

Unioncamere



**LE PICCOLE
E MEDIE IMPRESE
NELL'ECONOMIA
ITALIANA**

RAPPORTO 2004

**Il ruolo dell'imprenditoria
minore. Una analisi
in prospettiva**

Realizzato a cura
dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne

FrancoAngeli

Unioncamere/Centro Studi

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati
possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it o scrivere,
inviando il loro indirizzo, a: “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

Il presente Rapporto è stato realizzato da un gruppo di ricerca coordinato dal dottor Giuseppe Capuano dell'Istituto Tagliacarne e dal dottor Claudio Gagliardi di Unioncamere.

In particolare:

- la **Sezione I** è stata curata da:
Giuseppe Capuano – Istituto Tagliacarne (capitolo 1)
Alessandro Rinaldi – Istituto Tagliacarne (capitolo 2)
- la **Sezione II** è stata curata da:
Piergiuseppe Morone – Università La Sapienza (capitolo 1)
Roberto Maldacea – LUMSA (capitolo 2)
Corrado Martone e Paolo Cortese – Istituto Tagliacarne (capitolo 3)
Filippo Reganati – Università di Foggia (capitolo 4)
- la **Sezione III** è stata curata da:
Alberto Pastore – Università La Sapienza (capitoli 1 e 2)
- la **Sezione IV** è stata curata da:
Giuseppe Capuano – Istituto Tagliacarne (capitoli 1 e 2)

L'analisi multivariata è stata curata da Corrado Abbate.

La supervisione dello studio è stata operata da un **Comitato Scientifico** presieduto dal prof. Luigi Pieraccioni e composto da:
prof. Gaetano Maria Golinelli (Università La Sapienza)
prof. Cesare Imbriani (Università La Sapienza)

Copyright © 2005 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

Ristampa						Anno												
0	1	2	3	4	5	6	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016

È vietata la riproduzione, anche parziale, effettuata a qualsiasi titolo, eccetto quella ad uso personale. Quest'ultima è consentita nel limite massimo del 15% delle pagine dell'opera, anche se effettuata in più volte, e alla condizione che vengano pagati i compensi stabiliti dall'art. 2 della legge vigente. Ogni fotocopia che eviti l'acquisto di un libro è illecita ed è severamente punita. Chiunque fotocopie un libro, chi mette a disposizione i mezzi per farlo, chi comunque favorisce questa pratica commette un reato e opera ai danni della cultura.

Stampa: Deltagrafica, Via G. Pastore 9, Città di Castello.

Indice

Premessa, di *Carlo Sangalli* pag. 9

Introduzione, di *Giancarlo Sangalli* » 13

Sezione I

Le dinamiche delle imprese manifatturiere italiane

- 1. Le trasformazioni del sistema produttivo manifatturiero dopo il “tunnel” della crisi** » 21
 - 1.1. Dall’“ispessimento” alla costituzione di un “ceto medio” » 21
 - 1.2. Le previsioni 2004-2005 premiano il “ceto medio” » 25
 - 1.2.1. Le performance aziendali in termini di fatturato » 26
 - 1.2.2. Una crescita non neutrale per l’occupazione » 32
- 2. Il valore aggiunto prodotto dalle PMI** » 38
 - 2.1. Introduzione » 38
 - 2.2. Il valore aggiunto manifatturiero per classi dimensionali » 39

Sezione II

I fattori della crescita delle imprese manifatturiere

- 1. I fattori di competitività delle PMI** » 49
 - 1.1. Introduzione ai fattori di competitività: uno sguardo d’insieme » 49
 - 1.2. Le tesi principali » 50
 - 1.3. Competitività e globalizzazione: i nodi sul tappeto » 51
 - 1.3.1. Competitività e capacità innovativa » 55
 - 1.3.2. Competitività e nuove tecnologie dell’informazione » 56
 - 1.3.3. Competitività e *network* di imprese » 58
 - 1.3.4. Competitività ed internazionalizzazione delle PMI » 59

