di vita privata) la responsabilità di farsi carico della nuova situazione.

Qual è l'impatto di tutto questo sulle città, come luoghi di vita e di lavoro?

Le città, dove la persona è contemporaneamente «cittadino» e «lavoratore», sono i soggetti in prima linea in questo sforzo di recupero del senso di comunità.

Quale ruolo possono avere le aziende in questo processo?



Come cambiano i valori

Le persone dichiarano meno importanti i valori legati all'individualismo (Potere, Successo, Edonismo, ecc.), mentre acquisiscono maggiore importanza i valori connessi alla collettività (Sicurezza, Conformismo, Universalismo, ecc.).

Le persone desiderano recuperare un maggiore senso di comunità.

Deterioramento dei rapporti interpersonali

57%

Diversi da prima

20%

freddi

50%

controllati

75%

Non piacevoli

Come si modificano i rapporti interpersonali

Nel contempo cambiano significativamente i rapporti interpersonali.

Le persone dichiarano rapporti deteriorati, in gran parte freddi, controllati, non piacevoli.

L'evoluzione delle città nel post-pandemia

Dopo la pandemia, l'importanza di avere città *a misura di persona* sta rivalutando le città medie italiane, che da «inseguatrici» delle città metropolitane stanno diventando modello di riferimento.

L'evoluzione dell'ambito urbano

La pandemia ed il *climate change* hanno messo in discussione il rapporto tra città ed abitanti. I cittadini desiderano città a misura di persona, in cui si recuperi il senso di comunità.

Se è vero che la pandemia ha rimesso «al centro» dell'attenzione la casa, in realtà i cambiamenti maggiori hanno riguardato i luoghi di lavoro e per alcune città i luoghi del turismo.

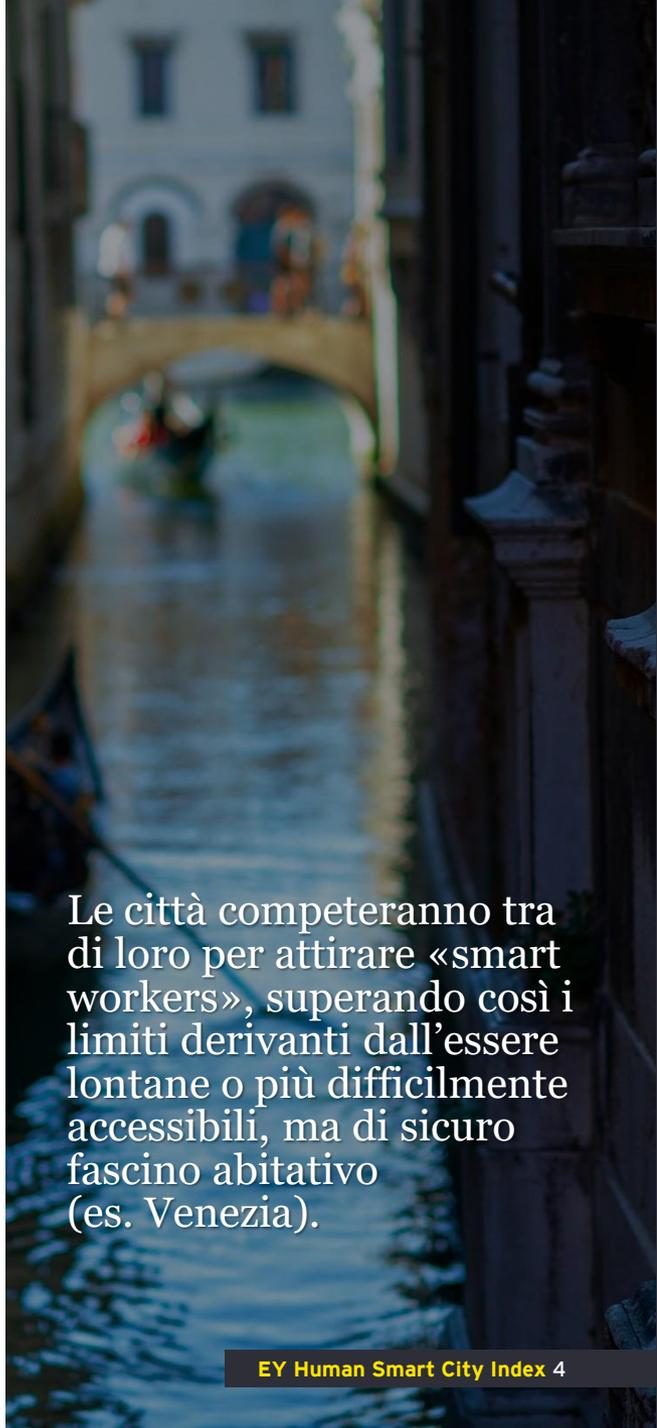
In Europa e in Italia le città sono più integrate tra luoghi di residenza e di lavoro, il pendolarismo è meno accentuato che altrove, e quindi il cambiamento è stato accettato con maggiore facilità, ma non per questo è risultato meno forte.

Il maggior cambiamento è destinato ad interessare le città medie e piccole situate all'intorno delle grandi metropoli, fino ad ora caratterizzate da pendolarismo quotidiano. Per queste città lo smart working (anche parziale) può rappresentare la possibilità di recuperare una parte della popolazione attiva, trattenendola sul territorio.

Occorre che queste città costruiscano luoghi di lavoro «intermedi» tra casa e ufficio (sul modello del «co-working»), magari in collaborazione con alcune grandi aziende che operano nella città metropolitana vicina, per dare ai pendolari modalità di lavoro più flessibili e al di fuori dell'alternativa secca casa-ufficio. Ciò consente alle città di riqualificare aree industriali dismesse e far crescere un indotto legato a questi nuovi luoghi di lavoro flessibile.

La competizione tra le città nei nuovi modelli post-pandemia

La pandemia ed il *climate change* hanno messo in discussione il rapporto tra città ed abitanti. Se è vero che la pandemia ha rimesso «al centro» dell'attenzione la casa, in realtà i cambiamenti maggiori hanno riguardato i luoghi di lavoro e per alcune città i luoghi del turismo.



Le città competevano tra di loro per attirare «smart workers», superando così i limiti derivanti dall'essere lontane o più difficilmente accessibili, ma di sicuro fascino abitativo (es. Venezia).

Un nuovo modo di lavorare significa ridisegno dei tempi e degli spazi urbani

Le città stanno uscendo dalla pandemia con una forte spinta alla riprogettazione delle città stesse. La ridefinizione dei tempi e degli spazi urbani è già stato peraltro uno dei filoni di reazione delle città all'emergenza pandemica: gli interventi delle grandi città (in primis Milano) sullo scaglionamento degli orari di apertura di attività educative, commerciali e lavorative, ha significato spingere il cittadino a ripensare i propri movimenti in un'ottica non solo personale e individualistica, ma collettiva.

La pandemia ha insegnato che non è indispensabile che le attività intellettuali si svolgano in un ufficio, e questo ha un impatto considerevole sul ridisegno degli spazi lavorativi, dei tempi dei lavoratori, del rapporto tra attività lavorative e non.

Cresceranno in futuro le professioni «ibride», in cui l'alternanza tra lavoro in sede e smart working a casa diventerà vincente.

Le città che saranno più capaci e più veloci nel riprogettarsi e nel riqualificare gli spazi tra uffici e residenziale diventeranno più attrattive perché forniranno la flessibilità che le nuove professioni «ibride» ricercano.

Per alcuni studiosi, in fondo, la pandemia ha solo accelerato dei cambiamenti che erano già in corso.

In questo contesto anche gli spazi verdi, soprattutto se saranno distribuiti capillarmente, giocheranno un ruolo competitivo molto forte.

La riqualificazione degli spazi sarà accelerata dai nuovi business, per cui le città economicamente più dinamiche, in cui cioè nascono più nuove aziende, start-up, imprese digitali e creative, avranno maggiori spunti per la riqualificazione.

La tecnologia rende possibile un «lavoro diffuso», che è addirittura uscito dalla dicotomia «casa-ufficio», per allargarsi a bar, parchi e altri luoghi di ritrovo. E la tecnologia è ovviamente un fattore abilitante. I cosiddetti «working hubs» diventeranno parte integrante della vita lavorativa di milioni di persone.

La maggiore flessibilità del tempo dei cittadini e dei lavoratori ha imposto una nuova ottica anche sugli spazi: la riflessione sugli spazi duali.

La «human city» è diffusa e inclusiva, ricca di luoghi culturali e per il tempo libero, distribuiti nel tessuto urbano e pertanto molto più accessibili. Il modello delle cittadelle culturali (la «città della musica», «della scienza», «dello sport» sembra tramontata del tutto.



Le città che saranno più capaci e più veloci nel riprogettarsi e nel riqualificare gli spazi tra uffici e residenziale diventeranno più attrattive perché forniranno la flessibilità che le nuove professioni «ibride» ricercano.

