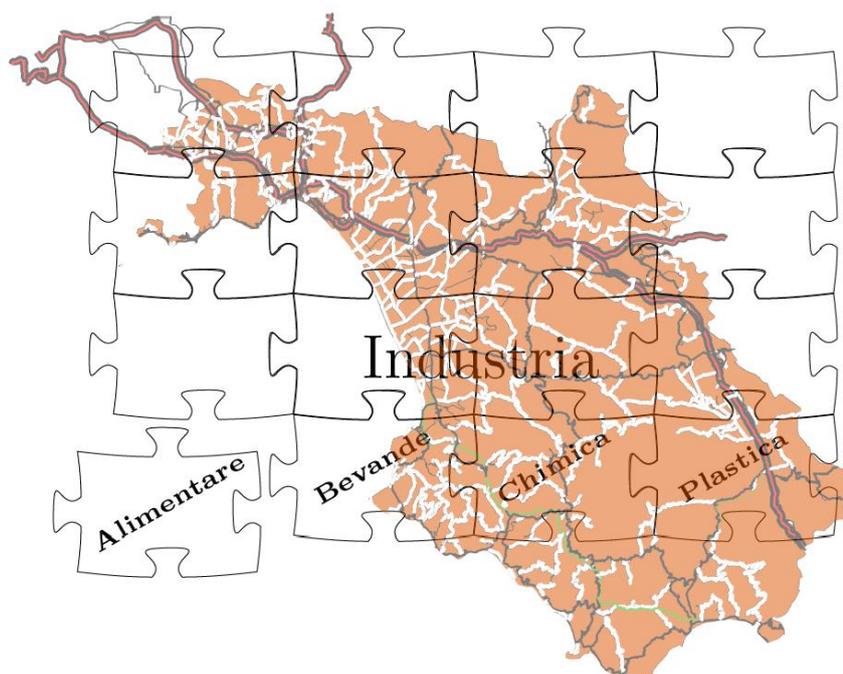




Camera di Commercio  
Salerno

## UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI SALERNO

Analisi delle caratteristiche strutturali delle aziende industriali  
operanti in Provincia di Salerno  
Settore Alimentare e Bevande  
ESTRATTO DEI RISULTATI dell'INDAGINE SUL CAMPO



versione del 2 dicembre 2011

*A cura del:*

Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche (DISES), Università degli studi di Salerno  
via Ponte don Melillo  
84084 - Fisciano (SA)  
[www.dises.unisa.it](http://www.dises.unisa.it)

*Gruppo di Ricerca:*

Alessandra Amendola (Responsabile Scientifico)  
Gianluigi Coppola  
Pietro Coretto  
Luca Sensini  
Giuseppe Storti  
Francesco Vaccaro

Docente di Statistica  
Docente di Economia Politica  
Docente di Statistica  
Docente di Economia Aziendale  
Docente di Statistica Economica  
Consulente Economico

Cristian Barra  
Vincenzo Candila  
Biagio Quattrocchi

Dottorando in "Economia del settore pubblico"  
Dottorando in "Ingegneria ed economia dell'innovazione"  
Dottorando in "Economia del settore pubblico"

*con il supporto e la collaborazione di*

Ufficio Studi della Camera di Commercio di Salerno  
Osservatorio Economico Provinciale

**Contatti:**

STATLAB - Laboratorio di Ricerca e Didattica avanzata in Statistica  
[http://www.dises.unisa.it/centri\\_laboratori/statlab/index](http://www.dises.unisa.it/centri_laboratori/statlab/index)  
[statlab@unisa.it](mailto:statlab@unisa.it)  
TEL: +39 089 963132

<b>1</b>	<b>Premessa</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Analisi dei dati</b>	<b>5</b>
2.1	Analisi del settore Alimentare e delle Bevande . . . . .	5
2.1.1	Informazioni generali sull'impresa e sul responsabile . . . . .	5
2.1.2	Modelli organizzativi dell'impresa . . . . .	7
2.1.3	Gli investimenti realizzati dell'impresa . . . . .	8
2.1.4	Rapporti con le banche . . . . .	11
2.1.5	Forza Lavoro . . . . .	12
2.1.6	Ricerca, sviluppo e innovazione . . . . .	15
2.1.7	Approvvigionamento, produzione e vendita . . . . .	16
2.1.8	Efficienza energetica e gestione rifiuti . . . . .	18
2.1.9	Fattori di successo e concorrenza, contesto locale e scelte localizzative	18

La presente ricerca nasce dall'attività di collaborazione tra la Camera di Commercio di Salerno e il Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche (DiSES) dell'Università degli Studi di Salerno perfezionata nell'ambito delle linee di intervento dell'Osservatorio Economico Provinciale.

L'Osservatorio, istituito per la raccolta, l'elaborazione e la diffusione di dati di tipo statistico economico relativi al territorio provinciale, opera in sinergia con Enti ed Istituti di ricerca con l'obiettivo di conferire organicità all'offerta di tali informazioni.

Il progetto si inserisce nel filone di ricerche che il DiSES conduce da oltre un decennio sulla realtà sociale ed economica del territorio di riferimento.

L'obiettivo conoscitivo è quello di disegnare, anche in termini di confronto con risultati precedenti, le dinamiche di lungo periodo del settore industriale, le sue caratteristiche strutturali e le modifiche in corso nell'articolazione territoriale della struttura produttiva della provincia di Salerno. Quest'ultimo aspetto, oltre a costituire un punto di forza della provincia stessa, è estremamente utile per l'implementazione di politiche sia settoriali che territoriali, funzionali alla valorizzazione delle risorse produttive locali.

In particolare, in questa prima fase della ricerca sono stati oggetto di specifica attenzione i seguenti settori

- - Industria Agro-Alimentare e Bevande (codici ATECO 2007: C10; C11)
- - Fabbricazione di prodotti chimici e materiali plastici (codici ATECO 2007: C20; C22)

Il raggiungimento degli obiettivi sopra descritti implica la necessità di disporre, con tempestività, di informazioni, relative alle politiche ed alle strategie poste in essere dalle aziende dei settori di interesse, non disponibili attraverso il ricorso alle fonti statistiche esistenti o, in alcuni casi, disponibili con un significativo ritardo temporale rispetto all'istante di riferimento. Si rende quindi necessario il ricorso ad una metodologia di indagine basata sulla rilevazione diretta di tali caratteristiche con l'accuratezza, il livello di dettaglio e la tempestività adeguate alle finalità del progetto.

L'oggetto dell'analisi ha riguardato una pluralità di variabili economiche relative all'attività delle aziende incluse nella popolazione di interesse riassumibili nelle seguenti macrovariabili: caratteristiche dimensionali, governance, tecnologia, propensione all'innovazione, rapporti con il mondo della ricerca e della formazione, impatto sui sistemi socio-economici locali, attività di import-export, ricorso a fonti energetiche alternative di natura eco-compatibile/rinnovabile, politica finanziaria (strumenti utilizzati, rapporti con il credito).

L'informazione relativa ad alcune di tali variabili è stata ricostruita attraverso un'analisi desk basata sull'integrazione e l'incrocio fra fonti pre-esistenti. Per le rimanenti variabili, invece, si è proceduto alla rilevazione diretta attraverso la metodologia dell'indagine campionaria.

