

Check up delle imprese italiane: asseti strutturali e fattori di competitività

Nota di Roberto Monducci

1. Introduzione

In un momento nel quale il dibattito pubblico è focalizzato nella difficile ricerca di interpretazioni e politiche adeguate a favorire l'uscita del nostro sistema produttivo dalla perdurante recessione, il 9° Censimento generale dell'Industria e dei Servizi mette a disposizione della collettività informazioni aggiornate e innovative sulle imprese italiane, con riferimento sia ad aspetti quantitativi (numerosità, input di lavoro, struttura dimensionale, settoriale e territoriale delle imprese e delle unità locali), sia a fenomeni riguardanti l'organizzazione, le strategie, i mercati, l'innovazione, l'internazionalizzazione ecc.

L'operazione censuaria, pur innestandosi in un quadro consolidato di statistiche economiche sulle imprese che permette la misurazione continua di una vasta gamma di aspetti strutturali e congiunturali del nostro sistema delle imprese nel contesto europeo, rappresenta un'innovazione che migliora in modo permanente la qualità e la quantità delle statistiche economiche. Si tratta, in particolare, di informazioni annuali dettagliate sull'input di lavoro nelle imprese che, essendo basate in larga misura sul trattamento statistico di fonti amministrative, non producono oneri informativi sulle imprese e permettono di valutare in modo approfondito le caratteristiche dei lavoratori impiegati nelle unità produttive. D'altra parte, sulla base dei risultati emersi dalla rilevazione diretta sui comportamenti e l'organizzazione delle imprese, si apre un ciclo di misurazioni che, in un quadro pluriennale, permette di aggiornare il quadro censuario con informazioni su aspetti finora poco coperti dal corpo delle statistiche economiche strutturali, soprattutto con riferimento alle imprese di piccola dimensione. Misurazioni che sono anche rilevanti per il monitoraggio e l'analisi dei progressi del nostro sistema produttivo sul piano della modernizzazione, della capacità competitiva e del potenziale di crescita.

La crisi attuale del sistema produttivo italiano deriva non solo da uno scenario globale sfavorevole, nel quale i fenomeni finanziari e le crisi del debito hanno determinato condizioni estremamente difficili dal lato della domanda rivolta alle imprese e delle condizioni di finanziamento, ma anche da problemi strutturali cumulatisi nel corso dell'ultimo decennio.

L'evoluzione dell'economia italiana nell'ultimo decennio è stata caratterizzata da uno scenario tendenziale in cui, con una crescita complessiva dell'1,6% in termini reali nel periodo 2001-2012, la dinamica del Pil dell'Italia è stata quella più lenta tra tutte quelle dei paesi europei (nello stesso periodo l'incremento del Pil dell'area dell'euro è stato pari al 13,1%; +14,3% quello della Germania; +13,5% la crescita della Francia).

Il *gap* di crescita del nostro Paese si è manifestato nella fase pre-crisi (2000-2007) e, soprattutto, in quella recessiva (2008-2012). Nel nostro paese, in particolare, tra il 2008 e il 2012 è stato perso oltre l'80% della crescita realizzata dal 2000 al 2007: si tratta dell'erosione più elevata, in percentuale, tra tutti i paesi Ue (Figura 1).

Contestualmente, la quota dell'Italia sulle esportazioni mondiali è progressivamente diminuita, passando dal 4% del 2003 al 2,7% del 2012, con un unico momento di ripresa tra il 2006 e il 2007. Questa flessione è verificata anche rispetto al totale delle esportazioni complessive dei paesi della Uem: in dieci anni l'incidenza dell'export italiano su quello complessivo dei paesi Uem è calata dal 12,1% all'11,3%. D'altra parte, anche sui mercati europei l'Italia ha perso capacità di penetrazione se si considera che l'incidenza delle nostre esportazioni su quelle mondiali assorbite dall'area Uem è passata dal 6,2% al 4,7% in dieci anni. L'Italia perde quote di mercato anche sui mercati più dinamici: in Cina la quota dell'Italia è passata dall'1,2% allo 0,8%; in India dal 2,2% all'1%; in Brasile dal 3,8% al 2,7%.

L'ampio dibattito sulle cause della scarsa *performance* italiana ha posto in primo piano problemi strutturali che nel corso degli anni Duemila hanno avuto la loro più evidente manifestazione in una prolungata stagnazione della produttività. Durante gli anni Novanta, quest'ultima era aumentata in Italia ad un tasso

medio annuo paragonabile a quelle delle principali economie comunitarie (1,7%, contro il 2% di Francia e Germania e il 2,5% del Regno Unito); nel decennio successivo la produttività del lavoro italiana cresce solo dell'1%, frutto di un +1,2% nel periodo pre-crisi e di una contrazione dello 0,3% tra il 2008 e il 2012 (Figura 2). In questo contesto, è da rilevare una rilevante performance occupazionale del nostro Paese, almeno fino all'inizio della prima crisi.

La situazione attuale è, quindi, anche il riflesso di un "decennio perduto" in termini di crescita della produttività del lavoro per problemi strutturali di competitività e debolezza della propensione alla crescita sulla cui natura si sono sviluppate interpretazioni che, di volta in volta, hanno messo l'accento su aspetti dimensionali, di specializzazione, di *governance* delle imprese, di costo, di contesto socio-economico e normativo, di efficienza del "sistema-paese" ecc.

Dal punto di vista congiunturale, ancora nel terzo trimestre del 2013 il Pil italiano ha mostrato, secondo le stime preliminari, una caduta dello 0,1% – la nona consecutiva – rispetto a una crescita dell'area euro dello 0,1%, che segue l'espansione dello 0,3% del trimestre precedente. Rispetto ai primi tre mesi del 2007, nel terzo trimestre del 2013 il Pil è inferiore di 8,5 percentuali in Italia, 4,8 punti in Spagna, mentre è superiore di 1,4 punti in Francia e di 5,2 punti in Germania (Figura 3).

I dati più recenti mostrano lievi segnali di ripresa nel settore industriale, mentre nei servizi sembra persistere un quadro recessivo. Le previsioni Istat per l'anno in corso stimano per l'Italia una diminuzione media annua dell'1,8%, con una crescita modesta (+0,7%) nel 2014.

Dall'inizio della seconda crisi (2011), l'apertura di un'ampia e persistente divaricazione e tra domanda interna e domanda estera (Figura 4), che non trova riscontri tra i maggiori paesi europei, – ha determinato una forte pressione sulla capacità delle imprese di fronteggiare uno scenario economico radicalmente nuovo, modificando i fattori rilevanti per la sopravvivenza e la crescita delle singole unità produttive.

Sfide di questa rilevanza, se da un lato impongono alle imprese di riconsiderare l'intero spettro delle proprie scelte organizzative e strategiche, dall'altro rendono necessario analizzare la performance economica del Paese alla luce di un insieme di aspetti e dimensioni quanto più ampio possibile.

2. Struttura e tendenze del sistema delle imprese

I dati censuari consentono, in primo luogo, di misurare con precisione i mutamenti strutturali dell'apparato produttivo tra il 2001 e il 2011. Il quadro che emerge mostra che il sistema delle imprese italiane ha mantenuto una connotazione strutturale fortemente incentrata sulla piccola dimensione aziendale: nel 2011 risultano attive circa 4,4 milioni di imprese, con 16,4 milioni di addetti; rispetto al 2001 si registra un aumento di 340mila imprese (+8,4%) e di circa 700mila addetti (+4,5%). A una crescita media nazionale del 4,5% del numero degli occupati, corrisponde una crescita maggiore nelle Isole (+12,7%), nel Sud (+9,8%) e nel Centro (+7,2%). Il Nord-est presenta una crescita minore del dato nazionale (+4%), mentre il Nord-ovest registra una lieve flessione occupazionale (-0,1%).

Le dinamiche settoriali vedono una forte riduzione del numero di imprese dell'industria in senso stretto (-18,4%, pari a 100mila imprese in meno, con cali intensi in tutte le classi dimensionali), associato ad una flessione occupazionale di poco inferiore (-17,5%, pari a circa 900mila addetti in meno). Di conseguenza, la dimensione media industriale è rimasta sostanzialmente invariata (9,5 addetti per impresa), così come la struttura dimensionale dell'occupazione. Nel 2011, in termini di addetti, il peso delle grandi imprese (con 250 e più addetti) è pari a circa il 25%, più o meno lo stesso di quelle con meno di 10 addetti. In un contesto di significativa flessione degli addetti, alcuni comparti hanno mostrato tendenze nettamente divaricate, con una conseguente significativa modificazione della struttura settoriale dell'occupazione: il comparto della fabbricazione di macchine e apparecchiature ha mostrato un aumento assoluto nel numero di imprese e nella relativa occupazione, con un incremento rilevante della quota occupazionale sul totale manifatturiero, passata dal 9,4% all'11,8%; tendenze positive, in senso sia assoluto sia relativo, hanno riguardato anche l'industria dei mezzi di trasporto. Dal lato opposto, un rilevante ridimensionamento occupazionale ha riguardato i settori tessile, dell'abbigliamento, cuoio e pelle che, complessivamente, hanno visto ridursi di 30mila unità il numero di imprese di 280mila unità il numero di addetti.

Nel settore delle costruzioni, e soprattutto in quello dei servizi, il numero di imprese e addetti è invece fortemente aumentato, seppure con dinamiche dimensionali differenziate. Nelle costruzioni, così come nel complesso dei settori terziari diversi dal commercio, l'aumento del numero di imprese è stato nettamente superiore a quello degli addetti; nel commercio, invece, si è registrato un forte aumento della dimensione media. Molti settori hanno registrato notevoli incrementi occupazionali: 350mila addetti in più nei servizi di ristorazione; 230mila nelle attività professionali, scientifiche e tecniche; 280mila nel noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese; 150mila nella sanità e assistenza sociale.

Queste tendenze non hanno modificato in misura sostanziale il posizionamento dell'Italia nel contesto europeo in termini di specificità dimensionale del sistema delle imprese e contributo delle diverse classi dimensionali al valore aggiunto complessivo.

Il peso dell'Italia sul totale della Ue a 28 paesi in termini di numero di imprese tende a decrescere all'aumentare della dimensione media aziendale: 17,8% nella classe con 1-9 addetti, 14,2% in quella con 10-19 addetti, 10,6% nella fascia con 20-49 addetti, 8,7% per il segmento con 50-249 addetti e solo 7,3% per le grandi imprese.

Questa tendenza è confermata anche in termini di valore aggiunto. Le imprese italiane realizzano, infatti, l'11,2% del valore aggiunto della Ue a 28 paesi, ma l'incidenza cala progressivamente dal 15,7% per le microimprese al 14,8% per quelle con 10-19 addetti, all'11,8% per le unità con 20-49 addetti per arrivare all'8,8% per le grandi imprese.

