



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

# I fattori di competitività delle medie imprese del Mezzogiorno: il ruolo dei ‘capitali’ strategici

Report  
Medie Imprese

18 dicembre 2023



---

# I fattori di competitività delle medie imprese del Mezzogiorno: il ruolo dei ‘capitali’ strategici



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

Il Report approfondisce alcuni temi desunti dalla ventiduesima edizione dell'indagine annuale sulle medie imprese industriali italiane condotta congiuntamente dall'Area Studi di Mediobanca e dal Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne-Unioncamere.

L'indagine copre l'universo delle medie imprese industriali manifatturiere italiane, considerando tali le società di capitali che nel 2021:

- hanno una forza lavoro compresa tra 50 e 499 unità e un volume di vendite non inferiore a 17 e non superiore a 370 milioni di euro;
- hanno un assetto proprietario autonomo riconducibile al controllo familiare (incluse le società cooperative), con esclusione delle società comprese nel perimetro di consolidamento di gruppi italiani che eccedono i limiti di cui al punto precedente oppure controllate da persone fisiche o giuridiche residenti all'estero nonché quelle controllate da fondi di private equity;
- appartengono al comparto manifatturiero, ovvero, in prima approssimazione, alla classe C della codifica Ateco 2007 con l'esclusione delle attività C.19 (fabbricazione di coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio) e l'inclusione di alcune attività afferenti l'editoria (J.58).

Le medie imprese così definite saranno identificate nelle successive slide anche con la sigla 'MI'.

Il Report riporta in particolare alcune analisi basate sul confronto tra i dati relativi alle medie imprese ubicate nel Mezzogiorno (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia) identificate anche con la descrizione 'MI Mezzogiorno' e quelle appartenenti alle altre regioni (MI altre aree).

Lo studio è arricchito da ulteriori informazioni di tipo congiunturale, previsionale e strutturale provenienti da due survey condotte nel 2023 rispettivamente dall'Area Studi Mediobanca e dal Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne-Unioncamere.



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

<b>1.0</b>	<b>Performance economiche e competitività</b> .....	<b>04</b>
1.1	Dove erano e dove sono le medie imprese? Un focus sul Mezzogiorno	
1.2	Localizzazione delle medie imprese del Mezzogiorno	
1.3	MI: Mezzogiorno vs altre aree	
1.4	MI: Le specializzazioni settoriali nel Mezzogiorno e nelle altre aree	
1.5	Fatturato dinamico e flessibile per le medie imprese meridionali	
1.6	Creazione di valore e occupazione: MI del Mezzogiorno vs MI altre aree	
1.7	Imposizione fiscale delle MI: il Mezzogiorno paga di più	
1.8	I consuntivi 2022 e le aspettative per il 2023	
1.9	Prospettive oltre il 2023: l'ottimismo 'moderato' delle medie imprese	
<b>2.0</b>	<b>Il contesto competitivo</b> .....	<b>14</b>
2.1	Fotografia del contesto competitivo	
2.2	Come affrontare le incertezze future?	
2.3	Leve per accrescere le quote di mercato	
2.4	Supply chain verso la diversificazione e la prossimità, re-shoring differibile	
<b>3.0</b>	<b>Il ruolo dei 'capitali' strategici per le medie imprese del Mezzogiorno: competitività e Duplice Transizione</b> .....	<b>19</b>
3.1	I 'capitali' strategici contro le incertezze sul futuro	
3.2	Capitale Umano: quali investimenti nel Mezzogiorno?	
3.3	Resignation: come trattenerne i talenti in azienda nel Mezzogiorno?	
3.4	MI e competitività: effetto acceleratore del Capitale Umano nel Mezzogiorno	
3.5	Duplice Transizione: il cammino fatto e quello ancora da fare nel Mezzogiorno	
3.6	Duplice Transizione e competitività: effetto acceleratore del Capitale Organizzativo nel Mezzogiorno	
<b>4.0</b>	<b>Il ruolo delle Istituzioni e le barriere alla Duplice Transizione nel Mezzogiorno</b> .....	<b>26</b>
4.1	Filling the voids: il ruolo dei soggetti esterni per la Transizione Digitale delle medie imprese del Mezzogiorno	
4.2	Rimuovere le barriere alla Transizione Green nel Mezzogiorno	
4.3	Rimuovere le barriere alla Transizione Digitale nel Mezzogiorno	
<b>5.0</b>	<b>Le medie imprese del Mezzogiorno e le tematiche ESG</b> .....	<b>30</b>
5.1	ESG: una domanda 'politicamente scorretta' e una classifica prevedibile	
5.2	ESG: azioni intraprese in tema di Environment	
5.3	ESG: principali interventi in ambito Social	
5.4	ESG: azioni sulla Governance	



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

# Performance economiche e competitività

Report  
Medie Imprese

1.0

## 1.1 / DOVE ERANO E DOVE SONO LE MEDIE IMPRESE? UN FOCUS SUL MEZZOGIORNO

Localizzazione delle medie imprese industriali italiane

### **Distribuzione territoriale:**

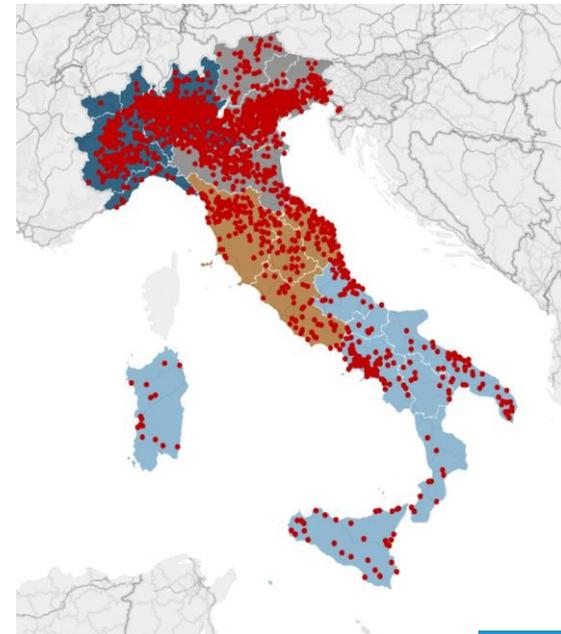
*l'ubicazione rileva la prevalente emersione dai luoghi distrettuali con un'evidente concentrazione nell'area subalpina e nella Pianura Padana, in particolare lungo la direttrice della via Emilia. La diffusione delle imprese si propaga da Nord verso Sud con una densità sempre più ridotta, ma in crescita nei 26 anni presi in considerazione nell'ultima indagine (1996-2021)*

### **Fonte:**

*elaborazione Area Studi Mediobanca su cartografia Bing*



1996



2021

- Nel 1996 l'universo era composto da 3378 imprese (213 nel Sud e Isole e 3165 nelle altre aree). **Nel 2021 sono 3.660 (361 nel Mezzogiorno e 3.299 nel resto d'Italia)**
- In particolare si è assistito ad una **riduzione delle imprese nel Nord Ovest** (-60 la variazione netta) e a **incrementi nel Sud e Isole** (+148, di cui 83 in Campania, 38 in Puglia e 18 in Sicilia), nel **Nord Est** (+136) e nel **Centro** (+58)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



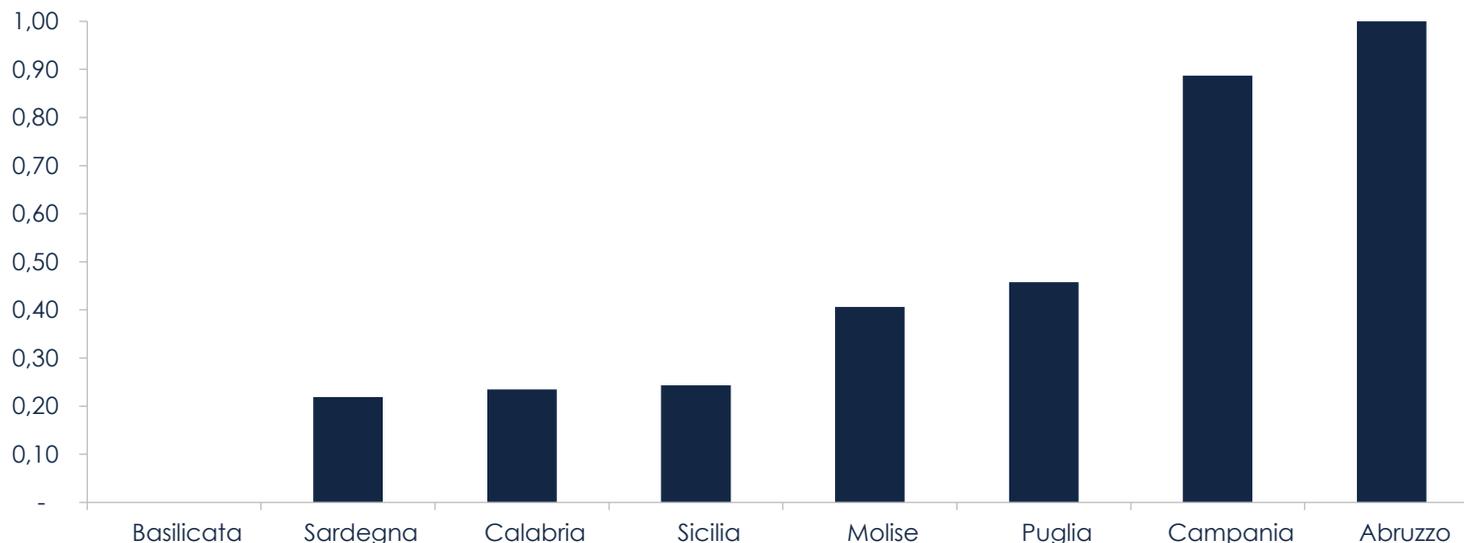
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 1.2 / LOCALIZZAZIONE DELLE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO

Indice di intensità delle medie imprese per regione (2021)\*

\*Graduatoria in base a un indice noto come **z-score** che, riducendo i diversi indicatori ad una misura omogenea che ne neutralizza la differente scala numerica, ne consente la somma (equiponderata) e la successiva normalizzazione. Ne deriva un punteggio che assume valori pari o prossimi a uno per le aree con maggiore concentrazione di medie imprese e tendenti a zero per quelle che manifestano le minori intensità

**Fonte:**  
elaborazione Area Studi  
Mediobanca su fonti  
varie



- Rapportando la rilevanza delle medie imprese del Mezzogiorno ad alcuni parametri espressivi della dimensione geografica (suolo consumato), della demografia (popolazione residente) e dell'imprenditorialità (numero di imprese attive, occupazione, valore aggiunto ed esportazioni) delle regioni, **l'Abruzzo esprime la maggiore attrattività verso le medie imprese, seguito da Campania e Puglia**
- **A livello nazionale**, le tre regioni con la maggiore attrattività verso le medie imprese sono nell'ordine: **Veneto, Lombardia e Umbria**



