

IL MONDO DELL'ARTIGIANATO VISTO DALLE IMPRESE DEL SETTORE: DIMENSIONAMENTO E RELAZIONI PRODUTTIVE



Giugno 2010

IL MONDO DELL'ARTIGIANATO VISTO DALLE IMPRESE DEL SETTORE: DIMENSIONAMENTO E RELAZIONI PRODUTTIVE



Giugno 2010

© Provincia Autonoma di Trento - Servizio Statistica

Il Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento autorizza la riproduzione parziale o totale del presente volume con la citazione della fonte.

A cura di: Gilda Forti - Servizio Statistica
Mariacristina Mirabella - Servizio Statistica

Coordinamento editoriale: Nicoletta Novello - Servizio Statistica

Progetto grafico, impaginazione e stampa: Studio Bi Quattro - Trento

Le principali pubblicazioni del Servizio Statistica
sono disponibili nel Sito Internet **www.statistica.provincia.tn.it**

Supplemento al Foglio Comunicazioni
Direttore responsabile dott. Giampaolo Pedrotti
Aut. Trib. di Trento n.403 del 02/04/1983



	Premessa	pag. 5
	Gli aspetti metodologici	pag. 7
	L'artigianato e il territorio	pag. 9
	La dimensione economica dell'artigianato	pag. 13
	I punti di forza percepiti dall'artigiano	pag. 17
	Le relazioni dell'artigianato con il mercato	pag. 23
	Le relazioni produttive tra imprese	pag. 29
	Caratteri innovativi dell'artigianato	pag. 33
	I rapporti di collaborazione tra le imprese	pag. 37
	La scelta della sede aziendale	pag. 41
	La percezione della propria realtà economica	pag. 45
	La percezione della realtà economica nel complesso	pag. 49
	I diversi profili della figura artigiana	pag. 51
	Considerazioni conclusive	pag. 55



Il Servizio Statistica, in collaborazione con il Servizio Artigianato della Provincia autonoma di Trento, nel corso dell'anno 2008 ha proposto ad un campione rappresentativo di imprese artigiane un questionario con l'intento di cogliere alcune caratteristiche del settore, poco indagate per questa tipologia di imprese.

Il mondo dell'artigianato¹ è infatti una realtà produttiva molto importante (si consideri che coinvolge, in provincia di Trento, circa 38.000 lavoratori), ma poco analizzata a livello statistico. È da sottolineare, infatti, la difficoltà nel riuscire a contattare gli imprenditori artigiani in quanto la struttura aziendale nella maggior parte dei casi è composta da ditte individuali, spesso con un solo addetto, la cui sede amministrativa è solitamente l'abitazione del titolare. Tali difficoltà non garantiscono un elevato tasso di risposta e il disturbo statistico è maggiormente sentito.

Proprio per i limiti di cui sopra, i risultati raggiunti in termini di risposta attraverso la presente indagine si possono ritenere molto soddisfacenti. Il tasso di risposta è risultato alla fine pari circa all'80% e i questionari compilati sono stati ben 2.059.

L'indagine proposta focalizza la sua attenzione sugli aspetti economico-finanziari dell'impresa, sui vantaggi competitivi dell'azienda, sui rapporti con la concorrenza e sugli elementi per la definizione dei prezzi dei prodotti/servizi, nonché affronta il tema della collaborazione tra imprese e delle relazioni produttive, degli investimenti e innovazioni, ed infine, dei fattori di criticità percepiti dall'impresa. I temi trattati costituiscono lo spunto per approfondimenti successivi che potranno essere condotti sul settore e che, in questa sede, sono stati volutamente affrontati solo marginalmente privilegiando un'analisi di tipo descrittivo del contesto delle imprese artigiane trentine.

¹ L'artigianato non è un settore produttivo, ma un modo di fare produzione, caratterizzato dalla prevalenza del lavoro manuale, e pertanto è presente sia nel settore industriale che nel settore dei servizi.



La numerosità delle imprese artigiane, data la loro micro-dimensione, è sicuramente uno dei problemi principali che è necessario affrontare nel disegnare il campione per un'indagine di questo tipo. In tal senso, riuscire a tener conto delle specificità settoriali e della dimensione territoriale ed occupazionale comporta necessariamente dei costi operativi molto elevati. Ciononostante, il disegno campionario che è stato adottato in questo studio ha cercato di tener conto, nella definizione della numerosità del campione, sia del settore produttivo in cui opera l'azienda, sia della sua collocazione geografica, ovviamente attraverso alcune ipotesi semplificatrici che dovevano permettere di contenere la numerosità complessiva entro limiti ragionevolmente compatibili con i costi organizzativi dell'operazione.

Per classificare i comuni si è utilizzata la suddivisione proposta nel Programma di Sviluppo Provinciale della 13° Legislatura che individua i comuni dinamici di fondovalle e le zone di espansione differenziandoli rispetto agli altri comuni, situati in zone a minor sviluppo economico². Si vedrà poi nel proseguo dell'analisi dei risultati dell'indagine come la collocazione geografica poco incide sulla struttura dell'azienda artigiana e sui suoi rapporti con il mercato.

Relativamente ai settori economici, essi sono stati individuati raggruppando le categorie economiche proposte dall'Albo delle imprese artigiane³. Nello specifico, i comparti analizzati sono descritti nella tavola che segue in cui la variabile "Settore" costituisce lo strato campionario adottato per l'estrazione del campione.

² I comuni sono stati raggruppati in base alla loro dinamicità economica, suddividendo da una parte i comuni dinamici sia di fondovalle che delle zone di espansione e dall'altra i comuni meno dinamici.

³ Gli uffici dell'Albo delle imprese artigiane utilizzano prevalentemente una classificazione economica piuttosto dettagliata che suddivide i settori sulla base delle caratteristiche merceologiche dei prodotti.

TABELLA 1 - STRATIFICAZIONE SETTORIALE

Settore di attività	Categorie	Universo	Campione
Alimentari e tessili	Alimentari	390	187
	Pelli	60	34
	Tessuti	233	120
		683	341
Costruzioni	Edilizia	4.596	434
	Impiantistica	1.480	135
		6.076	569
Altre lavorazioni	Carta	134	54
	Ottica	179	70
	Strumenti musicali	14	7
	Oreficeria	61	26
	Vetro ceramica	79	36
	Estrattive	311	150
	Chimica, plastica, gomma	80	28
		858	371
Legno		1.092	405
		1.092	405
Meccanica	Ferro e leghe	512	140
	Meccanica	1.235	323
		1.747	463
Servizi vari	Estetica della persona	1.072	274
	Servizi vari	766	198
		1.838	472
Trasporti		1.002	396
		1.002	396
Totale		13.296	3.017

Fonte: Elaborazioni Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento su dati Albo Artigiani - 2007

Dal punto di vista più strettamente statistico, si è quindi operato con 7 strati settoriali e due strati territoriali, per un totale di 14 strati. L'estrazione è stata condotta attraverso un campionamento proporzionale che, indirettamente, riesce a tener conto anche della dimensione occupazionale.

Dal punto di vista temporale, l'indagine è stata proposta verso la fine del 2008, e le informazioni contabili si riferiscono all'anno immediatamente precedente.

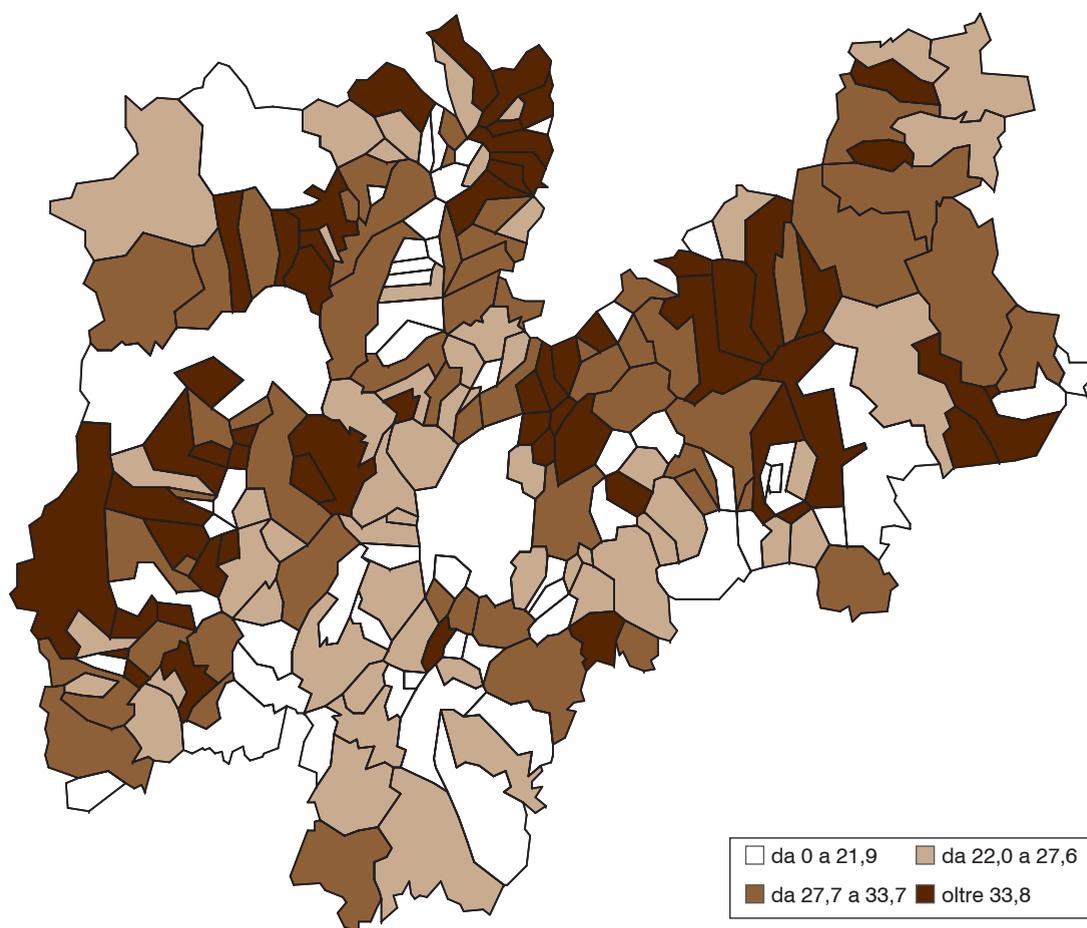
Tutte le tabelle analizzano i valori percentuali tenendo conto del campione riportato all'universo, con la correzione quindi dovuta agli errori di campionamento.



