



Working Paper Series

Guido M. Rey

Lab. MaIn – Scuola Superiore Sant’Anna, Pisa

**Once upon a time:
looking back at the relationship
between service and manufacturing**

*Corresponding author: guido.rey@sssup.it

MAIN Working Paper 03/2010

MAIN Laboratory
www.main.sssup.it

Piazza Martiri della Libertà,33
56127 Pisa (Italy)
Phone: +39 050 883 805
Fax: +39 050 883 839

Scuola Superiore Sant’Anna

C'era una volta ...: una riflessione sui rapporti fra industria e servizi.

1. C'era una volta¹

C'era una volta così inizia sovente una favola e nel mio caso faccio riferimento a Cenerentola con la matrigna, le due sorellastre (Anastasia e Genoveffa), il ballo, il principe e la fata buona (Smemorina).² Purtroppo, non sono in grado di scrivere il lieto fine di questa favola ma ognuno è libero di scegliere il suo finale.

La matrigna è ricca e vive con le sue figlie in un palazzo ereditato dal padre di Cenerentola che, quindi, è orfana sia del padre e sia della madre e vive anch'essa nel palazzo ma non è considerata parte della famiglia ed è obbligata a fornire i servizi domestici in cambio del suo mantenimento.

Sono Cenerentola i servizi che aiutano tutti i prodotti (agricoli, manufatti, ecc.) a essere belli e appetibili e che li portano al mercato per essere venduti ai consumatori, aumentando così il valore per i produttori. I servizi forniti sono modesti, direi tradizionali, anche perché le sorellastre sono arroganti, nel complesso poco innovative e non riescono a cogliere l'importanza dei servizi forniti da Cenerentola che in questa favola (e anche nella realtà) non sempre è gentile e remissiva e sovente si appropri di una fetta più o meno ampia del valore della produzione.

Non è necessario descrivere il comportamento della matrigna nell'ambito della favola perché lo definisce il suo nome e *honni soit qui mal y pense*.

Le sorellastre e la matrigna non sono simpatiche e pensano di essere indispensabili, perché danno lavoro e soddisfano i bisogni primari di Cenerentola, pretendono, quindi, rispetto e privilegi, consumano, sporcano e sovente sperperano le risorse di cui dispongono. Cenerentola deve essere sempre pronta a soddisfare le loro esigenze, altrimenti le poverine entrano in crisi, si mettono a piangere e la accusano d'incapacità, inefficienza, prepotenza, indolenza, furto, ecc.. La matrigna si preoccupa solo delle sorellastre perché ritiene che solo loro possano dare lustro alla famiglia all'interno e all'esterno del palazzo e solo loro possano entrare in concorrenza con le altre belle figliole del Paese e degli altri Paesi.

La favola racconta che tutte le belle figliole del reame erano state invitate al ballo di Corte (in questo caso possiamo chiamarlo della globalizzazione) durante il quale il Principe sceglierà la sua sposa per dare un futuro al suo Paese.

Le sorellastre si presentano al ballo con bei vestiti ma tradizionali e non sono in grado di attirare l'attenzione del Principe a differenza di Cenerentola che,

¹ I presenti sono, come sempre, esclusi.

La favola intende riferirsi ai servizi tradizionali che intermediano la soddisfazione di bisogni primari (commercio di alimentari, abbigliamento, pubblici esercizi, abitazione, igiene, ecc.) e agli altri servizi che sono offerti direttamente (i trasporti, le comunicazioni, la consulenza, la ricerca, l'istruzione, la sanità, ecc.). Sono esclusi i servizi del sovrano ossia quelli che possono essere forniti solo dall'amministrazione del Re (ordine pubblico, giustizia, regole, ecc.), questi non entrano nel racconto, sono esogeni.

² Il riferimento è alla versione del film realizzato da Walt Disney nel 1950.

nonostante gli ostacoli frapposti dalla matrigna, era riuscita ad andare al ballo con un vestito moderno e attraente fornitole dalla fata.

Questa fata è l'Innovazione che con la sua bacchetta magica ha fornito a Cenerentola anche una carrozza favolosa (le TIC o se volete le tecnologie abilitanti) che la conduce rapidamente (si direbbe in tempo reale) al ballo di Corte e le consente anche di dialogare con tutti i partecipanti al ballo.

Con l'arrivo di Cenerentola, il Principe intravede l'uscita dalla noia e l'entrata nella felicità, ossia un futuro di crescita economica e sociale e di benessere del quale potranno trarre vantaggio anche tutti i sudditi del Regno.

Smemorina ha dotato Cenerentola di questo potente strumento di seduzione, di potere e di felicità ma il passaggio dalla favola alla realtà richiede informazione, conoscenza, comunicazione, misurazione, ma anche il sacrificio di alcuni benefici tradizionali, nonché la capacità di gestire il rischio e di distribuire i frutti forniti da Innovazione alle diverse parti del palazzo e non solo ai piani nobili oppure ai balli di corte.

Se questa condizione non sarà soddisfatta, le sorellastre continueranno a considerarsi indispensabili e la matrigna continuerà a dare loro la maggior parte delle risorse.

Sappiamo come finisce la favola con il Principe che sposa Cenerentola e vissero felici e contenti insieme ai sudditi del regno.

La mia favola lascia aperto il finale, ma le opzioni sono quattro: la prima è quella della favola; la seconda è pessimista, le sorellastre riescono a mantenere il potere anche se questa scelta si rivelerà negativa nel lungo periodo (sappiamo che sono egoiste e antipatiche); la terza suggerisce il finale della prima ma con un tempo di attuazione molto più lungo e con la speranza che nel frattempo i nostri protagonisti non si stufino l'uno dell'altra; la quarta, considera l'ipotesi che le sorellastre si rendano conto che con l'invidia non si soddisfano neanche i bisogni primari, non si difende la ricchezza e si rischia l'autodistruzione. Le sorellastre accettano, quindi, la nuova situazione e incorporano nei loro comportamenti gli elementi positivi (l'innovazione) che la fata aveva donato a Cenerentola.

2. I servizi: un settore trascurato dalla teoria e dalla politica economica.

Fra le tante lacune della teoria economica vi è anche la scarsa attenzione prestata al settore dei servizi. Una spiegazione risale ai classici che consideravano improduttiva qualsiasi attività che non fosse finalizzata alla produzione di merci e all'accumulazione derivante dal sovrappiù che solo le merci potevano consentire come differenza fra le risorse usate nella produzione e le risorse acquisite con la cessione della merce sul mercato³. Recentemente questa patente d'improduttività è stata assegnata unicamente al settore dei servizi forniti dalle amministrazioni pubbliche poiché la mancanza di un prezzo cui fare riferimento impedisce la corretta misurazione del valore aggiunto in termini reali.⁴

In ambito accademico, solo gli studi di economia industriale e di economia agraria e di economia pubblica sono specifici ma non vi è un analogo gruppo

³ A. Smith *La ricchezza della nazioni*, libro II capitolo 3 pp. 298-299 UTET, Torino, 1958.

⁴ Riviste italiane e inglesi.

disciplinare che studi i servizi come branca produttiva. Non intendo suggerire un'ulteriore frammentazione dell'economia applicata intendo solo spiegare la mancata attenzione degli accademici al settore nel suo complesso.

Tradizionalmente sono considerati, definiti e quantificati i servizi tradizionali come attività d'intermediazione fra i produttori di beni e i consumatori, fra i luoghi di produzione e di consumo, ed anche come scelta, a volte obbligata, fra autoconsumo e conseguente acquisto di beni durevoli sul mercato oppure acquisizione del semplice servizio (es. automobili, lavatrici, ecc.). Un esempio noto e diffuso di servizio autoconsumato è quello fornito dall'abitazione di proprietà che la contabilità nazionale registra come consumo e come reddito figurativo derivante dall'abitazione.

In sintesi, i servizi tradizionali sono attività immateriali, che s'incorporano nel godimento del bene e in molti casi i servizi sono impliciti nel concetto di mercato e nell'attività di scambio.

Sono, invece, sempre state presenti nell'analisi economica, non necessariamente utilizzando schemi predefiniti, i servizi d'intermediazione monetaria e finanziaria ma molto nebuloso è il concetto di valore aggiunto ed anche il prezzo dell'intermediazione.

Infine, il crescente benessere ha fatto emergere bisogni nuovi non collegati allo scambio di prodotti ma alla condizione di benessere/malessere dell'individuo (sanità, istruzione, ecc.), si tratta di servizi strettamente immateriali forniti da imprese e organizzazioni pubbliche e/o private.

Si può concludere, osservando che la maggior parte dei servizi potrebbe essere fornita direttamente dal produttore e/o proprietario del bene ed è una valutazione di costo e di efficienza che spinge a scegliere la specializzazione e quindi a favorire l'intermediazione fornita da organizzazioni professionalmente qualificate. Questa scelta può essere modificata dalla tecnologia disponibile e dal vantaggio che forniscono le attività di supporto all'efficienza e all'economicità del *core business*. In sintesi, è indispensabile per il management di un'impresa identificare le fasi del processo produttivo nelle quali si manifesta la maggiore capacità di creazione di valore.

I manuali di contabilità nazionale hanno, più o meno tempestivamente, aggiornato le classificazioni e le definizioni delle attività che caratterizzano il settore dei servizi e in particolare quelli forniti dalle amministrazioni e/o dalle imprese pubbliche, l'intermediazione monetaria e finanziaria, la locazione di beni immobili, ecc..

Con la recente revisione dei manuali⁵ è stata definita, invece, una tripartizione che aggrega e distingue i servizi tradizionali (Cenerentola), dai servizi finanziari (la matrigna) e da quelli imprenditoriali (Smemorina), dai servizi forniti dalle amministrazioni pubbliche (il principe) distinguendo quelli offerti per decisione normativa da quelli assegnati alla PA dalla tipologia del servizio e infine aggregando a questo sottosectore i servizi destinati alla persona e alla ricreazione.⁶

⁵ Eurostat.

⁶ Un aspetto interessante e originale degli studi italiani sulla contabilità nazionale è rappresentato dalla definizione di servizi forniti dalle amministrazioni pubbliche alle imprese italiane. Questa parte dei servizi era incorporata nel valore aggiunto delle imprese poiché era considerato un input al pari delle altre risorse acquisite sul mercato. Questa soluzione non era accettata nei manuali internazionali e a metà degli anni sessanta anche l'ISTAT ha dovuto accettare questa soluzione per

In sintesi, è la tipologia dell'output che unisce le diverse branche dei servizi e giustifica una loro osservazione disaggregata, come suggerisce la contabilità nazionale, e senza graduatorie di contenuto innovativo, di diffusione e di disponibilità (servizi privati vs. servizi pubblici.)

Unisce questi diversi servizi la difficoltà di valutarne il valore aggiunto a prezzi costanti e quindi la produttività delle risorse impiegate mentre sono facilmente quantificabili i costi e i profitti. Il valore aggiunto a prezzi costanti richiede quella che si definisce la doppia deflazione ossia è necessario conoscere non solo il prezzo di vendita del bene o del servizio ma anche il prezzo degli input che costituiscono il bene intermediato e questi prezzi sovente non hanno un mercato e quindi vanno stimati.

Se a queste difficoltà aggiungiamo un mercato di riferimento non sempre concorrenziale e sovente normativamente protetto, ne consegue che il prezzo dei servizi è difficile collegarlo al suo costo medio e/o marginale e non sempre i servizi venduti sono omogenei e misurabili.