L'esame del contributo delle tre principali classi dimensionali (microimprese, PMI, grandi imprese) al valore aggiunto delle diverse aree/paesi vede l'Italia, da un lato sostanzialmente allineata alla media Ue per quanto riguarda il peso delle PMI (che producono il 37,4% del valore aggiunto complessivo nel nostro Paese ed il 36,3% per la Ue), dall'altro molto distante per quanto riguarda il peso, elevato, delle microimprese (29,6% contro 21,2%) e quello, ridotto, delle grandi imprese (33% contro 42,3%).

Questa specificità è confermata anche con riferimento alla sola industria manifatturiera: in termini di valore aggiunto il peso relativo delle grandi imprese italiane sul totale nazionale è pari al 34,8% rispetto ad un'incidenza del 55% nella media Ue (65,4% in Germania). Il tessuto produttivo manifatturiero italiano conferma un elevatissimo tasso di imprenditorialità, testimoniato non solo da una massiccia presenza di microimprese (il doppio di quella della Francia e quasi tre volte quella della Germania), ma soprattutto da una rilevante numerosità di piccole imprese (circa 65mila unità, livello superiore anche a quello della Germania, con 59mila unità). Le medie imprese manifatturiere italiane, pur essendo la metà di quelle tedesche, hanno una numerosità superiore a quelle francesi, spagnole e del Regno Unito.

Sulla deludente performance economica del nostro Paese nell'ultimo decennio, le analisi hanno sottolineato più volte, per lo più in senso negativo, gli effetti di queste specificità sulla performance economica complessiva in un contesto competitivo generale profondamente modificato rispetto agli anni Novanta. Il cambiamento di contesto ha stimolato cambiamenti nella struttura organizzativa e nelle strategie delle imprese, con ricadute su livello di efficienza, flessibilità produttiva, posizionamento delle singole unità all'interno delle "catene del valore" e mercati più dinamici. Peraltro, il protrarsi della crisi sta determinando cambiamenti sostanziali anche nelle imprese esposte sui mercati esteri, le quali hanno risentito del rallentamento della domanda internazionale, e in particolare di quella dei mercati europei, loro principale area di sbocco.

In effetti, nel confronto europeo, i vincoli strutturali su efficienza e propensione alla crescita delle imprese, derivanti dalla massiccia presenza di unità economiche piccolissime dimensioni da un lato – solo parzialmente mitigata dalla presenza dei gruppi di imprese - e dalla scarsa presenza e dai problemi di competitività delle grandi imprese dall'altro, contribuiscono a spiegare una parte del divario rispetto alle altre maggiori economie dell'Unione monetaria nel periodo pre-crisi, insieme ad un rilevante ruolo negativo del cosiddetto "effetto-paese", che accomuna altre forme di inefficienza. D'altra parte, diverse analisi, già presentate dall'Istat, hanno evidenziato pure come le nostre Pmi abbiano guadagnato competitività nei confronti delle altre maggiori economie dell'Uem.

3. La rilevazione diretta sulle imprese nel contesto del 9° Censimento generale dell'Industria e dei Servizi

In questo quadro, la valutazione del potenziale di crescita delle nostre imprese e della possibilità di riavviare un processo di crescita significativo richiede uno sforzo di analisi che deve essere basato su dati rappresentativi di tutti i segmenti dell'apparato produttivo e di tutti gli aspetti rilevanti che possono incidere sulla competitività dell'impresa. La consapevolezza di alcuni limiti strutturali derivanti dal sistema delle statistiche europee sulle imprese (in particolare, l'esclusione delle microimprese, l'assenza di dati che consentano di valutare simultaneamente le diverse dimensioni – produttiva, organizzativa, di mercato ecc. – della competitività delle imprese) ha stimolato l'Istat a utilizzare l'occasione censuaria per colmare queste lacune conoscitive.

La rilevazione diretta sulle imprese del 9° Censimento generale dell'industria e dei servizi è stata quindi incentrata, sin dalla fase progettuale, proprio sull'esigenza di disporre di una "mappatura" quanto più completa possibile degli elementi di forza e di debolezza del sistema delle imprese, con uno sforzo specifico di misurazione degli assetti e delle strategie delle imprese di minore dimensione.

L'universo di riferimento della rilevazione è composto dal totale delle aziende con almeno 3 addetti (poco meno di 1,1 milioni di imprese), che assorbono circa 12,5 milioni di addetti. Restano escluse dalla rilevazione le imprese al di sotto di una soglia minima di complessità, in questo caso quelle con 1-2 addetti, che tuttavia in Italia ammontano a 3,3 milioni di unità e occupano 4,9 milioni di addetti.

L'intento è stato anche quello di completare il quadro informativo strutturale del censimento, derivante dai registri statistici fondati su dati amministrativi, con dati in prevalenza qualitativi sui fattori specifici e di contesto da cui dipendono le strategie d'impresa.

Sulla base di questi orientamenti, il questionario ha raccolto informazioni su: 1) Imprenditorialità, controllo e *governance*; 2) Capitale umano; 3) Relazioni tra imprese; 4) Mercato; 5) Innovazione; 6) Finanza; 7) Internazionalizzazione.

Si tratta di dimensioni della competitività delle imprese ritenute cruciali per superare le pressioni di un contesto globale sempre più competitivo ed i vincoli di un quadro macroeconomico nazionale ed europeo assai difficile anche in chiave prospettica.

4. Struttura, *governance*, risorse umane

Nel sistema produttivo italiano prevalgono modelli di *governance* relativamente semplificati, caratterizzati da un'elevata concentrazione delle quote di proprietà, un controllo prevalentemente familiare e una gestione aziendale accentrata.

La prevalente connotazione familiare delle imprese italiane sembra coinvolgere, seppure con intensità diverse, l'intero sistema delle imprese: il socio principale è una persona fisica nel 94,8% delle imprese che impiegano 3-9 addetti (microimprese), nell'83,9% delle piccole imprese (10-49 addetti), nel 54,2% delle medie (50-249 addetti) e permane elevata (25,3%) anche nelle grandi (250 addetti e oltre). La percentuale di imprese con primo socio estero è pari in media al 3% per le imprese fino a 49 addetti, all'8,3% per quelle di media dimensione (50-249 addetti) e al 17,3% per le grandi.

L'appartenenza a gruppi coinvolge l'11% delle imprese, con incidenze molto basse nelle microimprese (6,7%) e nelle piccole imprese (23,4%). Nelle medie imprese l'incidenza di quelle appartenenti ad un gruppo passa al 60,1%.

L'indagine sulle imprese ha previsto, per le imprese a conduzione familiare con meno di 10 addetti, una sezione dedicata all'imprenditorialità, che ha rilevato informazioni sociodemografiche sull'imprenditore e indagato alcuni aspetti fondamentali della vita dell'impresa per circa 705mila unità produttive. La larghissima maggioranza dei titolari di microimprese a conduzione familiare sono uomini (78,5%). Il titolo di studio prevalente tra gli imprenditori è il diploma di scuola media superiore (44%) seguito dalla licenza media (34%) (Figura 5); la quota di persone con studi universitari (laurea e post laurea, 14,8%) è comunque superiore a

quella dei meno istruiti (con nessun titolo di studio o licenza elementare, 7,2%). Nei settori dei servizi diversi dal commercio la quota di imprenditori che ha compiuto studi universitari è pari a poco meno di un quarto.

Complessivamente, il 46,3% degli imprenditori ha avuto come precedente esperienza lavorativa il lavoro dipendente, il 36,6% quello indipendente. La quota di titolari di impresa che non ha alle spalle una precedente esperienza di lavoro è quindi piuttosto bassa (17,1%), ma mostra una notevole variabilità settoriale: si passa dal 10,2% nel settore delle costruzioni al 21,6 nel commercio. Tra gli altri servizi spicca il 33,9% della sanità e assistenza sociale.

La proprietà delle microimprese appare piuttosto stabile nel tempo: nel 72,7% dei casi non vi è stato nel periodo 2006-2011, né è previsto per il 2012-2016, un passaggio generazionale; meno di un'impresa su 10 ha sperimentato un passaggio generazionale nel periodo 2006-2011, ma il 18,2% lo prevede entro il 2016. Lo scenario dei prossimi anni incorpora quindi una previsione di transizioni generazionali nel segmento dei microimprenditori che coinvolgeranno un'impresa su cinque.

Con riferimento al complesso delle imprese, per quanto riguarda la gestione, la presenza di una gestione diretta da membri della famiglia proprietaria e/o controllante è largamente prevalente fino alle imprese di medie dimensioni (circa 60% di queste). La scelta di affidare la conduzione dell'impresa a dei manager è profondamente influenzata dalla dimensione aziendale e passa da un'incidenza del 3,2% nelle micro al 10,1% nelle piccole, al 22,4% nelle medie fino ad arrivare a circa il 40% in quelle con almeno 250 addetti. La gestione manageriale dell'impresa si associa in modo significativo all'appartenenza a gruppi: infatti, nelle microimprese, per quelle che fanno parte di un gruppo (rappresentative di poco meno del 5% del complesso delle imprese con 3-9 addetti) l'incidenza della gestione manageriale sale al 17% circa, toccando il 20% nella classe dimensionale immediatamente superiore (Figura 6). Più contenute invece risultano le differenze settoriali e territoriali.

Un aspetto rilevante della *governance* delle imprese è dato, per le unità gestite dall'imprenditore o da un altro membro della famiglia proprietaria/controllante, dal grado di centralizzazione delle decisioni strategiche in merito alle diverse funzioni aziendali. Da questo punto di vista, un grado di controllo particolarmente elevato da parte dell'imprenditore o di un altro membro della famiglia proprietaria/controllante si rileva per l'attività principale dell'impresa (si riscontra in circa tre quarti delle imprese in tutte le classi dimensionali) e per l'amministrazione/finanza (poco oltre il 50%, con scarse differenze dimensionali). Livelli di centralizzazione elevati si rilevano, in ordine decrescente, per approvvigionamento (36-42% nelle varie classi dimensionali), per marketing, vendita e servizi post-vendita e per R&S (per entrambe le funzioni il 36-40% delle imprese nelle varie classi dimensionali), per gestione e formazione delle risorse umane (32-37%). Seguono le tecnologie informatiche (25-33%) e la distribuzione, trasporto e magazzinaggio (23-28%).

E' di particolare rilievo il fatto che l'andamento dimensionale di elevati livelli di controllo delle decisioni strategiche nelle diverse funzioni aziendali risulta sostanzialmente piatto: le intensità di interazione della famiglia proprietaria/controllante con le decisioni strategiche aziendali sono sostanzialmente le stesse nelle varie dimensioni aziendali.

