



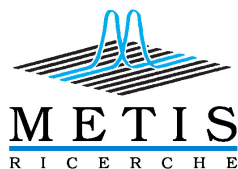
Ricerca realizzata con il contributo finanziario del
PIANO DI SVILUPPO RURALE 2000-2006 DELLA REGIONE PIEMONTE
Misura S – Incentivazione di attività turistiche e artigianali
Interventi a sostegno dell'artigianato artistico e tipico

L'ARTIGIANATO DELL'ECCELLENZA IN PIEMONTE

La Montagna come risorsa

Luglio 2004

Regione Piemonte
Assessorato all'Artigianato
Direzione Artigianato e Commercio
Settore Disciplina e Tutela dell'Artigianato
Piazza Nizza, 44 – 10126 Torino
Segreteria: tel. 011.4323541
www.regione.piemonte.it
e-mail: artigianato.artistico@regione.piemonte.it
<http://artigianato.sistemapiemonte.it>



METIS Ricerche S.r.l.
Via Camerana, 6 – 10128 Torino
Tel. 011.538028
www.metis-ricerche.it

UN QUADRO DI RIFERIMENTO¹

I numeri dell'Artigianato

Quando si parla di imprese artigiane in Piemonte ci si riferisce a 130.000 aziende circa. Tali imprese davano lavoro, nel 2003, a circa 300.000 addetti. In generale la media delle imprese artigiane è dunque di poco più di 2 addetti per impresa.

La distribuzione delle due grandezze per provincia segue per lo più l'andamento demografico. Le province con più abitanti hanno più imprese. Le distribuzioni però cambiano a seconda del settore considerato. Così la provincia di Torino ha, per ogni settore, più del 40% delle imprese artigiane, ma vi sono scostamenti significativi dal dato medio per esempio in provincia di Alessandria per la manifattura varia e in provincia di Biella per la manifatturiera leggera.

Osserviamo che la piccola dimensione media delle imprese (unità locali) artigiane è dovuta alla cospicua presenza (più della metà in Piemonte ed in Italia) di aziende con un solo addetto. Sia in Piemonte che in Italia nel complesso le piccolissime Unità Locali sono le maggiori responsabili dell'incremento delle Unità Locali Artigiane registratosi tra il 1991 e il 2001.

Dal punto di vista degli addetti la dinamica è simile anche se la variazione meno consistente: il 23% degli addetti lavorava in imprese con un addetto nel 2001 contro il 20% del 1991.

Occorre anche osservare, ad onor del vero, che si registra un notevole incremento occupazionale nelle imprese più grandi: gli addetti che lavorano nelle imprese più grandi passano dal 2,8 al 5% del totale tra il 1991 e il 2001. Più in generale si può notare che le imprese più grandi, dai 10 addetti in su, incrementano i propri addetti in misura superiore all'incremento medio.

Dal 2001 al 2003 Movimprese ha registrato in Piemonte un incremento dell'1,2% all'anno nel numero delle ditte. Nel primo trimestre 2004 si registra però una diminuzione pari a -1,66%, percentuale più che doppia di quella nazionale (-0,73%).

Al 31/12/2003 la situazione per settore di produzione vedeva al primo posto l'edilizia con 51.174 imprese (il 39% del totale), seguita dal manifatturiero con 38.010 imprese (il 29% del totale): i due

settori insieme includono quasi il 70% del totale del comparto. Altre 20.000 aziende circa cadono nel settore dei servizi (trasporti esclusi), 11.000 nei trasporti e 10.000 nel commercio e riparazione oggetti personali e auto-motoveicoli.

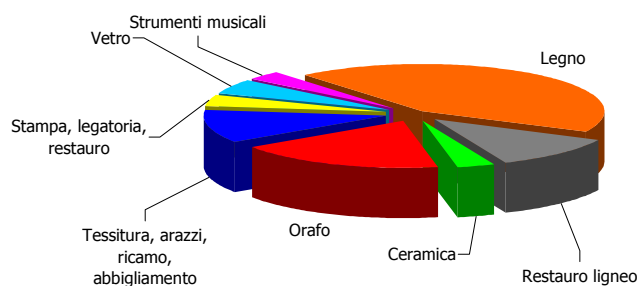
Base dati statistica

La base dei dati per l'analisi statistica delle imprese artigiane che hanno ottenuto il riconoscimento regionale e sono entrate a far parte della cosiddetta eccellenza artigiana si riferisce a 1218 domande, 1156 aziende, che includono 1529 persone tra titolari e soci. Complessivamente gli addetti sono 3624, con una media di poco superiore a 3 addetti. Questo segmento delle imprese Artigiane costituisce l'oggetto specifico dell'indagine qui illustrata.