P

er poter inquadrare il ruolo e il livello di integrazione della dimensione artigiana sul territorio è stato calcolato un indicatore della vocazione imprenditoriale artigiana, espresso dal rapporto tra la numerosità delle imprese artigiane e la popolazione residente per singolo comune.

FIGURA 1 - DISTRIBUZIONE DELL'INCIDENZA DELL'ARTIGIANATO SULLA POPOLAZIONE RESIDENTE (IMPRESE/1.000 ABITANTI)



Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

L'indicatore della vocazione imprenditoriale artigiana così costruito presenta a livello provinciale valori notevolmente superiori rispetto a quelli nazionali: 27,6 imprese artigiane per 1.000 abitanti in Trentino, contro le 24,7 imprese in Italia⁴.

L'analisi micro-territoriale mostra valori relativamente minori soprattutto nelle aree di fondovalle, aree caratterizzate da una maggiore presenza di realtà industriali. L'artigianato, almeno per quanto riguarda il Trentino, si sviluppa, quindi, prevalentemente in contrapposizione alle realtà industriali, ovvero sostituisce in parte le carenze produttive dell'area.

Il confronto con la realtà italiana è scarsamente praticabile, viste le diverse dimensioni territoriali che si stanno considerando. Per la cronaca, l'Italia vede comunque una maggiore presenza dell'artigianato nelle aree a maggior sviluppo industriale (Centro - Nord)⁵: indici superiori alle 30 imprese artigiane per mille abitanti si ritrovano infatti nelle realtà territoriali del Centro - Nord, mentre una densità inferiore alla media nazionale si ritrova quasi sempre nelle regioni situate nel Meridione.

Un secondo indicatore capace di rendere conto del peso reale dell'artigianato nelle diverse zone della provincia è rappresentato dall'incidenza delle imprese artigiane sul totale delle imprese attive, escludendo le imprese agricole. Tale indicatore consente, infatti, di rapportare la vitalità imprenditoriale artigiana alla consistenza delle attività economiche complessive di una data area, mettendo così in luce la centralità (o per contro, la scarsa rilevanza) del fenomeno artigiano. Nel 2005, in Italia, le imprese artigiane rappresentavano oltre un terzo (34,8%) del totale delle imprese extra - agricole attive, con una presenza particolarmente significativa in aree quali Marche, Emilia-Romagna, Valle d'Aosta, Veneto e Umbria e, all'inverso, un'incidenza inferiore alla media nazionale in Sicilia, Lazio, Calabria, Puglia e Campania.

Nel territorio provinciale l'indicatore della vitalità imprenditoriale arti-

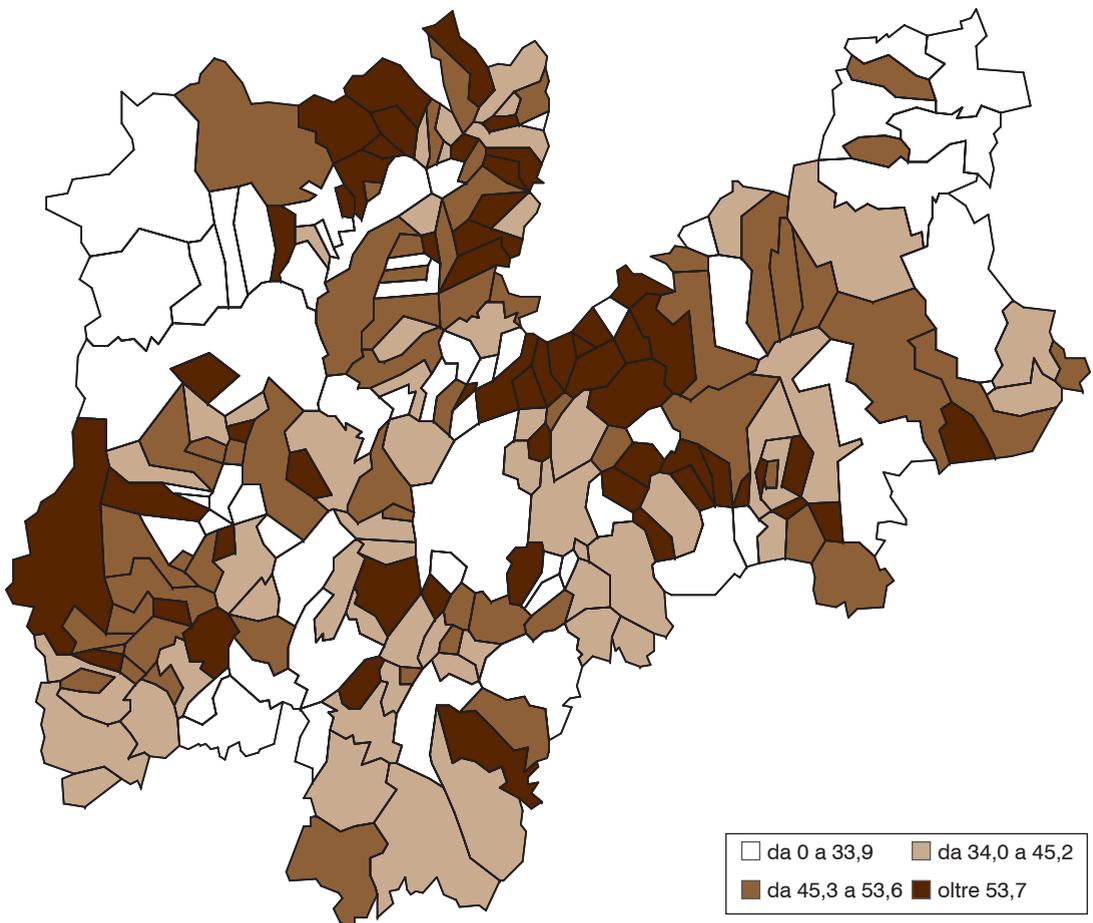
⁴ Occorre peraltro tenere presente che la legislazione nazionale sull'Artigianato definisce in modo diverso l'impresa artigiana, ovvero, nella legislazione provinciale, sono previsti limiti occupazionali maggiori.

⁵ Cfr. Secondo Rapporto dell'Artigianato - dati anno 2005



giana si colloca intorno al 45,2%, su valori quindi di molto superiori a quelli registrati a livello nazionale. E' possibile pertanto affermare che in Trentino quasi 1 impresa su 2 è artigiana. A livello micro-territoriale, l'indicatore conferma una maggiore vitalità nelle aree non a vocazione turistica. Altresì nelle aree di fondovalle l'indicatore della vitalità imprenditoriale artigiana si colloca su livelli inferiori, in quanto in tali aree è maggiore il numero di imprese di servizi che vanno ad aumentare il numero delle imprese al denominatore del rapporto e tendono, ovviamente, a schiacciare l'indicatore verso il basso.

FIGURA 2 - DISTRIBUZIONE DELL'INCIDENZA DELL'ARTIGIANATO SUL TOTALE DELLE IMPRESE EXTRA - AGRICOLE





Per poter valutare la dimensione economica del mondo artigiano si utilizza sovente l'analisi per classe di fatturato, proprio per cogliere in che modo l'attività delle imprese si distribuisce secondo una determinata griglia di volume di affari⁶.

I dati mostrano come la realtà artigiana sia composta prevalentemente da ditte che hanno un fatturato inferiore ai 100.000 euro (dati anno 2007). Vi sono però differenziazioni significative tra i settori di attività. La fascia minima di fatturato è maggiormente presente nel settore dei servizi e in quello delle costruzioni, settori prevalentemente rappresentati da ditte individuali (58%).

Laddove, però, la lavorazione richiede l'acquisizione di macchinari più specializzati e costosi, aumenta necessariamente anche il livello del fatturato (meccanica, legno e lavorazioni). La richiesta di maggiori investimenti iniziali in termini di infrastrutture produttive è connessa quindi ad una maggior dimensione aziendale, che assicura anche una maggiore redditività.

TABELLA 2 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE PER CLASSE DI FATTURATO E SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Fino a 50.000 euro	Da 50.001 a 100.000 euro	Da 100.001 a 500.000 euro	Oltre 500.001 euro	Totale
Alimentari e tessili	38,5	18,6	31,5	11,4	5,1
Costruzioni	50,9	17,8	21,7	9,6	45,9
Lavorazioni	31,4	18,4	37,0	13,2	6,5
Legno	34,8	16,1	36,7	12,4	8,1
Meccanica	26,3	13,8	45,2	14,8	13,0
Servizi vari	67,4	20,8	10,2	1,7	13,9
Trasporti	32,4	25,2	32,9	9,6	7,6
Totale	45,4	18,2	26,7	9,7	100,0

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

⁶ Per evitare che il titolare dell'impresa dovesse far ricorso alla consultazione dei registri contabili e/o dichiarazioni fiscali o alla consulenza esterna di un commercialista, si è scelto di richiedere una collocazione dell'impresa per classi di fatturato, proprio nell'ottica della semplificazione e della minimizzazione dei costi del disturbo statistico. Il sacrificio della perdita informativa del valore puntuale è stato peraltro ricompensato da un tasso di risposta pressoché totale.

Passando poi ad una valutazione della dimensione aziendale alla luce degli addetti occupati è chiaro come anche il numero degli addetti sia fortemente correlato alla dimensione del fatturato. In un settore come quello dell'artigianato che si basa quasi esclusivamente sulla professionalità e sulle capacità delle persone che operano in azienda, ritrovare redditività medio-basse per le ditte individuali rientra quindi nella normalità. Per converso, a fronte di dimensioni maggiori, cresce anche l'incidenza delle imprese in fasce di volume d'affari più consistenti.