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 1.3 / MI: MEZZOGIORNO VS ALTRE AREE

Un primo identikit

*\*Elaborazione  
Area Studi Mediobanca  
su dati Istat  
(anno 2020)*

*Fonte:  
Area Studi  
Mediobanca,  
dati propri*

Dati 2021	MI Mezzogiorno	MI altre aree
Fatturato (€ mld)	17,4	166,7
Export (€ mld)	5,2	73,7
Quota export (in %)	30,1	44,2
Fatturato medio (€ mil)	48,1	50,5
Incidenza sul valore aggiunto manifatturiero* (in % della propria area)	12,6	15,4

- **Le medie imprese del Mezzogiorno hanno consuntivato nel 2021 un fatturato pari a 17,4€ mld** ed esportazioni pari a 5,2€ mld (30,1% delle vendite) contro rispettivamente 166,7€ mld, 73,7€ mld e 44,2% delle altre aree
- **Il valore aggiunto delle medie imprese del Mezzogiorno rappresenta il 12,6% del totale manifatturiero della stessa area** contro il 15,4% delle MI ubicate nelle altre aree



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

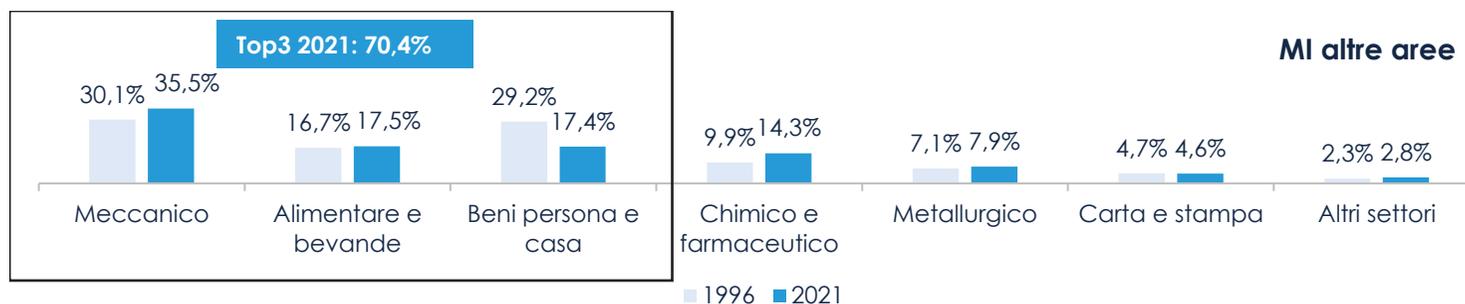
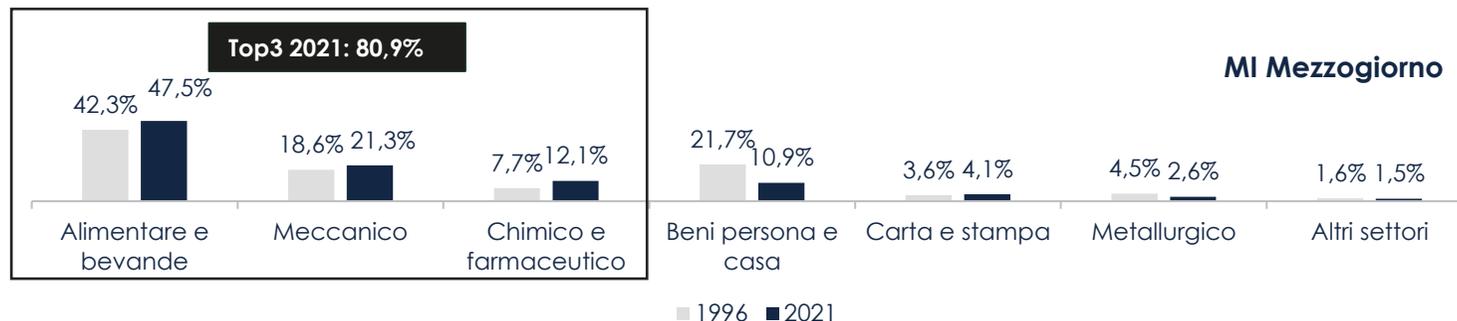


CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 1.4 / MI: LE SPECIALIZZAZIONI SETTORIALI NEL MEZZOGIORNO E NELLE ALTRE AREE

Fatturato 1996 e 2021, in % del totale

Fonte:  
Area Studi  
Mediobanca,  
dati propri



- **La specializzazione produttiva delle MI del Mezzogiorno è appannaggio prevalentemente di tre settori (alimentare-bevande, meccanico e chimico-farmaceutico) che, nel loro insieme, rappresentano l'81% circa del fatturato totale del 2021**
- **Nelle altre aree i tre settori più rappresentativi sono meccanico, alimentare-bevande e beni per la persona e la casa (tessile-abbigliamento, pelli e cuoio, legno e mobili, ceramiche e prodotti per l'edilizia, gioielleria e orficeria e beni diversi). Essi coprono poco più del 70% del fatturato totale del 2021**



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 1.5 / FATTURATO DINAMICO E FLESSIBILE PER LE MEDIE IMPRESE MERIDIONALI

Numero indice del fatturato 2012-2021, campioni omogenei (2012=100)

*Fonte:*  
Area Studi  
Mediobanca,  
dati propri



- **Le medie imprese meridionali fanno registrare dati in controtendenza rispetto alla tradizionale immagine di un Mezzogiorno omogeneamente affardato:** nel decennio 2012-2021 la crescita del fatturato è stata del +44,4% (vs il +40% delle altre aree)
- Si segnalano le **ottime performance delle imprese meridionali operanti nel cartario** (+80,1% vs +37,9% di quelle del Centro-Nord), nel **meccanico** (+53,8% vs +41,5%) e nell'**alimentare** (+43,7% vs +34,1%) oltre che l'eccezionale tenuta nel 2020 di tutte le Mid-Cap del Sud



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

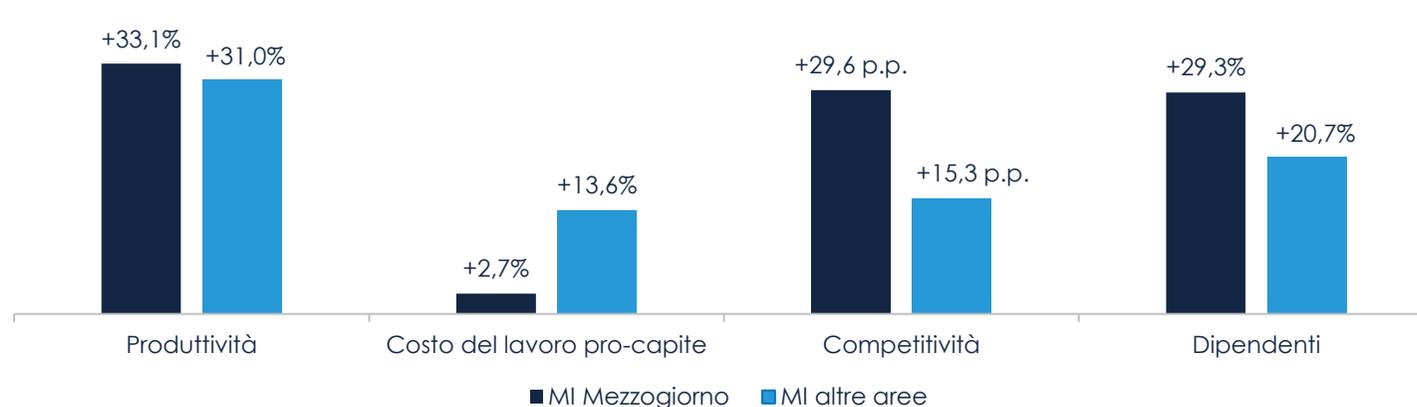
## 1.6 / CREAZIONE DI VALORE E OCCUPAZIONE: MI DEL MEZZOGIORNO VS MI ALTRE AREE

Variazioni cumulate 2012-2021

**Produttività:**  
valore aggiunto, al netto  
degli ammortamenti,  
per addetto

**Competitività:**  
rapporto tra  
produttività e costo del  
lavoro pro-capite

**Fonte:**  
Area Studi  
Mediobanca,  
dati propri



Dati 2021	MI Mezzogiorno	MI altre aree
Produttività (€ migliaia)	66,4	77,3
Costo del lavoro pro-capite (€ migliaia)	41,8	50,8
Competitività (in %)	158,9	152,2

- Tra il 2012 e il 2021 le medie imprese del Mezzogiorno hanno conseguito un maggiore incremento della **produttività** rispetto a quello delle MI delle altre aree (+33,1% vs +31%) e registrato un minore aumento del **costo del lavoro pro-capite** (+2,7% vs +13,6%)
- Nel decennio **la competitività delle medie imprese meridionali è cresciuta di 29,6 punti percentuali** (+15,3 p.p. le altre aree) ...
- ... con rilevante ampliamento della forza lavoro (+29,3% vs +20,7% del resto d'Italia)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

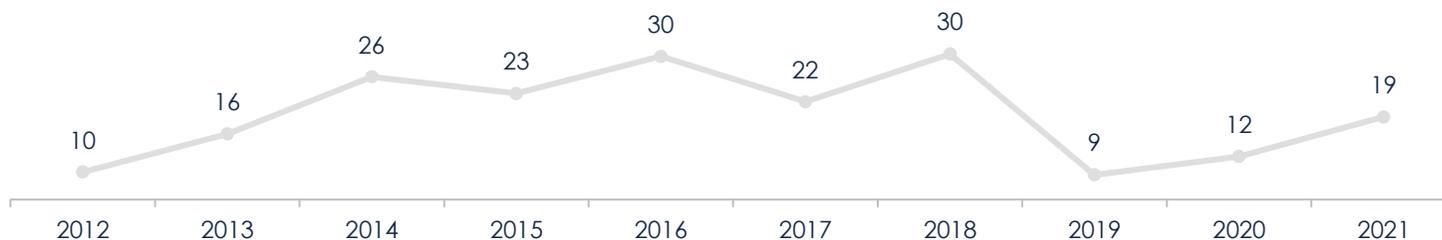
## 1.7 / IMPOSIZIONE FISCALE DELLE MI: IL MEZZOGIORNO PAGA DI PIÙ

Tax rate effettivo, imposte in % dell'utile lordo

Fonte:  
Area Studi  
Mediobanca,  
dati propri



Risparmio teorico per le MI del Mezzogiorno (€ mil)