La valorizzazione delle risorse umane attraverso la formazione del personale coinvolge solo 400mila imprese su circa un milione (il 37,9%), mostrando una diffusione fortemente crescente con la dimensione aziendale: il 32,6% nelle microimprese, il 56,3% nelle piccole imprese, il 79,4% nelle medie imprese e la quasi totalità delle grandi unità. Con riferimento alle microimprese, la tipologia di formazione più diffusa è rappresentata dai corsi di formazione a gestione esterna, adottati dal 17,2% delle imprese. Seguono i corsi di formazione gestiti direttamente dall'impresa (15,2%), mentre il 10,9% delle imprese è impegnato in attività di formazione alternative, quali il training on the job, l'apprendimento mediante rotazione programmata nelle mansioni, la partecipazione a convegni, workshop, ecc., la partecipazione a circoli di qualità o a gruppi di autoformazione, l'autoapprendimento.

Questi dati mostrano chiaramente come, nelle micro e piccole imprese, l'investimento in formazione assuma dimensioni molto limitate. Tuttavia, in numerosi settori le imprese di piccolissime dimensioni mostrano un'elevata propensione alla formazione dei dipendenti (Figura 7). Ad essere più interessati all'offerta di formazione sono, ad esempio, quelli dei servizi: almeno una microimpresa su due attiva processi formativi nelle assicurazioni, l'informatica, la ricerca scientifica, l'attività di ricerca, selezione e fornitura del personale, i servizi (sociali, sanitari e di altra natura) per la persona. Dal punto di vista territoriale, le microimprese che

investono maggiormente in formazione del personale si trovano in Valle D'Aosta, Friuli-Venezia Giulia, province autonome di Trento e Bolzano (Figura 8). Segue il gruppo delle grandi regioni industrializzate del Nord (Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna). Le microimprese del Centro, in generale, non sono molto distanti dal valore medio nazionale mentre il Sud è caratterizzato da un significativo ritardo raggiungendo le sue punte minime nel Molise (20,8%) e in Campania (21,9%).

L'accesso e l'adeguato sfruttamento delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione rappresentano strumenti con un impatto potenzialmente elevato sulla competitività e sulle potenzialità di crescita delle imprese, in particolare, di dimensioni minori. I dati dell'indagine mostrano, da questo punto di vista, un quadro relativamente deludente. Il 77% delle imprese tra i 3 e 9 addetti dispone di una connessione ad internet. Il 65,7% utilizza per collegarsi alla rete un collegamento in banda larga e il 16,5% accede alla rete con una connessione mobile.

In generale, il 42,2% delle microimprese reputa *Internet* non necessario o inutile per l'attività che svolge; tra quelle che hanno un collegamento a rete esterna, tale valutazione risulta valida per il 36,5%. Sembra che le potenzialità del *web* non siano riconosciute appieno dalle imprese di minore dimensione, che oltretutto indicano di non riscontrare problemi tecnologici legati alla lentezza o indisponibilità di accesso alla rete (ostacolo indicato solo dal 3,9% di queste). Le microimprese utilizzano Internet soprattutto per accedere ai servizi bancari e finanziari (62,8%) o per ottenere informazioni (42,1%), ma anche per svolgere procedure amministrative interamente per via elettronica (26,9%). Un terzo utilizza un sito web o pagine Internet. Il commercio elettronico viene effettuato dal 25,1% delle microimprese: l'opportunità di vendere on line è sfruttata soltanto dal 5,1%, mentre il 23,4% acquista sul web.

La frammentazione del sistema produttivo italiano, che non sembra mitigata, nelle micro e piccole imprese, dalla presenza dei gruppi di impresa, è associata ad intense relazioni tra imprese individuali. Il 63,3% delle imprese con almeno 3 addetti (oltre 660 mila unità) dichiara, infatti, di intrattenere almeno una relazione stabile, di tipo contrattuale o informale, con altre aziende o istituzioni. Nel contesto italiano, l'aspetto relazionale sembra emergere come uno dei più importanti per determinare profili d'impresa più o meno competitivi, associandosi – come si vedrà più avanti - a comportamenti più dinamici e orientati alla crescita.

La presenza di legami ha evidenti connotazioni dimensionali e settoriali. In primo luogo, la capacità di attivare accordi produttivi aumenta al crescere della dimensione d'impresa (Figura 9): dichiarano di avere almeno una relazione con altre imprese o istituzioni circa il 60% delle microimprese (500mila unità con 3-9 addetti), il 76,6% delle piccole (circa 142mila aziende con 10-49 addetti), l'84% delle medie (oltre 17mila imprese con 50-249 addetti) e la quasi totalità delle grandi imprese. Dal punto di vista settoriale, elevate propensioni alle relazioni si riscontrano nelle costruzioni e nell'industria in senso stretto; dal punto di vista territoriale, la presenza di relazioni tra imprese non si differenzia in misura significativa tra le diverse macro aree del Paese.

I rapporti di commessa e subfornitura sono largamente adottati dalle imprese di tutte le dimensioni, con differenze relativamente contenute nel caso della commessa (si passa dal 73% delle micro al 78,2% delle grandi imprese) e più accentuate per la subfornitura, che prevale presso le piccole e le medie imprese, in misura del 64% delle unità con relazioni.

Le motivazioni degli accordi di collaborazione interaziendale presentano una marcata componente settoriale (Figura 10): la tensione verso la riduzione dei costi, ad esempio, rappresenta una spinta ad attivare relazioni per quasi il 60% delle imprese industriali, ma per meno di una impresa su due nel caso dei servizi diversi dal commercio (quest'ultima percentuale scende ulteriormente al 36% e 37% all'interno dei comparti dei servizi finanziari e immobiliari). Divari proporzionalmente più netti si osservano anche nella finalità innovativa, espressa dal 30% delle imprese industriali a fronte di circa il 20% negli altri settori, e nell'accesso a nuovi mercati, indicato da quasi un'impresa industriale su tre, da circa il 24% delle imprese del commercio e da meno del 20% di quelle delle costruzioni e degli altri servizi.

Le risposte delle imprese sulla loro capacità di attivare relazioni interaziendali consentono di costruire una misura sintetica dell'intensità (oltre che della presenza) degli accordi di cooperazione, tenendo anche conto della multidimensionalità del fenomeno (varietà dell'insieme di strumenti utilizzati per dare forma agli accordi; ampiezza della rete di soggetti coinvolti; estensione geografica coperta dalle relazioni). L'"indicatore di connettività" che misura l'intensità delle relazioni intrattenute da ciascuna impresa (con un campo di

variazione comprese tra 0 e 100) mostra che, a fronte di un grado di connettività medio nel sistema pari a 15,7, tale intensità delle relazioni aumenta al crescere della dimensione d'impresa (come già nel caso della presenza stessa delle relazioni). Nel passare dalla classe delle microimprese a quella delle piccole l'intensità media aumenta, infatti, del 25% (da 14,7 a 18,3), fino ad aumentare del 70% in corrispondenza delle aziende di maggiore dimensione (25,6)(Figura 11). Nel meridione, anche laddove le relazioni sono diffuse, risultano mediamente poco intense (Figura 12).

5. Performance e strategie

Le strategie adottate dalle imprese negli ultimi anni sono state soprattutto di tipo difensivo: ben il 70,5% ha dichiarato che il mantenimento della propria quota di mercato è la strategia prevalente (Figura 13). Si tratta oltretutto dell'orientamento principale perseguito dalle imprese di tutte le classi dimensionali e da tutti i macrosettori, indipendentemente dall'appartenenza ad un gruppo e dal tipo di mercato di riferimento. Tuttavia a ciò si affiancano o si sostituiscono altre strategie più complesse; in particolare, quelle volte ad ampliare la gamma dei prodotti e servizi offerti (41,1% i), ad accedere a nuovi mercati (22,2) o ad attivare/incrementare collaborazioni con altre imprese (11,7%). Circa il 6% delle imprese segnala la scelta di dover ridimensionare la propria attività, mentre sono trascurabili le quote di imprese che intendono modificare il proprio assetto produttivo spostandosi da o verso o l'estero, situazione che del resto riguarda un numero di imprese ridotto seppure rilevanti sotto il profilo economico.

Le strategie sono condizionate fortemente dalla dimensione aziendale: al suo aumentare crescono sia il numero delle strategie adottate sia la rilevanza di quelle più complesse. In generale, il profilo strategico espresso dalle imprese di piccolissime dimensioni non è molto articolato e circa i due terzi adottano una sola strategia.

L'incidenza settoriale delle imprese che dichiarano strategie prevalentemente orientate all'accesso a nuovi mercati evidenzia da un lato notevoli regolarità, dall'altro qualche interessante specificità dimensionale. Nel segmento delle grandi imprese i settori che mostrano più elevate presenze di imprese fortemente orientate a nuovi mercati sono: tessile, articoli in pelle, abbigliamento, mobili, apparecchiature elettriche. Si tratta quindi di settori industriali fortemente rappresentativi del *Made in Italy* tradizionale. Tra le medie imprese spiccano i macchinari e le apparecchiature elettriche, i mobili, i prodotti elettronici; tra le piccole imprese emerge la chimica, i macchinari, i prodotti elettronici, le apparecchiature elettriche, i mobili; tra le microimprese si distinguono i prodotti farmaceutici, la chimica, i macchinari, i prodotti elettronici. L'orientamento a nuovi mercati interessa quindi in misura intensa comparti prevalentemente industriali, con differenziazioni dimensionali relativamente contenute.

La stessa analisi effettuata in relazione all'ampliamento della gamma di prodotti/servizi mostra un quadro maggiormente articolato. Per le grandi imprese, incidenze elevate di unità orientate all'ampliamento della gamma di prodotti/servizi si rilevano nei settori della fabbricazione della carta, le attività finanziarie e assicurative, le apparecchiature elettriche, la farmaceutica, i servizi di informazione e comunicazione, i macchinari. Per le medie imprese spiccano i prodotti farmaceutici, i prodotti elettronici, la chimica, le attività finanziarie e assicurative, le apparecchiature elettriche, i macchinari, i servizi di informazione e comunicazione. Più o meno lo stesso *ranking* si rileva per le piccole imprese mentre per le micro il commercio all'ingrosso si posiziona tra i comparti a più elevata propensione all'ampliamento della gamma di prodotti/servizi.

Le imprese con relazioni esprimono in generale strategie più dinamiche, soprattutto con riferimento all'accesso a nuovi mercati (Figura 14).

Il 57,8% delle imprese dell'industria e dei servizi con almeno 3 addetti (oltre 600mila unità) svolge la propria attività esclusivamente su un mercato locale; circa una su cinque amplia il suo raggio di azione al mercato nazionale e una quota di poco superiore si affaccia anche su mercati esteri. L'operatività a livello nazionale, e non solo locale, coinvolge oltre 150mila microimprese e 52mila piccole imprese.

