



Ministero dello Sviluppo Economico

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DIREZIONE GENERALE PER LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE E GLI ENTI COOPERATIVI
Div. VIII PMI e Artigianato

Indagine su SBA e MicroPMI

Sintesi dei principali risultati

Roma, novembre 2012

In un periodo di profonda recessione economica (2008-2011) una quota rilevante di imprese italiane (59,9%) ha adottato una serie di strategie di innovazione articolatesi prevalentemente attraverso la creazione di nuovi prodotti e di nuovi servizi e l'acquisto di macchinari, attrezzature e software. L'attività di innovazione appare correlata positivamente alle dimensioni di impresa.

Grazie a queste strategie poco meno della metà delle imprese intervistate ha registrato un miglioramento della qualità dell'offerta dei propri prodotti e un aumento nel numero dei prodotti e dei servizi offerti. Nonostante i vari processi di aggregazione che, soprattutto su base spontanea, hanno *accompagnato* le strategie di molte imprese italiane negli ultimi 15-20 anni emerge ancora un'elevata quota di imprese (86,3%) che opera in modo isolato, spinta prevalentemente dal desiderio di autonomia. Il 50,8% delle imprese in rete reputa che relazioni consolidate con altre imprese possano favorire un miglioramento della propria competitività sia sul mercato interno che su quelli esteri. Dall'Indagine emerge che le imprese relazionate hanno una *marcia in più* rispetto a quelle isolate in termini di una maggiore conoscenza delle misure di politica industriale adottate, di una migliore *performance* economica, di più articolate strategie di innovazione.

La percezione che le Istituzioni abbiano adottato recentemente una serie di misure a favore soprattutto delle imprese di micro, piccole e medie dimensioni (MPMI) è "colta" dal 7,3% delle imprese; poco meno di 2 imprese su 10, pari al 18,1% del campione intervistato, segnala di conoscere lo Small Business Act; tale quota risulta in miglioramento rispetto a quella (intorno al 7%) emersa da un'Indagine svolta dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne nel 2010. Elevata risulta, nel contempo, la quota di imprese che dichiara di non conoscere le varie misure di politica produttiva e industriale adottate negli ultimi anni a favore delle micro, piccole e medie imprese.

In sintesi:

- **SI FA PIU' INNOVAZIONE NELLE MPMI COME STRATEGIA ANTICRISI**
- **ANCORA ELEVATO IL "DEFICIT" DI AGGREGAZIONE TRA IMPRESE**
- **FARE RETE AUMENTA LA COMPETITIVITA' E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**
- **MIGLIORA LA CONOSCENZA SULLO SBA**

Questi i principali risultati emersi dall'Indagine realizzata dalla Direzione Generale PMI e Enti Cooperativi - Divisione VIII - del Ministero dello sviluppo economico su un campione rappresentativo di 1.000 MPMI.

L'indagine ha avuto come principale finalità quella di “esplorare” ed approfondire le seguenti tematiche:

- le principali strategie di innovazione adottate negli anni 2008-2011;
- reti e Network di impresa: l'analisi è volta a comprendere se l'impresa opera in rete o isolatamente e i vari fattori che spingono l'impresa a collaborare o meno con altre imprese nonché i vantaggi derivanti dall'aggregazione;
- il grado di conoscenza e di utilizzazione delle MPMI riguardo sulle recenti misure adottate dal Governo a loro favore nell'ambito dell'attuazione dello SBA e l'effetto delle distinte misure su alcune variabili aziendali (fatturato e occupazione).

Le strategie di innovazione: una quota rilevante di imprese italiane (59,9%) ha adottato, in un periodo di profonda recessione economica (2008-2011), una serie di strategie di innovazione articolatesi prevalentemente attraverso l'acquisto di macchinari, attrezzature e software (per il 37,3% del campione), la creazione di nuovi prodotti (27,3%) e di nuovi servizi (20,1%). Grazie a queste strategie poco meno della metà delle imprese ha registrato un miglioramento della qualità dei propri prodotti e servizi e un aumento nel numero dei prodotti e dei servizi offerti.

L'attività di innovazione appare correlata positivamente alle dimensioni di impresa; in particolare è pari a circa il 27% la quota delle micro imprese che segnala di avere creato nuovi prodotti a fronte di quote più elevate per le piccole e medie imprese, pari rispettivamente a circa il 37% e al 53%. Relativamente alla creazione di servizi nuovi e all'acquisto di macchinari, attrezzature e software le imprese di medie dimensioni appaiono più *innovative oriented* rispetto alle micro e piccole imprese. Riguardo alle ripartizioni geografiche e agli aspetti settoriali, sono le imprese localizzate nel Nord – Ovest del Paese e quelle manifatturiere ad evidenziare una maggiore propensione verso l'attività innovativa.

Quale effetto delle strategie adottate, una quota percentuale più elevata di piccole imprese (rispetto alle altre due tipologie dimensionali) indica di avere realizzato un *upgrading* qualitativo dei propri prodotti.

Reti e network di impresa: dall'Indagine emerge che ad operare in rete è il 13,7% del campione (di cui il 9,2% con altre imprese in modo permanente ed il 4,5% in modo saltuario). Ad avere creato relazioni con altre imprese sono soprattutto le grandi imprese (26,6%, di cui il 18,5% con altre imprese in modo permanente e l'8,1% in modo saltuario) e, contrariamente a quanto emerge in altre Indagini, quelle operanti nell'area meridionale del Paese.

