

Statistiche per conoscere il territorio

Procedono i lavori della Sesta conferenza nazionale di statistica, l'appuntamento biennale che produttori e utilizzatori della statistica ufficiale si danno per riflettere sulla validità e l'efficacia delle informazioni statistiche.

Durante le sessioni tecnico-scientifiche che si sono svolte questa mattina il tema della statistica sul territorio è stato approfondito e ampliato.

La sessione **Qualità della vita e sviluppo sostenibile** è stata coordinata da Ornello Vitali, professore dell'Università di Roma "La Sapienza". Dopo una panoramica della genesi e dell'evoluzione dei concetti scientifici di qualità della vita e sviluppo sostenibile, si è evidenziato come l'attenzione della statistica a questi ambiti d'interesse abbia registrato di recente una notevole accelerazione. Poiché dalla metà degli anni '80 sono state delineate circa 300 definizioni di sviluppo sostenibile, la ricerca considera prioritario il problema della formulazione qualitativa e quantitativa di efficaci indicatori statistici. Lo sviluppo sostenibile richiede un notevole impegno tecnico e istituzionale nel campo della misurazione dei fenomeni rappresentativi, della previsione delle conseguenze economiche, sociali ed ambientali derivanti dalle possibili strategie e, infine, della formulazione, applicazione e valutazione delle politiche conseguenti. In questa direzione vanno gli sforzi che tendono alla individuazione, definizione e produzione di indicatori più facilmente comparabili e alla raccolta di informazioni in grado di descrivere entità territoriali nazionali, regionali e locali.

L'utilizzo delle tecniche di marketing, tradizionale appannaggio delle sole imprese, è stato di recente introdotto anche per la promozione e lo sviluppo del territorio. Nella sessione **Il marketing territoriale: informazione statistica ed esperienze Sistan**, coordinata da Luigi Pieraccioni, presidente dell'Istituto Tagliacarne, è stato sottolineato come in Italia, a differenza di altri Paesi, il dibattito sul marketing territoriale si sia sviluppato soltanto di recente. Le esperienze presentate da soggetti operanti a livello locale hanno evidenziato numerosi problemi ancora insoluti, primo tra tutti la capacità di interpretare dati e informazioni. Inoltre è emerso che la disponibilità di dati e indicatori per una lettura del territorio non rappresenta la soluzione al problema di individuare azioni di marketing di sicuro successo, ma costituisce la premessa necessaria per delineare i fattori di competitività e criticità di un'area. Infine, sono state

messe in luce le esigenze informative non ancora soddisfatte verso le quali orientare la produzione statistica su scala territoriale.

Infine, nella sessione **Statistiche senza territorio** coordinato da Alfonsina Caricchia direttore centrale della Contabilità nazionale dell'Istat e Andrea Mancini capo Dipartimento delle statistiche economiche dell'Istat, è stato sottolineato come, in un contesto di crescente globalizzazione e diffusione dell'information technology, si sia ridotta sensibilmente l'importanza del concetto di territorialità, che genera misure di produzione e scambi basati sulla residenza. La crescita di grandi gruppi transnazionali - i nuovi attori economici che giocano un ruolo sempre più importante in un contesto di intensa competizione internazionale la deregolamentazione dei mercati - che ha dato luogo ad un rapido incremento, a livello mondiale, del fenomeno delle fusioni e delle acquisizioni - e il peso crescente dei servizi stanno rapidamente cambiando la stessa architettura del sistema economico mondiale. Tutto ciò comporta la trasformazione di regole, principi, istituzioni e, di conseguenza, anche dell'informazione statistica.

Istat – Ufficio della comunicazione