



## **COMUNICATO STAMPA**

Camera di Commercio di Salerno - Osservatorio Economico Provinciale

### **Rapporto sul settore alimentare e delle bevande**

**Un comparto caratterizzato fortemente da piccolissime imprese ma con alcuni grandi gruppi di rilevanza nazionale che ha i suoi punti di forza nel realizzare prodotti di qualità a prezzi competitivi, apprezzati sui mercati internazionali**

La Camera di Commercio di Salerno, nell'ambito delle attività dell'Osservatorio Economico Provinciale ed in collaborazione con l'Università degli Studi di Salerno – Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche - ha realizzato un'indagine sul **settore alimentare e delle bevande della provincia di Salerno**. L'indagine rileva alcune importanti caratteristiche strutturali di tale settore, così sintetizzabili.

#### **Informazioni generali sull'impresa e sul responsabile**

Il settore alimentare in provincia di Salerno è fortemente caratterizzato da una **elevata frammentazione** data da una alta incidenza di imprese di piccola e piccolissima dimensione (80,7%), le medie sono il 16,5% e le grandi il 2,8%. L'analisi delle forme giuridiche conferma quanto detto visto che il 46,7% degli intervistati è rappresentato da ditte individuali, il 26,3% è costituito da società di persone mentre il 27% da società di capitali.

La **dimensione familiare** delle imprese del settore emerge chiaramente in quanto nell'84% dei casi l'impresa è nata grazie all'impegno del titolare o dei suoi parenti mentre scarsa è la partecipazione a gruppi di imprese: solo il 3,2% ha dichiarato di farne parte. Tuttavia, dai dati emerge che le poche imprese appartenenti ad un gruppo, nel 75% dei casi controlla una o più imprese nazionali per cui si conferma la **presenza sul territorio salernitano di grandi imprese capigruppo** che svolgono una funzione di guida nell'industria alimentare e delle bevande.

L'andamento dei risultati di esercizio nel quadriennio 2007-2010 indica un **rallentamento** a cominciare dal 2010 che prosegue nel 2011, anno sul quale le imprese intervistate sono state chiamate ad esprimere una aspettativa. Questo costituisce un segnale non trascurabile, poiché come è noto tale settore ha sempre dimostrato di avere un andamento inelastico rispetto al ciclo economico generale.

Infine, il responsabile d'impresa è soprattutto **uomo** (81,5%) con un livello di istruzione prevalente medio-basso e una bassa propensione a partecipare a corsi di formazione e aggiornamento per i funzionari di impresa.

#### **Modelli organizzativi dell'impresa**

I dati circa il processo di coinvolgimento nelle scelte strategiche da parte del responsabile di impresa indicano che i responsabili delle **ditte individuali** tendono nel 74,2% dei casi ad assumere **decisioni da soli** senza coinvolgere nessuno mentre per le società (di persona e di capitali) nel 58% dei casi i responsabili assumono le principali decisioni strategiche coinvolgendo altri soggetti: i soci nell'80,5% e la famiglia del titolare nel 45,2%, a riprova della forte dimensione familiare delle imprese salernitane del settore.

Le funzioni aziendali che l'impresa ha stabilito di **esternalizzare** riguardano prevalentemente **attività di servizio alle imprese a basso valore aggiunto** (contabilità, consulenza per la sicurezza del

lavoro, manutenzione impianti, consulenza informatica). Tuttavia, non sono da trascurare le esternalizzazione a piú elevato valore aggiunto come: la progettazione dell'impianto, l'imballaggio oppure il controllo di qualità.

### **Gli investimenti realizzati dall'impresa**

Dall'analisi dei dati risulta che nel 59,6% le imprese hanno realizzato almeno una volta un investimento di tipo materiale o immateriale, continuando così a mantenere una **sostenuta propensione agli investimenti**, prevalentemente in impianti, macchinari e attrezzature nel 39% dei casi, in sistemi di trasporti (circa 17%), in infrastrutture (16,4%).

La **fonte di finanziamento** prevalentemente usata allo scopo di realizzare gli investimenti è nel 78% dei casi **l'autofinanziamento**, mentre le imprese che fanno ricorso al credito ordinario piuttosto regolarmente rappresentano il 55% circa del campione intervistato. Solo nel 16,5% dei casi le imprese intervistate hanno realizzato gli investimenti grazie a qualche incentivo pubblico.

L'aumento della capacità produttiva viene giudicato dalle imprese come il principale obiettivo (26,3%) seguito dall'aumento delle linee di prodotto (16,8%) e dall'ingresso in nuovi mercati o l'ampliamento della quota di mercato di riferimento (15,3%).

### **Forza Lavoro**

In coerenza agli altri aspetti precedentemente descritti, dal dato emerge che le imprese salernitane del settore analizzato sono **prevalentemente di piccola e piccolissima dimensione**. Ben il **68% ha risposto di avere tra 2 e 10 addetti**, mentre il 6,8% ha massimo 2 addetti. Tuttavia è da rilevare che il **6,8% degli intervistati ha risposto di avere tra i 51 e 250 addetti**, a riprova della presenza di alcuni grandi operatori del settore nella provincia.

**L'incidenza del lavoro femminile in questo settore non appare trascurabile** poichè il 36% circa delle imprese costituite in forma societaria ha risposto di avere da 2 e 10 dipendenti donne. Questo numero sale in maniera rilevante se si considera l'attività lavorativa nella fase estiva.

