



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

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

Report
Medie Imprese

7 luglio 2023

I fattori di competitività delle medie imprese: 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'.

Lo studio è arricchito da ulteriori informazioni di tipo congiunturale, previsionale e strutturale provenienti da due survey, condotte rispettivamente dall'Area Studi Mediobanca e dal Centro Studi Guglielmo Tagliacarne-Unioncamere (entrambe tra marzo e maggio 2023), estese anche ad aziende di dimensione maggiore per fini comparativi con le medie imprese.



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

1.0	26 anni di analisi sulle medie imprese.....	07
1.1	Più di 124mila documenti sotto la lente in 26 anni	
1.2	I territori: dove erano e dove sono le medie imprese?	
1.3	Le medie imprese nei distretti industriali	
1.4	MI: le specializzazioni settoriali	
1.5	MI: un modello dinamico e flessibile	
1.6	MI: i consuntivi 2022 e le aspettative per il 2023	
2.0	Il contesto competitivo	14
2.1	Supply chain verso la diversificazione e la prossimità, re-shoring differibile	
2.2	MI: ottimismo temperato tra incertezze ma anche opportunità	
2.3	Leve per accrescere le quote di mercato: dove conta la dimensione?	
2.4	MI e qualità: i suoi vantaggi e i suoi costi	
2.5	La quotazione è sempre un tabù?	
2.6	La fiscalità penalizza le medie imprese, ma il gap si riduce	
3.0	Il ruolo dei ‘capitali’ strategici: competitività e Duplice Transizione.....	21
3.1	‘Capitali’ strategici contro le incertezze sul futuro	
3.2	Capitale Umano: quali investimenti?	
3.3	Resignation: come trattenere i talenti in azienda	
3.4	Duplice Transizione: il cammino fatto e quello ancora da fare	
3.5	Duplice Transizione e competitività: effetto acceleratore del Capitale Umano	
3.6	Transizione Green e competitività: effetto acceleratore del Capitale Organizzativo	
3.7	Transizione Digitale e competitività: effetto acceleratore del Capitale Organizzativo	
3.8	La spinta del Capitale Organizzativo alle buone pratiche manageriali green	
3.9	Quando Capitale Organizzativo e soft skills si incontrano nella Transizione Digitale	
3.10	Quando la Transizione Digitale incontra il Capitale Organizzativo	
3.11	Capitale Umano e Organizzativo: sostituti o complementari?	
3.12	Il Piano Transizione 4.0 tra Capitale Tecnico e Conoscitivo	



4.0	Il ruolo delle Istituzioni e le barriere alla Duplice Transizione.....	34
4.1	Filling the voids: il ruolo dei soggetti esterni per la Transizione Digitale delle medie imprese	
4.2	Rimuovere le barriere alla Transizione Green	
4.3	Rimuovere le barriere alla Transizione Digitale	
5.0	Le medie imprese di fronte alle tematiche ESG.....	38
5.1	ESG: una domanda ‘politicamente scorretta’ e una classifica prevedibile	
5.2	MI: si vede il ‘vantaggio competitivo’ dell’ESG? Sembra di sì	
5.3	ESG: azioni intraprese in tema di Environment	
5.4	ESG: principali interventi in ambito Social	
5.5	ESG: azioni sulla Governance	
5.6	ESG: comunico...quindi esisto	
6.0	Il PNRR.....	45
6.1	PNRR: «Conoscere per attivarsi»...Volontà e condizioni permettendo	
6.2	PNRR: su quali aree si attivano le imprese	
6.3	Gli ostacoli tra MI e PNRR	





AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

26 anni
di analisi sulle
medie imprese

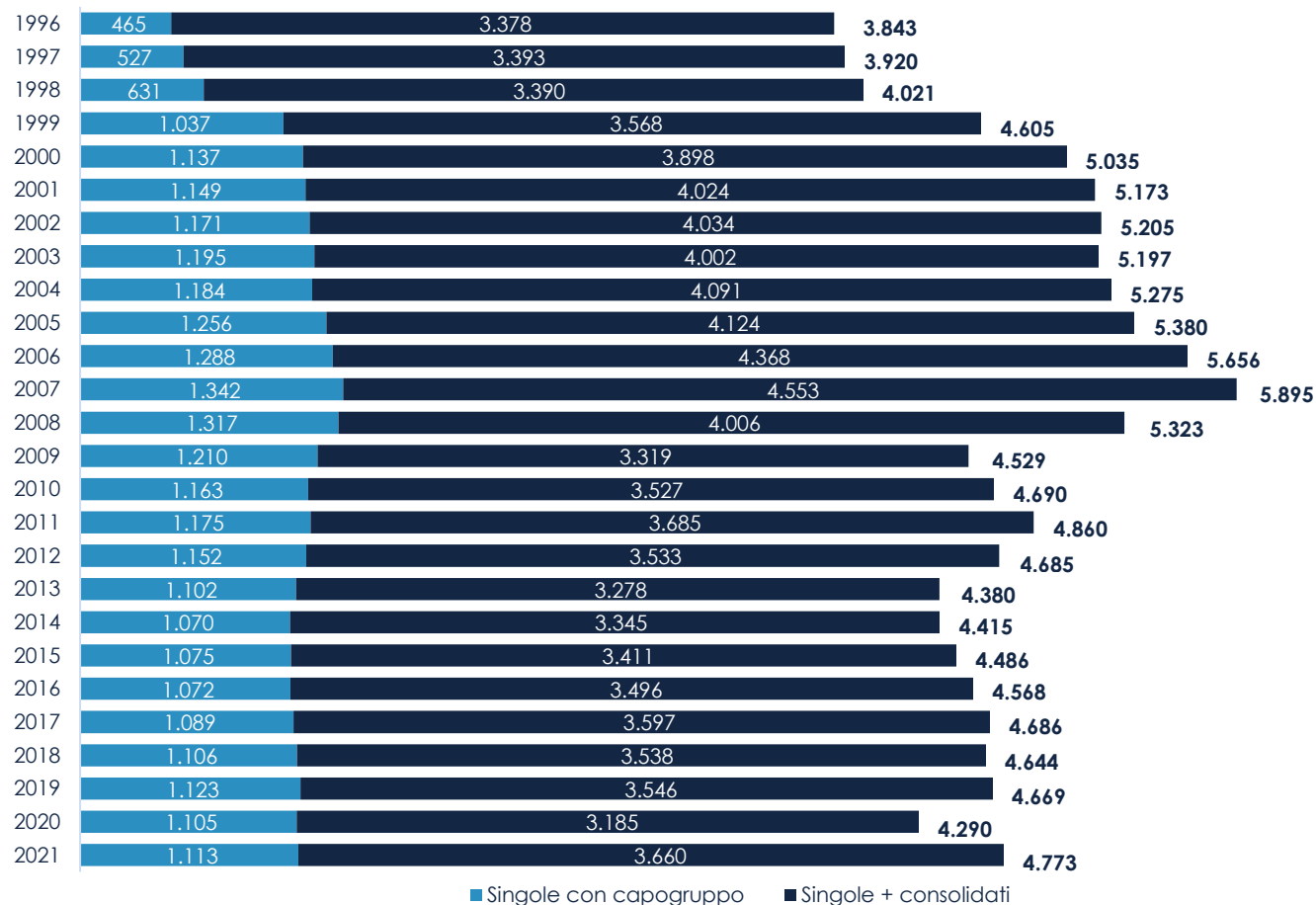
Report
Medie Imprese

1.0

1.1 / PIÙ DI 124MILA DOCUMENTI SOTTO LA LENTE IN 26 ANNI

Numero di bilanci analizzati dal 1996 al 2021

Le medie imprese industriali italiane dal 1996 al 2021: 26 anni di dati sulle imprese più resilienti della manifattura italiana



- Complessivamente, nel corso dei ventisei anni, sono stati analizzati **124.203 bilanci**



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



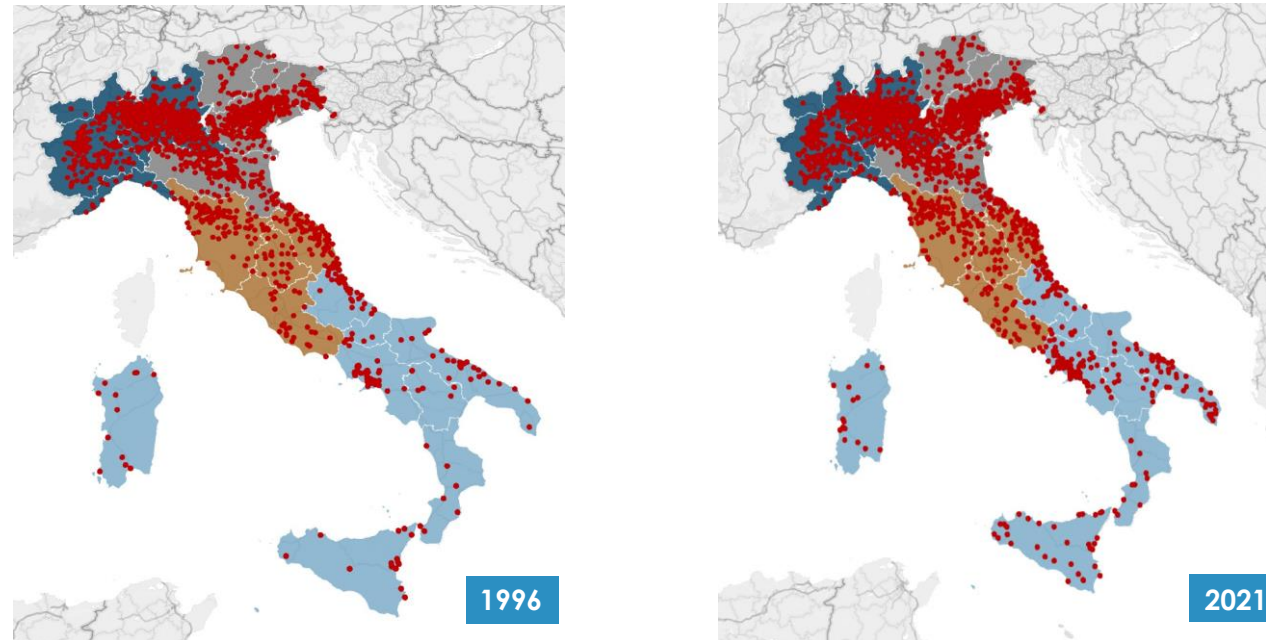
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

1.2 / I TERRITORI: DOVE ERANO E DOVE SONO LE MEDIE IMPRESE?

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 26 anni

Fonte:
elaborazione Area Studi Mediobanca su cartografia Bing



- Nel 1996 l'universo era composto da 3.378 imprese. **Nel 2021 sono 3.660**
- Permane **la notevole diffusione delle medie imprese nel Nord Ovest e nel Nord Est** che, nel 2021, ne ospitano rispettivamente il 39,1% e il 37,7%. Nel Centro ha sede un ulteriore 13,5%, mentre il residuo 9,7% è disperso nell'ampia area del Sud e Isole. Le tre regioni a maggiore attrattività verso le medie imprese sono nell'ordine: Veneto, Lombardia e Umbria
- Nei 26 anni si è assistito a una **riduzione delle imprese nel Nord Ovest** (-60 la variazione netta) e a **incrementi nel Sud e Isole** (+148), nel **Nord Est** (+136) e nel **Centro** (+58)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

1.3 / LE MEDIE IMPRESE NEI DISTRETTI INDUSTRIALI

Localizzazione delle 1.116 medie imprese distrettuali italiane nel 2021

Distribuzione territoriale:

l'ubicazione indica la rilevante emersione dai luoghi distrettuali con un'evidente concentrazione nell'area subalpina e nella Pianura Padana, in particolare lungo la direttrice della via Emilia

Fonte:

elaborazione Area Studi Mediobanca su cartografia Bing



- Il **30%** delle medie imprese italiane **ha sede in distretti industriali**
- Il rapporto con queste aree è tuttavia da ritenersi più stretto di quanto appaia, alla luce del fatto che un ulteriore 9% di aziende ha sede in altri sistemi produttivi locali e che, soprattutto per la media dimensione, **i benefici dell'agglomerazione distrettuale possono essere acquisiti anche con la 'prossimità' territoriale.** Infatti, il 90% delle MI ha sede nelle aree del Nord Ovest, Nord Est e Centro, ossia quelle che ospitano la parte preponderante dei distretti



AREA STUDI
MEDIOBANCA



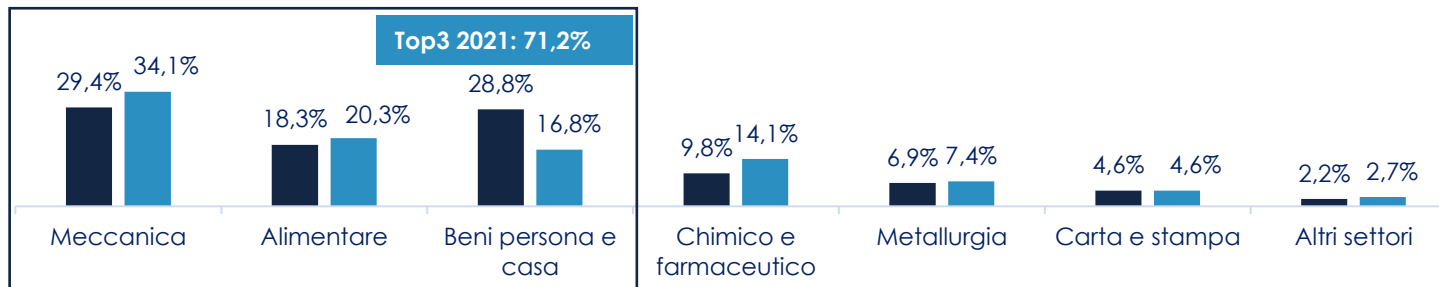
UNIONCAMERE



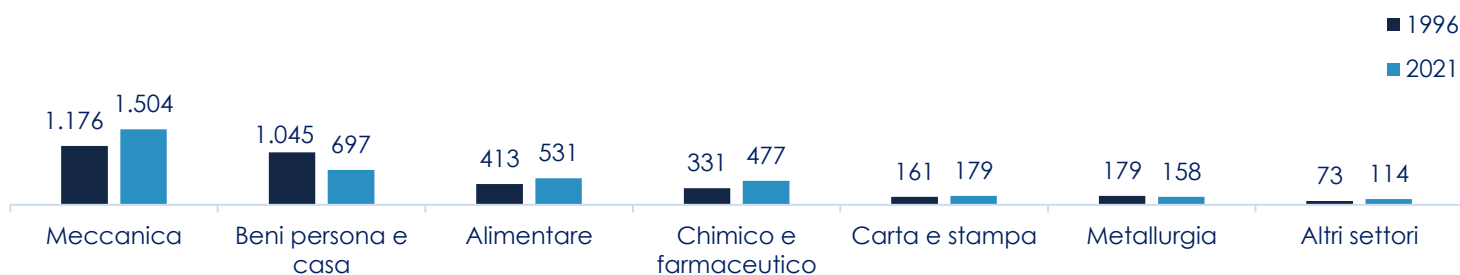
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