TABELLA 3 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE PER CLASSE DI FATTURATO E CLASSE DI ADDETTI (2007)

Classe di addetti	Fino a 50.000 euro	Da 50.001 a 100.000 euro	Da 100.001 a 500.000 euro	Oltre 500.001 euro	Totale
1 addetto	75,3	18,3	6,2	0,2	50,2
Da 2 a 5 addetti	19,9	23,8	52,0	4,2	36,5
6 addetti e più	2,2	2,4	34,6	60,9	13,3

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

È interessante osservare anche come la collocazione geografica in zona "sviluppata" o meno, secondo la definizione delle zone in base al Piano di Sviluppo Provinciale, non incida in modo significativo sulla distribuzione per classe di fatturato, segno che la marginalità di sviluppo non rappresenta un fattore di ostacolo alla minore o maggiore redditività di queste imprese.

TABELLA 4 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE PER CLASSE DI FATTURATO E TIPO DI COMUNE SEDE DELL'IMPRESA (2007)

Tipo di Comune	Fino a 50.000 euro	Da 50.001 a 100.000 euro	Da 100.001 a 500.000 euro	Oltre 500.001 euro	Totale
Comuni in area dinamica	45,8	18,3	26,4	9,5	59,2
Comuni in altra zona	44,8	18,1	27,2	10,0	40,8

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



Analizzando le classi di fatturato per il comprensorio di appartenenza, si riscontra invece una maggior differenziazione. Si segnala una dimensione economica maggiore nel comprensorio della Valle di Fiemme, mentre le realtà produttive caratterizzate dalla presenza di ditte artigiane che presentano fatturati minori si concentrano nei comprensori Ladino di Fassa, nella Valle di Sole e nella Vallagarina.

TABELLA 5 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE PER CLASSE DI FATTURATO E COMPRESORIO SEDE DELL'IMPRESA (2007)

Comprensorio	Fino a 50.000 euro	Da 50.001 a 100.000 euro	Da 100.001 a 500.000 euro	Oltre 500.001 euro	Totale
della Valle di Fiemme	34,6	19,2	39,9	6,4	5,4
di Primiero	36,6	15,3	36,2	12,0	1,9
della Bassa Valsugana e del Tesino	43,4	14,9	33,4	8,3	5,6
Alta Valsugana	45,0	16,8	24,5	13,7	12,7
della Valle dell'Adige	46,6	20,4	26,6	6,4	28,4
della Valle di Non	40,4	22,6	23,0	14,1	9,6
della Valle di Sole	49,7	14,0	25,6	10,7	3,6
delle Giudicarie	47,3	20,1	23,5	9,1	9,3
Alto Garda e Ledro	45,0	16,2	26,0	12,9	8,1
della Vallagarina	48,5	15,2	25,9	10,5	13,6
Ladino di Fassa	61,7	12,7	22,1	3,6	1,8

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nell'analisi per forma giuridica dell'impresa, è ancora più evidente come l'assetto giuridico sia strettamente legato alle dimensioni economico-aziendali: le ditte individuali hanno in media fatturati inferiori rispetto alle imprese organizzate in forma societaria. Aumentando la dimensione è quindi più facile osservare strutture organizzative più complesse in cui il rischio aziendale può essere ripartito tra più soggetti.

TABELLA 6 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE PER CLASSE DI FATTURATO E FORMA GIURIDICA DELL'IMPRESA (2007)

Forma giuridica	Fino a 50.000 euro	Da 50.001 a 100.000 euro	Da 100.001 a 500.000 euro	Oltre 500.001 euro	Totale
Consorzio	17,0	-	39,0	44,0	0,4
Ditta individuale	59,7	20,7	17,7	1,9	71,4
Società a responsabilità limitata - socio unico	5,8	19,9	46,9	27,4	0,4
Società accomandita semplice	9,6	18,2	60,9	11,2	2,3
Società in nome collettivo	10,0	12,4	50,2	27,4	23,4
Società a responsabilità limitata - con più soci	3,7	2,2	27,2	66,9	2,1

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



Per poter definire quali siano le peculiarità positive della realtà artigiana trentina, si è chiesto all'imprenditore di valutare quali fossero i vantaggi dell'azienda rispetto alle imprese concorrenti.

Dalle risposte emerge chiaramente come l'artigiano sia ben conscio della professionalità che richiede la gestione dell'azienda e dell'importanza della qualità dei prodotti/servizi offerti. L'artigiano tende infatti ad autorappresentarsi come colui che grazie al proprio lavoro offre tutta la professionalità, passione e competenza al fine di garantire che la sua impresa sia in grado di produrre cose o servizi migliori rispetto alla concorrenza.

Si può dunque affermare che il mondo artigiano non abbia dubbi sulla centralità del ruolo che l'imprenditore deve avere per competere e sia ben conscio dell'alta specializzazione che richiede il proprio lavoro. Meno importanti sembrano i vantaggi competitivi forniti da fattori legati al prezzo o all'assenza di concorrenti nella zona di gravitazione dell'impresa.

È chiaro come in tale visione i vantaggi siano da ascrivere quasi esclusivamente al valore dell'apporto professionale dell'artigiano e risulti più trascurata la percezione dei vantaggi legati al settore in cui l'impresa opera. Non vengono ritenute determinanti per la sopravvivenza dell'impresa come veri e propri vantaggi le caratteristiche del settore produttivo di appartenenza.

L'elemento della professionalità aziendale è considerato la caratteristica distintiva soprattutto nei settori delle costruzioni, nella meccanica e nei trasporti. Allo stesso tempo il settore dei trasporti è quello con maggiori difficoltà nel riconoscerne un proprio valore intrinseco (ben il 28% degli intervistati dichiara di non avere vantaggi competitivi).

TABELLA 7 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA VALUTAZIONE DEI VANTAGGI COMPETITIVI PERCEPITI DALLE IMPRESE IN BASE AL SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Assenza di concorrenti in zona	Prezzi inferiori alla concorrenza	Prodotti/servizi migliori	Professionalità dell'azienda	Non ho vantaggi competitivi
Alimentari e tessili	7,1	8,8	34,8	38,0	11,3
Costruzioni	0,8	11,2	21,7	50,8	15,5
Lavorazioni	3,4	5,8	28,6	42,5	19,7
Legno	3,7	9,0	30,3	39,4	17,6
Meccanica	4,2	11,6	24,6	45,4	14,2
Servizi vari	3,9	15,0	25,2	39,8	16,1
Trasporti	3,7	4,3	18,7	45,0	28,2
Totale	2,7	10,7	24,3	45,8	16,5

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte

Come si evince dai dati, il prezzo a cui si offre una merce/servizio non è quasi mai considerato l'elemento competitivo, ovvero una ditta artigiana si deve contraddistinguere, secondo la stessa visione imprenditoriale, più per la propria professionalità e per la qualità del prodotto offerto che per il prezzo a cui lo stesso viene proposto. Sarebbe interessante poter riproporre tale domanda anche alle imprese con dimensioni maggiori del settore industriale al fine di verificare se l'autocoscienza dell'apporto del lavoro dell'imprenditore risulti così ben definita e radicata. Non potendo operare in tal senso, ci si può limitare ad osservare le risposte fornite in base alla classe dimensionale delle imprese artigiane intervistate: aumentando il numero degli addetti, aumenta anche l'"autostima" legata alla professionalità aziendale e alla qualità dei prodotti e dei servizi offerti.



TABELLA 8 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA VALUTAZIONE DEI VANTAGGI COMPETITIVI PERCEPITI DALLE IMPRESE IN BASE ALLA CLASSE DI ADDETTI (2007)

Classe di addetti	Assenza di concorrenti in zona	Prezzi inferiori alla concorrenza	Prodotti/servizi migliori	Professionalità dell'azienda	Non ho vantaggi competitivi
1 addetto	3,4	12,6	19,8	44,8	19,4
Da 2 a 5 addetti	2,5	9,4	27,6	45,6	14,9
6 addetti e più	0,9	8,0	30,4	50,0	10,8

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte

L'analisi delle risposte per tipo di comune (dinamico o meno) non è in grado nuovamente di evidenziare una differenziazione di atteggiamento rispetto alla percezione di vantaggi competitivi.

TABELLA 9 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA VALUTAZIONE DEI VANTAGGI COMPETITIVI PERCEPITI DALLE IMPRESE IN BASE AL TIPO DI COMUNE (2007)

Tipo di Comune	Assenza di concorrenti in zona	Prezzi inferiori alla concorrenza	Prodotti/servizi migliori	Professionalità dell'azienda	Non ho vantaggi competitivi
Comuni in area dinamica	2,3	11,7	24,7	46,6	14,8
Comuni in altra zona	3,3	9,3	23,7	44,7	19,0

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte

Valutando invece le risposte per comprensorio emerge che nel Ladinico di Fassa spicca come elemento positivo l'assenza dei concorrenti in zona e come tale giudizio venga più o meno espresso anche negli altri comprensori geograficamente più marginali (Valle di Sole e Primiero), rispetto a quanto risulta nelle aree più produttive della provincia. La questione della concorrenza è sicuramente un problema meno sentito dalle imprese artigiane che forniscono un servizio

produttivo a livello micro-territoriale.

Le imprese artigiane costituiscono il tessuto imprenditoriale del territorio e tendono a costruirsi delle nicchie di mercato, anche se solo in un ambito strettamente locale e limitato.