Tra il 2007 e il 2010 emerge che le imprese hanno nel 68,6% dei casi mantenuto **invariato il numero degli addetti**. Solo l'11,8% ha risposto di aver **aumentato poco** (< del 10%) il numero di addetti mentre il 7,8% ha dichiarato di averlo aumentato significativamente (> 10%).

Per quanto riguarda la formazione del personale risulta che il 43,7% delle imprese negli ultimi quattro anni (2007-2010) ha organizzato corsi di aggiornamento per la manodopera. Infine, l'incidenza del costo del lavoro sul totale dei costi industriali per il 28% delle imprese è compreso tra il 9 e il 15% del totale dei costi, mentre per il 37% circa delle imprese tale costo oscilla tra il 31-40% dei costi complessivi.

### **Ricerca, sviluppo e innovazione**

Dall'analisi dei dati emerge una **modesta attitudine** delle imprese a intraprendere iniziative di innovazione, comunque frutto per lo piú dell'esperienza maturata all'interno delle imprese, tenendo conto anche di comportamenti imitativi all'interno del settore. Dai dati emerge che il 40% delle imprese ha realizzato innovazioni di prodotto, mentre il 31% circa ha fatto innovazioni di processo. Il 97% degli intervistati ha risposto che non ha mai realizzato accordi di cooperazione con istituzioni e università pubbliche, confermando la matrice interna del processo di innovazione. Infine, l'incidenza del costo per attività di **ricerca e sviluppo** sul totale dei costi industriali è **piuttosto basso**. Il 5,1% delle imprese sostiene mediamente un costo annuo compreso tra 1-3% del totale dei costi di produzione, mentre l'1,5% delle imprese ha un costo compreso tra il 3-5% del totale.

### **Approvvigionamento, produzione e vendita**

Le imprese si **approvvigionano prevalentemente nella stessa provincia** (82,6%), anche se non è trascurabile l'approvvigionamento realizzato nelle altre regioni italiane (56,5% circa). Le imprese hanno dichiarato di svolgere contemporaneamente sia produzione in conto proprio (78% circa) che in conto terzi (58% circa).

Per quanto riguarda i **mercati di sbocco**, emerge che la produzione realizzata viene venduta prevalentemente sul mercato **extra-regionale** (42%), anche se la quota venduta sul mercato regionale non è affatto trascurabile (31%). **Fuori dall'Italia**, considerando complessivamente i Paesi UE ed extra-UE, le imprese analizzate vendono una **quota abbastanza elevata** dei loro prodotti (18% circa).

### **Fattori di successo e concorrenza**

Alla domanda su quali fossero i principali fattori in grado di spiegare il loro successo, nel 53,3% dei casi è stato riconosciuto nella **qualità del prodotto**, per il 43,1% al **rapporto qualità/prezzo**, per il 39,4% alla specializzazione e capacità del personale e il 20,4% al rispetto dei tempi nella consegna dei prodotti.

A loro parere le misure da intraprendere per favorire un **processo di sviluppo** nell'area provinciale sono la **semplificazione** dei processi burocratici (56,9%), una richiesta di politiche industriali mirate (38%) e il potenziamento della **dotazione infrastrutturale** della provincia (29,2%).

Gli strumenti di **politica industriale** ritenuti più adatti allo sviluppo delle imprese sono i **contributi in conto capitale** (54%) e le politiche a **sostegno dell'occupazione** (43,8%). Infine, l'82% circa delle imprese non intende in futuro spostare la produzione fuori dalla provincia, confermando la relazione stabile tra le imprese e il territorio provinciale.

“La dimensione strutturale delle nostre imprese – dichiara **Guido Arzano**, Presidente della Camera di Commercio di Salerno – troppo spesso gioca un ruolo critico in termini di competitività: i costi di ricerca e sviluppo, di innovazione tecnologica e di internazionalizzazione, risultano troppo onerosi per il nostro tessuto produttivo per cui è necessario porre in essere logiche di reti/network di impresa. Ecco la sfida che l'Ente camerale ha raccolto e intende attuare nei prossimi anni per avviare processi di sviluppo sostenibili e condivisi”.

“Lo studio dimostra che il settore delle produzioni alimentari continua a rappresentare, pur tra tante difficoltà, l'eccellenza dell'industria salernitana - afferma **Antonio Ilardi**, Vice Presidente della Camera di Commercio di Salerno. Tale comparto può vantare la presenza dell'unica impresa meridionale quotata in Borsa. Al tempo stesso, una fitta rete formata da medie e piccole imprese molto dinamiche conferisce al settore buone prospettive di crescita. Il punto di forza di tutto il network imprenditoriale resta la capacità di penetrazione sui mercati esteri, oggi gli unici ad offrire chance di sviluppo all'industria manifatturiera italiana. Constato, con grande soddisfazione, che la Camera di Commercio di Salerno sta oggi approfondendo ogni sforzo per accompagnare e consolidare questa propensione all'internazionalizzazione”.

Il Rapporto è disponibile sul sito web della Camera di Commercio di Salerno ([www.sa.camcom.it](http://www.sa.camcom.it)).

Salerno, 6 dicembre 2011.