L'analisi svolta è stata strutturata in quattro macro-fasi:

1. Analisi del quadro socio-economico di riferimento in particolare delle caratteristiche strutturali dell'economia provinciale e, nello specifico, del settore industriale.
2. Analisi su dati desk, finalizzata all'analisi delle caratteristiche strutturali delle aziende dei settori oggetto di interesse basandosi su dati desumibili dall'integrazione e l'incrocio fra fonti preesistenti.
3. Indagine sul campo, di natura campionaria, finalizzata alla rilevazione delle variabili aziendali escluse dall'analisi su dati desk e, in particolare, (i) al monitoraggio delle tendenze evolutive del settore valutate con riferimento ad una pluralità di indicatori (ii) alla valutazione delle ricadute che tali cambiamenti possono avere sul sistema economico provinciale.
4. Elaborazione delle informazioni raccolte e stesura del report finale della ricerca.

In occasione dell'incontro del 6 Dicembre 2011 presso la Camera di Commercio di Salerno è stato predisposto il presente estratto del report della ricerca relativo alla sola fase dell'analisi dei dati provenienti dall'indagine campionaria per il settore Alimentare e Bevande. Questo al fine di agevolare ai partecipanti la lettura dei risultati stessi.

### 2.1 Analisi del settore Alimentare e delle Bevande

L'indagine realizzata sulle imprese dei settori Alimentare e Bevande (d'ora in poi AL) localizzate nei comuni della provincia di Salerno rileva alcune importanti caratteristiche strutturali di tali settori, confermando, in taluni casi, le indicazioni che emergono da alcune ricerche sulla struttura produttiva nelle regioni del Mezzogiorno.

La descrizione dei dati rilevati mediante l'indagine sul campo seguirá sostanzialmente la struttura logica utilizzata nel questionario. Pertanto, partiremo dalla descrizione delle caratteristiche generali dell'impresa e del management per giungere alle relazioni complesse che l'impresa stessa intrattiene con il suo territorio, la filiera nella quale opera, i mercati nei quali si approvvigiona e vende i suoi prodotti.

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

Il settore AL in provincia di Salerno é fortemente caratterizzato da una elevata frammentazione data da una alta incidenza di imprese di piccola e piccolissima dimensione, eccetto il ruolo rivestito da alcuni grandi gruppi industriali. L'elevata frammentazione del settore AL non puó essere attribuita ad una specificitá dell'industria salernitana, bensí risponde ad una caratteristica propria del settore in questione. Inoltre, secondo la classificazione Ateco impiegata dall'Istat (C10; C11), in tale settore rientrano diverse attivitá economiche che oscillano lungo il confine tra la dimensione di impresa e l'attivitá di tipo artigianale. É il caso, per esempio, delle diverse tipologie di attivitá di trasformazione di piccolissima dimensione che producono beni alimentari di primaria importanza. La definizione del campione intervistato tiene conto di tale caratteristica del settore AL: il 46,7% degli intervistati é rappresentato da ditte individuali, il 26,3% é costituito da societá di persone, mentre il 27% da societá di capitali.

L'analisi dei dati relativi al fatturato medio registrato nel quadriennio 2007-2010 fornisce una proxy della dimensione delle imprese salernitane appartenenti al settore analizzato. Come si evince dai dati (Tabella 2.1) emerge una elevatissima incidenza delle imprese di piccola dimensione (80,7%) a fronte delle imprese medie (16,5%) e grandi (2,8%). Per quanto riguarda, in particolare, le attivitá economiche organizzate in forma societaria, dall'indagine emerge che esse presentano una struttura proprietaria poco frazionata (Tabella 2.2).

Un aspetto molto importante nell'analisi delle caratteristiche strutturali riguarda la dimensione familiare delle imprese del settore AL in provincia di Salerno. Dai dati emerge

Fatturato medio del quadriennio 2007-2010 per classi	
Piccola impresa (<=2 mln)	80,7
Media impresa (>2; <=40 mln)	16,5
Grande impresa (>40 mln)	2,8
Totale	100

Tabella 2.1: fatturato medio del quadriennio 2007-2010

Percentuale delle imprese con numero di soci/azionisti	
1 socio/azionista	11,4
2 soci/azionisti	45,7
3-5 soci/azionisti	34,3
6 o piú soci/azionisti	8,6
Totale	100

Tabella 2.2: Percentuale delle imprese con numero di soci/azionisti

chiaramente che complessivamente nell'84% dei casi l'impresa é nata grazie all'impegno di parenti dell'attuale titolare, se non dalla sua stessa iniziativa (Figura 2.1).

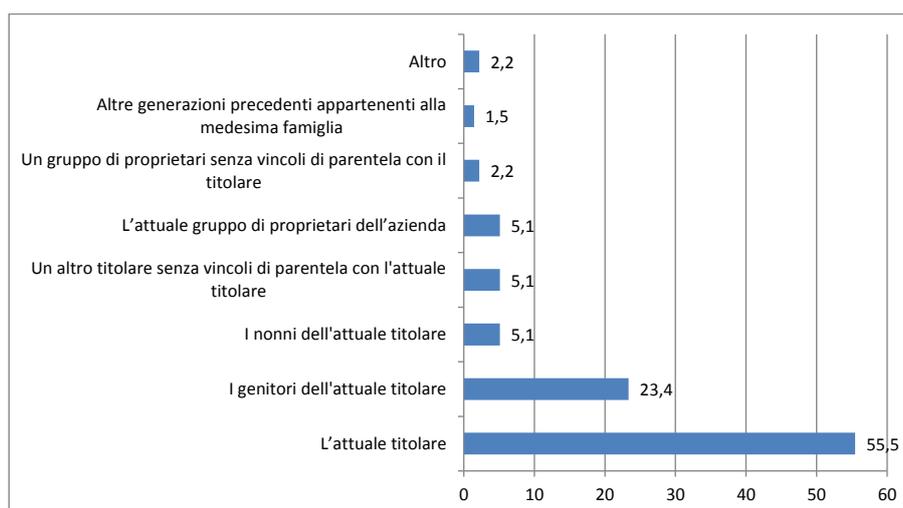


Figura 2.1: Chi ha fondato l'impresa?

La partecipazione a gruppi di imprese risulta piuttosto scarsa. Solo il 3,2% delle imprese intervistate ha dichiarato di farne parte. Un dato interessante, inoltre, é rappresentato dal fatto che le imprese appartenenti ad un gruppo nel 75% dei casi controlla una o piú imprese nazionali. Questa informazione conferma la presenza sul territorio salernitano di grandi imprese capigruppo che svolgono una funzione di guida nell'industria alimentare e delle bevande.

Per quanto riguarda l'andamento dei risultati di esercizio nel quadriennio di nostro interesse (2007-2010), emerge un segnale di 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 (Figura 2.2).