1.4 / MI: LE SPECIALIZZAZIONI SETTORIALI

Fatturato 1996 e 2021, in % del totale



Numero delle imprese nel 1996 e 2021



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 è appannaggio prevalentemente di tre settori (meccanico, alimentare-bevande e beni per la persona e la casa*) che, nel loro insieme, rappresentano il 71,2% del fatturato totale del 2021**
- Nel corso dei ventisei anni **l'universo delle MI si è arricchito prevalentemente di imprese operanti nel comparto meccanico** (+328 unità), grazie soprattutto al trattamento dei metalli (+192) e alle macchine e attrezzature (+135). In incremento anche il chimico-farmaceutico (+146) e l'alimentare (+118), mentre **è stata significativa la riduzione nei beni per la persona e la casa** (-348) dove i settori più colpiti sono stati il tessile (-148), l'abbigliamento (-104) e le pelli e cuoio (-45)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

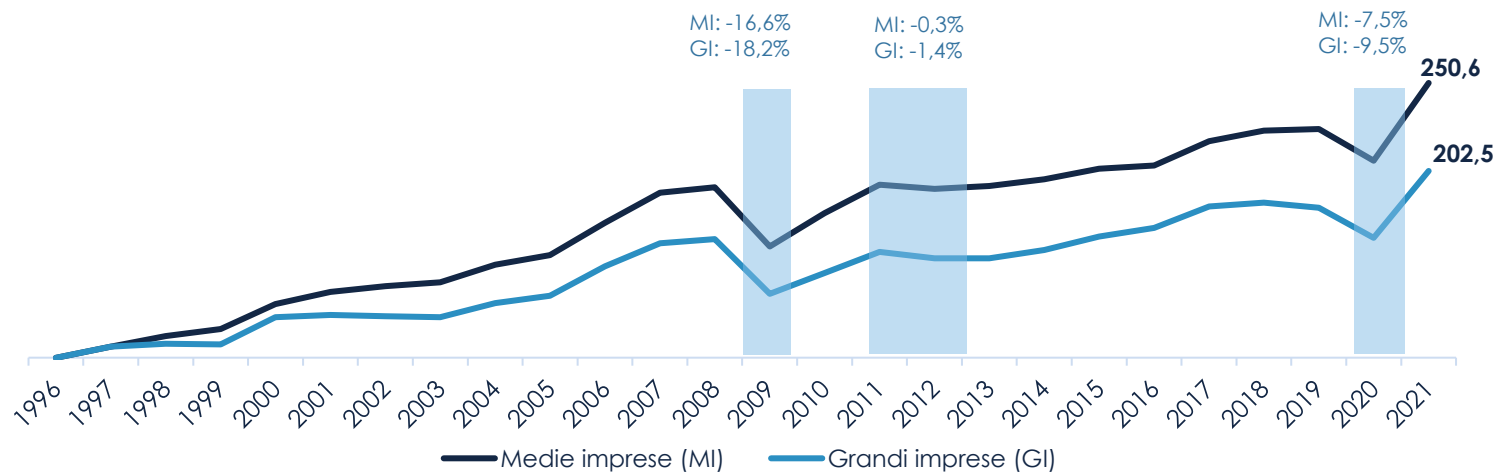
1.5 / MI: UN MODELLO DINAMICO E FLESSIBILE

Numero indice del fatturato 1996-2021 (1996=100)

Fonte:

Area Studi Mediobanca,
dati propri

**Sono considerate grandi le imprese a controllo italiano che nel 2021 hanno superato una forza lavoro di 499 dipendenti e/o un fatturato di 370 milioni di euro*



- Tra il 1996 e il 2021 **le vendite delle medie imprese sono cresciute del 150,6%**, il 47% al di sopra dell'incremento realizzato dalle grandi* (+102,5%)
- **Il fatturato delle medie imprese si è dimostrato meno sensibile agli shock** di quello delle grandi:
 - Crisi Lehman (2008-2009): -16,6% vs -18,2%
 - Crisi dei debiti sovrani (2011-2013): -0,3% vs -1,4%
 - Crisi Covid (2019-2020): -7,5% vs -9,5%



AREA STUDI
MEDIOBANCA



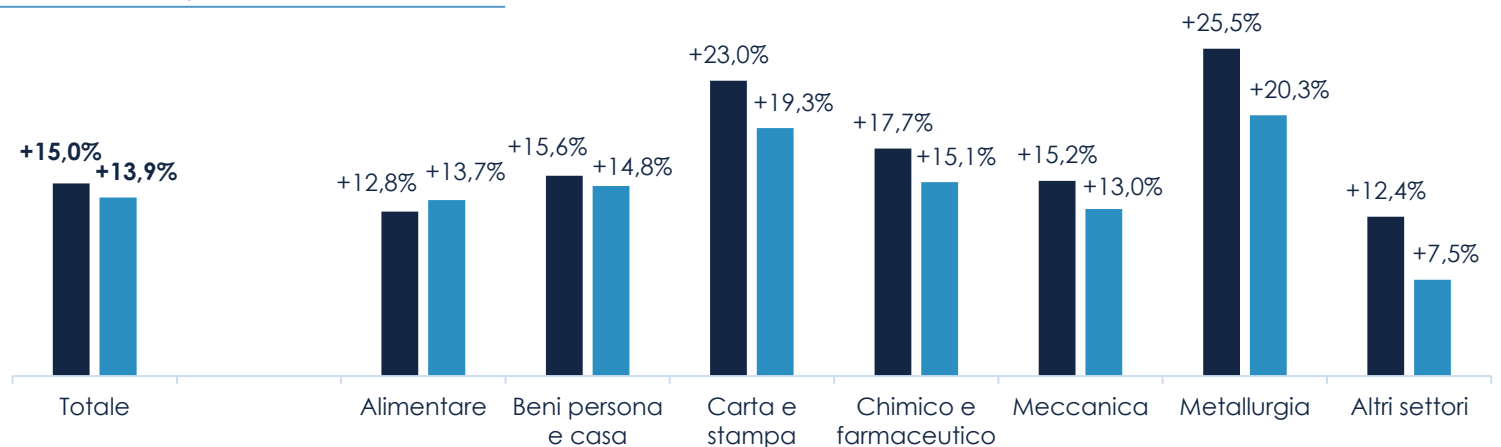
UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

1.6 / MI: I CONSUNTIVI 2022 E LE ASPETTATIVE PER IL 2023

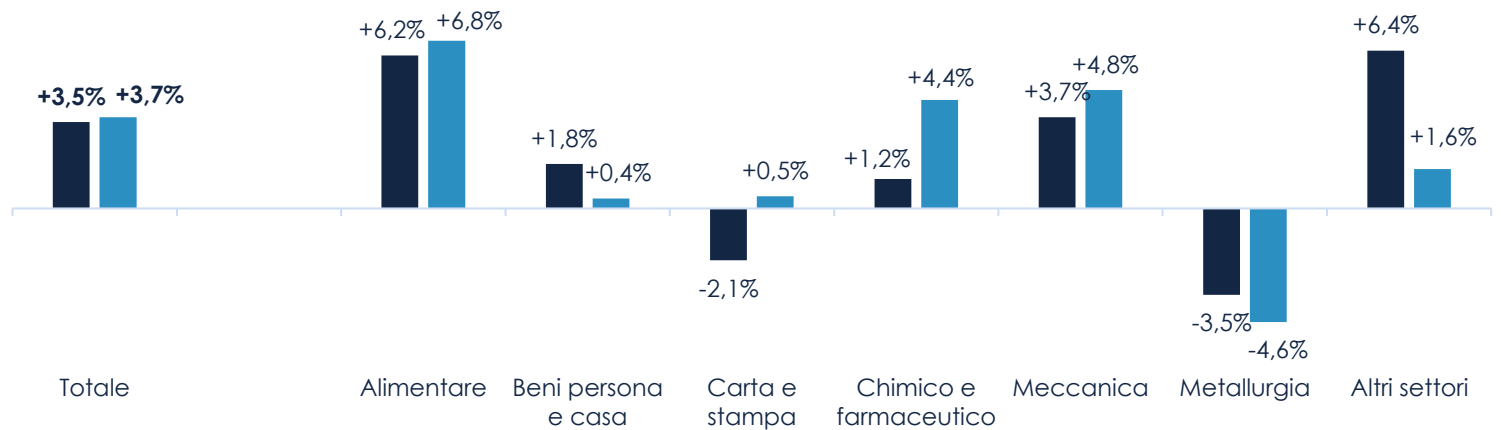
Variazioni % 2022/2021 del fatturato nominale



Fonte:

Indagine campionaria Area Studi Mediobanca, 2023

Variazioni % 2023/2022 del fatturato nominale



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



AREA STUDI
MEDIIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

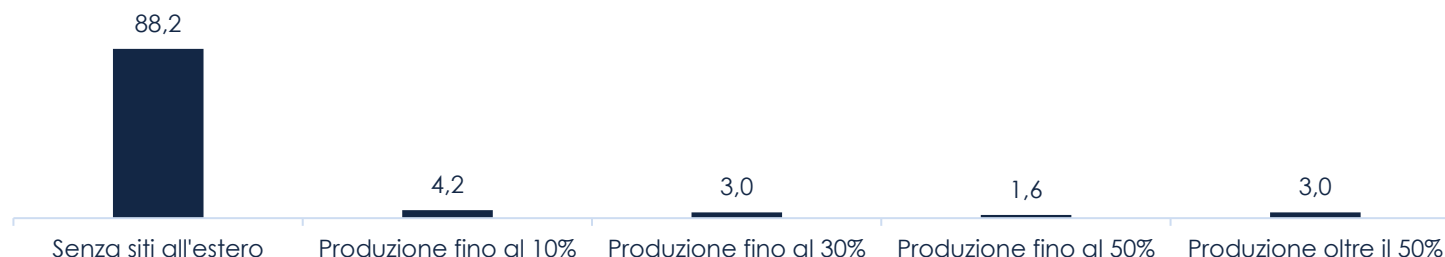
Il contesto competitivo

Report
Medie Imprese

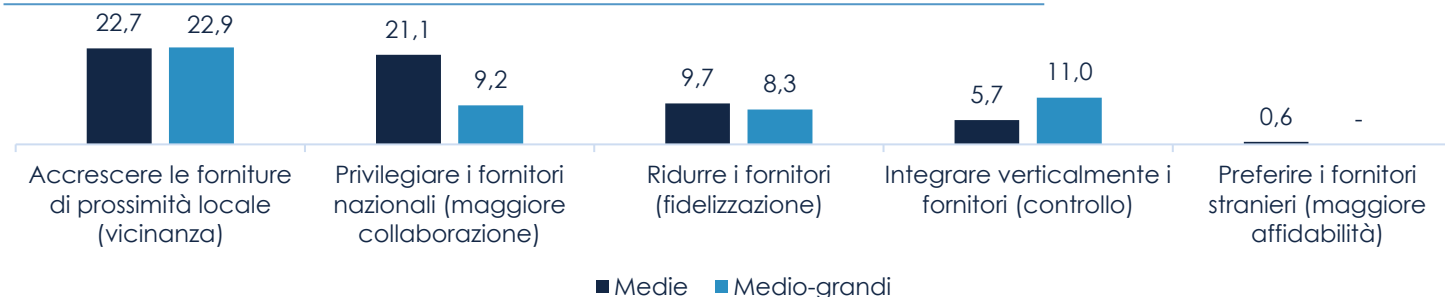
2.0

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

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



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



Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

*Possibili risposte multiple

**Sono considerate medio-grandi le imprese a controllo italiano che nel 2021 hanno superato una forza lavoro di 499 dipendenti e/o un fatturato di 370 milioni di euro senza oltrepassare la soglia dei 2,99 miliardi

- **Il modello produttivo italiano rimane fortemente radicato in Italia:** l'88,2% delle imprese non ha siti produttivi all'estero quindi vi è una limitata rilevanza di un possibile off/re-shoring, ma è importante la gestione delle catene di fornitura
- Contro le tensioni sulla supply chain e - in risposta alla dinamica dei prezzi - la strategia preferita, tanto dalle medie imprese quanto dalle medio-grandi**, è rappresentata dalla **diversificazione dei fornitori prevalentemente locali** (rispettivamente, 22,7% e 22,9%)
- **Nulla lascia presagire l'ampliamento della platea dei fornitori esteri** (0,6% delle MI e nessuna azienda medio-grande)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



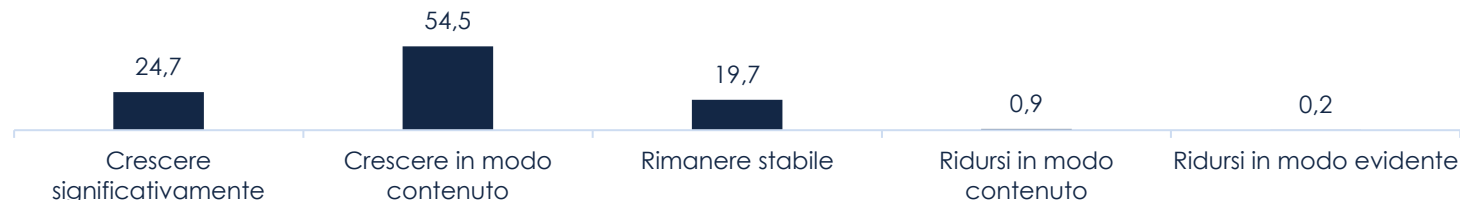
UNIONCAMERE



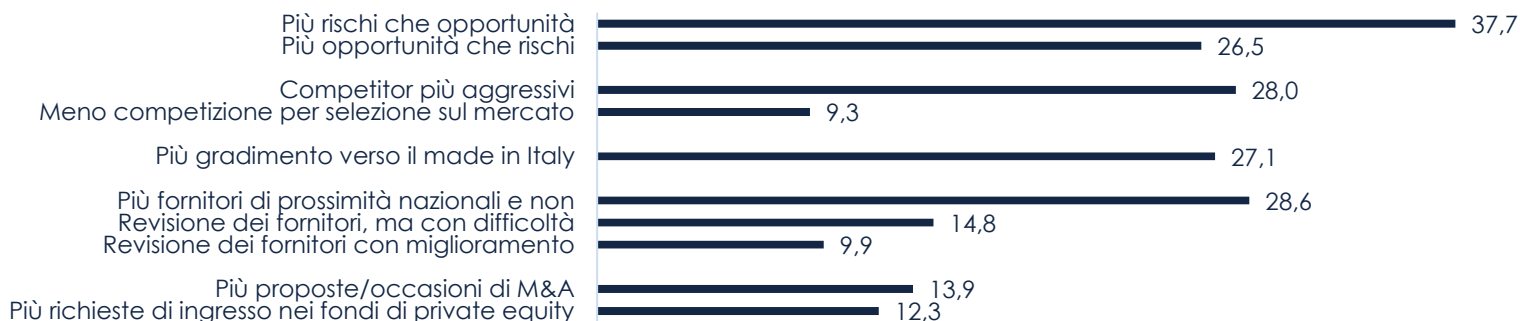
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

