

INTRODUZIONE E SINTESI

L'edizione 2014 del Rapporto sulla competitività dei settori produttivi analizza la recente performance delle imprese e dei comparti manifatturieri italiani, in un periodo recessivo (tra il 2011 e il 2013) caratterizzato da una forte e persistente caduta della domanda interna e da un rallentamento, nel 2013, di quella estera. Le imprese maggiormente orientate all'export hanno potuto sfruttare la più vivace domanda internazionale, in un contesto ciclico comunque caratterizzato da notevoli difficoltà nei paesi europei, i principali mercati di destinazione delle merci italiane.

Le dinamiche competitive e le strategie adottate per affrontare la crisi rappresentano quindi elementi cruciali per spiegare le dinamiche congiunturali recenti e, in ultima analisi la sopravvivenza stessa delle imprese durante questa fase economica avversa; per questo motivo nel Rapporto si pone particolare attenzione a tali aspetti e alla loro interazione.

Nelle pagine che seguono si presenta dapprima un confronto a livello europeo che permette di inquadrare la performance complessiva dei settori produttivi, in termini di produzione industriale e fatturato, nel corso del biennio 2011-2013 (capitolo 1). Successivamente, si mette in relazione la performance della manifatturiera italiana sui mercati nazionale e estero, espressa in termini di variazione di fatturato, con le caratteristiche strutturali e le strategie adottate dalle imprese (capitolo 2). Infine (capitolo 3), una indagine ad hoc condotta a dicembre 2013 presso un campione rappresentativo di imprese manifatturiere permette di esaminare in maggior dettaglio gli effetti della crisi sui diversi aspetti dell'attività produttiva, le strategie di risposta adottate dalle imprese e il loro giudizio sul potenziale produttivo e la capacità di intercettare un eventuale scenario di ripresa.

Il ciclo industriale e del fatturato italiano in un contesto europeo

L'attuale fase recessiva si sta rivelando particolarmente lunga e intensa, nonostante la progressiva attenuazione osservata negli ultimi mesi del 2013.

A differenza degli episodi precedenti, nel nostro Paese la caduta dell'output si è manifestata con un'ampiezza maggiore rispetto a quella osservata in molti tra i partner dell'Unione economica e monetaria.

Analizzando gli effetti dei due episodi recessivi del 2008-2009 e del 2011-2013 sulla produzione industriale, si evidenzia chiaramente come l'impatto sulle economie europee sia stato notevolmente differenziato. La Germania è l'unico paese ad avere recuperato quasi pienamente i livelli produttivi precedenti alla crisi; Italia e Spagna hanno perso, rispettivamente, quasi un quarto e un terzo del prodotto industriale; Francia e Regno Unito si situano in un ambito intermedio tra questi due poli.

Gli effetti della crisi sono stati notevolmente marcati per il settore dei beni di consumo durevoli, in particolare in Spagna e in Italia. Per quanto riguarda i beni intermedi, nell'ultimo anno si sono osservati segnali positivi in tutti i paesi esaminati, compreso il nostro, dopo le consistenti diminuzioni registrate tra il 2008 e il 2011.

Anche a livello maggiormente disaggregato (gruppi di attività economica), emerge una forte eterogeneità tra paesi; gli effetti della recessione sono risultati particolarmente pervasivi sul tessuto produttivo di Italia e Spagna, dove si osservano cali produttivi di oltre il 20 per cento in ben due terzi dei settori negli anni tra il 2007 e il 2013. Per quanto riguarda le dinamiche più recenti, tra gennaio e novembre 2013 la maggior parte dei gruppi di attività economica ha registrato livelli produttivi largamente inferiori a quelli del corrispondente periodo del 2007.

In Italia l'andamento delle vendite dei prodotti della manifattura industriale, desumibile dagli indici mensili del fatturato, mostra un'evoluzione molto differenziata tra mercato nazionale e estero. La caduta ciclica del 2011-2013 è stata contrassegnata dall'eccezionale divaricazione tra le due componenti del fatturato industriale: quello nazionale è diminuito di circa il 17 per cento, posizionandosi a un livello inferiore rispetto al punto di minimo della prima recessione; quello estero ha registrato un rallentamento, facendo segnare comunque una lieve crescita (pari a circa il 3 per cento).

La Spagna è l'unica grande economia dell'area euro ad aver mostrato una divaricazione tra componente estera e interna del fatturato industriale di entità comparabile con quella italiana; per entrambi i paesi tale divergenza è imputabile alla debolezza delle componenti interne di domanda, mentre più positiva è risultata l'evoluzione delle vendite all'estero.

Nel confronto con gli altri principali partner europei, la peggiore performance del fatturato complessivo italiano e spagnolo ha riguardato in particolare i beni intermedi e di consumo, mentre le vendite dei beni d'investimento hanno mostrato una maggiore uniformità.