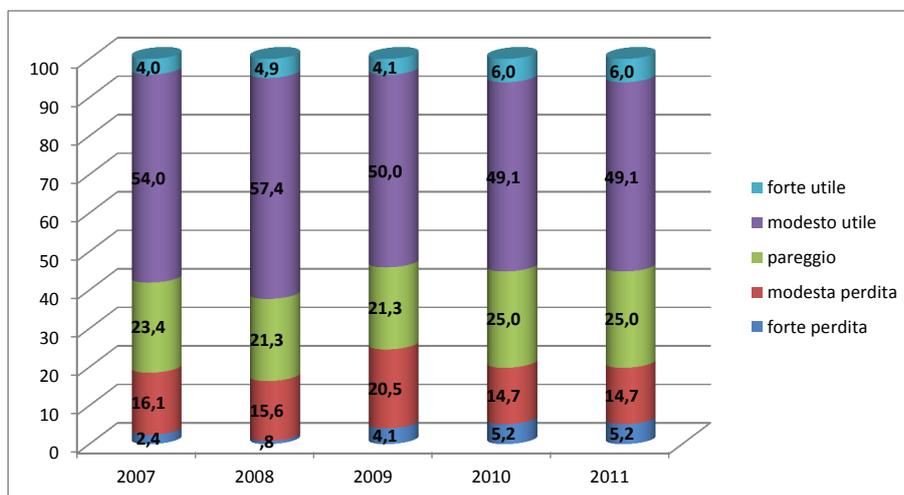


Figura 2.2: Risultato di esercizio nel quadriennio

Infine, per chiudere questa prima sezione è opportuno soffermarsi brevemente su alcune caratteristiche generali dei responsabili d'impresa. Dall'indagine emerge che si tratta prevalentemente di maschi (81,5%) con un livello di istruzione prevalente medio-basso (il 42,5% ha ottenuto un diploma di maturità, mentre il 41% ha la licenza media) e con una bassa propensione a partecipare a corsi di formazione e aggiornamento per i funzionari di impresa (il 79,5% ha risposto di non aver mai partecipato nel quadriennio di riferimento).

### 2.1.2 Modelli organizzativi dell'impresa

Un aspetto rilevante nei modelli organizzativi dell'impresa riguarda il processo di coinvolgimento nelle scelte strategiche da parte del responsabile di impresa. Com'è del resto prevedibile, emerge che i responsabili delle ditte individuali tendono nel 74,2% dei casi ad assumere decisioni da soli senza coinvolgere nessuno. Se ci si sposta a guardare le società (di persona e di capitali) si evince, invece, che nel 58% dei casi i responsabili assumono le principali decisioni strategiche coinvolgendo altri soggetti. In questo ultimo caso, come si vede dalla Figura 2.3, prevale il forte coinvolgimento dei soci (80,5%) e della famiglia del titolare (45,2%), a riprova della forte dimensione familiare delle imprese salernitane del settore AL. Inoltre, non è trascurabile il coinvolgimento dei consulenti aziendali.

Un aspetto degno di nota che fornisce una ulteriore affermazione della natura familiare delle imprese analizzate, è rappresentato dalla elevata percentuale (79,5%) di coloro

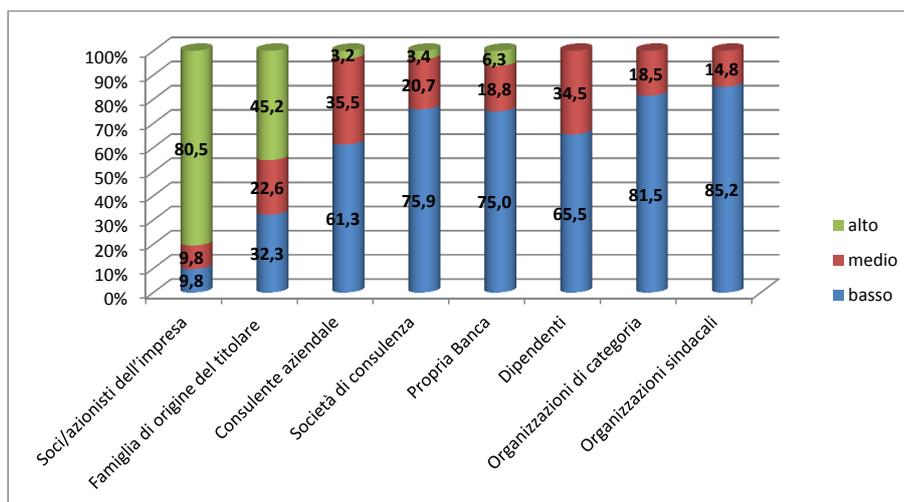


Figura 2.3: Grado di coinvolgimento nelle decisioni di impresa nel caso di società

che ha dichiarato che il responsabile d'impresa ha una relazione di parentela con i proprietari dell'impresa stessa.

Un ulteriore aspetto da considerare riguarda le funzioni aziendali che l'impresa ha stabilito di esternalizzare. Tali funzioni riguardano prevalentemente attività di servizio alle imprese a basso valore aggiunto (contabilità, consulenza per la sicurezza del lavoro, manutenzione impianti, consulenza informatica), anche se non sono da trascurare le esternalizzazioni a più elevato valore aggiunto come: la progettazione dell'impianto, l'imballaggio oppure il controllo di qualità. Si tratta in tutti i casi di attività che vengono esternalizzate a favore di imprese localizzate nella regione Campania.

### 2.1.3 Gli investimenti realizzati dell'impresa

Dall'analisi dei dati risulta che nel quadriennio di nostro riferimento (2007-2010) nel 59,6% le imprese intervistate hanno realizzato almeno una volta un investimento di tipo materiale o immateriale. Questo dato indica che nella provincia di Salerno, le imprese dei settori in questione, continuano a mantenere una sostenuta propensione agli investimenti, nonostante la presenza in questo settore di imprese di piccolissima dimensione. Se si prova a disaggregare su base territoriale il dato degli investimenti emerge che l'area dell'Agro Nocerino Sarnese si è caratterizzata per la percentuale di investimenti più elevata (69,2%), seguita dal Cilento Vallo di Diano (63,6%) e dall'Area Metropolitana (58,6%) (Figura 2.4).

Un altro aspetto che vale la pena sottolineare riguarda la relazione tra la dimensione dell'impresa (calcolata tenendo conto dei risultati di fatturato) e la propensione agli investimenti. Dall'indagine emerge che le piccole imprese (60,2%) dimostrano una propensione all'investimento poco più bassa rispetto a quella delle medie imprese (66,7%)

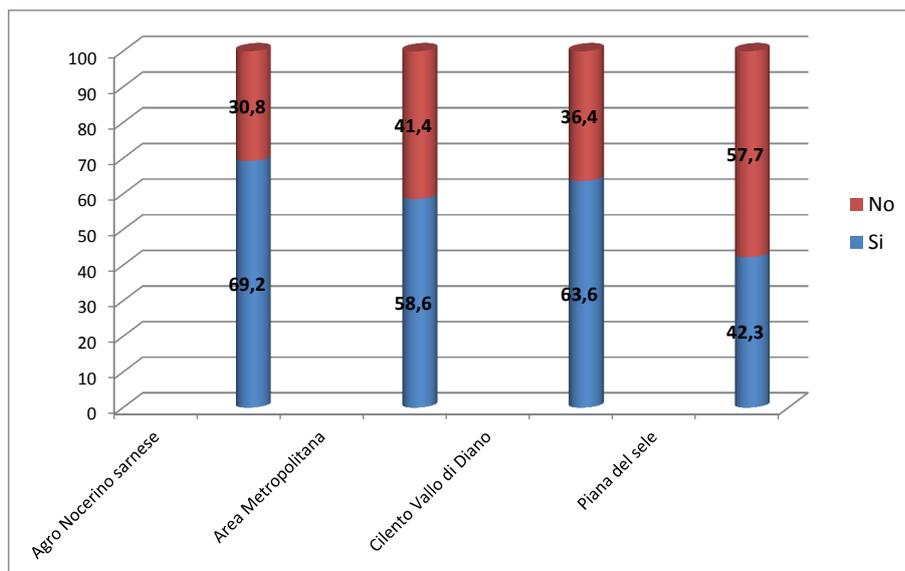


Figura 2.4: Investimenti realizzati tra il 2007 e il 2010

ed inoltre, come era assolutamente prevedibile, al crescere della dimensione di impresa cresce anche la propensione all'investimento (Figura 2.5).

