

La ricerca su 734 aziende manifatturiere, finanziata da Arfaem, è stata elaborata per i **Cavalieri del lavoro**

Molte sono alimentari, non hanno il glamour dei grandi marchi e una «governance» spesso familiare

In Campania le industrie sono 279, in Puglia 161, in Abruzzo 109, in Sicilia 101 e le altre tra Basilicata, Calabria e Molise

Il professor Francesco Izzo, curatore dell'indagine: «Il divario competitivo collegato al deficit di dimensione»

IL MODELLO

LE MEDIE IMPRESE DEL SUD

TRA ALTA REDDITIVITÀ

E SOLIDITÀ PATRIMONIALE

di **Emanuele Imperiali**

Non c'è alcun dubbio che il divario competitivo dell'industria meridionale sia inevitabilmente collegato al fatto che si tratta d'impresе troppo piccole, sia per investire in innovazione, sia per poter riposizionarsi nelle catene globali del valore, sia per cimentarsi con decisione sui mercati internazionali. Per di più è rimasta ancorata a una struttura di *governance* familiare, con una presenza rarefatta di manager.

Eppure sono state proprio le medie imprese del Mezzogiorno a distinguersi nei lunghi anni della crisi, registrando performance di redditività superiori a quelle delle grandi e delle piccolissime aziende, con crescita a doppia cifra nelle vendite (+25,3%), nelle esportazioni (+49%), nel valore aggiunto (+31,1%) e perfino nell'occupazione (+10,6%).

Sono i risultati ai quali giunge un'interessante ricerca su «I processi di crescita dimensionale delle aziende del Mezzogiorno» curata da Francesco Izzo, ordinario di Strategie e management dell'innovazione dell'Università degli Studi della Campania «Vanvitelli», insieme a Nicola Moscariello e Pietro Ferrara, che è stata elaborata per la **Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro**, presieduta da **Antonio D'Amato**.

Il lavoro è stato finanziato da Arfa-

em, l'associazione per la ricerca e l'alta formazione nel Mezzogiorno, ed è stato realizzato su un campione di 734 medie imprese industriali del Mezzogiorno, selezionate dal database Aida Bureau van Dijk fra le società di capitali con sede legale in una delle otto regioni meridionali che almeno una volta fra il 2007 e il 2016 avessero registrato un fatturato compreso fra i 10 e i 100 milioni. La maggior parte delle aziende (279 unità, pari al 38% del campione) opera in Campania.

La Puglia, con 161 aziende (pari al 21,9% delle unità analizzate), rappresenta la seconda regione del Mezzogiorno per numerosità d'impresе incluse nell'indice di riferimento. Il 14,9% (109 unità) è costituito, poi, da aziende con sede legale in Abruzzo, mentre la Sicilia risulta rappresentata da 101 unità (per una percentuale del 13,8%).

Il restante 11,5% circa è, infine, suddiviso tra la Sardegna (con 32 unità), la Basilicata (con 20 unità), la Calabria (con 20 unità), ed il Molise (con 12 unità). Alla presentazione dell'indagine hanno partecipato Pietro Di Leo, amministratore unico di «Di Leo Pietro» e Marco Zigon e, presidente di Getra. Perché, è l'intima convinzione sia delle ricerche che di coloro i quali l'hanno sponsorizzata, per l'economia italiana, e ancor più per il Mezzogiorno, l'industria è importante al di là di ogni

ragionevole dubbio, mentre la decrescita serena non è la terapia adatta a un'area di 20 milioni di abitanti.

«Il divario competitivo dell'industria meridionale – spiega Francesco Izzo – è inevitabilmente collegato al deficit di dimensione. Le aziende medie sono quelle che hanno compiuto quel salto dimensionale che rende tali organizzazioni una specie rara nel sistema imprenditoriale meridionale, e ciò ha un evidente risvolto pedagogico per le micro e piccole imprese che invece rimangono intrappolate in una strada che rischia di trasformarsi presto in un vicolo cieco».