Apertura all'export e performance: un'analisi strategica

Il crollo della domanda interna dovrebbe aver determinato, alla luce della forte eterogeneità nel grado di apertura tra imprese, impatti differenziati sul tessuto produttivo del nostro Paese. Si è voluto quindi analizzare quanto la crisi del periodo 2010-2013 abbia inciso sui livelli di fatturato delle imprese, sulla riallocazione delle vendite tra mercato interno ed estero, sulla performance all'interno dei diversi settori.

A questo scopo si è fatto ricorso alle informazioni dell'indagine ISTAT sul fatturato delle imprese manifatturiere, rappresentativa delle oltre 30mila unità con almeno 20 addetti, che fornisce indicazioni sull'andamento dei ricavi realizzati sia sul mercato italiano, sia su quelli esteri; la base dati è stata poi integrata con i risultati di conto economico relativi al 2011 e con le informazioni sulle strategie d'impresa desunte dal 9° Censimento generale dell'industria e dei servizi 2011. Queste ultime permettono di investigare sulla relazione tra performance recenti e caratteristiche strutturali e strategiche delle imprese.

Tra gennaio-ottobre del 2010 e lo stesso periodo del 2013, il 51 per cento delle imprese industriali ha aumentato il fatturato totale. Rispetto ai mercati di destinazione, il 39 per cento del totale delle unità ha incrementato le vendite sul mercato interno, il 61 per cento ha aumentato quelle sul mercato estero.

Gli andamenti del fatturato totale sono stati caratterizzati da evidenti eterogeneità settoriali. Tra i settori "vincenti", emergono alcuni di quelli tipici del modello di specializzazione italiano: gli articoli in pelle, l'industria delle bevande, l'industria alimentare

e la fabbricazione di macchinari e attrezzature. Tra i comparti che evidenziano le più forti contrazioni di fatturato, si segnalano la fabbricazione di mobili, la confezione di articoli di abbigliamento e le industrie del legno.

A conferma della netta divaricazione tra un mercato domestico depresso e mercati esteri tendenzialmente in crescita, si osserva come tra il 2010 e il 2013 solo in quattro comparti si sia verificata una variazione negativa di fatturato estero (produzione di mobili, legno, stampa e abbigliamento), e solo in uno (alimentari) un incremento di fatturato sul mercato interno.

Ne è conseguito un generalizzato incremento della propensione all'export, misurata come la percentuale di fatturato esportato su quello totale. Ripartendo le imprese sulla base della propria quota di fatturato estero in quattro classi di uguale ampiezza, tra il 2010 e il 2013 si sono delineati "spostamenti netti" di imprese verso classi più elevate; a questi passaggi si associano generalmente variazioni di fatturato totale positive e strategie prevalentemente "aggressive", orientate all'espansione all'estero attraverso l'ampliamento della gamma di prodotti e servizi offerti. Al contrario, a passaggi verso classi meno elevate di propensione all'export si accompagnano aumenti di fatturato nazionale e riduzioni del fatturato totale, guidate dunque da forti cadute dei ricavi sui mercati esteri. Questo risultato può essere frutto di precise strategie difensive di ripiegamento su nicchie di domanda interna a seguito di una perdita di competitività sui mercati esteri.

La relazione tra profili strategici d'impresa e andamenti di fatturato è approfondita attraverso i risultati di un'analisi empirica. Suddividendo l'insieme delle imprese del campione rispetto alla propria performance del fatturato sui mercati interni e internazionali ("vincenti", "crescenti all'estero", "crescenti in Italia", "in ripiegamento") si è stimato il contributo fornito da una serie di caratteristiche strutturali, strategiche e di bilancio alla probabilità di trovarsi in ciascuno dei quattro gruppi. La difesa della quota di mercato da parte delle imprese che hanno subito una riduzione di fatturato sul mercato interno ("crescenti all'estero", "in ripiegamento") incrementa di circa 3 punti percentuali la probabilità di appartenere a tale insieme. Il ridimensionamento dell'attività ha invece caratterizzato le imprese "in ripiegamento": da un lato tale scelta aumenta di circa 20 punti percentuali la probabilità di appartenere a questo gruppo, dall'altro risulta quella che più "allontana" un'impresa dall'appartenere a gruppi che presentano una buona performance di fatturato estero (diminuirebbe di 13 punti la probabilità di collocarsi nel gruppo delle "vincenti"). Tra le leve competitive, si segnala l'importanza assunta da: a) l'intensità delle relazioni con altre imprese o istituzioni, un vantaggio rilevante soprattutto per quelle che hanno evidenziato incrementi di fatturato sul mercato interno; b) l'attività innovativa, associata a una variazione positiva della probabilità di appartenere al gruppo delle "crescenti in Italia"; c) l'investimento nella formazione del personale (tramite corsi o *training on the job*) svolta nel corso del 2011, che ha contribuito in misura significativa alla performance delle imprese attive sul mercato interno nel biennio successivo.