TABELLA 10 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA VALUTAZIONE DEI VANTAGGI COMPETITIVI PERCEPITI DALLE IMPRESE IN BASE AL COMPRESORIO (2007)

Comprensorio	Assenza di concorrenti in zona	Prezzi inferiori alla concorrenza	Prodotti/servizi migliori	Professionalità dell'azienda	Non ho vantaggi competitivi
della Valle di Fiemme	2,5	8,5	21,2	52,8	15,0
di Primiero	4,0	6,8	31,6	46,5	11,0
della Bassa Valsugana e del Tesino	3,0	13,7	18,1	44,5	20,7
Alta Valsugana	1,4	5,6	28,3	46,3	18,5
della Valle dell'Adige	2,8	11,6	22,9	48,6	14,1
della Valle di Non	2,1	10,3	24,8	42,5	20,3
della Valle di Sole	4,0	13,9	22,2	44,7	15,2
delle Giudicarie	3,4	15,0	23,2	42,3	16,2
Alto Garda e Ledro	1,9	11,9	29,6	42,8	13,8
della Vallagarina	2,8	10,6	23,7	44,5	18,4
Ladino di Fassa	8,3	2,4	25,2	44,1	20,0

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Per avere una misura più rappresentativa di quale sia il rapporto tra impresa e concorrenza, si è analizzata la posizione dell'azienda rispetto alla concorrenza. Non considerando l'elemento legato alla



professionalità aziendale, che porta ad esaltare il ruolo dell'imprenditore, il problema della concorrenza sembra ora trasparire in modo più evidente. Preso atto che l'assenza di concorrenti nella zona non è sentita in generale come una questione di vantaggio competitivo per l'impresa, ponendo la domanda in modo diretto si evince che per tutti i settori vi è la percezione di essere comunque abbastanza esposti alla concorrenza di altre imprese. In particolare, sembra difficile la situazione del settore trasporti. Per converso, il settore dei servizi vari, che rappresenta il secondo settore per importanza e numerosità nel mondo artigiano trentino, è altresì quello che sembra percepire in modo minore la concorrenza.

TABELLA 11 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE VALUTAZIONI DELLE IMPRESE RISPETTO ALLA CONCORRENZA, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Molto esposta	Abbastanza esposta	Poco esposta	Per niente esposta
Alimentari e tessili	14,7	45,5	29,1	10,8
Costruzioni	19,3	47,6	25,2	8,0
Lavorazioni	22,6	43,9	29,0	4,6
Legno	21,7	39,6	28,6	10,1
Meccanica	11,7	47,5	33,6	7,2
Servizi vari	19,3	40,2	33,3	7,2
Trasporti	32,2	36,5	26,5	4,8
Totale	19,5	44,7	28,2	7,6

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

È interessante notare come aumentando la dimensione aziendale, aumenti leggermente anche la percezione del rischio concorrenza. Paradossalmente, si può quindi affermare che una piccola impresa percepisce in modo minore la concorrenza rispetto alle ditte maggiori.

TABELLA 12 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE VALUTAZIONI DELLE IMPRESE RISPETTO ALLA CONCORRENZA, PER CLASSE DI ADDETTI (2007)

Classe di addetti	Molto esposta	Abbastanza esposta	Poco esposta	Per niente esposta
1 addetto	19,4	38,7	31,6	10,4
Da 2 a 5 addetti	18,3	48,8	27,2	5,7
6 addetti e più	22,7	56,2	18,5	2,5

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Tale fenomeno si osserva anche se si tiene conto della classe di fatturato, ossia della dimensione economica dell'azienda. Le imprese che hanno un volume d'affari maggiore tendono ad avvertire in maniera più significativa il peso della concorrenza, segno che oltre una certa soglia di produzione le imprese escono dalla loro nicchia di mercato e percepiscono in modo maggiore la competitività dei propri prodotti e servizi offerti.

TABELLA 13 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE VALUTAZIONI DELLE IMPRESE RISPETTO ALLA CONCORRENZA, PER CLASSE DI FATTURATO (2007)

Classe di fatturato	Molto esposta	Abbastanza esposta	Poco esposta	Per niente esposta
Fino a 50.000 euro	19,4	38,8	30,7	11,1
Da 50.001 a 100.000 euro	16,4	40,5	35,4	7,8
Da 100.001 a 500.000 euro	20,0	53,3	23,6	3,1
Oltre 500.001 euro	24,1	56,6	16,0	3,2

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



Nella letteratura specialistica si definisce il concetto di competitività anche in relazione all'ampiezza dei mercati di sbocco. Normalmente è considerata competitiva un'azienda che investe in tecnologia, che ammoderna i processi produttivi e la rete distributiva, ovvero che ha la capacità di ampliare il mercato oltre le reti di prossimità. L'analisi dei mercati di sbocco mostra chiaramente come la produzione artigiana si rivolga quasi esclusivamente verso il mercato provinciale, con una netta prevalenza per i comuni situati nelle prossimità della sede aziendale. Gli unici settori che si differenziano leggermente sono quelli dei trasporti e delle lavorazioni manifatturiere. Se, come abbiamo visto prima, le imprese con dimensioni minori si ritengono meno esposte alla concorrenza, è altrettanto indicativo come il loro mercato di riferimento sia prevalentemente quello dei comuni limitrofi (da interpretare presumibilmente nei comuni della stessa vallata).

È possibile quindi inquadrare l'artigianato come una realtà che dirige il proprio mercato quasi esclusivamente all'interno del proprio contesto produttivo, forse poco interessata ad ampliare l'offerta verso altri mercati. Si rileva altresì l'assenza di un significativo rapporto con il mercato internazionale.

TABELLA 14 - DISTRIBUZIONE MEDIA DELLE PERCENTUALI RISPETTO ALL'AREA GEOGRAFICA DEI CLIENTI IN BASE AL SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Comuni limitrofi	Resto della provincia	Resto d'Italia	Estero
Alimentari e tessili	74,7	13,1	10,3	1,9
Costruzioni	76,9	17,5	5,1	0,5
Lavorazioni	61,1	18,3	17,8	2,8
Legno	66,3	20,8	12,4	0,6
Meccanica	68,2	18,8		2,1
Servizi vari	79,4	12,5	6,9	1,3
Trasporti	49,8	26,4	19,4	4,4
Totale	69,7	19,0	9,9	1,4

È da sottolineare come l'ampiezza del mercato di riferimento sia strettamente connessa con la dimensione aziendale: imprese con dimensioni maggiori hanno mercati di riferimento leggermente più ampi.

TABELLA 15 - DISTRIBUZIONE MEDIA DELLE PERCENTUALI RISPETTO ALL'AREA GEOGRAFICA DEI CLIENTI, IN BASE ALLA CLASSE DI FATTURATO (2007)

Classe di fatturato	Comuni limitrofi	Resto della provincia	Resto d'Italia	Estero
Fino a 50.000 euro	75,1	16,3	7,3	1,4
Da 50.001 a 100.000 euro	76,1	15,8	7,1	1,0
Da 100.001 a 500.000 euro	68,9	18,9	10,8	1,4
Oltre 500.001 euro	58,7	24,8	14,6	1,9

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Coerentemente con questi risultati, andando poi ad analizzare i canali di vendita, si osserva come l'artigianato sia caratterizzato quasi esclusivamente dalla vendita diretta. Tale fenomeno può essere letto come risposta all'esigenza del cliente di confrontarsi direttamente con il produttore del bene o del servizio e per questo motivo le opportunità offerte dalle nuove tecnologie e dall'intermediazione commerciale sembrano essere meno rilevanti. Solo nel settore delle lavorazioni e degli alimentari/tessili si può osservare una certa predisposizione al ricorso ad agenti/grossisti.



TABELLA 16 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE RISPETTO AI CANALI DI VENDITA, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Vendita diretta	Agenti	Grossisti	Internet
Alimentari e tessili	91,9	1,1	6,2	0,8
Costruzioni	91,8	2,9	4,9	0,4
Lavorazioni	88,5	1,8	8,9	0,8
Legno	93,5	2,3	3,9	0,3
Meccanica	95,7	0,7	3,3	0,2
Servizi vari	90,4	5,1	3,8	0,8
Trasporti	87,0	4,8	7,2	1,0
Totale	91,3	2,7	5,5	0,6

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Se da un lato la realtà artigiana mostra il suo mercato di riferimento esclusivamente in ambito locale, nella scelta dei fornitori di materie prime e semilavorati il mercato di riferimento si allarga. Soprattutto le aziende che producono nel settore manifatturiero, e in particolare nel comparto alimentare, sembrano infatti essere orientate in maniera significativa all'esterno della provincia, forse perché la realtà produttiva locale non è in grado di soddisfare la loro domanda di materie prime e semilavorati. Per converso, il settore delle costruzioni e il settore del legno si rivolgono per i loro acquisti quasi esclusivamente al mercato provinciale. Questi risultati non sorpremono in quanto la realtà del mondo delle costruzioni è rappresentata da ditte individuali che hanno dimensioni ridotte e che trovano nel commercio all'ingrosso specializzato locale il loro mercato di riferimento. Scontata appare la situazione per il settore dei trasporti, anch'esso fortemente indirizzato verso i fornitori di carburante localizzati in provincia⁷.

⁷ In generale, è bene tenere presente che le risposte fornite potrebbero essere in qualche modo influenzate dal ruolo dell'intermediazione commerciale che, talvolta, potrebbe comportare un'erronea indicazione della provenienza dei fornitori.

TABELLA 17 - DISTRIBUZIONE MEDIA DELLE PERCENTUALI RISPETTO ALL'AREA GEOGRAFICA DEI FORNITORI IN BASE AL SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Provincia	Resto d'Italia	Estero
Alimentari e tessili	60,2	37,7	2,1
Costruzioni	89,9	10,0	0,2
Lavorazioni	49,1	47,6	3,3
Legno	77,4	18,6	4,0
Meccanica	60,5	37,5	2,0
Servizi vari	65,5	32,8	1,7
Trasporti	87,6	9,7	2,7
Totale	74,4	23,8	1,8

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Come già illustrato nella scelta dei mercati di sbocco, emerge chiaramente come le ditte con dimensioni maggiori abbiano la tendenza a scegliere in maniera più marcata i propri fornitori al di fuori dal territorio provinciale. Ciò probabilmente grazie al fatto che le ditte più strutturate hanno maggiori possibilità di ampliare il loro mercato degli input, ricercando soluzioni più vantaggiose anche attraverso la pratica dei gruppi di acquisto o della sub-fornitura.

