



# Scenario competitivo, ESG e innovazione strategica nelle medie imprese del Mezzogiorno



---

# Scenario competitivo, ESG e innovazione strategica nelle medie imprese del Mezzogiorno



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

# Premessa

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

L'indagine copre l'universo delle medie imprese industriali manifatturiere italiane, considerando tali le società di capitali che nel 2023:

- hanno una forza lavoro compresa tra 50 e 499 unità e un volume di vendite non inferiore a 19 e non superiore a 415 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 dell'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 potrebbero essere identificate nelle successive slide con la sigla 'MI'.

Il Report riporta in particolare alcune analisi basate sul confronto tra i dati relativi alle medie imprese ubicate nel Sud Italia (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 rispettivamente dall'Area Studi di Mediobanca e dal Centro Studi delle Camere di Comercio Guglielmo Tagliacarne-Unioncamere.



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

<b>1.0 Medie imprese del Mezzogiorno: dinamiche economiche e competitività.....</b>	<b>05</b>
1.1 Medie imprese e territori: focus sul Sud Italia	
1.2 Mezzogiorno, terra di opportunità: le regioni che attraggono le medie imprese	
1.3 Identikit delle medie imprese: Mezzogiorno e altre aree a confronto	
1.4 Le specializzazioni settoriali delle medie imprese: pochi settori e grande peso, soprattutto nel Mezzogiorno	
1.5 Crescita vivace per le medie imprese del Mezzogiorno	
1.6 Competitività e forza lavoro in forte crescita per le medie imprese del Mezzogiorno	
1.7 La corsa delle medie imprese del Mezzogiorno prosegue anche nel 2025	
<b>2.0 Il contesto competitivo e le sfide per le medie imprese del Mezzogiorno.....</b>	<b>13</b>
2.1 Le sfide che ostacolano le medie imprese: Mezzogiorno vs altre aree	
2.2 Lo shock energetico: gli impatti e le strategie di risposta	
2.3 Focus catene di fornitura: il rischio di rottura preoccupa anche le medie imprese	
2.4 Difficoltà di approvvigionamento: cause ed effetti	
2.5 Priorità strategiche delle medie imprese: obiettivi comuni e sfumature territoriali	
2.6 Credito facile? Per le medie imprese la vera forza è l'autofinanziamento (anche al Sud)	
2.7 Mid-Cap del Sud: occupazione in forte crescita, ma il gender gap resta profondo...	
2.8 ...e il reperimento di competenze è sempre più problematico	
2.9 Come risolvere le difficoltà dello skill mismatch?	
2.10 Il peso della fiscalità: le medie imprese del Mezzogiorno continuano a pagare di più	
<b>3.0 Dazi: impatti e strategie di risposta delle medie imprese del Mezzogiorno.....</b>	<b>24</b>
3.1 I dazi: un problema per quante medie imprese?	
3.2 L'impatto dei dazi sulle medie imprese del Mezzogiorno	
3.3 Le strategie di risposta delle medie imprese all'imposizione di dazi	
3.4 Dazi e medie imprese: politiche richieste, simili nei diversi territori	



# Indice

<b>4.0 Il ruolo dell'Unione Europea per la competitività delle medie imprese del Mezzogiorno.....</b>	<b>29</b>
4.1 Cosa chiedono le medie imprese all'Unione Europea?	
4.2 Politica europea sulla transizione energetica: vantaggi e svantaggi	
4.3 Medie imprese e innovazione: il ruolo dei programmi comunitari UE	
4.4 Partecipazione ai programmi comunitari UE: ostacoli	
4.5 Partecipazione ai programmi comunitari UE: policy richieste	
<b>5.0 L'impegno ESG delle medie imprese del Mezzogiorno.....</b>	<b>35</b>
5.1 Oltre il profitto: il cammino ESG delle medie imprese del Mezzogiorno...	
5.2 ... con l'ambiente al centro, nonostante il peso della burocrazia	
5.3 Net-Zero: le medie imprese del Mezzogiorno in prima linea	
5.4 Dal bilancio al web: le medie imprese del Sud Italia guidano la disclosure ESG	
5.5 Il rischio di <i>transizione</i> nella <i>transizione</i> energetica	
5.6 Il rischio fisico con il cambiamento climatico	



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



# Medie imprese del Mezzogiorno: dinamiche economiche e competitività

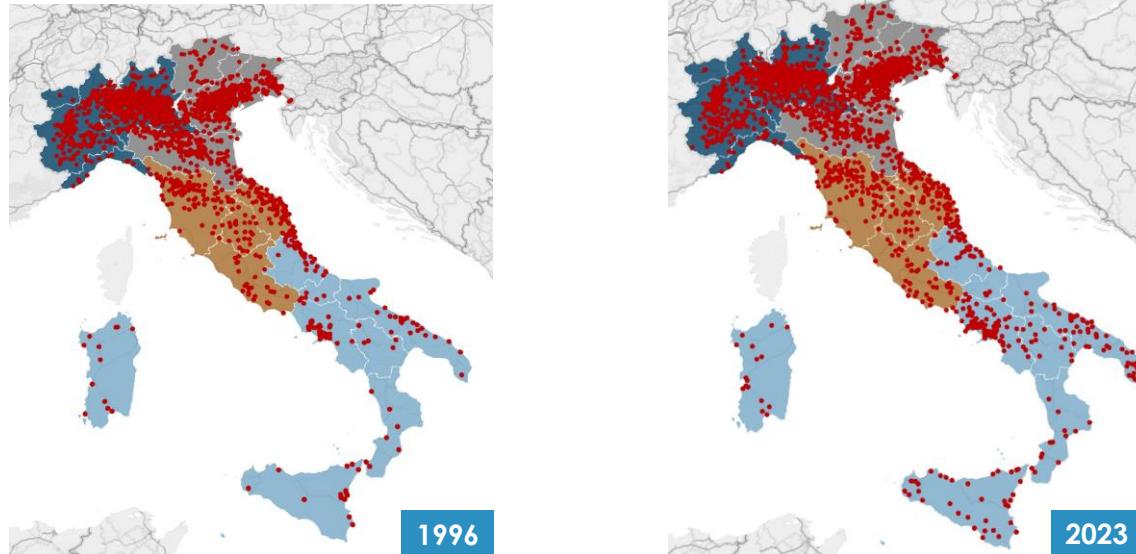
## 1.1 / MEDIE IMPRESE E TERRITORI: FOCUS SUL SUD ITALIA

Localizzazione delle medie imprese industriali italiane

**Distribuzione territoriale:**  
la diffusione delle medie imprese si propaga da Nord verso Sud con una densità sempre più ridotta, ma in crescita nei 28 anni

**Fonte:**  
elaborazione Area Studi  
Mediobanca su cartografia  
Bing

\*Elaborazione Area Studi  
Mediobanca su dati Ispra e  
Dipartimento della  
Protezione Civile -  
Presidenza del Consiglio  
dei Ministri (su anno 2023)



- Nel 1996 l'universo era composto da 3.378 imprese (211 nel Sud e Isole e 3.167 nelle altre aree), mentre **nel 2023 esso si ragguaglia a 3.650 (408 nel Mezzogiorno e 3.242 nel resto d'Italia)**
- Nei ventotto anni si è assistito a un **incremento nel Nord Est** (variazione netta di +76 unità, +6%), **nel Centro** (+70, +16%) e **nel Sud e Isole** (+197, +93%), mentre il Nord Ovest ha registrato una diminuzione di 71 aziende (-5%)
- **Il 4,9% dei comuni** in cui sono localizzate le medie imprese del Mezzogiorno **è esposto a un rischio idrogeologico elevato** e un ulteriore 7,4% presenta una media pericolosità (contro rispettivamente il 7,7% e il 19,8% delle altre aree). In aggiunta, **il 4,6%** delle aree di insediamento delle aziende di media taglia meridionali è associato a un'**alta probabilità di eventi franosi** (vs 5,8%). Infine, **il 72,1%** dei territori in cui hanno sede le Mid-Cap del Sud e Isole è classificato in zona 1 e 2, ossia ad **alto rischio sismico** (vs il 27,9% delle altre aree)\*



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

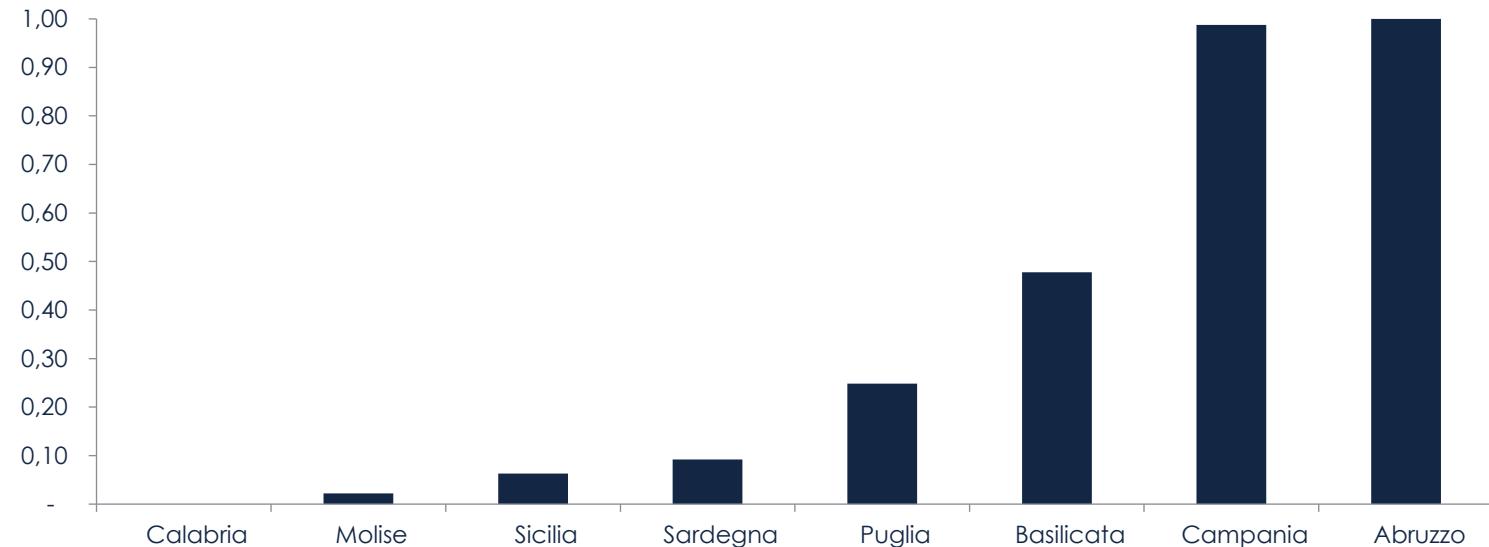
## 1.2 / MEZZOGIORNO, TERRA DI OPPORTUNITÀ: LE REGIONI CHE ATTRAGGONO LE MEDIE IMPRESE

Indice di intensità delle medie imprese per regione\*

**Fonte:**

elaborazione Area Studi  
Mediobanca su fonti  
varie

\*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



- Rapportando la rilevanza delle medie imprese del Mezzogiorno ad alcuni parametri espressivi della dimensione geografica (superficie antropizzata), della demografia (popolazione residente) e dell'imprenditorialità (numero di imprese attive, occupazione, valore aggiunto, esportazioni e investimenti materiali) delle regioni, **l'Abruzzo esprime la maggiore intensità di attrattività verso le medie imprese a pari merito con la Campania, seguito dalla Basilicata**
- A livello nazionale, le tre regioni con la maggiore attrattività verso le medie imprese sono nell'ordine: **Veneto, Lombardia e Trentino-Alto Adige**



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 1.3 / IDENTIKIT DELLE MEDIE IMPRESE: MEZZOGIORNO E ALTRE AREE A CONFRONTO

Dimensione delle imprese

Fonte:  
Area Studi  
Mediobanca,  
dati propri

\*Elaborazione  
Area Studi Mediobanca  
su dati Istat  
(anno 2022)

Dati 2023	Medie imprese del Mezzogiorno	Medie imprese delle altre aree
<b>Fatturato (€ mld)</b>	23,8	183,6
<b>Export (€ mld)</b>	7,3	80,0
<b>Quota export (in %)</b>	30,7	43,6
<b>Fatturato medio (€ mil)</b>	58,3	56,6
<b>Incidenza sul valore aggiunto manifatturiero* (in % della propria area)</b>	11,8	15,9

- **Le medie imprese del Mezzogiorno hanno consuntivato nel 2023 un fatturato pari a 23,8€ mld ed esportazioni pari a 7,3€ mld (30,7% delle vendite) contro rispettivamente 183,6€ mld, 80€ mld e 43,6% delle altre aree**
- **Il valore aggiunto delle medie imprese del Mezzogiorno rappresenta l'11,8% del totale manifatturiero della stessa area** contro il 15,9% delle Mid-Cap ubicate nelle altre aree