Un'elevata quota di imprese (86,3%) opera in modo isolato, spinta prevalentemente dal desiderio di autonomia. Il 46% delle MPMI che non si aggregano motiva tale comportamento per il timore di essere costretto a rinunciare alla propria autonomia; seguono un effetto "sfiducia" a collaborare con altre imprese (13,2%) e la mancanza di imprese con cui instaurare relazioni (10%).

Tra le imprese che operano in rete, il 33% dichiara di essere inserito in una Associazione Temporanea d'impresa (ATI), il 21,5% in Gruppi di imprese, il 13,7% in Società consortili; lo 0,8% segnala di avere aderito ai Contratti rete con "punte" del 2,7% e del 7,5%, rispettivamente, tra le piccole e le medie imprese. Il 50,8% delle imprese in rete (62% tra quelle operanti nel Sud del Paese e 72,4% tra quelle che forniscono servizi alle imprese) reputa che relazioni consolidate con altre imprese possano favorire un miglioramento della propria competitività sia sul mercato interno che su quelli esteri.

Gli effetti della rete: l'Indagine evidenzia - a conferma di altre analisi e ricerche - che le imprese relazionate hanno una *marcia in più* rispetto a quelle isolate; in particolar modo è risultata maggiore la quota delle imprese in rete (13% contro il 6,4% di quelle non in rete) ad avere percepito una crescente *attenzione* delle Istituzioni a favore delle MPMI così come appare più elevata la quota di imprese relazionate a segnalare di essere a conoscenza dello SBA: 29,5% rispetto al 16,3% delle imprese isolate.

Nel contempo, a seguito delle varie agevolazioni usufruite, l'impatto sul fatturato e sull'occupazione appare sensibilmente più positivo per le imprese in rete. **Infine, l'aggregazione sembra rappresentare uno stimolo per l'attività innovativa:** circa il 75% delle imprese in rete ha adottato strategie di innovazione nel periodo 2008-2011 (a fronte di poco meno del 58% tra le imprese isolate) rivolte soprattutto alla creazione di prodotti e servizi nuovi e all'acquisizione di macchinari, attrezzature e software.

Quali effetti di queste strategie, le imprese in rete indicano, in particolar modo, di avere aumentato il numero dei prodotti e dei servizi offerti alla clientela, di avere acquisito una maggiore flessibilità nella produzione o nella fornitura dei servizi e di avere aumentato la propria quota di mercato.

Il grado di conoscenza delle MPMI sulle recenti misure di politica industriale: dall'Indagine emerge che il 7,3% del campione intervistato ha avuto la percezione che le Istituzioni abbiano adottato recentemente una serie di misure a favore soprattutto delle imprese di piccole e medie dimensioni. Tale percezione appare correlata positivamente alle dimensioni di impresa: è pari, infatti, al 7,1% la relativa quota percentuale di micro imprese a fronte del 10,1% e dell'11,8%, rispettivamente, tra le piccole e le medie imprese.

Tra le agevolazioni messe a disposizione del mondo produttivo, lo Sportello unico e la SCIA risultano quelli più utilizzati (rispettivamente dal 20,2% e dal 19,1% delle imprese). Le imprese che hanno utilizzato le varie agevolazioni indicano di avere riscontrato un effetto positivo sull'andamento del fatturato e dell'occupazione; particolarmente positivo appare

l'effetto sull'occupazione per le MPMI che hanno utilizzato i Contratti di rete, il Fondo Nazionale Innovazione e i Progetti di innovazione industriale.

Emerge, nel contempo, un'elevata quota percentuale di imprese che segnala di non conoscere le varie misure di politica industriale recentemente adottate dal Governo; in particolare **il Fondo unico di Venture capital** (secondo il 92% del campione; 94,5% tra le imprese del Nord – Ovest e 96,6% tra quelle dei Servizi alle imprese), **il Fondo Made in Italy per l'internazionalizzazione** (80,6%; 87,8% tra le imprese meridionali e 90,9% tra quelle di Costruzioni), **il Contratto di rete** (76,6%; 81,6% nel Nord – Est e 82,9% tra le imprese del Turismo). Abbastanza elevata (59%) risulta anche la quota di imprese che indica di non conoscere il Fondo di Garanzia; tale quota risulta più alta tra le imprese del Centro (73,7%) e tra le Ditte individuali (72,1%).

Il grado di conoscenza delle MPMI sull'attuazione dello Small Business Act (SBA): poco meno di 2 imprese su 10, pari al 18,1% del campione intervistato, segnala di conoscere lo Small Business Act; tale quota risulta in miglioramento rispetto a quella (intorno al 7%) emersa da un'Indagine svolta dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne nel 2010.

Sono le imprese del Nord e quelle operanti nei comparti del Commercio e del Turismo a segnalare una maggiore conoscenza della direttiva comunitaria. Le principali fonti di informazione sullo SBA sono rappresentate da Internet (secondo il 58% del campione), il Commercialista (46,6%) e le Associazioni di categoria (27,7%).

Il 12% delle imprese dichiara di conoscere lo SBA grazie alle azioni di informazione del Mise; sono in particolar modo le imprese del Nord – Ovest e quelle di medie dimensioni ad indicare di avere acquisito le informazioni relative all'attuazione dello SBA dal Ministero dello Sviluppo Economico.

Il Dirigente

(dott. Giuseppe Capuano)