- **Nel decennio 2012-2021 il livello di tassazione delle medie imprese meridionali risulta più elevato rispetto al resto d'Italia** (media 2012-2021: 32,7% vs 29,9%)
- Il motivo è in buona parte da ricondursi alle **maggiori aliquote Irap** applicate dalle regioni del Mezzogiorno
- Se **le MI del Mezzogiorno** avessero avuto dal 2012 il medesimo tax rate delle altre aree **avrebbero risparmiato** in media 20€ mil all'anno, ovvero **200€ mil nel decennio**



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



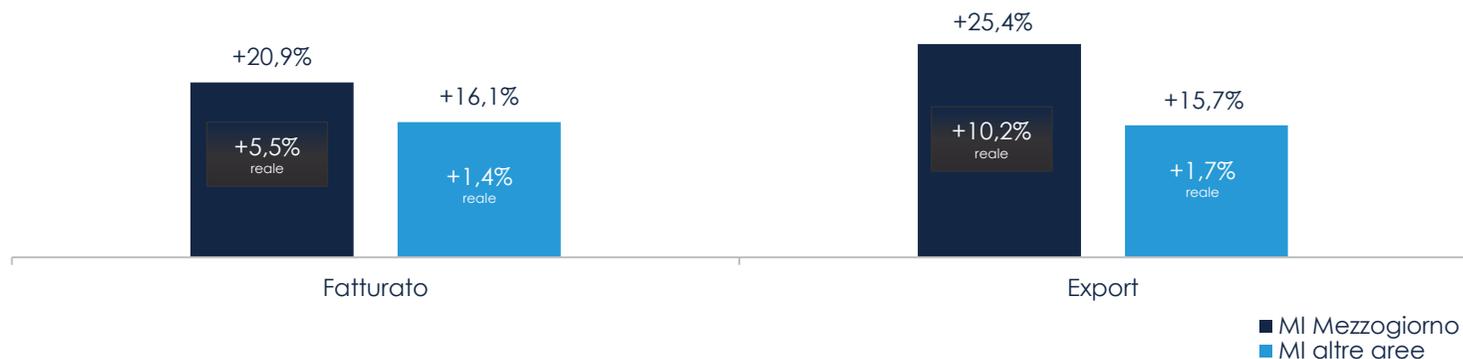
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 1.8 / I CONSUNTIVI 2022 E LE ASPETTATIVE PER IL 2023

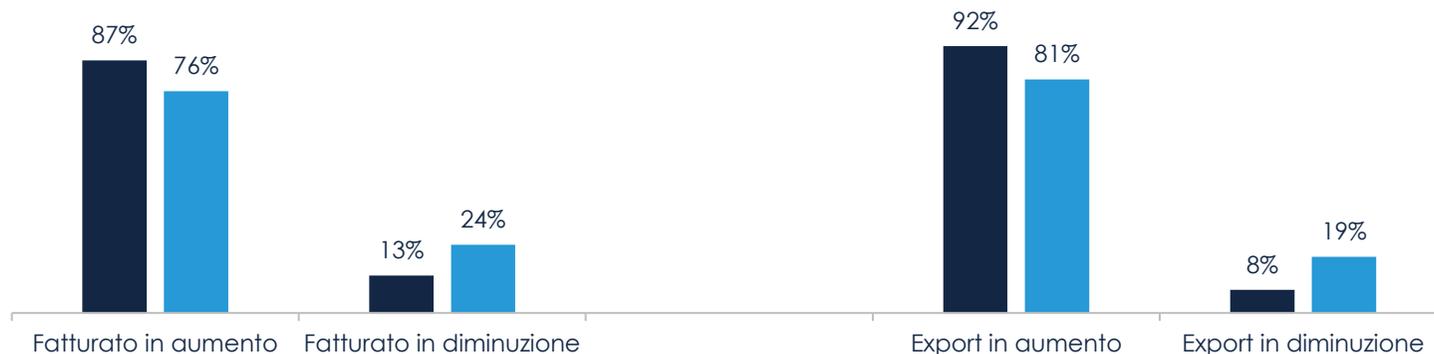
Variazioni 2022/2021 di fatturato ed export nominali e reali\*

\*Elaborazione  
Area Studi Mediobanca  
su dati Istat

**Fonti:**  
Area Studi  
Mediobanca, Dati  
Cumulativi di 2150  
società italiane, 2023;  
Indagine campionaria  
Area Studi  
Mediobanca, 2023



Aspettative per il 2023 sulle variazioni di fatturato ed export



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

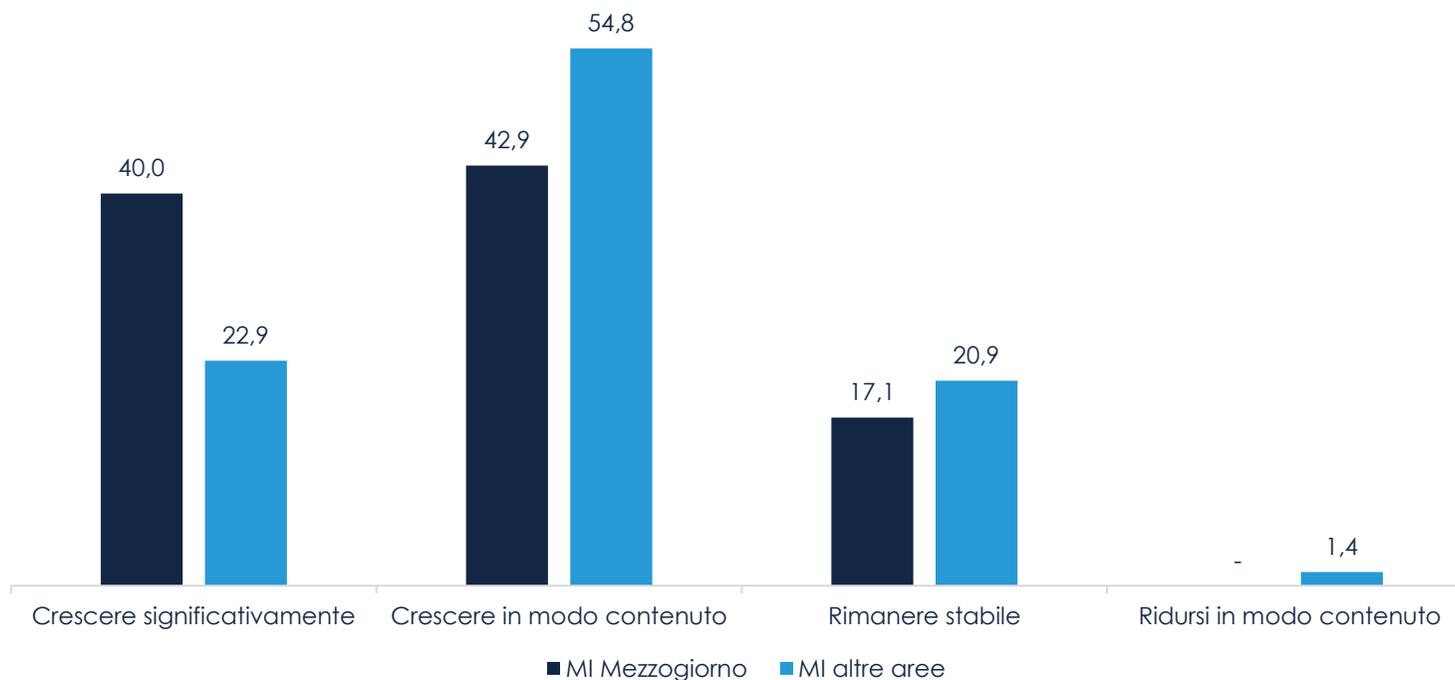


CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 1.9 / PROSPETTIVE OLTRE IL 2023: L'OTTIMISMO 'MODERATO' DELLE MEDIE IMPRESE

Attese sulla propria quota di mercato per i prossimi anni (in % delle imprese rispondenti)

**Fonte:**  
Indagine campionaria  
Area Studi Mediobanca,  
2023



- **Il 40% delle medie imprese del Mezzogiorno ritiene che la propria quota di mercato possa crescere significativamente nei prossimi anni** (22,9% le MI delle altre aree), un ulteriore 42,9% prevede un incremento contenuto (54,8% le MI del Centro-Nord), mentre il 17,1% si attende di mantenere il proprio peso stabile (20,9% le MI del resto d'Italia)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## Il contesto competitivo

Report  
Medie Imprese

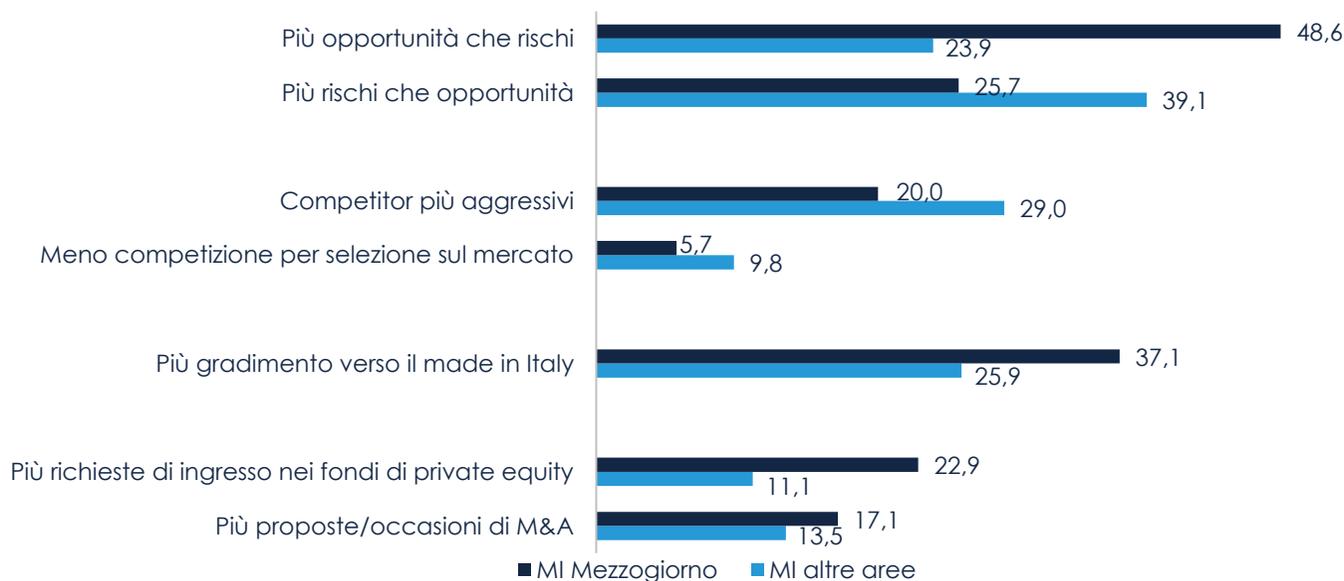
2.0

## 2.1 / FOTOGRAFIA DEL CONTESTO COMPETITIVO

Dopo la pandemia e le tensioni internazionali, il contesto ha portato...(in % delle imprese rispondenti)\*