La propensione delle imprese ad ampliare il proprio raggio di azione è sensibilmente influenzata dall'appartenenza a gruppi (Figura 15). Questo risultato dipende solo in parte dalla dimensione mediamente

più elevata delle imprese che fanno parte di gruppi; basti rilevare che anche per le microimprese, quando sono inserite in un gruppo, la propensione a operare esclusivamente sul mercato locale scende al 41,4%.

Il grado di connettività delle imprese sembra rappresentare un significativo fattore discriminante di diversi aspetti strategici.

Un primo aspetto è dato dalla relazione tra grado di connettività dell'impresa e orientamento di mercato (Figura 16). La presenza sui mercati esteri è chiaramente associata a un più elevato livello di quantità/qualità delle relazioni che caratterizzano l'impresa. Nel confronto tra imprese esposte sull'estero e imprese con un mercato al massimo nazionale gli indici di connettività mostrano quasi un raddoppio: per le microimprese l'indice passa da 12,6 a 22, per le piccole da 14,9 a 24,2, per le medie da 16,2 a 28,1 e per le grandi da 18,3 a 33,2. Inoltre, tra le imprese presenti solo sui mercati nazionali le differenze dimensionali in termini di connettività sono molto più contenute rispetto a quelle che si rilevano per le imprese presenti sui mercati esteri.

Un secondo aspetto è relativo al contesto relazionale associato all'innovazione (Figura 17). La presenza di relazioni tende almeno in parte a compensare il *gap* legato alle dimensioni: in ogni classe dimensionale la quota di imprese innovatrici tra le aziende con relazioni è infatti pari o superiore alla quota di imprese innovatrici – ma prive di relazioni – appartenenti alla classe dimensionale immediatamente superiore. Inoltre, le imprese che innovano mostrano un grado di connettività con le altre imprese notevolmente superiore a quello delle imprese che non introducono innovazioni (Figura 18). Il *gap* di connettività tra imprese innovative e non tende ad aumentare con la dimensione aziendale.

La percezione delle imprese della propria posizione competitiva rispetto ai concorrenti mostra come solo il 6,9% delle unità (72mila imprese) percepisca un posizionamento migliore, rispetto al 19,1% che segnala una situazione di debolezza (200mila). Una microimpresa su cinque esprime una valutazione negativa della propria posizione competitiva, con una quota di solo il 6,2% delle imprese che rilevano una posizione di maggiore forza. All'aumentare della dimensione aziendale aumenta l'incidenza delle imprese consapevoli di una propria posizione di forza: 9,2% nelle piccole imprese, 13,7% nelle medie, 17,5% nelle grandi.

Il saldo tra le imprese che si sentono più forti e quelle che si sentono più deboli rispetto ai competitors è fortemente negativo per le micro e piccole imprese, lievemente positivo per le medie e fortemente positivo per le grandi imprese. A livello settoriale, il saldo peggiore si ha nell'industria in senso stretto, sulla base di elevate incidenze di micro e piccole imprese pessimiste sulla propria capacità competitiva.

La ricerca di una maggiore competitività è, sostengono le imprese, frenata da ostacoli di diversa natura (Figura 19). Tra i fattori segnalati più diffusamente vi è la mancanza di risorse finanziarie (40,4% delle imprese); seguono la scarsità o mancanza di domanda (36,8%) e gli oneri amministrativi e burocratici (34,5%) e un contesto socio-ambientale sfavorevole (23,2%). Viceversa, le imprese percepiscono come fattori relativamente meno gravi la carenza di infrastrutture, la mancanza di risorse qualificate e la difficoltà nel reperire personale o fornitori, segnalati come significativi elementi di freno da meno del 4% circa delle imprese.

All'aumentare della dimensione le imprese tendono a segnalare meno ostacoli. Se in generale le imprese di dimensione minore (micro e piccole) sono quelle che maggiormente risentono di ostacoli alla loro competitività, in particolare a causa della mancanza di risorse finanziarie e di troppi oneri amministrativi e burocratici, è il contesto socio-ambientale, soprattutto dalle grandi imprese, ad essere segnalato come fonte di problemi (circa 30%).

Colpisce invece in modo più uniforme tutte le classi dimensionali la scarsità o mancanza di domanda; a livello settoriale l'incidenza di imprese che segnalano questa difficoltà è più elevata nell'industria in senso stretto e nelle costruzioni (circa 44%), scende al 38,5% nelle commercio e al 29,3% negli altri servizi.

Seppure con una variabilità ridotta, l'incidenza di difficoltà legate alla mancanza di risorse finanziarie tende a ridursi spostandosi da Sud verso Nord; al contrario, i problemi causati dalla burocrazia e dalla scarsità della domanda sono meno frequentemente segnalati dalle imprese del Sud e delle Isole.

L'analisi incrociata dimensione/settore evidenzia come la in generale le micro e piccole imprese delle costruzioni segnalino con frequenze elevatissime ostacoli riconducibili alle risorse finanziarie, alla domanda,

agli oneri burocratici e amministrativi. Problemi di natura finanziaria vengono rilevati con intensità elevata anche dalle microimprese industriali mentre la carenza di domanda è denunciata dalle grandi imprese industriali e i difficoltà dovute al contesto socio-ambientale dalle grandi imprese del commercio.

E' da sottolineare che scelte comportamentali e strategiche più articolate e contesti competitivi più complessi sono generalmente associati ad una maggiore rilevanza di diverse tipologie di ostacoli. Ad esempio, far parte di un gruppo di imprese riduce solamente la pressione di vincoli di natura finanziaria; competere su mercati via via più ampi comporta l'aumento evidente delle diverse tipologie di impedimenti; tra le imprese il cui obiettivo è il mantenimento della quota di mercato solo il 20% segnala tutti i tre gli ostacoli sopra elencati; quota che raddoppia per quelle imprese che adottano principalmente altri tipi di strategie, incluse quelle di collaborazione con altre imprese.

6. Una prima sintesi

L'analisi multivariata, condotta utilizzando esclusivamente variabili che caratterizzano il comportamento delle imprese e non variabili di struttura o di performance economica, ha permesso di identificare cinque raggruppamenti di imprese.

Il gruppo quantitativamente più rilevante (**le imprese "conservatrici"**) include quasi il 64% delle imprese (670mila unità, con un'occupazione di quasi 6 milioni di addetti), con una dimensione media di 8,9 addetti, relativamente più presenti nel settore dei servizi diversi dal commercio e delle costruzioni. Sono imprese caratterizzate da un profilo strategico semplice (poche strategie e per lo più difensive), con bassa propensione all'innovazione (innova solo il 20%) e rivolte soprattutto ai mercati locali (circa il 67%). In questo raggruppamento sono particolarmente rappresentate le imprese meridionali e, in misura inferiore quelle del Centro. Dal punto di vista dimensionale, in questo raggruppamento sono presenti i due terzi delle microimprese, poco più della metà delle piccole imprese, il 40% delle medie imprese e il 30% delle unità di maggiore dimensione. Come si vede, il profilo delle imprese "conservatrici" permea gran parte del sistema produttivo italiano, essendo presente in misura consistente in tutte i segmenti dimensionali.

Il secondo gruppo (**le imprese "dinamiche tascabili"**) comprende poco meno del 20% delle imprese (circa 205mila unità, con 2,6 milioni di addetti), con un profilo settoriale simile a quello medio e una dimensione di poco inferiore ai 13 addetti. Sono imprese con un profilo strategico articolato che puntano molto su diversificazione produttiva e nuovi prodotti, esprimendo un'elevata propensione innovativa (52%) anche se rimangono legate prevalentemente al mercato locale (55,8%). L'incidenza di questo raggruppamento di imprese è poco variabile all'interno delle diverse classi dimensionali. In termini assoluti, il gruppo comprende 160mila microimprese e 37mila piccole imprese.

Il terzo e quarto raggruppamento includono poco più del 7% delle imprese.

Il terzo (**le imprese "aperte"**), conta 75mila unità, assorbe 1,7 milioni di addetti e registra una dimensione media di 22,9 addetti. Questo gruppo è caratterizzato settorialmente da una presenza piuttosto elevata d'imprese industriali (il 42,7%), da un'elevata internazionalizzazione (quasi il 70% opera sul mercato estero), da un'apertura verso nuovi mercati (circa una su due), da una capacità di attivare relazioni con altre imprese (100%) e da una forte propensione innovativa (59,1%). In questo raggruppamento di imprese sono molto presenti unità del Nord-ovest (il 38,1%) e del Nord-est (28,5%). Tale tipologia di impresa incide solo per il 5% tra le microimprese (che comunque sono presenti in questo raggruppamento con circa 50mila unità), per il 12% tra le piccole imprese (circa 20mila unità), il 15% tra le medie imprese e per il 17% tra le grandi.

Il quarto raggruppamento (**le imprese "innovative"**) conta 74mila imprese, che impiegano 1,5 milioni di addetti e mostrano una dimensione media di 19,8 addetti per impresa. Esse presentano un profilo settoriale abbastanza simile a quello medio e sono connotate soprattutto dalla dominanza di comportamenti innovativi, risultando molto attive anche sul fronte delle relazioni di collaborazione. In questo raggruppamento, caratterizzato da un forte orientamento al mercato domestico alla competitività di prezzo e alla qualità del prodotto, le imprese meridionali hanno una presenza relativa lievemente superiore al loro peso complessivo. Le microimprese sono presenti con 49mila unità e le piccole imprese con circa 20mila unità.

Infine, il quinto (**le imprese “internazionalizzate spinte”**) include solo il 2,6% delle imprese (27mila unità, che impiegano 1,1 milioni di addetti), per una dimensione media di 39,5 addetti. Tra tutti i raggruppamenti, in questo è massima l'incidenza delle imprese appartenenti a gruppi. Quasi un'impresa su due fa parte dell'industria mentre sono molto sottorappresentati i servizi diversi dal commercio. L'apertura verso l'estero di queste imprese è massima (coinvolge oltre il 90%), così come la capacità di attivare relazioni (100%), molto elevata risulta anche la propensione ad innovare (68,9%). Flessibilità produttiva e diversificazione rappresentano i più rilevanti fattori competitivi mentre l'aumento della gamma di prodotti e l'accesso a nuovi mercati costituiscono le loro principali caratterizzazioni strategiche. Quasi un'impresa su due è residente nel Nord-ovest e solo il 9% è attivo nel Mezzogiorno. Dal punto di vista dimensionale, sono presenti l'1,9% delle microimprese, il 5% delle piccole, l'11% delle medie ed il 15% delle grandi unità.

Complessivamente, il quadro che emerge è che i diversi settori e soprattutto le diverse dimensioni aziendali sono attraversati da profili d'impresa notevolmente eterogenei. Comportamenti e strategie complesse e a elevato potenziale di crescita e competitività sembrano alla portata di molte imprese di piccole dimensioni in tutti i settori e in tutte le aree del Paese; un'area di conservazione e comportamenti difensivi risulta comunque molto estesa, e coinvolge anche ampi segmenti di imprese di medie e grandi dimensioni.