Per molti servizi, si definisce come prezzo il costo del lavoro moltiplicato per il *mark up*, in altri casi l'oggetto della fornitura è un pacchetto di servizi chiavi in mano e diventa fondamentale la qualità e la reputazione del fornitore/consulente e l'innovazione incorporata nel servizio richiesto. In sostanza, il prezzo non è unico e si articola in base al potere di mercato del fornitore/cliente e al tasso di sostituzione fra i servizi disponibili/richiesti. Apparentemente non molto diverso da quanto analizzato per la produzione e per il mercato dei beni, ma come vedremo le differenze possono essere notevoli a cominciare dalla misurabilità, dalla valutazione della qualità e dall'effettiva utilità del servizio acquisito.

La recente diffusione delle reti di servizi appoggiate su una o più reti tecnologiche ha segnalato che in molti casi il modello di analisi dei mercati è obsoleto e andrebbe aggiornato insieme al concetto di efficienza paretiana e al ruolo della legislazione antitrust.⁷ La condivisione dei costi fissi valorizza le economie di scala, di rete e di differenziazione dei servizi prestati e giustifica la firma di accordi fra produttori con conseguenti violazioni dei principi della concorrenza statica, ma con indubbi vantaggi anche per i consumatori .

Nelle imprese innovative e in particolare nei servizi ha assunto una dimensione strategica la gestione dell'informazione e della conoscenza (la fata) cui si associa necessariamente la comunicazione e quindi lo sviluppo delle reti tecnologiche e relazionali. Questo sviluppo della conoscenza e delle reti ha consentito la scomposizione e la delocalizzazione di molti processi produttivi (*outsourcing, e-business*), l'allargamento del mercato effettivo e potenziale (*commercio elettronico*), la modifica dell'impresa, inclusa la sua *governance*. Inoltre, la fornitura dei servizi sulle reti tecnologiche ha indotto il potenziamento delle piattaforme che consentono relazioni di domanda e offerta di beni e servizi in rete ed anche transazioni relazionali, da entrambi i lati della piattaforma e sono questi servizi multilaterali dai quali provengono i profitti degli operatori che li utilizzano ed anche delle piattaforme che li forniscono. ⁸

garantire la confrontabilità. La soluzione OCSE generava una duplicazione ma garantiva la quadratura fra prodotto e reddito distribuito. Barberi

⁷ Varian.

⁸ Basalisco – Rey,

3. L'evoluzione dei rapporti fra industria e servizi in Italia.

3.1 Uno sguardo al passato remoto (1891 – 1970)

Fino alla fine degli anni settanta gli studiosi della crescita economica concentravano la loro attenzione sull'industria manifatturiera come fonte di accumulazione e di innovazione, mentre il settore delle costruzioni era ed è considerata una fonte di rendita e una componente dinamica della domanda aggregata e l'agricoltura, un settore ridimensionato nella maggioranza dei Paesi sviluppati. I servizi tradizionali erano ritenuti ancillari all'industria e produttori finali per il consumo, e, inoltre, destinatari dell'eccesso di occupazione e fonte di inflazione. La contabilità nazionale rispecchiava questo orientamento e utilizzava come indicatori congiunturali l'indice della produzione industriale e l'andamento dei raccolti poiché solo dagli anni sessanta erano iniziate le indagini annuali sulle imprese e sui consumi delle famiglie. Questa scarsa rilevanza assegnata ai servizi e la mancanza di adeguate fonti statistiche aveva come conseguenza una sottovalutazione del valore aggiunto del settore terziario come era allora definito il settore dei servizi.

Recentemente una ricerca sullo sviluppo economico italiano ha compiuto una revisione, solo parziale, delle serie storiche della contabilità nazionale effettuata dall'ISTAT in occasione del centenario dell'Unità d'Italia. Finora, sono stati pubblicati i risultati per gli anni considerati piloni (1891, 1911, 1938, 1951 e 1970) e nella seconda fase saranno elaborate le serie storiche dal 1891 al 1970. La stima del valore aggiunto è stata effettuata da G. Federico per l'agricoltura, da S. Fenoaltea per l'industria e da V. Zamagni per i servizi. Infine Vitali e Polli hanno reso coerenti le risorse e gli usi utilizzando come strumento di quadratura le matrici input-output calcolate per gli anni pilone, partendo dalla cornice della produzione⁹.

Il risultato di queste elaborazioni è la Tav.1 dalla quale emerge che il cambiamento più evidente nel settore dei servizi si è verificato nel periodo repubblicano¹⁰. Rispetto alle serie storiche ISTAT, le nuove stime dei servizi, per gli anni pilone, sono maggiori rispettivamente del 14,2%, del 28,4, dell'8,9% e del 44,3% nel 1951, ma se in quest'ultimo caso il confronto è effettuato con la revisione effettuata dall'ISTAT (SNA 1963), la differenza si riduce al 2% e per il 1970 la differenza con l'ISTAT è del 20%. Occorre ricordare che verso la fine degli anni sessanta era iniziato un profondo cambiamento nel settore dei servizi con il passaggio al settore pubblico ad esempio delle strutture sanitarie in precedenza appartenenti a enti morali ma gli esempi sono numerosi e il Censimento del 1971 non era stato esaustivo.

⁹ La ricerca, finanziata dalla Banca d'Italia in occasione del centenario della sua fondazione, ha prodotto 4 volumi.

¹⁰ Il dato del 1951 relativo alle locazioni è influenzato dal blocco degli affitti e dalla situazione di emergenza abitativa creata dalle distruzioni della seconda guerra mondiale.

Tav.1 Valore aggiunto al costo dei fattori (schema SNA 1963)
(prezzi correnti)
(composizione percentuale)

| | | | | | | | | | | |
|---|------|---|-----|---|------|---|-----|---|-----|---|
| | 1891 | 1 | 911 | 1 | 9388 | 1 | 951 | 1 | 970 | 1 |
| Agricoltura | 44,2 | 4 | 8,1 | 3 | 7,9 | 2 | 5,3 | 2 | ,9 | 8 |
| Industria (incluse costruzioni) | 21,2 | 2 | 4,1 | 2 | 0,4 | 3 | 6 | 3 | 1,3 | 4 |
| Commercio | 11,4 | 1 | 3,2 | 1 | 0,2 | 1 | 2,7 | 1 | 6,1 | 1 |
| Altri servizi | 11,3 | 1 | 2,2 | 1 | 4 | 1 | 4,7 | 1 | 9,6 | 1 |
| Totale Servizi destinabili alla vendita | 22,7 | 2 | 5,5 | 2 | 4,2 | 2 | 7,4 | 2 | 5,7 | 3 |
| PA | 5,7 | 5 | ,1 | 6 | 1,4 | 1 | ,1 | 8 | ,7 | 9 |
| Locazione abitazioni | 6,1 | 6 | ,2 | 6 | ,4 | 7 | ,2 | 3 | ,4 | 4 |
| Totale Servizi | 34,5 | 3 | 7,7 | 3 | 3 | 4 | 8,7 | 3 | 9,8 | 4 |
| Totale valore aggiunto | 100 | 1 | 00 | 1 | 00 | 1 | 00 | 1 | 00 | 1 |

In sintesi, la ricerca mostra che nelle sue prime elaborazioni l'ISTAT faceva progredire i settori produttivi (agricoltura e industria) e poneva una scarsa attenzione al settore dei servizi, incluso il commercio.

Nel 1891 la rivalutazione dei servizi segnala la ricollocazione degli impianti industriali in prossimità dei centri urbani e l'allargamento del mercato nazionale come risultato economico dell'Unità nazionale. L'impulso che ha favorito il decollo industriale segnala l'interazione fra manifattura, costruzioni, servizi e inurbamento nelle grandi città, un'interazione che ha caratterizzato lo sviluppo dell'inizio del secolo XX ma anche lo sviluppo industriale del secondo dopoguerra. L'evoluzione dei servizi ha coinvolto anche la struttura dei consumi privati come effetto dei cambiamenti nell'offerta e dell'aumento del reddito procapite che ha modificato la composizione dei consumi privati, specie per i trasporti e telecomunicazioni e per l'igiene e la salute.

3.2 L'evoluzione nei rapporti fra Industria e Servizi (1970 – 2008)

3.2.1 In questi anni, il settore ha continuato a crescere e la sua quota supera il 70 % del totale del valore aggiunto a prezzi correnti ma nel 2008 la sua corsa sembra esaurirsi se dai servizi escludiamo il valore aggiunto delle attività immobiliari che hanno registrato una dinamica sostenuta degli affitti in seguito alla bolla immobiliare che ha interessato anche l'Italia.

Tav. 2 Valore Aggiunto al costo dei fattori - prezzi correnti (fonte ISTAT schema SEC 95.)

| ATTIVITA' ECONOMICHE | | Composizione percentuale | | | | |
|----------------------|--|--------------------------|------|------|------|------|
| | | 1970 | 1979 | 1992 | 2001 | 2008 |
| 1 | Agricoltura, silvicoltura e pesca | 8,9 | 6,5 | 3,6 | 2,9 | 2,3 |
| 2 | Industria in senso stretto | 30, | 30, | 24, | 22, | 20, |
| | <i>di cui: Industrie manifatturiere</i> | 27, | 28, | 21, | 20, | 18, |
| 3 | Costruzioni | 5 | 9 | 8 | 3 | 1 |
| | Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni | 9,2 | 6,9 | 6,2 | 5,3 | 6,2 |
| 4 | Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali | 21, | 22, | 23, | 24, | 22, |
| | Servizi privati (4+5) | 0 | 8 | 7 | 3 | 1 |
| 5 | Altre attività di servizi | 14, | 16, | 20, | 24, | 28, |
| | <i>Servizi privati al netto attività immobiliari.</i> | 4 | 2 | 9 | 6 | 0 |
| 6 | Totale servizi | 35, | 39, | 44, | 49, | 50, |
| | TOTALE Valore aggiunto | 3 | 0 | 5 | 0 | 1 |
| | | | | 34, | 37, | 36, |
| | | | | 8 | 3 | 1 |
| | | 16, | 16, | 21, | 20, | 20, |
| | | 6 | 7 | 2 | 1 | 8 |
| | | 51, | 55, | 65, | 69, | 71, |
| | | 9 | 7 | 7 | 1 | 0 |
| | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | | ,0 | ,0 | ,0 | ,0 | ,0 |

Senza volere approfondire il tema dell'evoluzione del settore produttivo italiano, si può affermare che in questi quaranta anni oltre alla riduzione del peso dell'agricoltura anche l'industria manifatturiera ha subito un ridimensionamento a favore della branca 5. Questo travaso dal settore manifatturiero ai servizi in larga parte destinati alle imprese, ha aiutato a misurare i servizi che nei grandi gruppi erano in precedenza forniti da strutture aziendali. Questo fenomeno ha assunto una dimensione notevole fra la fine degli anni settanta e gli anni ottanta poiché sia gli imprenditori e sia il *management* erano indotti dalle società di consulenza aziendale a concentrare le risorse aziendali sul *core business* per migliorare l'efficienza aziendale e ridurre il costo dei servizi.

Emerge da queste sintetiche osservazioni un argomento centrale per analizzare la crescita dell'economia italiana ossia il conflitto fra la rendita di molti settori dei servizi, in particolare la rendita edilizia e fondiaria e il profitto che caratterizza, in generale, i settori produttivi aperti alla concorrenza internazionale.¹¹

¹¹ Questo tema di ricerca è stato sovente richiamato nelle relazioni della Banca d'Italia e nelle ricerche dell'ente Einaudi.

cfr anche G.M. Rey I servizi per le imprese in Italia: caratteri e dimensioni (in: I servizi alle imprese in Italia, Maggioli, Rimini, 1992).

3.2.2 Per analizzare correttamente la dinamica dei servizi non basta riferirsi al dato aggregato per stabilire che l'economia italiana segue il trend dei paesi sviluppati, occorre, anche, distinguere i servizi che hanno un impatto sull'efficienza dinamica dei settori produttivi da quelli che, invece, hanno relazioni dirette con la domanda finale.

