

C'È UN SUD CAPITALISTA CHE NON AMA I SUSSIDI

Fatturati post Covid in crescita costante, investimenti sul 4.0 e produttività top
Ecco le medie imprese «esempi di iniziativa di successo nel Mezzogiorno» fuori
dai circuiti dell'assistenzialismo, classico e di nuovo stampo. Per l'ultima analisi
Mediobanca-Unioncamere-Tagliacarne sono «le ambasciatrici del cambiamento»

**Casi isolati? Sono 316
imprese con ricavi
aggregati per 14,6
miliardi, export per 4,4
miliardi e valore
aggiunto all'11,5%**

di **Dario Di Vico**

Nel complicato dibattito sul futuro dell'economia del Sud, l'indagine sulle medie imprese industriali Mediobanca-Unioncamere-Centro Studi Tagliacarne è un raggio di sole. Apre infatti prospettive più ampie alla riflessione sia di carattere economico sia di ordine politico. Il solo parlare di «esempi di iniziativa capitalistica di successo nel Mezzogiorno» è un viatico per un approccio più proficuo, specie quando ci rammentiamo che le recenti elezioni politiche sono state monopolizzate al Sud da un unico tema di propaganda e raccolta del consenso: il reddito di cittadinanza. Da qui le analisi circa la possibilità che il Movimento 5 Stelle si trasformi in una sorta di Lega Sud e i dissidi in merito all'altrettanto intricato dibattito sull'autonomia differenziata.

«Lo sviluppo del Sud appare oggi anche come un tema logorante e divisivo persino tra gli studiosi.

Con la nostra indagine pensiamo di fornire una traccia sul valore di sistema che assume un'imprenditoria autoctona, non sussidiata e non trapianata», commenta Gabriele Barbaresco, direttore dell'area Studi Mediobanca. Aggiunge Gaetano Fausto Esposito, direttore del Centro Studi Tagliacarne: «Siamo coscienti di aver individuato un segmento dinamico ma ancora sottile. Perché si produca un effetto sull'intero Sud occorrerebbe quantomeno moltiplicare il numero di medie imprese dinamiche».

Ma torniamo al raggio di sole. Si parla di medie imprese del Sud prevalentemente a controllo familiare e quindi non sono state prese in esame né filiali di grandi gruppi (ad esempio Stellantis) né aziende controllate da multinazionali. Ebbene

queste aziende negli ultimi dieci anni hanno fatto meglio delle analoghe del Centro Nord. E persino la recente impennata dei costi energetici non ha frenato la corsa di quelle che vengono definite «ambasciatrici del cambiamento del Sud». Ecco i numeri che lo dimostrano: le medie imprese meridionali prevedono quest'anno un aumento del loro giro d'affari dell'8,1% contro il 7,2% delle altre aree d'Italia e questo risultato va doppiamente apprezzato, perché fa seguito a un precedente incremento del 10% dell'anno 2021. Non siamo dunque di fronte a un exploit congiunturale ma davanti a una vera tendenza con la metà delle medie aziende sudiste che conta di superare entro il 2022 i livelli di attività pre-Covid. Se poi prendiamo come arco temporale i dieci anni tra il 2011 e il 2020, il loro fatturato è salito del 35,2% contro il 16,7% del resto d'Italia, la produttività del 28,3% contro il 20% dei territori non-Sud e la forza lavoro del 25,6% contro il 19,8%.

L'avanguardia

Ma quante sono queste medie imprese così virtuose? Stiamo ragionando solo di qualche isola d'eccellenza? Anche in questo caso la risposta che viene dall'indagine Mediobanca-Unioncamere-Tagliacarne alimenta le speranze degli ottimisti, stiamo parlando di 316 unità che nel 2020 avevano sommato un fatturato pari a 14,6 miliardi, esportazioni per 4,4 miliardi e un valore aggiunto pari all'11,5% del totale manifatturiero meridionale. La regione nella quale si addensano le medie imprese è la Campania che ne conta in proporzione 4 su 10. I settori di specializzazione produttiva sono l'alimentare-bevande, come del resto facilmente prevedibile, ma anche il meccanico e il chimico-farmaceutico. Sommati, questi tre settori fanno l'81% dei ricavi delle medie imprese meridionali. La fotografia che ne viene è incoraggiante, certamente meno articolata rispetto al Nord (mancano le realtà di molti distretti delle pelli e cuoio, della ceramica, del tessile-abbigliamento), ma sicuramente solida per il valore aggiunto che può esprimere in



Superficie 81 %



una fase caratterizzata dalla trasformazione digitale e dall'innovazione di quei settori. Chiosa Barbaresco: «Per i grandi trend che caratterizzano le nostre società, dalla demografia alla salute, la presenza dell'alimentare e del farmaceutico aprono ulteriori prospettive di crescita». E proprio per migliorare la propria taglia il 76% del campione è pronto a investire nelle tecnologie abilitanti tra il 2022 e il 2024 una quota assimilabile a quella del resto d'Italia, ma in aumento rispetto al triennio precedente quando la percentuale delle medie imprese meridionali che «avevano imboccato la via della transizione 4.0 era stata pari al 71%».

Rispetto ai dati e alle considerazioni fin qui inannellate forse il dato che sorprende di più è quello della performance della produttività (+33,7, +28,3% in dieci anni) superiore al resto d'Italia che smentisce la facile narrazione di un genius loci di per sé avverso alla sfida della competitività. Andrebbe valutato, però, quanto incide nell'exploit di cui sopra una crescita del costo del lavoro pro-capite decisamente rallentata — nello stesso periodo — rispetto al Nord. «Credo che le due grandezze si siano mosse di pari passo e quindi c'è una genuina dinamica del tasso di innovazione che prescinde dalle retribuzioni», spiega Esposito. Commenta Barbaresco: «È vero che i livelli salariali moderati sono stati una leva di produttività, ma riteniamo che siano andati a compensare altri tipi di svantaggi rispetto alle aziende del Nord, innanzitutto la dislocazione geografica e le inefficienze di sistema. Non c'è stata quindi prevaricazione sui lavoratori».