La Human City, le aziende e il rapporto con la comunità

Queste dinamiche che stanno investendo le città hanno forti ripercussioni sulle aziende. Da un lato, l'impatto delle dinamiche sui lavoratori è notevole: lo smart working ed una nuova visione del lavoro e dei valori che esso comporta sono forse la parte più evidente, ma la maggiore sensibilità all'ambiente, il desiderio di spostamenti più sostenibili e un miglior bilanciamento tra vita lavorativa e privata sono trend considerati irreversibili, di cui le aziende devono tenere conto.

Conseguentemente, il vivere in una città più *human*, cioè più a misura di persona può rappresentare un fattore distintivo e una parte importante della gestione del capitale umano

Dall'altro lato, e proprio per quanto appena detto, le aziende si devono porre l'obiettivo di influire maggiormente sull'ambiente urbano in cui sono inserite, e cioè di come contribuire alle iniziative delle città verso la «human city», ad es. nella mobilità sostenibile o nella gestione delle risorse ambientale, e ai comportamenti dei loro dipendenti, i qualità di cittadini o comunque di «city users».

Tra gli obiettivi di impatto sociale che le aziende devono perseguire (ESG), il contributo alla sostenibilità dell'ambiente urbano in cui operano diviene fondamentale.

An aerial photograph of a city street intersection. In the center of the intersection is a circular fountain with a globe-like design. The surrounding area is filled with multi-story buildings, mostly with red-tiled roofs. The street is paved and has some parked cars and a few people walking. The lighting suggests it's daytime with shadows cast by the buildings.

Le città devono capire e gestire l'impatto dei nuovi trend urbani sui loro dipendenti, e nel contempo domandarsi cosa possono fare per rendere più «human» le città in cui operano.

Che cos'è la Human Smart City

Se la Human City è la città a misura di persona, la Human Smart City è la città che (ri)progetta infrastrutture e servizi coniugando centralità del cittadino, innovazione tecnologica e sostenibilità.

La Human Smart City si costruisce:

- ▶ mettendo al centro le esigenze dei cittadini ed in generale dei «city users» (cittadino, ma anche pendolare, turista, lavoratore, consumatore, ecc.);
- ▶ utilizzando il digitale come strumento di integrazione e accessibilità;
- ▶ mirando alla «sostenibilità ambientale» (ed «economica») dell'ambiente urbano.

Qualunque percorso della Human Smart City passa per le tre componenti: digitale, sostenibilità, dinamiche sociali.



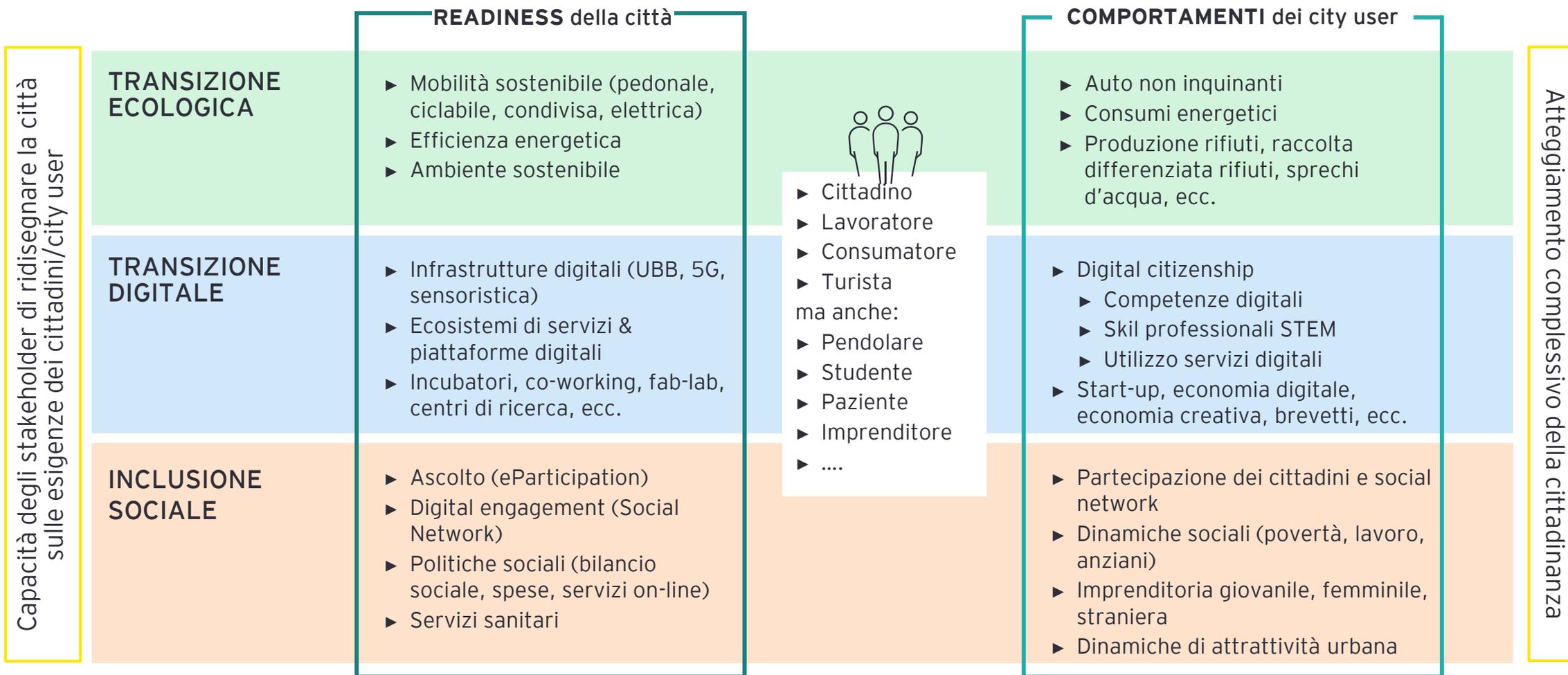
Ad esempio, la disponibilità di informazioni integrate (attraverso le tecnologie digitali di raccolta, interconnessione e fruibilità) influenza le decisioni individuali e collettive sull'utilizzo delle risorse della città, che sfociano in comportamenti sostenibili.

I due casi classici sono:

- ▶ La mobilità: la gestione della mobilità attraverso piattaforme MaaS e servizi informativi integrati sui mezzi di trasporto consentono alle persone di scegliere la modalità di spostamento più efficiente, inquinando meno.
- ▶ L'energia: la gestione intelligente dell'energia attraverso sensori e l'informazione in tempo reale sui propri consumi consente al cittadino di regolare al meglio gli apparati della propria abitazione (riscaldamento, luce, ecc.) e consumare meno energia.

Il modello della Human Smart City

lo schema



Il modello della Human Smart City la narrazione

Dallo «human-centred» alla «seamless experience»

Mettere al centro il «cittadino» è indispensabile, ma in realtà la città non è «utilizzata» solo dai «cittadini». Si parla pertanto di «city-user», che però sono di tante tipologie: cittadino, lavoratore, consumatore, turista, ma anche pendolare, studente, imprenditore, ecc. ecc. La stessa persona gioca quindi ruoli diversi in tempi diversi, ma a volte anche allo stesso tempo. È importante che il city user goda di una «seamless experience», in cui il livello dell'experience sia omogeneo quando passa da un ruolo all'altro, per non trovarsi a pensare che la città «è fatta per qualcun altro» e non per tutti.

La «readiness» delle città verso la Human City

La Human Smart City è la città che favorisce ed orienta i comportamenti dei cittadini e le diverse «experience». Le città non sono tutte uguali e non sono tutte «pronte» allo stesso modo nel percorso verso la Human City. È quindi importante parlare di «readiness» delle città, valorizzando quelle che hanno avviato iniziative o in cui il mercato investe di più.

I comportamenti dei city user

I city user reagiscono in maniera diversa agli stimoli ed alla «readiness» delle città; a volte addirittura anticipano la città ed il mercato con i loro comportamenti, generando una domanda che va soddisfatta. Altre volte invece le iniziative delle città non riescono ad «arrivare» ai cittadini e non ne modificano i comportamenti.

L'attenzione della città al «green», al digitale e al sociale

L'articolazione della città deve avvenire lungo i tre assi strategici della Transizione Ecologica, della Transizione Digitale e delle Dinamiche Sociali (Inclusione e Attrattività), bilanciando le iniziative tra questi assi.

La mappa degli indicatori dello Human Smart City Index

Lo Human Smart City Index è composto da un totale di 456 indicatori, che coprono tutti gli aspetti relativi alle Smart & Human Cities.

In questa edizione dello Smart City Index la struttura degli indicatori è stata rivista.