Tav 3. Valore aggiunto dei principali Paesi UE (prezzi base)

| | Francia | | Germania | | Spagna | | Regno Unito | | Euro 15 | | Italia | |
|--|----------------------|---|----------|---|--------|---|-------------|---|---------|---|--------|---|
| | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 |
| | quote in percentuale | | | | | | | | | | | |
| agricoltura | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 7 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 9 | 9 | 4 | 1 | 7 | 0 |
| Industria in senso stretto | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 7 | 6 | 5 | 5 | 0 | 7 | 1 | 7 | 2 | 1 | 2 | 0 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 8 | 4 | 0 | 6 | 8 | 8 | 2 | 2 | 0 | 4 | 8 | 8 |
| <i>di cui: manifatturieri</i> | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 6 | 4 | 3 | 3 | 8 | 5 | 6 | 4 | 9 | 9 | 0 | 8 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 0 | 6 | 0 | 9 | 5 | 5 | 7 | 1 | 8 | 1 | 4 | 1 |
| Costruzioni | 5 | 5 | 4 | 3 | 8 | 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 2 | 1 | 8 | 8 | 7 | 2 | 3 | 3 | 7 | 3 | 3 | 2 |
| Commercio, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 9 | 9 | 8 | 8 | 5 | 5 | 3 | 4 | 1 | 1 | 4 | 2 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 0 | 4 | 4 | 5 | 8 | 2 | 1 | 1 | 3 | 5 | 2 | 3 |
| Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 0 | 2 | 8 | 8 | 9 | 2 | 7 | 1 | 6 | 7 | 4 | 7 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 5 | 7 | 0 | 9 | 8 | 4 | 6 | 3 | 4 | 9 | 9 | 7 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| Servizi privati (4+5) | 9 | 2 | 6 | 7 | 5 | 7 | 0 | 5 | 7 | 9 | 9 | 0 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 5 | 1 | 4 | 4 | 6 | 7 | 8 | 4 | 8 | 4 | 1 | 0 |
| Altre attività di servizi | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 4 | 3 | 2 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 7 | 7 | 5 | 1 | 7 | 9 | 8 | 8 | 1 | 7 | 2 | 0 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTALE | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , | , |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

L'Italia si distingue dai Paesi a più elevato prodotto procapite per il peso relativamente ridotto della branca 5, dove sono inseriti i servizi forniti alle imprese, inclusa l'informatica e la R&S, ma anche la voce trasporti e telecomunicazioni meriterebbe un approfondimento. Non è, invece, anomala la posizione dell'Italia nel caso dei servizi forniti dalle amministrazioni pubbliche, anzi. Si distingue in questa sintesi della struttura produttiva, la Germania per il peso che ancora caratterizza la sua industria e di conseguenza il peso relativamente inferiore dei servizi se confrontato con quello dei Paesi di analogo sviluppo.¹²

3.2.3 Un'altra informazione importante è fornita dalla composizione dell'occupazione espressa in termini di ULA. Si conferma la riduzione dell'occupazione nell'agricoltura ma a differenza di quanto avvenuto durante il primo ventennio repubblicano, in quest'ultimo periodo anche l'industria ha perso occupazione a vantaggio delle diverse branche dei servizi, in particolare, della branca 5, dove sono inseriti i servizi professionali.

Tav. 4 OCCUPAZIONE (ULA)

ATTIVITA' ECONOMICHE

| | | 1970 | 1979 | 1992 | 2001 | 2008 |
|--|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Agricoltura, silvicoltura e pesca | 1 | 18,7 | 13,8 | 8,3 | 6,3 | 5,2 |
| Industria in senso stretto | 2 | 28,4 | 28,9 | 23,0 | 21,2 | 20,0 |
| <i>di cui: Industrie manifatturiere</i> | | 27,4 | 27,9 | 22,0 | 20,5 | 19,3 |
| Costruzioni | 3 | 9,9 | 7,4 | 7,0 | 7,2 | 7,9 |
| Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni | 4 | 21,4 | 23,8 | 26,4 | 26,6 | 26,7 |
| Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali | 5 | 3,6 | 4,9 | 10,0 | 12,7 | 14,4 |
| Servizi privati (4+5) | | 24,9 | 28,7 | 36,3 | 39,3 | 41,1 |
| Altre attività di servizi | 6 | 18,2 | 21,1 | 25,3 | 26,0 | 25,9 |
| Totale servizi | | 43,1 | 49,8 | 61,7 | 65,3 | 67,0 |
| TOTALE Valore aggiunto | | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

In passato, questi movimenti erano spiegati con la domanda di lavoro dell'industria e con l'inurbamento della popolazione agricola, mentre negli anni ottanta la riduzione dell'occupazione industriale era spiegata con gli investimenti *labour saving* effettuati per aumentare la produttività del lavoro ma anche con l'*outsourcing* dei servizi. L'evoluzione delle quote delle singole branche rispecchia il diverso andamento dei rispettivi valori aggiunti ma per quanto riguarda il settore 5 occorre ricordare che le attività immobiliari richiedono un modesto input di lavoro.

¹² L'Italia è riuscita a difendere la sua industria manifatturiera nonostante la scarsa crescita della produttività ma è necessario attendere la fine dell'attuale crisi per valutare correttamente la sopravvivenza e la competitività del manifatturiero italiano.

3.2.4 La dinamica del valore aggiunto mostra le origini delle attuali difficoltà dell'economia italiana. Non si tratta di fattori congiunturali ma di vincoli strutturali che hanno rallentato la dinamica dell'economia italiana.

La scansione per periodi (Tav. 5) vuole evidenziare il ruolo strategico svolto dal cambio della lira come sintesi delle interazioni fra struttura e dinamica dell'economia italiana con le altre nazioni e in particolare con i Paesi dell'Unione europea. Quando la lira aveva una certa libertà di movimento in seguito alla sua svalutazione, la dinamica della branca industriale era quasi doppia rispetto a quella dei servizi, ossia l'industria si difendeva dall'inefficienza e dalla rendita dei servizi chiedendo e sovente ottenendo la svalutazione della lira. Questa era, almeno, la tesi degli industriali ma un dubbio sorge osservando l'andamento dell'industria manifatturiera italiana negli anni più recenti, anche se i fattori interni interagiscono con gli avvenimenti internazionali (unificazione tedesca, concorrenza aggressiva dei Paesi emergenti, ecc.).

L'adesione dell'Italia allo SME aveva rallentato l'export e quindi l'industria manifatturiera mentre i servizi registravano una decisa ripresa correlata alla crescita dell'informatica e delle telecomunicazioni, ma anche alla decisione della grande impresa di concentrarsi sul *core business*.

Infine, l'adesione all'UEM e i correlati impegni previsti dal trattato di Maastricht hanno quasi azzerato il divario nelle dinamiche delle singole branche del valore aggiunto. La svalutazione competitiva della lira alla fine del 1992 aveva creato uno spazio per la crescita delle nostre esportazioni ma non aveva accelerato il valore aggiunto manifatturiero e i servizi non erano riusciti a compensare tale rallentamento. .

I dati descrivono un fatto, non forniscono, ancora, una spiegazione e neanche espongono una tesi.

Tav.5 Valore Aggiunto al costo dei fattori - Valori concatenati (anno di riferimento 2000)
(tassi di variazione medi annui)

| ATTIVITA' ECONOMICHE | 1970-2008 | cambi flessibili 1970-1979 | ecu 1979 - 1992 | Verso l'euro 1992 - 2001 | euro 2001-2008 |
|--|------------|-------------------------------|--------------------|-----------------------------|-------------------|
| 1 Agricoltura, silvicoltura e pesca | 1,1 | 0,2 | 3,1 | 1,3 | 0,6 |
| 2 Industria in senso stretto | 2,5 | 6,1 | 2,7 | 2,0 | -0,1 |
| <i>di cui: Industrie manifatturiere</i> | 2,6 | 6,8 | 2,7 | 2,1 | -0,3 |
| 3 Costruzioni | 0,5 | -0,2 | 1,0 | 0,8 | 1,1 |
| 4 Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni | 2,6 | 4,6 | 3,5 | 3,0 | 0,7 |
| 5 Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali | 2,8 | 3,7 | 5,0 | 2,1 | 1,5 |
| Servizi privati (4+5) | 2,7 | 4,1 | 4,2 | 2,5 | 1,1 |
| <i>Servizi privati al netto attività immob.</i> | | | | 3,2 | 1,2 |
| 6 Altre attività di servizi | 1,8 | 3,4 | 3,4 | 0,8 | 0,9 |
| TOTALE | 2,3 | 4,0 | 3,3 | 1,9 | 0,8 |

3.2.5 Un approfondimento di questa evoluzione è fornito dall'indicatore quota del valore aggiunto sul valore della produzione poiché esso mostra i cambiamenti dovuti al processo di specializzazione, alla concentrazione delle risorse sul *core business* e alle innovazioni nei processi di produzione e nell'offerta di beni e servizi. Tutte le branche hanno partecipato a questi cambiamenti ma con impatti diversi non solo per l'*outsourcing* e per la delocalizzazione di alcune fasi della produzione ma anche per l'introduzione diffusa e crescente delle ICT e dei servizi per le imprese.

Tav.6 VA/Produzione . (prezzi concatenati.)

| | 1970 | 1979 | 1992 | 2001 | 2008 |
|--|------|------|------|------|------|
| Industria in senso stretto | 30,9 | 34,9 | 32,6 | 28,2 | 27,3 |
| Costruzioni | 42,2 | 43,1 | 40,1 | 38,3 | 38,6 |
| Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni | 49,0 | 49,4 | 48,0 | 43,1 | 42,1 |
| Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali | 84,6 | 82,1 | 73,7 | 65,6 | 64,7 |
| Altre attività di servizi | 81,4 | 78,7 | 69,3 | 68,0 | 67,5 |
| TOTALE AL COSTO DEI FATTORI | 51,1 | 52,0 | 49,6 | 44,9 | 44,5 |

L'andamento di questa trasformazione nei processi produttivi è stato sostanzialmente simile nelle branche 2, 3 e 4 con incidenza leggermente maggiore per la branca 4 che include le telecomunicazioni. Notevole è invece il cambiamento verificatosi nelle branche 5 e 6 dove si sommano ai cambiamenti indotti dalle scelte dell'industria, i cambiamenti nei servizi forniti dalle amministrazioni pubbliche con l'ausilio del settore privato.