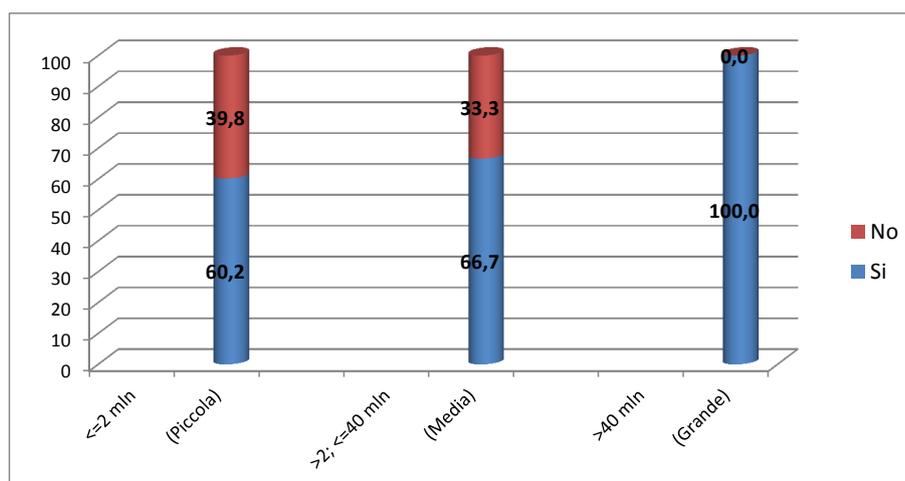


Figura 2.5: Investimenti realizzati tra il 2007 e il 2010 per classi di fatturato

Se ci si sposta ad analizzare la natura degli investimenti realizzati è possibile riscontrare che si tratta prevalentemente di investimenti in impianti, macchinari e attrezzature (39%); in sistemi di trasporti (circa 17%); in infrastrutture (16,4%). Risultano, inoltre, piuttosto bassi gli investimenti tipici di attività manifatturiere a elevato valore aggiunto, come nel caso della Ricerca e Sviluppo (4%); investimenti finanziari (3,4%), acquisto di tecnologia dall'esterno (come brevetti o licenze) (0,6%) (Tabella 2.3).

Tipologia di investimenti realizzati nel quadriennio	
Impianti, macchinari, attrezzature	39,0
Trasporti	16,9
Infrastrutture	16,4
Sistemi informativi e altri investimenti immateriali	7,9
Ricerca e sviluppo di nuove tecnologie produttive	4,0
Investimenti finanziari	3,4
Logistica	2,8
Acquisto tecnologia dall'esterno, come brevetti, licenze etc.	0,6

Tabella 2.3: Tipologia di investimenti realizzati tra il 2007 e il 2010

Un aspetto di grande rilievo riguarda la fonte di finanziamento prevalentemente usata allo scopo di realizzare gli investimenti. A tale riguardo emerge che la percentuale delle imprese capace di fare leva sull'autofinanziamento é piuttosto elevata (78% dei casi), mentre le imprese che fanno ricorso al credito ordinario piuttosto regolarmente rappresentano il 55% circa del campione intervistato. Inoltre, vale la pena sottolineare che solo nel 16,5% dei casi le imprese intervistate hanno realizzato gli investimenti grazie a qualche incentivo pubblico.

Una particolare attenzione va riservata agli obiettivi connessi agli investimenti industriali. Emerge che 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%). Dai dati viene confermata l'ipotesi che le imprese in questione non sentono un particolare bisogno di ristrutturazione tecnologica dei propri processi produttivi e per tanto l'investimento ha solo la funzione laddove possibile di ampliare la produzione a tecnologia costante (Figura 2.6).

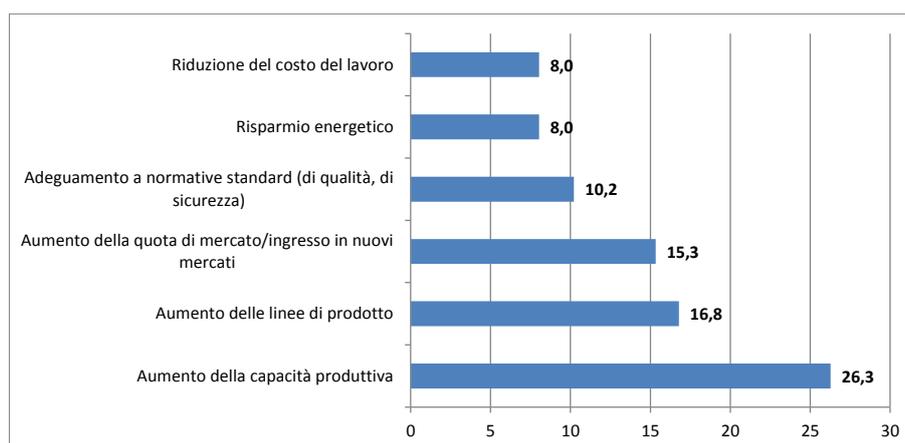


Figura 2.6: Obiettivi perseguiti grazie agli investimenti realizzati

L'ultimo aspetto della presente sezione riguarda le previsioni che le imprese hanno formulato relativamente agli investimenti futuri. È stato chiesto loro se intendessero realizzare nel prossimo triennio investimenti materiali o immateriali. Come è possibile vedere dal grafico 2.7 il 46,3% ha risposto negativamente, mentre il 34% circa è sicura di realizzarli. In ultimo emerge che circa il 20% ha risposto di essere disponibile a realizzare investimenti solo grazie all'ottenimento di incentivi pubblici.

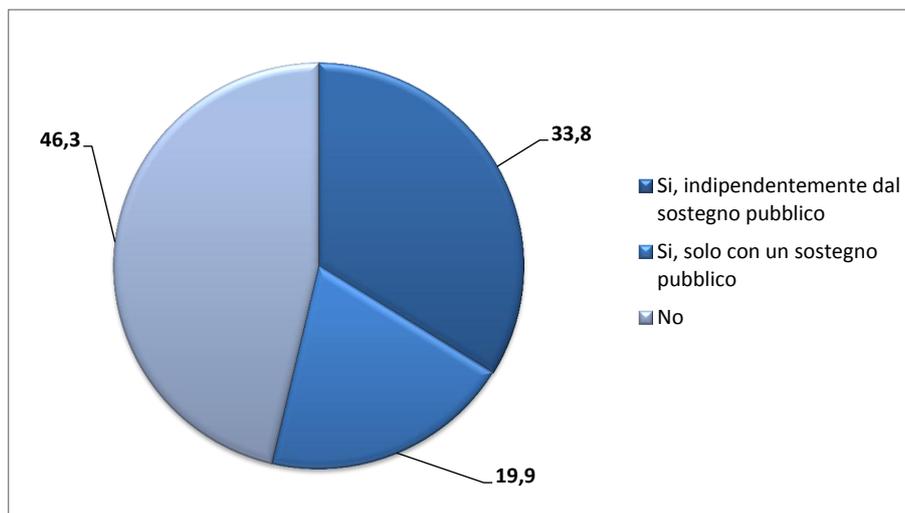


Figura 2.7: Investimenti previsti nei prossimi tre anni

#### 2.1.4 Rapporti con le banche

Un aspetto di rilevante interesse riguarda la relazione tra le imprese intervistate e gli istituti di credito, in particolar modo nella presente fase caratterizzata dalla crisi economico internazionale.