\*Possibili risposte multiple

Fonte:  
Indagine campionaria  
Area Studi Mediobanca,  
2023



- Rispetto al periodo pre-pandemico e al conflitto russo-ucraino, il mercato ha subito dei **cambiamenti che le medie imprese del Mezzogiorno, a differenza di quelle delle altre aree, hanno percepito maggiormente come opportunità** (48,6% delle risposte vs 23,9%); in effetti, nel panorama internazionale, la competizione viene avvertita come più aggressiva dalle medie imprese del Centro-Nord (29% vs il 20% di quelle del Mezzogiorno)
- **Il gradimento verso il made in Italy è accreditato in incremento dal 37,1% delle medie imprese del Sud** e da oltre un quarto di quelle delle altre aree. Quanto al mercato dei capitali, le MI meridionali hanno registrato una quota superiore di proposte di ingressi da parte di fondi di private equity (22,9% vs 11,1% di quelle del Centro-Nord) e di operazioni di M&A (17,1% vs 13,5%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



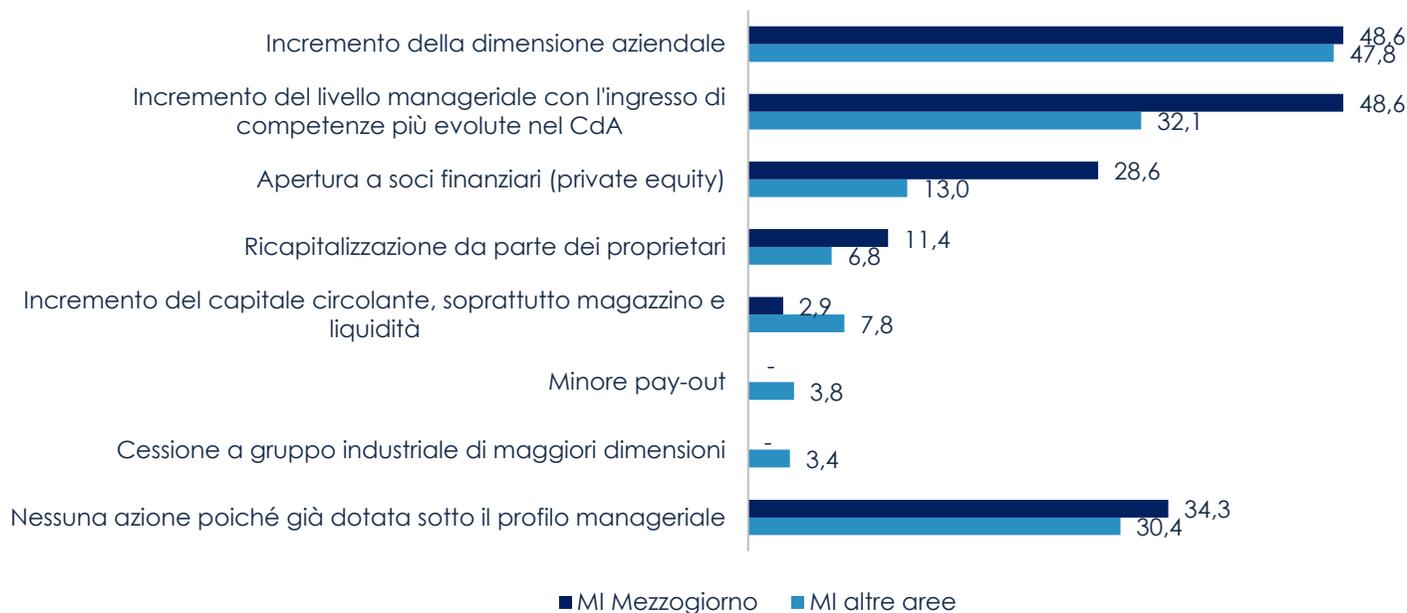
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.2 / COME AFFRONTARE LE INCERTEZZE FUTURE?

Misure che le medie imprese intendono intraprendere in risposta alle incertezze del contesto (in % delle imprese rispondenti) \*

\*Possibili risposte multiple

Fonte:  
Indagine campionaria  
Area Studi Mediobanca,  
2023



- **Il 48,6% delle medie imprese del Mezzogiorno ritiene sia utile incrementare la dimensione aziendale** (47,8% le MI delle altre aree) e un'eguale quota ritiene sia necessario favorire l'ingresso di competenze più evolute nel proprio CdA (32,1% le MI degli altri territori)
- **Il 28,6% delle medie imprese del Sud ha in progetto di aprire il proprio capitale a soci finanziari** (vs il 13% delle MI delle altre aree) e l'11,4% di far ricorso al capitale proprietario (vs 6,8%); risulta poco praticata la soluzione di un aumento del capitale circolante da parte delle MI meridionali (2,9%), mentre la quota sale al 7,8% per quelle del Centro-Nord
- **È comunque significativa la quota di oltre il 30% di medie imprese (meridionali e non) che ritiene di non dover mettere in atto alcuna azione** perché già dotate sotto il profilo manageriale



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.3 / LEVE PER ACCRESCERE LE QUOTE DI MERCATO

In % delle imprese rispondenti\*

\*Possibili risposte multiple

Fonte:  
Indagine campionaria  
Area Studi Mediobanca,  
2023



- **Il 65,7% delle medie imprese del Mezzogiorno intende effettuare maggiori investimenti per ampliare la capacità produttiva in Italia;** la quota scende al 60,1% per quelle delle altre aree
- **È superiore anche la quota di imprese meridionali con previsione di incremento degli investimenti in siti produttivi esteri** (22,9% vs 13,5%) e di quelle impegnate in acquisizioni di competitors italiani (17,1% vs 11,5%) ed esteri (17,1% vs 8,8%)
- **Le medie imprese del Sud** si dichiarano meno propense a investire in qualità e innovazione di prodotto (51,4% vs 64,2% delle MI delle altre aree), ma **sono più disposte** a farlo **nel digitale** (31,4% vs 20,9%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.4 / SUPPLY CHAIN VERSO LA DIVERSIFICAZIONE E LA PROSSIMITÀ, RE-SHORING DIFFERIBILE

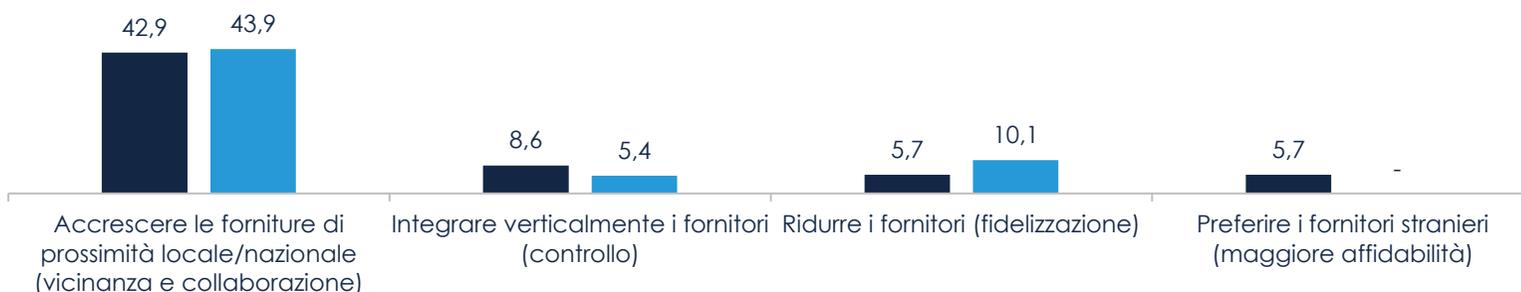
Quota di MI con siti all'estero e relativa produzione (in % delle imprese)

\*Possibili risposte multiple

**Fonti:**  
elaborazione Area Studi Mediobanca su dati propri; Indagine campionaria Area Studi Mediobanca, 2023



Alcune iniziative di riconfigurazione della catena di fornitura (in % delle rispondenti)\*



- Il modello produttivo delle MI è **radicato in Italia e ancor di più nel Mezzogiorno: il 97,3% delle imprese non ha siti di produzione all'estero** quindi vi è una limitata rilevanza di un possibile off/re-shoring...
- ...risulta invece **importante una corretta gestione delle catene di fornitura** soprattutto adesso che l'incertezza geopolitica ne mette a rischio la continuità. Per porvi rimedio, le medie imprese meridionali puntano all'incremento del numero dei fornitori privilegiando quelli di prossimità (oltre il 40% delle MI meridionali e non) assumendo che la minore distanza riduca i rischi di interruzione e che vi possa essere maggiore collaborazione fra gli operatori. Per le MI del Mezzogiorno è inoltre maggiormente percepita l'esigenza di integrare verticalmente i suppliers (8,6% vs 5,4%) o di incrementare il numero quelli stranieri (5,7% vs nessuna risposta)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

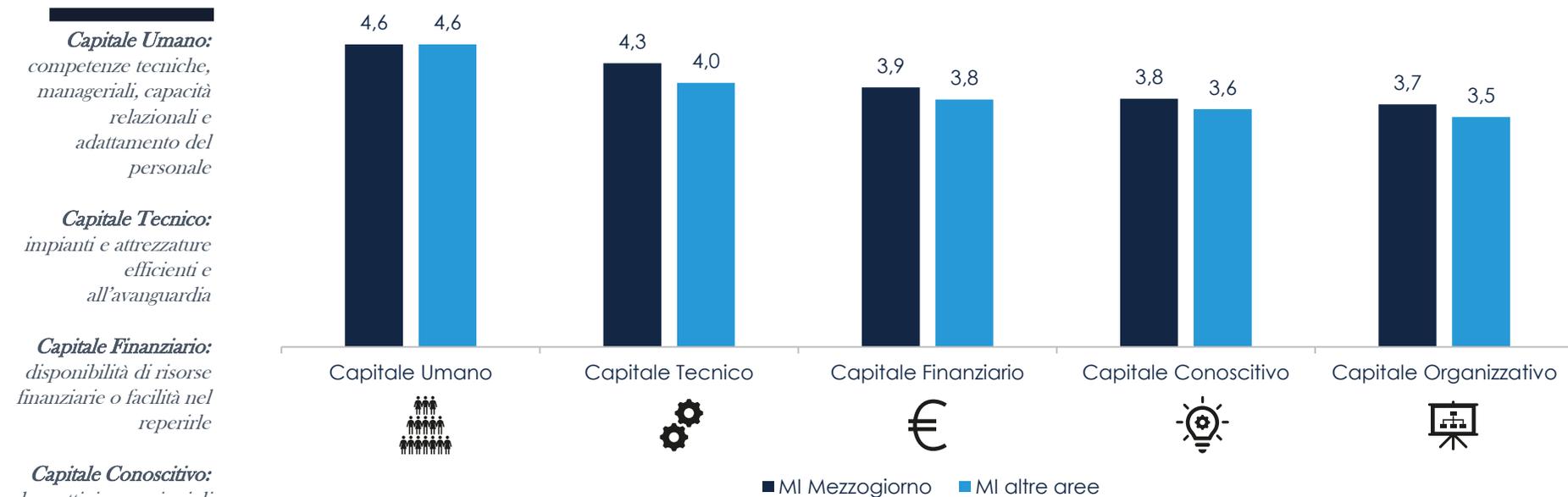
# Il ruolo dei 'capitali' strategici per le medie imprese del Mezzogiorno: competitività e Duplice Transizione