Dopo la pandemia, le città hanno compreso l'importanza di essere a misura di persona, per cui gli aspetti «human» hanno assunto maggiore importanza. Conseguentemente sono stati aggiunti nuovi indicatori:

- ▶ da un lato rafforzando la misurazione dei comportamenti ecologici e delle competenze digitali dei cittadini;
- ▶ dall'altro aggiungendo diversi indicatori nell'area dell'«inclusione sociale», proprio per cogliere queste nuove esigenze.

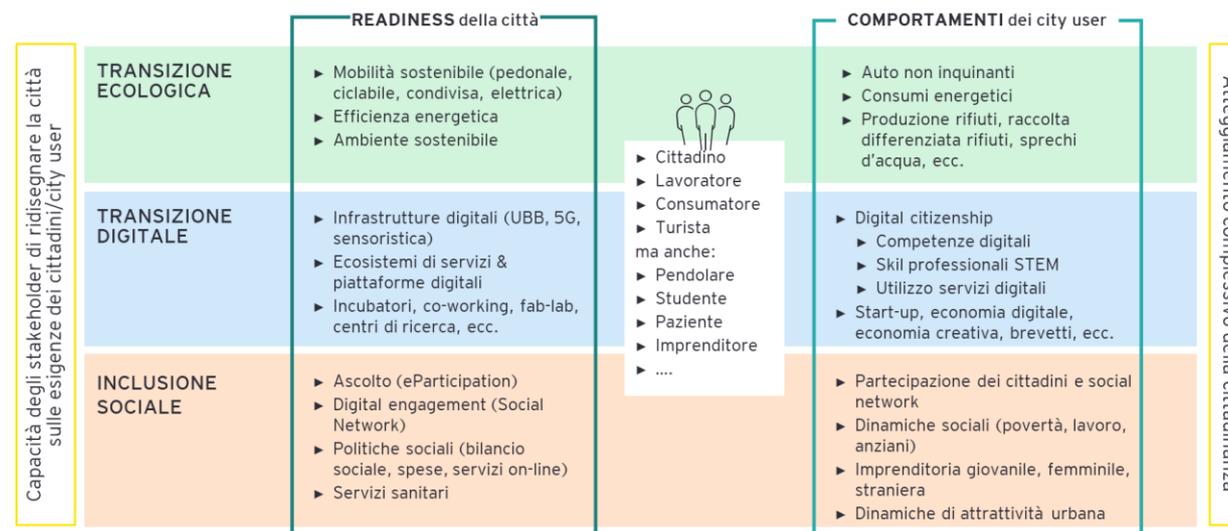
Gli indicatori sono stati suddivisi in due macro-categorie:

Readiness (le iniziative e gli investimenti pubblici e privati degli stakeholder, al fine di rendere disponibili infrastrutture e servizi) e **Comportamenti** dei cittadini, pesando i Comportamenti rispetto alla Readiness, in misura maggiore del numero di indicatori, per valorizzare questo aspetto.

Inoltre, i tradizionali indicatori «green» e «digital», da sempre presenti nello Smart City Index, sono stati riorganizzati per cogliere le dinamiche delle transizioni «digitale» ed «ecologica», che rappresentano i principali driver delle politiche di innovazione a livello europeo.

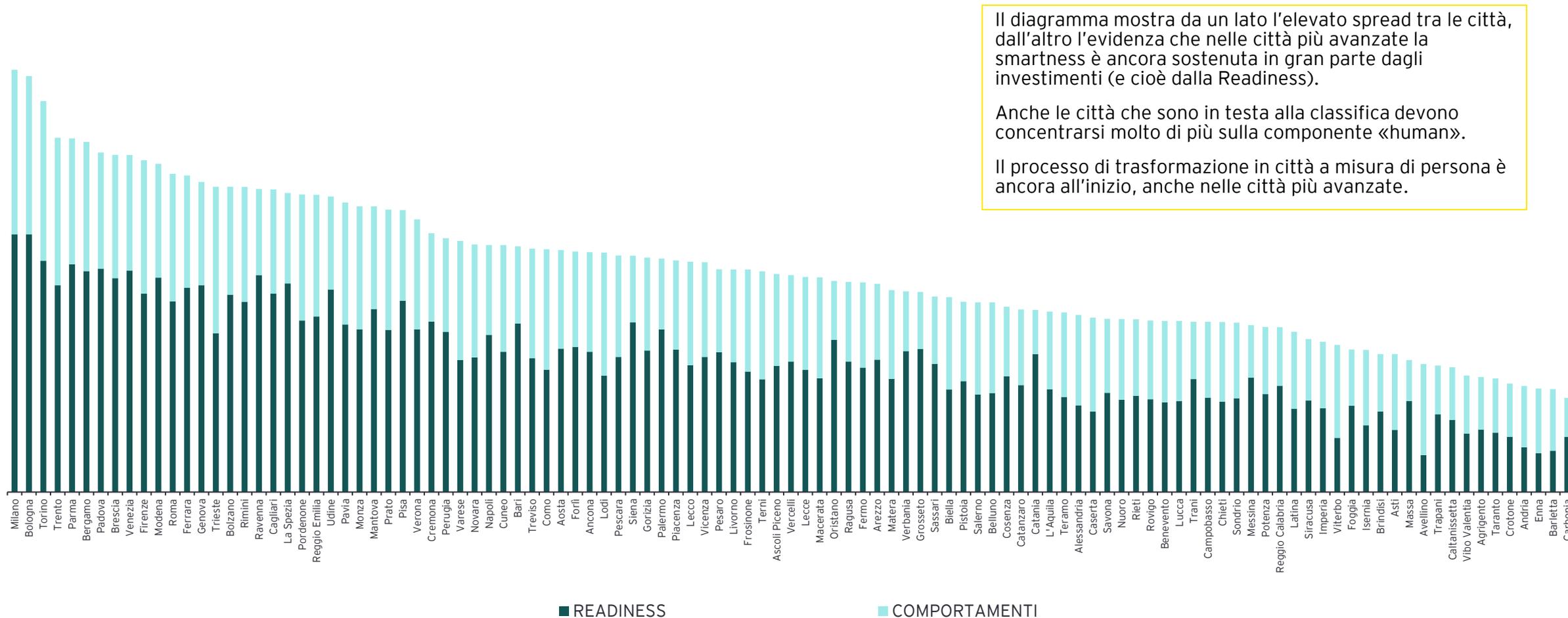
Infine, l'articolazione nelle componenti **transizione ecologica**, **transizione digitale** e **inclusione sociale** rappresentano anche una lettura delle dinamiche urbane legate al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

456 indicatori



Le Smart Human Cities in Italia

il ranking nazionale dei 109 capoluoghi di provincia - visione per readiness/comportamenti



Il diagramma mostra da un lato l'elevato spread tra le città, dall'altro l'evidenza che nelle città più avanzate la smartness è ancora sostenuta in gran parte dagli investimenti (e cioè dalla Readiness).

Anche le città che sono in testa alla classifica devono concentrarsi molto di più sulla componente «human».

Il processo di trasformazione in città a misura di persona è ancora all'inizio, anche nelle città più avanzate.