TABELLA 18 - DISTRIBUZIONE MEDIA DELLE PERCENTUALI RISPETTO ALL'AREA GEOGRAFICA DEI FORNITORI IN BASE ALLA CLASSE DI ADDETTI (2007)

Classe di addetti	Provincia	Resto d'Italia	Estero
1 addetto	83,7	15,6	0,7
Da 2 a 5 addetti	72,5	25,6	1,9
6 addetti e più	67,0	30,2	2,8

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



Per la scelta dei canali di acquisto vi è il ricorso prevalente a singoli grossisti o direttamente al produttore, tranne che per il settore dei trasporti dove, chiaramente, trattandosi principalmente di carburante, l'impresa si rivolge al dettagliante di zona.

In generale, si nota che all'aumentare della specializzazione del settore di attività, maggiore è la tendenza a rivolgersi direttamente ai produttori, segno che in tal caso diviene più importante il contatto diretto con chi produce le materie prime e i semilavorati per poter verificare la presenza di certe caratteristiche del prodotto richiesto. Sul fronte della diffusione dell'ICT, anche nel caso dei canali di acquisto, si conferma lo scarso utilizzo di canali telematici per il reperimento delle materie prime.

TABELLA 19 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE RISPETTO AI CANALI DI ACQUISTO, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Produttori	Singoli dettaglianti	Singoli grossisti	Centrali d'acquisto	Internet
Alimentari e tessili	30,5	20,3	47,3	2,0	0,1
Costruzioni	16,4	32,0	45,7	5,3	0,6
Lavorazioni	46,2	13,5	35,3	3,0	2,0
Legno	29,4	25,6	42,8	2,2	-
Meccanica	24,3	26,1	43,1	5,5	1,1
Servizi vari	21,9	27,6	44,3	3,6	2,6
Trasporti	13,7	64,7	17,8	3,8	-
Totale	26,1	30,0	39,5	3,6	0,9

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Aumentando il fatturato, diminuisce inoltre il ricorso all'acquisto presso singoli dettaglianti ed aumenta il ricorso diretto ai produttori, ai grossisti e verso le centrali di acquisto. Ciò vale soprattutto per i settori più specializzati, quali il settore delle lavorazioni e della meccanica.

TABELLA 20 - DISTRIBUZIONE MEDIA DELLE PERCENTUALI RISPETTO AI CANALI DI ACQUISTO, IN BASE ALLA CLASSE DI FATTURATO (2007)

Classe di fatturato	Produttori	Singoli dettaglianti	Singoli grossisti	Centrali d'acquisto	Internet
Fino a 50.000 euro	15,7	38,5	41,0	3,7	1,1
Da 50.001 a 100.000 euro	22,9	29,7	41,9	4,7	0,8
Da 100.001 a 500.000 euro	26,4	24,4	43,4	4,9	0,9
Oltre 500.001 euro	34,4	14,4	45,4	5,7	0,2

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



A I fine di indagare in modo più approfondito i legami produttivi tra le diverse aziende, si è cercato di capire se, e in che entità, il modello produttivo adottato dall'impresa artigiana sia caratterizzato da un elevato grado di dipendenza, misurato attraverso il ricorso alle commesse di lavorazione. L'analisi mostra che oltre il 42% delle imprese dichiara di aver ricevuto commesse di lavorazione da altre ditte, con una punta particolarmente significativa soprattutto per il settore delle costruzioni, dove si osserva un rapporto di pseudo - dipendenza.

TABELLA 21 - PERCENTUALE DI DISTRIBUZIONE DELLE COMMESSE DI LAVORAZIONE PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Ha commesse di lavorazione	Non ha commesse di lavorazione
Alimentari e tessili	19,2	80,8
Costruzioni	58,9	41,1
Lavorazioni	35,6	64,4
Legno	44,3	55,7
Meccanica	35,3	64,7
Servizi vari	12,1	87,9
Trasporti	30,9	69,1
Totale	42,5	57,6

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Più nello specifico, la percentuale delle commesse ricevute in relazione al totale del fatturato aziendale risulta abbastanza elevata per tutti i settori e costituisce una fonte non marginale dei ricavi dell'impresa. Ancora una volta il settore delle costruzioni si conferma particolarmente vocato alla produzione su commessa, lavorando per quasi il 47% in sub-appalto (anche considerando la totalità delle imprese, indipendentemente dal fatto che ricevano o meno commesse di lavorazione, l'incidenza della produzione su commessa si colloca sulle quote più elevate, vale a dire il 28% circa).

TABELLA 22 - DISTRIBUZIONE MEDIA DELLE PERCENTUALI DELLE COMMESSE DI LAVORAZIONE IN RELAZIONE AL TOTALE DEL FATTURATO, IN BASE AL SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Percentuale commesse di lavorazione/fatturato
Alimentari e tessili	31,7
Costruzioni	46,9
Lavorazioni	41,0
Legno	41,3
Meccanica	40,6
Servizi vari	39,1
Trasporti	43,4
Totale	40,6

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Dall'analisi delle percentuali risultanti dal rapporto tra commesse e volume d'affari, analizzato per classe di fatturato, le ditte più piccole confermano di avere un maggior grado di dipendenza produttiva rispetto ad altre realtà imprenditoriali.

TABELLA 23 - DISTRIBUZIONE MEDIA DELLE PERCENTUALI DELLE COMMESSE DI LAVORAZIONE SUL TOTALE DEL FATTURATO, PER CLASSE DI FATTURATO (2007)

Classe di fatturato	Percentuale commesse di lavorazione/fatturato
Fino a 50.000 euro	53,1
Da 50.001 a 100.000 euro	38,8
Da 100.001 a 500.000 euro	36,4
Oltre 500.001 euro	35,2

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Per quanto riguarda le modalità con cui vengono affidate le commesse di lavorazione, si evidenziano comportamenti differenti in base al settore produttivo in cui opera l'impresa. La fornitura delle materie prime da parte del committente è pratica diffusa nel settore alimentari/tessili e nelle costruzioni; molto meno, nel settore della meccanica, del legno, nei servizi e nei trasporti.



TABELLA 24 - PERCENTUALE DI DISTRIBUZIONE DELLA FORNITURA DI MATERIE PRIME DA PARTE DEL COMMITTENTE PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Fornitura materie prime	Non fornitura materie prime
Alimentari e tessili	54,7	45,3
Costruzioni	55,5	44,6
Lavorazioni	40,4	59,6
Legno	33,8	66,2
Meccanica	29,0	71,0
Servizi vari	23,9	76,1
Trasporti	25,9	74,1
Totale	47,0	53,0

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Per quanto riguarda invece la propensione dell'impresa a richiedere ad altre imprese la sub-fornitura di prodotti, tale fenomeno si dimostra in generale poco diffuso.

TABELLA 25 - PERCENTUALE DI DISTRIBUZIONE DELLA SUB-FORNITURA DI PRODOTTI, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Ha sub-fornitura di prodotti	Non ha sub-fornitura di prodotti
Alimentari e tessili	3,6	96,4
Costruzioni	10,6	89,4
Lavorazioni	13,2	86,8
Legno	14,1	85,9
Meccanica	15,9	84,1
Servizi vari	6,7	93,3
Trasporti	4,5	95,5
Totale	10,4	89,6

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Alle stesse conclusioni si perviene anche analizzando l'incidenza delle sub-fornitura rispetto al totale degli acquisti: tale fenomeno, considerando l'universo delle imprese artigiane, riguarda solo il 3% del totale degli acquisti.

TABELLA 26 - DISTRIBUZIONE MEDIA DELLE PERCENTUALI DELLA SUB-FORNITURA SUL TOTALE DEGLI ACQUISTI, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Percentuale sub-fornitura/totale acquisti
Alimentari e tessili	34,6
Costruzioni	32,3
Lavorazioni	21,3
Legno	18,1
Meccanica	17,8
Servizi vari	27,0
Trasporti	29,2
Totale	26,0

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



Per verificare il livello della propensione ad investire, si è richiesto agli artigiani se erano stati fatti investimenti negli ultimi tre anni (nello specifico, dal 2005 al 2007).

Da una prima analisi a livello settoriale, si osserva una buona propensione agli investimenti da parte degli operatori di tutti i settori, tranne nel settore dei servizi vari che appare il più statico e dove meno è rilevante l'entità del fattore capitale. Questo settore è infatti rappresentato da piccole realtà che si occupano in prevalenza di servizi alla persona e pertanto gli investimenti nelle innovazioni sono da considerarsi più marginali, proprio per la natura stessa del tipo di produzione.

TABELLA 27 - PERCENTUALE DI CHI HA EFFETTUATO INVESTIMENTI NEGLI ULTIMI TRE ANNI IN BASE AL SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Ha investito	Non ha investito
Alimentari e tessili	50,3	49,7
Costruzioni	57,5	42,5
Lavorazioni	55,7	44,3
Legno	60,8	39,2
Meccanica	58,1	41,9
Servizi vari	43,8	56,2
Trasporti	65,9	34,1
Totale	56,1	43,9

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Confrontando la percentuale media complessiva delle imprese che hanno investito per classe di fatturato, appare evidente la relazione tra chi ha una maggiore dimensione e l'incidenza della propensione stessa ad investire.

Le imprese con un più elevato volume di affari sono spinte a fare più scelte di investimento, perché risultano molto probabilmente più patrimonializzate e quindi in grado di sostenere l'investimento stesso. Un'adeguata dimensione aziendale, sia sotto il profilo economico, sia sotto il profilo occupazionale, è quindi condizione necessaria per sostenere una politica aziendale di tipo innovativo.

TABELLA 28 - PERCENTUALE DI CHI HA EFFETTUATO INVESTIMENTI NEGLI ULTIMI TRE ANNI IN BASE ALLA CLASSE DI FATTURATO (2007)

Classe di fatturato	Ha investito	Non ha investito
Fino a 50.000 euro	39,2	60,8
Da 50.001 a 100.000 euro	60,1	40,0
Da 100.001 a 500.000 euro	72,4	27,6
Oltre 500.001 euro	82,6	17,4
Totale	56,1	43,9

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Considerando la tipologia degli investimenti effettuati, la quota maggiore ha riguardato l'acquisto di macchinari e di mezzi di trasporto. Nella categoria dei servizi è invece relativamente alta la quota degli "altri investimenti": essi sono rappresentati da ristrutturazioni aziendali, spese per la formazione del personale ed arredamento.

