

L'Umbria nella lunga crisi

Rapporto economico e sociale 2014

Le nuove forme di aggregazione di impresa

Antonio Picciotti

Università degli Studi di Perugia

Dinamiche e strategie d'impresa, 11.02.2015

Agenda

- 1. Il contesto teorico**
- 2. La finalità e la metodologia della ricerca**
- 3. I risultati della ricerca**
 - a) Il quadro nazionale
 - b) Le caratteristiche delle reti in Umbria
 - c) Una visione trasversale dei risultati
- 4. Conclusioni**

1. Il contesto teorico



L'aggregazione tra imprese

- Aggregazione quale possibile opzione di crescita, soprattutto per imprese di dimensioni minori ed operanti in settori tradizionali (Ricciardi, 2003; Capaldo, 2004; Zazzaro, 2010) .

- Esperienza dei distretti industriali:
 - forme “leggere” di aggregazione: i consorzi (Ferrucci e Picciotti, 2005);
 - forme maggiormente strutturate: i gruppi distrettuali (Cainelli e Iacobucci, 2005) con posizioni di leadership strategica (Varaldo e Ferrucci, 1997; Coltorti, 2007; Micelli, 2007).

Il contesto regionale

- La situazione della Regione Umbria:
 - elevata diffusione di imprese di piccola dimensione (Ferrucci, 2010) ma sostanziale assenza di contesti distrettuali (Foresti, 2013);
 - significativa presenza di imprese di media dimensione, spesso leader nazionali o internazionali (Castellani e Pompei, 2013) e divenute, in diversi casi, oggetto di acquisizione da parte di multinazionali estere (Mutinelli, 2013);
 - interventi della politica regionale per incentivare e favorire forme di collaborazione territoriale (progetti integrati di filiera e Poli di Innovazione).

Il contratto di rete

- Nel 2010, introduzione del contratto di rete, nelle diverse accezioni di “rete contratto” e di “rete soggetto”

- Esistenza, finora, di una scarsa letteratura sul tema:
 - ▣ Approcci di natura economica (Bentivogli et al., 2013a, 2013b; Colombo et al., 2014):
 - a) reti diffuse maggiormente nelle aree distrettuali;
 - b) partecipazione di imprese più strutturate e di maggiori dimensioni;
 - c) impossibilità di effettuare una valutazione delle performance;
 - d) generazione di distorsioni nel funzionamento dei meccanismi di mercato.

2. Finalità e metodologia della ricerca



Finalità e metodologia della ricerca

- Finalità: identificare, descrivere ed interpretare le principali caratteristiche delle reti di impresa presenti nella Regione Umbria

- Metodologia della ricerca:
 - ▣ concetto di rete considerato in modo esteso;
 - ▣ indagine relativa a quattro distinti aspetti delle reti presenti nella Regione Umbria;
 - ▣ fonte utilizzata: banca dati delle Camere di Commercio nella versione del 1 settembre 2014.
 - In Italia, 1.709 reti e 8.674 imprese.