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



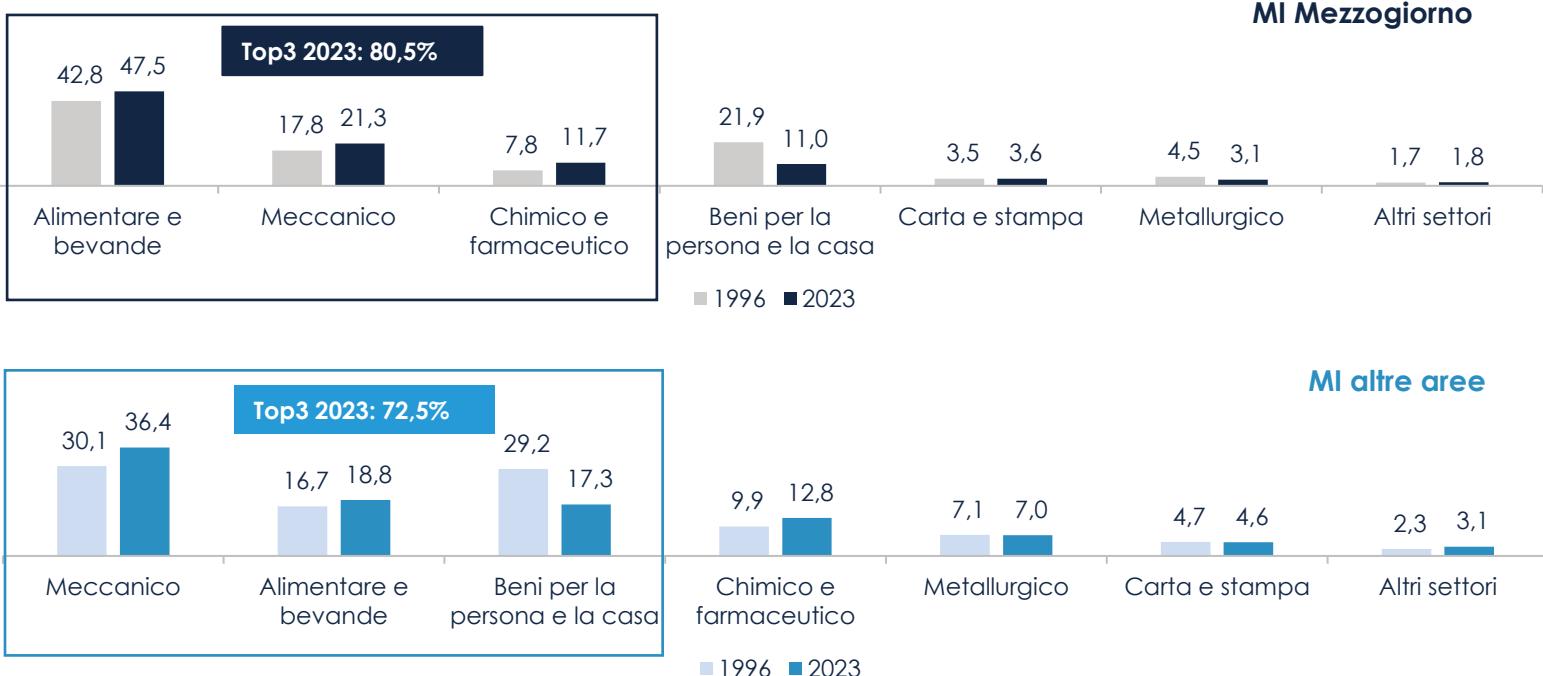
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 1.4 / LE SPECIALIZZAZIONI SETTORIALI DELLE MEDIE IMPRESE: POCHI SETTORI E GRANDE PESO, SOPRATTUTTO NEL MEZZOGIORNO

Fatturato 1996 e 2023 (in % del totale)

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

\*Tessile-abbigliamento, pelli e cuoio, legno e mobili, ceramiche e prodotti per l'edilizia, gioielleria e oreficeria e beni diversi per la persona e la casa



- **La specializzazione produttiva delle medie imprese del Mezzogiorno si concentra prevalentemente in tre settori** (alimentare-bevande, meccanico e chimico-farmaceutico) che, nel loro insieme, **generano l'80,5% del fatturato totale del 2023** in crescita rispetto al 1996 (68,4%)
- **Nelle altre aree i tre settori più rappresentativi** sono meccanico, alimentare-bevande e beni per la persona e la casa\* **con una quota pari al 72,5% del fatturato totale del 2023**, in calo rispetto al 1996 (76%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLICARNE

## 1.5 / CRESCITA VIVACE PER LE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO

Numero indice del fatturato 2014-2023 (2014=100)

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



- **Le medie imprese meridionali sfidano i luoghi comuni: nel decennio 2014-2023 il loro fatturato è cresciuto del +78,1% (vs il +52,8% delle altre aree)** e lo ha fatto soprattutto negli anni di crisi
- **La crescita delle vendite delle medie imprese del Mezzogiorno è stata sostenuta da alcuni compatti** che hanno registrato performance di rilievo. In particolare, **il settore cartario-editoriale ha evidenziato un incremento pari al +90,7%**, a fronte del +45,6% rilevato nel Centro-Nord. Analogamente, **il comparto alimentare e delle bevande ha segnato una crescita del +88,9%** (vs +53,5%), mentre **il meccanico ha registrato un aumento del +77%** (vs +59,4%). Tali risultati confermano la capacità competitiva delle imprese meridionali e il ruolo determinante di specifici ambiti produttivi nel consolidamento delle dinamiche di sviluppo



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 1.6 / COMPETITIVITÀ E FORZA LAVORO IN FORTE CRESCITA PER LE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO

Variazioni 2014-2023

**Fonte:**

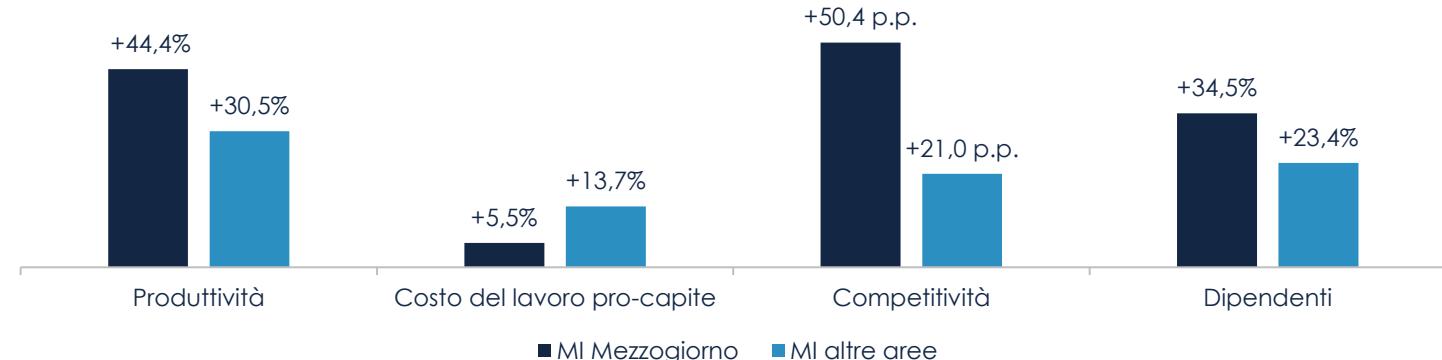
Area Studi Mediobanca,  
dati propri

**Produttività:**

valore aggiunto, al netto  
degli ammortamenti, per  
addetto

**Competitività:**

rapporto tra produttività e  
costo del lavoro pro-capite



Dati 2023	MI Mezzogiorno (a)	MI altre aree (b)	Variazione (a/b)
Produttività (€ migliaia)	82,6	86,4	-4,4%
Costo del lavoro pro-capite (€ migliaia)	44,2	53,2	-16,9%
Competitività (in %)	186,9	162,4	+24,5 p.p.

- Tra il 2014 e il 2023 le medie imprese del Mezzogiorno hanno conseguito un maggiore incremento della produttività rispetto a quello delle Mid-Cap delle altre aree (+44,4% vs +30,5%) e registrato un minore aumento del costo del lavoro pro-capite (+5,5% vs +13,7%)
- Nel decennio la competitività delle medie imprese meridionali è cresciuta di 50,4 punti percentuali (+21 p.p. le altre aree) con maggiore ampliamento della forza lavoro (+34,5% vs +23,4% del resto d'Italia)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

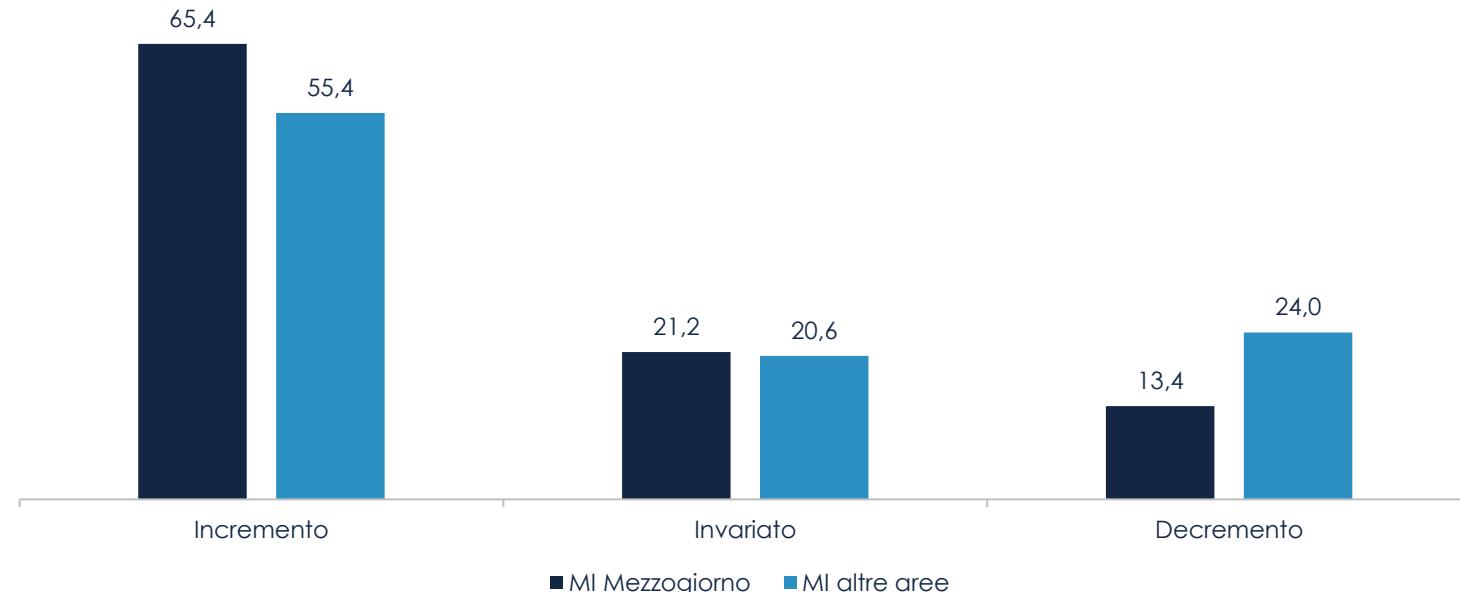


CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 1.7 / LA CORSA DELLE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO PROSEGUE ANCHE NEL 2025

Aspettative 2025/2024 nella variazione del fatturato totale nominale (quota % di MI)

**Fonti:**  
indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025 e  
elaborazioni Area Studi  
Mediobanca su dati propri



- **Nel 2024 il fatturato delle medie imprese del Mezzogiorno è cresciuto dell'1,8%, mentre nelle altre aree si è registrata una contrazione pari all'1,7%**
- **Le Mid-Cap del Sud Italia mostrano maggiore ottimismo: il 65,4% prevede di chiudere il 2025 con un aumento del fatturato** (contro il 55,4% delle altre aree) e un ulteriore 21,2% stima di mantenerlo stabile (vs il 20,6%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