2.2 / MI: OTTIMISMO TEMPERATO TRA INCERTEZZE MA ANCHE OPPORTUNITÀ

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



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



Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

*Possibili risposte multiple

- Il **24,7%** delle medie imprese ritiene che la propria quota di mercato possa crescere significativamente nei prossimi anni, un ulteriore **54,5%** prevede un incremento contenuto, mentre il 20,8% si attende di mantenere il proprio peso stabile o, addirittura, di ridurlo
- Rispetto al periodo pre-pandemico e al conflitto russo-ucraino, il mercato ha subito dei cambiamenti che le medie imprese hanno percepito maggiormente come rischi (**37,7% delle risposte**) anche perché, nel panorama internazionale, la competizione è avvertita come più aggressiva (28%) nonostante il gradimento verso il made in Italy venga accreditato in incremento da oltre un quarto delle medie imprese intervistate
- La riorganizzazione della supply chain ha comportato un **incremento dei fornitori ubicati in territori più vicini** (28,6%), ma questo talvolta ha prodotto difficoltà organizzative (14,8%), mentre il 9,9% delle aziende ha dichiarato di aver ottenuto un miglioramento delle condizioni economiche e contrattuali e di coordinamento degli approvvigionamenti



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

2.3 / LEVE PER ACCRESCERE LE QUOTE DI MERCATO: DOVE CONTA LA DIMENSIONE?

In % delle imprese rispondenti*

Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

*Possibili risposte multiple



- La **dimensione conta specialmente nei mercati oltreconfine...**: il 30,9% delle imprese medio-grandi intende effettuare maggiori investimenti per ampliare la capacità produttiva all'estero; la quota scende al 14,5% per le medie imprese. Inoltre, il 21,8% delle imprese medio-grandi considera di crescere acquisendo competitor esteri (9,7% le medie) e il 20,9% aumentando il presidio commerciale in Paesi stranieri non serviti (11,5% le medie)
- **... e nella Transizione Digitale**: una quota pari al 31,8% delle imprese medio-grandi dichiara l'intenzione di ampliare gli investimenti in questo ambito contro il 22,1% delle medie imprese



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



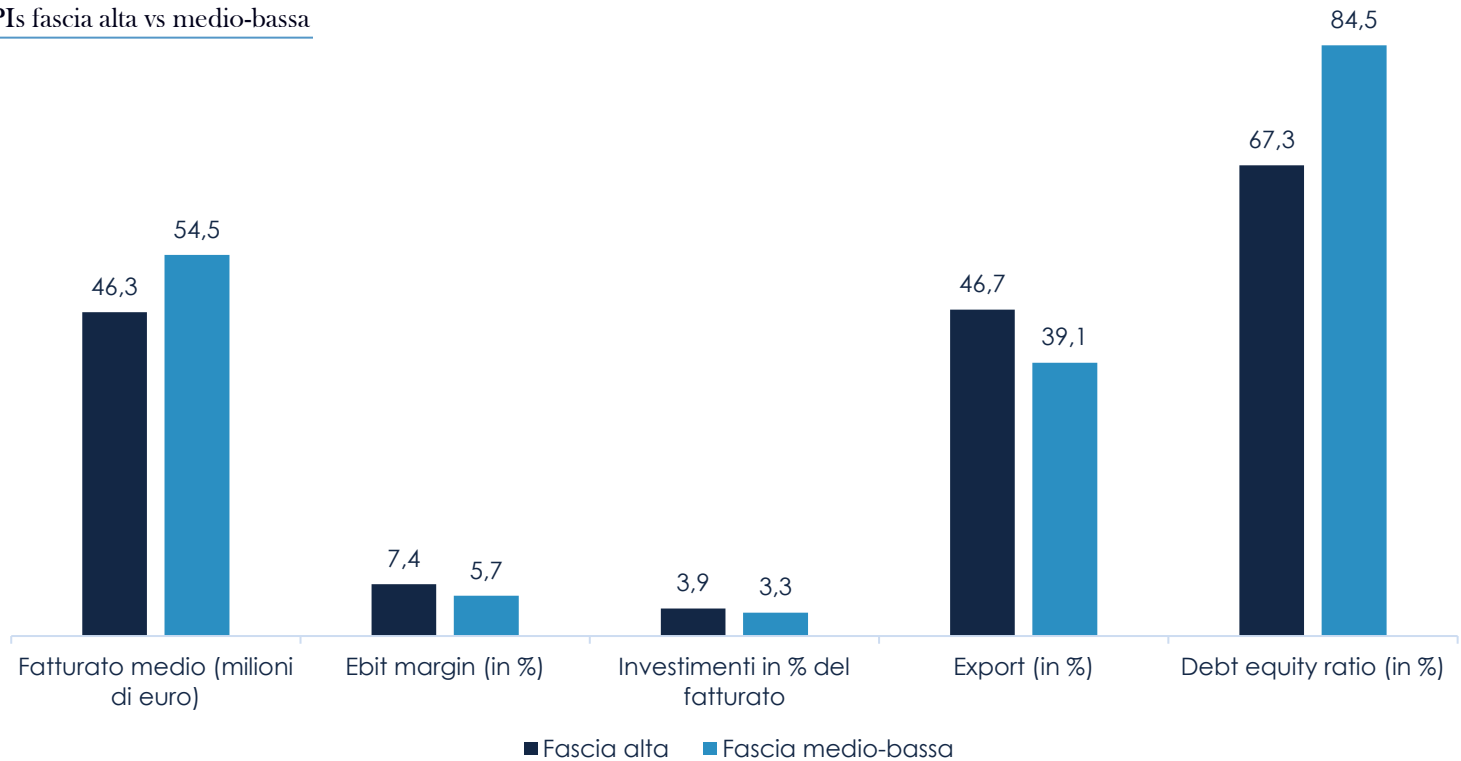
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

2.4 / MI E QUALITÀ: I SUOI VANTAGGI E I SUOI COSTI

KPIs fascia alta vs medio-bassa

Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023 e
dati propri

KPIs: Key Performance
Indicators



- **Il 40,2% delle medie imprese dichiara di operare nella fascia alta di mercato** e ne ricava migliori performance rispetto ai player del segmento medio-basso in termini di Ebit margin (7,4% vs 5,7%), quota di investimenti sul fatturato (3,9% vs 3,3%), esportazioni (46,7% vs 39,1%) e rapporto di indebitamento (debt equity ratio 67,3% vs 84,5%)
- **La dimensione media** in termini di fatturato è inferiore **per i player del segmento high-end** (46,3 milioni di euro vs 54,5)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



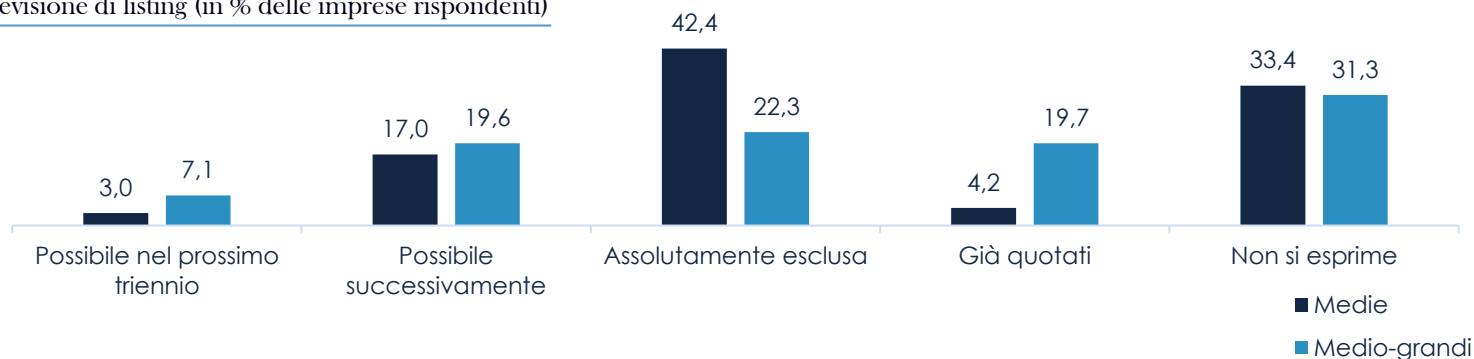
UNIONCAMERE



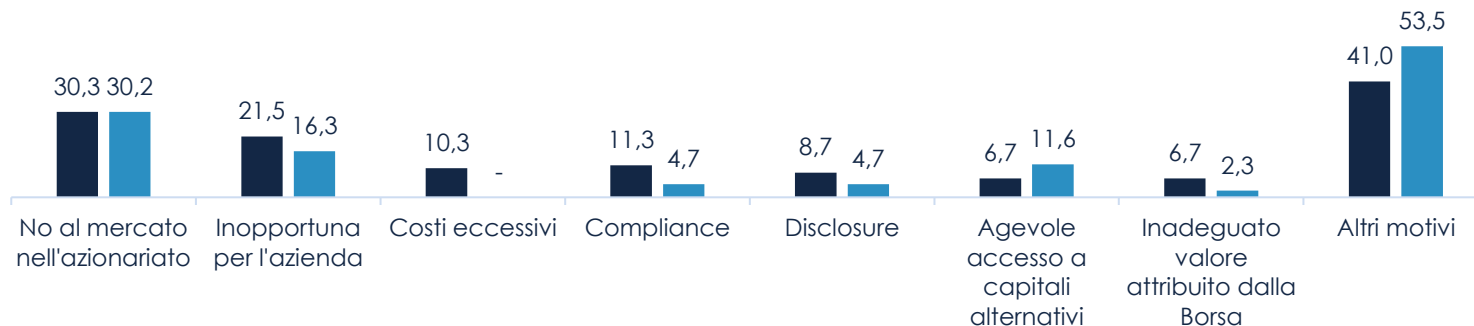
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

2.5 / LA QUOTAZIONE È SEMPRE UN TABÙ?

Previsione di listing (in % delle imprese rispondenti)



Motivi per la non quotazione (in % delle imprese rispondenti)*



Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

*Possibili risposte multiple

- **Una quota superiore al 75% di medie imprese esclude o non ha in agenda il tema della quotazione**, la percentuale scende a poco meno del 54% per le medio-grandi
- Solo il 3% delle medie aziende ritiene possibile il listing nel prossimo triennio (7,1% le medio-grandi)
- **Tra gli impedimenti alla quotazione** si annoverano principalmente **lo scetticismo verso il mercato azionario** che riguarda oltre il 30% delle aziende appartenenti a entrambe le categorie e l'inopportunità rispetto all'attuale fase di sviluppo dell'azienda (21,5% le medie, 16,3% le medio-grandi)



AREA STUDI
MEDIOPANCA



UNIONCAMERE



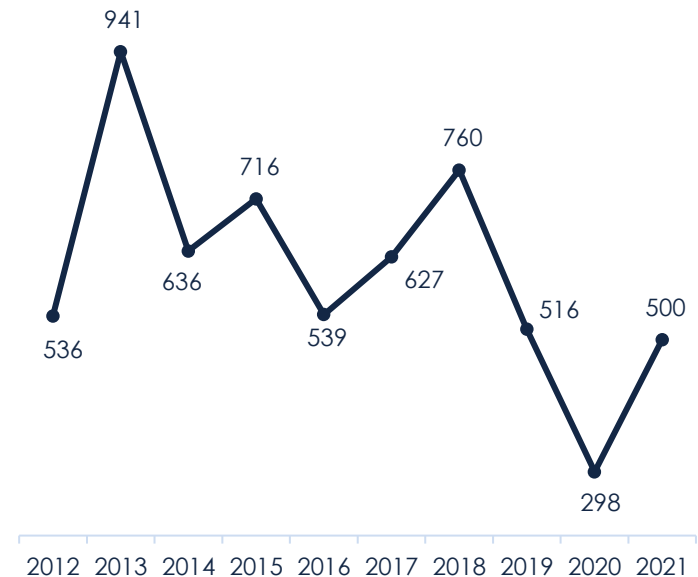
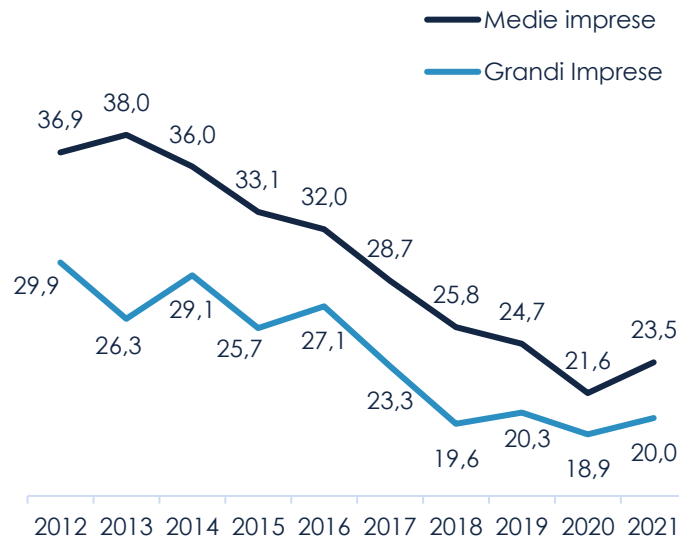
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

2.6 / LA FISCALITÀ PENALIZZA LE MEDIE IMPRESE, MA IL GAP SI RIDUCE

Tax rate effettivo (imposte dirette) ...