TABELLA 29 - DISTRIBUZIONE DELLA TIPOLOGIA DI INVESTIMENTO PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Acquisto macchinari	Acquisto mezzi di trasporto	Acquisto brevetti/software	Acquisto nuova sede/terreni	Altro
Alimentari e tessili	79,9	45,3	31,3	21,6	8,9
Costruzioni	71,5	70,2	29,0	27,6	7,1
Lavorazioni	80,5	49,7	37,7	23,2	9,5
Legno	82,7	52,0	27,9	20,6	7,4
Meccanica	77,3	47,1	35,7	26,7	5,6
Servizi vari	74,3	45,1	35,3	28,8	16,7
Trasporti	26,2	81,8	15,3	13,6	6,6
Totale	70,5	61,3	29,9	25,2	8,1

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte



Per cercare di far emergere la vera spinta innovativa delle imprese artigiane trentine è stata indagata la natura innovativa o sostitutiva dell'investimento, senza peraltro ottenere un riscontro soddisfacente in termini di risposte, tanto che l'analisi dei risultati è stata condotta solo per quanto riguarda l'acquisto di macchinari.

Nell'analisi si è ritenuto opportuno interpretare le risposte mancanti come investimenti di natura sostitutiva. Ciò premesso, è interessante notare come nei settori che richiedono un ciclo produttivo più complesso, si ritrovi un'incidenza maggiore degli investimenti innovativi.

TABELLA 30 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA TIPOLOGIA DI INVESTIMENTO PER ACQUISTO DI MACCHINARI, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Acquisto macchinari innovativo	Acquisto macchinari sostitutivo	Non risponde
Alimentari e tessili	36,5	18,6	44,9
Costruzioni	24,6	21,1	54,3
Lavorazioni	39,5	18,6	42,0
Legno	40,6	22,4	37,0
Meccanica	44,1	17,9	38,0
Servizi vari	36,3	27,8	35,9
Trasporti	12,6	21,6	65,8
Totale	22,4	15,0	62,6

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Al fine di quantificare l'entità degli investimenti effettuati, si è analizzata la distribuzione delle spese di investimento a seconda della dimensione economica aziendale. Anche in questo caso, la classe di fatturato influenza, non solo la scelta di investimento, ma anche il suo ammontare. Mediamente, invece, l'entità dell'investimento si colloca prevalentemente nella fascia di importo inferiore ai 50.000 euro.

TABELLA 31 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELL'ENTITÀ DELL'INVESTIMENTO IN BASE ALLA CLASSE DI FATTURATO (2007)

Classe di fatturato	Investimento fino a 50.000 euro	Investimento da 50.001 a 150.000 euro	Investimento da 150.001 a 250.000 euro	Investimento da 250.001 a 1.000.000 euro	Investimento oltre 1.000.001 euro
Fino a 50.000 euro	93,3	5,4	0,4	0,8	0,1
Da 50.001 a 100.000 euro	79,6	16,4	2,9	1,1	-
Da 100.001 a 500.000 euro	57,5	25,5	11,9	5,1	0,1
Oltre 500.001 euro	24,3	33,6	18,7	20,7	2,7
Totale	69,1	18,2	7,3	5,0	0,4

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



I RAPPORTI DI COLLABORAZIONE TRA LE IMPRESE

La disamina del quadro relativo alle collaborazioni tra imprese mostra, in generale, una bassa propensione alla creazione di rete tra imprese artigiane. Vi sono però delle eccezioni nel settore delle costruzioni e dei trasporti.

La creazione di consorzi di autotrasportatori è infatti una realtà molto consolidata in Trentino e tale da garantire a molte aziende di ottenere la garanzia di un lavoro in sub-appalto.

Sul fronte dell'edilizia, il fenomeno di alleanze tra imprese costituisce una risposta ad un'esigenza insita nel settore stesso, derivata dal fatto che il settore è caratterizzato da un elevato numero di piccolissime aziende individuali che necessariamente devono fare rete per poter garantire alla clientela, in specie rappresentata da famiglie, un servizio completo "chiavi in mano", che prevede l'intervento di più specialisti.

TABELLA 32 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE PER TIPOLOGIA DI COLLABORAZIONE, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Cooperativa artigiana di garanzia	Consorzi di imprese	Associazioni temporanee d'impresa	Alleanze con imprese simili	Non ha collaborazioni
Alimentari e tessili	7,5	2,4	0,9	3,8	88,4
Costruzioni	10,4	3,0	4,0	18,5	66,9
Lavorazioni	14,9	3,9	1,2	8,3	72,6
Legno	11,6	4,6	1,2	11,2	73,9
Meccanica	15,4	12,1	0,9	5,1	70,5
Servizi vari	9,6	2,7	0,7	6,1	81,9
Trasporti	13,9	21,2	2,0	13,7	57,9
Totale	11,5	5,6	2,4	12,7	70,8

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte

All'aumentare della dimensione aziendale vi è un aumento della propensione a creare rete, soprattutto in modo strutturato. Quindi, diversamente da quanto ci si poteva attendere, più una ditta è grande, maggiore è la collaborazione che ricerca con altre aziende. Sicuramente, la migliore organizzazione aziendale consente di ricercare alleanze proficue con l'esterno e rapporti di collaborazione che permettano all'impresa di muoversi sul mercato in modo meno isolato, soprattutto per gli aspetti legati all'accesso al credito e ai finanziamenti. Manca invece totalmente il fenomeno dell'aggregazione stabile tra imprese di dimensione minima. Questo a discapito di una maggior capacità contrattuale e di un possibile ampliamento dell'offerta produttiva.

TABELLA 33 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLE IMPRESE PER TIPOLOGIA DI COLLABORAZIONE, PER CLASSE DI FATTURATO (2007)

Classe di fatturato	Cooperativa artigiana di garanzia	Consorti di imprese	Associazioni temporanee d'impresa	Alleanze con imprese simili	Non ha collaborazioni
Fino a 50.000 euro	7,6	2,1	1,5	16,0	74,9
Da 50.001 a 100.000 euro	15,3	7,7	1,8	11,5	67,1
Da 100.001 a 500.000 euro	13,5	9,5	1,9	8,9	69,4
Oltre 500.001 euro	16,6	7,8	9,7	9,6	62,2
Totale	11,5	5,6	2,4	12,7	70,8

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte



Un'attenzione particolare merita, come si è detto, l'analisi del dato relativo alle adesioni alla cooperativa artigiana di garanzia, che, di fatto, rappresenta un'associazione volta a garantire il finanziamento dell'impresa. Infatti, combinando il dato dell'adesione alla cooperativa artigiana di garanzia agli investimenti effettuati, circa il 70% di chi ha indicato di aderire alla cooperativa artigiana di garanzia ha di fatto intrapreso un'attività di investimento nel triennio.

L'adesione alla cooperativa di garanzia viene vista dagli artigiani, dunque, come il volano che consente alle micro imprese di ottenere un miglior accesso al credito e di garantire l'espletamento delle pratiche per l'accesso ai contributi provinciali.

È da tener presente che nell'analisi è stata esclusa volutamente l'adesione o meno dell'azienda all'Associazione artigiani, in quanto il legame tra la categoria artigiana ed i suoi associati non rientrava negli argomenti della rilevazione.



N

ell'analisi della realtà artigiana è importante evidenziare anche il rapporto esistente tra l'impresa e il territorio, ovvero individuare quali siano le caratteristiche della sede aziendale e se l'imprenditore la ritenga adeguata per dimensioni, vicinanza alla clientela e dotazione in termini di sicurezza sul lavoro.

Da una prima analisi emerge che nella maggioranza dei casi si tratta di sedi aziendali di proprietà⁸.

Rilevante, rispetto agli altri settori, è la percentuale di imprese che operano in affitto nel settore dei servizi vari e nel settore alimentari e tessili.

TABELLA 34 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEL TITOLO DI POSSESSO DELLA SEDE AZIENDALE PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Proprietà	Affitto	Non risponde
Alimentari e tessili	48,5	48,4	3,1
Costruzioni	77,3	14,1	8,5
Lavorazioni	52,4	42,2	5,5
Legno	76,9	16,9	6,3
Meccanica	68,2	26,7	5,1
Servizi vari	49,0	49,5	1,5
Trasporti	79,2	12,7	8,0
Totale	69,2	24,4	6,4

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

La relazione tra il titolo di possesso della sede aziendale e la dimensione strutturale dell'impresa è evidentemente molto forte: molto spesso nelle ditte individuali il luogo di lavoro viene infatti a coincidere con l'abitazione, soprattutto in alcuni settori, quali quello delle costruzioni e dei trasporti.

⁸ L'incidenza delle mancate risposte non distorce i risultati in quanto esse si collocano in settori dove l'importanza della sede aziendale è relativa: vedasi soprattutto il caso del settore delle costruzioni e dei trasporti.

La percentuale di sedi aziendali di proprietà risulta maggiore per le ditte con più addetti, nella logica di una maggiore capitalizzazione delle imprese più strutturate.

TABELLA 35 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA TIPOLOGIA DELLA SEDE AZIENDALE PER CLASSE DI ADDETTI (2007)

Classe di addetti	Proprietà	Affitto	Non risponde
1 addetto	67,7	24,0	8,3
Da 2 a 5 addetti	67,0	27,7	5,3
6 addetti e più	81,0	16,7	2,3

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Per quanto riguarda l'aspetto dimensionale della sede amministrativa, sembra non vi siano da segnalare particolari disagi tra gli operatori. Le maggiori perplessità sembrano provenire da parte delle aziende che operano nel settore alimentari/tessili. Tale dato però deve essere letto alla luce del fatto che è proprio in questo settore che si evidenzia una maggior presenza di sedi in affitto.