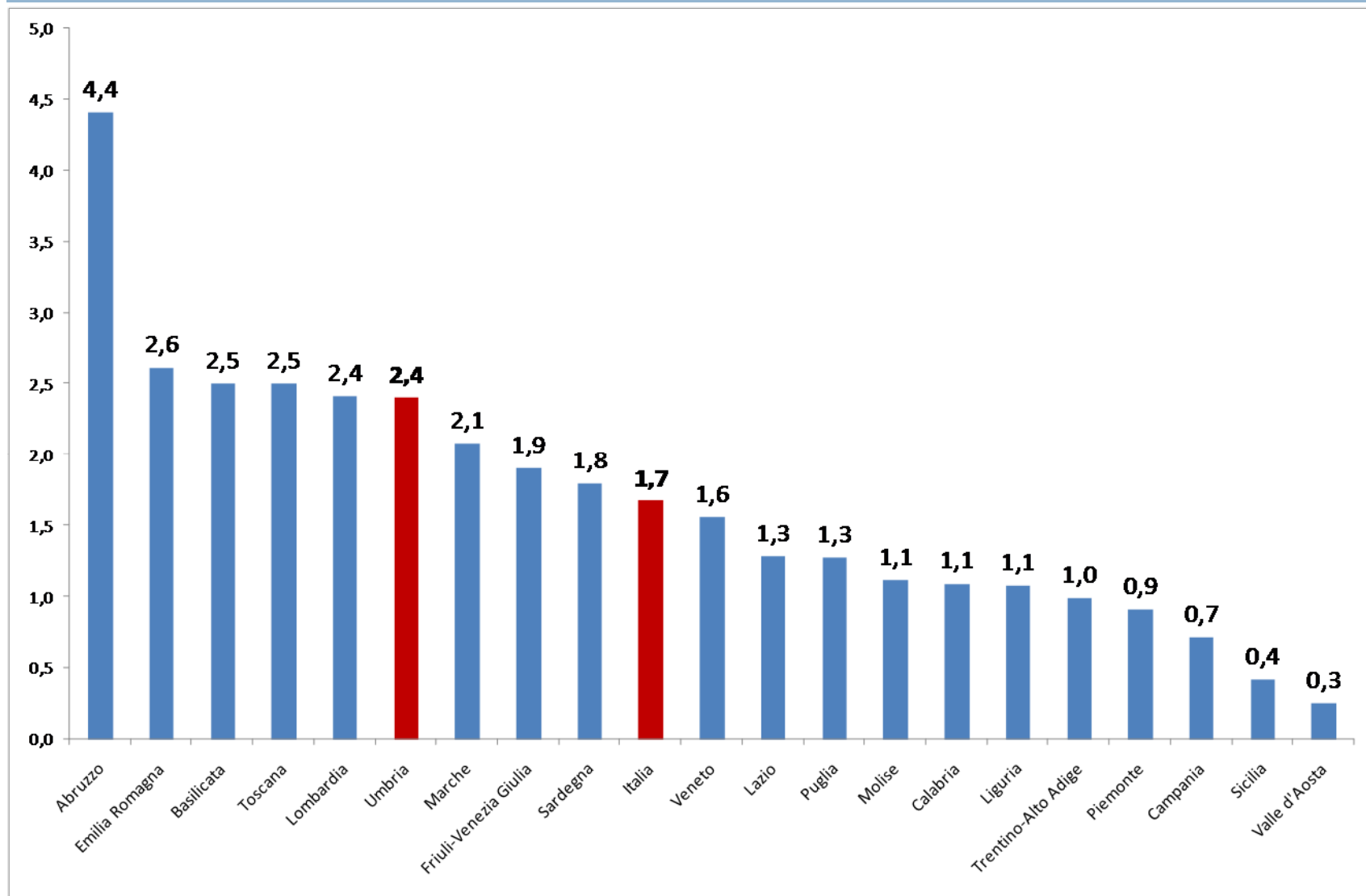
3. I risultati della ricerca



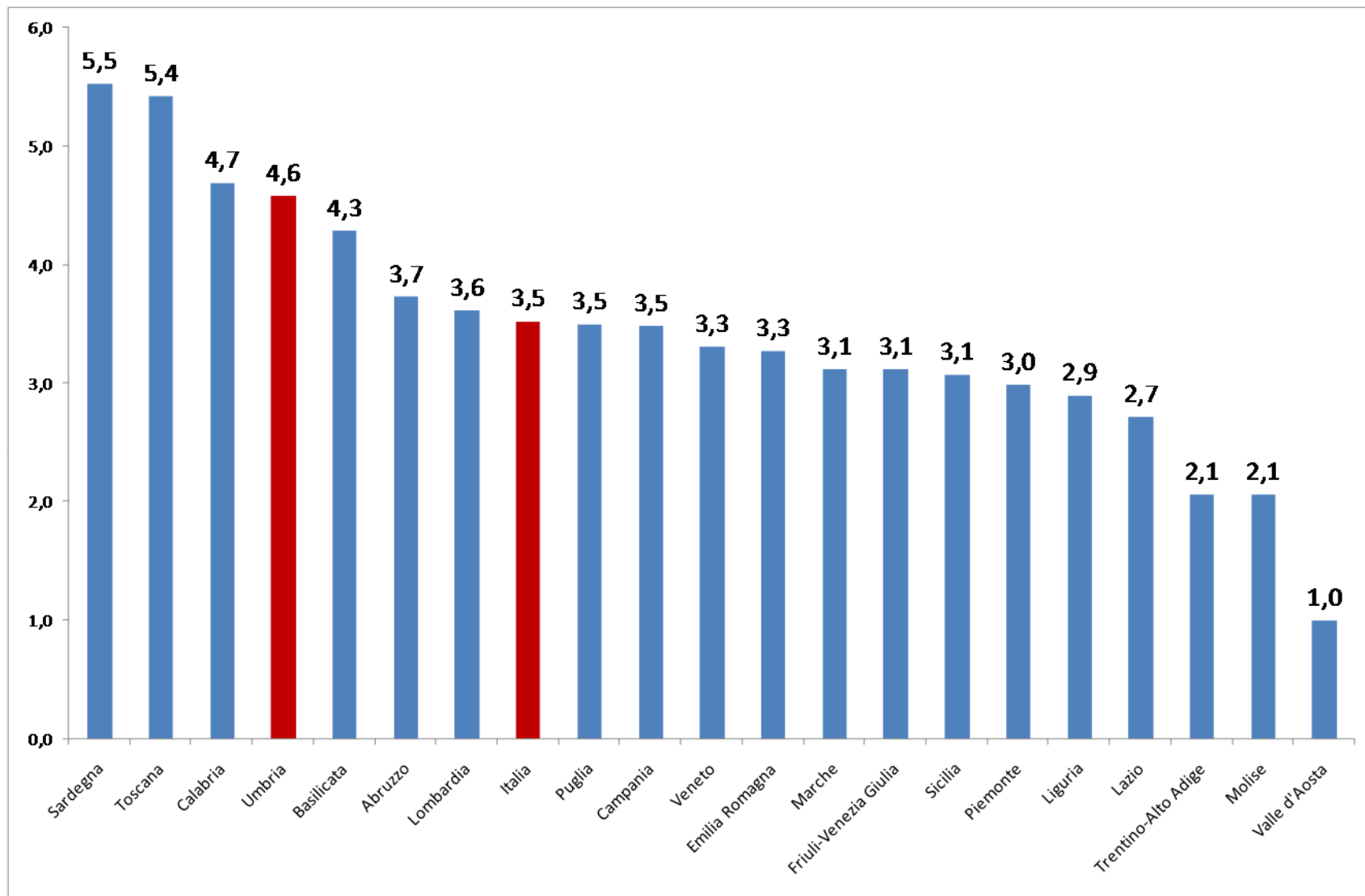
a) Il quadro nazionale: numero di reti e di imprese aderenti

Regioni	N. reti	% reti	N. Imprese	% Imprese
Lombardia	544	22,1	1.969	22,7
Emilia Romagna	334	13,6	1.095	12,6
Lazio	222	9,0	604	7,0
Veneto	208	8,5	689	7,9
Toscana	166	6,7	901	10,4
Abruzzo	153	6,2	571	6,6
Piemonte	124	5,0	371	4,3
Puglia	121	4,9	424	4,9
Marche	104	4,2	325	3,7
Campania	97	3,9	338	3,9
Friuli-Venezia Giulia	58	2,4	181	2,1
Liguria	52	2,1	151	1,7
Sicilia	51	2,1	157	1,8
Trentino-Alto Adige	49	2,0	101	1,2
Sardegna	47	1,9	260	3,0
Umbria	43	1,7	197	2,3
Calabria	36	1,5	169	1,9
Basilicata	31	1,3	133	1,5
Molise	17	0,7	35	0,4
Valle d'Aosta	3	0,1	3	0,0
Italia	2.460	100,0	8.674	100,0