Posizionamento delle città nel ranking totale e per componenti

Città	Ranking nazionale				Ranking nazionale				Ranking nazionale			
	Punteggio	Readiness	Comportamenti	Transiz. Ecologica	Punteggio	Readiness	Comportamenti	Transiz. Ecologica	Punteggio	Readiness	Comportamenti	Transiz. Ecologica
Milano	1	85,25			1							
Bologna	2	84,00			3							
Torino	3	78,96			2							
Trento	4	71,54			5							
Parma	5	71,41			9							
Bergamo	6	70,71			6							
Padova	7	68,56			16							
Brescia	8	68,09			10							
Venezia	9	68,05			13							
Firenze	10	67,01			8							
Modena	11	66,30			4							
Roma	12	64,27			7							
Ferrara	13	63,95			20							
Genova	14	62,61			10							
Trieste	15	61,67			33							
Bolzano	16	61,64			19							
Rimini	17	61,63			15							
Ravenna	18	61,19			17							
Cagliari	19	61,11			21							
La Spezia	20	60,40			14							
Pordenone	21	60,08			37							
Reggio Emilia	22	60,01			12							
Udine	23	59,69			25							
Pavia	24	58,47			32							
Monza	25	57,71			38							
Mantova	26	57,69			22							
Prato	27	57,04			24							
Pisa	28	56,93			30							
Verona	29	55,06			29							
Cremona	30	52,28			27							
Perugia	31	51,27			31							
Varese	32	50,69			58							
Novara	33	50,00			51							
Napoli	34	49,86			28							
Cuneo	35	49,86			41							
Bari	36	49,63			18							
Treviso	37	49,17			47							
Como	38	49,01			50							
Aosta	39	48,86			36							
Forlì	40	48,56			42							
Ancona	41	48,43			47							
Lodi	42	48,34			34							
Pescara	43	47,75			71							
Siena	44	47,72			40							
Gorizia	45	47,34			73							
Palermo	46	47,12			45							
Piacenza	47	46,75			23							
Lecco	48	46,48			56							
Vicenza	49	46,44			35							
Pesaro	50	44,97			46							
Livorno	51	44,96			43							
Frosinone	52	44,94			104							
Terni	53	44,58			39							
Ascoli Piceno	54	44,02			64							
Vercelli	55	43,82			60							
Lecce	56	43,45			26							
Macerata	57	43,34			61							
Oristano	58	42,62			55							
Ragusa	59	42,40			80							
Fermo	60	42,35			101							
Arezzo	61	42,04			44							
Matera	62	40,79			54							
Verbania	63	40,54			67							
Grosseto	64	40,39			76							
Sassari	65	39,48			59							
Biella	66	39,34			53							
Pistoia	67	38,40			62							
Salerno	68	38,29			75							
Belluno	69	38,28			49							
Cosenza	70	37,41			69							
Catanzaro	71	36,88			105							
Catania	72	36,76			63							
L'Aquila	73	36,43			96							
Teramo	74	36,27			86							
Alessandria	75	35,79			81							
Caserta	76	35,22			92							
Savona	77	34,99			69							
Nuoro	78	34,91			78							
Rieti	79	34,88			103							
Rovigo	80	34,65			82							
Benevento	81	34,54			90							
Lucca	82	34,53			51							
Trani	83	34,38			108							
Campobasso	84	34,38			107							
Chieti	85	34,35			89							
Sondrio	86	34,19			65							
Messina	87	33,70			77							
Potenza	88	33,34			72							
Reggio Calabria	89	33,30			68							
Latina	90	32,35			102							
Siracusa	91	30,89			94							
Imperia	92	30,33			99							
Viterbo	93	29,72			87							
Foggia	94	28,77			79							
Isernia	95	28,68			97							
Brindisi	96	27,86			99							
Asti	97	27,85			85							
Massa	98	26,63			82							
Avellino	99	25,85			84							
Trapani	100	25,54			111							
Caltanissetta	101	25,20			115							
Vibo Valentia	102	23,54			113							
Agrigento	103	23,24			106							
Taranto	104	22,92			91							
Crotone	105	21,89			109							
Andria	106	21,42			66							
Enna	107	20,90			116							
Barletta	108	20,77			87							
Carbonia	109	19,00			112							

Città Metropolitane
 Città Medie
 Città Piccole (< 80.000 ab.)
 Posizionamento :

 1°-37° nel ranking

 38°-73° nel ranking

 74°-109° nel ranking

Top Ten e «smart human divide»

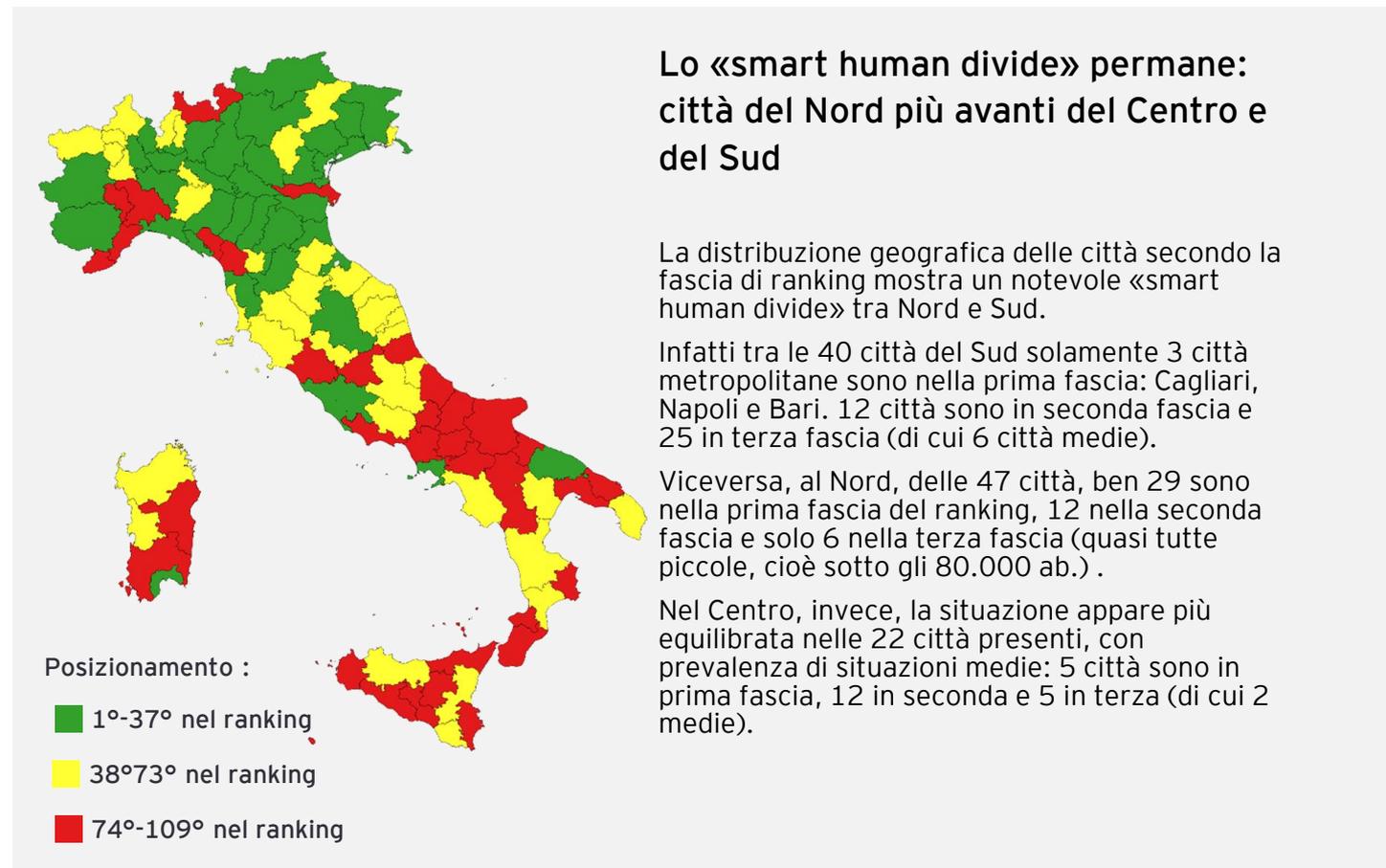
Milano, Bologna e Torino si confermano sul podio, come nelle ultime edizioni (con Bologna che recupera la seconda posizione).

Seguono cinque città medie: Trento, Parma, Bergamo, Padova e Brescia. Concludono la top 10 due città metropolitane: Venezia e Firenze.

La prima città piccola (< 80.000 ab.) è Pordenone (21° posto), seguita, per restare in prima fascia, da Pavia (24°), Mantova (26°), Cremona (30°) e Cuneo (35°).

La prima città del Sud è Cagliari (19° posto). Nella prima fascia troviamo anche Napoli (34°) e Bari (36°).

Milano	85,25
Bologna	84,00
Torino	78,96
Trento	71,54
Parma	71,41
Bergamo	70,71
Padova	68,56
Brescia	68,09
Venezia	68,05
Firenze	67,01

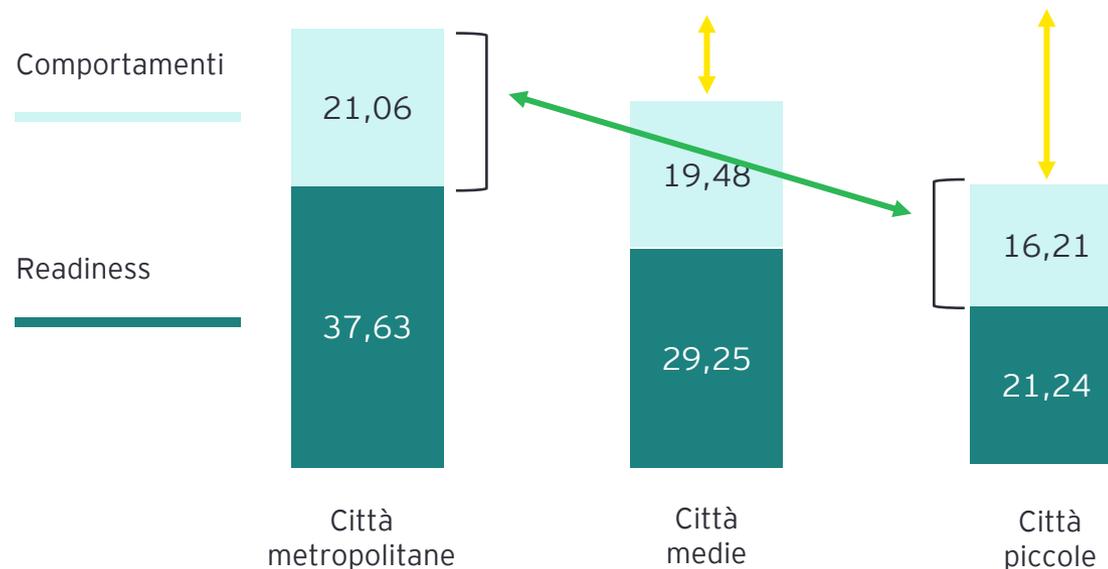


Lo spread tra Readiness e Comportamenti delle città di diverse dimensioni

La dimensione delle città è sempre stata una variabile determinante nella realizzazione della smart city e nel livello di smartness.