1.4. I risultati dell'indagine: un quadro d'insieme	pag.	60
1.5. Strategie della competitività: i risultati dell'indagine	»	65
1.6. Strategie della competitività: un'analisi multivariata	»	72
2. L'information & communication technology nelle PMI	»	76
2.1. Premessa	»	76
2.2. I risultati dell'indagine – <i>Information & communication technology</i> – settore manifatturiero	»	80
2.3. L'ICT e il <i>network</i> d'impres nel sistema distrettuale italiano	»	87
2.4. L'innovazione e gli scenari futuri	»	89
3. Le dinamiche imprenditoriali nei distretti industriali	»	92
3.1. Introduzione	»	92
3.2. L'evoluzione del modello di specializzazione italiano	»	94
3.3. Le sfide dei distretti industriali	»	96
3.4. I comportamenti innovativi nei distretti industriali	»	99
3.5. Modelli relazionali e capacità competitiva	»	102
3.6. I distretti e la globalizzazione	»	105
3.7. Le prospettive di sviluppo competitivo dei distretti industriali	»	112
4. I processi di internazionalizzazione delle PMI	»	117
4.1. L'internazionalizzazione delle imprese italiane: uno sguardo d'insieme	»	117
4.1.1. L'internazionalizzazione commerciale	»	118
4.1.2. L'internazionalizzazione produttiva	»	122
4.2. Internazionalizzazione e performance competitiva delle PMI	»	126
4.3. Le determinanti dell'internazionalizzazione delle imprese	»	130
4.3.1. Le determinanti dell'internazionalizzazione delle PMI: i risultati dell'indagine	»	133
4.4. Opportunità e rischi per le PMI esportatrici italiane	»	138
4.5. Tipologia e determinanti degli accordi di collaborazione con imprese estere	»	142

Sezione III

Le dinamiche evolutive della distribuzione in Italia. Il ruolo delle PMI commerciali

1. Scenari e strategie di sviluppo	»	153
1.1. Introduzione	»	153
1.2. I temi principali della ricerca	»	153

1.3. Il prodotto commerciale	pag. 156
1.4. Competitività ed innovazione delle formule distributive	» 160
1.5. L'evoluzione dello scenario distributivo in Europa e in Italia	» 162
1.5.1. L'evoluzione dell'apparato distributivo nel settore <i>grocery</i>	» 166
1.5.2. L'evoluzione dell'apparato distributivo nel settore <i>non-grocery</i>	» 170
1.6. L'internazionalizzazione della distribuzione	» 173
1.7. I rapporti tra industria e distribuzione	» 175
1.8. L'e-commerce	» 178
1.9. Le reti e l'associazionismo nella distribuzione commerciale	» 186
1.10. Le problematiche competitive per le PMI commerciali	» 191
2. I risultati dell'indagine	» 194
2.1. Il campione	» 194
2.2. Le performance delle PMI commerciali	» 195
2.3. L'ambiente competitivo	» 198
2.4. Gli orientamenti strategici e gestionali	» 203

Sezione IV

Dinamiche e trasformazioni nei rapporti banche-imprese

1. Il credito come fattore di competitività e sviluppo di un sistema economico	» 211
1.1. Introduzione	» 211
1.2. Il quadro teorico di riferimento delle tesi interpretative	» 213
2. Le relazioni tra il sistema creditizio e le PMI manifatturiere e del commercio	» 216
2.1. Un sistema "bancocentrico"	» 216
2.2. La "relazionalità" tra sistema creditizio e sistema di impresa	» 221
2.3. L'impatto dei processi di acquisizione/fusione bancari sul territorio e sulle PMI	» 230
2.4. L'applicazione degli Accordi di Basilea II: una opportu- nità o un fattore di crisi per l'impresa	» 237
Appendice metodologica	» 243
Modalità di realizzazione dell'indagine campionaria	» 245
Metodologie statistiche utilizzate e linee per l'interpretazione dei risultati delle analisi multivariate	» 247
Bibliografia	» 249

Premessa

Il presente Rapporto su *Le piccole e medie imprese nell'economia italiana*, curato dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne, si inserisce all'interno delle attività di ricerca e di monitoraggio sull'evoluzione del tessuto imprenditoriale italiano che Unioncamere realizza e sottopone quale contributo di analisi a coloro i quali, ai vari livelli e con diverse finalità, si occupano di politiche di intervento su scala settoriale e territoriale. Un'analisi che oggi, con sempre maggiore evidenza, pone l'accento sulle traiettorie di sviluppo e sulle modificazioni organizzative che stanno caratterizzando il mondo delle aziende, a partire da quelle di medie dimensioni.