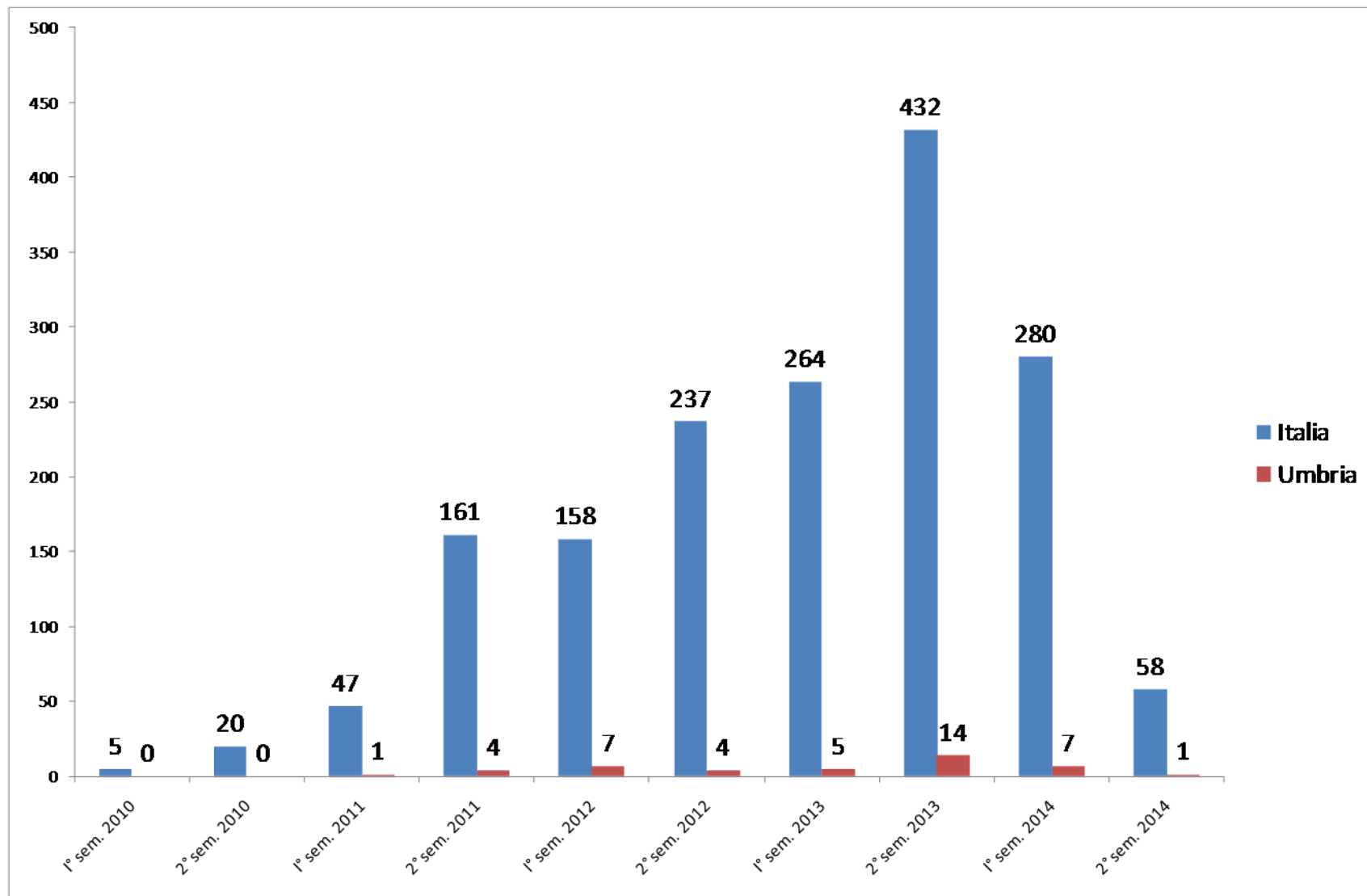
a) Il quadro nazionale: imprese aderenti per 1.000 imprese