Tav. 6 bis

| Servizi Avanzati Branche attività manifatturiere anni 1995 - 2005 | | | | |
|--|------------------------------------|-------------|--|---|
| | MANUFATTURIE RE TRADIZIONALI | CHIMICA | PRODOTTI METALLICI, MINERALI MET. E NON MET. | MECCANICA, MACCHINE el, MEZZI DI TRASPORTO |
| 1995 | | | | |
| Quota acquisti intermedi interni di branca su produzione di branca | 75,2 | 70,1 | 65,2 | 69,3 |
| Quota SA su acquisti prodotti intermedi interni | 3,3 | 4,4 | 6,1 | 6,8 |
| 2000 | | | | |
| Quota acquisti intermedi interni di branca su produzione di branca | 75,2 | 74,8 | 66,1 | 70,3 |
| Quota SA su acquisti prodotti intermedi interni | 4,2 | 5,0 | 7,5 | 7,7 |
| 2005 | | | | |
| Quota acquisti intermedi interni di branca su produzione di branca | 76,1 | 78,3 | 68,5 | 70,5 |
| Quota SA su acquisti prodotti intermedi interni | 5,0 | 5,1 | 7,3 | 8,1 |
| <i>di cui</i> | | | | |
| Noleggio di macchinari | 0,3 | 0,3 | 0,5 | 0,4 |
| Computer e servizi connessi | 0,5 | 0,7 | 0,8 | 1,2 |
| Ricerca e sviluppo (R&S) | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,5 |
| Attività professionali | 4,0 | 3,6 | 5,8 | 5,9 |

17

| Servizi Avanzati Branche attività servizi anni 1995 - 2005 | | | | | |
|---|---------------------------------------|--|--|---------------------|-----------------------|
| | COMMERCIO, ALBERGHI, RISTORANTI | TRASPORTI, POSTE E TELECOMUN ICAZIONI | INTERMEDIAZI ONE FINANZIARIA E ATTIVITA' IMMOBILIARI | SERVIZI AVANZATI | PA E ALTRI SERVIZI |
| 1995 | | | | | |
| Quota acquisti intermedi interni di branca su produzione di branca | 49,2 | 50,2 | 16,5 | 42,8 | 27,0 |
| Quota SA su acquisti prodotti intermedi interni | 16,0 | 13,4 | 14,2 | 36,7 | 13,2 |
| 2000 | | | | | |
| Quota acquisti intermedi interni di branca su produzione di branca | 53,9 | 55,4 | 20,8 | 43,8 | 28,2 |
| Quota SA su acquisti prodotti intermedi interni | 17,3 | 14,6 | 17,0 | 38,8 | 13,2 |
| 2005 | | | | | |
| Quota acquisti intermedi interni di branca su produzione di branca | 55,6 | 55,1 | 22,2 | 46,1 | 28,7 |
| Quota SA su acquisti prodotti intermedi interni | 18,4 | 15,6 | 18,5 | 39,7 | 15,1 |
| <i>di cui</i> | | | | | |
| Noleggio di macchinari | 1,0 | 1,0 | 0,1 | 1,3 | 0,6 |
| Computer e servizi connessi | 1,8 | 4,4 | 7,3 | 9,4 | 1,6 |
| Ricerca e sviluppo (R&S) | 0,3 | 0,6 | 0,1 | 1,5 | 0,2 |
| Attività professionali | 15,3 | 9,5 | 11,0 | 27,5 | 12,8 |

18

Un approfondimento sommario è fornito dalle matrici *input - output* che registrano, tra l'altro, gli acquisti dei beni e servizi di origine interna. È da queste elaborazioni che, nel 2005, la quota dei servizi avanzati sul totale dei consumi intermedi (Tavv. 6 bis e 6 ter) del terziario era oltre il doppio di quella del manifatturiero, anche escludendo dal primo il settore dei servizi avanzati. Inoltre nel decennio 1995 - 2005 la quota è aumentata di circa due punti percentuali per i diversi raggruppamenti manifatturieri e terziari, in pratica una percentuale analoga a quella registrata dai consumi intermedi complessivi. Richiamando la favola si può concludere che l'industria (Genoveffa) non ha

ancora accettato l'idea che per innovare (partecipare al ballo) non basta avere dei prodotti nuovi e delle materie prime di qualità ma è indispensabile seguire l'esempio dei servizi (Cenerentola) e accrescere l'uso dei servizi in rete (accettare l'offerta di Smemorina) per partecipare con successo alla competizione sui mercati nazionali ed esteri.

3.2.6 Purtroppo negli ultimi anni la riduzione dell'occupazione industriale non si è accompagnata con l'aumento della produttività (Tav.7).¹³ L'esternalizzazione dei servizi da un lato non ha migliorato la produttività dell'industria e in compenso ha pesato sulla produttività della branca 5. La difesa dell'occupazione è stato un obiettivo condivisibile ma ha avuto effetti negativi sulla produttività e sulla competitività del sistema Italia poiché non è stata accompagnata da innovazioni che potessero accrescere il valore aggiunto delle imprese manifatturiere.¹⁴

| Tav. 7 Produttività del lavoro | | cambi flessibili | | ecu | verso l'euro | l'euro |
|--|--|------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| | | 1970-2008 | 1970-1979 | 1979 - 1992 | 1992 - 2001 | 2001-2008 |
| <i>Tassi di variazione medi annui composti</i> | | | | | | |
| | ATTIVITA' ECONOMICHE | | | | | |
| 1 | Agricoltura, silvicoltura e pesca | 3,9 | 2,6 | 8,5 | 3,6 | 2,6 |
| 2 | Industria in senso stretto | 2,8 | 4,9 | 4,9 | 2,2 | 0,3 |
| | <i>di cui: Industrie manifatturiere</i> | 3,0 | 5,6 | 4,9 | 2,2 | 0,0 |
| 3 | Costruzioni | 0,5 | 2,0 | 1,4 | 0,0 | -0,9 |
| 4 | Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni | 1,4 | 2,4 | 1,5 | 2,3 | 0,1 |
| 5 | Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali | -1,5 | -0,8 | -4,2 | -1,4 | -0,6 |
| | Servizi privati (4+5) | 0,8 | 1,6 | 0,6 | 1,0 | 0,0 |
| | <i>Servizi privati al netto attività immob.</i> | | | | 1,6 | 0,1 |
| 6 | Altre attività di servizi | 0,3 | 0,8 | 0,3 | 0,1 | 0,2 |
| | Valore aggiunto | 1,7 | 3,0 | 2,5 | 1,3 | 0,2 |

3.2.7 All'andamento della produttività si associa quello dei prezzi e la tavola successiva illustra chiaramente quale è stato il vantaggio per l'economia italiana dall'appartenenza all'UEM. A partire dagli anni novanta la priorità era la riduzione dell'inflazione per colmare il differenziale inflazionistico nei confronti degli altri Paesi europei e ridurre i tassi di interesse nominali.

¹³ Nel trarre delle conclusioni è necessario ricordare che è metodologicamente difficile stimare correttamente la produttività dei servizi per la natura immateriale della loro produzione, per la difficoltà di separare la componente strutturale da quella congiunturale e soprattutto per la mancanza di una metodologia condivisa che consenta di analizzare la dinamica dei prezzi dovuta agli aumenti della qualità dagli aumenti dei costi e/o del markup. La recente introduzione dei prezzi dell'anno precedente per tenere conto dei cambiamenti nella qualità impedisce, di fatto, le analisi di lungo periodo. cfr. ISTAT Manuale di CN-

¹⁴ Risultati analoghi sul tema della produttività sono forniti anche dalle stime della produttività totale. Cfr. ISTAT

| Tav. 8 Prezzi del VA | 1970 - 08 | cambi flessibili 1970 - 79 | ecu 1979 - 92 | verso l'euro 1992 - 01 | l'euro 2001 - 08 |
|---|----------------------|---|------------------------------|---|---------------------------------|
| Agricoltura, silvicoltura e pesca | 5,4 | 14,6 | 7,2 | 1,0 | -0,6 |
| Industria in senso stretto | 6,6 | 12,6 | 11,7 | 1,9 | 2,1 |
| di cui Manifatturiera | 6,4 | 12,0 | 11,1 | 1,9 | 2,1 |
| Costruzioni | 8,7 | 15,5 | 14,8 | 2,4 | 4,3 |
| Commercio, riparazioni, alberghi e rist., trasporti e comunicazioni | 7,7 | 14,8 | 14,4 | 2,0 | 1,2 |
| Intermediazione monet. finanz. ; attività immobil. e imprenditoriali | 9,3 | 16,3 | 16,6 | 4,6 | 3,5 |
| Servizi Privati | 8,5 | 15,5 | 15,3 | 3,3 | 2,4 |
| Servizi privati esclusi immobiliari | | | | 2,3 | 1,6 |
| Altre attività di servizi | 9,0 | 15,2 | 17,6 | 3,3 | 3,0 |
| TOTALE VA | 7,9 | 14,5 | 14,4 | 2,8 | 2,5 |

La tav.8 mostra che il rallentamento generalizzato dei prezzi è stato sicuramente rilevante e inoltre segnala che nel periodo fra il 1970 e il 1992 il differenziale nella dinamica dei prezzi fra manifattura e servizi privati era di oltre tre punti, ed anche quattro, a vantaggio di questi ultimi, mentre negli anni dell'euro il differenziale si è annullato e qualora si escludano dal calcolo i servizi immobiliari il differenziale si inverte a vantaggio del manifatturiero. Questi dati mostrano che la svalutazione competitiva della lira del 1992 è stata usata dagli industriali per aumentare la protezione del mercato interno ma non ha indotto le imprese manifatturiere ad adottare una strategia aggressiva per vincere la concorrenza sui mercati esteri e creare, quindi, le condizioni per restare competitivi qualora si fosse verificata, come in effetti si è verificato, la rivalutazione dell'euro.

3.3 Accumulazione e Innovazione

Per spiegare il rallentamento dell'economia italiana e la perdita di competitività l'attenzione degli studiosi si è concentrata sull'andamento degli investimenti produttivi. I dati non forniscono spiegazioni di questi comportamenti prudenti degli imprenditori specie negli ultimi anni, quando l'andamento dei profitti era favorevole, i tassi di interesse erano diminuiti e la domanda estera era sostenuta. L'andamento moderato degli investimenti ha fatto mancare una componente rilevante della domanda interna e questo ha peggiorato la prospettiva di crescita dell'economia italiana. Notare che escludendo gli anni 2007 e 2008, il profilo dell'ultimo periodo non cambia sostanzialmente.

I primi due periodi sono stati in generale più dinamici degli ultimi due e in tutti i periodi le relative dinamiche hanno risentito, in senso positivo oppure negativo dell'andamento degli investimenti immobiliari. La branca più dinamica è stata la 4 (Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni) e in particolare i trasporti e le telecomunicazioni. Si tratta di un segnale di una certa rilevanza che contrasta l'idea di un terziario in ritardo nel processo di ammodernamento del capitale.

Purtroppo, anche gli investimenti in tecnologie della società dell'informazione hanno subito analogo rallentamento e nell'ultimo periodo si è avuto un'evoluzione negativa in molte branche. Il quadro è ancora più chiaro se si compie un'analisi disaggregata che segnala i settori a più elevata dinamica degli investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio.

Nei primi due periodi la dinamica degli investimenti in ICT è nettamente superiore a quella degli investimenti totali del settore e tale prevalenza è continuata nel terzo periodo salvo che per la branca quattro per la netta decelerazione registrata dal settore dei trasporti e comunicazioni. Negli anni dell'euro, i cambi fissi avrebbero dovuto favorire l'innovazione e, invece, si è registrata una netta decelerazione degli investimenti, maggiore per quelli in ICT che addirittura diminuiscono nell'industria e nella branca 5 (Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali).

Come sintesi si osserva che mentre nel 1970 la quota degli investimenti in ICT sul totale degli investimenti, al netto degli immobiliari, era pari al 3,1% con punte dell'8,9% per il settore dei trasporti e comunicazioni e nel 1992 i rispettivi valori medi erano 11,5% e 31,2%. Infine, le percentuali più elevate si osservavano nel 2001 per l'industria in senso stretto (8,4%) e per il settore noleggio, informatica, ricerca e servizi alle imprese (24,6%) e nel 2007 per la branca 6 Altri servizi (10,9%).