Il dato dal quale partire è in controtendenza rispetto all'opinione comune diffusa nel Paese: nel decennio 2006-2016 sono state le medie imprese del Mezzogiorno, con un incremento di fatturato straordinario (+34%), un balzo in avanti delle esportazioni (+67,2%) e una crescita superiore al dato nazionale per l'occupazione (+12,4%), a trascinare la



ripresa. Ma chi sono queste aziende di medie dimensioni grazie alle quali il Sud ha potuto rialzare la testa? In realtà, e l'indagine lo riconosce, quelle che vengono classificate come medie aziende manifatturiere meridionali, dovrebbero rientrare tra le medio - piccole, in quanto il 50% sta dentro il limite di 15 milioni di euro annui e più del 70% non supera i 25 milioni: non a caso, il fatturato medio annuo è pari a poco più di 22 milioni.

Qual è il loro identikit? Sono le eredi dirette della grande tradizione manifatturiera, spiega l'indagine, aziende senza il glamour dei grandi marchi, quasi sempre con *governance* familiare, talvolta leader in segmenti di nicchia del mercato globale.

Imprese, spiega ancora Izzo, costrette a operare in contesti parcellizzati e poveri, che, diversamente da quelle del Nord le quali godono dei vantaggi del sistema distrettuale, agiscono solitamente senza beneficiare di quel contesto di industrializzazione diffuso di cui godono massicciamente le loro concorrenti settentrionali.

Eppure, nonostante la fragilità del tessuto territoriale, le pressioni del sistema bancario e le resistenze tipiche di metodi di *governance* quasi sempre familiari, il 41% di quelle che la ricerca definisce «3M» (che vuol dire imprese Medie e Manifatturiere del Mezzogiorno) ha incrementato profittabilità e fatturato e nel 35% dei casi ha anche aumentato la propria solidità patrimoniale.

Un elemento che colpisce scorrendo le 50 pagine dell'indagine è che al Sud vi è, tra le medie imprese, una decisa vocazione verso il settore alimentare.

Eccezione fatta per l'economia abruzzese e lucana in cui primeggia il comparto meccanico, infatti, il contributo offerto dalle aziende operanti nel settore alimentare risulta sempre significativo, con un picco del 70% del fatturato complessivamente prodotto in Calabria, un valore del 46% in Sicilia ed una quota superiore a 30 punti percentuali in Campania e Puglia. Senza, però, trascurare il settore chimico e farmaceutico che ha un peso relativo che supera i 15 punti percentuali in Abruzzo, Campania, Molise, e Sicilia. Dalla ricerca emergono prepotentemente alla ribalta

diversi tipi di imprese.

Del primo fanno parte le migliori, quelle che hanno aumentato sia la profittabilità fra il 2007 e il 2016, sia la solidità. Sono chiamate gli *esploratori* perché, in anni difficili, hanno guadagnato altrove spazi di mercato e opportunità di crescita, migliorando l'equilibrio patrimoniale.

Nell'ultimo gruppo compaiono le imprese *sofferenti*, quelle che arretrano nella profittabilità e nell'indebitamento, vivendo, anzi sopravvivendo, in una condizione ad alto rischio. In mezzo c'è il raggruppamento delle formiche, costituito dalle imprese, che hanno sì profitti in calo ma sono diventate più solide patrimonialmente, in quanto gli imprenditori, di fronte a una redditività in discesa, le hanno ricapitalizzate, attingendo anche al patrimonio familiare.

Figurano poi altre due categorie di aziende fotografate dalla ricerca: le *lepri* e le *resistenti*. Le prime, nonostante la crisi, sono riuscite a incrementare profittabilità e fatturato. Le seconde, invece, hanno registrato una contrazione di redditività ma una crescita del fatturato, il che significa che hanno tagliato al minimo i propri margini pur di non perdere quote di mercato.

La ricerca, ovviamente, mette in luce non solo gli aspetti positivi di questo segmento di aziende del Sud ma anche le criticità. A cominciare dalla *governance*, in quanto si tratta di imprese familiari, che, se hanno il vantaggio della flessibilità, dei tempi di risposta rapidi e della semplificazione dei meccanismi operativi e decisionali, sono spesso anche l'emblema di una stratificata resistenza al cambiamento da parte dei vecchi gruppi familiari di controllo.