... e risparmio teorico per le MI (€ mil)

Fonte:
Area Studi Mediobanca,
dati propri



- **La tassazione delle medie imprese si è ridotta** dal 36,9% del 2012 al 23,5% del 2021, quella delle grandi è diminuita dal 29,9% al 20%
- **Il gap di tax rate a sfavore delle MI è diminuito** da 7 punti nel 2012 a 3,5 nel 2021
- Se alle **MI** fosse stata applicata la medesima aliquota delle grandi, esse **avrebbero risparmiato in media circa 610 milioni di euro all'anno**, ovvero 6,1 miliardi nel decennio
- Si tratta di una grandezza pari al 6,1% dei mezzi propri di fine 2021 e al 10,6% degli investimenti cumulati



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

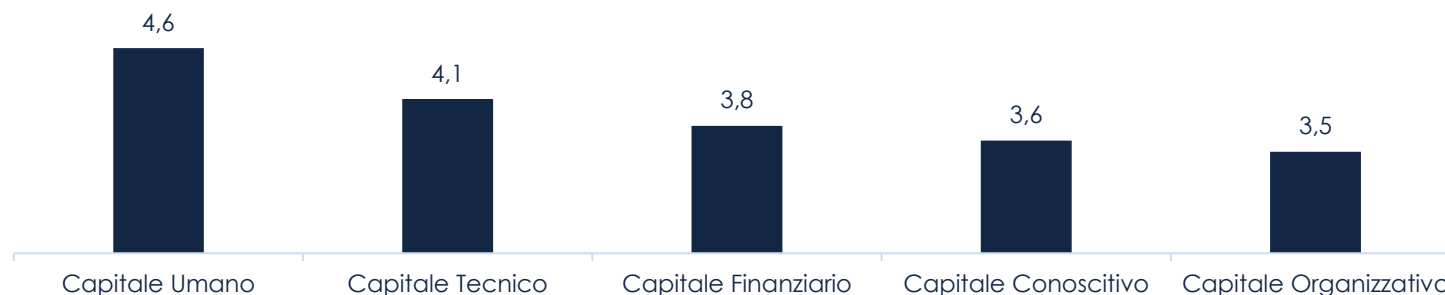
Il ruolo dei 'capitali' strategici: competitività e Duplice Transizione

Report
Medie Imprese

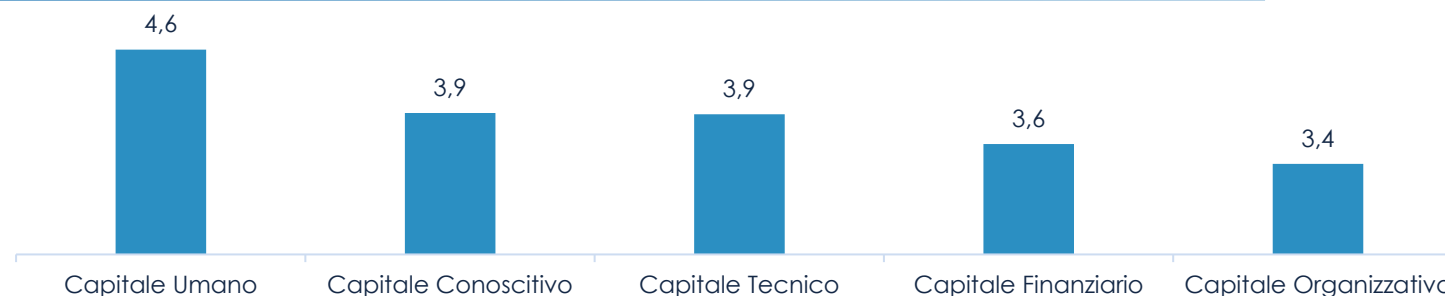
3.0

3.1 / 'CAPITALI' STRATEGICI CONTRO LE INCERTEZZE SUL FUTURO

Valutazione dei 'capitali' in relazione alla rilevanza strategica (medie imprese, punteggio medio: 1 min-5 max)



Valutazione dei 'capitali' in relazione alla rilevanza strategica (imprese medio-grandi, 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 quanto per quelle medio-grandi, una rilevanza pari a 4,6 punti, mentre al Capitale Organizzativo viene attribuito un peso minore da entrambe le categorie (rispettivamente, 3,5 e 3,4 punti)
- **Le medie imprese valutano il Capitale Tecnico come secondo driver per le strategie dei prossimi anni** (4,1 punti), mentre le medio-grandi attribuiscono una maggiore rilevanza al Capitale Conoscitivo (3,9 punti) per il quale la dimensione sembra costituire un aspetto fondamentale

Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

Capitale Umano:
competenze tecniche,
manageriali, capacità
relazionali e adattamento
del personale

Capitale Tecnico:
impianti e attrezzature
efficienti e all'avanguardia

Capitale Finanziario:
disponibilità di risorse
finanziarie o facilità nel
reperirle

Capitale Conoscitivo:
brevetti, innovazioni di
prodotto o processo,
conoscenza dei mercati e
loro dinamiche

Capitale Organizzativo:
dotazione di strumenti di
Governance efficienti e
abbinati alle best practices



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.2 / CAPITALE UMANO: QUALI INVESTIMENTI?

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

Fonte:

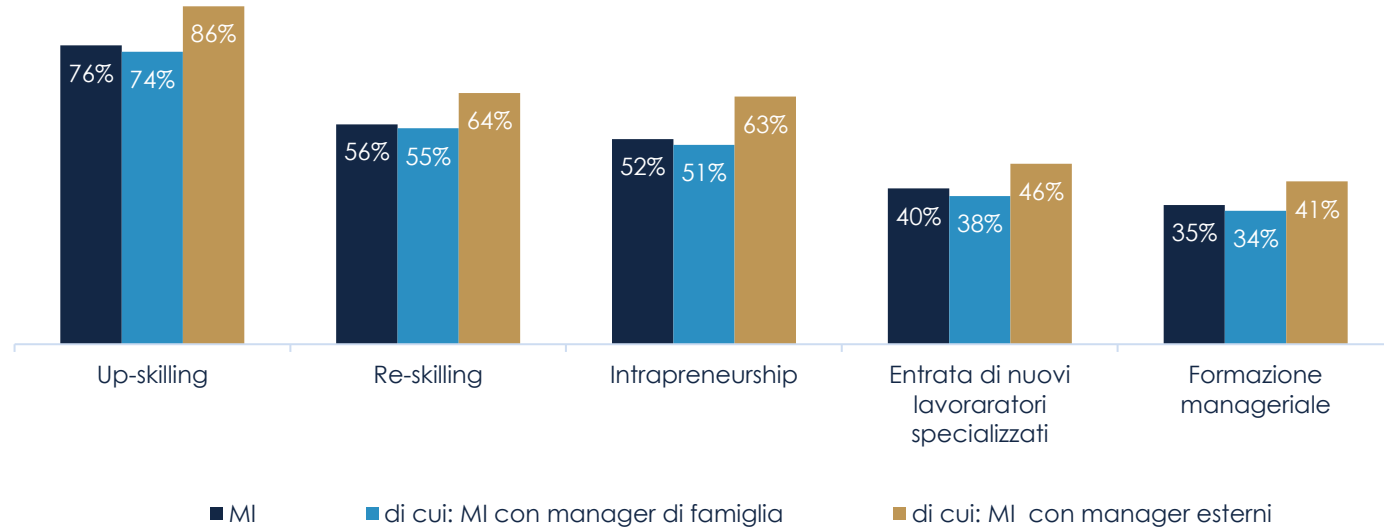
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

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



- **Più 'traditional' e meno 'disruptive':** le MI hanno una maggiore propensione ad investire nella formazione tradizionale legata all'up-skilling dei propri dipendenti (il 76% vi investirà nel 2023-25); meno su quella 'disruptive' come il re-skilling (56%) e la formazione manageriale finalizzata all'innovazione del modello di business (35%)
- **La spinta del management esterno:** le MI con manager esterni dimostrano una maggiore propensione ad investire in tutte le forme di Capitale Umano considerate rispetto a quelle con manager di famiglia



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



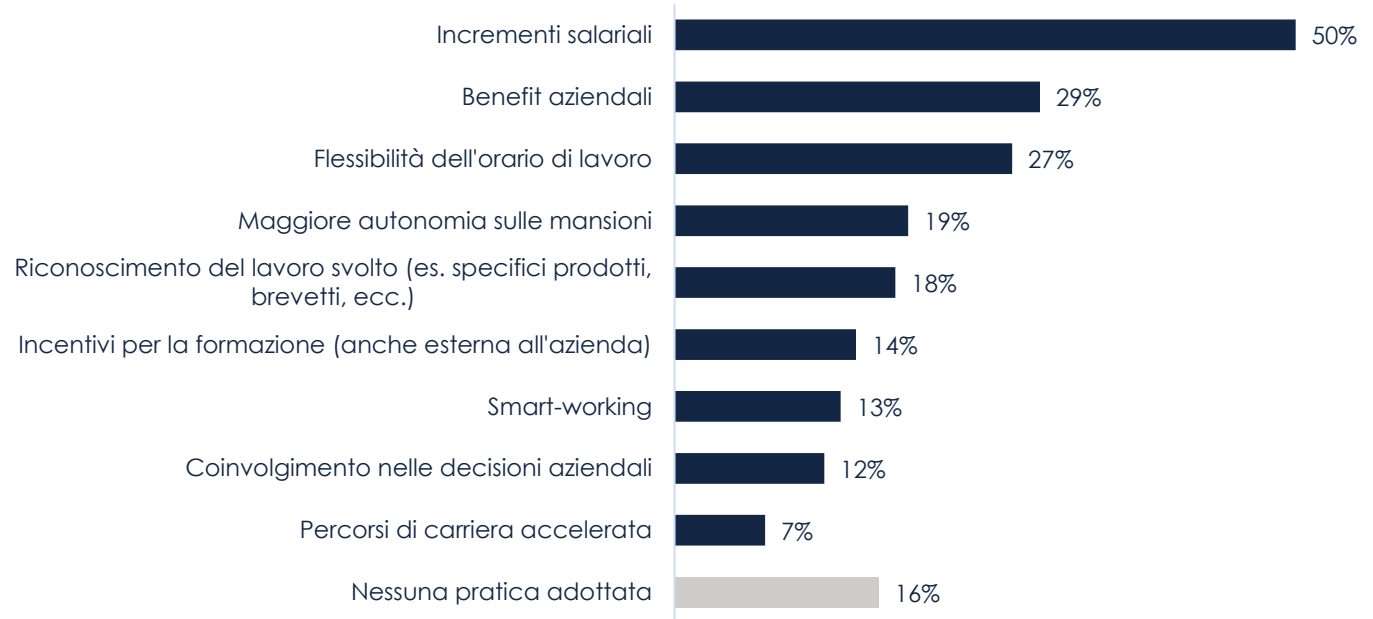
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.3 / RESIGNATION: COME TRATTENERE I TALENTI IN AZIENDA

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

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

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



- **Più leva economica...:** la modalità che più di frequente viene adottata dalle MI per trattenere il personale qualificato in azienda è l'incremento salariale (dichiarata dal 50%). Seguono, a moderata distanza, il riconoscimento di benefit aziendali e la flessibilità degli orari di lavoro (quasi 30% in entrambi i casi)
- **... meno smart-working, coinvolgimento e carriera accelerata:** solo poco più del 10% delle MI punta sullo smart-working o sul coinvolgimento nelle decisioni aziendali per trattenere il Capitale Umano. Meno del 10% offre la possibilità di accedere a percorsi di carriera accelerati



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



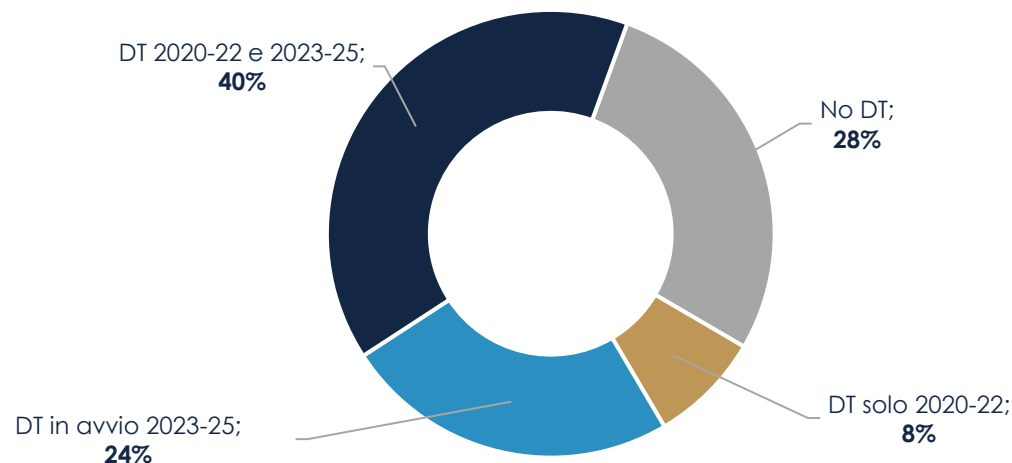
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.4 / DUPLICE TRANSIZIONE: IL CAMMINO FATTO E QUELLO ANCORA DA FARE

Distribuzione % delle MI secondo gli investimenti nella Duplice Transizione (DT)* nel 2020-22 e 2023-25

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

**Investimenti nella
digitalizzazione e nella
sostenibilità ambientale*



- **Quasi la metà delle MI continua ad investire nella Duplice Transizione:** il 40% delle MI ha investito nella Transizione Digitale e Green (Duplice Transizione) nel triennio 2020-22 e prevede di investire anche nel triennio 2023-25
- **Le MI che transiteranno:** circa un quarto (24%) delle MI avvierà la Duplice Transizione nel 2023-25
- **Il freno del management familiare:** le MI con manager di famiglia hanno una minore propensione ad investire nella Duplice Transizione (il 30% non ha investito e non investirà vs il 21% delle MI con manager esterni). Più bassa anche la quota delle MI con manager di famiglia che avvieranno nel 2023-25 la Duplice Transizione (22% vs 28% nel caso delle MI con manager esterni)