Report  
Medie Imprese

3.0

### 3.1 / I 'CAPITALI' STRATEGICI CONTRO LE INCERTEZZE SUL FUTURO

Valutazione dei 'capitali' in relazione alla rilevanza strategica attribuita dalle MI (punteggio medio: 1 min-5 max)



- Tra i 'capitali' ritenuti strategici per lo sviluppo futuro, **quello Umano rappresenta l'elemento centrale** e ottiene, tanto per le medie imprese del Mezzogiorno, quanto per quelle delle altre aree, una rilevanza pari a 4,6 punti, mentre al Capitale Organizzativo viene attribuito un peso minore dalle aziende di entrambi i territori (rispettivamente 3,7 e 3,5 punti)
- Il secondo 'capitale' è quello Tecnico** sia per le Mid Cap collocate nel Sud Italia (4,3 punti), sia per quelle ubicate nel Centro-Nord (4)

**Fonte:**

Indagine campionaria  
Area Studi Mediobanca,  
2023



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 3.2 / CAPITALE UMANO: QUALI INVESTIMENTI NEL MEZZOGIORNO?

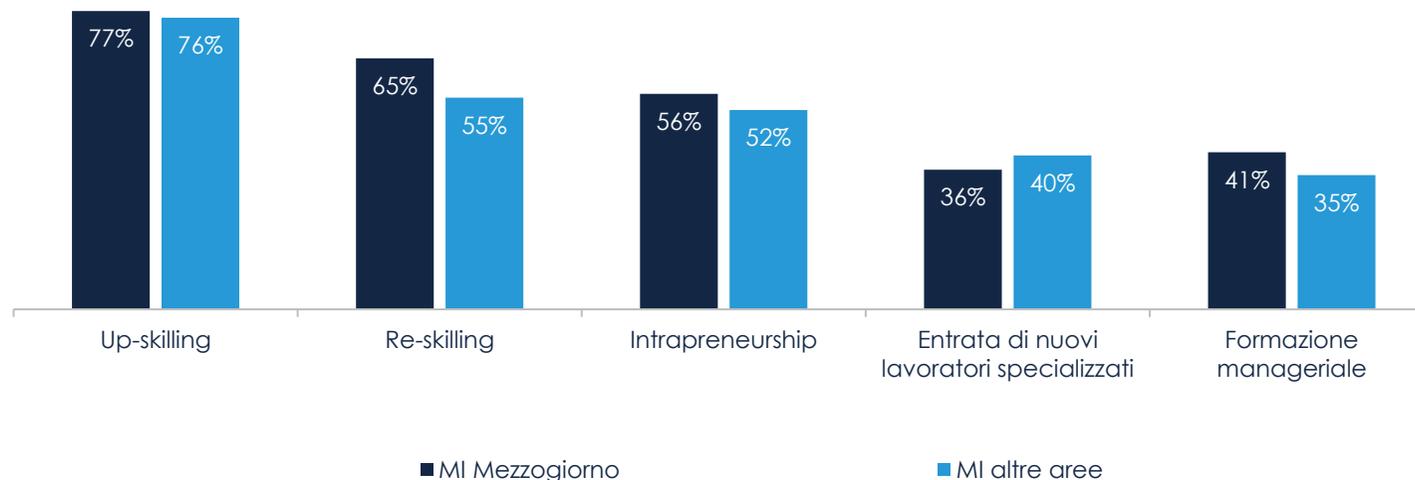
Quote % delle MI che prevedono di investire nel 2023-25 nel Capitale Umano, secondo le diverse tipologie di investimento

**Up-skilling:** formazione per far crescere le attuali competenze tecnico-professionali

**Re-skilling:** formazione su nuove competenze tecnico-professionali

**Intrapreneurship:** formazione per aumentare la responsabilizzazione e la capacità di iniziativa

**Formazione manageriale:** formazione su nuovi modelli di business



**Fonte:**  
Indagine Centro Studi  
Tagliacarne-  
Unioncamere, 2023

- Le MI del Mezzogiorno mostrano la **stessa propensione ad investire nella formazione delle altre aree** per tutte le tipologie di attività formative
- Le **MI del Mezzogiorno** punteranno maggiormente, rispetto a quelle delle altre aree, nella **formazione manageriale per l'innovazione del modello di business** (41% vs 35%) e nel **re-skilling** (65% vs 55%), ma non nell'entrata di nuovi lavoratori specializzati (36% vs 40%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



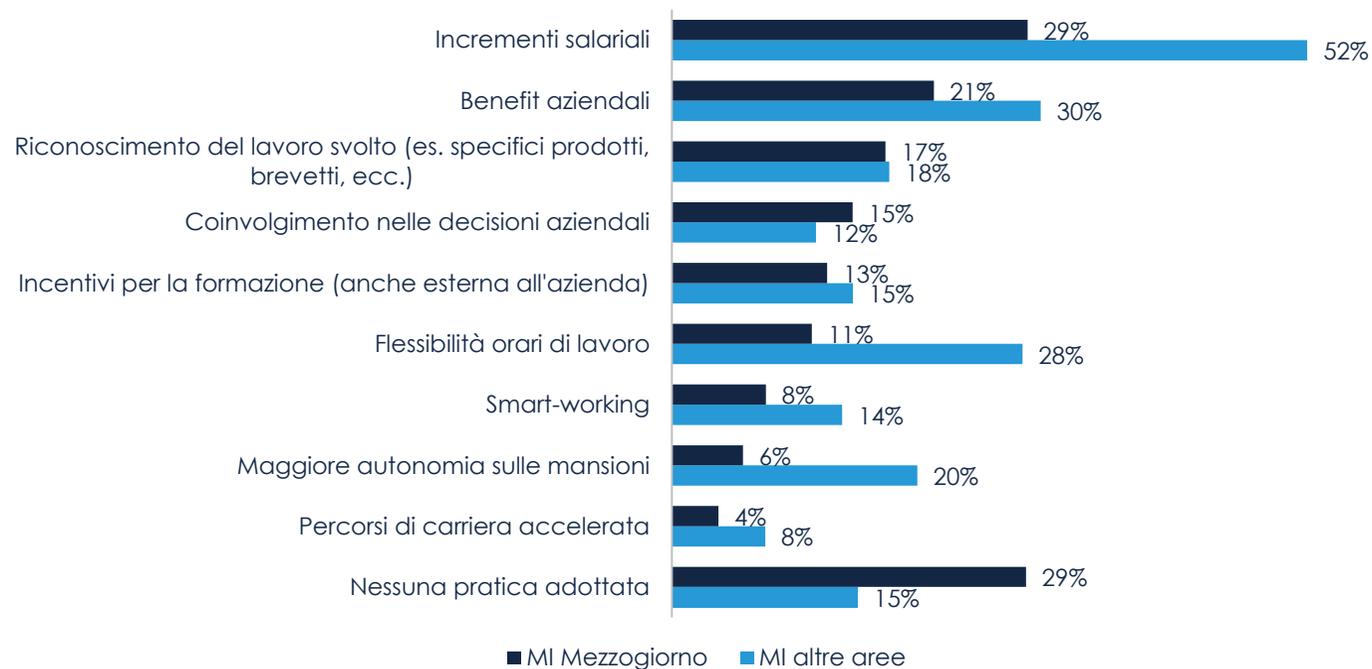
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 3.3 / RESIGNATION: COME TRATTENERE I TALENTI IN AZIENDA NEL MEZZOGIORNO?

Pratiche adottate dalle MI per trattenere i talenti in azienda (quote %)\*

\*Domanda a risposta multipla eccetto «Nessuna pratica adottata» (risposta esclusiva)

Fonte:  
Indagine Centro Studi  
Tagliacarne-  
Unioncamere, 2023



- **Nel Mezzogiorno c'è una minore propensione a mettere in campo pratiche per trattenere i talenti in azienda:** il 29% delle MI meridionali non ha adottato nessuna pratica, contro il più ridotto 15% delle MI delle altre aree
- Per trattenere i talenti in azienda, **le MI meridionali tendono ad utilizzare la leva salariale meno di quelle delle altre aree (29% vs 52%) così come la flessibilità negli orari di lavoro (11% vs 28%) e la maggiore autonomia sulle mansioni (6% vs 20%)**
- **L'incremento salariale resta comunque il primo strumento per trattenere i talenti in azienda (29%),** seguito dai benefit aziendali (21%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

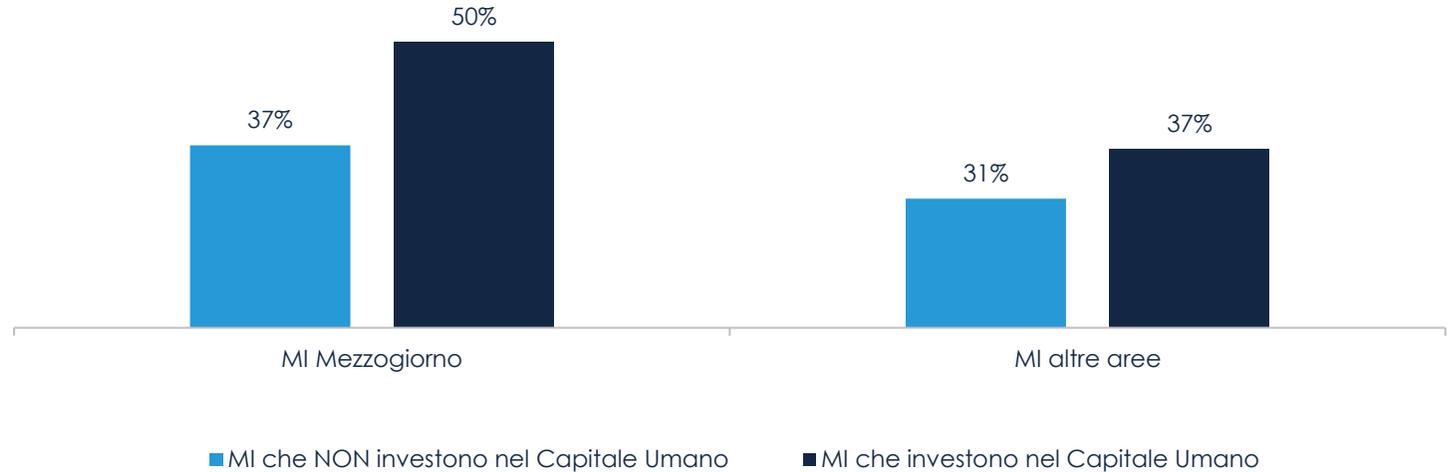


CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 3.4 / MI E COMPETITIVITÀ: EFFETTO ACCELERATORE DEL CAPITALE UMANO NEL MEZZOGIORNO