Tavole e figure

Figura 1. Andamento del Pil in Italia e nell' Area Euro – T1:2007-T3:2013
 Maggiori economie dell'Unione: numeri indice (base T1: 2007=100)

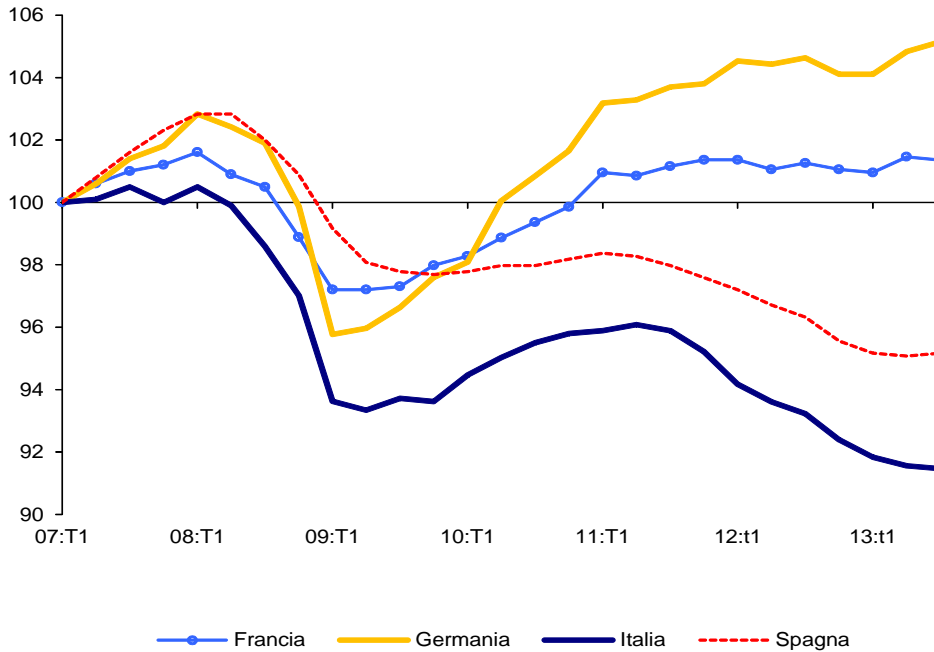


Figura 2. Crescita del Pil e della produttività oraria del lavoro – Anni 2000-2012
 Variazioni percentuali

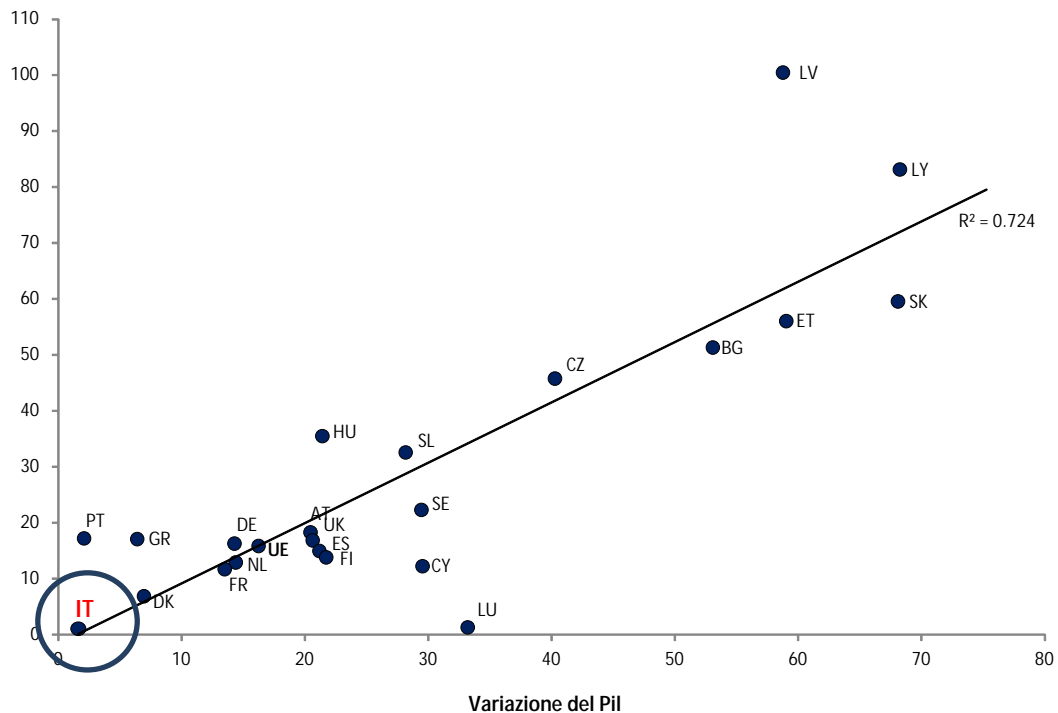




Figura 3. Andamento del Pil in Italia e nell' Area Euro – T1:2007-T3:2013

Variazioni congiunturali e tendenziali

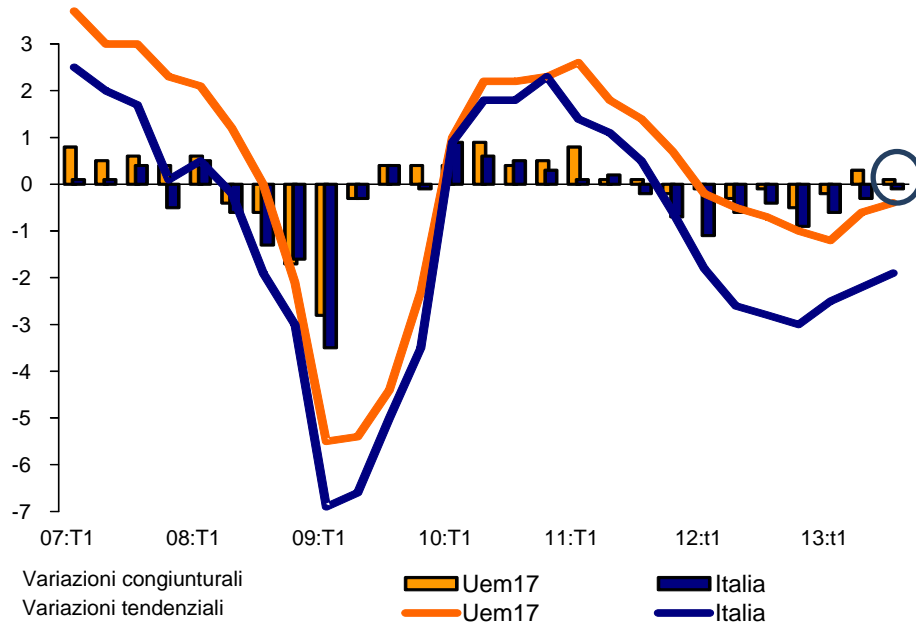


Figura 4. Indici mensili del fatturato interno ed estero del settore manifatturiero

(dati deflazionati e destagionalizzati – 2010=100)

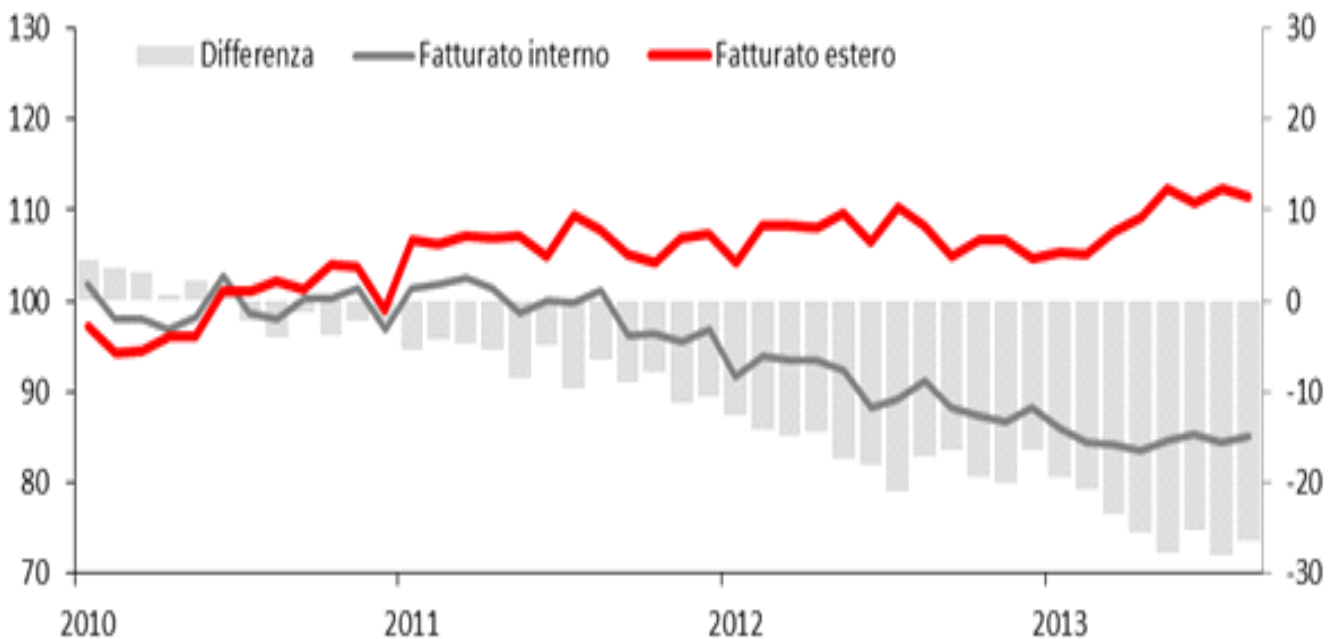


Figura 5. Titolari di impresa per titolo di studio e macrosettore. Censimento 2011 - Rilevazione multiscopo sulle imprese - valori percentuali