I risultati di indagine di seguito esposti confermano come questo segmento, definito il "ceto medio" del nostro sistema produttivo, possa essere a ragione considerato la punta di diamante della presenza italiana sui mercati internazionali. Le medie imprese competono e hanno successo grazie a strategie "aggressive", basate sull'incremento della qualità dei prodotti, sull'innovazione, sui servizi alla clientela e su politiche produttive e commerciali impostate su accordi di cooperazione con altre aziende, in Italia e all'estero. La capacità di concentrarsi sul proprio *core business* e di sviluppare, al contempo, una estrema libertà nelle strategie di collaborazione e di localizzazione (o de-localizzazione) anche in altri paesi ha consentito loro di essere maggiormente reattive alla variabilità della domanda e introdurre più rapidamente innovazioni di prodotto e di processo, tanto da reggere il confronto interno e internazionale anche in una fase ciclica non facile come quella attuale.

È questo il contesto di riferimento nel quale occorre collocare e interpretare le dinamiche evolutive del nostro sistema imprenditoriale, le cui caratteristiche fondamentali sono tuttavia ancora poco conosciute: perché si è provato nella maggior parte dei casi ad analizzarle con gli strumenti del passato, non più adeguati rispetto a uno scenario in rapido mutamento. Il sistema delle Camere di Commercio si è quindi impegnato in questi anni a sviluppare un approccio originale per la comprensione dei cambiamenti che interessano oggi la struttura produttiva italiana, dando voce direttamente alle aziende. Ne è

emerso un quadro dell'economia reale che va al di là di quello basato esclusivamente sull'analisi dei vari indicatori macroeconomici e prova invece ad avvicinarsi maggiormente a quanto il paese – e le nostre imprese – percepiscono in realtà.

Seguendo tale approccio, l'interpretazione dei fenomeni economici in atto è partita dall'elaborazione e dalla valorizzazione dell'enorme giacimento di informazioni che le stesse aziende comunicano ogni giorno al sistema delle Camere di Commercio. Da questi dati, pienamente confermati dai risultati delle indagini alla base del presente Rapporto, scaturisce l'immagine di un sistema d'impresa che si sta ristrutturando e sta cambiando il proprio modo di agire.

Sono due i percorsi di sviluppo che le nostre aziende stanno oggi seguendo. Il primo vede le imprese rinnovarsi nella forma giuridica, cioè nella struttura di base che esse scelgono per operare meglio sul mercato: sempre più società, sempre meno ditte individuali. A fine 2003, infatti, le società di capitali hanno superato la soglia del milione e la loro incidenza è passata dal 15,4% del 1995 al 20,6% del 2003.

Il secondo riguarda le strategie organizzative individuate per crescere. Attraverso le informazioni sulla struttura societaria e sui bilanci delle imprese abbiamo provato, e con successo, a sviluppare alcune chiavi di lettura innovative dei fenomeni economici, che passano attraverso il già menzionato tema delle medie aziende e attraverso quello dei gruppi di impresa. Alla base di tali chiavi interpretative vi è la convinzione che oggi le traiettorie di crescita non possano più essere solo quelle basate sulla dimensione aziendale (in termini occupazionali) ma anche (se non soprattutto) quelle impennate sugli aspetti organizzativi, ossia sulla capacità dell'impresa di relazionarsi con l'esterno e di alimentare in tal modo un'economia di filiera, che sfugge alle statistiche ma è sicuramente dinamica e in continuo sviluppo.

La crescita della dimensione organizzativa delle imprese implica, in particolare, la diffusione di forme “stabili” di aggregazione: è proprio questa la logica che ha condotto alla creazione e al rafforzamento di oltre 66.000 gruppi di imprese, che potremmo chiamare il “fattore G” (come Gruppo) del successo dell'Italia sul mercato internazionale.

Le performance di tale modello aziendale sembrano gettare una nuova luce sulla questione, tanto dibattuta, della dimensione delle aziende italiane troppo piccola per competere con successo. Accanto a un tessuto di piccole e piccolissime imprese, fortemente parcellizzato, esiste invece un nucleo di eccellenza – rappresentato proprio dalle medie imprese e dai gruppi – al quale esso in molti casi si collega e che, con il suo modello organizzativo, è in grado di fornire una possibile risposta strategica al superamento di tali criticità. Ed è un modello che permette quindi di sciogliere la dicotomia grande impresa-piccola impresa alla base di molte analisi fino a oggi svolte.