Tav. 9

Andamento degli investimenti produttivi

| | cambi flessibili 1970- 1979 | l'ecu 1979 - 1992 | verso l'euro 1992 - 2001 | l'euro 2001- 2008 |
|--|--|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------|
| <i>prezzi concatenati (anno riferimento 2000)</i> | <i>Tassi di variazione medi annui composti</i> | | | |
| Industria in senso stretto | | | | |
| Investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio | 5,5 | 6,8 | 6,4 | -4,2 |
| investimenti totali | 3,4 | 2,0 | 1,4 | 0,1 |
| Costruzioni | | | | |
| Investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio | 4,2 | 3,0 | 7,3 | -0,1 |
| investimenti totali | 3,7 | 0,0 | 7,1 | -1,4 |
| Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni | | | | |
| Investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio | 12,5 | 10,2 | 0,9 | 0,8 |
| investimenti totali | 5,1 | 4,6 | 3,3 | 1,9 |
| <i>di cui 'trasporti e comunicazioni</i> | | | | |
| <i>Investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio</i> | <i>14,0</i> | <i>10,2</i> | <i>- 0,9</i> | <i>1,4</i> |
| <i>investimenti totali</i> | <i>5,5</i> | <i>5,6</i> | <i>1,5</i> | <i>3,8</i> |
| Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari e imprenditoriali | | | | |
| Investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio | 12,4 | 11,2 | 5,2 | -0,4 |
| investimenti totali | - 0,6 | 1,6 | 0,5 | 1,9 |
| <i>di cui noleggio, informatica, ricerca e servizi alle imprese</i> | | | | |
| <i>Investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio</i> | <i>15,4</i> | <i>10,8</i> | <i>8,6</i> | <i>0,1</i> |
| <i>investimenti totali</i> | <i>- 0,8</i> | <i>1,2</i> | <i>0,8</i> | <i>3,0</i> |
| Altre attività di servizi | | | | |
| Investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio | 18,1 | 5,3 | 6,8 | 1,4 |
| investimenti totali | 2,7 | 2,1 | 1,6 | -0,8 |
| TOTALE | | | | |
| Investimenti in SW, ICT, macchine x ufficio | 10,7 | 8,9 | 3,8 | -0,5 |
| investimenti totali | 2,2 | 2,2 | 1,7 | 0,9 |
| Investimenti. Totali – invest. Immobiliari | 6,7 | 3,5 | 3,1 | 1,6 |

Per completare il disegno di innovazione occorre ricordare che non bastano gli investimenti in tecnologie poiché l'innovazione deve coinvolgere la produzione, il marketing strategico, il finanziamento delle imprese, ma soprattutto l'organizzazione, inclusa la governante dell'impresa .

3.4 Per concludere

In sintesi, si può affermare che dalla metà degli anni sessanta, terminata la fase di sviluppo sostenuto, l'apertura dei mercati aveva acuito il conflitto fra industria e servizi. Espressione di questo conflitto erano l'andamento dei prezzi relativi, lo spostamento di forza lavoro verso i settori protetti con conseguenze negative sull'andamento della produttività del lavoro e sull'inflazione in quest'ultimo caso amplificate dal punto unico di scala mobile. Ossia, i servizi erano ancillari alla strategia dell'industria e dell'agricoltura ma il loro comportamento non era privo di conseguenze.

In seguito, lo scorporo dei servizi dal *core business* industriale ha acuito questo conflitto poiché l'industria ha potuto verificare che l'*outsourcing* presenta forse vantaggi nel breve periodo ma in seguito la scarsa concorrenza prevalente nell'ambito dei servizi avanzati forniva a questi ultimi una posizione di vantaggio anche perché l'impresa perdeva la conoscenza del loro funzionamento. Infine, le posizioni di rendita hanno attirato l'attenzione della grande industria che ha cercato di inserirsi nei settori di rendita (immobiliare ed energia) sfruttando l'occasione della privatizzazione delle imprese pubbliche. In molti casi, si è sostituito al monopolio pubblico il monopolio privato, sebbene un'adeguata strategia di comunicazione abbia lasciato credere che ne avrebbe tratto vantaggio il consumatore.

Per aumentare la concorrenza nei servizi, l'Atto Unico aveva prescritto la libertà di stabilimento nell'ambito dell'UE ma, come previsto, la resistenza dei gruppi di pressione era stata decisa, estesa e aveva messo in campo potenti lobby anche a livello europeo.

In questi quaranta anni, i servizi hanno continuato a crescere, in questo favoriti anche da una legislazione farraginoso che obbligava le imprese e i cittadini a utilizzare i servizi forniti da intermediari specializzati nei rapporti con le amministrazioni pubbliche. In questo campo l'UE non ha certo favorito lo snellimento delle procedure ma ha solo favorito la privatizzazione del *front office* delle amministrazioni e ha scaricato i costi sugli utenti nell'illusione che questo avrebbe ridotto l'onere finanziario per il settore pubblico.

Si può concludere che il conflitto fra industria e agricoltura nei confronti dei servizi è stato appianato e ha prevalso, per il momento, il settore dei servizi in seguito al ridimensionamento dell'agricoltura, alla delocalizzazione delle fabbriche e all'allargamento dei mercati. Purtroppo il risultato è stato ottenuto portando l'industria alla dinamica dei servizi e non il contrario come sarebbe auspicabile.

E' incontrovertibile che la recente modesta dinamica dell'economia italiana ha risentito dell'insufficiente crescita della domanda interna, della perdita di quote sui mercati esteri, dell'insufficiente processo di innovazione, delle difficoltà nelle relazioni sindacali. Su tutti questi aspetti ha finito per scaricarsi l'impegno preso dai Governi italiani per rivedere il ruolo del settore pubblico e per ridurre il debito pubblico come condizione per entrare nel gruppo di Paesi che fanno parte dell'Unione economica e monetaria.

4. La diffusione delle ICT in Italia (chi accoglie Smemorina)

4.1 Un'indagine sulla diffusione delle ICT nelle imprese italiane¹⁵

4.1.1 Nel paragrafo precedente si è osservato che gli investimenti nelle ICT hanno avuto una dinamica superiore alle media degli investimenti sino all'inizio del nuovo millennio salvo per il commercio e i pubblici esercizi che avevano registrato questa inversione negli anni novanta. All'inizio del primo decennio del secolo inizia la diffusione dei servizi in rete forniti dalle ICT alle imprese e alle famiglie, ma i dati segnalano che le imprese italiane hanno colto molto lentamente questa opportunità. Questi dati confermano la tesi che le imprese italiane utilizzano le tecnologie per ridurre i costi gestionali diretti e indiretti mentre sono restie a utilizzare i servizi di rete per ridurre i costi di transazione, migliorare la presenza sui mercati e offrire un pacchetto di servizi collegati alla fornitura che ha attivato la transazione, in ogni caso le tecnologie non devono modificare sostanzialmente l'organizzazione e la *governance* delle imprese.

E' difficile identificare il contributo delle ICT alla crescita del valore aggiunto¹⁶ perché diversi fattori interagiscono, ma non c'è dubbio che i servizi in rete non hanno saputo contrastare la deriva deflazionista che ha accompagnato la riduzione della competitività del sistema Italia. Sono investimenti, peraltro non particolarmente costosi, necessari per utilizzare i servizi in rete e della rete ma richiedono una consapevole volontà e capacità di sfruttare le occasioni di cambiamento e di miglioramento delle *performance* aziendali realizzando la reingegnerizzare dei processi aziendali. Purtroppo, in assenza di una politica industriale in grado di favorire la diffusione dei servizi della rete, le imprese rimangono guardinghe ad aspettare che il settore, oppure la filiera, oppure le famiglie forniscano segnali chiari che l'impresa innovatrice avrebbe trovato delle controparti in rete. Segnali chiari, in questo senso, sono arrivati solo dal settore bancario che ha coinvolto imprese e famiglie nella gestione dell'informazione e dei servizi bancari e da alcune grandi imprese del settore automotive oltre che delle telecomunicazioni, naturalmente.

4.1.2 Queste ipotesi di lavoro sono state sottoposte a verifica utilizzando i dati provenienti da un'indagine ISTAT effettuata nel 2008 ¹⁷ sulla diffusione delle tecnologie per i servizi in rete. Un primo dato mostra che tutti i settori e praticamente tutte le imprese hanno queste tecnologie ma vi sono ancora ritardi presso le microimprese nella disponibilità di internet (Tav. 4.2) Un confronto con gli altri Paesi dell'UE assegna all'Italia una posizione intermedia ma nel complesso in ritardo se il confronto è effettuato con i Paesi di analoga dimensione e livello di sviluppo¹⁸.

Un'informazione sull'uso dei servizi della rete a fini gestionali ci è fornita dalla Tav. 4.1 che segnala le imprese che hanno una intranet per proteggere lo scambio di dati e di informazioni all'interno di una rete aziendale /o settoriale. Questa tecnologia è presente in tre aziende su quattro nelle grandi imprese ma solo in un quinto delle piccole imprese e inoltre in circa un terzo delle

¹⁵ Indagine ISTAT 2008

¹⁶ Solow.

¹⁷ Cfr. ISTAT indagine sulla diffusione delle ICT.

Nel commentare i risultati per dimensione di impresa occorre ricordare che oltre un terzo delle piccole imprese è parte di un gruppo.

¹⁸ EUROSTAT.

imprese dei servizi mentre non raggiunge un quinto del totale per l'industria. Infine il Sud è in ritardo ma occorre ricordare che in quelle regioni le grandi imprese sono meno diffuse.

Tavola 4.1 - Imprese con rete Intranet per tipologia di informazioni condivise nella rete interna - Anno 2008 (a)
(valori percentuali sul totale delle imprese con almeno 10 addetti che utilizzano Intranet)

| | Impr ese con Intra net | Strat egia d'imp resa | Newsl etter intern e | Docu menti di lavoro | Manu ali, guide, materi ale per la forma zione | Catal oghi di prod otti o servi zi |
|-------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---|--|
| ATTIVITA' ECONOMI CA | | | | | | |
| Totale industria | 18,1 | 32,6 | 54,6 | 76,6 | 63,0 | 60,0 |
| Totale servizi | 29,4 | 40,1 | 65,1 | 76,0 | 73,0 | 58,7 |
| CLASSI DI ADDETTI | | | | | | |
| 10-49 | 19,4 | 34,0 | 57,5 | 74,2 | 64,1 | 59,3 |
| 50-99 | 37,8 | 42,2 | 63,0 | 83,9 | 77,5 | 60,1 |
| 100-249 | 52,0 | 44,7 | 69,4 | 81,0 | 80,4 | 58,0 |
| 250 e oltre | 74,9 | 49,1 | 77,1 | 82,5 | 89,9 | 59,2 |
| RIPARTIZI ONI GEOGRA FICHE | | | | | | |
| Nord- ovest | 25,0 | 34,0 | 59,7 | 74,9 | 68,2 | 56,7 |
| Nord-est | 22,0 | 35,4 | 60,8 | 75,1 | 67,4 | 58,8 |
| Centro | 23,5 | 40,9 | 62,9 | 82,6 | 72,7 | 64,7 |
| Sud e Isole | 19,1 | 39,1 | 56,7 | 73,5 | 64,5 | 59,4 |
| ITALIA | 22,7 | 36,6 | 60,1 | 76,3 | 68,3 | 59,3 |

La rete consente di acquisire e di fornire servizi e perciò praticamente tutte le imprese hanno un collegamento a internet con modeste differenze per dimensione e per localizzazione.