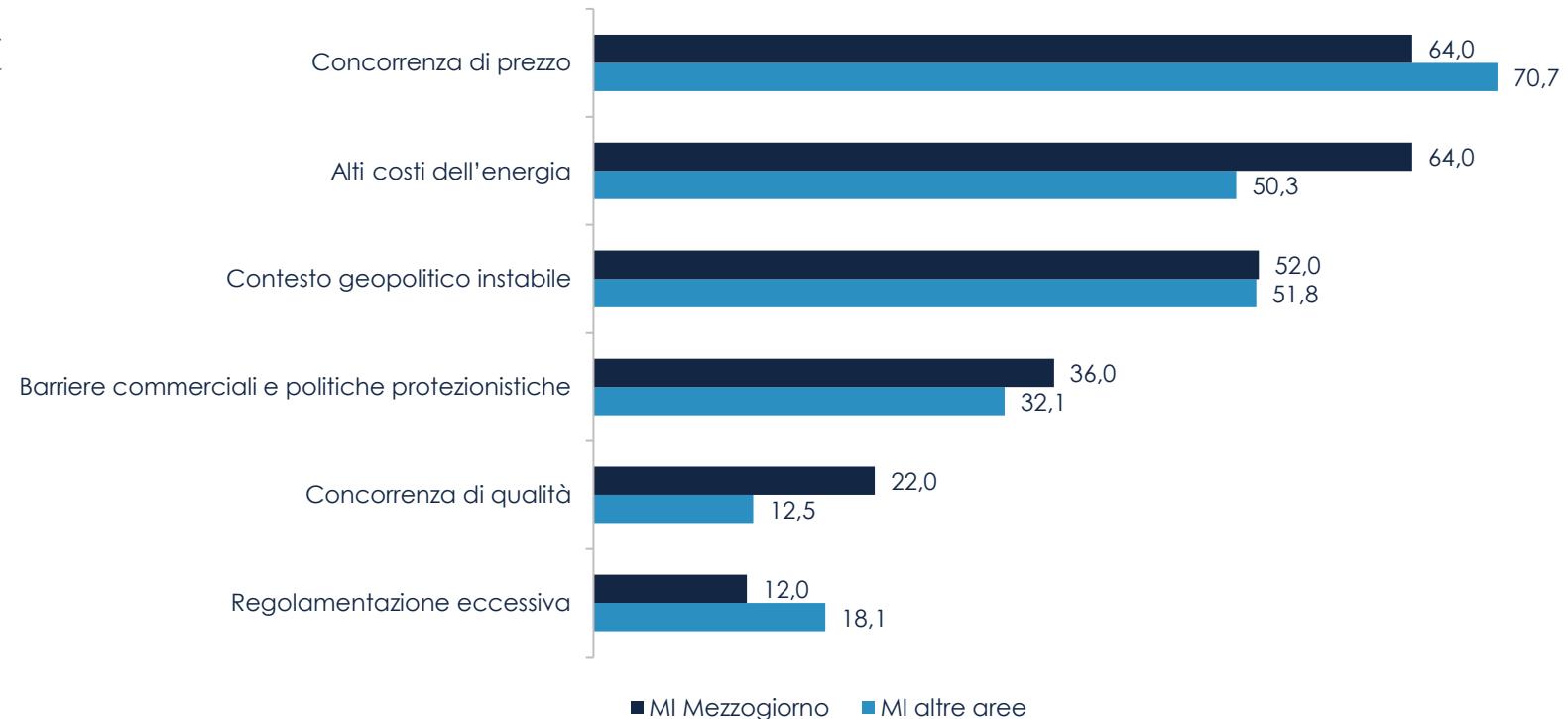
# Il contesto competitivo e le sfide per le medie imprese del Mezzogiorno

## 2.1 / LE SFIDE CHE OSTACOLANO LE MEDIE IMPRESE: MEZZOGIORNO VS ALTRE AREE

Principali sfide segnalate dalle aziende (in % delle imprese rispondenti)\*

**Fonte:**  
indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- **La concorrenza di prezzo è la preoccupazione dominante per le medie imprese** di entrambe le aree geografiche, tuttavia quelle del Mezzogiorno ne risentono meno rispetto agli altri territori (64% vs 70,7%). La competizione sulla qualità appare meno rilevante, ma riguarda principalmente le prime (22% vs 12,5%)
- **Le Mid-Cap del Sud soffrono maggiormente gli alti costi energetici** (64% vs 50,3%) e mostrano valori allineati alle altre aree sul rischio geopolitico (52% vs 51,8%)
- **Le barriere commerciali e le politiche protezionistiche sono più sentite dalle medie aziende meridionali** (36% vs 32,1%), segnalando una maggiore vulnerabilità alle dinamiche internazionali



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.2 / LO SHOCK ENERGETICO: GLI IMPATTI E LE STRATEGIE DI RISPOSTA

Top-5 degli impatti dell'aumento dei costi energetici (quota % di MI del Mezzogiorno che hanno avuto un aumento dei costi energetici)\*

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla



Top-5 delle strategie che hanno adottato/prevedono di adottare le MI del Mezzogiorno per contrastare l'aumento dei costi energetici (quota % di MI)\*



- **L'aumento dei costi energetici colpisce oltre il 60% delle medie imprese del Mezzogiorno**, in misura superiore alle altre aree del Paese (dove supera il 50%). Per più del 20% delle Mid-Cap meridionali l'incremento è stato molto forte (superiore al 50%), mentre per il 40% è stato abbastanza intenso (fino al 50%)
- **Il rincaro dei costi energetici ha ridotto i margini di oltre 6 medie imprese del Mezzogiorno su 10**, mentre ha colpito meno quelle delle altre aree (55,5%). Tuttavia, solo il 15,5% delle Mid-Cap del Sud Italia ha riscontrato una forte erosione (21,2% altre aree)
- **La strategia più diffusa tra le medie imprese del Mezzogiorno per fronteggiare l'incremento dei prezzi dell'energia è rappresentata dall'aumento degli investimenti in fonti rinnovabili (25,5%) e dall'ammodernamento degli impianti esistenti** per migliorarne l'efficienza energetica (22,3%), in linea con le altre aree del Paese



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

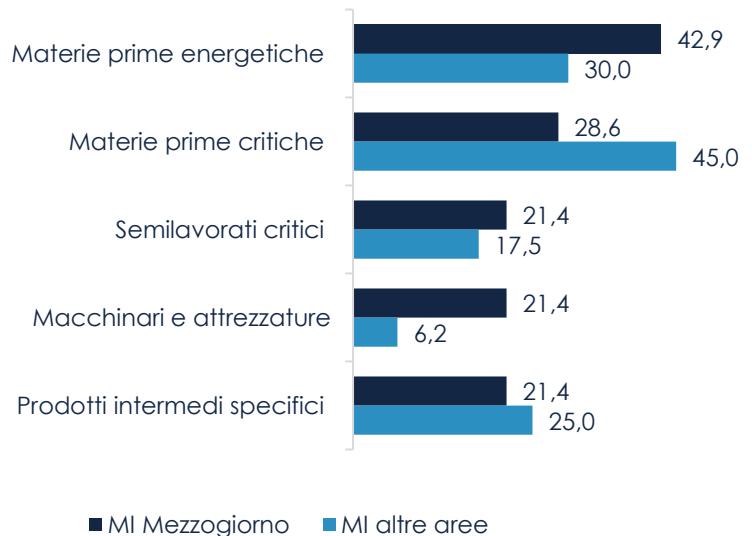
## 2.3 / FOCUS CATENE DI FORNITURA: IL RISCHIO DI ROTTURA PREOCCUPA ANCHE LE MEDIE IMPRESE

MI che prevedono di avere problemi di approvvigionamento nei prossimi sei mesi (quota % di MI)

Tipologia di prodotti per cui le MI dichiarano di riscontrare difficoltà di approvvigionamento (quota % di MI)

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- Le **medie imprese del Mezzogiorno risultano lievemente più esposte ai problemi di approvvigionamento** rispetto alle altre, con una quota pari a quasi il 15% che prevede di incontrare difficoltà, contro il 13% circa delle altre Mid-Cap
- Per le **Mid-Cap del Sud Italia, le criticità riguardano soprattutto il reperimento di materie prime energetiche e di quelle critiche** dichiarate, rispettivamente, dal 42,9% e dal 28,6% di quelle con problemi sulle catene di fornitura, a cui seguono le difficoltà derivanti dall'approvvigionamento dei semilavorati critici (21,4%). Per le Mid-Cap del Centro-Nord, al contrario, la difficoltà maggiore è legata alle materie prime critiche (45%), poi alle energetiche (30%) e ai prodotti intermedi specifici (25%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



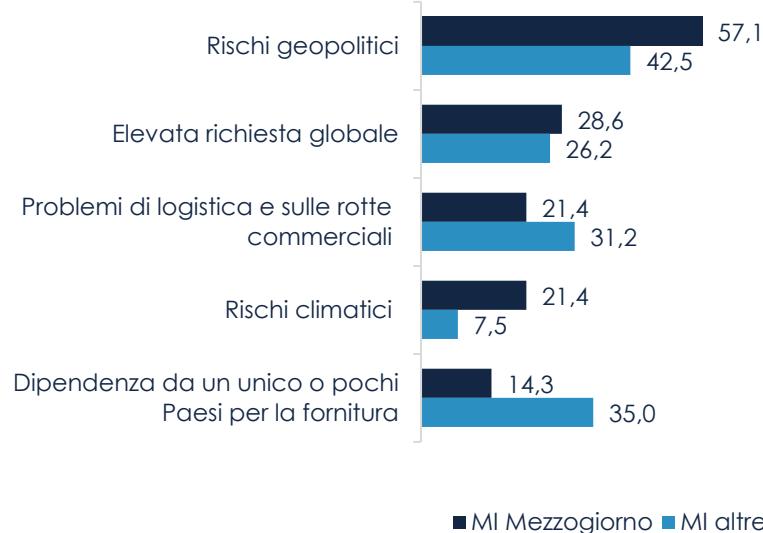
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.4 / DIFFICOLTÀ DI APPROVVIGIONAMENTO: CAUSE ED EFFETTI

Principali motivazioni connesse alle difficoltà di approvvigionamento (quota % di MI)\*

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla



Principali effetti derivanti dalle difficoltà di approvvigionamento (quota % di MI)\*



■ MI Mezzogiorno ■ MI altre aree

- I rischi geopolitici rappresentano la principale causa dell'aumento delle difficoltà di approvvigionamento**, soprattutto per le medie imprese del Mezzogiorno che si dichiarano molto più colpite rispetto a quelle delle altre aree del Paese (57,1% vs 42,5%). Nel Sud Italia, inoltre, i problemi di reperimento delle risorse derivano dall'elevata richiesta globale di alcune materie prime (28,6%) e da criticità di tipo logistico e climatico (entrambe al 21,4%). Nel Centro-Nord, invece, prevalgono le motivazioni legate alla dipendenza da uno o pochi Paesi fornitori (35% contro il 14,3% nel Mezzogiorno)
- Il principale impatto delle difficoltà di approvvigionamento è l'aumento dei costi del prodotto finito** segnalato soprattutto dalle medie imprese del Mezzogiorno (71,4%) e, in misura minore, da quelle degli altri territori (56,2%). Nelle altre aree, l'effetto si manifesta prevalentemente sotto forma di ritardi nella consegna dei prodotti finiti sul mercato (60% vs 28,6% del Sud)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.5 / PRIORITÀ STRATEGICHE DELLE MEDIE IMPRESE: OBIETTIVI COMUNI E SFUMATURE TERRITORIALI

Principali obiettivi per la crescita dei prossimi due anni (in % delle imprese rispondenti)\*

**Fonte:**  
indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- **Per rispondere alle criticità del contesto le medie imprese mostrano una forte propensione alla crescita**, infatti, il 79,6% di quelle meridionali dichiara di voler espandere la propria presenza in nuovi mercati, una percentuale superiore rispetto al 68,3% riferito alle altre aree. Inoltre, quattro Mid-Cap del Sud Italia su dieci si dicono pronte ad un incremento della dimensione aziendale, mentre questa intenzione riguarda il 28,9% di quelle localizzate altrove
- **Gli investimenti rappresentano un altro pilastro strategico per le medie imprese del Mezzogiorno.** Il 61,2% ha in programma un incremento di quelli in tecnologia (vs il 54,3% di quelle delle altre aree) e il 51% è impegnato nello sviluppo di nuovi prodotti/servizi in linea con il 53% del resto d'Italia. Particolarmente significativa al Sud è la spinta verso la sostenibilità: il 42,9% delle Mid-Cap meridionali intende accelerare gli investimenti green contro una quota molto più bassa delle medie imprese degli altri territori (27,4%)
- **Il 26,5% delle medie imprese del Sud Italia considera strategico il ricorso a finanziamenti pubblici nazionali ed europei**, mentre questa priorità è indicata solo dal 10,1% di quelle delle altre aree