Per approfondire le caratteristiche di questi fenomeni (in primo luogo quelli legati allo sviluppo dell'economia della filiera), il Centro Studi dell'Unioncamere ha realizzato un'analisi puntuale – del tutto inedita per l'Italia – su circa 3 milioni di bilanci depositati negli ultimi cinque anni presso le Camere di Commercio. Bilanci che fanno riferimento a quelle società industriali, agricole, commerciali e dei servizi che generano più del 60% del valore aggiunto e oltre il 78% del fatturato dell'azienda Italia.

I dati di bilancio mostrano innanzitutto un irrobustimento patrimoniale delle società di capitale: nel 1997 il loro patrimonio medio era di 847.000 euro, mentre a fine 2002 superava la cifra di 1.423 mila euro. Circa la metà di questo incremento è data da variazioni del capitale sociale, mentre un quarto deriva dagli utili realizzati. Il che conferma che i nostri imprenditori sono oggi in grado di “rilanciare”, anche perché hanno reinvestito gran parte degli utili realizzati negli ultimi anni per rafforzare le loro aziende e per creare o acquisirne di nuove, in Italia come all'estero. Tra il 1997 e il 2002, la platea delle società che hanno presentato il bilancio è inoltre aumentata di ben 185 mila unità, soprattutto in seguito a fenomeni di scorpori e scissioni. Tra queste imprese, ed è ciò che va evidenziato al di là delle cifre, è quindi in atto un processo di riorganizzazione, attraverso il quale le imprese di più grandi dimensioni tendono a incorporarsi in unità aziendali più specializzate e flessibili e, al contempo, la fascia delle medie imprese si irrobustisce. Sono queste ultime, infatti, le società più dinamiche, che guidano le principali filiere produttive e rafforzano la loro dimensione internazionale.

Ma le società di capitale non sempre nascono tali. In molti casi si tratta di ditte individuali che, crescendo, si trasformano in società. Le ditte individuali sono così vere e proprie “palestre d'impresa”. Palestre dove la selezione è forte ma dove le difficoltà possono essere superate, a patto di riuscire a inserirsi con successo in un'economia di filiera, dove domina la flessibilità produttiva e la capacità di operare secondo una logica di sistema.

La crescita e la competitività del Sistema Italia può pertanto essere collegata allo sviluppo del modello delle piccole imprese nelle grandi reti, nelle quali sono comprese le diverse funzioni e dimensioni aziendali. E questo porta, come molti casi di successo già dimostrano (non soltanto all'interno dei “tradizionali” distretti industriali), allo sviluppo di attività innovative, alla crescita delle competenze di alto livello e delle risorse umane qualificate, alla gestione delle funzioni di governo strategico (pianificazione e marketing, prototipazione, finanza), al governo della produzione e al presidio dei mercati (distribuzione).

Un vincolo alla piena affermazione di questo modello, sul quale occorre lavorare fortemente, è il raccordo tra sistema della ricerca pubblica e sistema delle imprese, oggi sporadico e disomogeneo sul territorio. Basti pensare che

le nostre imprese acquistano all'estero tecnologia per oltre 3 miliardi di euro, anche in settori nei quali la ricerca pubblica italiana è particolarmente attiva. Bisogna quindi riuscire anzitutto ad aggregare la domanda, ancora troppo frammentata, di tante piccole imprese e puntare sui consorzi tra aziende, per favorire i processi di trasferimento tecnologico, incentivare l'innovazione di prodotto, utilizzare laboratori e ricercatori a tempo pieno.

Lo sviluppo dell'innovazione e la sua diffusione nel medio-lungo periodo dipenderanno, in buona misura, anche dalla capacità di realizzare investimenti significativi sul versante dell'istruzione e della formazione. E su questo aspetto non c'è tempo da perdere: secondo le proiezioni di Unioncamere basate sul *Sistema informativo Excelsior* – e benché l'assorbimento di personale con elevata qualificazione in Italia sia giudicato ancora insufficiente in confronto ad altri paesi dell'UE – la domanda è in costante crescita e nel giro di alcuni anni potremmo trovarci a non poter far fronte alla richiesta di laureati del sistema produttivo.