AREA STUDI
MEDIOBANCA

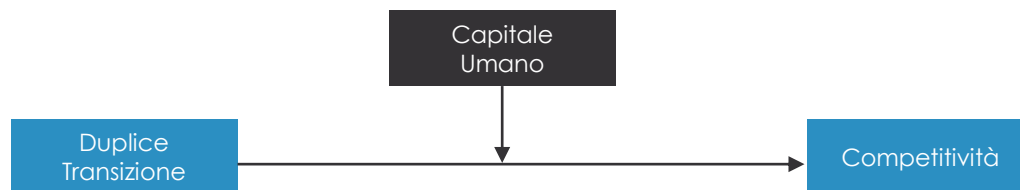


UNIONCAMERE

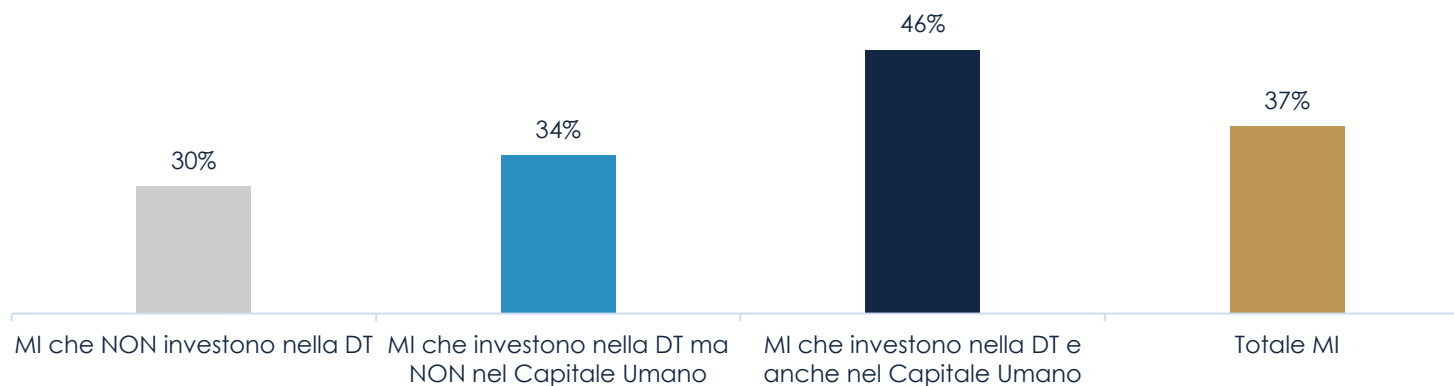


CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.5 / DUPLICE TRANSIZIONE E COMPETITIVITÀ: EFFETTO ACCELERATORE DEL CAPITALE UMANO



Quota % di MI che prevede un aumento del fatturato nel triennio 2023-25 a seconda degli investimenti nella Duplice Transizione (DT) e nel Capitale Umano*



Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

*Investimenti nel Capitale Umano: imprese che investono in almeno tre tipologie di formazione sul totale delle cinque prese in esame (up-skilling, re-skilling, intrapreneurship, formazione manageriale, entrata di nuovi lavoratori specializzati)

- **Duplice Transizione più efficace con il Capitale Umano:** la quota di MI che dichiara un aumento del fatturato in tutti e tre gli anni del periodo 2023-25 cresce in modo limitato (dal 30% al 34%) se si passa dalle imprese che non investiranno nella Duplice Transizione a quelle che vi investiranno. Tuttavia, il vero salto avviene quando le imprese prevedono di investire sia nella Duplice Transizione che nel Capitale Umano (46%)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

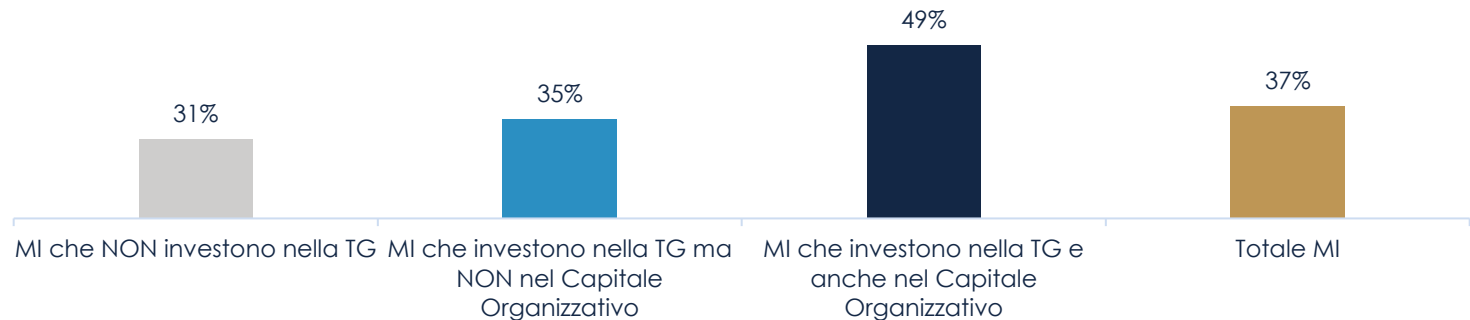


CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.6 / TRANSIZIONE GREEN E COMPETITIVITÀ: EFFETTO ACCELERATORE DEL CAPITALE ORGANIZZATIVO



Quota % di MI che prevede un aumento del fatturato nel triennio 2023-25 a seconda degli investimenti nella Transizione Green (TG) e nel Capitale Organizzativo*



Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

*Investimenti nel Capitale Organizzativo: imprese che investono per l'innovazione del modello di business (Green Business models) attraverso dotazione di strumenti di Governance efficienti e abbinati alle best practices

- **Transizione Green più efficace con il Capitale Organizzativo:** la quota di MI che dichiara un aumento del fatturato in tutti e tre gli anni del periodo 2023-25 raggiunge il massimo tra le imprese che investono sia nella Transizione Green che nel Capitale Organizzativo (49% vs 31-35% nel caso di quelle che non investono nella sostenibilità oppure lo fanno senza cambiare l'assetto organizzativo)



AREA STUDI
MEDIOBANCA

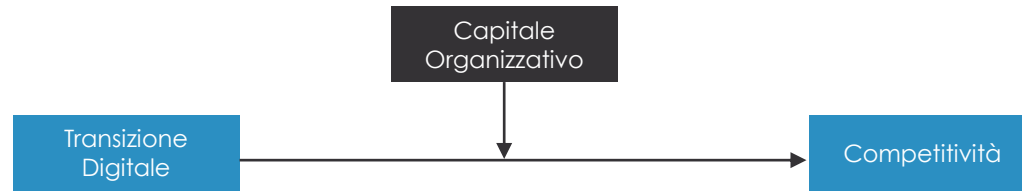


UNIONCAMERE

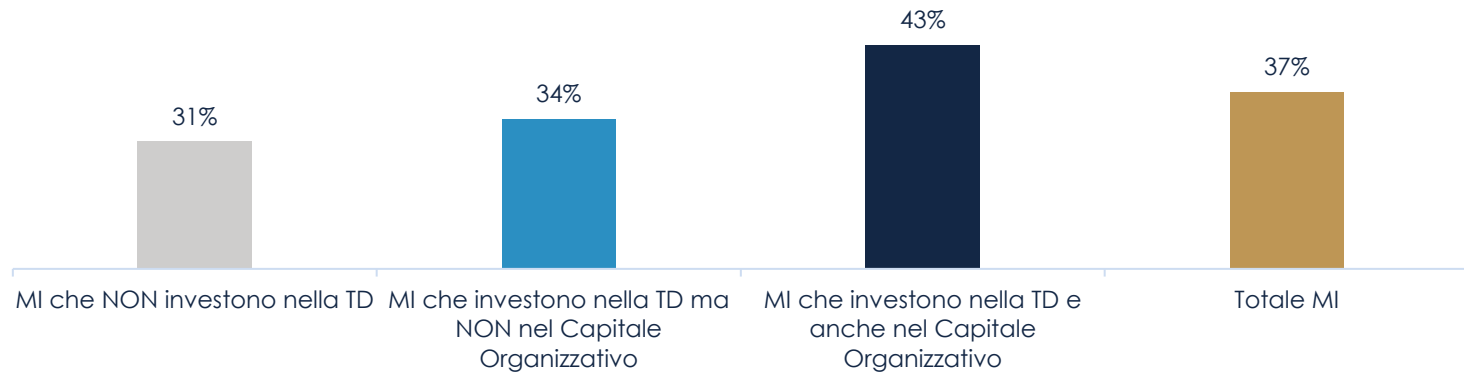


CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.7 / TRANSIZIONE DIGITALE E COMPETITIVITÀ: EFFETTO ACCELERATORE DEL CAPITALE ORGANIZZATIVO



Quota % di MI che prevede 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

*Investimenti nel Capitale Organizzativo: imprese che investono per l'innovazione del modello di business (Business models 4.0) attraverso dotazione di strumenti di Governance efficienti e abbinati alle best practices

- **Transizione Digitale più efficace con il Capitale Organizzativo:** la quota di MI che dichiara un aumento del fatturato in tutti e tre gli anni del periodo 2023-25 aumenta notevolmente passando da un 34% nel caso delle MI che investiranno nella Transizione Digitale ma non nel Capitale Organizzativo a un 43% di quelle che punteranno su entrambe le tipologie di investimento
- **Capitale Organizzativo = più efficienza:** le MI che investiranno nella Transizione Digitale puntando anche sul Capitale Organizzativo saranno maggiormente guidate negli investimenti 4.0 da motivazioni legate alla volontà di aumentare l'efficienza interna aziendale (70% vs 59% nel caso delle MI 4.0 che non puntano anche sul Capitale Organizzativo)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

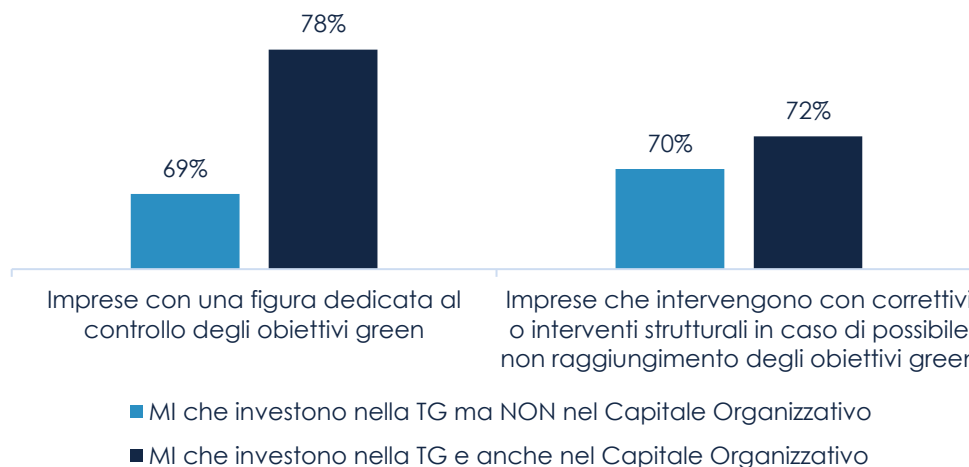
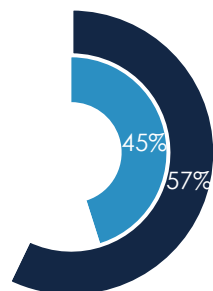
3.8 / LA SPINTA DEL CAPITALE ORGANIZZATIVO ALLE BUONE PRATICHE MANAGERIALI GREEN

Quota % di MI che investono nella Transizione Green (TG) e che adottano pratiche manageriali legate alla sostenibilità ambientale, a seconda che puntino o meno sul Capitale Organizzativo

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

**Obiettivi specifici di
riduzione dell'impatto
ambientale dell'azienda*

% di MI che fissano
obiettivi green*



- **Migliori pratiche manageriali green con il Capitale Organizzativo:** le MI che investono nella Transizione Green e sul Capitale Organizzativo, rispetto a quelle che non puntano su quest'ultima forma di capitale, mostrano migliori pratiche manageriali green. Infatti:
 - i. hanno una migliore propensione a fissare degli obiettivi specifici di riduzione dell'impatto ambientale della propria azienda (57% vs 45%, sul totale delle MI che investe nella sostenibilità ambientale)
 - ii. dispongono più frequentemente di una figura dedicata al controllo di questi obiettivi green (78% vs 69%, sul totale delle MI che fissano obiettivi)
 - iii. sono più propense ad intervenire con correttivi o interventi strutturali nei casi in cui non riescano a raggiungere gli obiettivi green (72% vs 70%, sempre sul totale delle MI che fissano obiettivi green)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.9 / QUANDO CAPITALE ORGANIZZATIVO E SOFT SKILLS SI INCONTRANO NELLA TRANSIZIONE DIGITALE

Quota % di MI che dichiara che le tecnologie 4.0 aiutano a migliorare le soft skills: differenze tra le MI che investono nella Transizione Digitale (TD) con e senza investimenti nel Capitale Organizzativo

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023



- **L'impatto delle tecnologie 4.0 sulle soft skills:** oltre il 70% delle MI dichiara che l'adozione delle tecnologie 4.0 aiuta a migliorare le soft skills: pensiero critico, analitico, problem solving, flessibilità, collaborazione, da un lato, e apertura al cambiamento dall'altro
- **Con il Capitale Organizzativo, il 4.0 migliora maggiormente le soft skills:** tra le imprese che investono sia nella Transizione Digitale che nel Capitale Organizzativo è maggiore l'effetto del 4.0 sul miglioramento delle soft skills: oltre l'80% dichiara un effetto positivo contro poco più del 70% delle MI che adotta tecnologie 4.0 ma senza investire sul Capitale Organizzativo



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

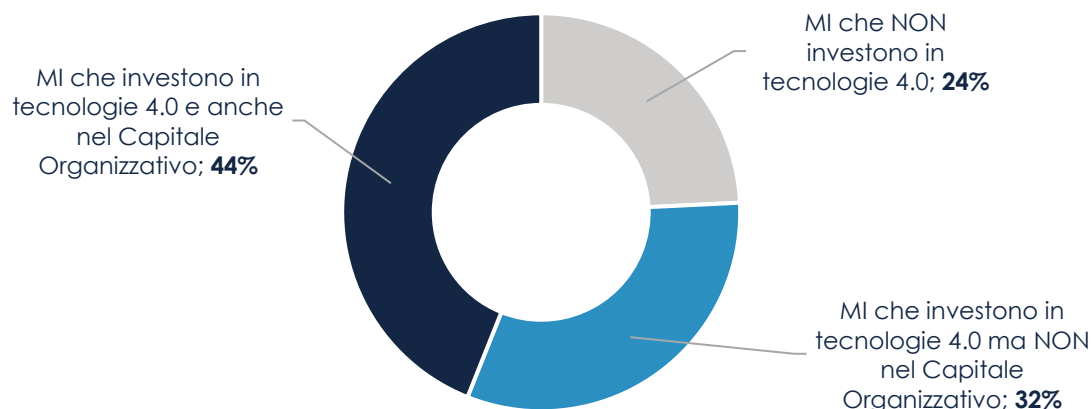


CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.10 / QUANDO LA TRANSIZIONE DIGITALE INCONTRA IL CAPITALE ORGANIZZATIVO

Distribuzione % delle MI che investiranno nel 2023-25 nelle tecnologie digitali con e senza investimenti nel Capitale Organizzativo

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023



- **Due terzi delle MI investiranno nella digitalizzazione:** il 76% delle MI prevede di investire nelle tecnologie digitali nel triennio 2023-25
- **Ma non tutte uniranno 4.0 e Capitale Organizzativo:** il 44% delle MI che prevede di investire nelle tecnologie digitali nel triennio 2023-25 coniugherà il 4.0 con il Capitale Organizzativo, mentre il 32% punterà solo sulle tecnologie digitali senza investire in questa forma di capitale
- **Il management familiare punta meno sul Capitale Organizzativo:** sul totale delle MI che investiranno nelle tecnologie 4.0, la quota di quelle che lo farà innovando anche il Capitale Organizzativo sarà del 58% tra quelle che hanno un manager di famiglia e del 62% tra quelle con manager esterni



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

3.11 / CAPITALE UMANO E ORGANIZZATIVO: SOSTITUTI O COMPLEMENTARI?