a) Il quadro nazionale: la dimensione media delle reti



a) Il quadro nazionale: i periodi di costituzione delle reti



b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

- 1. Ampiezza delle reti:** numero delle imprese che sono coinvolte nelle diverse aggregazioni.
 - ▣ Reti di piccola (fino a tre imprese), media (da 4 a 10 imprese), medio-grande (da 11 a 20 imprese) e grande dimensione (oltre 20 imprese).

b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

Regioni	Fino a 3 imprese	Da 4 a 10 imprese	Da 11 a 20 imprese	Più di 20 Imprese	Totale
Piemonte	29,8	51,6	12,1	6,5	100,0
Valle d'Aosta	33,3	33,3	33,3	0,0	100,0
Lombardia	38,7	52,5	6,4	2,4	100,0
Trentino-Alto Adige	38,8	44,9	12,2	4,1	100,0
Veneto	36,1	50,0	10,1	3,8	100,0
Friuli-Venezia Giulia	36,2	55,2	5,2	3,4	100,0
Liguria	23,1	53,8	11,5	11,5	100,0
Emilia Romagna	43,2	46,8	7,5	2,4	100,0
Toscana	22,4	55,8	14,5	7,3	100,0
Umbria	16,3	62,8	11,6	9,3	100,0
Marche	36,5	52,9	8,7	1,9	100,0
Lazio	35,9	53,2	7,3	3,6	100,0
Abruzzo	37,9	52,9	6,5	2,6	100,0
Molise	35,3	47,1	5,9	11,8	100,0
Campania	39,4	42,4	9,1	9,1	100,0
Puglia	40,0	45,8	6,7	7,5	100,0
Basilicata	29,0	48,4	9,7	12,9	100,0
Calabria	19,4	58,3	11,1	11,1	100,0
Sicilia	33,3	47,1	7,8	11,8	100,0
Sardegna	29,8	57,4	10,6	2,1	100,0
Italia	35,7	51,1	8,6	4,6	100,0

b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

2. **Estensione geografica:** numero di regioni in cui una singola rete è presente (misura del grado di apertura extra-regionale).
 - ▣ Reti con un grado di apertura nullo (mono-regionali), basso (reti presenti in due regioni), medio (reti presenti in tre regioni) o alto (reti presenti in più di tre regioni).

b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

Regioni	Mono-regionali	2 regioni	3 regioni	Più di 3 regioni	Totale
Piemonte	33,6	34,4	12,8	19,2	100,0
Valle d'Aosta	0,0	33,3	0,0	66,7	100,0
Lombardia	59,3	25,4	8,5	6,8	100,0
Trentino-Alto Adige	20,4	42,9	22,4	14,3	100,0
Veneto	42,3	29,3	14,4	13,9	100,0
Friuli-Venezia Giulia	46,6	27,6	10,3	15,5	100,0
Liguria	19,2	34,6	21,2	25,0	100,0
Emilia Romagna	60,4	21,9	7,2	10,5	100,0
Toscana	53,6	20,5	12,7	13,3	100,0
Umbria	37,2	34,9	9,3	18,6	100,0
Marche	51,9	26,0	7,7	14,4	100,0
Lazio	38,7	32,0	15,8	13,5	100,0
Abruzzo	66,0	20,9	7,2	5,9	100,0
Molise	41,2	23,5	17,6	17,6	100,0
Campania	41,2	27,8	8,2	22,7	100,0
Puglia	58,0	21,8	5,0	15,1	100,0
Basilicata	38,7	25,8	16,1	19,4	100,0
Calabria	47,2	16,7	13,9	22,2	100,0
Sicilia	37,3	23,5	13,7	25,5	100,0
Sardegna	72,3	14,9	6,4	6,4	100,0
Italia	50,6	26,0	10,6	12,8	100,0