Tavola 4.2 - Imprese i connesse a Internet per tipologia di servizi on-line utilizzati - Anno 2008 (a)
(valori percentuali sul totale delle imprese con almeno 10 addetti connesse a Internet)

| | Im pre se co n Int ern et | Acc ess o ai ser vizi ban cari o fina nzi ari | Acqui sizion e di inform azioni sui merca ti (es. sui prezzi) | Acqui sizion e di servizi e inform azioni in format o digital e | Acqui sizion e di servizi post- vendit a | Form azion e e istruz ione del perso nale |
|--|--|---|--|--|--|--|
| ATTIVITA' ECONOMICA | | | | | | |
| Totale industria | 98,0 | 91,8 | 67,2 | 53,6 | 45,4 | 14,9 |
| Totale servizi | 97,6 | 90,6 | 62,2 | 53,6 | 43,5 | 23,6 |
| <i>Informatica e attività connesse</i> | 98,9 | 93,5 | 71,4 | 77,2 | 50,7 | 50,0 |
| <i>Poste e telecomunicazioni</i> | 95,9 | 92,9 | 74,4 | 72,5 | 72,5 | 41,7 |
| CLASSI DI ADDETTI | | | | | | |
| 10-49 | 97,6 | 90,9 | 63,6 | 51,3 | 44,0 | 17,1 |
| 50-99 | 99,4 | 92,4 | 72,9 | 66,2 | 47,7 | 25,0 |
| 100-249 | 99,8 | 96,6 | 79,1 | 73,3 | 50,4 | 26,9 |
| 250 e oltre | 99,9 | 93,7 | 87,3 | 83,4 | 52,7 | 43,4 |
| RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE | | | | | | |
| Nord-ovest | 99,0 | 93,3 | 67,5 | 54,6 | 46,3 | 18,5 |
| Nord-est | 97,7 | 92,4 | 63,6 | 55,8 | 47,5 | 18,3 |
| Centro | 96,7 | 89,6 | 64,2 | 51,5 | 42,7 | 18,6 |
| Sud e Isole | 97,2 | 87,9 | 64,1 | 50,9 | 39,5 | 18,4 |
| ITALIA | 97,9 | 91,3 | 65,1 | 53,6 | 44,6 | 18,5 |

Si segnala la pressoché generalizzata diffusione dei servizi bancari in rete, ma occorre rilevare che tutte le banche sono collegate alla rete interbancaria e la soluzione tecnologica adottata per favorire i servizi in rete è stata pensata in modo da essere tempestiva nelle transazioni ma con un impatto modesto sull'organizzazione dl cliente. Al contrario è poco utilizzata la rete per formare il personale, salvo i settori delle ICT, e questa è una differenza rispetto alle

aziende dotate di intranet, in parte questa spiegabile con la differenza dimensionale di queste ultime. Due terzi delle imprese utilizza la rete per ottenere informazioni mentre solo la metà si avvale della rete per ricevere servizi dai fornitori. In tutti questi casi le differenze regionali sono modeste mentre sono rilevanti le differenze dovute alla dimensione delle imprese sebbene si segnalino margini di miglioramento anche per le grandi imprese.

4.1.3 Un fondamentale strumento di dialogo fra le imprese e i clienti e/o i fornitori è il sito web (Tav. 4.3) che in alcuni casi è solo una vetrina sofisticata ma nei casi più avanzati può essere anche un negozio virtuale. La diffusione dei servizi sul web è sostanzialmente simile settorialmente, salvo nel caso di ordinativi e prenotazioni che indicano una netta prevalenza per i servizi .

Tav. 4.3 Sito Web e tipologia di servizi offerti sul sito- Anno 2008

| | Imprese con sito web | cataloghi o listini prezzi | ordinazioni o prenotazioni on line |
|---------------------------------|----------------------------|----------------------------------|---|
| ATTIVITA' ECONOMICA | | | |
| Totale industria | 60,0 | 59,3 | 17,1 |
| Totale servizi | 61,2 | 54,7 | 32,0 |
| Informatica e attività connesse | 70,2 | 43,0 | 24,0 |
| Poste e telecomunicazioni | 67,5 | 65,4 | 49,8 |
| CLASSI DI ADDETTI | | | |
| 10-49 | 57,4 | 57,2 | 23,5 |
| 50-99 | 80,3 | 57,4 | 21,3 |
| 100-249 | 85,7 | 57,5 | 20,6 |
| 250 e oltre | 91,5 | 62,7 | 26,3 |
| RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE | | | |
| Nord-ovest | 64,9 | 56,9 | 19,2 |
| Nord-est | 65,0 | 58,9 | 23,4 |
| Centro | 57,2 | 55,4 | 24,9 |
| Sud e Isole | 49,9 | 58,2 | 30,2 |
| ITALIA | 60,5 | 57,4 | 23,2 |

4.1.4 Una riflessione più attenta merita l'analisi dei dati che segnalano l'uso della rete per migliorare i processi interaziendali e ridurre i costi di transazione, specie fra imprese. Lo scambio di informazioni sui processi produttivi fra fornitori e committenti (Tav.4.4), coinvolge solo un quinto delle imprese senza distinzione fra industria e servizi e con una prevalenza dell'industria qualora lo scambio di informazioni avvenga con i clienti. Anche in questo caso la media Italia rispecchia la prima classe di addetti ma in questo caso il Sud è in posizione di punta nell'ambito degli scambi con i fornitori.

Tavola 13 - Scambio automatizzato di dati per tipologia di dati scambiati - Anno 2008
(valori percentuali sul totale delle imprese informatizzate con almeno 10 addetti, salvo diversa indicazione)

| ATTIVITA' ECONOMICA | Imprese che di cui imprese che utilizzano lo scambio automatizzato di dati | | | | | | |
|---------------------------------|--|---------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|------------------------------|--|---|
| | utilizzano lo scambio automatizzato di dati | trasmettere ordini ai fornitori | ricevere ai fatture elettroniche | ricevere ordini dai clienti | inviare fatture elettroniche | spedire o ricevere informazioni sui prodotti | spedire o ricevere documenti di trasporto |
| Totale industria | 34,5 | 59,6 | 81,9 | 67,6 | 38,9 | 69,9 | 40,6 |
| Informatica e attività connesse | 42,2 | 62,7 | 71,5 | 49,6 | 41,9 | 54,5 | 37,5 |
| Totale servizi | 39,0 | 64,1 | 74,3 | 49,8 | 30,8 | 62,4 | 37,1 |
| CLASSI ADDETTI | | | | | | | |
| 10-49 | 35,0 | 63,8 | 82,0 | 60,2 | 34,9 | 69,3 | 38,4 |
| 50-99 | 40,1 | 51,4 | 67,2 | 60,8 | 35,6 | 59,5 | 43,6 |
| 100-249 | 52,6 | 42,8 | 51,8 | 51,7 | 36,9 | 42,9 | 38,8 |
| 250 e oltre | 60,4 | 54,3 | 52,4 | 58,9 | 47,4 | 44,4 | 46,6 |
| ITALIA | 36,3 | 61,6 | 78,6 | 59,8 | 35,4 | 66,6 | 39,1 |

Fonte: ISTAT.
La somma delle quote percentuali per riga può essere superiore a 100.

Nel caso di relazioni bilaterali in rete, il risultato dipende, anche, dalla diffusione del servizio in entrambi i lati della rete, ad esempio le grandi imprese fornitrici possono imporre questo strumento ai propri clienti qualora si aspettino riduzioni nei costi di transazione in rete, oppure un miglioramento nella definizione degli ordini e ancora un controllo nella tempistica di produzione e/o nella logistica.

Tav. 4.4 - Scambi di informazioni, con fornitori e/o clienti, sulla gestione della filiera produttiva -
(valori percentuali sul totale delle imprese informatizzate con almeno 10 addetti,)

| | Imprese che scambiano informazioni sulla gestione della filiera produttiva | Scambiano con propri fornitori informazioni su: (a) | | scambiano con i propri clienti informazioni su: (a) | |
|---------------------------------|--|---|--------------------------|---|--------------------------|
| | | scorte, produzione o previsioni della domanda | andamento delle consegne | scorte, produzione o previsioni della domanda | andamento delle consegne |
| Totale industria | 21,6 | 74,0 | 84,0 | 73,0 | 85,0 |
| Totale servizi | 22,2 | 76,3 | 80,8 | 49,3 | 59,6 |
| Informatica e attività connesse | 22,8 | 72,1 | 94,6 | 59,9 | 83,4 |
| CLASSI DI ADDETTI | | | | | |
| 10-49 | 21,1 | 75,3 | 83,0 | 62,8 | 74,6 |
| 50-99 | 26,7 | 72,5 | 83,2 | 66,2 | 76,6 |
| 100-249 | 26,6 | 73,8 | 80,7 | 65,6 | 70,0 |
| 250 e oltre | 33,5 | 74,6 | 73,3 | 61,1 | 72,4 |
| RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE | | | | | |
| Nord-ovest | 23,4 | 74,5 | 85,3 | 68,0 | 80,7 |
| Nord-est | 22,0 | 74,7 | 81,3 | 63,3 | 74,8 |
| Centro | 22,2 | 70,6 | 77,4 | 54,9 | 71,5 |
| Sud e Isole | 18,7 | 81,6 | 85,6 | 62,1 | 64,0 |
| ITALIA | 21,9 | 75,0 | 82,7 | 63,1 | 74,5 |

4.1.5 Nell'ambito degli scambi in rete, si è sovente parlato di *e-commerce* che, in pratica, è poco utilizzato (Tav. 4.5) per molteplici motivi che vanno dalla esigenza del cliente di effettuare l'acquisto dopo avere visto il prodotto, alla mancanza di certezza per quanto riguarda l'esito della transazione. Dubbi permangono sulla tutela giudiziaria del compratore e anche in questo caso il principale fattore condizionante è l'assenza in rete di controparti che possano giustificare l'investimento per il commercio elettronico.

Questi elementi hanno un impatto minore per gli acquisti in rete effettuati dalle imprese con i fornitori abituali sono più frequenti, l'oggetto della fornitura è definito e sovente nello scambio ha un potere maggiore il fornitore che probabilmente ha una dimensione maggiore e può imporre l'uso della rete per le transazioni. Questo elemento può spiegare il prevalere degli acquisti in rete da parte delle imprese di servizi (30,8%) contro il 26,4% dell'industria. La percentuale delle imprese che effettuano acquisti in rete cresce con la dimensione aziendale ma il valore degli acquisti in rete sul totale degli acquisti non supera il 5% indipendentemente dalla dimensione e dalla localizzazione.

Per cogliere il grado d'innovazione organizzativa dovuta al commercio in rete, si osserva che nel caso di acquisti in rete, oltre il 40% delle imprese condivide le relative informazioni al suo interno. Le funzioni coinvolte sono in prevalenza contabilità e gestione scorte mentre gli strumenti più avanzati per la condivisione delle informazioni sono poco diffusi. Tutte le percentuali non variano fra

industria e servizi e con la localizzazione, mentre crescono con la dimensione (raddoppiano passando dalle piccole alle grandi imprese).

Tav. 4.5 - Condivisione informazioni concernenti gli ordini di acquisto per funzione aziendale - Anno 2008

| ATTIVITA'ECONOMICA | Imprese che effettuano acquisti online | Condivisione all'interno informazioni relative agli ordini di acquisto | Condivisione informazioni | | Strumenti condivisione | |
|---------------------------------|--|--|-----------------------------------|-------------|--|---|
| | | | gestione dei livelli delle scorte | contabilità | Imprese che utilizzano sistemi ERP ^(1.) | Imprese che utilizzano applicazioni CRM ^(2.) |
| Totale industria | 26,4 | 42,5 | 25,4 | 37,8 | 11,2 | 20,7 |
| Totale servizi | 30,8 | 41,1 | 25,1 | 34,8 | 11,0 | 30,6 |
| Informatica e attività connesse | 68,0 | 40,5 | 17,7 | 37,7 | 20,2 | 41,8 |
| CLASSI DI ADDETTI | | | | | | |
| 10-49 | 26,6 | 39,4 | 22,6 | 34,1 | 7,6 | 23,3 |
| 50-99 | 38,3 | 55,3 | 39,9 | 49,4 | 27,4 | 30,4 |
| 100-249 | 42,1 | 66,7 | 50,5 | 59,9 | 43,3 | 37,8 |
| 250 e oltre | 47,3 | 73,2 | 54,0 | 68,5 | 63,4 | 48,5 |
| RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE | | | | | | |
| Nord-ovest | 31,8 | 43,0 | 26,4 | 36,8 | 12,7 | 24,9 |
| Nord-est | 28,7 | 43,8 | 26,8 | 38,3 | 12,3 | 25,6 |
| Centro | 26,7 | 38,9 | 23,0 | 34,1 | 10,6 | 23,1 |
| Sud e Isole | 22,9 | 40,7 | 23,5 | 36,4 | 7,2 | 24,9 |
| ITALIA | 28,2 | 41,9 | 25,3 | 36,6 | 11,1 | 24,7 |

L'elemento critico per il commercio in rete è la vendita poiché solo il 4,8 % delle imprese utilizza questo canale e con una netta differenza fra industria (2,3%) e servizi (8,5%) e per un ammontare che nell'80% dei casi non supera l'1% delle vendite complessive. Anche per le vendite la dimensione svolge un ruolo importante poiché si passa dal 4,5% delle piccole imprese al 13,7% delle grandi. Si tratta di percentuali che meritano una riflessione per quanto riguarda l'uso dei servizi in rete in particolare nei rapporti fra venditori e famiglie.