Quota % di MI che prevedono un aumento del fatturato nel triennio 2023-25 a seconda degli investimenti nel Capitale Umano

**Fonte:**  
Indagine Centro Studi  
Tagliacarne-  
Unioncamere, 2023



- La quota di MI meridionali che dichiara un **aumento del fatturato** nel triennio 2023-25 **passa dal 37% tra le MI che non investono nel Capitale Umano al 50% tra quelle che invece vi investono**
- **Nel Mezzogiorno la spinta del Capitale Umano alla crescita economica delle MI è più forte**, perché nelle altre aree la quota di MI che dichiara un aumento del fatturato nel triennio 2023-25 sale solo di 6 punti percentuali passando dalle MI che non investono nel Capitale Umano a quelle che lo fanno (dal 31% al 37%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



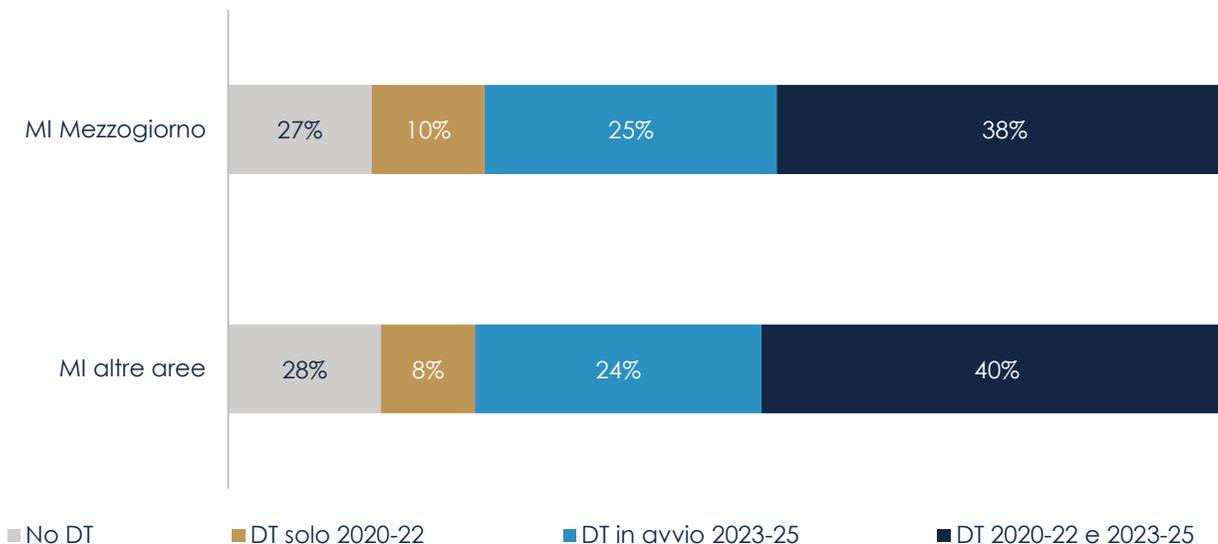
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 3.5 / DUPLICE TRANSIZIONE: IL CAMMINO FATTO E QUELLO ANCORA DA FARE NEL MEZZOGIORNO

Distribuzione % delle MI a seconda degli investimenti nella Duplice Transizione (DT) \* nel 2020-22 e 2023-25

\*Investimenti nella digitalizzazione e nella sostenibilità ambientale

Fonte:  
Indagine Centro Studi  
Tagliacarne-  
Unioncamere, 2023



- **Il 38% delle imprese del Mezzogiorno ha investito nel 2020-22 e continuerà ad investire nel 2023-25**, in linea con le altre aree
- Nel Mezzogiorno **sono più le MI che inizieranno ad investire nella Duplice Transizione nel 2023-25 (25%) rispetto a quelle che invece interromperanno gli investimenti (10%)** limitandosi al solo triennio 2020-22
- Poco più di **un quarto (27%) di MI meridionali non ha investito e non investirà nella Duplice Transizione**



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

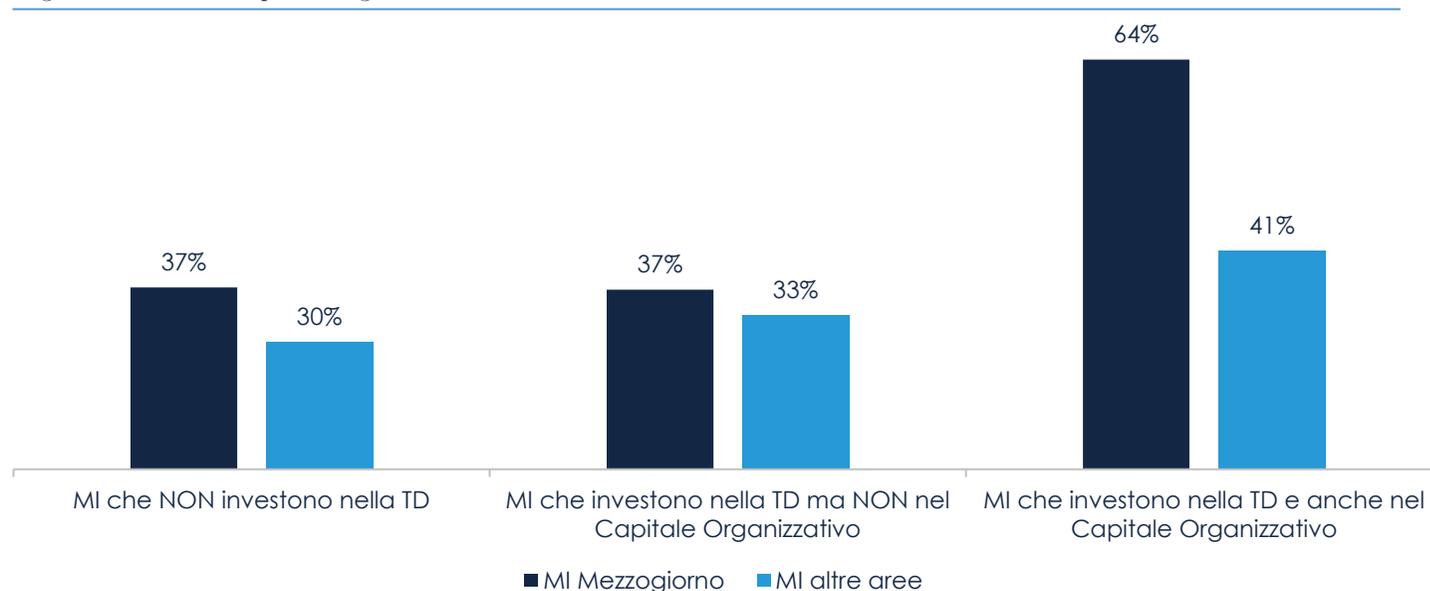


CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 3.6 / DUPLICE TRANSIZIONE E COMPETITIVITÀ: EFFETTO ACCELERATORE DEL CAPITALE ORGANIZZATIVO NEL MEZZOGIORNO

Quota % di MI che prevedono un aumento del fatturato nel triennio 2023-25 a seconda degli investimenti nella Transizione Digitale (TD) e nel Capitale Organizzativo

Fonte:  
Indagine Centro Studi  
Tagliacarne-  
Unioncamere, 2023



- Il Capitale Organizzativo è il vero fattore di spinta alle performance delle imprese. La quota di MI meridionali che dichiara **un aumento del fatturato** nel triennio 2023-25 **passa dal 37% tra le MI che investono nella Transizione Digitale (ma non nel Capitale Organizzativo) al 64% tra quelle che punteranno su entrambe le tipologie di investimento**
- **La spinta del Capitale Organizzativo alle performance delle imprese è più forte nel Mezzogiorno:** nelle altre aree la quota di MI che dichiara un aumento del fatturato nel triennio 2023-25 sale solo di 8 punti percentuali passando dalle MI che non investono nel Capitale Organizzativo a quelle che lo fanno (da 33% a 41%); sono invece ben 27 i punti percentuali nel caso meridionale (da 37% a 64%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

# Il ruolo delle Istituzioni e le barriere alla Duplice Transizione nel Mezzogiorno

Report  
Medie Imprese

4.0

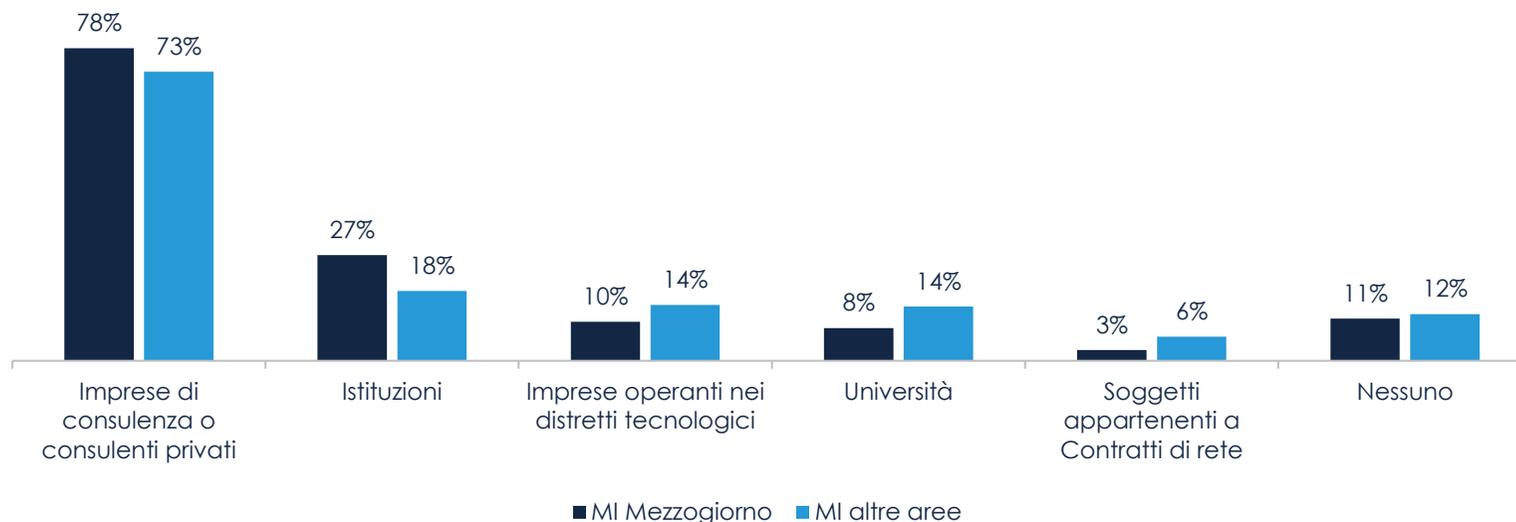
## 4.1 / FILLING THE VOIDS: IL RUOLO DEI SOGGETTI ESTERNI PER LA TRANSIZIONE DIGITALE DELLE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO

Quote % di MI che investiranno nel 2023-25 nella Transizione Digitale (TD), secondo le diverse tipologie di soggetti di cui si avvarranno\*

\*Domanda a risposta multipla

\*\*Camere di Commercio (PID-Punti Impresa Digitale), Ministero (innovation manager), ecc

Fonte:  
Indagine Centro Studi Tagliacarne-Unioncamere, 2023



- **Le MI meridionali fanno maggior ricorso alle imprese di consulenza o a consulenti privati** per essere supportate nella **Transizione Digitale** rispetto alle MI delle altre aree (78% vs 73%)
- **Le Istituzioni territoriali\*\* giocano un ruolo di supporto più forte al Mezzogiorno**: il 27% delle MI meridionali vi collabora quando si tratta di affrontare la Transizione Digitale, contro il 18% nel caso delle MI delle altre aree. Più basso invece il grado di collaborazione con le Università (8% vs 14%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 4.2 / RIMUOVERE LE BARRIERE ALLA TRANSIZIONE GREEN NEL MEZZOGIORNO

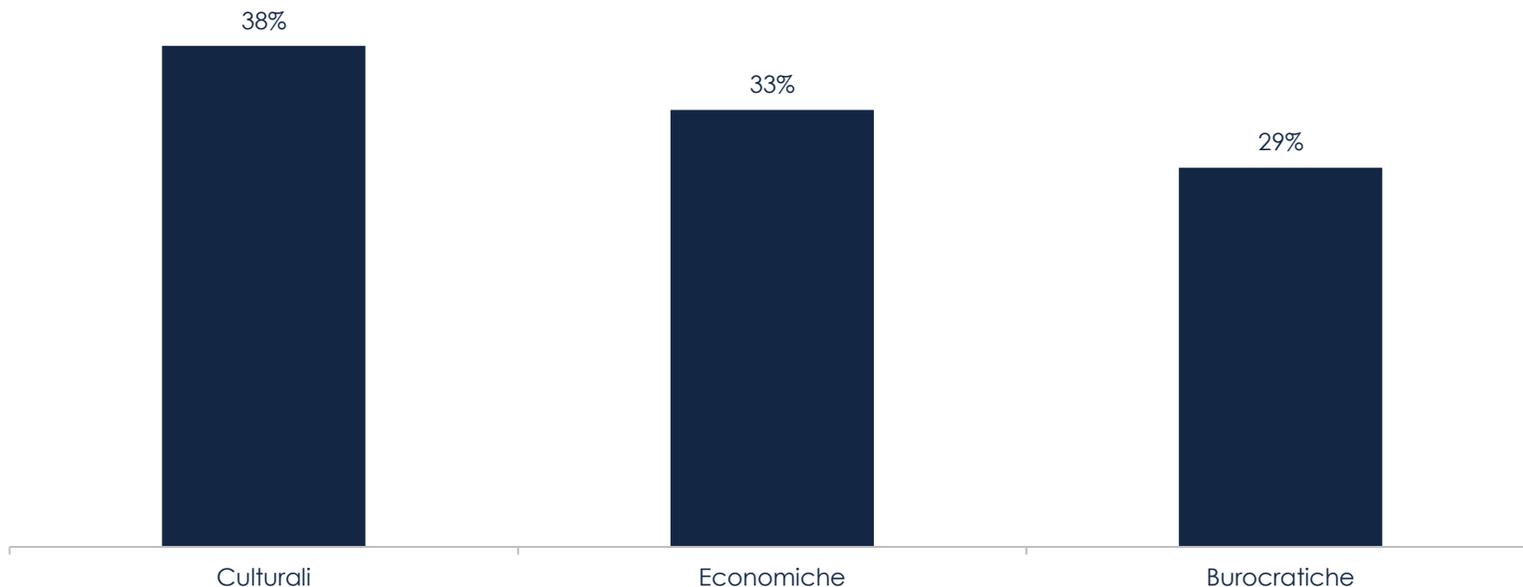
Le barriere alla Transizione Green più dichiarate dalle MI del Mezzogiorno (% sul totale delle imprese che non investiranno nella sostenibilità ambientale nel 2023-25)

**Barriere economiche:**  
risorse economiche insufficienti all'interno dell'azienda; finanziamenti esterni insufficienti anche a causa dei tassi di interesse; costi delle materie prime e materie prime seconde green troppo elevati

**Barriere culturali:**  
assenza di conoscenza degli effetti positivi del green sulla competitività dell'azienda; mancanza di interesse da parte del management

**Barriere burocratiche:**  
eccessiva burocrazia e scarsa informazione sugli incentivi

**Fonte:**  
Indagine Centro Studi Tagliacarne-Unioncamere, 2023



- **Le barriere culturali sono il principale ostacolo per la Transizione Green delle MI meridionali** (dichiarate dal 38% di quelle che non investono nella sostenibilità ambientale), seguite da quelle economiche (33%) e da quelle burocratiche (29%)
- **I problemi di natura culturale sono riscontrati maggiormente dalle MI del Mezzogiorno rispetto a quelle delle altre aree** che li indicano nel 33% dei casi



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

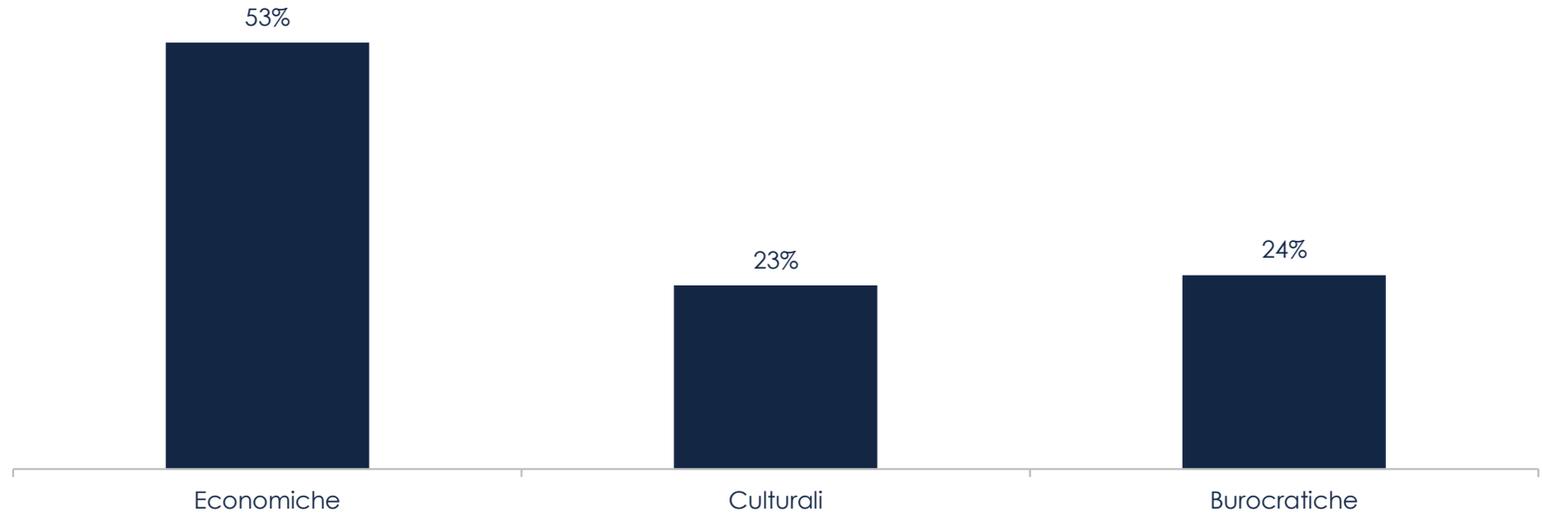
### 4.3 / RIMUOVERE LE BARRIERE ALLA TRANSIZIONE DIGITALE NEL MEZZOGIORNO

Le barriere alla Transizione Digitale più dichiarate dalle MI del Mezzogiorno (% sul totale delle imprese che non investiranno nelle tecnologie 4.0 nel 2023-25)

**Barriere economiche:**  
risorse economiche insufficienti all'interno dell'azienda; finanziamenti esterni insufficienti anche a causa dei tassi di interesse; costi delle tecnologie troppo elevati

**Barriere culturali:** assenza di conoscenza degli effetti positivi delle tecnologie sulla competitività dell'azienda; mancanza di interesse da parte del management

**Barriere burocratiche:** eccessiva burocrazia e scarsa informazione sugli incentivi



*Fonte:*  
Indagine Centro Studi Tagliacarne-Unioncamere, 2023

- **Le barriere economiche sono il principale ostacolo per la Transizione Digitale delle MI meridionali** (dichiarate dal 53% delle MI che non investono nella digitalizzazione), seguite a distanza da quelle culturali (23%) e da quelle burocratiche (24%)
- **I problemi di natura economica sono riscontrati maggiormente dalle MI del Mezzogiorno** rispetto a quelle delle altre aree che li indicano nel 30% dei casi



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

# Le medie imprese del Mezzogiorno e le tematiche ESG

Report  
Medie Imprese

5.0

## 5.1 / ESG: UNA DOMANDA 'POLITICAMENTE SCORRETTA' E UNA CLASSIFICA PREVEDIBILE

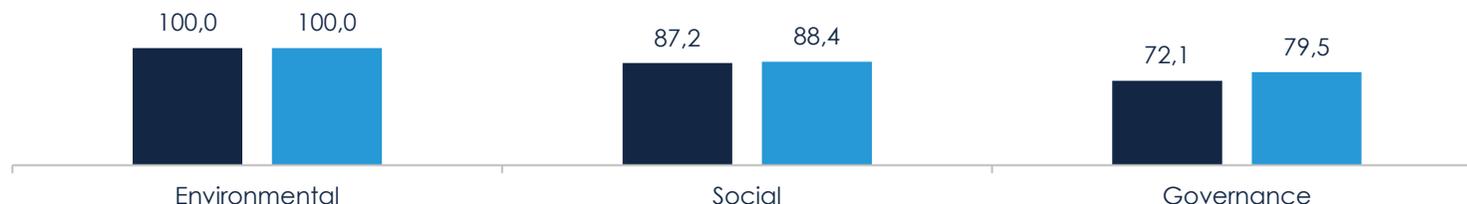
Valutazione dei temi ESG (in % delle imprese rispondenti)