Occorre allora rimodulare le politiche di intervento e fare in modo che l'enfasi finora posta sulla competitività individuale venga estesa anche alla competitività “di sistema”. È questa la strada che bisogna seguire, anche per rafforzare la presenza delle nostre piccole e medie imprese sui mercati di tutto il mondo: puntare sulla qualità e sulla tutela del marchio, riorganizzare l'azione di sostegno e promozione del sistema pubblico. Per questo, è opportuno pensare a un nuovo e moderno ruolo del “pubblico” all'interno dell'economia. Un ruolo nuovo perché destinato non tanto a gestire aziende o ad erogare contributi economici, quanto a favorire le integrazioni tra imprese, le economie di filiera, il collegamento tra sistema produttivo e risorse istituzionali, culturali e sociali del territorio, il collegamento tra scuola, università e imprese. Un ruolo moderno, che può trovare nelle Camere di Commercio uno dei principali interpreti a livello locale e a livello nazionale. Perché la logica insita nell'imperativo del “fare sistema” è propria del vissuto e dell'operato delle Camere di Commercio.

Proprio per raccogliere le sfide sul tappeto e svolgere al meglio tali compiti, il sistema camerale mette a disposizione degli operatori economici, dei *policy makers* e degli studiosi un vasto mosaico conoscitivo – del quale il presente Rapporto è senz'altro un tassello fondamentale – che può contribuire all'orientamento e alla verifica degli effetti delle politiche di sviluppo, rivolte sia al mondo delle imprese, sia al territorio e alla sua crescita economica e sociale.

Carlo Sangalli
Presidente dell'Unione Italiana
delle Camere di Commercio

Introduzione

Il Rapporto 2004 su *Le piccole e medie imprese nell'economia italiana* ha confermato e rafforzato una evidenza già emersa nelle precedenti edizioni riguardo la presenza, nel tessuto delle PMI italiane, di realtà imprenditoriali molto diverse. L'ottica del Rapporto 2004 è stata, quindi, quella di non considerare l'universo delle PMI come un "corpo unico", ma di analizzare comportamenti, strategie, potenzialità, debolezze, ecc. di quel gruppo di imprese medio-piccole e medio-grandi che presentano chiari segnali di vitalità imprenditoriale e che costituiscono il collante tra la grande e la micro impresa. Quindi, è evidente come la ripresa dell'economia italiana non può che "ripartire dalle imprese".

Infatti, al di là delle risultanze relative al 2003, nel biennio 2004-2005 l'indagine evidenzia come ci siano segnali di dinamismo che coinvolgono l'impresa minore, anche quella appartenente al commercio al dettaglio.

Il Rapporto 2004 ha messo in evidenza che:

- il tessuto imprenditoriale italiano è profondamente cambiato e non si presenta più come un universo omogeneo di imprese;
- nell'ultimo triennio si è assistito non ad un declino ma ad una trasformazione dell'industria italiana, che nelle sue realtà più dinamiche ha utilizzato il "lungo tunnel" della crisi come momento di revisione di strategie e riorganizzazione del modello di impresa;
- in una sorta di "ciclo di vita", abbiamo assistito ad un passaggio dall'ispessimento del tessuto di impresa (Rapporto 2002) alla formazione di un "ceto medio", una sorta di "*middle class*" formata da piccole-medie imprese, appartenenti a gruppi, che esportano e che, più in generale, manifestano un forte senso della "relazionalità" (sovraperformanti sono le imprese che stipulano accordi soprattutto con imprese estere) e delle performance congiunturali, sia in termini di fatturato che di occupazione, superiori alla media di settore nelle previsioni 2004-2005.

