

Il rapporto Perché al Sud si può puntare sulle medie imprese

Gaetano Fausto Esposito
Pietro Spirito

Nell'analisi sul tessuto economico italiano e meridionale tendiamo spesso a rappresentare una realtà schiacciata tra un sistema diffuso di micro-imprese e una scarsa presenza di grandi aziende. Nel mezzo pare che non ci sia nulla. Manca invece una riflessione adeguata sulla media industria, l'universo delle multinazionali tascabili. Così diventa possibile comprendere meglio le dinamiche del capitalismo, in particolare quello di matrice familiare, in Italia e nel Mezzogiorno.

PERCHÉ AL SUD SI PUÒ PUNTARE SULLE MEDIE IMPRESE

Dieci anni di storia delle medie imprese, tra il 2011 ed il 2020, sono contenuti nel recente studio di Mediobanca ed Istituto Guglielmo Tagliacarne-Unioncamere, sulle medie imprese industriali manifatturiere italiane, considerando tali le società di capitali che hanno una forza lavoro compresa tra 50 e 499 unità, con un volume di vendite non inferiore a 17 e non superiore a 370 milioni di euro. Nel 2020, ultimo anno di bilancio disponibile, queste imprese sono 3.215, con un fatturato di 137,6 miliardi di euro: rappresentano il 15% del valore aggiunto della manifattura italiana e il 14% delle esportazioni nazionali. Permane la notevole diffusione della media impresa nel Nord Ovest e nel Nord Est, che ne ospitano rispettivamente il 39,4% e il 37,5% del totale. Nel Centro ha sede un ulteriore 13,2%, mentre il residuo 9,9% è disperso nell'ampia area del Sud e Isole. Sono 318 nel 2020 le medie aziende meridionali: di queste 124 sono in Campania, dove si concentra quasi il 40% di tutte le medie imprese manifatturiere meridionali. La media impresa è un'architettura dimensionale che negli ultimi anni ha registrato positive performance nel Mezzogiorno: la redditività degli investimenti (Roi) e quella del capitale (Roe) nel 2020 è superiore a quella media italiana. Al Sud il tasso di incremento di queste due grandezze tra il 2011 ed il 2020 è più elevato,

rispettivamente 3,7% (Roi) e 8,7% (Roe), contro lo 0,8% e il 4,5% del valore medio italiano.

Allargando lo sguardo al venticinquennio 1996-2020, c'è una riduzione marcata delle medie imprese nel Nord Ovest, prevalentemente in Lombardia, mentre si è registrato un incremento più robusto nel Sud e Isole (+104, di cui +67 in Campania). Sono sempre le medie aziende meridionali a registrare nel decennio la maggiore crescita del fatturato in esportazione: +69%. E tuttavia queste imprese sono sottorappresentate al Sud, dove molto maggiore è la concentrazione di imprese al disotto dei 50 addetti rispetto al resto del Paese.

I quattro quinti del fatturato complessivamente delle medie imprese meridionali vengono da soli tre settori: alimentare (50,6%), meccanico (19%) e chimico-farmaceutico (11,1%). La struttura settoriale è quindi circa una decina di punti percentuali più concentrata in questi settori rispetto a



Superficie 30 %

quella italiana. In più al Sud la dimensione media è anche più bassa. C'è dunque una questione meridionale della media impresa. Occorrerebbe una politica industriale di maggior supporto verso aziende ancora oggi rarefatte e specializzate in ambiti a minor livello di innovazione: il 53% del valore aggiunto di queste imprese è in settori a basso livello tecnologico, contro poco meno del 34% del dato nazionale. Lo stesso deficit si registra nella qualità della presenza sui mercati internazionali. In Italia il 65% delle esportazioni riguarda settori a contenuto medio di tecnologia: questa percentuale al Sud scende al 35%. Ecco perché - nonostante i positivi risultati conseguiti dalla poco numerosa, ma valorosa, pattuglia di medie imprese meridionali - c'è ancora molta strada da fare, nella consapevolezza che intorno a questo segmento d'impresa si può costruire un tessuto di relazioni produttive e commerciali molto fitto. Sappiamo che le medie aziende attivano intense trame di collaborazioni; tutto questo si riverbera anche sulla produttività, che in Italia negli ultimi venticinque anni è aumentata del 53%, mentre per le grandi aziende la crescita è stata inferiore (+38,6%). Lo stesso vale per i posti di lavoro, perché nello stesso periodo le medie imprese hanno creato nuova occupazione nell'ordine del 40% circa, contro una diminuzione del 12,5% registrata dalle grandi.

Una politica industriale per il Mezzogiorno non può quindi prescindere dall'irrobustimento della media dimensione d'impresa, mediante la doppia leva dell'attrazione di nuovi investimenti ma anche con l'identificazione di incentivi per la crescita dimensionale delle aziende esistenti. Occorre anche un'adeguata politica di supporto fiscale, considerato che, se in linea generale l'imposizione sui profitti delle medie imprese in Italia tra il 2011 e il 2020 è stata del 31,6% (quasi otto punti in più di quella delle grandi imprese), al Sud questa sale al 34%. Una politica fiscale di "svantaggio" sembra esattamente il contrario di ciò che serve.

**Direttore Centro Studi
Guglielmo Tagliacarne
**Universitas Mercatorum*

© RIPRODUZIONE RISERVATA