**ESG:**  
Environmental, Social,  
Governance

Fonte:  
Indagine campionaria Area  
Studi Mediobanca, 2023



Rilevanza di E, S e G (punteggio normalizzato)



- Le **tematiche ESG** rappresentano una parte rilevante delle politiche aziendali: **il 62,9% delle medie imprese del Mezzogiorno le considera come un trend destinato a perdurare** e che deve essere inglobato con convinzione nei processi aziendali perché fonte di vantaggio competitivo; la percentuale sale al 65,6% per le MI delle altre aree
- **Vi è comunque una quota di aziende ancora scettiche** che considera il fenomeno come una moda temporanea, ma non trascurabile (8,6% MI nel Mezzogiorno, 8,2% nel resto d'Italia) o come una tendenza temporanea e trascurabile (2,8% e 0,7%)
- **La tematica ambientale è ritenuta la più rilevante** e prioritaria tanto dalle medie imprese meridionali quanto da quelle del Centro-Nord. Relativamente meno attenzionata la Governance nonostante la sua contiguità con il tema del Capitale Umano



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



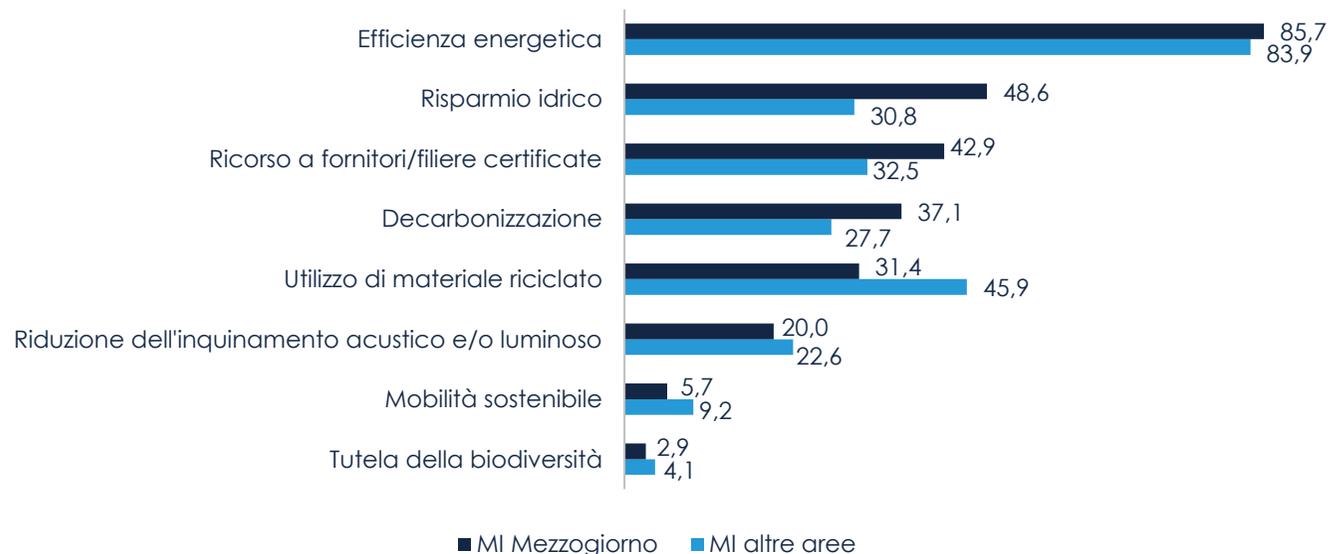
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 5.2 / ESG: AZIONI INTRAPRESE IN TEMA DI ENVIRONMENT

In % delle imprese rispondenti\*

\*Possibili risposte multiple

Fonte:  
Indagine campionaria Area  
Studi Mediobanca, 2023



- Scorporando i diversi ambiti ESG, **sul fronte Environment, le azioni maggiormente intraprese dalle medie imprese del Mezzogiorno vertono sul raggiungimento dell'efficienza energetica** (85,7% delle rispondenti vs 83,9% delle MI delle altre aree) e sul **risparmio idrico** (48,6%, che stacca il 30,8% del Centro-Nord a dimostrazione di quanto questa tematica sia particolarmente sentita nel Sud Italia)
- **Anche la gestione responsabile delle catene di approvvigionamento mediante utilizzo di fornitori certificati è maggiormente perseguita dalle imprese meridionali** (42,9% vs 32,5%)
- Ancora **poca l'attenzione verso la tutela delle biodiversità** (2,9% delle Mid Cap del Sud Italia, 4,1% delle altre aree) e la mobilità sostenibile (rispettivamente, 5,7% e 9,2%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 5.3 / ESG: PRINCIPALI INTERVENTI IN AMBITO SOCIAL

In % delle imprese rispondenti\*

\*Possibili risposte multiple

Fonte:  
Indagine campionaria Area  
Studi Mediobanca, 2023



- In ambito Social, gli interventi sono differenziati a seconda dell'area di appartenenza. **L'attenzione al cliente risulta prioritaria per le MI del Mezzogiorno** (54,3% delle rispondenti), ma non è così per quelle delle altre aree (36,8%) che invece sono più propense alla predisposizione di forme di welfare aziendale e ad iniziative per raggiungere il work life balance (63,5%) distanziando notevolmente le MI meridionali (31,4%). Ciò avviene anche nella formazione non obbligatoria alla quale le Mid Cap degli altri territori attribuiscono un maggior riguardo (60,2%) rispetto a quelle del Mezzogiorno (48,6%)
- **Oltre il 54% delle medie imprese di entrambe le zone è inoltre impegnato nel miglioramento delle condizioni lavorative** dei propri dipendenti



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



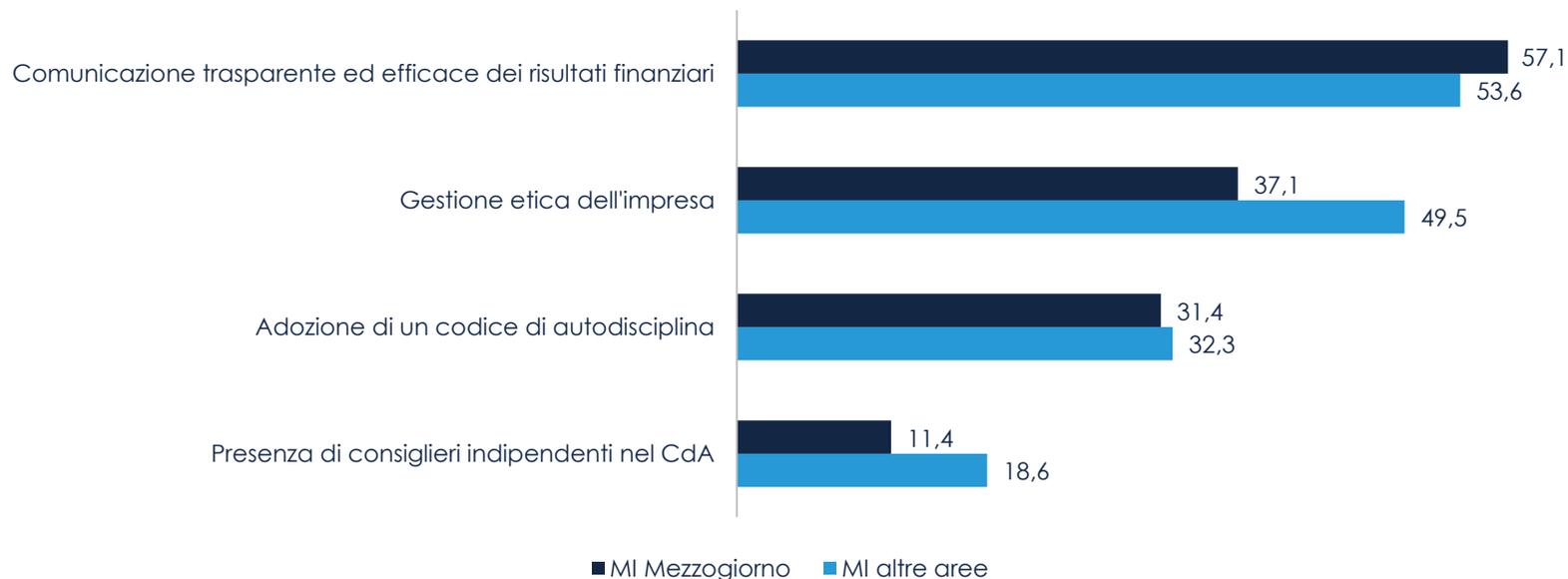
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 5.4 / ESG: AZIONI SULLA GOVERNANCE

In % delle imprese rispondenti\*

\*Possibili risposte multiple

Fonte:  
Indagine campionaria Area  
Studi Mediobanca, 2023



- Tra le principali azioni intraprese dalle MI del Mezzogiorno in tema di Governance, **la predominante è rappresentata dalla comunicazione trasparente e efficace dei risultati finanziari** dichiarata dal 57,1% delle imprese (53,6% delle MI delle altre aree), mentre solo il 37,1% attribuisce importanza alla gestione etica dell'azienda risultando di molto distanziato dalle Mid Cap delle altre zone d'Italia (49,5%)
- **Ancora esigua la quota di MI con presenza di membri esterni nel CdA**, tanto nel Mezzogiorno (11,4%) quanto nel Centro-Nord (18,6%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

# Ringraziamenti

Le elaborazioni contenute in questo documento sono state possibili grazie alla collaborazione delle imprese intervistate il cui contributo è quindi risultato essenziale per il buon esito del progetto.

Gli autori restano i soli responsabili di quanto esposto.



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE





La riproduzione e/o diffusione parziale o totale dei dati e delle informazioni presenti in questo Report è consentita esclusivamente con la citazione completa della fonte:

Area Studi Mediobanca, Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne-Unioncamere, *I fattori di competitività delle medie imprese del Mezzogiorno: il ruolo dei 'capitali' strategici*, Report medie imprese, 2023

Tutto il materiale è consultabile e disponibile per il download sui seguenti siti:

- [www.areastudimediobanca.com](http://www.areastudimediobanca.com)
- [www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)
- [www.tagliacarne.it](http://www.tagliacarne.it)