b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

Regione	N. di imprese	Agricoltura e Pesca	Industria e Artigianato	Commercio	Servizi	Turismo	Altro settore
Lazio	30	6,7	23,3	6,7	30,0	23,3	10,0
Lombardia	28	10,7	64,3	14,3	10,7		
Toscana	28		67,9	3,6	21,4		7,1
Emilia Romagna	24	16,7	45,8		37,5		
Campania	15	26,7	26,7	13,3	33,3		
Piemonte	12		66,7	8,3	25,0		
Abruzzo	9	11,1	77,8		11,1		
Veneto	8		100,0				
Marche	7	14,3	57,1		28,6		
Calabria	6	50,0		33,3			16,7
Puglia	5	20,0	20,0	20,0	40,0		
Sicilia	5		20,0	20,0	60,0		
Trentino-Alto Adige	3		100,0				
Liguria	3				66,7	33,3	
Friuli-Venezia Giulia	2		100,0				
Molise	1	100,0					
Totale imprese	186						

b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

3. **Appartenenza settoriale:** attività svolta dalle imprese aggregate e natura delle reti.

- ▣ Reti costituite da imprese operanti nel medesimo settore economico di attività (reti orizzontali o mono-settoriali), in settori economici differenti e, spesso, distanti (reti plurisettoriali) o operanti in settori diversi ma collegati, con la preponderanza di un settore (reti verticali o di filiera).

b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

Settore		N.	%
Monosettoriale , di cui:		12	27,9
<i>Agroalimentare</i>	1		
<i>Manifatturiero tradizionale</i>	3		
<i>Chimica</i>	1		
<i>Meccanica</i>	2		
<i>Costruzioni ed impiantistica</i>	3		
<i>Servizi</i>	1		
<i>Turismo</i>	1		
Filiera , con attività prevalente:		19	44,2
<i>Agroalimentare</i>	4		
<i>Manifatturiero tradizionale</i>	4		
<i>Metallurgia e meccanica</i>	6		
<i>Costruzioni ed impiantistica</i>	2		
<i>Commercio</i>	1		
<i>Turismo</i>	2		
Plurisettoriale		12	27,9
Totale		43	100,0

b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

4. **Finalità perseguita:** determinante, motivazione principale che induce le imprese ad aggregarsi.
 - ▣ Informazioni estrapolate dall'oggetto sociale della rete
 - Situazioni, spesso, di genericità e di indeterminatezza
 - ▣ Finalità specifica, relativa alla realizzazione congiunta di determinate attività (ricerca e sviluppo, produzione, internazionalizzazione in specifiche aree geografiche, ecc.), articolata, ossia composta da una pluralità di attività oppure generica (reti finalizzate ad aumentare la capacità competitiva delle imprese e ad ampliare i mercati).

b) Le caratteristiche delle reti in Umbria

Finalità	N.	%
Ampliamento del mercato	21	48,8
Internazionalizzazione	9	20,9
Ricerca	1	2,3
Mista, di cui:	9	20,9
<i>Ricerca e ampliamento del mercato</i>	3	
<i>Ricerca e produzione</i>	4	
<i>Produzione e ampliamento del mercato</i>	2	
Altro	3	7,1
Totale	43	100,0

c) Una visione trasversale

- Considerare in modo congiunto la finalità delle reti e la loro connotazione settoriale
 - ▣ **Hp1:** le attività di ricerca congiunta dovrebbero manifestarsi, con una maggior frequenza, in reti che operano in settori tecnologicamente avanzati mentre finalità di natura commerciale (ampliamento del mercato) dovrebbero caratterizzare, in misura prevalente, reti collocate in settori tradizionali o nell'agroalimentare.