L'indagine rileva che l'81% circa delle imprese analizzate intrattiene regolarmente rapporti con massimo due istituti bancari; non è trascurabile la quota di imprese che intrattiene rapporti con 3/5 banche (13% circa) (Tabella 2.4). Per quanto concerne, invece, la tipologia di banche con cui tali imprese mantengono delle relazioni, emerge coerentemente alle aspettative, che la principale tipologia è quella delle banche a diffusione nazionale (49,2%), seguita dalle casse rurali ed artigianali (39,7%)(Figura 2.8).

Un aspetto importante riguarda le criticità riscontrate nella relazione con gli istituti bancari (Tabella 2.5). Le imprese intervistate hanno risposto che la principale criticità riguarda, com'è consueto, le richieste di garanzie (29,%), seguita dai costi complessivi di erogazione (22,7%). Vale la pena di sottolineare che il 23,6% degli intervistati ha risposto di non riconoscere alcuna forma di criticità nella relazione con il mondo bancario. Infine,

Numero banche o istituti finanziari per classi	
1-2 banche	81,1
3-5 banche	12,9
6-10 banche	4,5
>10 banche	1,5
Totale	100

Tabella 2.4: Numero banche-istituti finanziari per classi

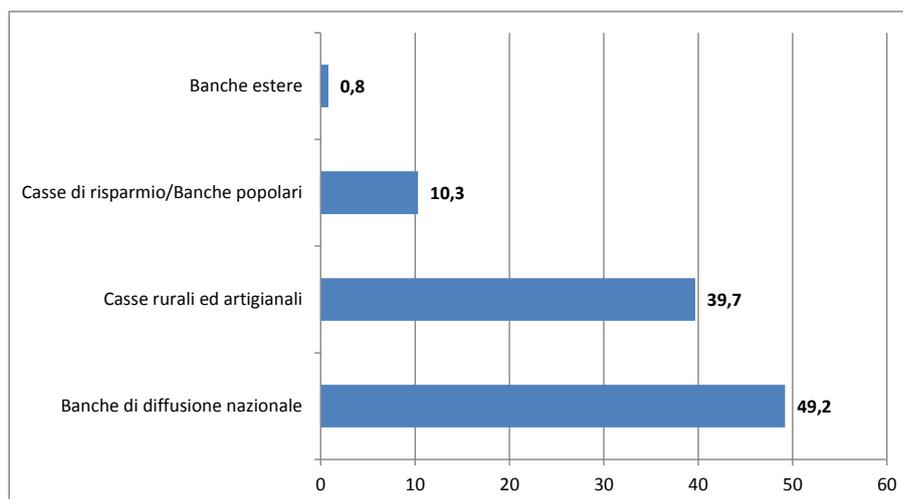


Figura 2.8: Tipologia prevalente di banca o istituto con cui l'impresa opera regolarmente

l'aspetto piú rilevante principalmente nella attuale congiuntura della crisi economico-finanziaria, riguarda il grado di difficoltà riscontrato dagli operatori nell'accesso al sistema del credito. Come si evince dalla figura 2.9, a cominciare dal 2010 si avverte una maggiore stretta del razionamento del credito che continua a manifestarsi, anche al netto di un leggero decremento, nei dati previsionali formulati sulla base delle aspettative delle imprese per l'anno 2011.

### 2.1.5 Forza Lavoro

Il numero di addetti stabili (al netto del lavoro stagionale) presso le imprese é stato ordinato per classi tenendo conto della ripartizione proposta dalla Commissione Europea. Il dato che emerge, in coerenza agli altri aspetti precedentemente descritti, é 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 é 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 (Tabella 2.6).

Criticità imprese-banche	
Garanzie richieste	29,1
Nessuna criticità	23,6
Costi complessivi dell'erogazione	22,7
Documentazione contabile richiesta	13,6
Tempi di erogazione	10,9
Totale	100

Tabella 2.5: Principali criticità riscontrate nel rapporto tra le imprese e gli istituti finanziari

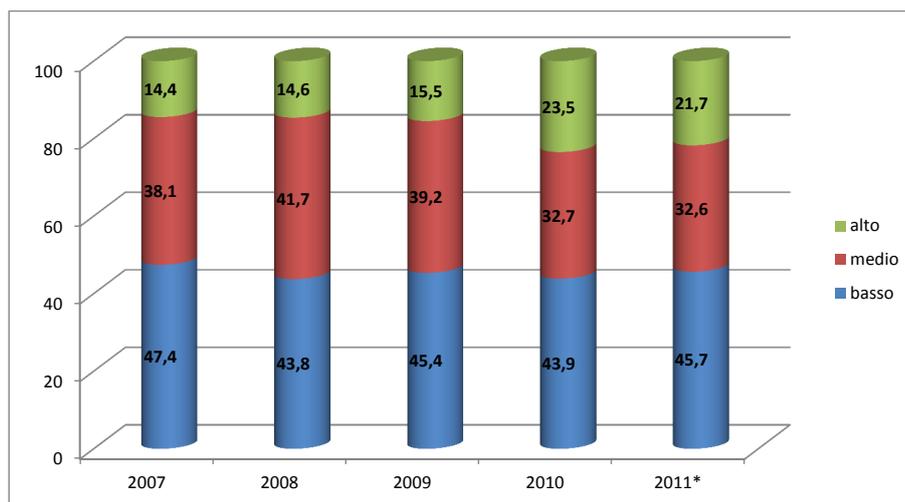


Figura 2.9: Grado di difficoltà nell'accesso al credito

È opportuno sottolineare che l'incidenza del lavoro femminile in questo settore non appare trascurabile. Il 36% circa delle imprese costituite in forma societaria (escluse le ditte individuali) ha risposto di avere da 2 e 10 dipendenti donne. Questo numero, come è evidente, sale in maniera rilevante se si considera l'attività lavorativa nella fase estiva. Come è noto la produzione alimentare ed in particolare quella conserviera è caratterizzata da un elevato ricorso al lavoro stagionale. In queste fasi il contributo delle lavoratrici donna è notevole. A detta degli imprenditori è preferibile assumere manodopera femminile in considerazione della loro maggiore propensione a realizzare un accurato lavoro di selezione manuale degli alimenti, tipico del comparto conserviero. Inoltre, dall'indagine emerge anche che la presenza di lavoratori stranieri risulta assolutamente trascurabile. Per quanto riguarda le forme contrattuali, emerge che ben l'81,4% degli addetti ha un contratto a tempo indeterminato (escludendo evidentemente la manodopera stagionale). Inoltre, si tratta prevalentemente (95,5%) di lavoratori che hanno una età compresa tra i 24 e i 54 anni. I sistemi di reclutamento della manodopera più diffusi sono quelli informali; il 10,2% delle imprese ha risposto di ricercare gli addetti mediante le relazioni informali e il passa parola, l'8% delle imprese ha sostenuto che il sistema più diffuso ri-

Numero di addetti per classi	
1 addetto	6,8
2-10 addetti	68,0
11-25 addetti	12,6
26-50 addetti	5,8
51-250 addetti	6,8
Totale	100

Tabella 2.6: Numero di addetti totali (maschi e femmine) per classi

Variazione degli addetti	
Rimasto invariato	68,6
Aumentato poco (meno o al massimo del 10%)	11,8
Aumentato significativamente (oltre il 10%)	7,8
Diminuito poco (meno o al massimo del 10%)	7,8
Diminuito significativamente (oltre il 10%)	3,9
Totale	100

Tabella 2.7: Variazione percentuale degli addetti nel quadriennio 2007-2010

guarda il contatto diretto del lavoratore presso l'impresa. Per finire, nel 3,6% dei casi gli addetti vengono ricercati all'interno della famiglia dello stesso titolare.