Confronti con le imprese artigiane: settore produttivo, classe di addetti, localizzazione

Il segmento delle imprese che hanno ottenuto il riconoscimento dell'eccellenza rappresenta lo 0,9% del complesso delle imprese artigiane, che diventa il 3% se si considera, al livello complessivo delle imprese artigiane, soltanto il manifatturiero.

La distribuzione delle aziende dell'eccellenza, a questo punto del processo istituzionale di riconoscimento, vede una notevole concentrazione nell'industria del legno (43%), seguita dal settore orafa (18,5%) dalla tessitura e dal restauro ligneo (entrambi circa 11%).



Per quanto concerne la distribuzione per classe di addetti le imprese dell'eccellenza sembrano collocarsi su dimensioni leggermente più grandi della media dell'intero comparto: in particolare sono percentualmente un poco di più nelle classi 3-5, 6-9, 10-15 e di meno nella classe che raggruppa le ditte con un addetto. La loro distribuzione per classe di addetti non è tuttavia strutturalmente molto diversa da quella dell'intero comparto.

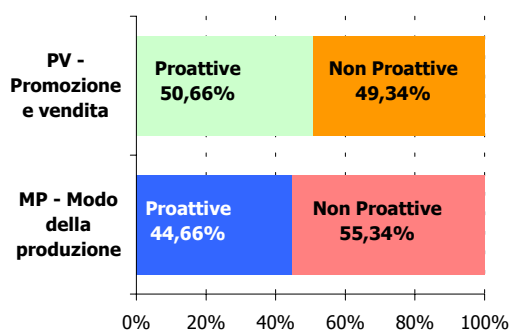
Per quanto riguarda invece la distribuzione sul territorio si nota come nell'eccellenza, rispetto all'intero comparto artigiano, sia sottorappresentata Torino (22 punti percentuali in meno), in favore soprattutto di Cuneo (10 punti percentuali in più).

¹ I dati di confronto sono stati reperiti sulla base delle pubblicazioni dell'Osservatorio Regionale dell'Artigianato, Settore Sistema Informativo che si ringrazia vivamente, e attraverso la consultazione di <http://artigianato.sistemapiemonte.it>

UNA TIPOLOGIA PER LE IMPRESE DELL'ECCELLENZA

Le caratteristiche utilizzate

Sono stati costruiti due indicatori, l'uno relativo al modo di proporsi sul mercato, l'altro relativo al modo di produrre. *Gli indicatori non sono graduatorie di merito e non devono essere letti come tali.* Sono soltanto uno dei possibili criteri per descrivere l'universo delle imprese dell'eccellenza. Gli indicatori costruiti fanno riferimento al mercato ed al modo di produzione. Nei due ambiti si individuano due insiemi di aziende dai contorni abbastanza definiti: le aziende proattive e quelle non proattive. Sulle modalità dei due indicatori le aziende si distribuiscono grosso modo equamente.



La tipologia: la dimensione di mercato e la dimensione della produzione

I due indicatori, opportunamente combinati, danno origine ad una tipologia che suddivide le domande a seconda del modo di porsi nei confronti della promozione e della produzione. Avremo dunque quattro possibili comportamenti: coloro che sono proattivi sia sul versante della promozione, sia sul versante della produzione. In entrambi i casi mostrano versatilità e varietà di soluzioni; all'opposto si trovano coloro che sembrano essere meno proattivi. Abbiamo poi le due situazioni intermedie: coloro che sono proattivi solo su un versante. Gli insiemi individuati sono numericamente tutti significativi, con una prevalenza marcata delle situazioni polari: 33% i non proattivi da entrambi i punti di vista considerati, il 28% i proattivi. Il restante 39% si colloca nelle situazioni intermedie.

Validazione ex-ante: le caratteristiche correlate alla tipologia

Osservando la distribuzione della tipologia per classe di addetti si nota una correlazione nettamente positiva tra la dimensione dell'azienda e l'appartenenza al cluster più dinamico (proattive-

proattive): più le aziende sono grandi, più tendono ad essere proattive contemporaneamente sui due versanti, della promozione e della produzione.

Per quanto riguarda la distribuzione per settore spicca la particolare concentrazione di Ceramica e Vetro tra le imprese dinamiche (attive-attive).

Il titolo di studio del titolare è positivamente correlato con la dinamicità dell'impresa: la probabilità di essere titolare di un'azienda proattiva-proattiva sale con il salire del titolo di studio.