Stima della differenza di produttività delle MI che investono nella Transizione Digitale rispetto alle MI non investitrici, a seconda che uniscano anche gli investimenti nel Capitale Umano O/E Organizzativo *

Fonte:
stima Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

*Risultati di un'analisi
econometrica attraverso un
modello log-lineare con
variabili di controllo
(settore, dimensione,
localizzazione geografica,
età dell'impresa). L'analisi
è stata svolta prendendo
come riferimento il livello
della produttività del lavoro
(valore aggiunto per
dipendente)



- **Più complementari che sostituti...:** le MI che accompagnano la Transizione Digitale con investimenti nel Capitale Umano **o** nel Capitale Organizzativo hanno un livello di produttività superiore del 10% rispetto alle MI che non investono nella Transizione Digitale. Il differenziale di produttività sale al +16% per le MI che investono in entrambe le tipologie di capitale (Capitale Umano **e** Capitale Organizzativo)

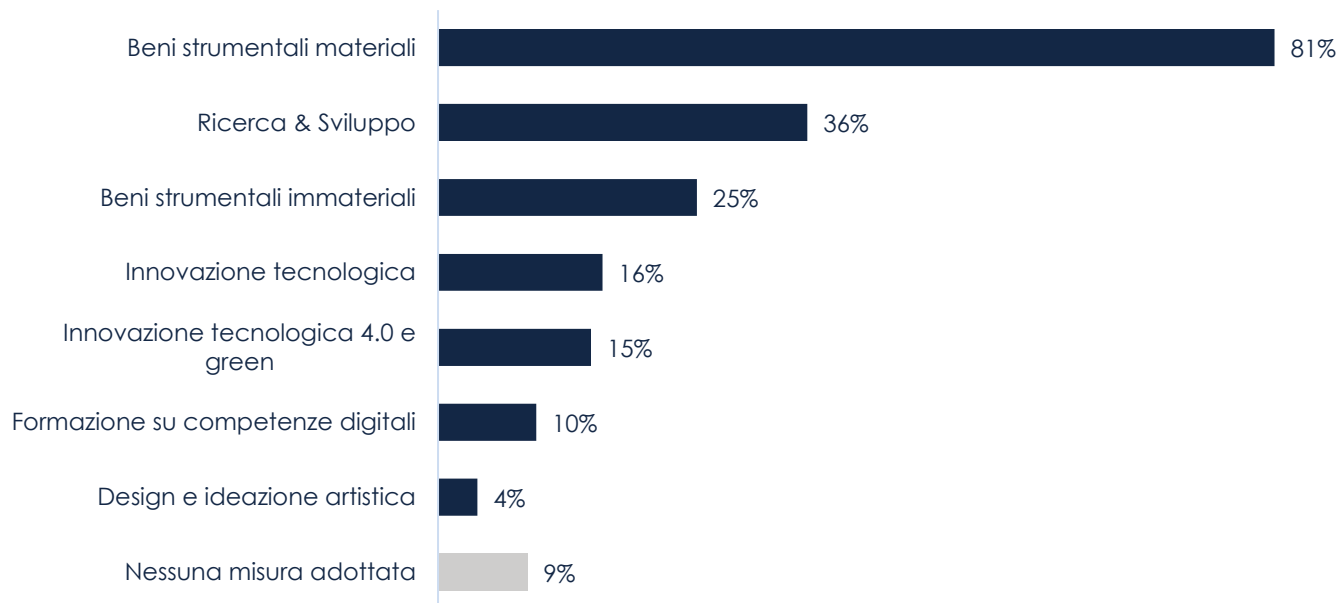
3.12 / IL PIANO TRANSIZIONE 4.0 TRA CAPITALE TECNICO E CONOSCITIVO

Quote % di MI secondo la tipologia di misura del Piano Transizione 4.0 adottata* (% sul totale delle imprese che conoscono il Piano**)

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

*Domanda a risposta
multipla

**Quasi il 90% delle MI
conosce il Piano
Transizione 4.0



- **Più asset materiali che immateriali:** il credito d'imposta più adottato dalle MI è quello sugli investimenti in beni materiali (vi ha fatto ricorso l'81% del totale delle MI che conosce il Piano Transizione 4.0), a netta distanza da quello per le spese in ricerca e sviluppo (36%) e per i beni immateriali (25%). In termini di ampiezza, il 91% delle MI ha sfruttato almeno una misura



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

Report
Medie Imprese

4.0

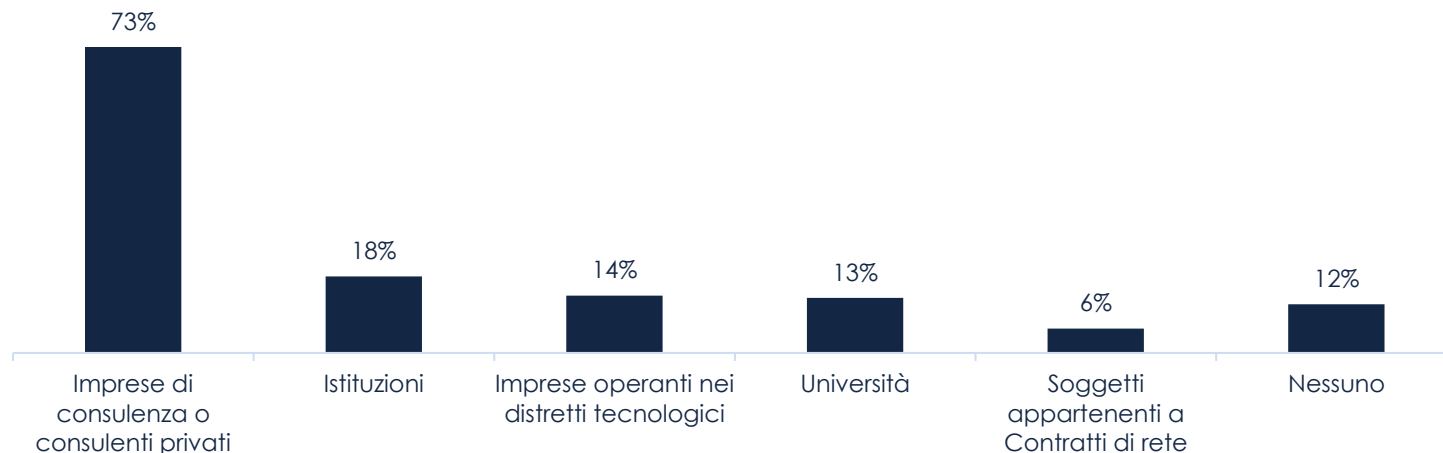
4.1 / FILLING THE VOIDS: IL RUOLO DEI SOGGETTI ESTERNI PER LA TRANSIZIONE DIGITALE DELLE MEDIE IMPRESE

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

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

*Domanda a risposta
multipla

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



- **Il forte ruolo della consulenza...** : oltre il 70% delle MI dichiara che si avvarrà delle imprese di consulenza o consulenti privati per investire nella Transizione Digitale
- **... e anche quello di Istituzioni** e distrettualità:** il secondo soggetto di cui si avvarranno le MI per investire nella Transizione Digitale sono le Istituzioni (Camere di Commercio, ecc.) (18%), a cui seguono le altre imprese operanti nei Distretti tecnologici (14%). L'Università si pone al quarto posto (13%)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

4.2 / RIMUOVERE LE BARRIERE ALLA TRANSIZIONE GREEN

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

Fonte:

Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

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

Scarsità di competenze:

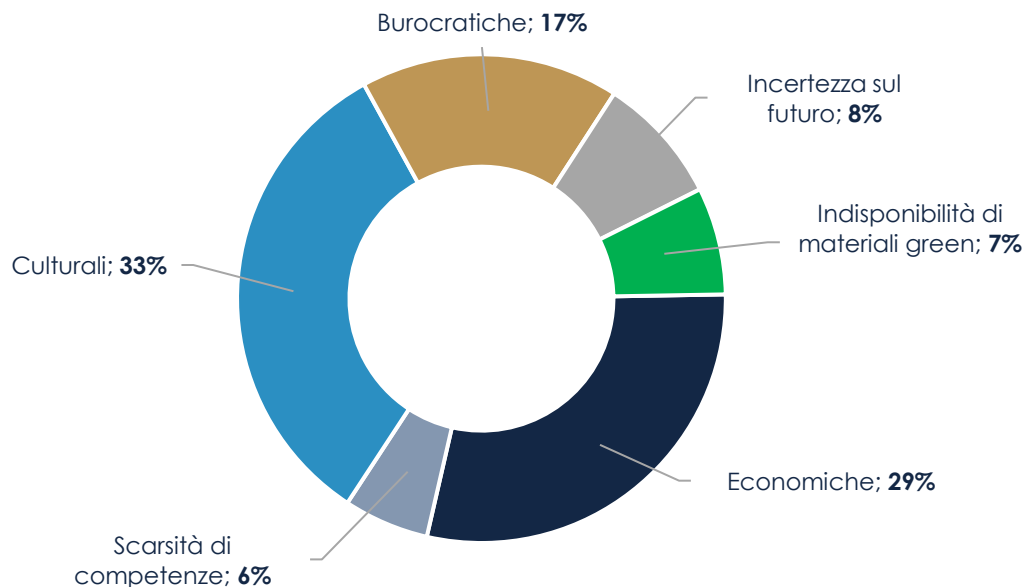
manca di green skills all'interno dell'azienda; difficoltà di reperimento di professionalità con green skills

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



- **Barriere culturali prima di quelle economiche:** le barriere culturali (assenza di conoscenza degli effetti positivi del green sulla competitività dell'azienda, mancanza di interesse da parte del management) sono quelle più frequenti all'interno delle MI che non investiranno nel triennio 2023-25 (dichiarate dal 33% di esse) superando, pur di poco, quelle economiche (che raggiungono un 29% e che comprendono scarsità di risorse economiche, problemi di accesso al credito e tassi di interesse elevati)
- **Il peso della burocrazia:** quasi 20 MI su 100 dichiarano l'eccesso di burocrazia come barriera per iniziare ad investire nella Transizione Green



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

4.3 / RIMUOVERE LE BARRIERE ALLA TRANSIZIONE DIGITALE

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

Fonte:

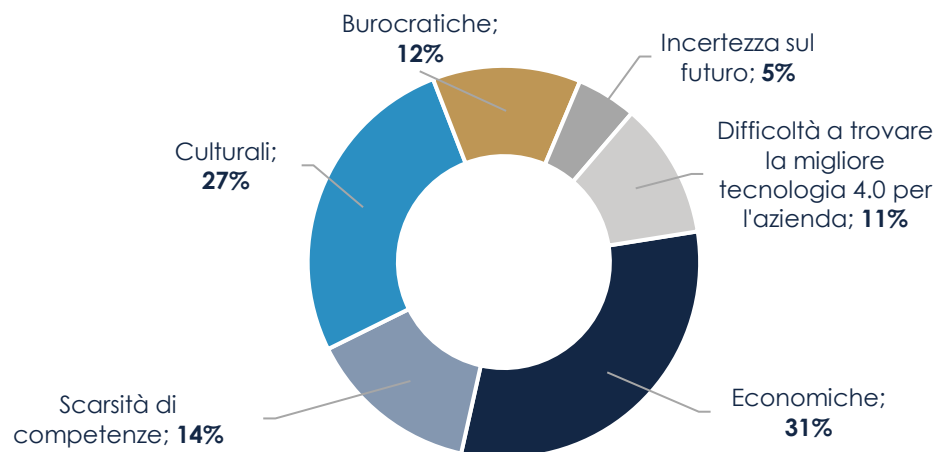
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

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

Scarsità di competenze:
mancanza di digital skills
all'interno dell'azienda;
difficoltà di reperimento di
professionalità con digital
skills

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



- **Non è solo questione di risorse, ma anche di cultura:** circa un terzo (31%) delle MI che non investirà nella Transizione Digitale nel triennio 2023-25 ha indicato la presenza di importanti barriere economiche (scarsità di risorse economiche, problemi di accesso al credito e tassi di interesse elevati, ecc.) come ostacolo principale. Seguono, a breve distanza, le barriere culturali (assenza di conoscenza degli effetti positivi delle tecnologie 4.0 sulla competitività dell'azienda, mancanza di interesse da parte del management), rilevate per il 27% delle MI
- **Il nodo delle competenze e il peso della burocrazia:** oltre 10 MI su 100 dichiarano la mancanza di competenze digitali e l'eccesso di burocrazia come barriere per iniziare ad investire nella Transizione Digitale



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

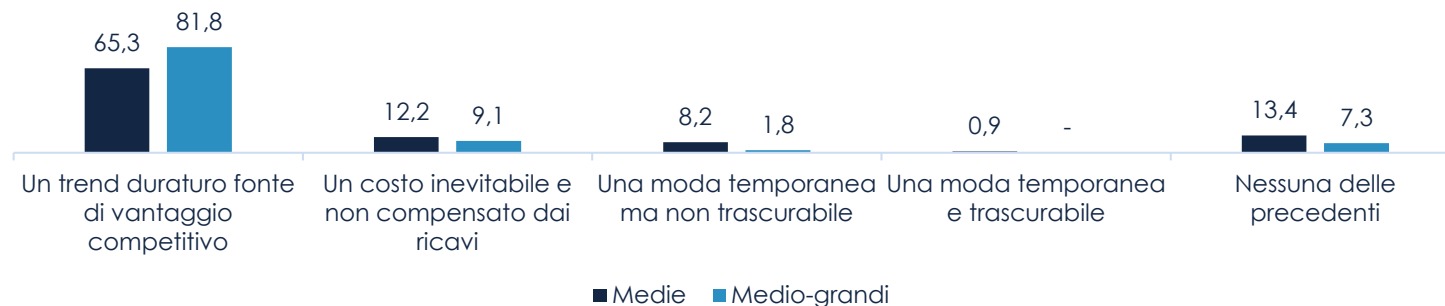
Le medie imprese di fronte alle tematiche ESG