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 aver aumentato significativamente (> 10%) gli addetti (Tabella 2.7). Per quanto riguarda in particolare le imprese che hanno dichiarato che il numero dei loro addetti è diminuito, è stato chiesto di esprimersi sulla motivazione alla base di tale diminuzione. Dall'analisi emerge che le principali motivazioni, riportate in tabella 2.8, riguardano la diminuzione della propria quota di mercato (54,5%) e l'aumento del costo del lavoro (36,4%).

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. Tali corsi sono stati realizzati prevalentemente all'esterno dell'impresa rivolgendosi

Motivazioni	
Diminuzione della propria quota di mercato	54,5
Aumento del costo del lavoro	36,4
Investimenti in capitale che hanno sostituito la forza lavoro	9,1
Totale	100

Tabella 2.8: Principali motivazioni alla base della riduzione del numero degli addetti

Costo del lavoro	
0-8%	5,9
9-15%	28,2
16-20%	14,1
21-25%	3,5
26-30%	10,6
31-40%	18,8
>40%	18,8
Totale	100

Tabella 2.9: Incidenza percentuale del costo del personale sul totale dei costi di produzione

Innovazioni	
Innovazioni di prodotto	40,1
Innovazioni di processo	30,7
Innovazioni di tipo organizzativo e gestionale	13,1

Tabella 2.10: Innovazioni di prodotto, processo e organizzative

a società specializzate (40%); anche se non risulta trascurabile la quota di corsi organizzati direttamente all'interno dell'impresa (35,6%). Infine un ultimo importante aspetto riguarda l'incidenza del costo del lavoro sul totale dei costi industriali. Come si evince dalla tabella 2.9, il 28,2% delle imprese ha risposto che tale costo è compreso tra il 9-15% del totale dei costi, mentre non è trascurabile che complessivamente il 37% circa delle imprese ha risposto che tale costo oscilla tra il 31-40% dei costi complessivi.

### 2.1.6 Ricerca, sviluppo e innovazione

Dall'analisi dei dati emerge una modesta attitudine delle imprese a intraprendere iniziative di innovazione. Inoltre, come vedremo a breve, si tratta di forme di innovazione prevalentemente senza ricerca, ma frutto dell'esperienza maturata all'interno delle imprese, tenendo conto anche di comportamenti imitativi all'interno del settore. Dai dati riportati in tabella , emerge che il 40% delle imprese nell'ultimo quadriennio (2007-2010) ha realizzato innovazioni di prodotto, mentre il 31% circa ha fatto innovazioni di processo. È stato, inoltre, richiesto alle imprese di che tipologia di innovazioni si trattasse (Tabella 2.11). Per quanto riguarda le innovazioni di prodotto, è stato risposto che si tratta prevalentemente di prodotti nuovi per il mercato di riferimento (21,2%), seguito dalla tipologia dei prodotti nuovi per l'azienda e non per il mercato (15,3%). Per quanto concerne, invece, le innovazioni di processo risulta che nel 18% dei casi circa si è trattato di innovazioni nuove per il mercato, mentre nell'11% circa di innovazioni nuove solo per l'impresa.

Le innovazioni di prodotto realizzate	
Prodotti nuovi per il mercato di riferimento	21,2
Prodotti nuovi per l'azienda ma non per il mercato di riferimento	15,3
Innovazioni marginali su prodotti già realizzati in passato	8,8
Le innovazioni di processo realizzate	
Macchinari e/o impianti tecnologicamente nuovi per il mercato di riferimento	18,2
Macchinari e/o impianti tecnologicamente nuovi per l'azienda	10,9
Tecnologie (anche di natura software) nuove per il mercato di riferimento	3,6
Tecnologie (anche di natura software) nuovi per l'azienda ma non per mercato di riferimento	2,9

Tabella 2.11: Tipologie di innovazioni di prodotto e processo

Fonti di innovazione	
Fonti interne all'impresa e/o al gruppo di appartenenza	25,5
Conferenze, mostre, fiere seminari, riviste specializzate	17,5
Clienti/committenti	16,1
Fornitori (Es.: si attrezzature, di materie prime etc.)	12,4
Imprese concorrenti	4,4
Università o altri centri di ricerca pubblici	2,9

Tabella 2.12: Le principali fonti di informazione sull'innovazione a cui l'impresa ha fatto riferimento

Un aspetto decisivo per comprendere la tipologia di sistema di innovazione di cui dispongono le imprese riguarda l'analisi della natura delle fonti di innovazione. Dall'indagine emerge che si tratta prevalentemente di fonti interne all'impresa (25,5%), o altrimenti, conferenze, seminari, fiere e riviste specializzate (17,5%) che contribuiscono ad alimentare un processo imitativo nei vari settori (Tabella 2.12). Il dato relativo agli accordi di cooperazione sottoscritti tra le imprese e il mondo accademico, conferma che il processo di innovazione ha prevalentemente una matrice interna all'impresa. Il 97% degli intervistati ha risposto che non ha mai realizzato accordi di cooperazione con istituzioni e università pubbliche.

Infine, considerando esclusivamente le imprese che hanno dichiarato espressamente di svolgere regolarmente le attività di Ricerca e Sviluppo, risulta che per tali imprese l'incidenza del costo di tali attività 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 (Tabella 2.13).

### 2.1.7 Approvvigionamento, produzione e vendita

Per quanto riguarda il sistema di approvvigionamento delle imprese è bene distinguere tra quello relativo alle materie prime e quello relativo ai semi-lavorati. Nel primo caso, dall'indagine risulta che le imprese si approvvigionano prevalentemente nella stessa pro-

Incidenza spesa in Ricerca e Sviluppo	
1-3%	5,1
3.1-6%	1,5
6,1-10%	0,7

Tabella 2.13: Incidenza percentuale della spesa per Ricerca e Sviluppo sul totale dei costi di produzione

Grado utilizzo degli impianti	
>91%	31,0
71-80%	19,8
30-50%	13,5
51-60%	12,7
61-70%	12,7
81-90%	10,3
Totale	100

Tabella 2.14: Utilizzo degli impianti medio nel quadriennio 2007-2010, espresso in termini percentuali

vincia (82,6%), anche se non é trascurabile l'approvvigionamento realizzato nelle altre regioni italiane (56,5% circa. Prevalentemente Puglia ed Emilia Romagna). Si tratta di un dato facilmente comprensibile, se si considera che l'incidenza del comparto conserviero (trasformazione del pomodoro) sul totale del settore alimentare é molto elevata. Per quanto riguarda l'approvvigionamento dei semi-lavorati, invece, esso avviene prevalentemente sul territorio extra-regionale (32% circa. La regione di approvvigionamento piú frequente é la Puglia), anche se risulta non trascurabile la quota relativa alla regione Campania (22,5%). Le imprese hanno dichiarato di svolgere contemporaneamente sia produzione in conto proprio (78% circa) che in conto terzi (58% circa). La programmazione della produzione non risulta rigidamente determinata e segue prevalentemente l'andamento della domanda ed eventualmente delle commesse di terzi (82,3%). Un aspetto di notevole interesse da considerare riguarda il grado di utilizzo degli impianti. Dall'indagine risulta che tra il 2007 e il 2010 gli impianti fissi sono stati sfruttati adeguatamente, come é possibile riscontrare nella tabella 2.14. Il 31% delle imprese ha utilizzati gli impianti ad un livello superiore al 91% della sua capacità produttiva, mentre il 20% circa ha sfruttato gli impianti tra il 71-80%.