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

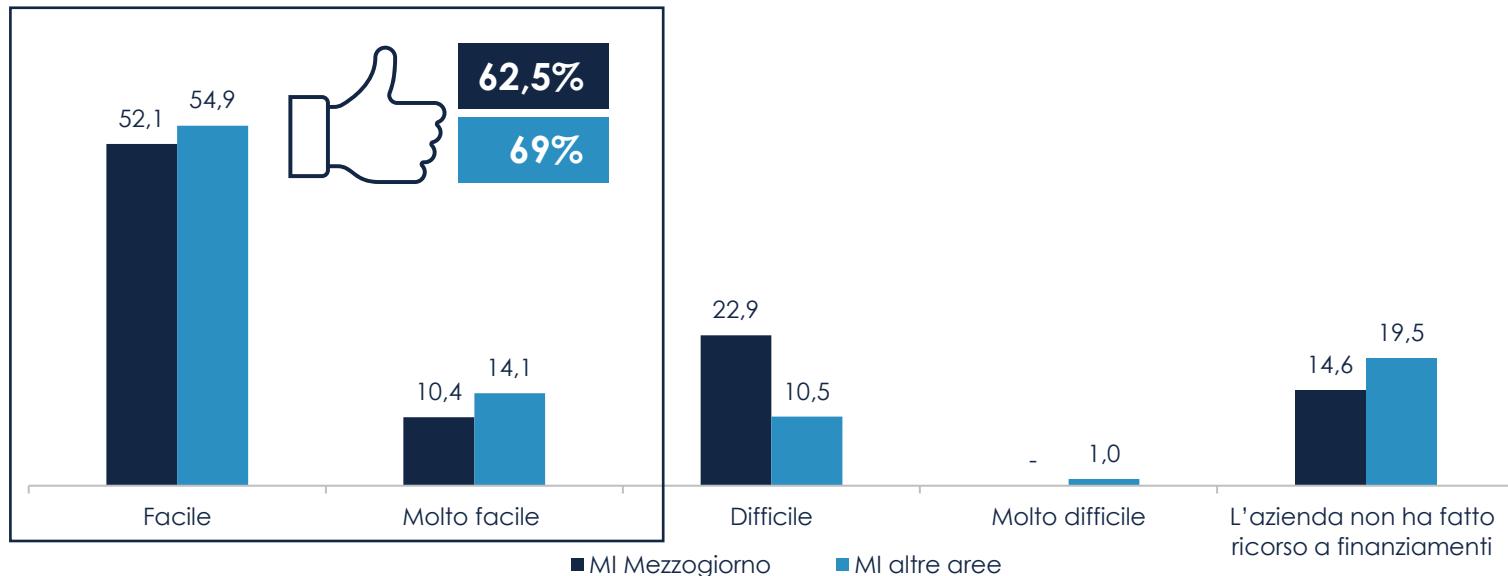
## 2.6 / CREDITO FACILE? PER LE MEDIE IMPRESE LA VERA FORZA È L'AUTOFINANZIAMENTO (ANCHE AL SUD)

Valutazione dell'accesso al credito bancario e non (in % delle imprese rispondenti)

**Fonte:**

indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- **Il 62,5% delle medie imprese del Mezzogiorno e il 69% di quelle delle altre aree** dichiarano di non avere problemi di accesso al credito, mentre il 22,9% delle prime ha incontrato difficoltà (vs l'11,5%) e il 14,6% non ha fatto ricorso a finanziamenti (vs il 19,5%)
- **Per il 72,9% delle Mid-Cap del Sud Italia l'autofinanziamento rimane la principale modalità per coprire le esigenze finanziarie** (vs il 77,1%); la stessa quota ha avuto accesso a finanziamenti bancari (vs il 70,6%) e il 25% ha ottenuto liquidità attraverso la cessione dei propri crediti a una società di factoring (vs il 13,2%)\*



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

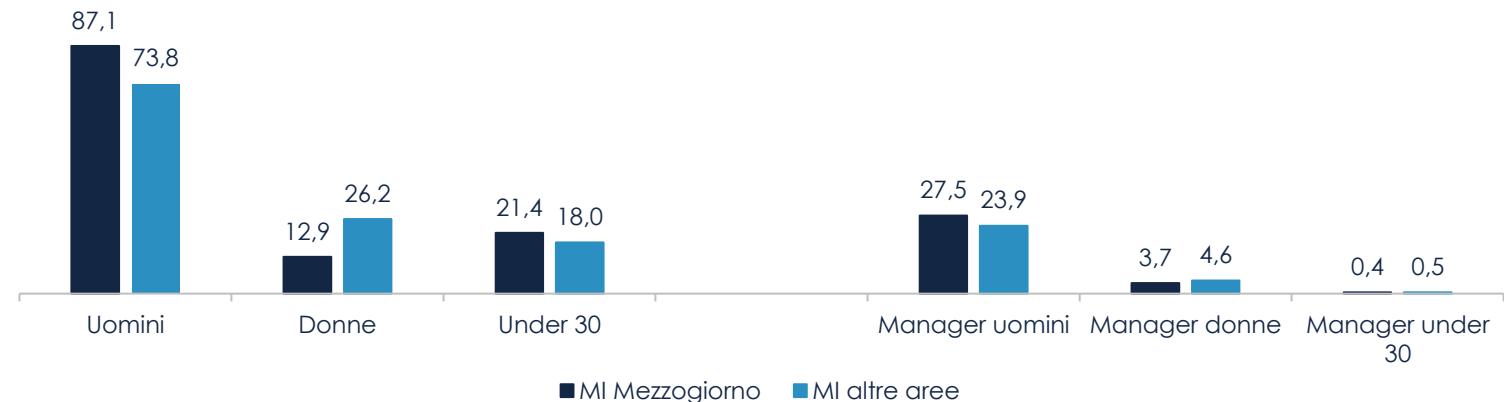


CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.7 / MID-CAP DEL SUD: OCCUPAZIONE IN FORTE CRESCITA, MA IL GENDER GAP RESTA PROFONDO...

Composizione del Capitale Umano (in % delle rispondenti)

**Fonti:**  
elaborazioni Area Studi  
Mediobanca su dati propri  
e indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025



- **Come già evidenziato, tra il 2014 e il 2023, l'occupazione nelle medie imprese del Mezzogiorno è aumentata del 34,5%,** con un ritmo di crescita superiore al +23,4% registrato nelle altre aree del Paese. Nel 2024 la tendenza positiva è proseguita, con un ulteriore aumento dell'organico pari al +5,2% rispetto all'anno precedente, contro il +2,4% del resto d'Italia
- **Solo il 12,9% della forza lavoro delle medie imprese meridionali è costituito da donne** e appena il 3,7% ricopre ruoli manageriali; le quote sono sensibilmente più alte con riferimento alle Mid-Cap delle altre aree (26,2% e 4,6%). La componente maschile domina con l'87,1% in organico totale (vs il 73,8% nel Centro-Nord) e il 27,5% in posizioni apicali (23,9%)
- **Il 21,4% dei dipendenti delle medie imprese del Mezzogiorno** (18% del resto d'Italia) **ha un'età inferiore ai 30 anni** e opera prevalentemente in funzioni non manageriali
- **I Consigli di Amministrazione sono asciutti** e mediamente composti da 2,9 membri nelle medie imprese del Sud Italia e da 4 nelle altre aree. **In circa 8 aziende su 10 la gestione è affidata a un membro della famiglia proprietaria, indipendentemente dall'ubicazione dell'impresa;** solo in 2 casi su 10 la responsabilità esecutiva ricade su una figura esterna



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



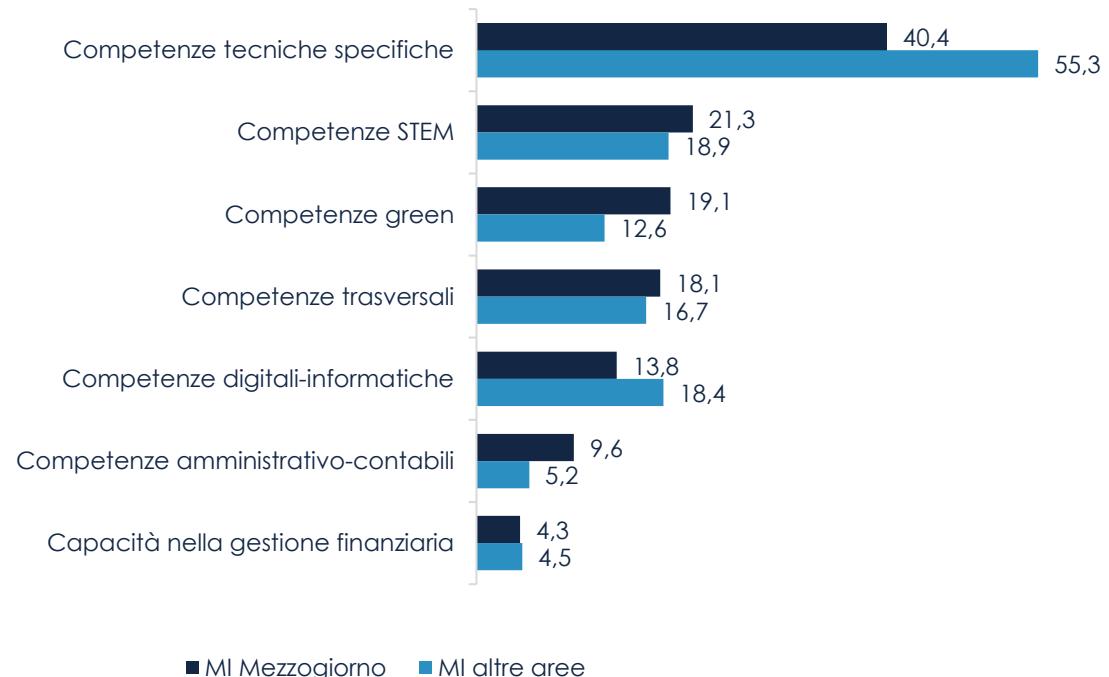
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.8 / ... E IL REPERIMENTO DI COMPETENZE È SEMPRE PIÙ PROBLEMATICO

Competenze di difficile reperimento (quota % di MI)\*

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- **Lo skill mismatch è una questione comune a quasi tutte le imprese**, infatti 3 Mid-Cap del Mezzogiorno su 4 dichiarano di riscontrare difficoltà di reperimento delle competenze richieste, in analogia con quanto accade nelle altre aree del Paese
- **Le medie imprese del Mezzogiorno segnalano difficoltà nel reperimento delle competenze tecniche specifiche** – ambito in cui faticano, ma meno rispetto a quelle delle altre aree (40,4% vs 55,3%) – e risultano più svantaggiate nella ricerca di profili STEM (21,3% vs 18,9%) e green (19,1% vs 12,6%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



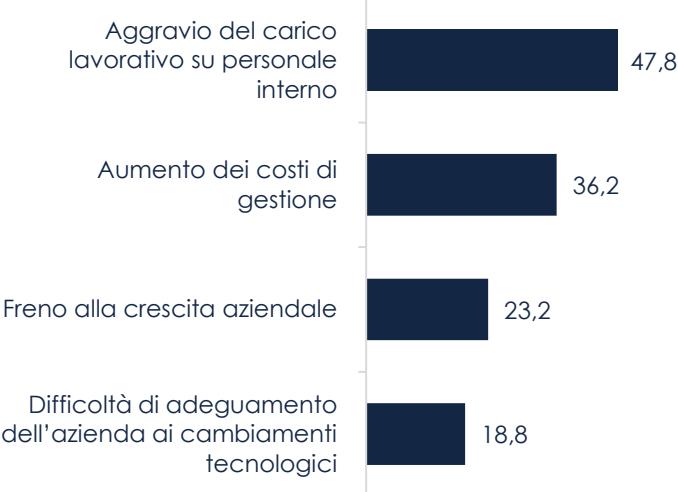
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.9 / COME RISOLVERE LE DIFFICOLTÀ DELLO SKILL MISMATCH?