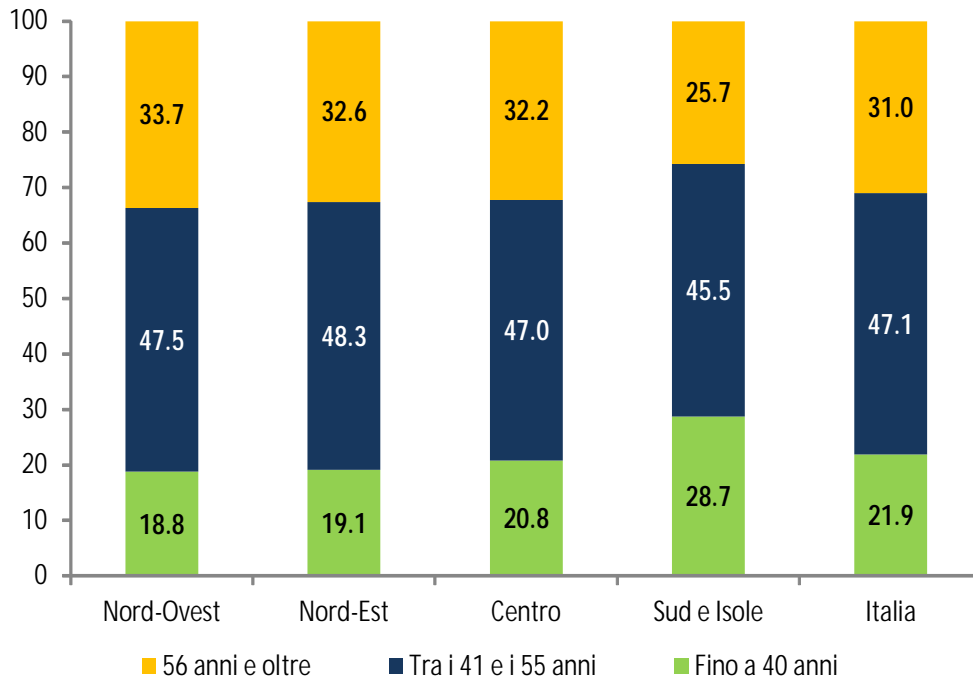


Figura 6. Imprese appartenenti e non appartenenti a gruppi per tipo di gestione e classe di addetti. Censimento 2011 - Rilevazione multiscopo sulle imprese - valori percentuali

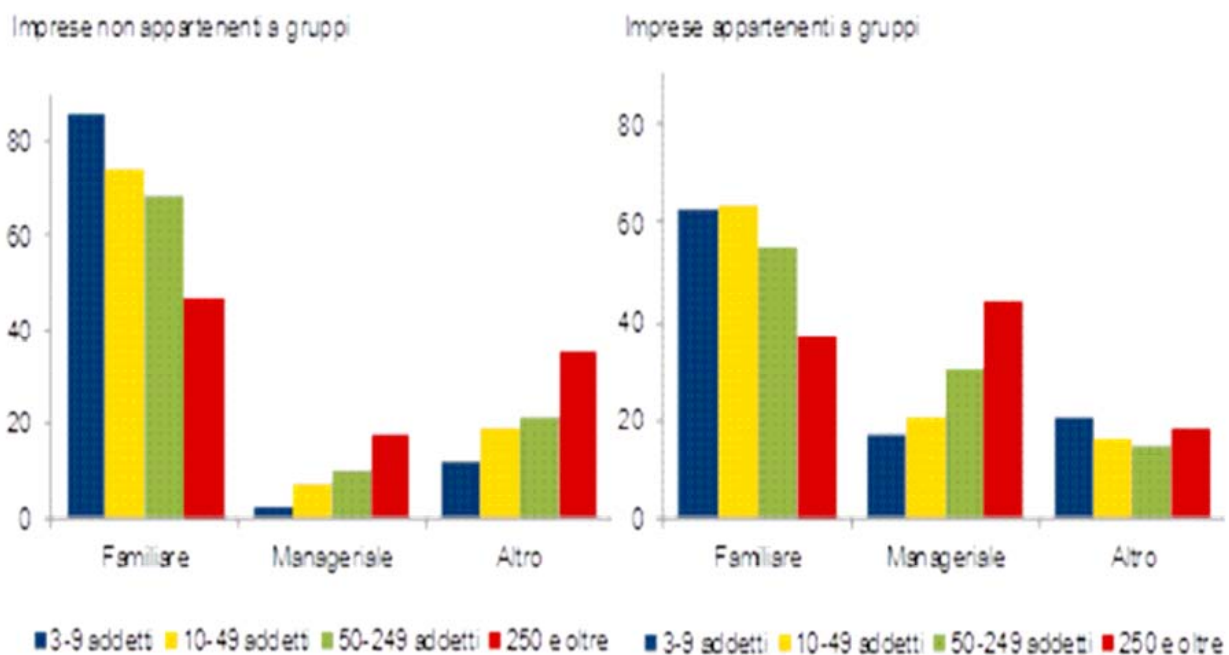


Figura 7. Settori con alta frequenza di microimprese che hanno investito in formazione aziendale. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese Valori percentuali

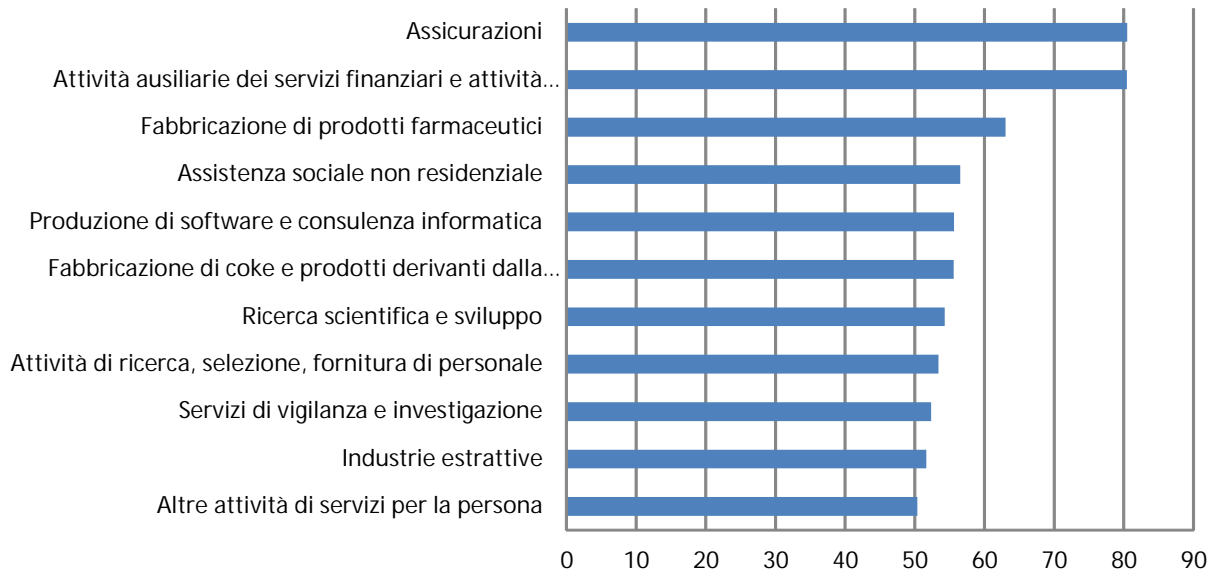


Figura 8. Microimprese che hanno investito in formazione aziendale, per regione. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese Valori percentuali

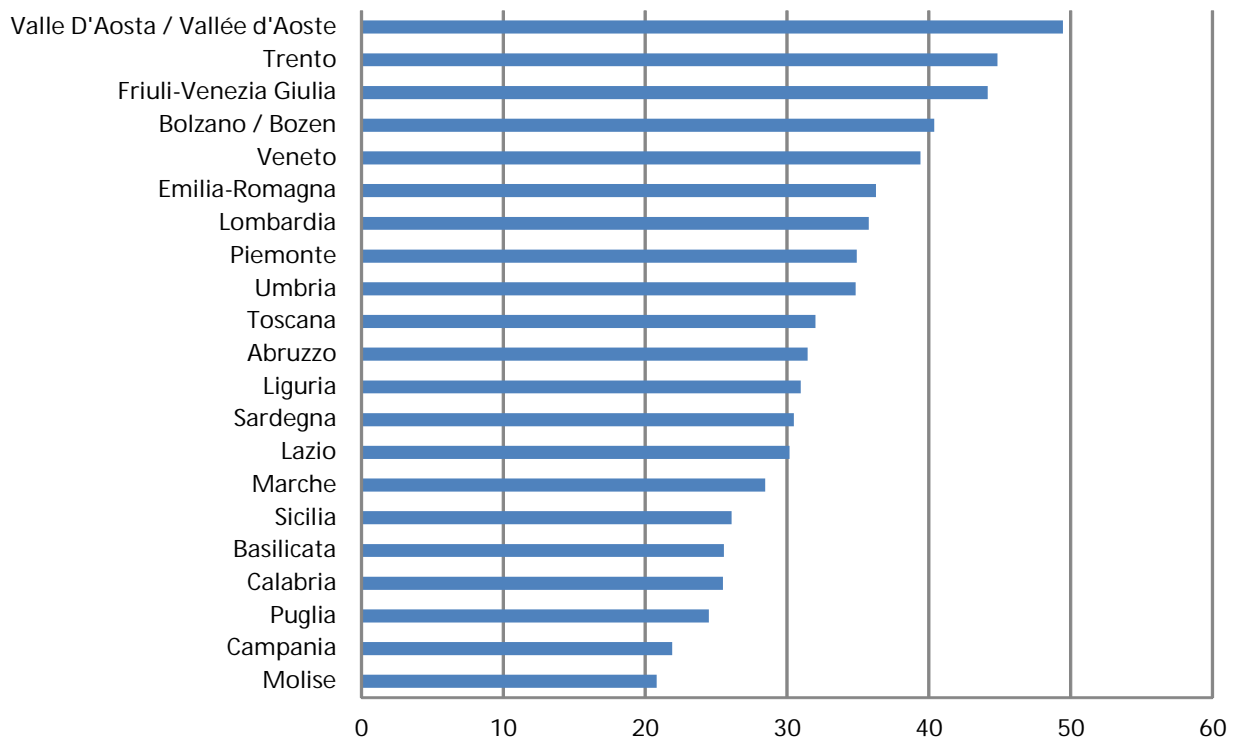




Figura 9. Imprese che dichiarano di avere relazioni, per classe di addetti e macrosettore - Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese. Valori percentuali

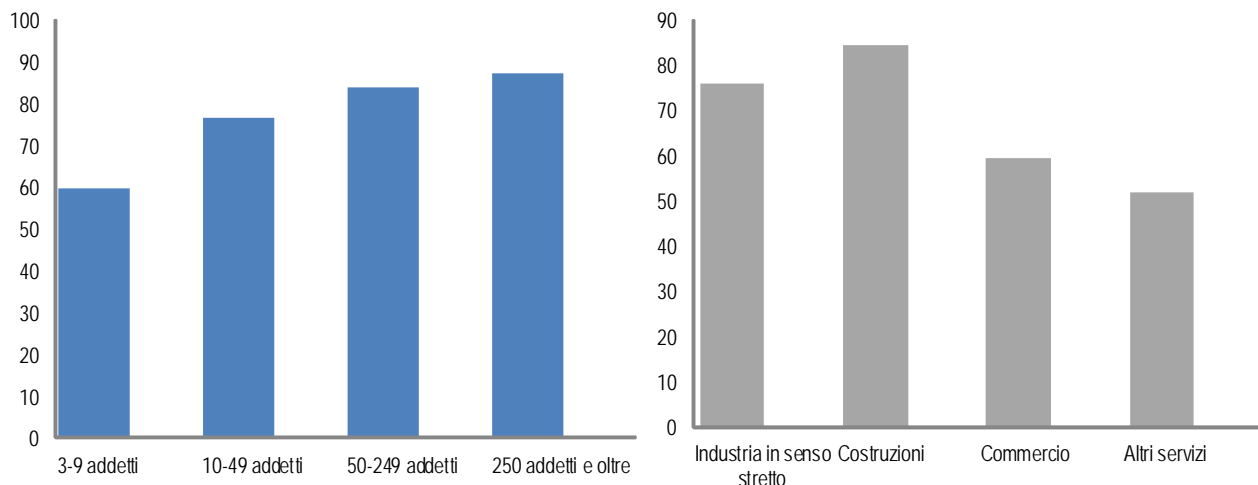


Figura 10. Motivazioni per l'attivazione di relazioni, per macrosettori. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese. In percentuale delle imprese con almeno una relazione.