TABELLA 36 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA VALUTAZIONE DELLA DIMENSIONE DELLA SEDE AZIENDALE PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Dimensione adeguata	Dimensione non adeguata
Alimentari e tessili	76,3	23,7
Costruzioni	80,0	20,0
Lavorazioni	84,4	15,6
Legno	77,5	22,6
Meccanica	79,7	20,3
Servizi vari	87,0	13,1
Trasporti	82,8	17,2
Totale	81,1	18,9

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



Di fatto, correlando il titolo di possesso della sede dell'impresa e le valutazioni in merito all'adeguatezza della sua dimensione, risulta che la dimensione non viene ritenuta adeguata soprattutto per le sedi in affitto. Probabilmente chi costruisce o acquista la propria sede ha quindi maggior possibilità di realizzare una sede operativa più consona alle proprie esigenze.

TABELLA 37 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA VALUTAZIONE DELLA DIMENSIONE DELLA SEDE AZIENDALE, PER TITOLO DI GODIMENTO DELLA SEDE (2007)

Titolo di godimento della sede	Dimensione adeguata	Dimensione non adeguata
Proprietà	83,4	16,6
Affitto	76,0	24,0

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Considerando infine come viene valutata la vicinanza della sede ai clienti in base al comune dove è localizzata l'attività, si ritrovano ulteriori conferme del fatto che l'artigianato è una realtà che si rivolge prettamente al mercato locale e pertanto l'eventuale distanza dalle zone maggiormente produttive e nevralgiche del Trentino non è percepita come fattore negativo.

Quindi un artigiano lavora quasi esclusivamente per le persone della sua vallata e pertanto non ha nessuna difficoltà a raggiungere la propria clientela, così come non manifesta problemi di visibilità.

TABELLA 38 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA VALUTAZIONE DELLA VICINANZA DELLA SEDE AZIENDALE AI CLIENTI, PER TIPO DI COMUNE (2007)

Tipo di Comune	Vicinanza a clienti adeguata	Vicinanza a clienti non adeguata
Comuni in area dinamica	86,5	13,5
Comuni in altra zona	91,5	8,5
Totale	89,6	10,4

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte

Passando ora ad analizzare la percezione del livello di sicurezza sul lavoro garantito presso la sede aziendale in base al comparto di riferimento, non si riscontrano percezioni di problemi particolari legati alla sicurezza e il dato relativamente elevato di mancate risposte si spiega con la non pertinenza della domanda posta nei confronti di taluni settori dove l'attività lavorativa si svolge non presso la sede aziendale, ma presso cantieri o altri luoghi.

TABELLA 39 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA VALUTAZIONE DELLA SICUREZZA DELLA SEDE AZIENDALE, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Sicurezza adeguata	Sicurezza non adeguata	Non risponde
Alimentari e tessili	85,8	2,2	12,0
Costruzioni	71,2	1,6	27,2
Lavorazioni	83,6	1,3	15,1
Legno	82,5	3,2	14,3
Meccanica	89,8	1,3	9,0
Servizi vari	84,6	0,6	14,8
Trasporti	55,7	3,7	40,7
Totale	76,9	1,7	21,3

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



In una situazione congiunturalmente sfavorevole e complessa, non potevano essere trascurati gli aspetti legati ai fattori di debolezza che l'imprenditore percepisce nel contesto territoriale in cui si colloca l'impresa.

Per la valutazione dei risultati si è fatto ricorso ad una differenziazione tra fattori endogeni all'azienda (dimensione ridotta, arretratezza tecnologica, insufficienti competenze imprenditoriali o manageriali, carenza di programmazione a lungo termine ed altro), e fattori esogeni, ossia quei fattori esterni all'azienda, sui quali l'imprenditore non ha alcun potere di intervenire. In tale gruppo sono state ricomprese le risposte indicate come "altro" in cui è stata prevalentemente indicata la difficoltà nel riscuotere i crediti, l'elevata concorrenza e la troppa burocrazia. È interessante osservare l'elevato peso di risposte multiple, indice di difficoltà su più fronti.

Una prima analisi complessiva dei fattori di criticità segnala, tra gli elementi esterni all'azienda, il problema degli elevati costi delle materie prime⁹, mentre tra gli elementi più dipendenti dall'impresa stessa, le ridotte dimensioni.

Entrando più nello specifico, tra i fattori endogeni si osserva che:

- nei settori caratterizzati da volumi d'affari relativamente bassi, come nel caso dei trasporti e delle costruzioni, la dimensione aziendale è percepita in modo leggermente più rilevante come un fattore di criticità;
- il settore legno soffre particolarmente per l'arretratezza tecnologica;
- in nessun settore la valutazione delle capacità e delle competenze imprenditoriali o manageriali emerge come fattore di criticità. Traspare quindi una precisa autostima da parte dell'imprenditore;
- qualche difficoltà maggiore si riscontra nell'organizzazione della produzione e nella programmazione dell'attività a lungo termine in quei settori che richiedono lavorazioni complesse.

⁹ Si ricorda che l'indagine è stata proposta verso la fine del 2008, anno in cui la forte crescita del prezzo delle materie prime ha innescato un rialzo generalizzato dei prezzi e quindi dei costi di produzione.

TABELLA 40 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI FATTORI DI CRITICITÀ PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2007)

Settore di attività	Dimensione ridotta	Arretratezza tecnologica	Insufficienti competenze imprenditoriali o manageriali	Organizzazione della produzione	Carenza di programmazione a lungo termine
Alimentari e tessili	22,3	8,6	6,5	6,8	15,4
Costruzioni	33,8	4,1	6,6	3,7	22,4
Lavorazioni	22,7	8,9	4,9	5,5	23,7
Legno	30,8	16,2	6,2	8,6	24,4
Meccanica	23,7	7,5	6,2	9,0	24,4
Servizi vari	23,0	4,7	5,0	2,8	12,0
Trasporti	28,9	1,9	5,1	2,4	22,0
Totale	29,1	6,0	6,0	4,8	21,1

Settore di attività	Difficoltà di reperimento dei finanziamenti	Elevati costi di personale	Elevati costi di materie prime	Altro
Alimentari e tessili	14,6	32,1	37,8	12,4
Costruzioni	14,8	20,4	33,2	11,2
Lavorazioni	15,2	21,2	41,5	11,9
Legno	10,5	23,6	42,5	9,6
Meccanica	10,8	20,6	40,1	10,8
Servizi vari	8,1	20,1	36,3	11,0
Trasporti	16,7	22,3	54,9	8,8
Totale	13,2	21,4	37,7	10,9

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte



Sul fronte dei fattori esogeni, emerge che:

- il settore dei servizi sembra essere quello meno toccato dal problema della ricerca di finanziamenti (ma si era visto che era anche quello che effettuava meno investimenti);
- il settore alimentari/tessili risente maggiormente dell'aumento del costo del personale;
- il settore trasporti dichiara di avere grossi problemi sul fronte dei costi delle materie prime (fattore che peraltro ha caratterizzato trasversalmente tutti i settori aziendali, in specie i primi 9 mesi del 2008).

Replicando l'analisi per dimensione economica, i risultati sembrano particolarmente conformi alle attese: vi è una minore percezione negativa nei confronti della dimensione ridotta e dell'arretratezza tecnologica da parte delle imprese con dimensioni maggiori. Per questo target di imprese risultano invece più sentiti i problemi legati alla programmazione a lungo termine, agli elevati costi del personale e al costo delle materie prime.

Da segnalare che aumentando il fatturato aumentano anche le risposte multiple, ovvero l'individuazione di più fattori di criticità.

TABELLA 41 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI FATTORI DI CRITICITÀ PER CLASSE DI FATTURATO (2007)

Classe di fatturato	Dimensione ridotta	Arretratezza tecnologica	Insufficienti competenze manageriali o imprenditoriali	Organizzazione della produzione	Carenza di programmazione a lungo termine
Fino a 50.000 euro	35,7	8,1	6,5	3,7	18,4
Da 50.001 a 100.000 euro	31,0	4,5	3,7	3,8	18,2
Da 100.001 a 500.000 euro	22,3	4,8	6,7	6,7	24,2
Oltre 500.001 euro	12,9	2,2	6,4	6,6	30,5

Classe di fatturato	Difficoltà di reperimento dei finanziamenti	Elevati costi di personale	Elevati costi di materie prime	Altro
Fino a 50.000 euro	13,2	9,5	30,1	10,7
Da 50.001 a 100.000 euro	13,0	19,4	43,2	8,4
Da 100.001 a 500.000 euro	12,7	33,9	43,1	11,3
Oltre 500.001 euro	14,3	46,5	47,7	15,9

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Nota: Il totale per riga non somma a 100 in quanto era possibile fornire più risposte



venti della crisi internazionale e nazionale hanno sicuramente condizionato in modo più o meno significativo anche le performance del mondo produttivo artigiano trentino. Il *sentiment*, ossia la percezione della situazione economica generale, è un fenomeno condizionato da processi di autosuggestione, alimentati dalla diffusione di bollettini economici in costante peggioramento. Era lecito quindi attendersi risposte poco incoraggianti. Sicuramente il fatto che un artigiano su quattro non abbia sentore di alcuna crisi, almeno per quanto riguarda il proprio settore, risulta un dato che, alla luce di tutto, appare comunque positivo.

I settori che percepiscono la crisi in modo più sensibile sembrano quelli connessi alle lavorazioni (forse perché maggiormente legati alla produzione industriale) e quello dei trasporti. I settori meno interessati dal ristagno dell'economia sembrano essere quelli alimentari/tessili e dei servizi vari che, come abbiamo visto in precedenza, operano quasi esclusivamente nell'ambito locale ed hanno come realtà con cui confrontarsi una micro realtà territoriale e la produzione di beni e di servizi caratterizzati da un'elasticità al consumo abbastanza rigida.