Report
Medie Imprese

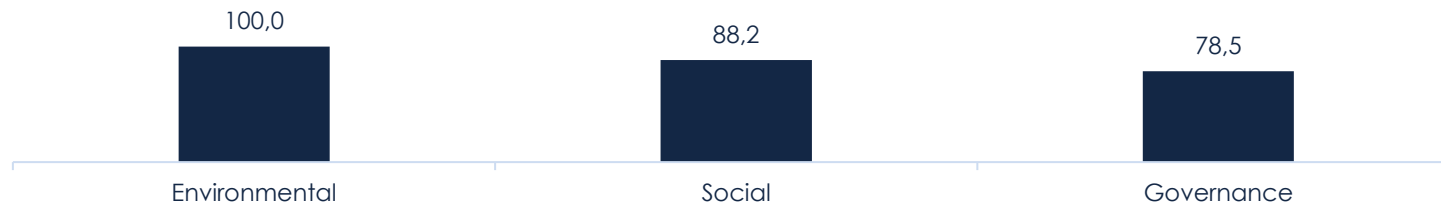
5.0

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

Valutazione dei temi ESG (in % delle imprese rispondenti)



Rilevanza di E, S e G (Quarto capitalismo, punteggio normalizzato)



Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

ESG:
Environmental, Social,
Governance

Quarto capitalismo:
include imprese di media
e medio-grande
dimensione

- Le **tematiche ESG** rappresentano una parte rilevante delle politiche aziendali: **il 65,3% delle medie imprese 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 all'81,8% per le imprese medio-grandi
- **Vi è comunque una quota di aziende ancora scettiche** che considera il fenomeno come un costo non evitabile privo di ricadute positive (12,2% MI, 9,1% medio-grandi) o come una moda temporanea, ma non trascurabile (8,2% MI, 1,8% medio-grandi)
- **La tematica ambientale è ritenuta la più rilevante** e prioritaria tanto dalle medie imprese quanto dalle medio-grandi. Relativamente meno attenzionata la Governance nonostante la sua contiguità con il tema del Capitale Umano



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE

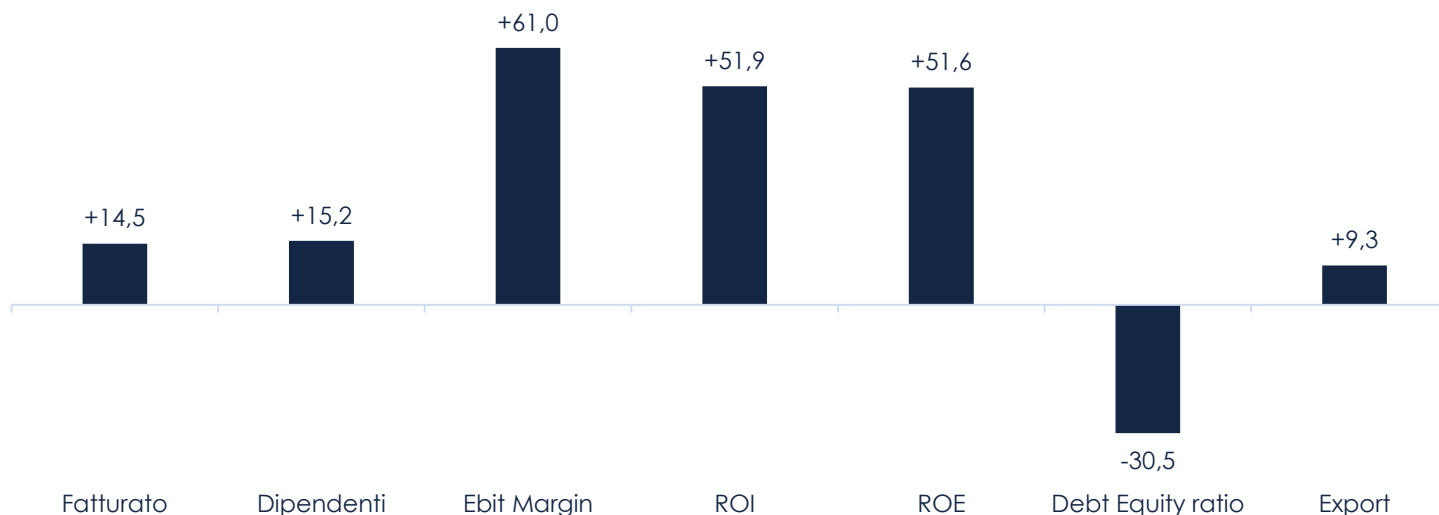


CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

5.2 / MI: SI VEDE IL 'VANTAGGIO COMPETITIVO' DELL'ESG? SEMBRA DI SÌ

Scarto % per alcuni KPI a favore delle MI che considerano gli ESG un vantaggio competitivo rispetto a quelle scettiche

Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023 e
dati propri



- **Le medie imprese che ritengono le tematiche ESG un trend duraturo e fonte di vantaggio competitivo hanno messo a segno performance migliori** rispetto alle aziende più scettiche
- Gli scarti più significativi riguardano la redditività (**Ebit Margin +61%**, **ROI +51,9%** e **ROE +51,6%**)
- **Il vantaggio in termini di fatturato è pari al +14,5%** (+9,3% oltreconfine)
- **I benefici ESG riguardano anche l'indebitamento** che risulta inferiore del 30,5% rispetto a quello delle aziende meno attente a queste tematiche



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

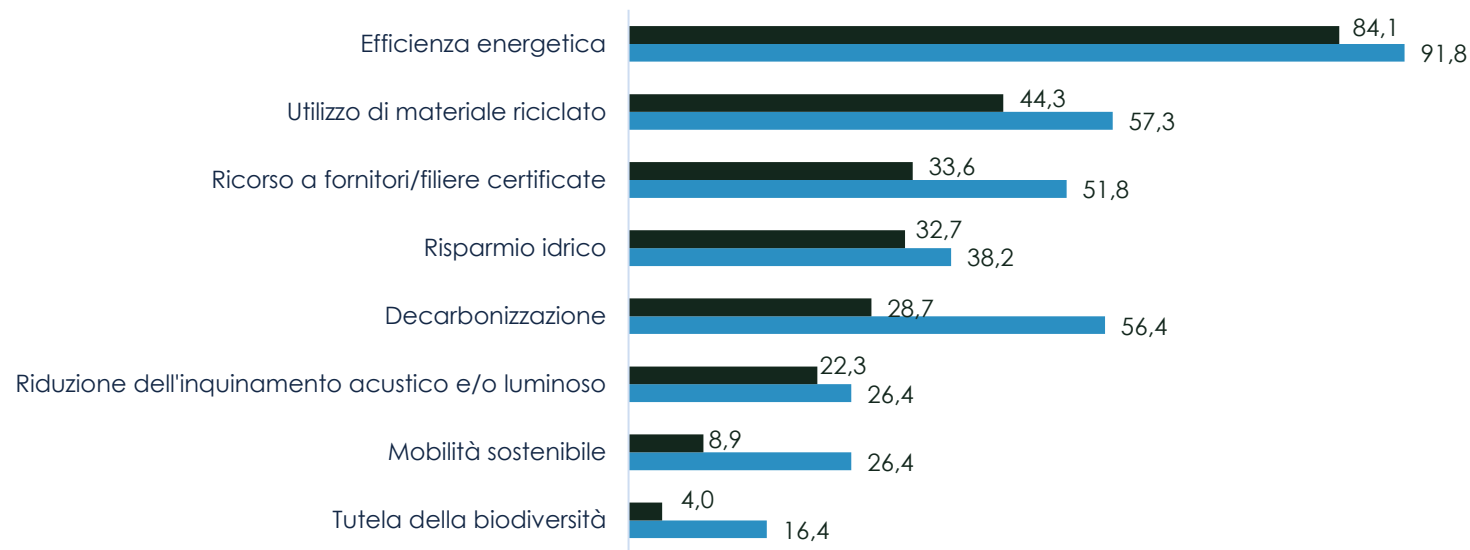
5.3 / ESG: AZIONI INTRAPRESE IN TEMA DI ENVIRONMENT

In % delle imprese rispondenti*

Fonte:

Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

*Possibili risposte multiple



- Scorporando i diversi ambiti ESG, **sul fronte Environment, le azioni maggiormente intraprese dalle medie imprese vertono sul raggiungimento dell'efficienza energetica** (84,1% delle rispondenti), sull'utilizzo di materiale riciclato connesso alla gestione circolare dei rifiuti (44,3%) e sulla gestione responsabile delle catene di approvvigionamento mediante l'utilizzo di fornitori certificati (33,6%)
- Ancora **poca l'attenzione delle medie imprese verso la tutela della biodiversità** (4% delle preferenze) e la mobilità sostenibile (8,9%)
- **Le imprese di maggiore dimensione sono ancora più orientate verso il risparmio energetico** (91,8% delle rispondenti) e, in generale, verso tutti gli altri ambiti di azione in tema ambientale



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

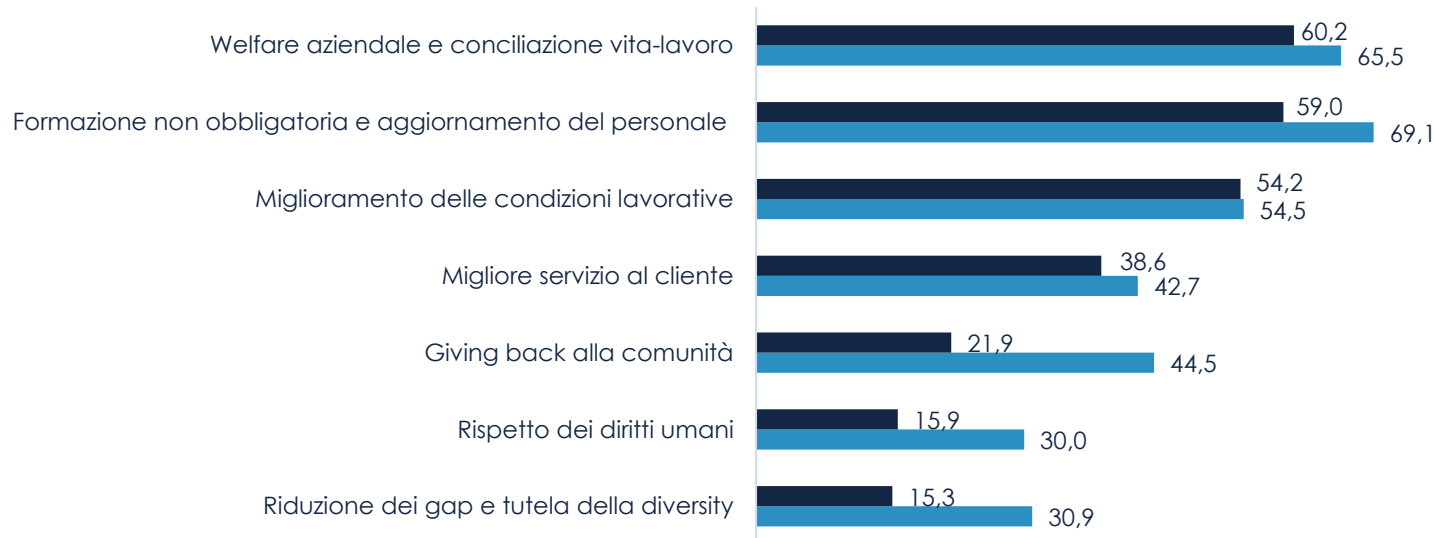
5.4 / ESG: PRINCIPALI INTERVENTI IN AMBITO SOCIAL

In % delle imprese rispondenti*

Fonte:

Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

*Possibili risposte multiple



- In ambito Social **le MI pongono molta attenzione al Capitale Umano** per il quale sono predisposte forme di welfare aziendale e iniziative per raggiungere il work life balance (60,2% delle preferenze) oltre a programmi di formazione e aggiornamento di natura non obbligatoria (59%) e attività per migliorare le condizioni lavorative (54,2%)
- **L'orientamento al cliente è prioritario per il 38,6% delle medie imprese rispondenti**, mentre il 21,9% delle aziende è impegnato in attività di giving back verso le comunità locali ospitanti
- **Per le imprese di maggiore dimensione l'azione prioritaria in ambito Social riguarda le attività di formazione non obbligatoria e di aggiornamento del personale** (69,1% delle rispondenti) seguita dall'adozione di forme di welfare aziendale e da iniziative per la conciliazione vita-lavoro (65,5%)



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



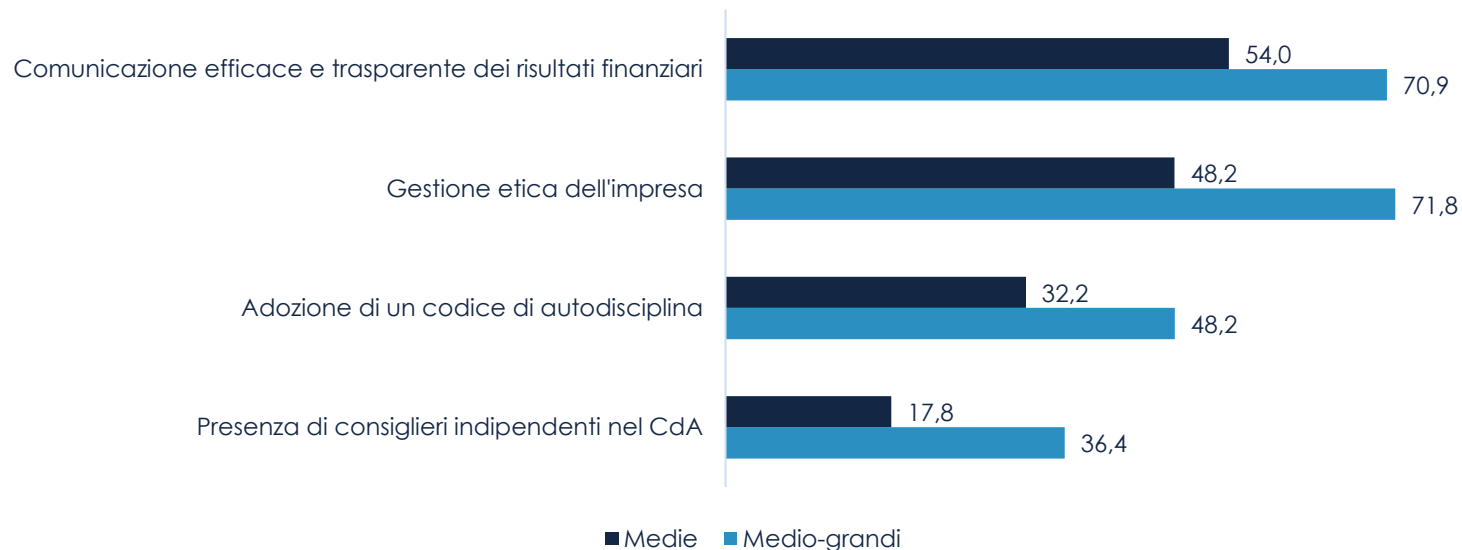
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