Anche quest'anno, le città metropolitane prevalgono su quelle medie e quelle piccole (< 80.000 ab.). Confrontando il delta di punteggio sulla Readiness (cioè investimenti e iniziative delle città) e quello sui Comportamenti dei cittadini, si nota che il primo è più che doppio rispetto al secondo.

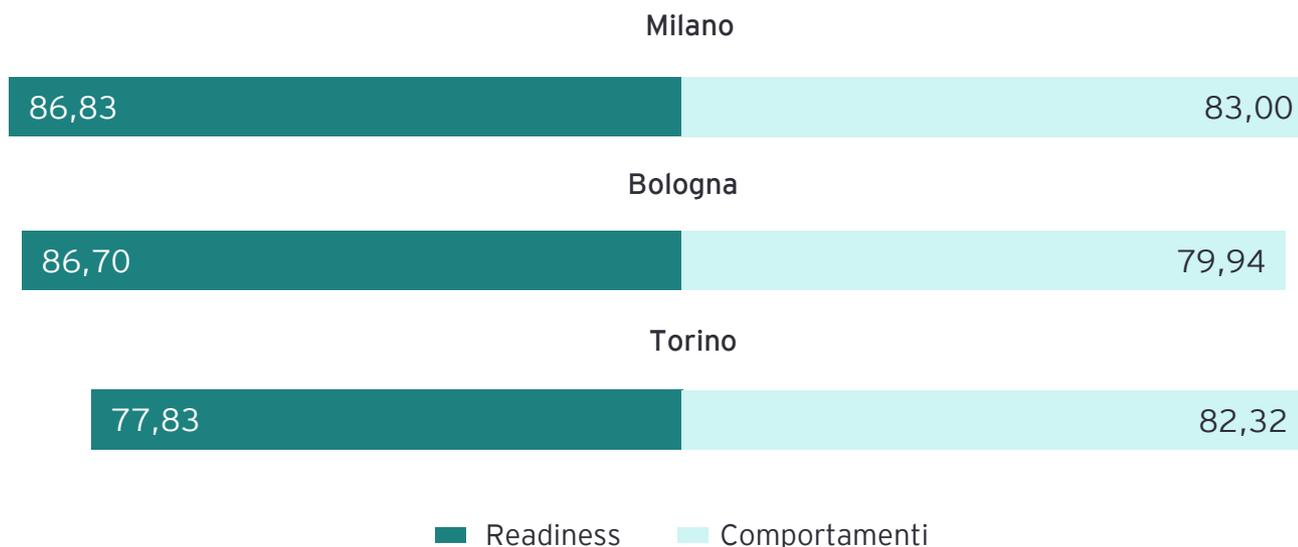
Quindi lo spread rimane elevato sulla componente di investimenti, ove la dimensione è elemento determinante, mentre si riduce fortemente sulla componente «human».



La nuova esigenza di città più ‘umane’, a misura di persona, consente alle città più piccole di ridurre il distacco dalle città più grandi.

Il profilo *smart human* delle prime tre città

Mettendo a confronto le città del podio rispetto alle due principali componenti dello Smart Human Index («Readiness» e «Comportamenti»), vengono evidenziati dei «profili» leggermente diversi.



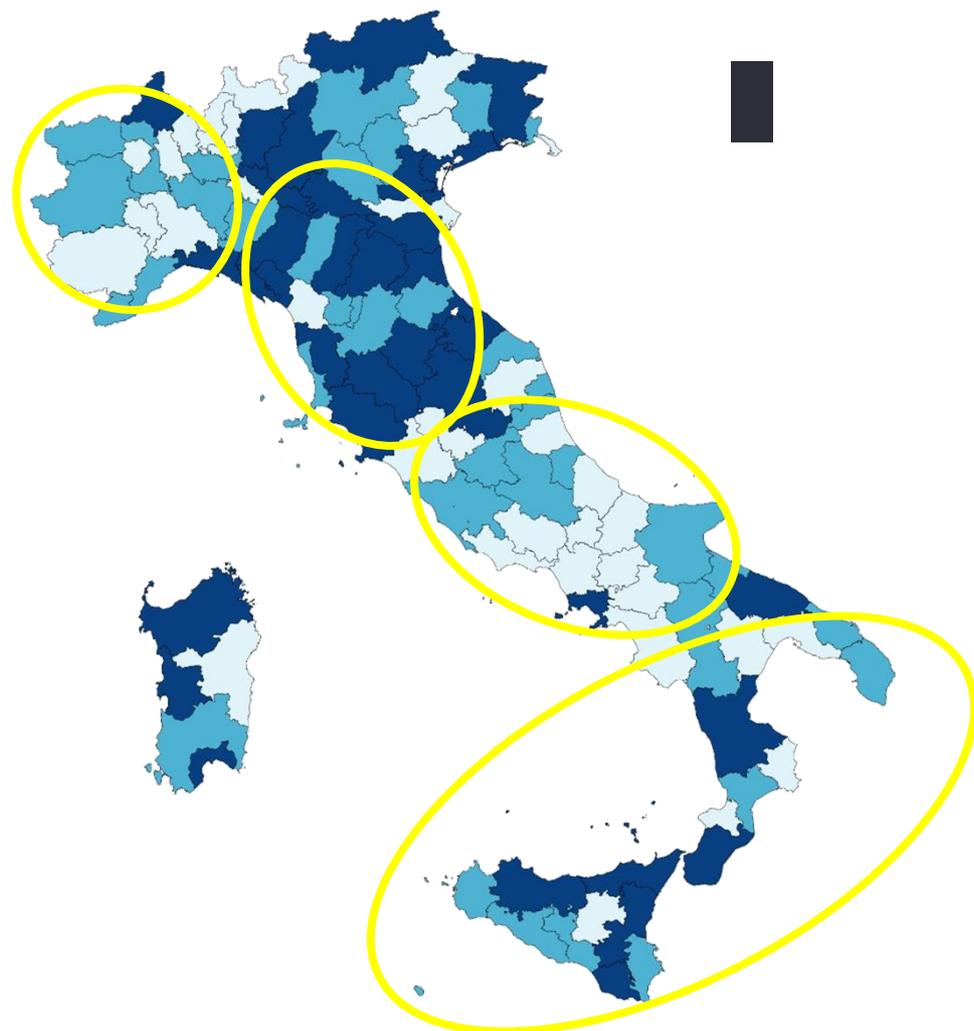
Milano si conferma la città in cima alla classifica anche in questa edizione, primeggiando sia nella Readiness sia nei Comportamenti, rispetto alle rivali più dirette.

Bologna segue ad un'incollatura, grazie soprattutto ad una Readiness elevata (legata in particolare agli investimenti e alle spese nel sociale), che le consente di risalire e sfiorare nuovamente il primato.

Torino consolida la presenza sul podio (pur passando dal secondo al terzo posto), grazie alla componente dei Comportamenti, in cui supera Bologna e si posiziona molto vicina a Milano.

Va sottolineato che queste tre città sono sul podio ininterrottamente dal 2014, con posizioni spesso invertite. Rappresentano le città che hanno saputo interpretare la smart city e la sua continua evoluzione, primeggiando con tutti i modelli di riferimento via via adottati da EY per «leggere» la smart city e le sue dinamiche.

L'equilibrio tra «Readiness delle città» e «Comportamenti dei cittadini»



Un'altra vista del percorso di ogni città verso la Human Smart City è data dall'equilibrio tra le due componenti di Readiness e Comportamenti, vale a dire tra le iniziative che assume e la «risposta» dei cittadini.

Nella cartina a fianco è riportata un'indicazione del grado di equilibrio tra i due aspetti: dal blu con tonalità scura (punteggio di Readiness significativamente maggiore del punteggio sui Comportamenti) al blu con tonalità più chiara (Comportamenti > Readiness), passando per il blu mediamente scuro, che indica un sostanziale equilibrio tra i due aspetti.