In ottica settoriale, le strategie "trainanti" del sistema, che tendono cioè a spostare le imprese manifatturiere verso gruppi a performance più elevata, risultano essere principalmente l'investimento in capitale umano (attivazione di programmi di formazione), il raggiungimento di un elevato grado di connettività produttiva e l'innovazione (di prodotto e di processo). In particolare, l'investimento in capitale umano accomuna settori molto eterogenei per tecnologia e prodotti: dai comparti del polo chimico (chi-

mica, gomma e plastica) ad alcuni settori del modello di specializzazione italiano quali pelli, macchinari, altri mezzi di trasporto. Un elevato grado di connettività rappresenta invece la leva competitiva più vantaggiosa in particolare per i comparti della filiera del metallo (metallurgia, prodotti in metallo, macchinari). L'attività innovativa (soprattutto di prodotto) ha rappresentato un rilevante fattore di espansione del fatturato estero per le imprese dei macchinari e dei comparti del *Made in Italy*, in particolare quelle dell'abbigliamento, delle pelli e dei prodotti della lavorazione dei minerali non metalliferi.

Le risposte strategiche alla crisi nella valutazione delle imprese

Le strategie in risposta alla crisi del 2012-2013 e il giudizio rispetto all'attuale potenziale produttivo sono stati analizzati su un campione rappresentativo di imprese manifatturiere.

Pur tenendo in considerazione che l'analisi non considera le imprese uscite ed entrate nel mercato nel periodo osservato, le aziende sopravvissute all'ultimo biennio sembrano mostrare, in generale, una certa resilienza agli effetti della crisi.

Oltre una impresa su due, in tutti i comparti, ha conservato invariata la propria dotazione di capitale fisico; si segnala una diminuzione netta dell'occupazione complessiva, che dovrebbe aver riguardato soprattutto la forza lavoro meno qualificata, dal momento che alla contrazione occupazionale si accompagnano dichiarazioni di generalizzata tenuta della qualità del personale.

Per contrastare la recessione, le aziende manifatturiere hanno principalmente fatto ricorso a orientamenti strategici "interni" di difesa della propria competitività: la riduzione dei costi di produzione, il miglioramento qualitativo dei prodotti, l'ampliamento della gamma di prodotti offerti e il contenimento dei prezzi e dei margini di profitto.

Tra le strategie "esterne", si rileva prevalentemente un rafforzamento delle politiche di commercializzazione, in misura pressoché identica in Italia e all'estero; con ogni probabilità anche a causa dei maggiori costi economici e gestionali richiesti, risulta assai meno frequente il ricorso all'*insourcing*, alla concentrazione dell'attività in segmenti di mercato più redditizi o dinamici, all'attivazione di nuove relazioni produttive con altre imprese. Ancora limitato è il ruolo ricoperto dalle catene globali del valore.

Da un punto di vista settoriale, la ricerca di una produzione a costi più contenuti ha accomunato soprattutto le imprese dei settori autoveicoli, coke e raffinazione, altri mezzi di trasporto; alla duplice strategia di differenziazione verticale e orizzontale dei prodotti hanno fatto ricorso in prevalenza le imprese dei comparti dell'elettronica. In un numero non infrequente di casi, poi, il recupero della competitività ha richiesto una diminuzione dei prezzi o dei margini di profitto. Ciò è accaduto per lo più in attività relativamente più esposte sul mercato interno, quali la stampa e la metallurgia, interessando mediamente oltre i due terzi delle imprese dei comparti.

Se si considerano le strategie esterne, il rafforzamento delle pratiche di commercializzazione in Italia e all'estero ha riguardato circa i due terzi delle imprese dei comparti delle bevande e dell'elettronica-elettromedicale, mentre analoghe percentuali di aziende della metallurgia e dei macchinari hanno rivolto questo tipo di strategia principalmente all'estero.

All'attivazione di nuove relazioni produttive (*joint ventures*, consorzi, reti eccetera) hanno invece fatto ricorso in prevalenza imprese appartenenti a settori a elevata intensità di capitale o caratterizzati da gradi molto diversi di integrazione verticale, quali l'elettronica-elettromedicale, le imprese del comparto della raffinazione e gli autoveicoli.

La resilienza agli effetti della crisi per le imprese che sono sopravvissute alla selezione causata dagli effetti della recessione sembra infine emergere dai giudizi forniti dagli imprenditori circa la possibilità di rispondere in modo repentino ed adeguato a un significativo aumento della domanda, interna o estera: l'86,6 per cento del campione, infatti, ha dichiarato di poter far fronte a un aumento di domanda nazionale attraverso un utilizzo della capacità esistente, con valori settoriali che variano dal 71 per cento del coke al 92,6 per cento delle bevande.