

# Target

**Pubblica Amministrazione**  
(Ministeri, Regioni, Province, Comuni, Comunità Montane)

**Enti territoriali e Autonomie Funzionali**  
(CCIAA, Agenzie di sviluppo, Consorzi)

**Associazioni di categoria e sindacati**

**Imprese e consorzi di imprese**

**Fondazioni Bancarie e Istituti di credito**

# Experience

## AMMINISTRAZIONI COMUNALI

Asti  
Broni  
Cremona  
Fidenza  
Fiorenzuola  
Lodi  
Manerbio  
Melzo  
Monticelli d'Ongina  
Piacenza  
Ponte Dell'Olio  
Sarmato  
Voghera

## CAMERE DI COMMERCIO

Cremona  
Lodi  
Pavia  
Piacenza  
Ragusa  
Verbania

## ALTRI ENTI PUBBLICI E PRIVATI

Arni  
Autorità di bacino del Po  
Cassa di Risparmio di  
Parma e Piacenza  
Centro Studi Turismo Assisi  
Confindustria Piacenza  
Enaip Ragusa  
Federtrasporti  
Fondazione di Piacenza e  
Vigevano  
Formaper Milano  
Formez  
Istituto Regionale di  
Ricerca della Lombardia  
(IRER)  
Istituto Tagliacarne  
Ministero Sviluppo  
Economico  
RFI

## AMMINISTRAZIONI PROVINCIALI

Alessandria  
Cremona  
Ferrara  
Lodi  
Modena  
Pavia  
Piacenza  
Potenza  
Ragusa  
Trento  
Treviso

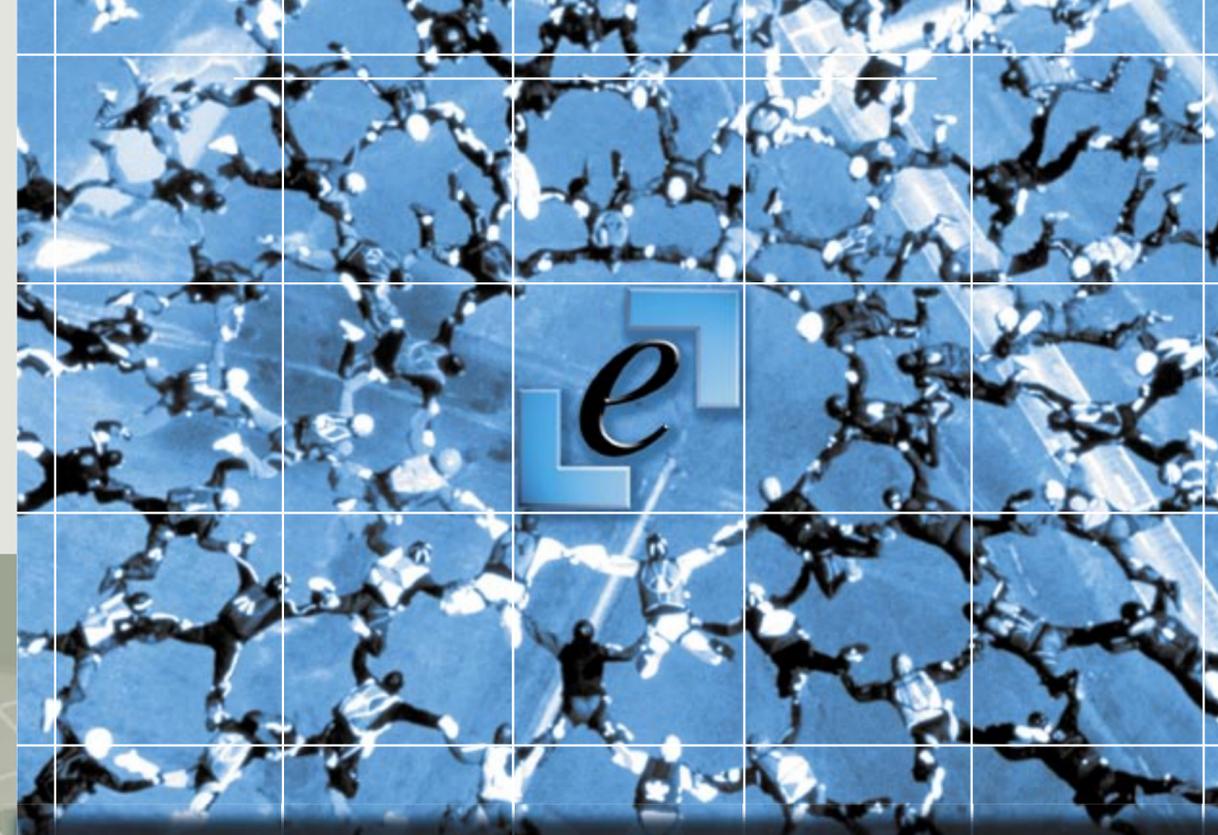
## REGIONI

Abruzzo  
Emilia-Romagna  
Lombardia



### Laboratorio Economia Locale

Università Cattolica  
del Sacro Cuore  
Via Emilia Parmense, 84  
29100 Piacenza  
Tel. +39 0523-599342  
311-360-339-190  
Fax: +39 0523-599437  
lel-pc@unicatt.it  
www.unicatt.it/lel



Una rete di servizi avanzati  
per la competitività dei territori e delle imprese

## Laboratorio di Economia Locale

Università Cattolica del Sacro Cuore - Facoltà di Economia - Piacenza



*Non puoi fare  
una buona economia  
con una cattiva etica.*

Ezra Loomis Pound



### Chi siamo

Il Laboratorio di Economia Locale dell'Università Cattolica, attivo dal 1995, elabora analisi economiche e sociali e strategie di politica territoriale e settoriale per enti pubblici e soggetti economici.