- ▶ Il Sud mostra una prevalenza di colori più scuri, e quindi di Readiness, a scapito dei Comportamenti, che appaiono molto bassi: trattandosi, come visto in precedenza, di città con un punteggio complessivo molto basso, ne deriva che la loro capacità di engagement del cittadino è scarsa, indicando questo elemento come un aspetto su cui concentrarsi.
- ▶ In generale i territori regionali mostrano una situazione molto differenziata al proprio interno (segno di scelte autonome da parte delle città). Vi sono però alcuni territori più sbilanciati di altri:
 - ▶ Emilia-Romagna, Toscana e Umbria appaiono complessivamente sbilanciati verso la Readiness, cercando di attuare molte iniziative e investendo molto;
 - ▶ Lazio, Campania e Piemonte sono invece complessivamente sbilanciati verso i Comportamenti, confermando una scarsa propensione agli investimenti smart e ad un limitato coinvolgimento dei cittadini.

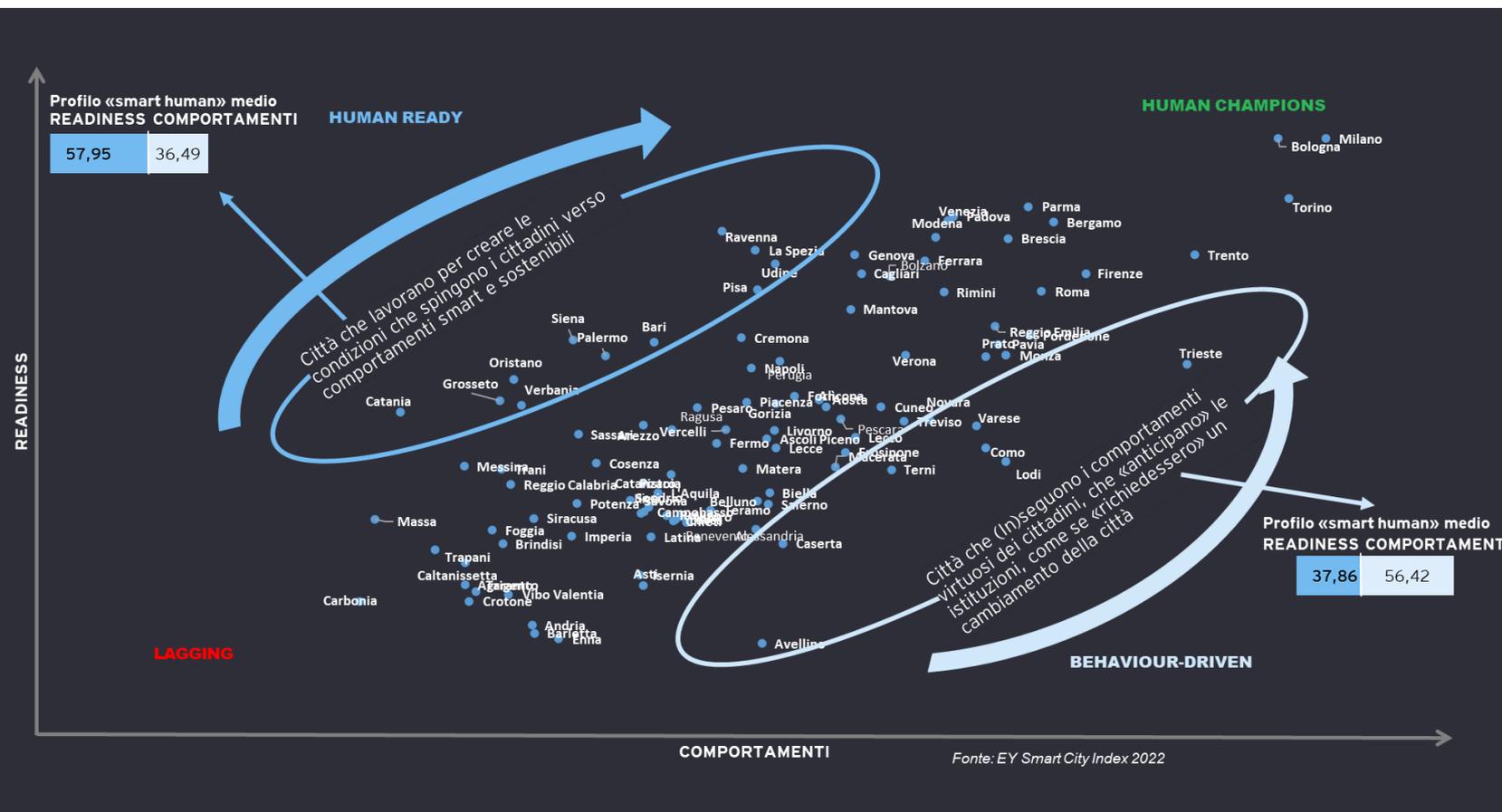
Equilibrio tra i punteggi: ■ Readiness > Comportamenti ■ Equilibrio ■ Readiness < Comportamenti

Le traiettorie di evoluzione tra *Readiness delle città - Comportamenti dei cittadini*

Lo Human Smart City Index evidenzia i diversi percorsi delle città nel raggiungere l'obiettivo di essere a misura di persona. Mettendo in relazione tra di loro i punteggi di Readiness e di Comportamento, alcune città mostrano dei profili sbilanciati in una o nell'altra direzione, e quindi degli approcci alla «human city» molto differenti.

Le città con alto punteggio di Readiness e basso punteggio di Comportamenti («human-ready») investono e sviluppano iniziative, ma fanno fatica a coinvolgere i cittadini e hanno ottenuto (fino ad ora) una risposta largamente inferiore agli sforzi profusi. Si tratta di metropoli del Sud che hanno molto investito grazie ai fondi strutturali (spesa però che deve ancora produrre risultati tangibili) e di città medie del centro-nord che hanno molto investito in smart city negli ultimi anni, senza ancora aver ottenuto significativi cambiamenti nei cittadini.

Viceversa, le città con alto punteggio di Comportamenti e basso punteggio di Readiness (*behaviour-driven*) sono piccole città tradizionalmente poco smart, ma i cui cittadini, grazie soprattutto alla dimensione contenuta, sviluppano comportamenti virtuosi, come se anticipassero le iniziative del Comune e degli altri stakeholder.

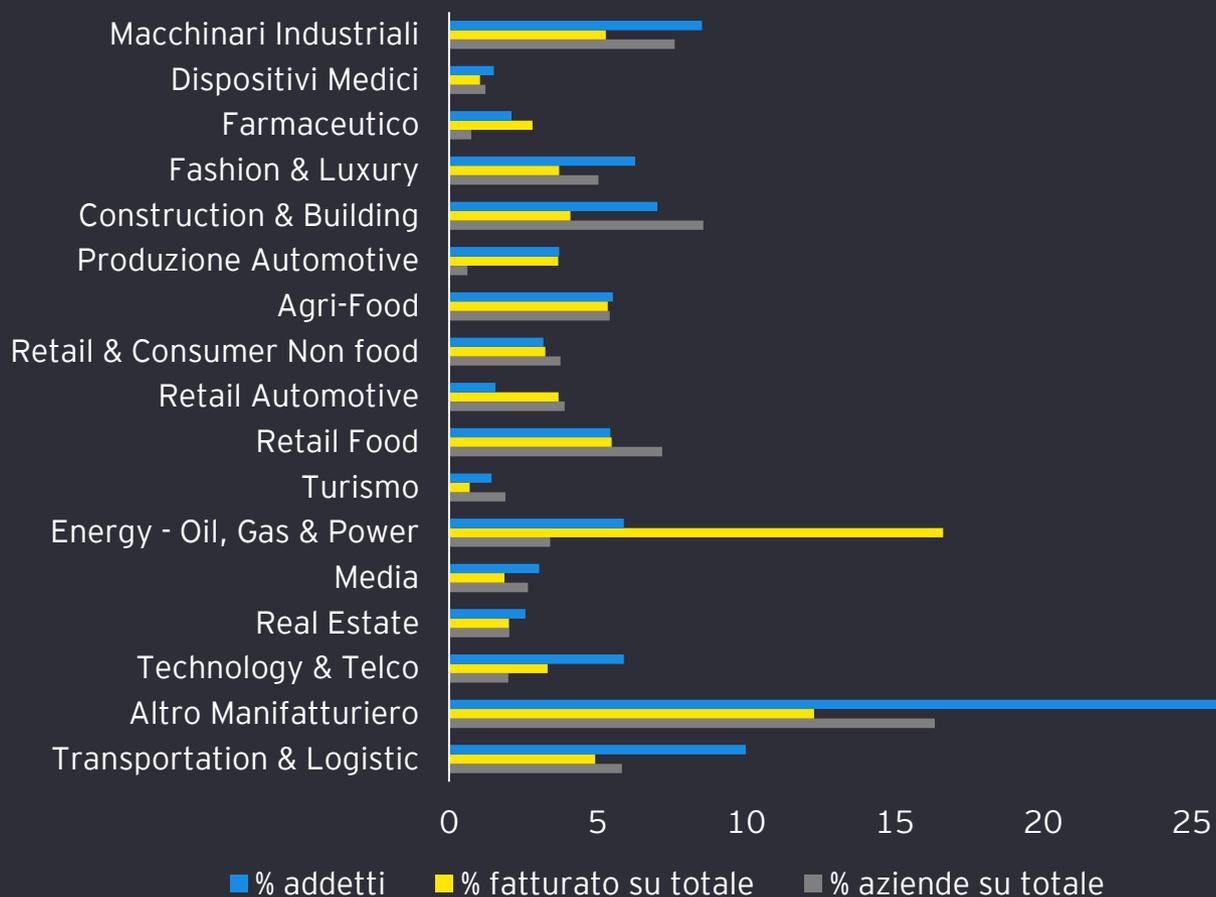




Human Smart City Index
2022 e filiere produttive

La concentrazione delle filiere produttive italiane

Ripartizione per filiera di addetti, fatturato e numero di aziende (*)



Le filiere produttive appaiono molto concentrate territorialmente, come evoluzione del concetto di “distretti industriali” che ha caratterizzato lo sviluppo dell’industria italiana. L’**analisi delle filiere produttive** indica quali sono le filiere e i territori nei quali si concentra maggiormente la produzione economica italiana.