Le nuove chiavi di lettura del nostro sistema produttivo rendono superato anche il concetto, pur utile da un punto di vista statistico, di piccola e media impresa, portando l'attenzione del dibattito economico al di là delle conside-

razioni delle dimensioni d'impresa solo in termini di addetti. È indubbia la presenza di una crescita qualitativa e organizzativa delle nostre imprese supportata da una fitta e solida rete di relazioni intersettoriali. Esiste, quindi, un universo di imprese, il "ceto medio" quantificabile in circa 95.000 imprese manifatturiere (pari a circa il 20% del totale), di cui 3.128 con 100-199 addetti e 2.054 con più di 200 addetti (fonte: Censimento ISTAT 2001). Circa 65.000 imprese di questo universo esportano abitualmente e detengono il 47% dell'export italiano, il 19,7% del totale, inoltre, è costituito da società di capitale (nel 1995 erano il 16,5%), mentre una numerosa schiera è organizzata in gruppo (circa 35.000 imprese con 16.794 capogruppo, fonte: Unioncamere) o è localizzata prevalentemente in distretti (199 secondo l'ISTAT, circa 240 secondo altre fonti) o in sistemi produttivi locali.

Quanto affermato in precedenza, in parte confuta la tesi secondo la quale l'origine dei problemi di competitività del sistema Italia vada ricercata nella struttura imprenditoriale che, come noto, è composta in grande maggioranza da piccole e micro imprese, con tutte le difficoltà che ciò comporta. È noto, infatti, che la morfologia imprenditoriale, al fine di ovviare a tale limite, ha adottato nel tempo misure relazionali (organizzazione in gruppi) e cooperativistiche (l'associazionismo), dando luogo ad una *middle class* di imprese in taluni casi organizzata in distretti industriali. *Un distretto, che noi riteniamo* (in ciò confortati dalle risultanze della nostra indagine) *non in declino ma in trasformazione*, ancora capace di creare ricchezza, di esplorare nuovi mercati, di sviluppare attraverso i rapporti di filiera una relazionalità, anche nuova, tale da risultare al passo con il crescente processo di globalizzazione dell'economia.

Il problema, quindi, non è certamente di tipo quantitativo, quanto, soprattutto, di assenza di una politica industriale che, con specifici strumenti di incentivazione, favorisca anche i processi di aggregazione e collaborazione tra imprese appartenenti al "ceto medio" e non solo. *Policy* differenziate, quindi, e non accomunate sotto un generico quanto ormai obsoleto acronimo di PMI, che trovano nel Rapporto delle utili indicazioni.

Il "ceto medio", come osservato nel primo capitolo del Rapporto, è caratterizzato da un complesso di imprese, con un posizionamento competitivo in nicchie di mercato qualitativamente pertinenti ad una fascia di mercato medio-alta, e adottano strategie di crescita basate sulla ricerca e sviluppo. Per quanto attiene alla capacità di competere sui mercati nazionali ed internazionali, le stesse imprese si distinguono per una buona capacità di diversificare l'attività futura anche attraverso la definizione di nuovi prodotti e la ricerca di nuovi mercati.

La conclusione che si trae dall'analisi del complesso dei dati è una interessante inversione di tendenza del ciclo economico, che coinvolge attualmente,

in forma più intensa, ciò che in questo capitolo abbiamo definito il “ceto medio”. Probabilmente, nei prossimi mesi, grazie ai meccanismi di trasmissione dell’economia (non ultimo il moltiplicatore di mercato aperto e i moltiplicatori regionali), gli apporti positivi interesseranno anche il mercato domestico e l’intero tessuto produttivo.

Anche le imprese appartenenti alla piccola distribuzione, sembrano, pur affannosamente, uscire dal tunnel della crisi dell’ultimo triennio. Dopo un 2003 in affanno senza, comunque, ridurre i livelli occupazionali, assistiamo ad una incipiente inversione di tendenza che interesserà nel 2005 soprattutto le imprese commerciali che sono riuscite ad inserirsi in un sistema di associazionismo prevalentemente di tipo verticale e hanno ricercato strategie di specializzazione più che di diversificazione dell’offerta.

È indubbio, comunque, che alcuni fattori esogeni negativi (l’aumento del prezzo del petrolio, il trend crescente dei tassi di interesse, il rallentamento dell’economia americana, ecc.), potrebbero condizionare la diffusione della crescita, anche se i fondamentali dell’economia italiana sono buoni e, quindi, in condizione di reggere e irrobustire il ciclo economico nel 2005.