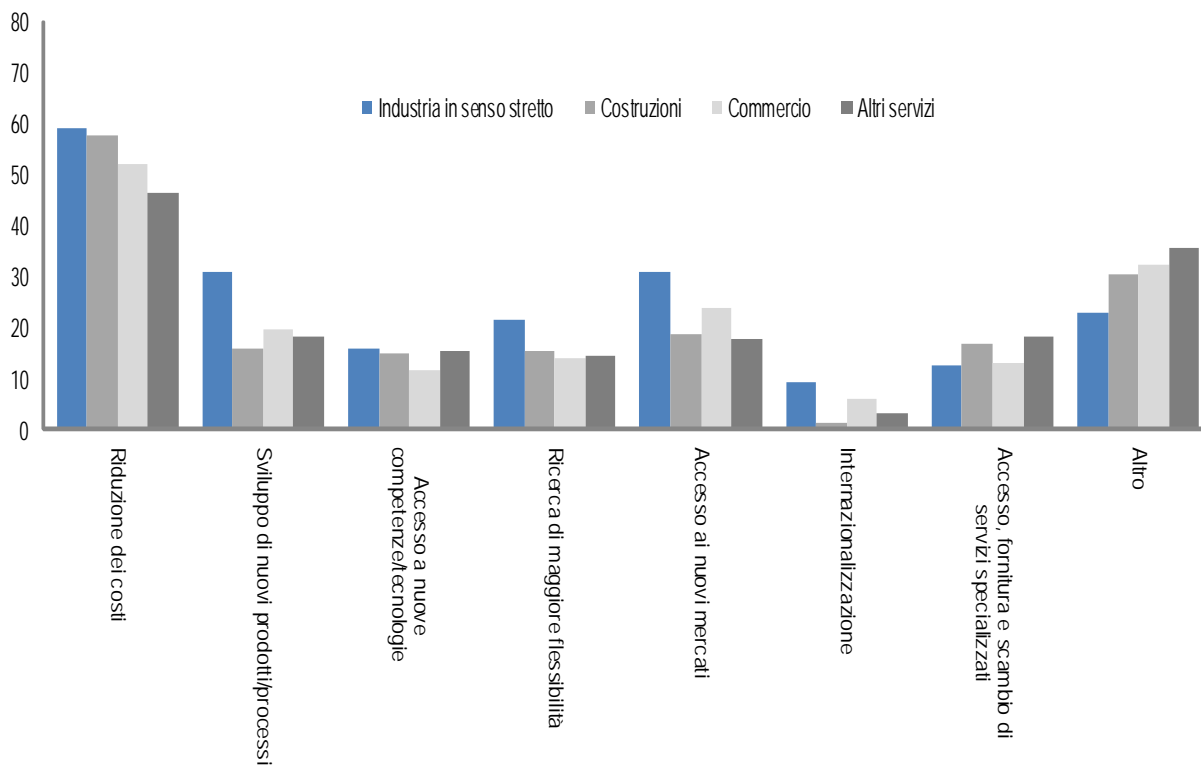
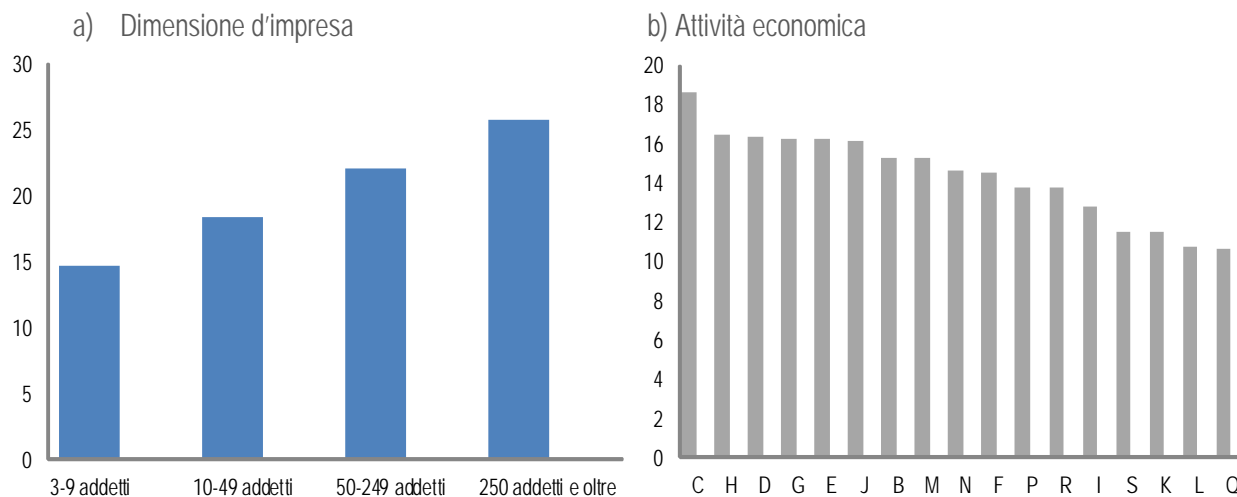


Figura 11. Grado di connettività (a) per classi di addetti e attività economica. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese. Valori medi



LEGENDA SETTORI

B - Attività estrattive	J - Informazione e comunicazione
C - Manifattura	K - Attività finanziarie e assicurative
D - Forniture energetiche	L - Attività immobiliari
E - Fornitura di acqua e gestione rifiuti	M - Attività professionali, scientifiche e tecniche
F - Costruzioni	N - Noleggio, agenzie di viaggio, servizi alle imprese
G - Commercio all'ingrosso e al dettaglio; rip. autoveicoli	P - Istruzione
H - Trasporto e magazzinaggio	Q - Sanità e assistenza sociale
I - Alloggio e di ristorazione	R - Attività artistiche, sportive, di intrattenimento
	S - Altri servizi

(a) misura l'intensità delle relazioni intrattenute da ciascuna impresa e, per costruzione, assume valori compresi tra 0 e 100.



Figura 12. Grado di connettività per provincia. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese. Valori medi

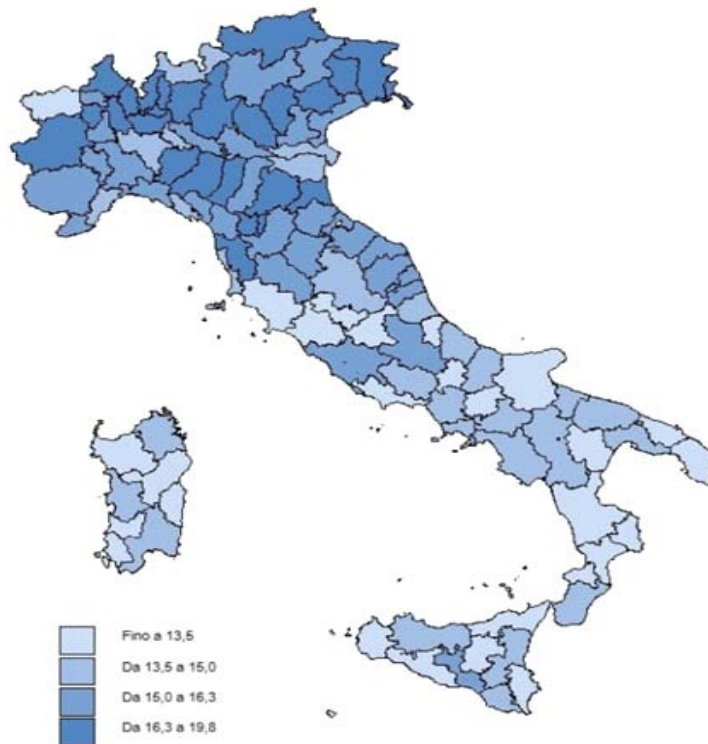


Figura 13. Principali strategie adottate dalle imprese per classe di addetti e macrosettore. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese. Valori percentuali.

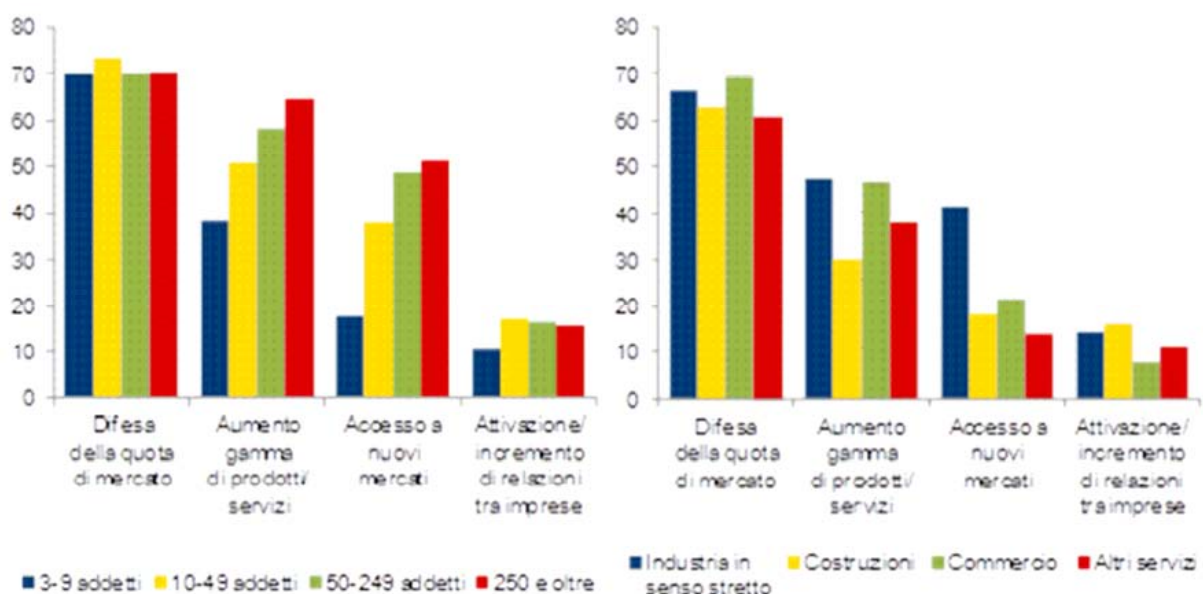


Figura 14. Presenza di relazioni e orientamento strategico dell'impresa. Censimento 2011 – Rilevazione multiscope sulle imprese. Valori percentuali.