Tecnologie e territorio

Altro capitolo decisivo per leggere la relazione impresa-territorio è quello che riguarda l'open innovation. Va registrata quantomeno una intenzionalità significativa da parte di queste imprese: il 44% investirà in processi di open innovation entro il 2024 con un soggetto esterno all'azienda. Il 32% punterà sulla collaborazione con le università per la co-innovazione di prodotti e servizi, il 3% lo farà con i subfornitori e il 15% con i clienti B2B. La do-

manda che ne consegue può essere formulata così: è l'open innovation la chiave di una contaminazione tra medie imprese meridionali e territorio? Ci sono quindi le condizioni perché dinamiche orientate alla «partecipazione tecnologica» generino ricadute positive o addirittura la creazione di piccoli ecosistemi? Risponde Esposito: «Nel Sud è più difficile creare relazionalità e le università non si sono dimostrate finora molte aperte in materia di trasferimento dell'innovazione. Per questo la voglia di fare open innovation, se è più bassa che al Nord, esprime comunque un indirizzo strategico che vede le medie imprese molto più avanti delle Pmi». Aggiunge Barbaresco: «L'apertura all'esterno è un indicatore importante, le imprese familiari che hanno basato il loro successo su fattori fiduciarî tradizionali sono chiamate ora ad aprirsi. Del resto la matrice distrettuale delle medie imprese italiane è fatta di cultura della collaborazione».

Può una staffetta generazionale (guidata) contribuire a questo ulteriore avanzamento? Secondo i dati della ricerca, poco più della metà delle medie imprese meridionali si trova alla seconda generazione, un quarto (24%) è alla terza, mentre la quota di imprese di prima generazione è bassa (21%). Ma il dato ancor più interessante riguarda l'inserimento di manager esterni: 40,9% delle imprese del Sud. «La propensione a pescare Ceo fuori è molto positiva, dovrebbe però abbinarsi a un'analogha volontà di aprire il capitale nelle più svariate forme che il mercato sa proporre. Purtroppo ora non è così e ravviso una contraddizione». Più tranchant l'opinione di Esposito: «Il ricambio spesso non avviene per colpa dei padri che non mollano il timone. E comunque i manager esterni sono decisivi, le aziende che vengono date in mano ai parenti hanno performance molto meno entusiasmanti». Resta da valutare, nelle dinamiche di crescita, l'impatto del Pnrr: le medie imprese meridionali si sono già attivate, la sfida è sicuramente impegnativa e c'è, secondo Esposito, qualche «venatura taumaturgica». La verità, conclude Barbaresco, è che quello che deve arrivare «è innanzitutto un metodo di spesa più che i denari in sé».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il confronto

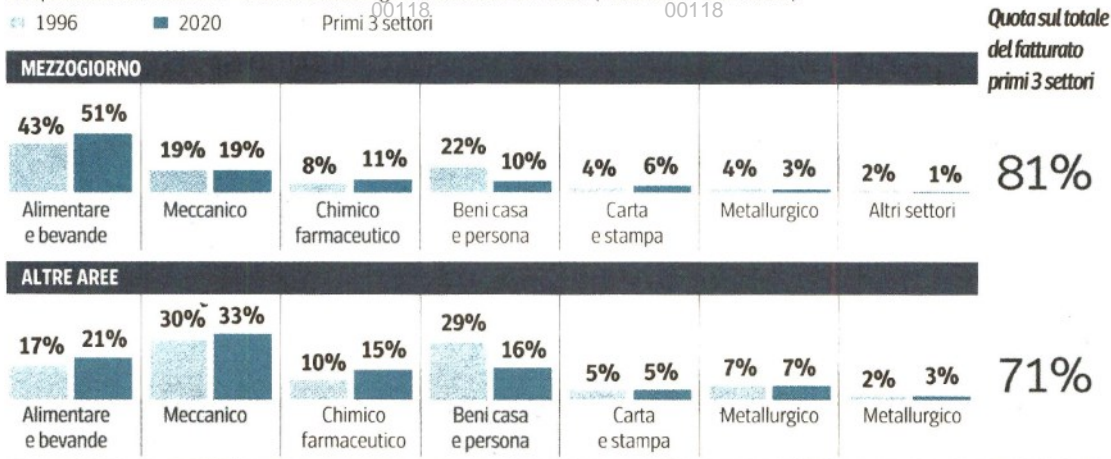
Il valore delle medie imprese del Mezzogiorno...
Miliardi di euro (dati 2020)

	Mezzogiorno	Altre aree
Fatturato medio	46,2	47,2
Fatturato	14,6	134,8
Export	4,4	60,1
Quota export	30,1%	44,6%
Incidenza sul valore aggiunto manifatturiero*	11,5%	15,9%

Fonti: Area Studi Mediobanca, dati propri e Istat (anno 2019)

L'identikit

Le specializzazioni settoriali - Confronto Mezzogiorno altre aree del Paese (Fatturato in % del totale)



*% del totale manifatturiero della stessa area

Pparra



Andrea Prete
Imprenditore,
è presidente
Unioncamere dal 2021



Gabriele Barbaresco
Direttore dell'Area Studi
di Mediobanca



Giuseppe Conte
Presidente del
Movimento Cinquestelle
da luglio 2021