c) Una visione trasversale

Settore	Ampliamento del mercato	Internazion.	R&S	Mista	Altro
Mono-settoriali o filiera:					
<i>Agroalimentare</i>		1		4	
<i>Manifatturiero tradizionale</i>	4	1		2	
<i>Chimica</i>				1	
<i>Metallurgia</i>			1		
<i>Meccanica</i>	3	4			
<i>Costruzioni ed impiantistica</i>	5				
<i>Servizi</i>	1				
<i>Commercio</i>				1	
<i>Turismo</i>	3				
Plurisettoriali	5	3		1	3
Totale	21	9	1	9	3

Ipotesi debolmente confermata

c) Una visione trasversale

- Considerare in modo congiunto la finalità delle reti e la loro ampiezza
- **Hp2:** le attività di ricerca potrebbero essere condotte da un numero limitato di imprese (investimenti, coordinamento delle attività e appropriabilità dei risultati) mentre, al contrario, le attività commerciali potrebbero essere realizzate da un numero elevato di imprese (massa critica per riduzione dei costi e maggiore efficacia).

c) Una visione trasversale

Finalità	Fino a 3 imprese	Da 4 a 10 imprese	Da 11 a 20 imprese	Più di 20 Imprese	Totale
Ampliamento del mercato	3	12	5	1	21
Internazionalizzazione	1	7		1	9
Ricerca				1	1
Mista	3	5		1	9
Altro		3			3
Totale	7	27	5	4	43

Ipotesi non confermata: assetto dimensionale delle reti appare indipendente rispetto alla finalità perseguita

c) Una visione trasversale

- Considerare in modo congiunto il settore economico di appartenenza delle reti e la loro estensione geografica
- **Hp3:** possibili rapporti di collaborazione delle imprese umbre con realtà imprenditoriali appartenenti a regioni, soprattutto limitrofe, che tradizionalmente denotano un'elevata specializzazione in alcuni comparti manifatturieri (es. tessile in Toscana)

c) Una visione trasversale

Settore	Mono-regionali	2 regioni	3 regioni	> 3 regioni	Totale
Mono-settoriali o filiera:					
<i>Agroalimentare</i>	3	1		1	5
<i>Manifatturiero tradizionale</i>	2	4	1		7
<i>Chimica</i>				1	1
<i>Metallurgia</i>				1	1
<i>Meccanica</i>	2	4		1	7
<i>Costruzioni ed impiantistica</i>	2	2		1	5
<i>Servizi</i>	1				1
<i>Commercio</i>		1			1
<i>Turismo</i>	1	1	1		3
Plurisettoriali	5	2	2	3	12
Totale	16	15	4	8	43

Ipotesi non confermata: ad eccezione del turismo, esistenza di una estrema varietà di comportamenti

4. Conclusioni



Conclusioni

- **Profilo identitario delle reti di imprese presenti nella Regione Umbria:**
 - ▣ sono aggregazioni di media dimensione (con una prevalenza di reti che raggruppano da 4 e 10 imprese);
 - ▣ evidenziano una limitata articolazione geografica, con una presenza di imprese appartenenti soprattutto a regioni limitrofe;
 - ▣ assumono, nella maggioranza dei casi, una configurazione di filiera;
 - ▣ vengono costituite, principalmente, con la finalità di rafforzare la posizione competitiva delle imprese sui mercati nazionali ed internazionali.

Conclusioni

- Possibili implicazioni:

- ▣ **di ricerca**

possibili percorsi di tipo qualitativo per approfondire sia le dinamiche delle imprese operanti in settori rilevanti dell'economia regionale (meccanica), sia le esperienze nel settore agroalimentare e nel turismo che denotano un significativo potenziale di innovazione;

- ▣ **di policy**

data la rilevanza della finalità “ampliamento del mercato”, auspicabile monitoraggio delle attività e delle performance conseguite dalle reti ed introduzione di adeguati meccanismi di selezione (e di conseguente incentivazione).