TABELLA 42 - PERCENTUALE DI DISTRIBUZIONE DEL "SENTIMENT" DELLA CRISI, PER SETTORE DI ATTIVITÀ (2008)

Settore di attività	Presenza di crisi	Assenza di crisi
Alimentari e tessili	70,9	29,1
Costruzioni	73,9	26,1
Lavorazioni	84,0	16,0
Legno	77,5	22,5
Meccanica	74,7	25,4
Servizi vari	69,5	30,5
Trasporti	81,3	18,8
Totale	74,7	25,3

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento

Il fatto di operare prevalentemente per il mercato locale non riduce però in modo significativo la percezione del difficile momento congiunturale, né è possibile riscontrare alcun legame tra il *sentiment* e la dimensione aziendale. È comunque possibile affermare che le ditte con dimensioni aziendali più ridotte risultano quelle che risentono in modo relativamente minore della crisi. Altresì le ditte con i fatturati intermedi, compresi cioè tra i 100.001 e i 500.000 euro, sono quelle che ne sembrano risentire in modo leggermente maggiore.

TABELLA 43 - PERCENTUALE DI DISTRIBUZIONE DEL “SENTIMENT” DELLA CRISI, PER CLASSE DI FATTURATO (2008)

Classe di fatturato	Presenza di crisi	Assenza di crisi
Fino a 50.000 euro	73,0	27,0
Da 50.001 a 100.000 euro	74,6	25,4
Da 100.001 a 500.000 euro	77,6	22,4
Oltre 500.001 euro	75,1	24,9

Fonte: Servizio Statistica - Provincia autonoma di Trento



D alla lettura dei dati raccolti sembrano emergere diverse tipologie di figura artigiana, alcune con caratteristiche e comportamenti simili, altre con profili decisamente peculiari. Pur nella consapevolezza dei limiti imposti da un questionario che non era finalizzato ad analisi di tipo qualitativo, si è effettuata un'analisi cluster al fine di individuare alcune categorie di imprenditori artigiani con caratteristiche e comportamenti omogenei.

Non disponendo di informazioni accurate sulla figura dell'artigiano, si sono selezionate alcune variabili che potevano cercare di riassumere i principali elementi distintivi dell'impresa artigiana.

Gli elementi considerati per l'esercizio di clusterizzazione sono i seguenti:

- la classe di fatturato, per sintetizzare sia la dimensione aziendale sia la redditività dell'attività imprenditoriale;
- la posizione dell'impresa rispetto alla concorrenza, per poter cogliere il rapporto tra l'attività dell'impresa e l'attività delle imprese concorrenti. Tale dato rappresenta, infatti, in modo sintetico quale sia la percezione della propria forza imprenditoriale rispetto alle altre imprese;
- la percentuale dei clienti nel resto d'Italia, per rappresentare un indice di ampiezza del mercato di riferimento, ovvero la capacità di espandere l'attività oltre i confini del territorio provinciale;
- la percentuale dei clienti esteri, per individuare il livello di internazionalizzazione dell'impresa;
- la presenza o meno di commesse di lavorazione e di sub-fornitura di prodotti, per delineare un quadro delle relazioni produttive tra le imprese;
- la percentuale dei fornitori situati in provincia, per indagare il rapporto esistente tra impresa e produttori locali di materie prime e semi-lavorati;
- l'effettuazione di investimenti negli ultimi tre anni, per valutare la propensione dell'impresa ad innovarsi. E' bene tener presente che, nelle piccole imprese, gli investimenti rappresentano in molti casi delle sostituzioni di beni durevoli, senza necessariamente sottintendere l'introduzione di innovazioni organizzative o di prodotto nell'attività dell'impresa.

Dall'analisi cluster effettuata sono emerse 5 possibili figure artigiane, definite in base alla loro classe dimensionale e alla loro dinamicità, intesa come capacità di ampliare il mercato di riferimento e di investimento:

1. **statico piccolo:** (49,8 % del totale) in questo gruppo rientrano gli artigiani che indirizzano la propria attività alla realtà locale, hanno livelli di volume d'affari limitati e non sono particolarmente interessati ad effettuare investimenti. Rappresentano la categoria più numerosa: essa racchiude tutte le caratteristiche tipiche del piccolo artigiano, ovvero bassi fatturati, elevata percezione della concorrenza, pochi clienti oltre al mercato provinciale e ancora meno esteri, livello di interazione tra aziende abbastanza elevato, fornitori quasi esclusivamente provinciali e bassa tendenza agli investimenti;
2. **statico grande:** (37,7 % del totale) questo insieme di imprese ha una elevata redditività, una bassissima percezione del rischio concorrenza ed un'elevata propensione agli investimenti. Rispetto al gruppo precedente, si osserva, pur non essendo diversa l'ampiezza del mercato di riferimento che rimane in ambito prettamente locale, una stretta correlazione tra dimensione economica e propensione ad investire. Si riscontra inoltre una maggiore tendenza a rivolgersi fuori provincia per l'acquisto delle materie prime e/o semilavorati;
3. **mediamente dinamico:** (10,0 % del totale) si tratta di aziende con fatturati medi che, però, hanno una maggior propensione a rivolgere la propria attività fuori dal territorio provinciale, ma comunque solamente alla realtà italiana. Si nota in questo insieme di imprese una minor propensione al ricorso delle commesse di lavorazione e un buon livello di investimenti effettuati;
4. **piccolo e dinamico:** (0,9 % del totale) tale gruppo si contraddistingue principalmente dall'elevata internalizzazione della clientela, senza però avere elevati fatturati che comporta anche una bassa propensione agli investimenti;



5. **medio e dinamico:** (1,6 % del totale) in questa classe rientra l'artigiano con livelli di redditività medio/alti, una discreta attenzione al mercato extra provinciale, sia dal lato delle vendite sia degli acquisti e una scarsa percezione della concorrenza costituita dalle altre imprese.

Questi gruppi possono quindi rappresentare sinteticamente i diversi modi di concepire l'attività artigianale e il ruolo dell'imprenditore. L'universo artigianato è, di fatto, una realtà molto composita, fatta di imprese strutturalmente diverse, ma soprattutto di uomini e donne che operano quotidianamente in un determinato contesto socio-economico e in un determinato territorio. Si va, infatti, dall'artigiano che lavora per il mercato locale che non ha alcun interesse ad espandere la propria attività perché semplicemente l'attività è costituita dalla sua capacità lavorativa, all'artigiano che lavora molto con i mercati extra-provinciali e punta molto sull'innovazione. Quindi un artigiano-imprenditore che potrebbe assimilare la sua figura a quella di un'attività di impresa industriale.

Sicuramente, la forza dell'artigianato è proprio data dalla sua multidimensionalità, non solo economica, ma anche sociale, culturale e territoriale, capace di creare ricchezza e occupazione, promuovere micro-imprenditorialità diffusa e in grado di sviluppare relazioni anche con le imprese territorialmente più marginali.



Nel presente lavoro, quanto meno per le tipologie di informazioni richieste e per la significatività campionaria che ha caratterizzato l'indagine, si è cercato di tratteggiare l'identikit della realtà artigiana presente sul territorio provinciale, definendone la struttura produttiva, l'approccio rispetto al mercato, i rapporti con gli altri operatori economici e con le altre realtà produttive, fenomeni che molto spesso vengono indagati e approfonditi solo per target di imprese di maggiori dimensioni.

Dallo studio emerge una visione piuttosto soddisfacente del mondo artigiano: l'artigiano trentino è una persona ben conscia ed orgogliosa della propria professionalità e della qualità dei propri prodotti e servizi, pur lavorando prevalentemente per il mercato locale, ha una buona propensione all'investimento e sembra non risentire particolarmente della difficile situazione congiunturale, pur percepandola come fattore di rischio.

Le analisi condotte mostrano come la diffusione dell'impresa artigiana sia significativamente maggiore in Trentino rispetto a quanto avviene in Italia nel suo complesso, dal momento che poco meno di un'impresa su due risulta per l'appunto artigiana. Questo dato rispecchia l'elevata vocazione artigiana della provincia, soprattutto in alcuni comparti produttivi del manifatturiero e ben si concilia con le caratteristiche socio-economiche che contraddistinguono il territorio provinciale. La dimensione artigiana appare quindi un elemento perfettamente integrato con il territorio e funzionalmente collegato e compenetrato alle altre realtà produttive presenti in Trentino.

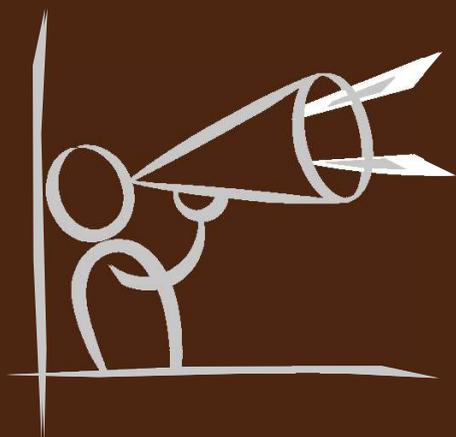
Per quanto riguarda invece le caratteristiche settoriali delle imprese artigiane, l'osservazione dei dati mostra una realtà eterogenea con dinamiche interne e comportamenti non uniformi. L'analisi per classi di fatturato permette, ad esempio, di ricalibrare un po' meglio il ruolo e il peso settoriale dell'artigianato. Se da un lato è inequivocabile la forte consistenza numerica e occupazionale del comparto edile, dall'altro i dati mostrano che in termini di peso economico le imprese delle costruzioni sono caratterizzate per lo più da micro-imprese individuali con un volume d'affari relativamente ridotto. Per contro, si osserva una maggior forza economica nel settore metalmeccanico

e, in generale, nella trasformazione, dove anche la propensione ad investire sembra essere radicata in modo più accentuato.

In generale, il variegato mondo degli imprenditori artigiani sembra avere la capacità e le risorse per resistere alle sfide della globalizzazione, proprio grazie alla capacità di essere “piccoli e flessibili”, e grazie all’offerta di produzioni innovative o di nicchia. Anche l’aspetto legato alla concorrenza non sembra preoccupare in modo sostanziale l’artigiano trentino, mentre sul piano organizzativo, il mondo artigiano può e deve fare ancora molta strada adottando una dimensione imprenditoriale più consona rispetto alla complessità del mercato economico globale.



Finito di stampare
nel mese di giugno 2010



Provincia Autonoma di Trento