Non sfuggono da questa logica interpretativa le imprese presenti nelle aree distrettuali. Queste, infatti, associando alle peculiarità strutturali sopra menzionate la consolidata e fitta rete di relazioni sul territorio, esprimono un grado di “maturità” maggiore, testimoniato non solo dalle previsioni per il 2005 di crescita del volume d’affari o dell’occupazione, ma da una più spiccata tendenza ad operare sui mercati internazionali e ad adottare strategie aggressive di vendita. Va, però, sottolineato come i distretti, a loro volta, non siano realtà tra loro omogenee, in quanto palesano caratteristiche e dinamiche molto diversificate a seconda del settore e del territorio di appartenenza. Il Rapporto 2004, sul tema, ha confermato come i distretti stiano entrando in una fase di trasformazione della propria struttura organizzativa, evolvendo da un modello meramente produttivo verso uno relazionale e *knowledge based*. A tal proposito, una *proxy* di una simile evoluzione è rappresentata dagli effetti dell’innovazione. Questi ultimi hanno determinato nei distretti una occupazione con profili professionali “qualificati” nel 20,7% dei casi contro l’11,7% nella media del settore manifatturiero.

Il quadro economico attuale premia le imprese più “strutturate” e quelle più “aperte” sull’estero. Il Rapporto 2004 ha evidenziato, infatti, come siano le imprese che operano sui mercati internazionali ad aver registrato le performance di vendita migliori e che guardano con maggior fiducia al futuro. Si è osservato, altresì, come la partecipazione ad una forma di internazionalizzazione (accordi produttivi, commerciali, ecc., con imprese estere), sia positivamente correlata con la capacità innovativa dell’impresa. In particolare, quasi il 70% delle imprese esportatrici, l’83% di quelle che nel corso del 2003 hanno

stipulato accordi di collaborazione con partner esteri ed il 93% di quelle che hanno impianti all'estero hanno effettuato innovazioni, contro rispettivamente il 44%, il 47% ed il 49% dei rispettivi campioni complementari. A sostegno di questa tesi c'è un altro dato che emerge dalla nostra indagine: se il 25% delle imprese manifatturiere possiede un sito web, tale percentuale più che raddoppia (51%) per le imprese che esportano.

Altro aspetto da sottolineare è la correlazione tra età dell'impresa e apertura sui mercati. Le imprese esportatrici sono prevalentemente aziende con un'età compresa tra i 14 ed i 33 anni e costituiscono circa il 70% del totale. A tal proposito è interessante notare come la propensione ad esportare aumenti al crescere dell'età dell'impresa: a dimostrazione dell'importanza che riveste l'accumulazione di esperienza, le imprese costituite prima del 1960 presentano, infatti, con il 36,3%, la maggiore propensione all'export, mentre quelle costituite dopo il 2000 con il 13%, la più bassa.

Dalle risultanze dell'indagine emerge, quindi, in modo chiaro come il sub universo delle PMI formato da imprese medie, imprese esportatrici, imprese che si associano, imprese che stipulano accordi con l'estero, ecc. sia quello su cui il paese può e deve puntare per recuperare competitività. Queste aziende, presenti nei distretti e fuori dalle aree distrettuali, devono però considerare la crescente globalizzazione dell'economia come un'opportunità per nuove iniziative imprenditoriali, per ricercare nuovi mercati di sbocco, ecc. Per fare questo occorre che gli imprenditori facciano un salto di qualità anche nel management dell'azienda e considerino forme diverse di internazionalizzazione.

In uno scenario internazionale in continua evoluzione appare, infatti, indispensabile per le imprese comprendere dinamiche e strategie che possano loro consentire di essere o diventare competitive, e i processi evoluti di internazionalizzazione spesso sono esclusivamente confusi con processi di delocalizzazione. Va osservato a tal proposito come in alcune aree del paese sia già in atto un processo di progressiva delocalizzazione produttiva e che tale strategia aziendale non deve essere attribuita solamente alla necessità/opportunità per gli imprenditori di abbassare i costi della manodopera (strategia di breve periodo) ma va anche rintracciata nella ricerca di ottimizzare altre fasi del processo produttivo (prossimità ai mercati di sbocco, approvvigionamento delle materie prime, incidenza della logistica, ecc.) secondo una strategia di medio-lungo periodo.