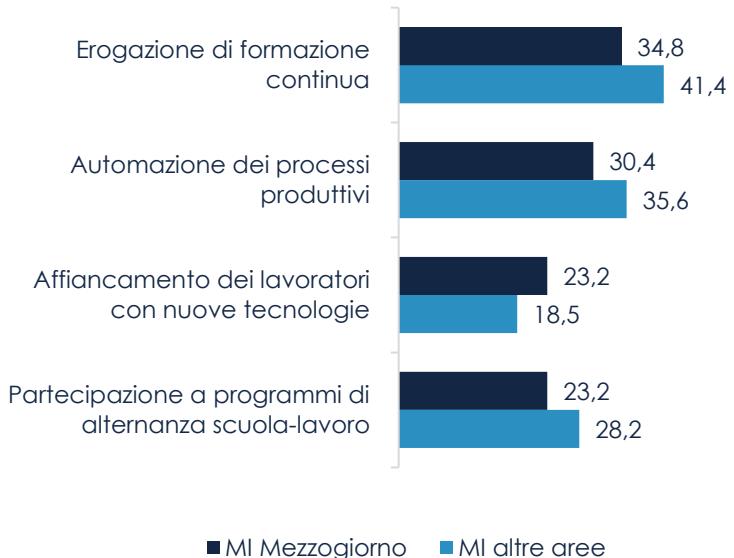
Principali impatti per l'azienda derivanti dalla difficoltà di reperimento di competenze (quota % di MI del Mezzogiorno)\*

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla



Strategie adottate dall'azienda per supplire alla difficoltà di reperimento delle competenze (quota % di MI)\*



■ MI Mezzogiorno ■ MI altre aree

- **La difficoltà nel reperimento delle competenze richieste influisce**, per quasi una media impresa del Mezzogiorno su due (47,8%), **sul carico di lavoro dei dipendenti** (49,4% per quelle delle altre aree) e **sui costi di gestione** (36,2% vs 37,4% delle residuali). Per il 23,2% delle Mid-Cap del Mezzogiorno, inoltre, lo skill mismatch rappresenta un freno alla crescita aziendale, in misura maggiore rispetto a quelle degli altri territori (19,3%)
- **Per colmare lo skill mismatch, le medie aziende del Mezzogiorno investono principalmente nella formazione continua** (34,8%) e, in misura significativa, **nell'automazione dei processi produttivi** (30,4%), similmente a quanto accade nelle altre aree (rispettivamente, 41,4% e 35,6%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 2.10 / IL PESO DELLA FISCALITÀ: LE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO CONTINUANO A PAGARE DI PIÙ

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

Tax rate effettivo 2014-2023 (imposte dirette, in %)...



... e risparmio teorico 2014-2023 per le MI del Mezzogiorno (€ mil)



- **La fiscalità continua a penalizzare le medie imprese, in particolare nel Mezzogiorno.** Tra il 2014 e il 2023 il livello di tassazione delle Mid-Cap meridionali è stato costantemente superiore rispetto a quello delle altre aree (media del periodo: 29,8% vs 27,2%). Questo divario è dovuto in gran parte all'obbligo, per alcune regioni del Mezzogiorno, di applicare aliquote più elevate per rispettare i vincoli di bilancio e garantire i servizi essenziali
- **Se alle medie imprese del Sud Italia fosse stato applicato il medesimo tax rate del Centro-Nord, avrebbero risparmiato in media circa 23 milioni di euro all'anno**, ovvero poco meno di 230 milioni nel decennio che avrebbero potuto destinare, ad esempio, a investimenti



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



# Dazi: impatti e strategie di risposta delle medie imprese del Mezzogiorno

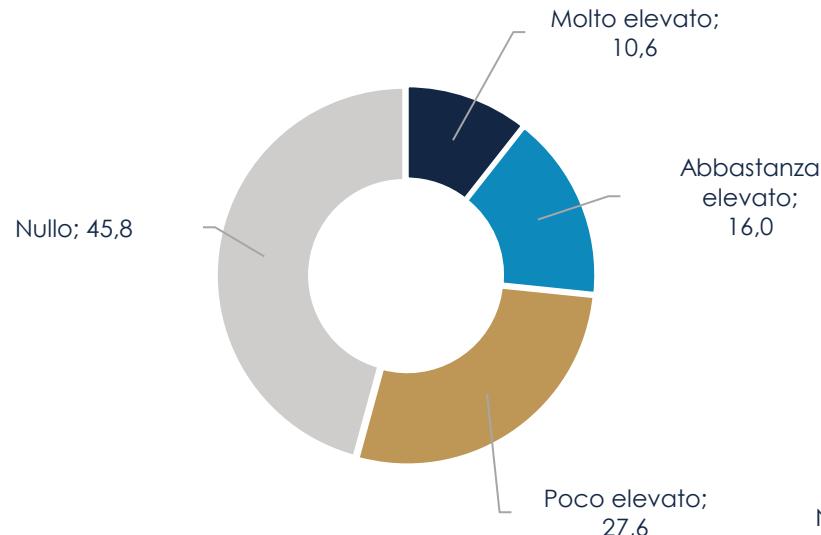
### 3.1 / I DAZI: UN PROBLEMA PER QUANTE MEDIE IMPRESE?

Impatto dei dazi introdotti dagli USA sull'azienda (quota % di MI)\*

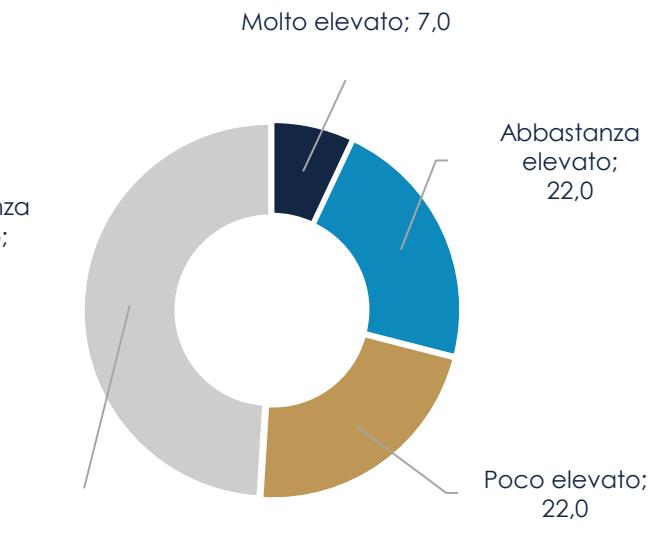
**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Le valutazioni sull'impatto  
dei dazi fanno riferimento  
ai mesi di aprile-giugno,  
quando è stata svolta  
l'indagine

#### MI Mezzogiorno



#### MI altre aree



- 1 media impresa del Mezzogiorno su 4 subisce un impatto elevato dei dazi, una quota leggermente inferiore rispetto alle altre aree (29%). Tuttavia, tra le Mid-Cap meridionali è più alta la percentuale di chi dichiara un effetto molto marcato delle tariffe doganali introdotte dall'amministrazione americana (10,6% vs 7% degli altri territori)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

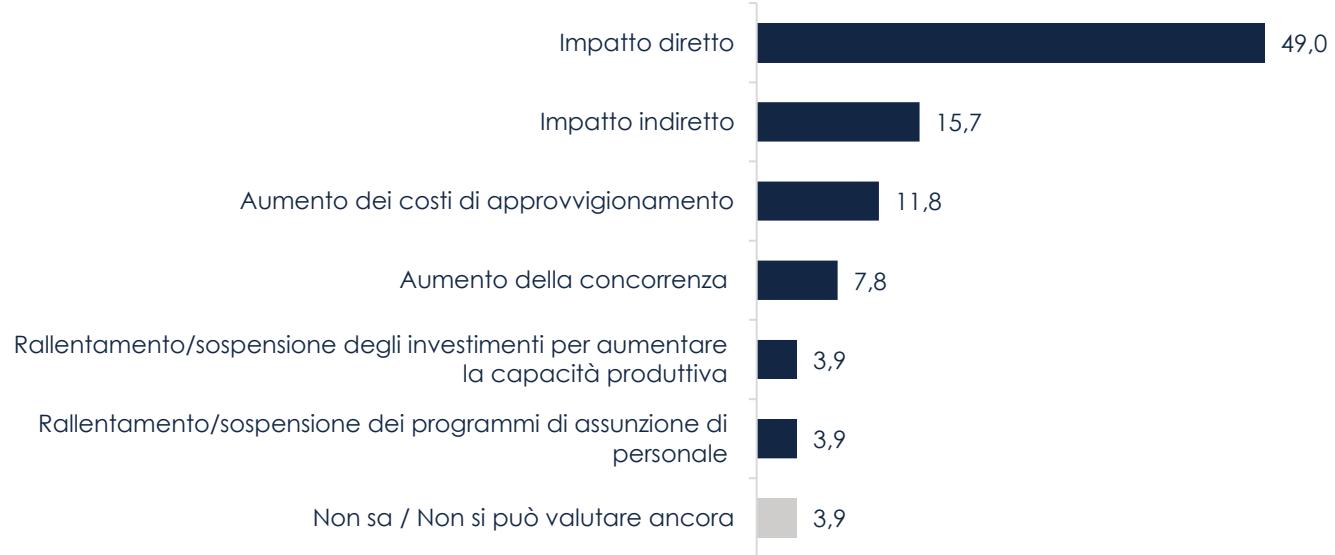
### 3.2 / L'IMPATTO DEI DAZI SULLE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO

Principali conseguenze dei dazi sulle MI del Mezzogiorno (quota % di MI del Mezzogiorno)\*

**Fonte:**

indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- **I dazi hanno un impatto diretto importante sul commercio estero.** In particolare, una media impresa del Mezzogiorno su due, prevede una riduzione delle transazioni verso gli USA. Gli effetti indiretti, legati alla riduzione delle vendite di beni intermedi, semilavorati e servizi incorporati nei prodotti esportati da altri Paesi negli Stati Uniti interessano, invece, una quota inferiore di Mid-Cap del Sud Italia (15,7%)
- **Tra le principali conseguenze dei dazi introdotti dall'amministrazione statunitense figura anche l'aumento dei costi di approvvigionamento** dei prodotti provenienti dagli Stati Uniti (11,8%) e l'incremento della concorrenza sul mercato UE da parte di altre imprese che prima erano più concentrate sugli USA (7,8%), similmente a quanto accade nelle altre aree del Paese



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



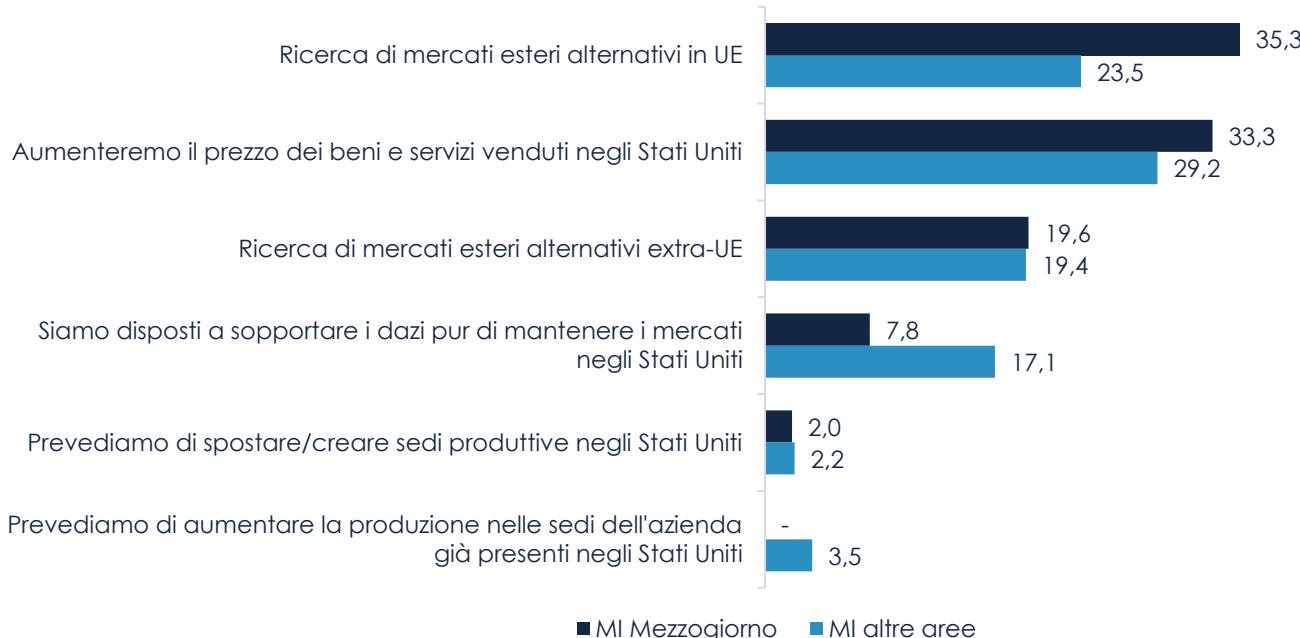
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 3.3 / LE STRATEGIE DI RISPOSTA DELLE MEDIE IMPRESE ALL'IMPOSIZIONE DI DAZI

Strategie attuate dalle MI per far fronte ai dazi (quota % di MI)\*

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- **La ricerca di mercati esteri alternativi all'interno dell'UE è la strategia più diffusa** tra le medie imprese del Mezzogiorno (35,3%), mentre quelle delle altre aree puntano, in primo luogo, ad aumentare il prezzo dei beni e servizi venduti negli USA (29,2%)
- **L'individuazione di mercati internazionali alternativi al di fuori dell'UE** interessa in misura simile circa il 20% delle medie imprese, senza differenze territoriali
- **Le Mid-Cap del Mezzogiorno si rivelano meno propense a sostenere i dazi pur di mantenere la presenza sul mercato USA** rispetto alle altre aree (7,8% vs 17,1%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