# Mission

### Come lavoriamo

Il metodo adottato è quello della ricerca-intervento che coinvolge gli attori locali in processi partecipati di lettura condivisa della situazione, individuazione delle strategie di intervento, fino alla definizione di progetti operativi e loro valutazione ex-ante, in itinere e ex-post.

### La mission

Essere partner dello sviluppo locale per enti pubblici ed operatori sociali ed economici, come centro di analisi competitiva comparata, animatore della partecipazione territoriale e facilitatore dei processi di apprendimento collettivo e di democrazia deliberativa.

### La vision dello sviluppo locale

La visione dello sviluppo adottata dal LeL si fonda sull'integrazione tra competitività e sostenibilità territoriale. Lo sviluppo locale viene studiato e promosso dal punto di vista della struttura e delle prestazioni socioeconomiche, ma anche delle strategie volontaristiche degli attori locali. Le attività di ricerca del LeL mettono a sistema le dimensioni territoriali economiche, sociali ed ambientali delle realtà locali.

Il futuro si guadagna  
col presente

Samuel Johnson



- 1 Analisi delle capacità competitive dei sistemi locali**  
Analisi socio-economiche territoriali  
Posizionamento competitivo dei sistemi locali  
Indicatori di sostenibilità integrata (economica-sociale-ambientale)  
Dinamiche di natalità e sviluppo imprenditoriale
- 2 Analisi dei settori produttivi**  
Posizionamento dei settori produttivi (logistica, agro-alimentare, meccanica, etc.)  
Analisi del contesto competitivo e del mercato  
Strategie aziendali e di settore  
Processi di innovazione e di internazionalizzazione settoriali e aziendali

Conta ciò che è  
contabile, misura  
ciò che è misurabile  
e rendi misurabile  
ciò che non lo è.

Galileo Galilei



- 1 Modelli elaborati dal Laboratorio di Economia Locale**  
**SEST:** analisi dei Sistemi Economici Sociali Territoriali attraverso un modello di definizione di prestazioni territoriali (produzione, natalità di impresa, localizzazioni produttive), struttura socio-economica (demografia, mercato del lavoro, settori produttivi), strategie pubbliche (spesa pubblica, mission PA) e private (strategie aziendali di internazionalizzazione, organizzazione e marketing mix)  
**ESA:** analisi dei sistemi locali nell'ottica integrata della sostenibilità (Economia, Società, Ambiente) attraverso metodi statistici di costruzione di variabili/indicatori di sintesi e relativo posizionamento rispetto alle aree concorrenti o di comparazione

# Work

- 3 Piani strategici**  
Analisi di contesto territoriale e linee di indirizzo strategico  
Individuazione e selezione dei progetti strategici  
Organizzazione e gestione dei processi pianificatori  
Valutazione e monitoraggio dei piani strategici
- 4 Politiche di sviluppo locale**  
Politiche per l'innovazione e il trasferimento tecnologico  
Politiche di sviluppo per le aree montane  
Politiche di sviluppo per le regioni fluviali (Po e fiumi d'Europa)  
Analisi di bilancio degli enti locali
- 5 Marketing territoriale**  
Piani di marketing territoriale  
Strategie di promozione e branding territoriale  
Strategie di attrazione di investimenti e localizzazioni produttive
- 6 Turismo**  
Piani di sviluppo turistico territoriale  
Azioni di marketing turistico e di valorizzazione territoriale  
Analisi dei nuovi segmenti del mercato turistico (enogastronomico, culturale, leisure)
- 7 Capitale sociale, capitale umano e creatività**  
Relazioni tra capitale sociale e sviluppo locale  
Analisi del capitale umano per la competitività territoriale  
Città creative e politiche di riqualificazione urbana e territoriale
- 8 Sistemi di welfare locale**  
Analisi dell'offerta di servizi socio-assistenziali e delle politiche sociali locali  
Analisi della domanda di servizi sociali e dei nuovi bisogni sociali  
Misura della vulnerabilità sociale e della deprivazione relativa

# Method

- 2 SWOT analysis:** analisi dei punti di forza e di debolezza, delle opportunità e delle minacce, a livello di sistemi territoriali o settori economici
- 3 Benchmarking & analisi best practices:** analisi comparata di sistemi locali, settori produttivi, politiche territoriali e studio di casi di eccellenza italiani ed esteri
- 4 Indagini campionarie e sul campo:** interviste dirette a imprenditori e rappresentanti di enti locali e istituzioni ed elaborazioni statistiche delle rilevazioni
- 5 Focus group:** organizzazione e gestione di incontri con operatori economici ed istituzionali per definire analisi condivise, strategie e progetti di intervento prioritari
- 6 Azioni facilitatrici e di accompagnamento:** gestione del consensus building e della programmazione partecipata per piani strategici territoriali e piani di sviluppo settoriale e territoriale
- 7 Azioni divulgative e promozionali:** seminari, convegni, workshop di pubblicizzazione di analisi e piani strategici
- 8 Attività formative:** seminari e corsi per manager e dirigenti di enti pubblici
- 9 Approcci di tipo quantitativo:** analisi statistiche (statistica descrittiva, analisi fattoriale, analisi multidimensionale) e modelli econometrici, sistemi di equazioni simultanee e modelli previsivi