L’elevata concentrazione territoriale del sistema produttivo ha importanti riflessi sullo sviluppo «Smart & Human» dei territori stessi, che finisce per condizionare lo sviluppo dell’intero Paese.

Ogni settore ha un **diverso livello di concentrazione** (rispetto ad addetti, fatturato e numero di aziende):

- ▶ Il numero di **addetti** è significativamente **più basso** rispetto a **fatturato/numero di aziende** soprattutto per **Retail Automotive ed Energy**
- ▶ Appare invece significativamente **più alto** per gran parte dei **settori manifatturieri** (Macchinari Industriali, Technology & Telco, Altro Manifatturiero e anche per Transportation & Logistics)

*Sono considerate le aziende con fatturato superiore a 2 Milioni di €

La concentrazione territoriale degli addetti delle filiere produttive i territori che trainano l'occupazione delle filiere

L'analisi ha confermato per tutte le filiere una **concentrazione in un numero limitato di territori**.

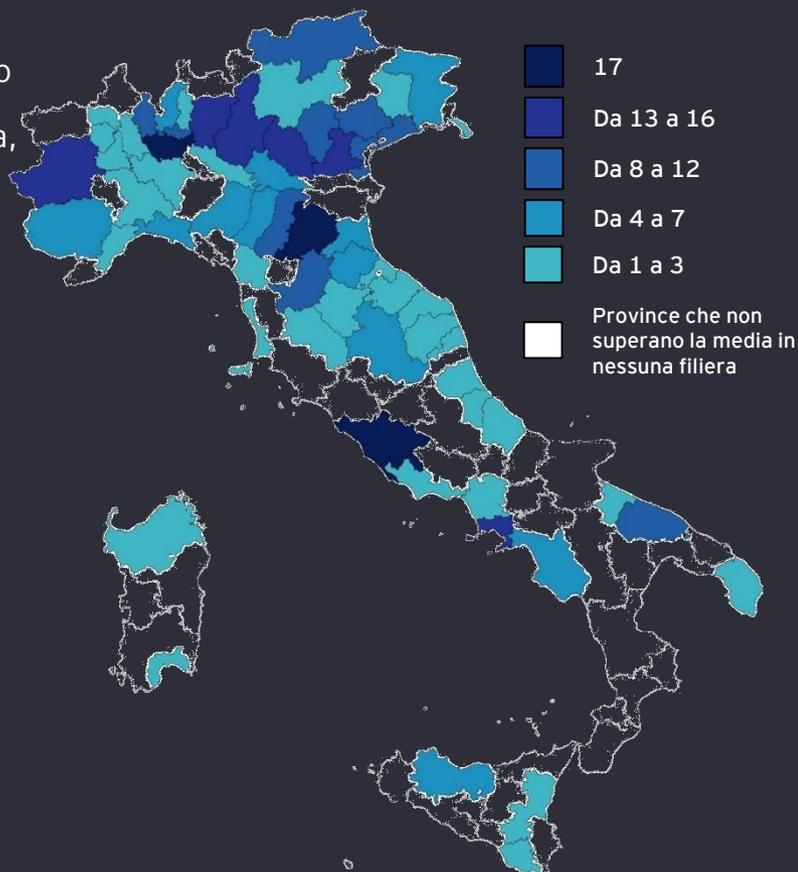
Sono state considerate, per ogni filiera, solo i territori con un numero di addetti di filiera superiore alla media territoriale della filiera stessa, considerati quindi territori che rappresentano il **«traino» occupazionale della filiera**.

Nel complesso, **più di metà del territorio italiano (61 territori) ha almeno una specializzazione produttiva** (cioè contribuisce ad almeno una filiera con un'occupazione sopra la media).

In particolare, 16 territori sono specializzati in una sola filiera.

Per converso, 15 territori hanno un ruolo preminente in 10 o più filiere delle 17 considerate. **Solo Milano, Roma e Bologna sono presenti in modo significativo in tutte e 17 le filiere.**

NUMERO FILIERE PER PROVINCIA



Milano	17
Roma	17
Bologna	17
Torino	16
Napoli	16
Brescia	15
Verona	14
Bergamo	14
Padova	14
Vicenza	12
Firenze	12
Venezia	12
Treviso	11
Bolzano	11
Bari	10
Modena	8
Monza e Brianza	8
Varese	8
Reggio Emilia	7
Como	7
Mantova	7
Perugia	7
Parma	7
Cuneo	7
Udine	5
Ravenna	5
Genova	5
Salerno	5
Palermo	4
Forlì-Cesena	4
Trento	3

Alessandria	3
Ancona	3
Catania	3
Latina	3
Lecco	3
Pordenone	3
Rimini	3
Vercelli	3
Caserta	2
Chieti	2
Livorno	2
Lucca	2
Macerata	2
Pesaro E Urbino	2
Arezzo	1
Barletta-Andria-Trani	1
Biella	1
Cagliari	1
Cremona	1
Fermo	1
Lecce	1
Novara	1
Pavia	1
Pescara	1
Ragusa	1
Sassari	1
Savona	1
Siena	1
Teramo	1
Trieste	1

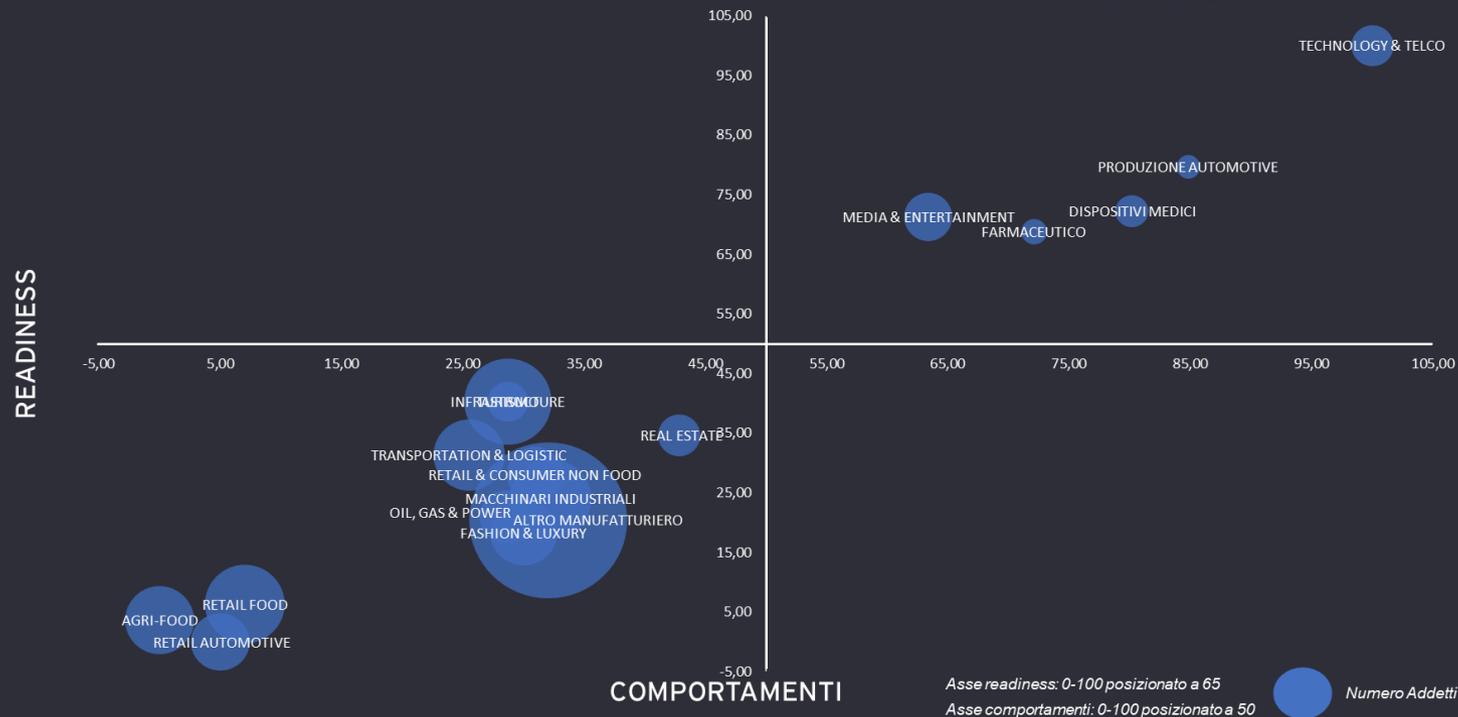
Le filiere produttive tra Readiness e Comportamenti

Una volta identificata la concentrazione territoriale dell'occupazione delle filiere produttive e misurato il livello di «human smartness» dei territori, è possibile definire un **livello di «human**

smartness» anche delle filiere, basato sul livello dei territori in cui hanno sede le aziende della filiera, ed anche il loro posizionamento nella matrice «Readiness/Comportamenti».