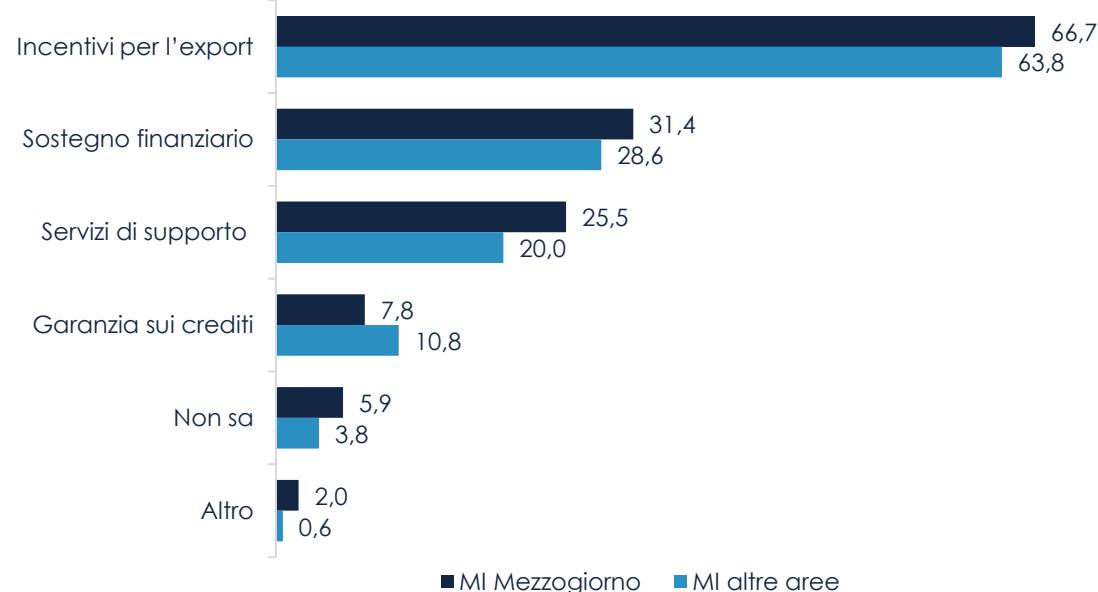
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

### 3.4 / DAZI E MEDIE IMPRESE: POLITICHE RICHIESTE, SIMILI NEI DIVERSI TERRITORI

Strumenti più utili per affrontare i dazi (quota % di MI)\*

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- **Gli incentivi all'export sono la politica più richiesta** dalle medie imprese del Mezzogiorno e delle altre aree, riguardando in entrambi i casi più di 6 Mid-Cap su 10. Tale misura, infatti, consentirebbe alle aziende di restare competitive sui mercati internazionali
- **Tra le principali politiche richieste dalle medie imprese figurano anche il sostegno finanziario e l'attivazione di servizi di supporto**, indicati con maggiore frequenza dalle Mid-Cap del Mezzogiorno (31,4% e 25,5%) rispetto a quelle delle altre aree (28,6% e 20%). Al contrario, strumenti come la garanzia sui crediti risultano più richiesti dalle medie imprese del Centro-Nord (10,8% contro il 7,8% del Sud Italia)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



# Il ruolo dell'Unione Europea per la competitività delle medie imprese del Mezzogiorno

## 4.1 / COSA CHIEDONO LE MEDIE IMPRESE ALL'UNIONE EUROPEA?

Primi dieci ambiti rispetto ai quali le MI del Mezzogiorno ritengono che l'UE debba migliorare la propria azione (quota % di MI del Mezzogiorno)\*

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla

\*\*Un Mercato Unico  
Europeo dei capitali più  
integrato potrebbe mettere  
a disposizione delle  
imprese europee circa 470  
miliardi in più per  
investimenti  
(fonte: Commissione  
europea, 2024)



- **La politica commerciale è considerata la priorità** tra gli ambiti nei quali l'UE dovrebbe rafforzare la propria azione. Secondo quasi 2 medie imprese del Mezzogiorno su 5 (38,3% vs 30,9% delle altre aree), infatti, questa misura tutelerebbe le imprese europee contro la concorrenza sleale e il protezionismo di altri Paesi
- **Sono cruciali anche le politiche fiscali e la regolamentazione ambientale** di cui si chiede un allentamento da parte di più di una Mid-Cap del Mezzogiorno su dieci
- **Permane scarsa consapevolezza sul Mercato Unico dei capitali**; solo l'1,1% delle medie imprese del Mezzogiorno ne sollecita all'UE il potenziamento sebbene il suo completamento sia fondamentale per aumentare le risorse a disposizione delle Mid-Cap e sostenere i loro investimenti\*\*



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 4.2 / POLITICA EUROPEA SULLA TRANSIZIONE ENERGETICA: VANTAGGI E SVANTAGGI

Opinione delle MI rispetto alla politica europea sulla sostenibilità ambientale (quota % di MI)\*

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Domanda a risposta  
multipla

\*\*Ciò potrebbe  
rappresentare un vantaggio  
perché recenti studi hanno  
dimostrato empiricamente  
come gli effetti maggiori  
sulla produttività si  
raggiungano proprio con  
l'innovazione tecnologica  
green (Gentile et al.,  
Looking at EU strategic  
technologies through the  
lens of patents: measuring,  
impact on productivity, and  
technological  
interdependencies, Centro  
Studi Tagliacarne, 2025)



- **Tra le medie imprese del Mezzogiorno**, così come avviene nelle altre aree, **prevale l'opinione secondo cui la politica ambientale europea può rappresentare un'opportunità per migliorare l'efficienza energetica** (41,5% vs 38,5%)
- **Le Mid-Cap meridionali mostrano una maggiore propensione**, rispetto a quelle del Centro-Nord, **a sfruttare le opportunità offerte dalle politiche ambientali dell'UE per l'innovazione tecnologica** (12,8% vs 7,6%)\*\*
- **Tuttavia, la spinta all'efficienza energetica comporta maggiori oneri**. Più di una media impresa del Mezzogiorno su dieci ritiene che le politiche green dell'UE abbiano come effetto un aumento del peso burocratico (12,8%) e dei costi di attuazione (13,8%), seppur in misura inferiore rispetto alle altre aree del Paese



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



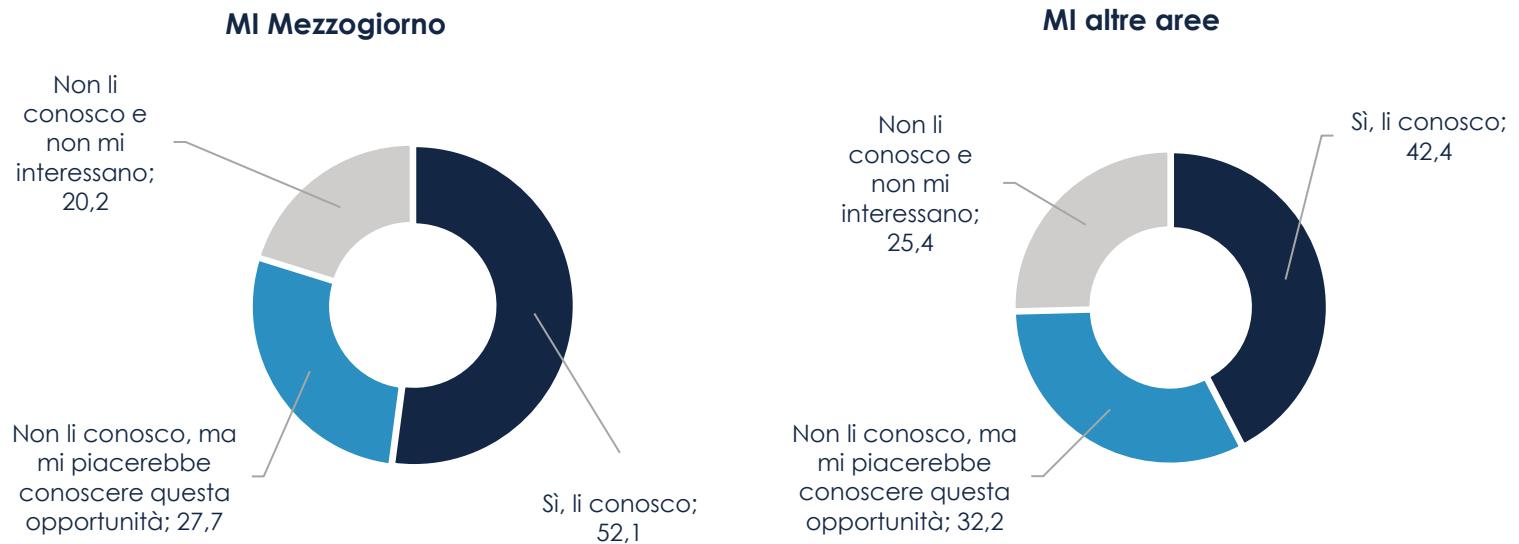
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 4.3 / MEDIE IMPRESE E INNOVAZIONE: IL RUOLO DEI PROGRAMMI COMUNITARI UE

La conoscenza delle MI dei finanziamenti UE per la ricerca e l'innovazione\* (quota % di MI)

**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Programmi Quadro  
europei per la ricerca e  
l'innovazione (Horizon  
2020, Horizon Europe e  
precedenti)



- **Tra le medie imprese del Mezzogiorno la familiarità con i programmi di finanziamento UE è elevata.** Oltre la metà (52,1%) conosce le opportunità offerte dall'Unione Europea attraverso i Programmi Quadro per la ricerca e l'innovazione contro il 42,4% di quelle del Centro-Nord
- **Quasi una media impresa su quattro nel Mezzogiorno ha ottenuto finanziamenti,** in misura largamente superiore a quelle delle altre aree (22,4% vs 9,9%). Tuttavia, la quota di Mid-Cap del Mezzogiorno che ha presentato una proposta non selezionata risulta leggermente più alta (8,2% vs 6,9%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 4.4 / PARTECIPAZIONE AI PROGRAMMI COMUNITARI UE: OSTACOLI

Principali difficoltà riscontrate nel presentare una proposta per ottenere finanziamenti UE\* (quota % su MI che li conoscono) \*\*

**Fonte:**

indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Programmi Quadro  
europei per la ricerca e  
l'innovazione (Horizon  
2020, Horizon Europe e  
precedenti)

\*\*Domanda a risposta  
multipla



- Il principale ostacolo alla partecipazione ai programmi di finanziamento europeo per la ricerca e innovazione è rappresentato dalla complessità eccessiva di documentazione e procedure. Tale difficoltà incide in misura leggermente minore sulle medie imprese del Mezzogiorno rispetto a quelle delle altre aree (28,6% vs 32,4%). A seguire, emerge la difficoltà nel reperire partner adeguati che caratterizza in modo più marcato le Mid-Cap del Sud (18,4%) rispetto a quelle degli altri territori (7,6%)
- Quasi la metà delle medie imprese del Mezzogiorno (44,9%) dichiara, comunque, di non incontrare alcun tipo di ostacolo, dimostrando una maggior facilità nell'accesso ai programmi rispetto alle Mid-Cap del Centro-Nord (38,5%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 4.5 / PARTECIPAZIONE AI PROGRAMMI COMUNITARI UE: POLICY RICHIESTE

Fattori che potrebbero aiutare le MI a partecipare ai finanziamenti UE\* (quota % su MI che li conoscono o è interessata a conoscerli) \*\*

### Fonte:

indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Programmi Quadro  
europei per la ricerca e  
l'innovazione (Horizon  
2020, Horizon Europe e  
precedenti)

\*\*Domanda a risposta  
multipla



■ MI Mezzogiorno ■ MI altre aree

- I servizi di informazione e la possibilità di sviluppare collaborazioni con esperti rappresentano i principali strumenti di supporto richiesti** dalle medie imprese del Mezzogiorno per favorire la partecipazione ai programmi di finanziamento europeo (rispettivamente, 46,7% e 30,7%)
- Gli incentivi per l'assunzione di personale e il supporto all'identificazione di partner** figurano tra i servizi richiesti soprattutto dalle medie imprese del Mezzogiorno con percentuali quasi doppie rispetto a quelle degli altri territori (rispettivamente 20% vs 11,5% e 10,7% vs 5,6%)