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 é 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). Infine, l'indagine fa emergere anche qual'è il canale distributivo maggiormente impiegato dalle imprese. A tale scopo é opportuno

fare una distinzione tra imprese in forma societaria e ditte individuali. Nel primo caso risulta che il canale principale é quello all'ingrosso (39,7%), seguito dal canale al dettaglio (32,8%) e dalla grande distribuzione (22,4%). Per quanto riguarda, invece, le ditte individuali il canale prevalente é quello al dettaglio (57,9%), seguito dal canale all'ingrosso (26,3%), mentre come prevedibile la grande distribuzione assume in questo caso un peso molto piú basso (3,5%).

### 2.1.8 Efficienza energetica e gestione rifiuti

Le imprese che hanno dichiarato di implementare misure di efficienza energetica risultano appena il 17,9%. Tra queste imprese gli interventi prevalentemente realizzati riguardano il risparmio e l'efficienza dei sistemi di illuminazione (9,5%), il risparmio e l'efficienza dei sistemi di riscaldamento (7,3%), il risparmio e l'efficienza dei sistemi di produzione (7,3%). Non risultano attualmente diffusi gli impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili, poiché solo il 6,7% ha risposto positivamente a questa domanda; anche se, nei prossimi tre anni, il 33% delle imprese analizzate ha risposto di voler realizzare un impianto. É opportuno sottolineare, inoltre, che solo il 20,6% delle imprese possiede un sistema di controllo delle emissioni inquinanti in atmosfera.

Per quanto riguarda lo smaltimento dei rifiuti, il 53,9% delle imprese ha risposto di realizzarlo mediante il ricorso ad una società specializzata, che nella gran parte dei casi risulta localizzata nella stessa provincia (85,1%). Secondo le imprese intervistate la scelta della società che si occupa dello smaltimento rifiuti avviene tenendo conto dei seguenti criteri: vicinanza alla propria impresa (21,9% dei casi), conoscenza del personale della società (13% dei casi), costo basso praticato dall'impresa (12,4%). Infine, ancora riguardo la gestione dei rifiuti, emerge che l'incidenza dei costi relativi allo smaltimento risulta bassa: l'85,7% delle imprese ha risposto che tale costo oscilla tra l'1-3% del totale dei costi di produzione.

### 2.1.9 Fattori di successo e concorrenza, contesto locale e scelte localizzative

Alla domanda su quali fossero secondo gli intervistati i principali fattori in grado di spiegare il loro successo, le imprese hanno risposto nel seguente modo: il 53,3% delle imprese lo attribuisce alla qualità del prodotto, il 43,1% lo attribuisce; invece al rapporto qualità/prezzo; il 39,4% alla specializzazione e capacità del personale; il 20,4% al rispetto dei tempi nella consegna dei prodotti (Figura 2.10).

É stata posta alle imprese una domanda relativa alle principali regioni italiane da cui proveniva la concorrenza (Figura 2.11). dall'analisi dei dati, pertanto, deriva che la prima regione é come ci si attendeva l'Emilia Romagna (30,3%), seguita dalla Lombardia (15,2%) e dalla Puglia (12,1%). Un aspetto importante riguarda il grado (alto, medio, basso) di cooperazione tra gli imprenditori lungo la filiera; le imprese (Figura 2.12) hanno



Figura 2.10: I principali fattori di successo dell'impresa

risposto che esiste una collaborazione anche se tuttavia non molto intensa.

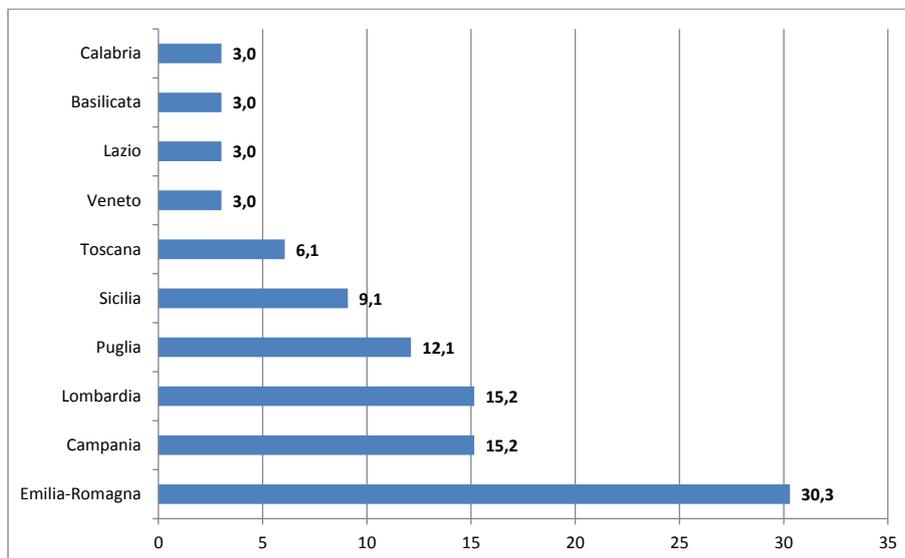


Figura 2.11: La geografia nazionale della concorrenza

È stato chiesto alle imprese quali potrebbero essere a loro parere le misure da intraprendere allo scopo di favorire un processo di sviluppo nell'area provinciale. Emerge (Tabella 2.15) una forte indicazione relativamente alla semplificazione dei processi burocratici (56,9%), una richiesta di politiche industriali mirate (38%), una domanda di potenziamento della dotazione infrastrutturale della provincia (29,2%).

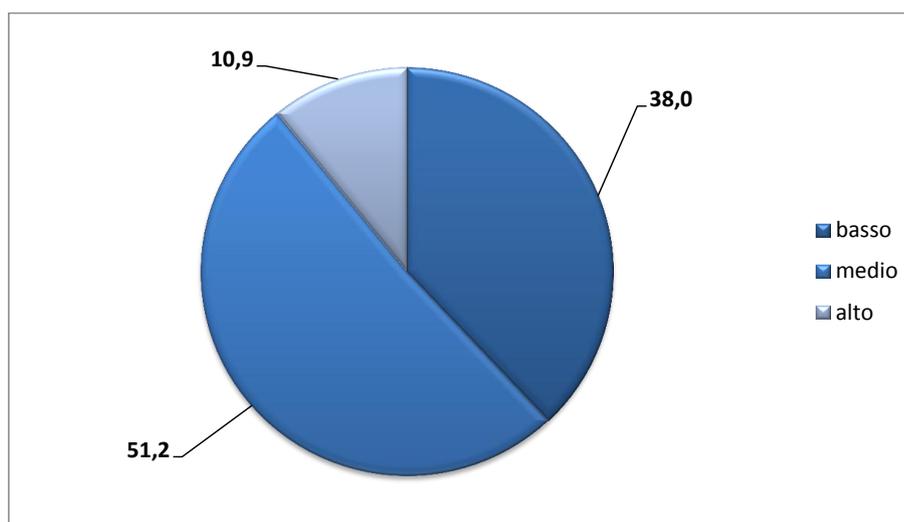


Figura 2.12: Grado di cooperazione nella filiera

Domanda di policy delle imprese	
Semplificazione dei processi burocratici	56,9
Politica industriale pubblica mirata a settori specifici	38,0
Potenziamento della dotazione infrastrutturale per le imprese	29,2
Favorire nascite di consorzi e/o gruppi di cooperazione tra imprese	21,2
Favorire intese tra Università /Enti di ricerca e le imprese	10,9
Altro	1,5

Tabella 2.15: Domanda di politiche per lo sviluppo espressa dalle imprese

Inoltre é stato chiesto alle imprese quali strumenti di politica industriale riterrebbe piú adatti allo sviluppo delle imprese (Tabelle 2.16). Dai dati emerge prevalentemente: contributi in conto capitale (54%) e politiche a sostegno dell'occupazione (43,8%). Infine, come conferma della relazione stabile tra le imprese e il territorio provinciale, risulta che l'82% circa delle imprese non intende in futuro spostare la produzione fuori dalla provincia salernitana.