I vincoli di cui tener conto per vincere le sfide lanciate dall'attuale competizione internazionale sono tanti; quelli però che appaiono essere per le piccole-medie imprese italiane i più stringenti sono:

- insufficiente adozione di moderne strategie di internazionalizzazione;
- bassa presenza di figure manageriali (non proprietarie) nella conduzione dell'impresa;
- basso ricambio generazionale all'interno delle PMI.

Il comun denominatore che lega questi tre aspetti può essere rintracciato nella peculiarità di molte imprese italiane che nascono come aziende a conduzione familiare e che, pur crescendo in termini dimensionali (addetti, unità locali, fatturato), restano spesso ancorate ad una concezione del proprietario/manager/fondatore che per tradizione e cultura è restio a cedere o condividere la conduzione dell'azienda a professionalità esterne e che difficilmente trova nelle nuove generazioni uno "spirito" imprenditoriale pari al suo.

Considerata, tuttavia, la complessità delle dinamiche poste alla base di molte scelte aziendali, risulterebbe opportuno affrontare con adeguati strumenti di analisi il problema del management di impresa per aprire nuovi spazi conoscitivi sul ruolo e sulle caratteristiche del mondo dell'imprenditoria minore.

La nostra analisi si conclude con la sezione IV, dove si analizza un altro fattore di sviluppo ed un elemento centrale per la competitività del sistema economico, quale il credito e le relazioni banche-imprese. Un mercato del credito che vede un orientamento fortemente "bancocentrico", con una scarsa utilizzazione di capitale di rischio da parte delle imprese, spesso sottocapitalizzate e che utilizzano soprattutto l'autofinanziamento o l'indebitamento a breve per finanziare i propri investimenti. Imprese, che vedono nella prossimità, e non solo fisica, della banca e nei rapporti personali gli elementi determinanti nelle relazioni banche-imprese.

Le principali conclusioni alle quali perviene il Rapporto 2004 potrebbero essere sintetizzate in cinque punti principali, di cui le prime tre riguardano il territorio e le ultime due le PMI:

- *il credito non è "neutrale" nello sviluppo economico locale*, anzi contribuisce alla persistenza degli equilibri/squilibri regionali, riveste un ruolo centrale come fattore di sviluppo e rappresenta una "istituzione" di sostegno alla crescita delle PMI;
- *gli aspetti territoriali costituiscono una componente importante dei fenomeni finanziari a tal punto da poter parlare di "mercati regionali" del credito con proprie logiche e dinamiche*. I fondamenti di un simile meccanismo portano alla creazione non di un solo e omogeneo mercato del credito, quanto alla formazione di n mercati regionali;
- *la formazione del costo del denaro a livello locale non è esclusivamente legata al maggiore o minor livello delle sofferenze* (fenomeno formalmente ridimensionato negli ultimi anni con lo sviluppo delle cartolarizzazioni), ma anche agli effetti di fattori "non creditizi" estremamente importanti come il livello del PIL, le caratteristiche della struttura produttiva locale, ed in particolare dalla presenza di asimmetrie informative;
- *la dimensione di impresa in termini, non solo di addetti, ma di organizzazione aziendale più complessiva, e il territorio, più che il settore merceologico di appartenenza, condizionano fortemente i rapporti banca-impresa;*

- *i distretti* non rappresentano più, a causa del recente ridimensionamento del ruolo delle banche locali, una oasi felice dei rapporti banche-imprese, con un incipiente aumento della richiesta di garanzie e una riduzione della disponibilità del credito.

In conclusione, il credito come fattore di sviluppo è ormai un principio accettato dalla comunità scientifica e dai *policy makers* e il recente dibattito sui rapporti banche-imprese nel Mezzogiorno (si veda la recente proposta di creare una Banca per il Mezzogiorno) è una testimonianza della sua rilevanza, in quanto sia nelle aree sviluppate, sia soprattutto nelle aree depresse (in ritardo di sviluppo e in declino industriale) la presenza di una efficiente struttura finanziaria costituisce una delle premesse indispensabili per il *take off* dell'economia locale e un fattore di competitività, soprattutto in considerazione dell'introduzione degli Accordi di Basilea II, i cui contenuti ed effetti operativi sono ancora drammaticamente molto poco conosciuti dalle imprese italiane (circa l'85% delle imprese intervistate ha dichiarato di non conoscere l'argomento).

Giancarlo Sangalli
Presidente dell'Istituto G. Tagliacarne