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE



# L'impegno ESG delle medie imprese del Mezzogiorno

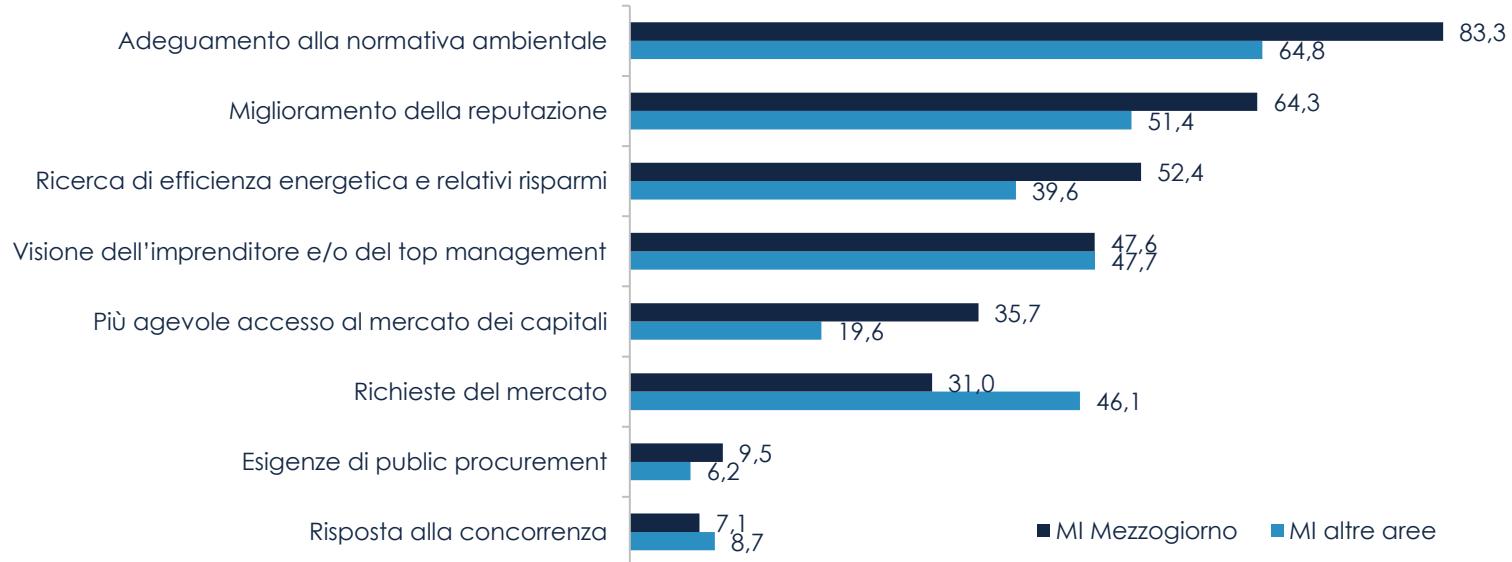
## 5.1 / OLTRE IL PROFITTO: IL CAMMINO ESG DELLE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO...

Principali motivazioni di promozione delle tematiche ESG (in % delle rispondenti)\*

**Fonte:**

indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- Negli ultimi anni le medie imprese italiane hanno mostrato una crescente attenzione verso le tematiche ESG (Environmental, Social, Governance).** In particolare, nel Mezzogiorno l'82,4% delle aziende dichiara di aver avviato attività di sensibilizzazione su questi temi, una percentuale leggermente superiore rispetto all'80,1% registrato nelle altre aree del Paese
- Il principale fattore che spinge le imprese a sviluppare un approccio etico e sostenibile è l'adeguamento alla normativa ambientale**, indicato dall'83,3% delle aziende meridionali e dal 64,8% delle imprese delle altre zone. Seguono altre motivazioni significative: il **miglioramento della reputazione** che interessa il 64,3% delle aziende del Sud e il 51,4% delle altre e la **ricerca di risparmio energetico** citata dal 52,4% delle imprese meridionali (vs 39,6%). Un ulteriore elemento di spinta è la **visione favorevole dell'imprenditore o del top management** che si attesta intorno al 48% indipendentemente dall'area geografica di appartenenza
- Emerge una forte tendenza all'autofinanziamento anche per lo sviluppo dei progetti ESG**; nel Mezzogiorno questa modalità è adottata dall'86,5% delle imprese, mentre nelle altre aree la quota sale al 91,2%



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

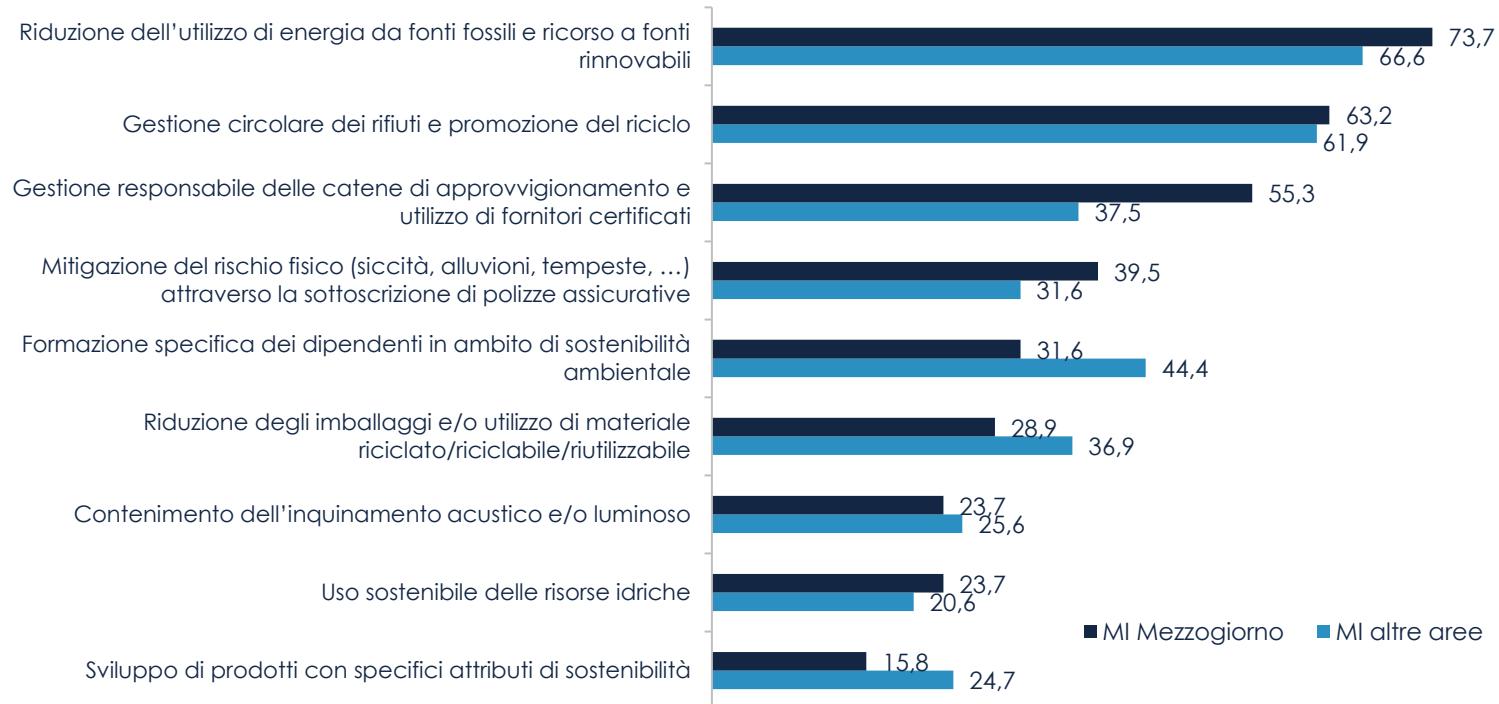
## 5.2 / ... CON L'AMBIENTE AL CENTRO, NONOSTANTE IL PESO DELLA BUROCRAZIA

Principali iniziative di sostenibilità ambientale (in % delle rispondenti)\*

**Fonte:**

indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025

\*Domanda a risposta  
multipla



- **Le medie imprese del Mezzogiorno mostrano un forte interesse per la transizione ecologica**, persino superiore a quello delle aziende del Centro-Nord, anch'esse molto sensibili al tema. In dettaglio, il 73,7% delle imprese meridionali (contro il 66,6% di quelle centro-settentrionali) punta alla **riduzione delle fonti fossili e all'adozione di energie rinnovabili**. L'approccio circolare alla gestione dei rifiuti e la promozione del riciclo coinvolgono il 63,2% delle imprese del Sud, rispetto al 61,9% del Centro-Nord, mentre il controllo responsabile delle catene di approvvigionamento interessa il 55,3% delle prime, contro il 37,5% delle seconde
- **Il principale ostacolo per l'avvio di una strategia ambientale è rappresentato dalle difficoltà burocratiche** segnalate dal 41,3% delle medie imprese del Mezzogiorno e dal 32,9% delle altre aree



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

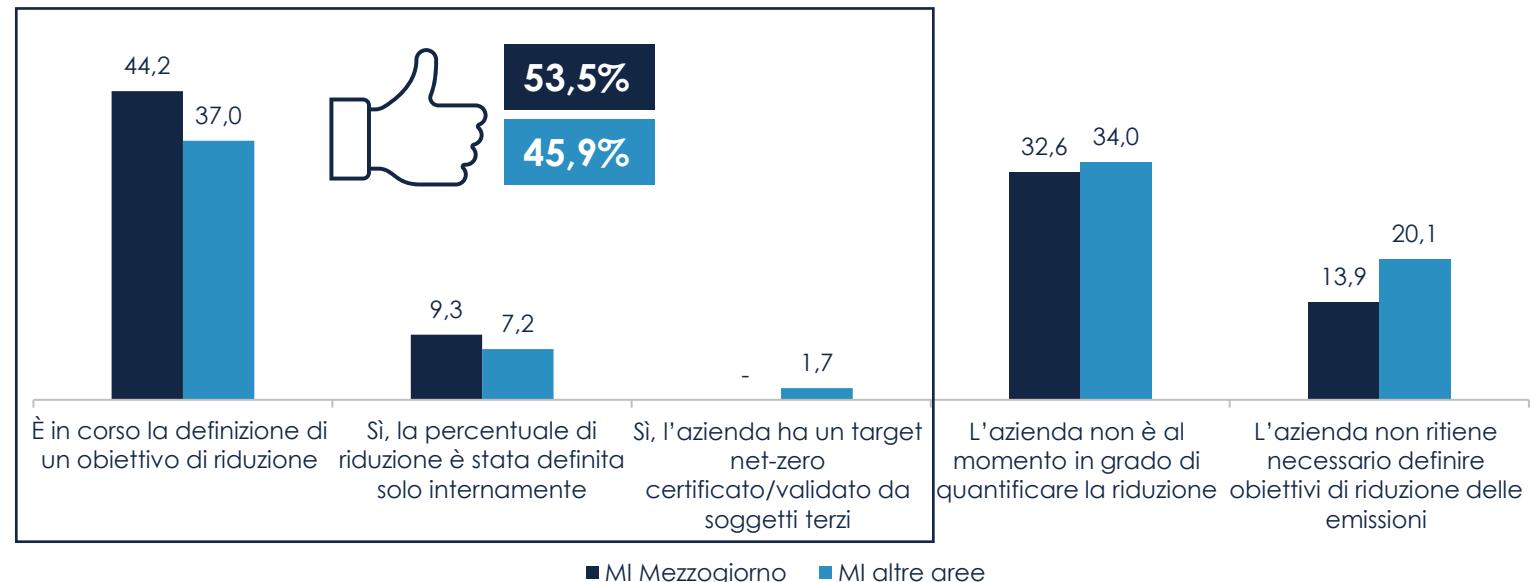
### 5.3 / NET ZERO: LE MEDIE IMPRESE DEL MEZZOGIORNO IN PRIMA LINEA

Definizione degli obiettivi di riduzione delle emissioni (in % delle rispondenti)

Fonte:

indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025

Gli Stati membri dell'UE mirano alla neutralità climatica entro il 2050. L'obiettivo di riduzione e successivo annullamento delle emissioni di gas serra e dell'impronta ambientale è infatti fondamentale per contrastare il cambiamento climatico



- Il 55,8% delle Mid-Cap del Mezzogiorno e il 63,1% di quelle delle altre aree **non sono attualmente in grado di quantificare le proprie emissioni di gas serra**; nonostante queste difficoltà, **le medie aziende meridionali appaiono più proattive nella definizione degli obiettivi di riduzione**: il 53,5% è già impegnato in questa attività, contro il 45,9% di quelle del Centro-Nord
- Tuttavia, **la capacità di monitorare i progressi può essere migliorata**. Il 32,6% delle imprese del Sud e il 34% delle altre aree non riesce ancora a quantificare il decremento delle emissioni. Inoltre, una parte significativa non percepisce la necessità di intervenire: il 13,9% nel Mezzogiorno e il 20,1% nel resto del Paese
- Sul fronte delle prospettive di lungo periodo**, emerge un dato interessante: **il 50% delle Mid-Cap meridionali ritiene possibile raggiungere la neutralità climatica entro il 2050**, mentre la fiducia scende al 40% circa nelle altre aree. Questo ottimismo conferma la maggiore sensibilità legata alle opportunità di sviluppo sostenibile nel Sud