5.5 / ESG: AZIONI SULLA GOVERNANCE

In % delle imprese rispondenti*

Fonte:
Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

*Possibili risposte multiple



- Tra le principali azioni intraprese dalle medie imprese in tema di Governance, **la predominante è rappresentata dalla comunicazione efficace e trasparente dei risultati finanziari** dichiarata dal 54% delle imprese. Il 48,2% attribuisce importanza alla gestione etica dell'azienda e il 32,2% adotta un codice di autodisciplina
- **La gestione etica dell'impresa rappresenta l'azione di Governance più esercitata dalle aziende di medio-grande dimensione (71,8%)**
- **Ancora esigua la quota di MI propense all'apertura del CdA** a membri esterni (17,8%); essa sale al 36,4% per le aziende medio-grandi



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

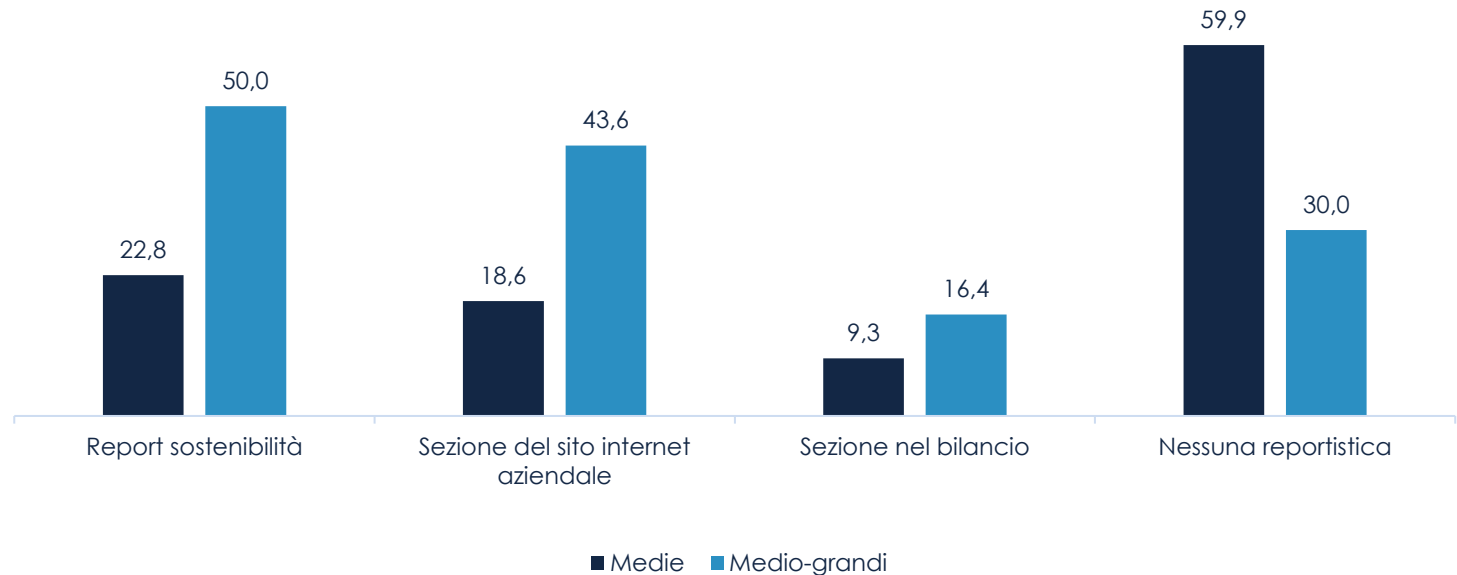
5.6 / ESG: COMUNICO...QUINDI ESISTO

In % delle imprese rispondenti*

Fonte:

Indagine campionaria Area
Studi Mediobanca, 2023

*Possibili risposte multiple



- Lo strumento più utilizzato per la **comunicazione dei temi ESG** è rappresentato dalla predisposizione di un **rapporto ufficiale dedicato** (22,8% delle MI e 50% delle imprese medio-grandi). Seguono un'apposita sezione del website aziendale (18,6% le MI e 43,6% le medio-grandi) e una all'interno del bilancio (rispettivamente, 9,3% e 16,4%)
- **Resta comunque sorprendente che circa il 60% delle medie imprese** (e il 30% delle medio-grandi) **indichi che le strategie di sostenibilità**, sebbene attuate, **non siano comunicate in alcun modo**



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



II PNRR

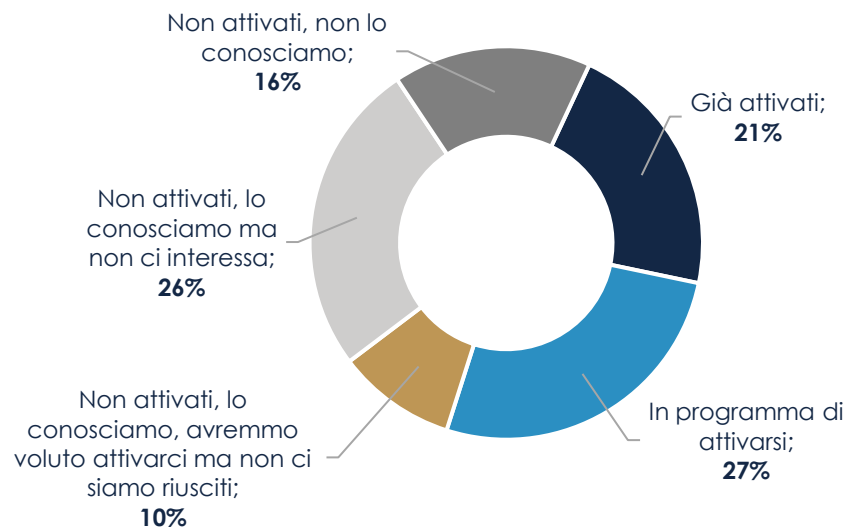
6.0

6.1 / PNRR: «CONOSCERE PER ATTIVARSI»... VOLONTÀ E CONDIZIONI PERMETTENDO

MI che si sono attivate o hanno in programma di attivarsi in maniera diretta sui progetti del PNRR di supporto alle imprese (quote %)

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

PNRR: Piano Nazionale di
Ripresa e Resilienza



- **Le MI attive sul PNRR:** le MI dimostrano una rilevante propensione ad attivarsi sui progetti del PNRR, il 21% si è già attivato e un ulteriore 27% ha in programma di attivarsi nel prossimo futuro
- **Oltre la metà delle MI potenzialmente coinvolta nel PNRR:** se alle MI già attive o in programma di attivarsi si aggiungono anche quelle che vorrebbero attivarsi ma non vi riescono (pari al 10%) si ottiene che quasi 60 MI su 100 sarebbero potenzialmente coinvolgibili nei progetti del PNRR
- **Il coinvolgimento indiretto, lavorare nella filiera produttiva del PNRR:** l'11% delle MI dichiara di lavorare per altre imprese coinvolte o in programma di essere coinvolte direttamente sui progetti del PNRR; un 6% invece dichiara di lavorare, o ha in programma di farlo, per lavori pubblici relativi al PNRR



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



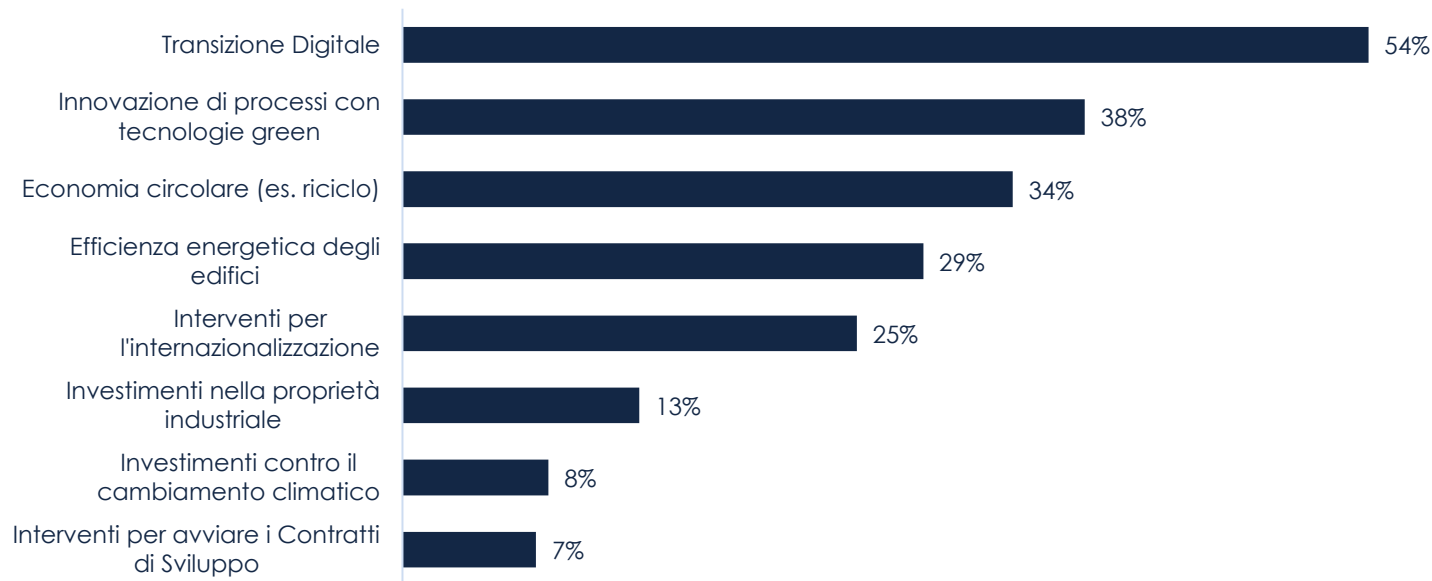
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

6.2 / PNRR: SU QUALI AREE SI ATTIVANO LE IMPRESE

Aree di intervento su cui le MI si stanno attivando in maniera diretta sui progetti del PNRR di supporto alle imprese (quote %*)

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

*Quote percentuali sul
totale delle imprese che si
sono attivate o hanno in
programma di attivarsi;
domanda a risposta
multipla



- **PNRR come leva per la Transizione Digitale:** la maggior parte delle MI si attiva sul PNRR per investire nella Transizione Digitale (54% sul totale di quelle che si sono attivate o hanno in programma di farlo), mentre al secondo e terzo posto si trovano due investimenti legati alla Transizione Green: innovazione dei processi con tecnologie green (38%) ed economia circolare (34%)
- **MI impegnate su più aree:** tra le MI che si sono attivate/si attiveranno, ben il 54% lo farà in 3 o più aree di intervento



AREA STUDI
MEDIOBANCA



UNIONCAMERE



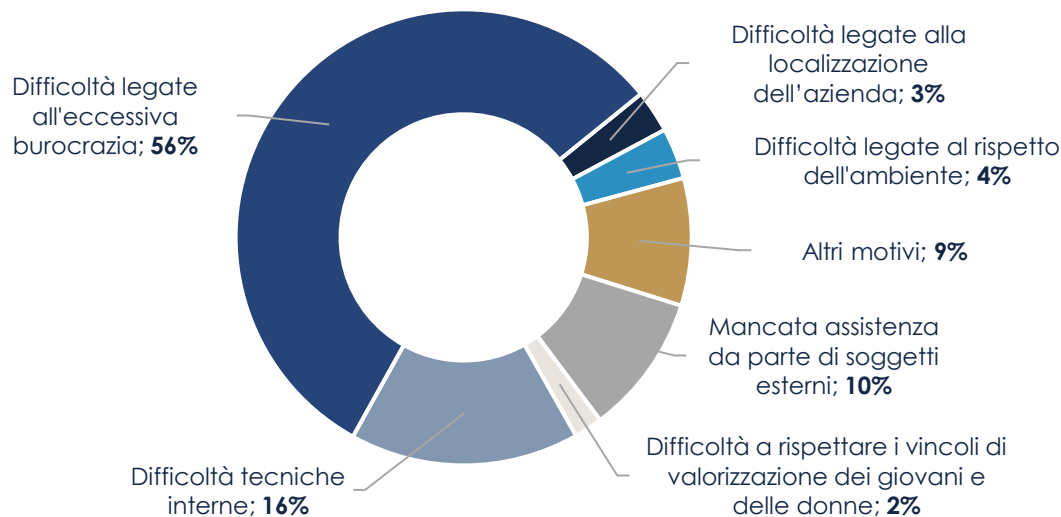
CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

6.3 / GLI OSTACOLI TRA MI E PNRR

Barriere all'attivazione del PNRR indicate dalle MI (quote %*)

Fonte:
Indagine Centro Studi
Tagliacarne-Unioncamere,
2023

*Quote percentuali sul
totale delle imprese che
conoscono il PNRR ma
non si sono attivate sui
relativi progetti



- **Il freno della burocrazia:** oltre la metà (56%) delle MI che non si sono attivate sul PNRR indicano come motivazione l'eccessivo peso della burocrazia
- **Barriere interne ed esterne all'azienda:** in altri casi, le MI dichiarano di avere delle difficoltà interne (legate alla mancanza di personale in grado di seguire le procedure amministrative, 16%) o affermano di non aver ricevuto la dovuta assistenza tecnica da parte di soggetti esterni adibiti a tale compito (10%)



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 Guglielmo Tagliacarne-Unioncamere, *I fattori di competitività delle medie imprese: 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
- www.unioncamere.gov.it
- www.tagliacarne.it