E scontano, in più di un caso, evidenti deficit di competenze manageriali. Ciò fa anche comprendere meglio perché molti medi imprenditori del Sud abbiano un obiettivo preciso, quello di non crescere troppo, e comunque troppo in fretta: si tratta di un'idea che li spaventa.

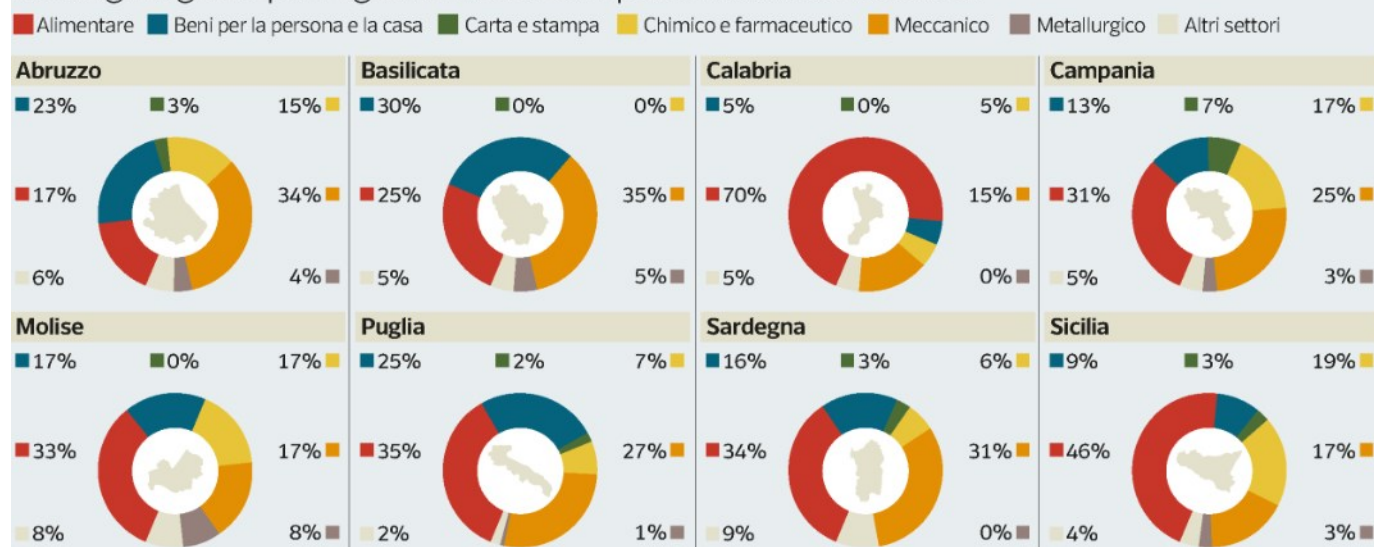
Soprattutto perché temono di perdere il controllo delle aziende, di qui l'ancestrale diffidenza verso la Borsa e i moderni sistemi di finanziamento alternativi al credito bancario quali il *venture capital*.

Distribuzione territoriale del campione

Regione	Numeri imprese	Incidenza sul fatturato (%)
Campania	279	37,5
Puglia	161	22,9
Abruzzo	109	17,6
Sicilia	101	11,7
Sardegna	32	4,5
Basilicata	20	2,2
Calabria	20	2,2
Molise	12	1,5
TOTALE	734	100

L'Ego

I dettagli regione per regione in base alla percentuale del fatturato



Fonte: Università degli Studi della Campania

L'Ego



Francesco Izzo

Ordinario di Strategie e management dell'Innovazione dell'Università della Campania «Vanvitelli»



Marco Zigon

È il presidente di Getra, azienda casertana leader nella produzione di trasformatori elettrici e di sistemi di reti elettriche



Pietro Di Leo

È amministratore unico dell'omonima azienda con radici ad Altamura e stabilimento a Matera che produce biscotti



Presidente Antonio D'Amato