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



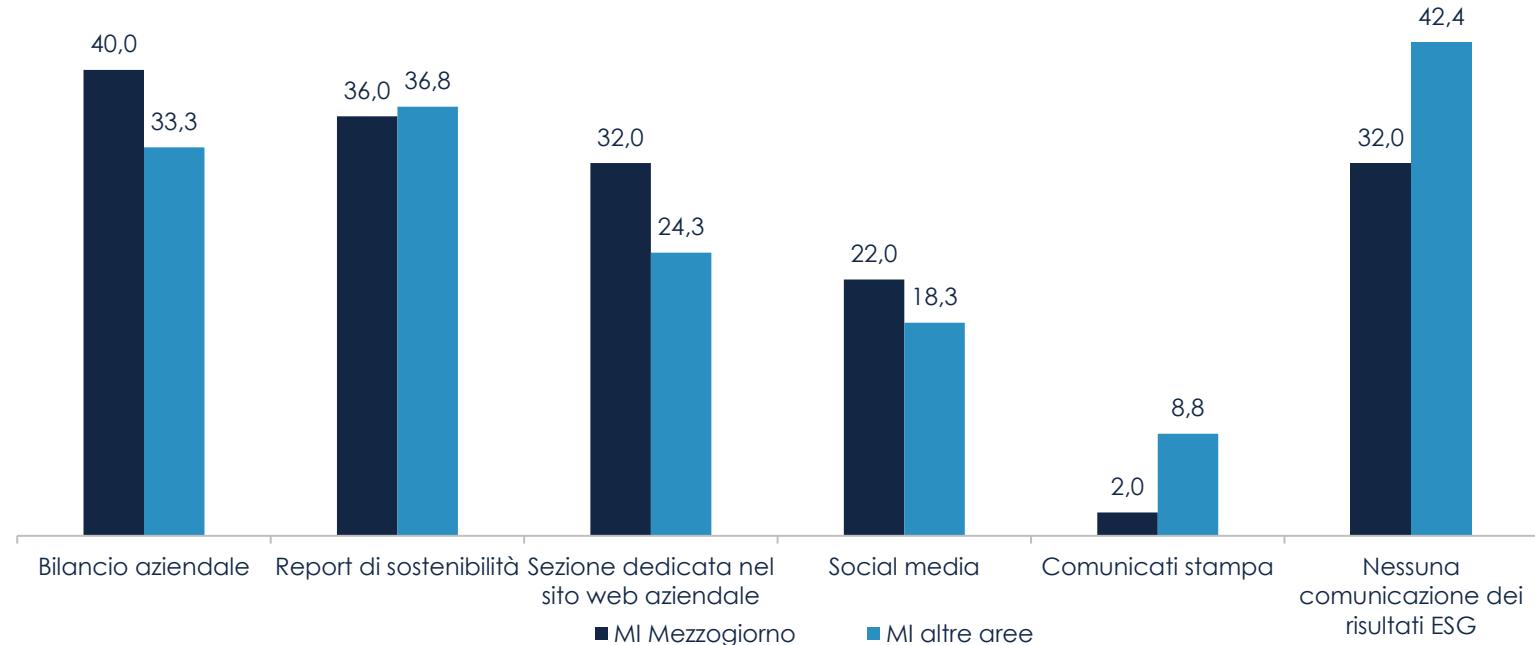
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 5.4 / DAL BILANCIO AL WEB: LE MEDIE IMPRESE DEL SUD ITALIA GUIDANO LA DISCLOSURE ESG

Principali canali di comunicazione dei risultati ESG (in % delle rispondenti)\*

**Fonte:**  
indagine Area Studi  
Mediobanca, 2025

\*Domanda a risposta multipla



- Nella comunicazione delle tematiche ESG** il report di sostenibilità è utilizzato in modo simile dalle medie imprese, indipendentemente dall'ubicazione (36% nel Sud contro 36,8% nelle altre aree). Tuttavia, **nel Mezzogiorno è più frequente l'inserimento delle informazioni nel bilancio aziendale** (40% vs 33,3%) e **la presenza di sezioni dedicate sul sito web** (32% vs 24,3%). **Anche i social media risultano leggermente più utilizzati nel Sud** (22% vs 18,3%). Al contrario, i comunicati stampa sono molto meno diffusi nel Mezzogiorno (2% contro 8,8%)
- Il dato più preoccupante riguarda la quota di medie imprese che non comunica alcun risultato ESG.** Si tratta del 32% nel Mezzogiorno e del 42,4% nelle altre aree; questa mancanza di trasparenza potrebbe rappresentare un ostacolo significativo alla transizione sostenibile



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



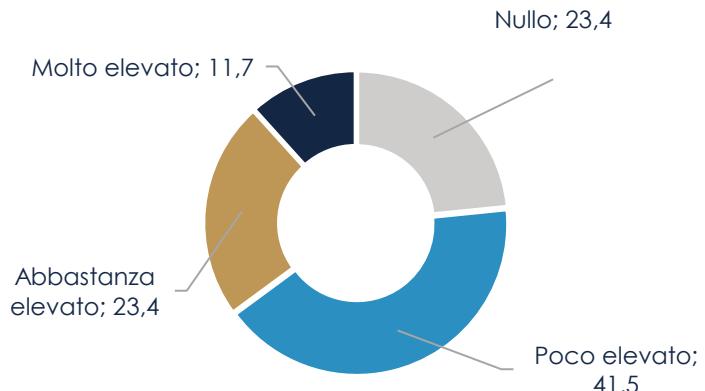
CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

## 5.5 / IL RISCHIO DI TRANSIZIONE NELLA TRANSIZIONE ENERGETICA

Impatto del rischio di transizione\* sulle MI del Mezzogiorno (quota % di MI del Mezzogiorno)

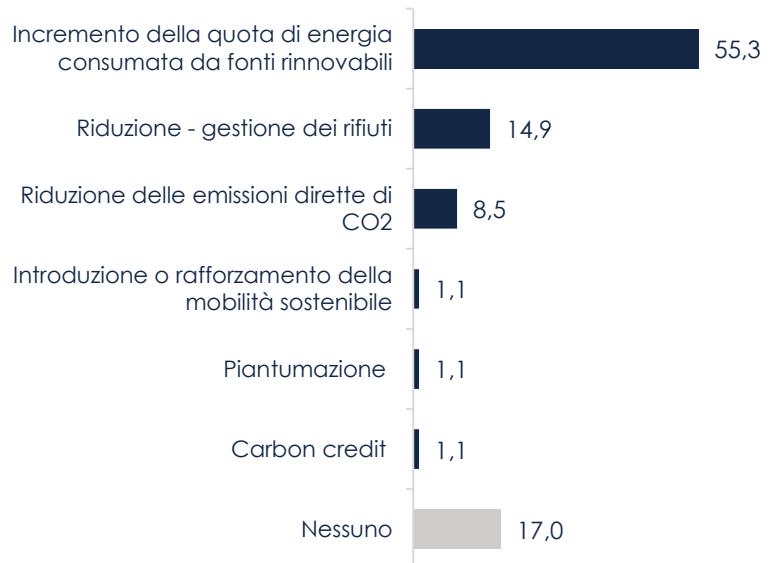
**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

*\*Rischio di transizione: perdita economica in cui può incorrere un'impresa a seguito del processo di aggiustamento dell'economia verso basse emissioni di carbonio e maggiore sostenibilità ambientale (ad esempio, a causa dell'adozione di politiche climatiche e ambientali, mutare delle preferenze dei mercati, ecc.)*



*\*\*Domanda a risposta multipla*

Investimenti effettuati nel triennio 2022-2024 per ridurre il rischio transizione\* (quota % di MI del Mezzogiorno)\*\*



- **Nel Mezzogiorno più di 1 media impresa su 3 è esposta ad alto rischio di transizione** (35,1%), una quota leggermente superiore rispetto alle Mid-Cap delle altre aree (32,7%). In particolare, l'11,7% delle aziende meridionali di media taglia dichiara di essere fortemente impattata (contro il 4,4% nelle altre aree) dalla perdita di competitività legata al processo di adattamento dell'economia verso un modello incentrato sui criteri di sostenibilità ambientale
- **Gli investimenti in rinnovabili rappresentano una leva fondamentale per mitigare il rischio di transizione** e, nel triennio 2022-2024, sono adottati dal 55,3% delle medie imprese meridionali e dal 47,7% di quelle degli altri territori. Seguono quelli orientati alla riduzione dei rifiuti, che interessano il 14,9% delle Mid-Cap del Mezzogiorno (15,4% del Centro-Nord), e alla diminuzione delle emissioni dirette di CO2 adottati dall'8,5% delle imprese al Sud e dall'8,1% delle altre aree



AREA STUDI  
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

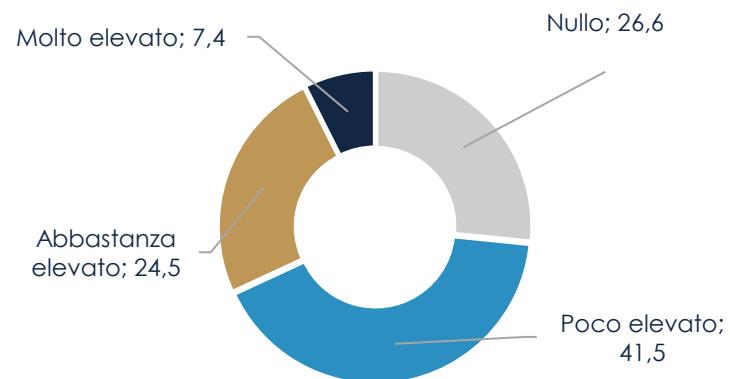
## 5.6 / IL RISCHIO FISICO CON IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Impatto del rischio fisico\* sulle MI del Mezzogiorno (quota % di MI del Mezzogiorno)

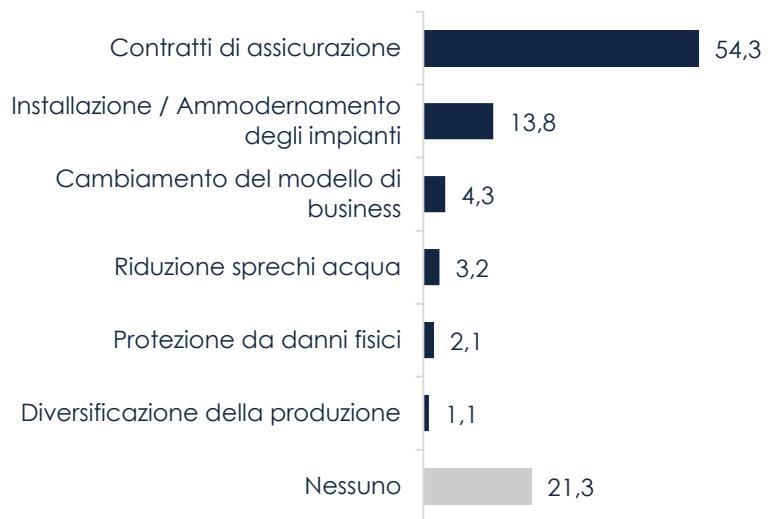
**Fonte:**  
indagine Centro Studi  
Tagliacarne-Unioncamere,  
2025

\*Rischio fisico causato da eventi estremi quali siccità, alluvioni, ondate di calore, inclusi i mutamenti progressivi quali aumento delle temperature, innalzamento del livello del mare, perdita di biodiversità, ecc.

\*\*Domanda a risposta multipla



Investimenti effettuati nel triennio 2022-2024 per ridurre il rischio fisico\* (quota % di MI del Mezzogiorno)\*\*



- Nel Mezzogiorno, oltre 1 media impresa su 3 è esposta ad alto rischio fisico**, evidenziando una maggiore vulnerabilità agli effetti degli eventi climatici estremi rispetto alle altre aree del Paese (21,5%). Inoltre, le Mid-Cap meridionali registrano un'incidenza di impatto elevato più che doppia rispetto a quella delle altre zone (7,4% vs 3,2%)
- La stipula di contratti assicurativi è la principale strategia adottata per fronteggiare questo rischio** e, nel Mezzogiorno, riguarda più di una media impresa su due (54,3% contro il 46% delle altre aree). Al secondo posto figurano gli investimenti per l'installazione o l'ammodernamento degli impianti produttivi, che interessano il 13,8% delle Mid-Cap del Sud Italia e il 16,5% del Centro-Nord



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, *Scenario competitivo, ESG e innovazione strategica nelle medie imprese del Mezzogiorno*, Report Medie Imprese, 2025

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)