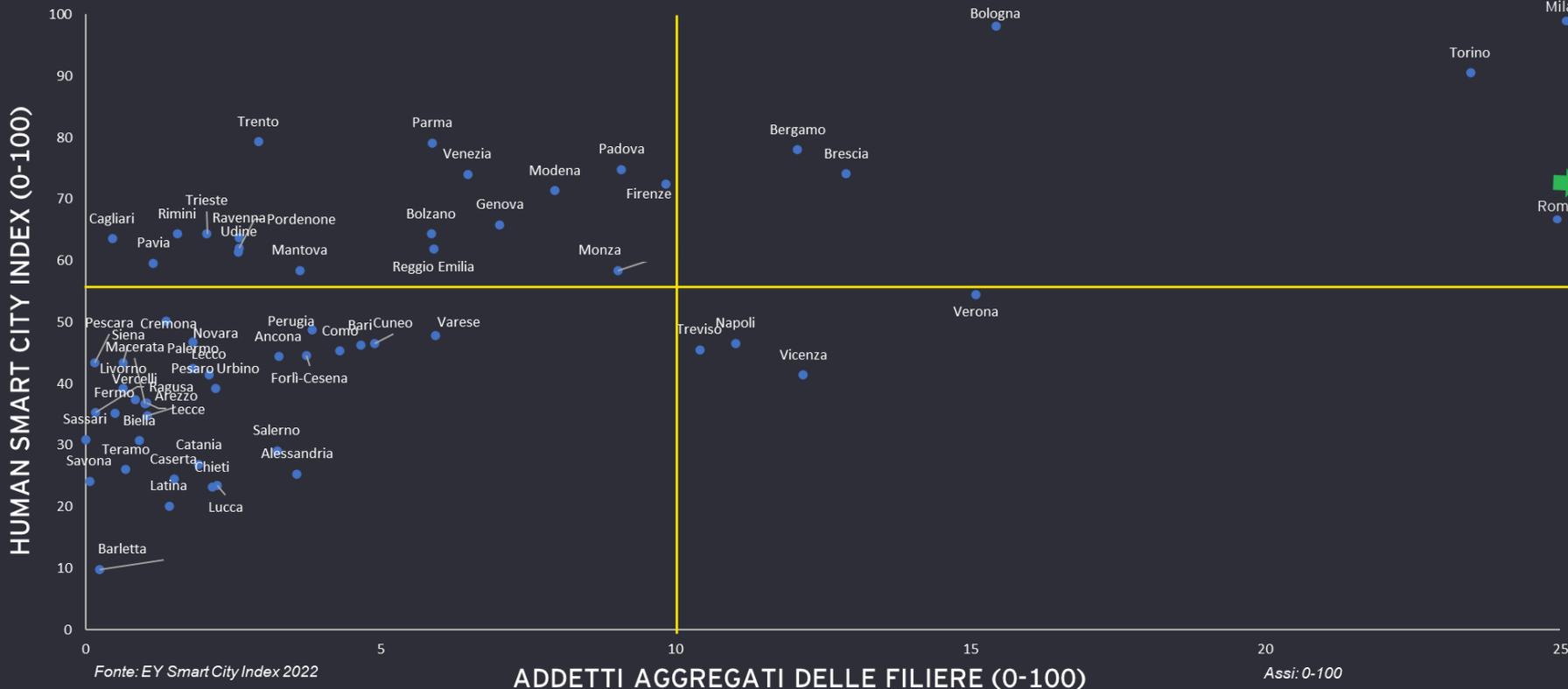
La localizzazione complessiva di tutte le filiere appare equilibrata tra Readiness e Comportamenti, ma **la maggior parte delle filiere produttive si trova in territori significativamente sotto la media**.

Solo **cinque filiere superano il valore medio nazionale**: si tratta non a caso di quelle filiere (come Technology & Telco, Produzione Automotive, Dispositivi Medici, Farmaceutico, Media & Entertainment) nelle quali pesa fortemente la alta concentrazione nei territori metropolitani del Nord e del Centro: Milano, Torino, Roma, Bologna e l'Emilia. Viceversa, le **filiera meno avanzate** sono l'**Agrifood**, il **Retail Food**, che scontano una certa concentrazione nelle zone più rurali, dove il livello di «Human Smartness» risulta meno diffuso, ed il **Retail Automotive**, più distribuito uniformemente sul territorio e che rispecchia meno la concentrazione nelle aree produttive più avanzate del Paese. Le **restanti nove filiere** si posizionano in una stessa area della matrice, **al di sotto della media sia di Readiness sia di Comportamenti**. Per tutte queste filiere vi è la **necessità di lavorare su Readiness e Comportamenti per migliorare il loro posizionamento**, sfruttando l'**opportunità del PNRR** per investire in Transizione Ecologica, Transizione Digitale e Inclusione Sociale.



Occupazione e livello di "Human Smartness" - Benchmark territoriale

Incrociando, per ognuno dei 61 territori che trainano l'occupazione nelle filiere produttive, gli addetti totali di queste filiere con lo Human Smart City Index, si ottiene una rappresentazione di **quanto i territori più industrializzati** italiani siano attenti agli aspetti «human» e **offrano** pertanto **ai lavoratori contesti urbani e di vita più a misura di persona**.



Come si può notare, **gran parte dei territori** (risultano essere oltre la metà: 33 su 61) sono **posizionati nel quadrante inferiore sinistro**, segno che rimane loro ancora molto da fare per garantire condizioni di vivibilità all'altezza delle nuove attese dei lavoratori.

Potenzialmente critico il quadrante inferiore destro, nel quale l'occupazione elevata (e fortemente trainante per le filiere che vi risiedono) non è supportata da un adeguato livello di «human smartness» dei territori.

Nella parte alta della matrice, se il **quadrante superiore destro** rappresenta la **coerenza tra alta occupazione e alto livello di «human smartness»**, di grande potenzialità è il **quadrante superiore sinistro**: l'elevata «human smartness», infatti, offre a questi territori **l'opportunità per sfruttare le elevate condizioni, attirando lavoratori** (ad es. in smart working, come ha annunciato di voler fare Venezia).

Il Team di ricerca



Andrea D'acunto

People Advisory Service
Leader EY Italia
andrea.dacunto@it.ey.com



Marco Mena

Senior advisor EY
marco.mena@it.ey.com



Valerio Alessi

Consultant EY
valerio.alessi@it.ey.com

Data di pubblicazione: Giugno 2022

EY | Building a better working world

EY esiste per costruire un mondo del lavoro migliore, aiutare a creare valore nel lungo termine per i clienti, le persone e la società, e costruire fiducia nei mercati finanziari.

Supportati dall'uso di dati e tecnologia, i team di EY in oltre 150 Paesi creano fiducia attraverso servizi di revisione e aiutano i clienti a crescere, trasformarsi e portare avanti il business.

Operando nel campo della revisione, consulenza, assistenza fiscale e legale, strategia e transaction i professionisti di EY si pongono le migliori domande per trovare risposte innovative alle complesse sfide che il mondo si trova oggi ad affrontare.

“EY” indica l'organizzazione globale di cui fanno parte le Member Firm di Ernst & Young Global Limited, ciascuna delle quali è un'entità legale autonoma. Ernst & Young Global Limited, una “Private Company Limited by Guarantee” di diritto inglese, non presta servizi ai clienti. Maggiori informazioni su raccolta e utilizzo dei dati da parte di EY e sui diritti individuali che ricadono sotto la legislazione sulla protezione dei dati sono disponibili su ey.com/IT/privacy. Le Member Firm di EY non prestano servizi legali dove non è consentito dalle normative locali. Per maggiori informazioni sulla nostra organizzazione visita ey.com.

© 2022 EY Advisory S.p.A.

All Rights Reserved.