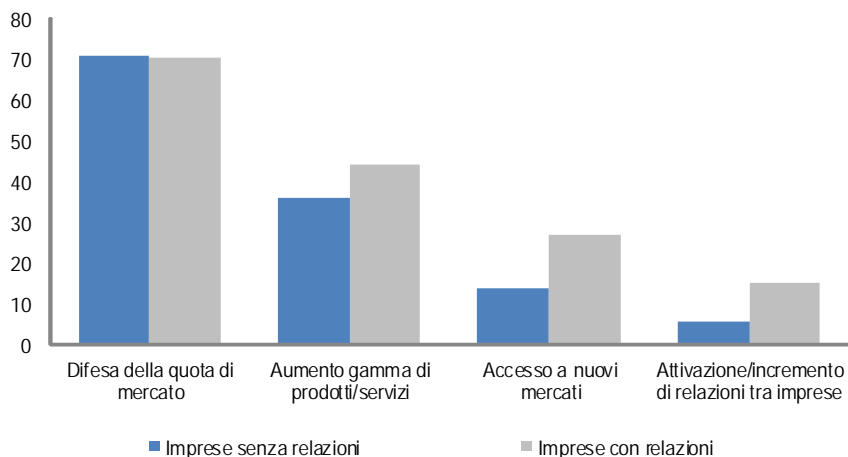


Figura 15. Imprese per mercato di riferimento, appartenenza a gruppi e macrosettore. Censimento 2011 – Rilevazione multiscope sulle imprese. Valori percentuali

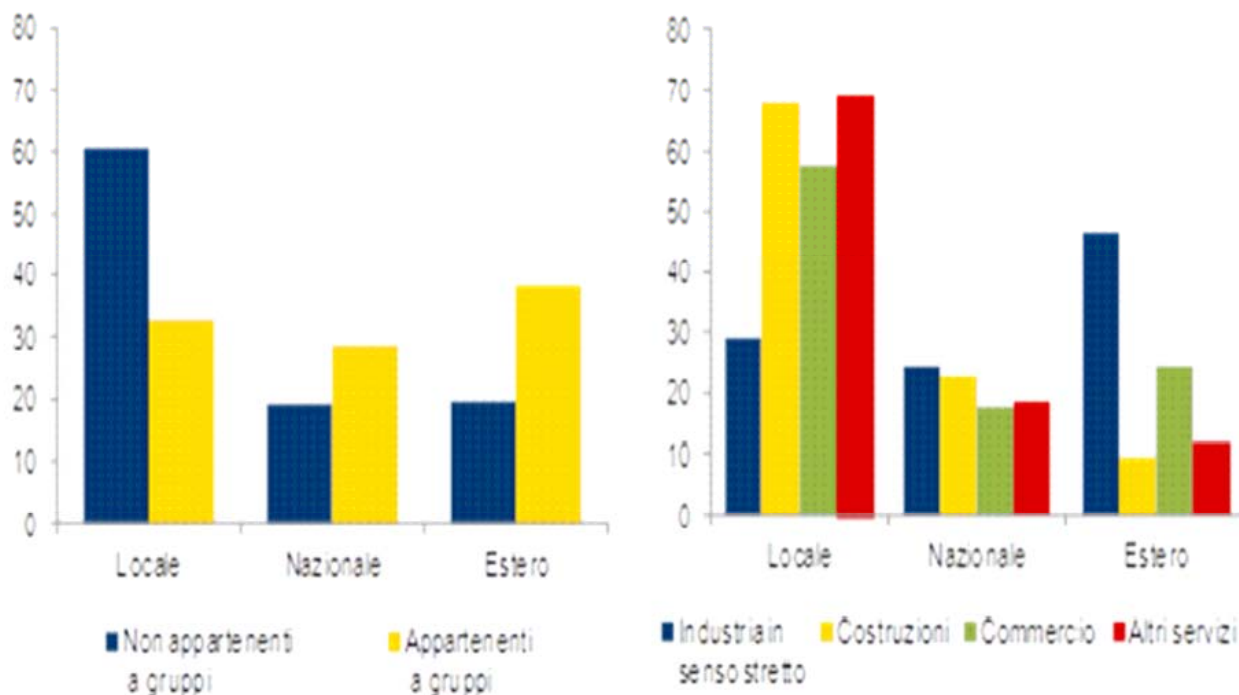


Figura 16. Grado di connettività delle imprese per mercati e classe di addetti. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese.

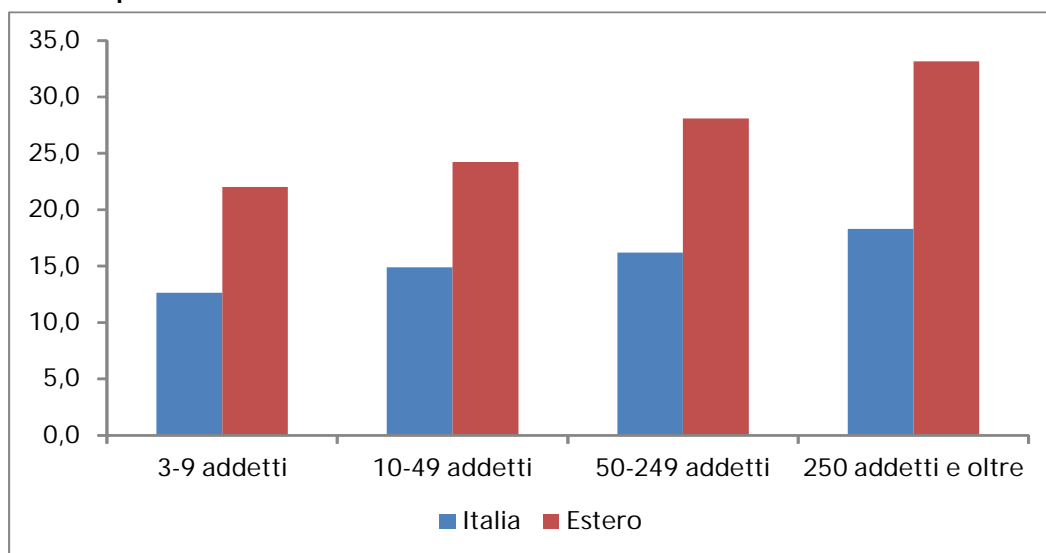


Figura 17. Imprese innovatrici e presenza di relazioni, per dimensioni d'impresa e macrosettore. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese Valori percentuali

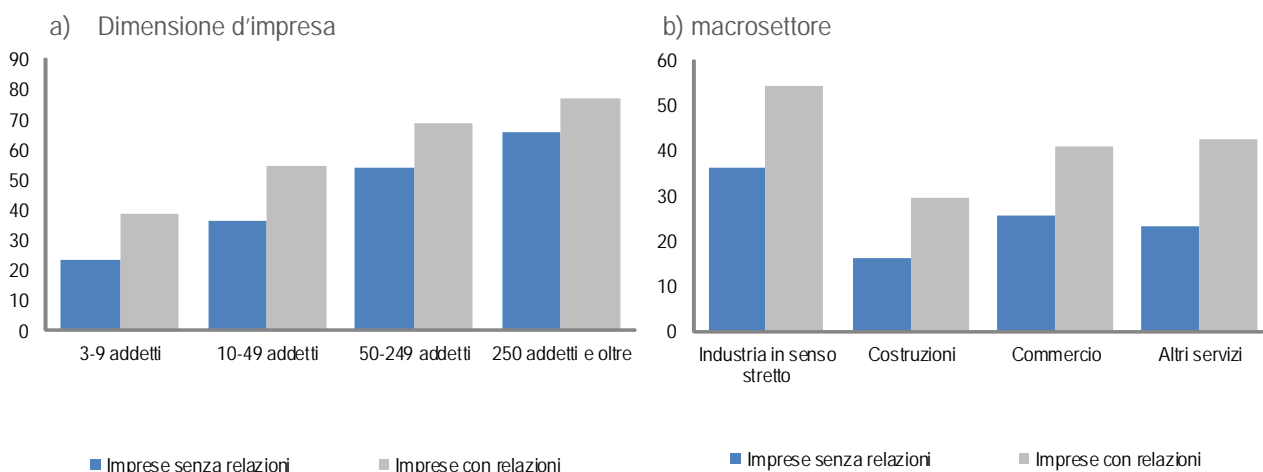


Figura 18. Grado di connettività delle imprese innovatrici e non innovatrici per classe di addetti. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese.

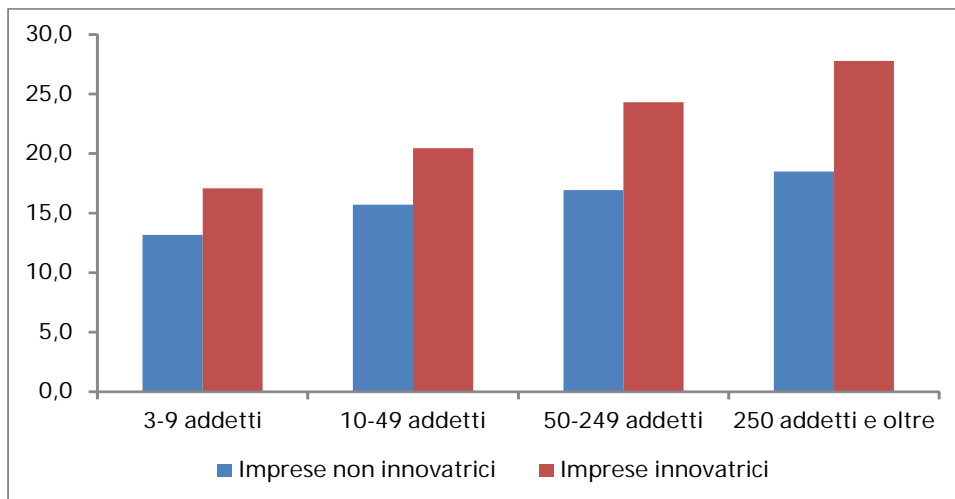


Figura 19. Principali fattori che hanno ostacolato la competitività dell'impresa per classe di addetti e mercato di riferimento. Censimento 2011 – Rilevazione multiscopo sulle imprese. Valori percentuali.