E' interessante notare che per le imprese che vendono in rete, le percentuali di condivisione delle informazioni all'interno sono molto simili a quelle registrate per gli acquisti ma evidentemente si applicano a percentuali molto inferiori.

4.2 Le ICT nei pagamenti elettronici e nelle attività in rete

4.2.1 Un'ulteriore fonte informativa è l'indagine effettuata nel 2008 dalla Banca d'Italia su un campione di piccole e medie imprese manifatturiere e terziarie ¹⁹ e soprattutto lo sono i dati presenti nelle tre indagini (2004, 2006 e 2008) effettuate dal servizio sorveglianza sui pagamenti della Banca d'Italia.

¹⁹ La diffusione dell'ICT nei pagamenti elettronici e nelle attività in rete a cura di BI, Roma 2009. La rilevazione è basata su un campione di 4.323 di piccole e medie imprese (3.251 imprese dei servizi e 1.072 imprese manifatturiere) aventi un fatturato annuo superiore a 2.500 euro.

L'indagine conferma la notevole diffusione dei servizi bancari in rete ma un'informazione ulteriore è l'aumento di quasi venti punti percentuali nell'utilizzo del *Corporate Banking* Interbancario (CBI) e di dieci punti per i bonifici. E' interessante notare che le imprese manifatturiere più attive nell'utilizzo delle nuove tecnologie sono quelle che hanno rapporti di import ed export e questo dato conferma la tesi che il commercio internazionale è uno stimolo potente all'introduzione di tecnologie innovative non solo nei processi e nei prodotti ma anche nell'organizzazione e nella gestione aziendale. Dimostra, altresì, che in assenza di uno stimolo esterno, la diffusione dei servizi in rete è lenta e non sempre apprezzata.

Nell'ambito del settore dei servizi è stato possibile elaborare un panel di imprese presenti nelle tre indagini (2004 2006 e 2008). Questo panel mostra che circa la metà delle imprese non attive nell'*e-commerce* nel 2004 lo è divenuta nel 2007, in modo pressoché uniforme tra le varie classi di fatturato, e che il 12 per cento delle imprese, attive nell'*e-commerce* nel 2004 ha abbandonato questa attività (in prevalenza sono imprese del commercio al dettaglio). Questi dati da un lato segnalano che il trend è positivo, in particolare per gli acquisti in rete, aumentati di dieci punti mentre non riescono a decollare le vendite in rete.

4.2.2 Per approfondire il fenomeno della diffusione dei servizi in rete, le imprese sono state raggruppate in due gruppi. Il primo, definito (*high tech*), riguarda le imprese attive nell'utilizzo della rete per servizi più avanzati (*e-business, e-commerce, e-payments*) e il secondo (*low tech*) che si avvalgono solo dei servizi di rete più diffusi e standardizzati oppure che non li utilizzano (poco meno del 10 per cento delle imprese intervistate).

Le imprese più avanzate possono essere disaggregate a seconda che le tecnologie siano utilizzate in prevalenza per migliorare l'efficienza gestionale (gestione della filiera produttiva) oppure siano finalizzate allo sfruttamento delle occasioni fornite dal mercato e dalla crescita della competitività. Questa distinzione considera l'ICT un fattore produttivo e assegna ai servizi di rete un ruolo crescente e strategico per migliorare l'efficienza gestionale, mentre il ruolo dell'*e-commerce*, non è valutato un impulso strategico all'innovazione. La fatturazione elettronica permetterebbe di "congiungere" i due "momenti" dell'integrazione di processo (interna) e di scambio (esterna) poiché si associa positivamente con la diffusione dei servizi di incasso e pagamento in rete.

In effetti, in questi quattro anni (2002 – 2007) notevole è stata la crescita (oltre venti punti percentuali) compiuta dalla fatturazione elettronica che ormai interessa quasi la metà delle imprese ma con una netta prevalenza delle fatture passive, ricevute, in particolare, dalle imprese fornitrici di servizi pubblici. Questo aspetto strategico della fatturazione elettronica è oggetto di studio anche nei lavori per la realizzazione della SEPA e per l'auspicabile adozione di uno standard europeo per *l'e-invoice* come completamento del mercato unico europeo e concreta attuazione di un unico sistema dei pagamenti per l'UEM.

4.3 In sintesi

Le innovazioni indotte dalle ICT non hanno portato i cambiamenti attesi nei processi, nei prodotti e nell'organizzazione. Questa trilogia di innovazioni l'industria la applica prevalentemente alla produzione di beni più o meno sofisticati ma la parte organizzativa è sempre in ritardo. Se si analizzano le motivazioni dichiarate dalle imprese per operare in rete, si registrano, in

prevalenza, attese di riduzione dei costi e di aumento dell'efficienza gestionale e, a posteriori, queste attese, nel complesso, sono realizzate ma senza rilevanti effetti sull'organizzazione. Meno rilevanti sono gli stimoli all'innovazione motivati dalla ricerca di una clientela potenziale più ampia oppure dalla riduzione dei costi di transazione, specie nelle imprese che non opera nei mercati esteri. Sarebbe opportuno dare una spiegazione a questa resistenza al cambiamento nei rapporti con il mercato. Quella più semplice suggerisce che le innovazioni gestionali sono meglio controllabili dall'imprenditore che utilizza strumenti gestionali avanzati mentre i vantaggi forniti dall'*e-commerce* non sono altrettanto facilmente verificabili e anzi danno la sensazione di produrre perdite, come è naturale qualora l'impresa non adatti a questa innovazione i suoi sistemi gestionali.

Più complessa è l'analisi dei comportamenti dei manager che sembrano poco propensi al rischio derivante da una reingegnerizzazione dei processi aziendali. Queste resistenze possono essere superate solo con uno sforzo di aggiornamento professionale dell'alta direzione perché, i giovani laureati incontrano forti resistenze quando provano ad applicare le nozioni acquisite nelle università italiane ed estere. Infine, le società di consulenza, portatrici di innovazione organizzativa sovente tendono a privilegiare le soluzioni accettate dal management che ha chiesto la loro costosa consulenza. Le indagini mostrano che le imprese in prevalenza usano la rete per acquisire informazioni ma qualora decidano di effettuare il salto tecnologico nelle ICT le utilizzano gestire le relazioni e per scambiare servizi sia al loro interno e sia con l'esterno. Il ritardo dell'Italia nella diffusione dei servizi in rete è dovuto alle piccole e medie imprese ma questo ritardo non riguarda le imprese che hanno rapporti con l'estero.

La novità portata dalla fata Smemorina riguarda i servizi non più come settore produttivo ma come elemento strategico che si integra nell'offerta di prodotti. In sintesi, è indispensabile fare rientrare nell'azienda i servizi che erano stati scorporati negli anni ottanta per ridurre i costi. Adesso si chiede ai servizi innovativi uno sforzo congiunto con la manifattura per accrescere il valore della produzione.

Questo è il vero significato da attribuire allo slogan: *la fabbrica è superata* ma i servizi non possono limitarsi alla pura intermediazione e devono inserirsi strategicamente, nell'industria.

In particolare, i servizi forniti dalla rete consentono di scomporre e delocalizzare diversi stadi produttivi (es. logistica, amministrazione, finanza, archiviazione, ecc.), aumentare l'efficienza dei processi produttivi complessi e, favorire l'allargamento del mercato effettivo e potenziale, quest'ultima opzione non particolarmente presente agli imprenditori piccoli e medi.

Infine, l'uso delle reti tecnologiche e relazionali consentono di sviluppare servizi multilaterali che generano profitti sia agli operatori che forniscono i servizi e sia agli utilizzatori delle reti perché riducono i costi transazione.

5. Uno sguardo rivolto al futuro dei rapporti fra industria e servizi.

5.1 Quale strategia

5.1.1 In sintesi, il ritardo di innovazione nei servizi utilizzati dalle imprese rischia di distorcere le strategie di uscita dalla crisi. La singola impresa o gruppo industriale affida all'innovazione puramente tecnologica il

miglioramento della sua competitività e rinvia alle politiche pubbliche l'adeguamento delle infrastrutture materiali considerate un elemento strutturale difficilmente modificabile nel medio periodo.

Si cominciano a vedere segnali positivi nelle imprese che sono riuscite a superare le difficoltà congiunturali e stanno riscuotendo successo sui mercati esteri, per la stretta connessione esistente fra industria e servizi nella creazione del valore.

In sintesi, la nuova strategia d'innovazione tecnologica e di valorizzazione dei servizi ha come obiettivo la difesa della posizione italiana nei confronti degli altri *partner* comunitari ed è imposta dalla concorrenza dei Paesi emergenti.

Un esempio di strategia di successo è fornito dalle imprese, specie medio grandi, che si sono affermate sui mercati mondiali grazie all'uso esteso e innovativo delle tecnologie di rete sia all'interno e sia all'esterno dell'impresa. Per raggiungere questi obiettivi si è fatto affidamento sulla diffusione della conoscenza all'interno dell'impresa, sulla delocalizzazione delle attività più semplici e *labor intensive*, sulla selezione e sull'elaborazione di nuovi servizi (R&D, componenti intermedie dei manufatti, marketing, logistica, ecc.) in collaborazione con altre imprese innovatrici.

L'obiettivo è l'industrializzazione dei servizi a sostegno della terziarizzazione dell'industria integrando e diffondendo le conoscenze all'interno e all'esterno dell'impresa.

Nell'implementazione delle strategie è necessario prevedere due livelli:

1) il primo analizza l'innovazione dei servizi già presenti in azienda e l'inserimento di nuovi servizi. Questa azione richiede tecniche e modelli di comportamento finalizzati ad accrescere la catena del valore integrando i manufatti con nuovi servizi;

2) il secondo prevede la trasformazione del prodotto in servizio, in altre parole l'innovazione consiste nel sostituire alla vendita o all'affitto del prodotto, la fornitura del servizio finale incorporato nel prodotto per soddisfare l'esigenza del cliente. (flotte aziendali, *car sharing*, gestione degli archivi, ecc.).

Per approfondire questi livelli di analisi è indispensabile effettuare ricerche sulle aspettative di servizi da parte della domanda e conoscere in modo approfondito la posizione dell'impresa nel mercato di riferimento.

La metodologia è disponibile ed è ormai crescente il suo insegnamento nelle università, la sua diffusione nelle società di consulenza e nelle imprese e amministrazioni innovative. Si tratta delle SSME (Service science management and engineering)²⁰

La gestione del cambiamento ha un orizzonte temporale di medio - lungo termine e pertanto è indispensabile avere una visione evolutiva compatibile con i tempi del cambiamento. Invece, le singole parti che compongono sia il processo di cambiamento e sia la reingegnerizzazione delle procedure, vanno definite secondo una tempistica che preveda l'avvio del processo in tempi brevi.