Le misure di politica industriale	
Contributi in c/capitale	54,0
Politiche di incentivo a sostegno dell'occupazione	43,8
Interventi a garanzia del credito (Es. Consorzio Fidi)	16,8
Contributi in c/interesse	6,6
Strumenti partecipazione al capitale di rischio (Es. Venture Capital)	5,1
Altro	1,5

Tabella 2.16: Le indicazioni delle imprese sulle misure di politica industriale

- [1] AA.VV. (2006), *La Conoscenza come Motore del Cambiamento (2006)*, rapporto a cura del CELPE stampato dalla Provincia di Salerno.
- [2] Amendola, A., Storti G. (2008), A GMM procedure for combining volatility forecasts, *Computational Statistics & Data Analysis*, 52, 3047-3060.
- [3] Bagnasco, A. (1977), *La terza Italia, problematiche dello sviluppo italiano, il Mulino*.
- [4] Bonazzi, G. Bagnasco A. Casillo S. (1972), *L'Organizzazione della Marginalità. Industria e Potere Politico in una Provincia Meridionale LI/ED Edizioni Torino*.
- [5] Calinski, R. B., Harabasz, J. (1974), A Dendrite Method for Cluster Analysis, *Communications in Statistics*, 3, 1-27.
- [6] Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura di Salerno (1995), Salerno in Cifre, *Arti Grafiche Boccia*.
- [7] Cnel, (2009), *Rapporto sul mercato del lavoro 2008-2009, (tratto da) Documenti, 14, Roma*.
- [8] Coccoresse P., Coppola G. (2009), Il sistema industriale di Salerno all'inizio del nuovo secolo. In: AA.VV. a cura di Aldo Montaudò. *Dal Novecento al Duemila. L'industria in Provincia di Salerno, 1, 125-144, Pleticta Editrice, Salerno*.
- [9] Cochran W.G. (1977), *Sampling Techniques, 3rd Edition, Wiley*.
- [10] Coppola, G. (2001), Studio di una provincia meridionale attraverso un'analisi dei Sistemi Locali del Lavoro. Il caso di Salerno, *Workin Paper, 3, Dises, Università degli studi di Salerno*.
- [11] Coppola G., Garofalo M.R., Mazzotta F. (2003), Industrial localisation and Economic development: a case study, *Discussion Paper CELPE, 71*.
- [12] Coppola G., Mazzotta F. (2002), Le specializzazioni dei sistemi locali di una provincia del Mezzogiorno: il caso di Salerno, Pubblicato negli atti della XXI conferenza nazionale AISRe Associazione Italiana di Scienze Regionali AISRe ISBN 88-87788-03-0.
- [13] Frosini, B., Montinaro, M., Nicolini, G. (1994), Il campionamento da popolazioni finite, *UTET*.
- [14] Guarini, R., Tassinari, F. (2000), *Statistica Economica, il Mulino*.
- [15] Hennig, C. (2007), Cluster-wise assessment of cluster stability, *Computational Statistics & Data Analysis*, 52, 258-271.

- [16] Hennig, C. (2008), Dissolution point and isolation robustness: robustness criteria for general cluster analysis methods, *Journal of Multivariate Analysis*, 99, 1154-1176.
- [17] ISTAT (2005), Censimento dell'Industria, del Commercio e dell'Agricoltura 2001, Roma.
- [18] Piccolo, D. (1998), *Statistica, il Mulino*.
- [19] Pugliese, E. (2006), L'Italia tra migrazioni internazionali e migrazioni interne, *Il Mulino*.
- [20] Santeusano, A., Storti, G. (2002), *Statistica Economica, Edizioni CUSL*.
- [21] Székely, G.J., Rizzo, M.L. (2005), Hierarchical Clustering via Joint Between-Within Distances: Extending Ward's Minimum Variance Method, *Journal of Classification*, 22, 151-183.
- [22] Székely, G.J., Rizzo M.L., Bakirov, N.K. (2007). Measuring and testing independence by correlation of distances, *Annals of Statistics*, 35, 2769-2794.
- [23] Vitale, C. (2002), *Introduzione alla statistica per le applicazioni economiche, Edizioni Scientifiche Italiane editore*.
- [24] Ward, J.H., Jr. (1963), Hierarchical Grouping to Optimize an Objective Function, *Journal of American Statistical Association*, 48, 236-244.

## ELENCO DELLE TABELLE

2.1	fatturato medio del quadriennio 2007-2010 . . . . .	6
2.2	Percentuale delle imprese con numero di soci/azionisti . . . . .	6
2.3	Tipologia di investimenti realizzati tra il 2007 e il 2010 . . . . .	10
2.4	Numero banche-istituti finanziari per classi . . . . .	12
2.5	Principali criticità riscontrate nel rapporto tra le imprese e gli istituti finanziari . . . . .	13
2.6	Numero di addetti totali (maschi e femmine) per classi . . . . .	14
2.7	Variazione percentuale degli addetti nel quadriennio 2007-2010 . . . . .	14
2.8	Principali motivazioni alla base della riduzione del numero degli addetti .	14
2.9	Incidenza percentuale del costo del personale sul totale dei costi di produzione . . . . .	15
2.10	Innovazioni di prodotto, processo e organizzative . . . . .	15
2.11	Tipologie di innovazioni di prodotto e processo . . . . .	16
2.12	Le principali fonti di informazione sull'innovazione a cui l'impresa ha fatto riferimento . . . . .	16
2.13	Incidenza percentuale della spesa per Ricerca e Sviluppo sul totale dei costi di produzione . . . . .	17
2.14	Utilizzo degli impianti medio nel quadriennio 2007-2010, espresso in termini percentuali . . . . .	17
2.15	Domanda di politiche per lo sviluppo espressa dalle imprese . . . . .	20
2.16	Le indicazioni delle imprese sulle misure di politica industriale . . . . .	21

## ELENCO DELLE FIGURE

2.1	Chi ha fondato l'impresa? . . . . .	6
2.2	Risultato di esercizio nel quadriennio . . . . .	7
2.3	Grado di coinvolgimento nelle decisioni di impresa nel caso di società . . . . .	8
2.4	Investimenti realizzati tra il 2007 e il 2010 . . . . .	9
2.5	Investimenti realizzati tra il 2007 e il 2010 per classi di fatturato . . . . .	9
2.6	Obiettivi perseguiti grazie agli investimenti realizzati . . . . .	10
2.7	Investimenti previsti nei prossimi tre anni . . . . .	11
2.8	Tipologia prevalente di banca o istituto con cui l'impresa opera regolarmente	12
2.9	Grado di difficoltà nell'accesso al credito . . . . .	13
2.10	I principali fattori di successo dell'impresa . . . . .	19
2.11	La geografia nazionale della concorrenza . . . . .	19
2.12	Grado di cooperazione nella filiera . . . . .	20