

COMUNICATO STAMPA

Reti d'Impresa e impatto sul territorio

INTESA SANPAOLO DIFFONDE IL SECONDO OSSERVATORIO SULLE RETI D'IMPRESA

Realizzato dal Servizio Studi e Ricerca con la collaborazione di Mediocredito Italiano e della Direzione Marketing Imprese del Gruppo Intesa Sanpaolo

- La Lombardia è la regione italiana con più imprese in rete (507). Al secondo posto c'è la Toscana (405), Emilia Romagna e Veneto sono rispettivamente al terzo e quarto posto (circa 230)
- Le imprese manifatturiere in rete risultano più competitive: sono le più presenti all'estero con attività di export (45% vs. 25,2% dei competitor non in rete) e partecipazioni estere (9,7% vs. 3,9%) ed hanno una maggiore propensione a brevettare (14,8% vs. 5,3%)
- Sinergie, efficienza produttiva, promozione, distribuzione e innovazione sono i principali obiettivi delle reti. Per realizzarli le aziende investono in innovazione, promozione, marketing e potenziamento della struttura commerciale
- Tre imprese su quattro dichiarano di poter raggiungere gli obiettivi di rete. Gli effetti sulla redditività sono positivi in un caso su due. La presenza nella rete di un'impresa capofila (un terzo dei casi circa) ne rafforza l'efficacia

Milano, 21 settembre 2012. Il Gruppo Intesa Sanpaolo ha diffuso il secondo **Osservatorio Intesa Sanpaolo-Mediocredito Italiano sulle Reti d'Impresa**. Lo studio analizza la realtà delle reti al 30 giugno 2012, con 2.323 imprese coinvolte in contratti di rete. L'Osservatorio presenta inoltre i risultati di **un'indagine effettuata da Intesa Sanpaolo tra metà aprile e giugno 2012 presso aziende clienti**, che ha approfondito in maniera specifica gli effetti dei contratti di rete sul posizionamento competitivo e le *performance* delle imprese.

Identikit delle imprese coinvolte in contratti di rete

A partire dalla seconda metà del 2011 si è assistito a una forte accelerazione dei contratti di rete. In pochi mesi le reti registrate sono passate da 79 del giugno del 2011 a 441 a fine giugno 2012, per un totale di **2.323 aziende in rete**. Nella metà circa dei casi si tratta di micro-imprese con fatturato inferiore a due milioni di euro. Il resto è composto da piccole imprese (il 30% circa con fatturato compreso tra 2 e 10 milioni di euro) e da imprese di medie dimensioni (il 15% del totale con fatturato tra 10 e 50 milioni di euro).

La Lombardia è la regione italiana con più imprese (507) coinvolte in contratti di rete, segue la Toscana (405), al terzo e quarto posto si collocano Emilia Romagna e Veneto (circa 230).

Le imprese maggiormente rappresentate sono quelle dei servizi (44,5%) e dell'industria in senso stretto (35%). E' significativa anche la presenza di aziende delle costruzioni (11,1%) e dell'agribusiness (9,3%). La differenziazione produttiva all'interno delle Reti d'Impresa è elevata: una rete su quattro, per esempio, comprende un'impresa dell'industria e una dei servizi.

Le imprese manifatturiere in rete mostrano un migliore posizionamento competitivo rispetto a quelle che non aderiscono a contratti di rete. Sono, infatti, più presenti all'estero con attività di export (45% dei casi vs. 25,2% dei competitor non coinvolti) e attraverso partecipazioni estere (9,7% vs. 3,9%), brevettano di più (14,8% dei casi vs. 5,3%), sono maggiormente sensibili all'attività di certificazione della qualità (26,9% dei casi vs. 14,7%) e dell'ambiente (7,6% vs. 2,8%).

L'indagine sulle imprese clienti

Tra metà aprile e giugno 2012 il Gruppo Intesa Sanpaolo ha condotto **un'indagine presso 281 imprese clienti aderenti a contratti di rete** per studiare da vicino gli effetti della rete sulla competitività delle aziende. L'analisi dei risultati va oltre l'indagine statistica e approfondisce la reale capacità delle reti di produrre valore evidenziando le specificità legate al settore, alla dimensione, al territorio e, più in generale, alle caratteristiche del singolo progetto.

Sinergie, efficienza produttiva, promozione, distribuzione e innovazione sono i principali obiettivi delle reti, indicati dal 50% circa delle imprese intervistate. Seguono la creazione e l'utilizzo di un marchio comune (34,2%), la realizzazione di progetti legati alla sostenibilità ambientale (22,8%) intesi come investimenti in energie rinnovabili, produzione di beni per servizi ambientali e riduzione delle emissioni di CO₂. Sono invece poche le aziende che partecipano ad una rete per ampliare la base produttiva all'estero (3,2%) o in Italia (1,8%).

Per conseguire gli obiettivi indicati le imprese in rete stanno realizzando **investimenti in innovazione** (44,5% dei casi), **promozione e marketing** (39,9%), **potenziamento della struttura commerciale** (36,3%). Tre imprese su quattro dichiarano di poter raggiungere gli obiettivi indicati e pensano di poter migliorare le loro *performance* reddituali e di crescita grazie alla rete. Un quarto circa delle aziende intervistate sembra invece credere poco nell'iniziativa che ha intrapreso.

Le attese di rafforzamento della redditività dipendono dagli obiettivi che si è data la rete: in tre casi su quattro vi sono maggiori aspettative nelle reti che puntano contemporaneamente su innovazione e su sviluppo commerciale. **La presenza nella rete di un'impresa capofila** (un terzo dei casi circa) **rafforza e rende più efficace il contratto di rete.** La probabilità di migliorare la redditività e di aumentare il fatturato è, infatti, più elevata nelle reti con soggetti capofila. E' infine maggiore la probabilità di migliorare le performance reddituali per le imprese più innovative (62% vs. 44,2%), più *export oriented* (55,7% vs. 43,5%) e certificate (52,8% vs. 45,9%).

Le **Reti d'Impresa** sono un vero e proprio "**mercato delle competenze**". Il 47% delle imprese è alla ricerca di competenze in campo distributivo, seguono ricerca e innovazione (37%). E' parimenti ampia la disponibilità di competenze e capacità produttiva (portate in rete dal 62,6% delle imprese); minore invece la presenza di imprese con competenze distributive (28,5% l'offerta vs. 47% la domanda). E' significativa infine la presenza di imprese che portano *know-how* in ricerca e innovazione.

In sintesi, è possibile affermare che **le Reti d'Impresa sono in grado di migliorare la competitività delle imprese e le loro performance reddituali e di crescita. E' però necessario portare know-how all'interno della rete** e, nel caso di imprese più piccole e meno attrezzate in termini di innovazione e presenza sui mercati esteri, **far parte di reti guidate da imprese capofila.** E' cruciale infine la capacità di essere fedeli agli obiettivi della rete e, più in generale, di avere fiducia nei contratti di rete.

Intesa Sanpaolo

Rapporti con i Media
Tel. +39 02 8796.3531
E-mail stampa@intesasanpaolo.com