Una strategia d'innovazione, però, da un lato deve dimostrare i vantaggi attesi e i costi da sopportare e dall'altro avere a disposizione risorse umane a tutti i livelli in grado di recepire e sviluppare le azioni conseguenti al cambiamento. In sintesi è indispensabile che si sviluppi l'idea che l'innovazione richiede l'integrazione delle conoscenze affinché possano essere condivise sia all'interno e sia all'esterno dell'impresa

²⁰ [Kazan](#)

5.1.2 In Italia, la presenza di numerose piccole e medie imprese impone di studiare le condizioni per adeguare questa strategia alla maggioranza delle imprese per convincerle a rivedere gli strumenti gestionali. Molte piccole imprese si avvalgono dei servizi gestionali forniti da studi di commercialisti oppure società specializzate, perciò la reingegnerizzazione dei processi amministrativi coinvolge anche operatori esterni che non sempre sono disposti a seguire l'imprenditore in questa strategia di cambiamento. Questo elemento segnala che il piccolo imprenditore pone una scarsa attenzione all'acquisizione di dati gestionali che vadano oltre il dato del fatturato del costo del lavoro e del reddito. Pertanto, il piccolo imprenditore non sempre è in grado di valutare i costi diretti e indiretti di una strategia innovativa mentre percepisce solo i benefici diretti.

Superati questi ostacoli sovente motivazionali, l'attuazione del salto strategico diventa rapida ma il piccolo imprenditore deve avere la ragionevole certezza che in rete trova i suoi interlocutori insieme ai potenziali nuovi clienti e fornitori perché la sua stessa strategia di innovazione è largamente condivisa. Infine, l'imprenditore e il commercialista debbono essere certi che l'innovazione non modificherà la *governance* dell'impresa per il primo e la posizione di fornitore del servizio per il secondo, altrimenti, nell'analisi costi benefici del cambiamento è necessario introdurre anche questa variante.

Più controversa è la possibilità di estendere questa strategia di innovazione ai distretti industriali poiché le esternalità che li caratterizzavano sono venute scemando e soprattutto si sono sviluppate anche presso i Paesi che usufruiscono di un vantaggio competitivo per il costo del lavoro.

Alcuni recenti sviluppi segnalano la presenza, nel distretto, di una media impresa che accentra le componenti più rilevanti delle attività immateriali lasciando alle imprese locali la fornitura di semilavorati sia nei beni e sia nei servizi e a volte delocalizzando le fasi iniziali del processo manifatturiero.

Nel caso della grande impresa, la situazione è diversa perché spetta al *top management* e al gruppo di controllo la definizione delle strategie che modificano non solo le componenti materiali di un'impresa (prodotti e processi) ma soprattutto le componenti immateriali (organizzazione, condivisione della conoscenza, regole) senza indebolire i punti di forza dell'impresa e in particolare il suo patrimonio di conoscenze che provengono soprattutto dall'esperienza e dalla posizione di eccellenza raggiunta. Nel caso della grande impresa le resistenze provengono dai membri dell'alta direzione che vedono riallocare i loro poteri in seguito all'innovazione guidata dalla condivisione dell'informazione e della conoscenza.

Per evitare uno stallo costoso è indispensabile che restino nella piena responsabilità del management, la direzione e il coordinamento delle diverse attività, il monitoraggio e il controllo delle diverse componenti del processo aziendale. Come per tutte le strategie, è indispensabile che i centri decisionali siano assistiti da società di consulenza specializzate nella gestione del cambiamento affinché si realizzi lo scambio di conoscenze fra il patrimonio informativo dell'azienda e quello fornito dai consulenti esterni che in questo modo fertilizzano anche il *know how* aziendale.

5.1.3 Per diffondere i servizi in rete, un ruolo centrale deve essere assegnato alle esigenze e alle priorità della domanda promuovendo l'interazione fra fornitori e clienti e operando per blocchi integrati ma indipendenti. Con questa attenzione alla domanda si riducono i possibili sprechi e costi dovuti ai

continui adattamenti delle applicazioni giustificati dall'allargamento dei servizi e all'aumento degli utenti e si riduce, per gli utilizzatori, il rischio di sottostare alle decisioni dei fornitori delle ICT.²¹

E' importante operare selettivamente scegliendo "poli di innesco" ma la disponibilità di soluzioni tecnologiche e organizzative affidabili, appropriate e disponibili a costi ragionevoli è una condizione imprescindibile per imprimere spinte innovative e creare vantaggi competitivi. Un esempio è fornito dai servizi bancari forniti in rete ma per il successo dell'operazione si è rivelata indispensabile l'azione di intermediari fidati e affidabili tra i fornitori di tecnologie e/o di servizi in rete e gli utenti finali. Lo stesso esempio mostra che è inidonea l'idea che una *killer application* possa provocare una generalizzata accettazione dei servizi avanzati della rete.

Il vantaggio della rete è nel *network* di operatori che si scambiano servizi informativi e transattivi oppure, che si pongono come intermediari tra loro realizzando una o più piattaforme *general purpose* oppure specializzate. Le piattaforme alla base del *network* possono essere solo tecnologiche oppure arricchite con servizi informativi.

Il vantaggio competitivo fornito da questa *rete di attori* dipenderà dai servizi innovativi disponibili nel *network* poiché le singole imprese che non sapranno partecipare al mondo della conoscenza diffusa saranno, alla lunga, penalizzate non potendo conformarsi agli accresciuti livelli di efficienza imposti dal mercato.

Gli operatori partecipanti alla rete ne devono condividere obiettivi e rischi, perciò la sua *governance* deve essere condivisa. Nessuna piccola, ma neanche media, impresa sottoscrive un progetto di investimento e di riorganizzazione, senza avere garanzie che la diffusione dei servizi di rete andrà toccare anche i suoi fornitori e i suoi clienti, e, possibilmente, anche i suoi concorrenti. D'altro canto le imprese saranno spinte a entrare nel *business* se saranno sicure di poter partecipare alla distribuzione dei profitti.

6. Conclusioni

6.1 Perché i servizi alle imprese

Il recente dibattito sui limiti alla crescita dell'economia italiana ha evidenziato una convergenza su almeno due aspetti strategici: 1) l'esigenza di innovazione per migliorare la competitività dei nostri prodotti e servizi; 2) l'insufficiente dotazione di esternalità materiali e immateriali di cui soffre il sistema economico italiano.

Entrambi i fattori di crisi evidenziano la scarsa attenzione prestata in questi anni ai servizi come fattore che può contribuire ad aumentare il valore della produzione migliorando la diffusione della conoscenza nelle imprese e può ridurre gli sprechi prodotti da una logistica condizionata dalla mancanza d'infrastrutture, solo per citare i due elementi di spicco.

Per risolvere i problemi di crescita, un contributo positivo è fornito dai servizi in rete e della rete poiché si distribuiscono sulle imprese in rete i vantaggi derivanti dalle economie di scala, di rete e di gamma. Le economie di scala si ottengono perché aumentando gli utilizzatori i costi medi diminuiscono e i costi

²¹

marginali tendono a zero; le economie di rete derivano dalla possibilità di adattare i servizi alle esigenze ponendosi a volte come clienti e a volte come fornitori e, infine, le economie di gamma le crea la possibilità offrire svariati servizi da operatori diversificati.

Con queste possibilità, la rete da fattore meramente tecnologico diventa una piattaforma alla quale partecipano n imprese e sulla quale sono forniti non solo servizi bidirezionali a una comunità definita ma anche si intrecciano $n \times n$ relazioni fra le imprese.

Le difficoltà delle piccole e medie imprese e le resistenze all'interno delle grandi imprese possono essere superate solo da una politica industriale che fornisca un chiaro riferimento per le strategie di innovazione.

6.2 Quali politiche

Gli interventi devono essere rivolti, in particolare, alle piccole e medie imprese dove i margini di recupero di efficienza sono maggiori e dove la resistenza al cambiamento incontra serie difficoltà per l'incertezza che accompagna il coinvolgimento di numerosi operatori nella strategia di fornitura dei servizi in rete.

Le politiche debbono essere chiare negli obiettivi (la diffusione dei servizi della rete e negli strumenti (incentivi finanziari e servizi forniti da strutture pubbliche). Deve essere chiaro che l'incentivo non è sulla spesa ma sui risultati raggiunti in termini di transazioni effettuate in rete. Inoltre un finanziamento deve essere finalizzato all'incentivazione di soluzioni tecnologiche e aperte adatte alle piccole e medie imprese.

Esperienze di finanziamenti pubblici nell'ambito della fornitura di servizi non sono una novità ma si trattava di progetti ai quali aderivano solo le imprese interessate e i vantaggi si esaurivano all'interno dei partecipanti mentre i vantaggi sociali erano difficilmente quantificabili. Le esperienze sono state numerose, disperse e raramente positive per carenze nell'identificazione dei servizi correlati alla fornitura del prodotto tecnologico.

Per realizzare questa strategia, è opportuno procedere rapidamente per "blocchi" nella selezione dei servizi, dei settori e dei territori, ricorrendo, soprattutto alla virtuosa interazione tra il capitale incorporato nelle nuove tecnologie, la forza lavoro qualificata dalle nuove competenze, la riorganizzazione delle strutture, la reingegnerizzazione delle strutture, e la creazione di un ambiente interno favorevole allo scambio delle conoscenze.

Il processo di innovazione senza una politica dedicata sarà lento e sarà guidato dai clienti internazionali e dai *competitor* esteri ma l'esperienza del passato ci insegna che i progressi saranno lenti e non sempre in linea con i sentieri tecnologici prevalenti negli altri Paesi. Questa previsione è uno dei modesti vantaggi che hanno i Paesi *late comer* ma aspettando non si colma il ritardo e l'Italia continuerà a perdere terreno come sistema. Incentivare la diffusione dei servizi di rete deve ottenere, appunto, la riduzione di questo ritardo accelerando il coinvolgimento di tutte le imprese e di tutti i settori.

Non deve mancare il contributo positivo delle amministrazioni pubbliche e delle grandi imprese nei confronti delle piccole e medie imprese come si registra già per il sistema bancario e per molte imprese fornitrici di servizi pubblici ma è indispensabile superare la logica dei servizi amministrativi informatizzati e forniti in rete per passare allo scambio in rete di servizi ricchi di conoscenza e

di potenzialità per ridurre i costi di transazione nelle relazioni fra imprese e fra imprese e consumatori.

6.3 Quale è la morale

Un contributo all'attuazione di questa strategia deve essere fornito dal sistema bancario, la matrigna in questo racconto, perché l'incertezza sugli sviluppi futuri diminuisce se le banche si impegnano a finanziare le imprese che operano nell'ambito di questi obiettivi di crescita e con questi strumenti innovativi.

La favola di Cenerentola suggerisce, inoltre, di compiere un modesto sforzo finanziario per chiamare in aiuto la fata Smemorina e questa scelta strategica fornisce un finale ottimista. Diversamente dalla favola, la morale di questo lavoro ammonisce che è necessario un impegno convinto e la disponibilità a correre anche qualche rischio perché non esiste la bacchetta magica per uscire dalla crisi. Non è sufficiente andare in giro con una scarpetta anche perché l'obiettivo della ricerca deve essere trovare tanti piedini ai quali si adattino le scarpette magiche. E' indispensabile che aumenti il numero dei partecipanti al grande ballo della crescita del reddito e della competitività. La favola, purtroppo, resta tale e anche l'adattamento della favola non modifica la realtà ma insieme forniscono un modello cui riferirsi quando si deve leggere e interpretare la realtà nella quale viviamo e in particolare ci aiuta a identificare i buoni e i cattivi in base al loro comportamento prescindendo dalla loro ricchezza oppure dal loro potere come pensano, invece, le sorellastre e la matrigna.