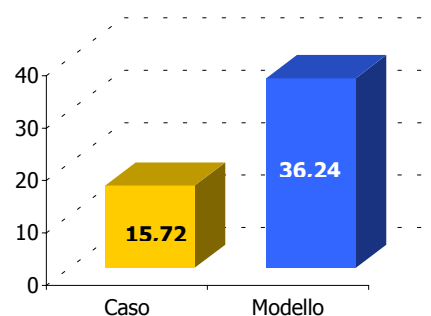
Infine, sembra che l'aver avuto un'esperienza di lavoro da dipendente favorisca l'emergere nelle dimensioni di tipo produttivo, rispetto a quelle di tipo promozionale.

Validazione ex-post: la tipologia e le azioni di sostegno

Si osserva che le imprese ammesse al contributo del Piano di Sviluppo Rurale 2000-2006 (contributo assegnato ad imprese localizzate in Comunità Montana) sono, proporzionalmente, circa due volte di più tra le imprese da noi classificate attive-attive, rispetto al tipo polare (7,67% contro il 3,79%), che sono anche quelle che vengono ammesse in misura minore. Se si considerano solo le domande delle imprese localizzate in Comunità Montane il rapporto è analogo: 20% e 11%.

Formazione e botteghe scuola

Il 13% circa delle domande raccolte attestano che il titolare ha avuto esperienze didattiche. Considerando i valori previsti dal modello *causale* da noi costruito sull'esperienza didattica e confrontandoli con i valori osservati in realtà, vediamo che il modello prevede correttamente esperienza nel 36% delle previsioni, contro il 16% delle imprese previsto correttamente dal modello *casuale*. Il modello da noi costruito è dunque due volte migliore del modello casuale ($36/16=2.25$).



La regione Piemonte ha recentemente pubblicato l'elenco delle 100 imprese ammesse al progetto Botteghe Scuola (anno 2003-2004).

Ci aspettiamo che le domande delle imprese con un titolare più coinvolto in esperienze formative, siano con più probabilità inserite nell'elenco della Regione.

Questo è esattamente quanto accade. L'aver un'esperienza di insegnamento favorisce l'inserimento nella lista: le ammesse sono il 34% circa delle domande di imprese che hanno un titolare esperienziato, contro il 5% di quelle che non l'hanno: circa 7 volte di più (in senso relativo ovviamente). Anche le domande relative ad imprese che non hanno un titolare esperienziato, ma che il modello specificato stima avere un titolare esperienziato (falsi positivi), mostrano una percentuale di ammessi significativamente più alta di coloro che sono *tout court* senza esperienza: 12% contro il 5%, circa il doppio.

Il modello mostra quindi di essere in grado di "riconoscere" quelle imprese che, pur non denunciando esperienza didattica, sembrano essere maggiormente adatte di altre a partecipare al progetto delle botteghe scuola.

Cruscotti per il monitoraggio della situazione delle imprese dell'eccellenza e per il supporto alle decisioni di intervento

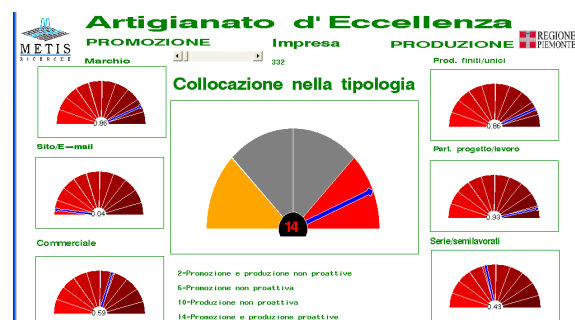
Le informazioni elaborate sin qui vengono utilizzate per monitorare la situazione di ogni singola impresa per mezzo di *cruscotti* che ne visualizzano la posizione sui vari parametri.

Nella prima figura si illustra l'analisi dei parametri relativi a promozione e produzione precedentemente illustrati e usati nella costruzione della tipologia delle imprese in ordine alla loro proattività.

A seconda della posizione delle diverse imprese sui diversi parametri le frecce sui cruscotti vengono riposizionate in modo da renderne intuitiva la collocazione. Il cruscotto al centro della figura sintetizza le posizioni sugli altri parametri.

Nella prima figura è rappresentata un'azienda che è definita proattiva sulle dimensioni generiche di promozione e produzione (codice 14 e colore rosso sul cruscotto centrale). La proattività sulla promozione gli viene ascritta in particolare perché lavora sul marchio ed è commercialmente dinamica (fiere, consorzi, vendite dirette): cruscotti primo e terzo del lato promozione. È considerata proattiva anche sul versante del modo di produzione perché lavora per pezzi unici e costruisce prodotti finiti con grande partecipazione del titolare alla progettazione ed al lavoro esecutivo: cruscotti primo e secondo del lato produzione.

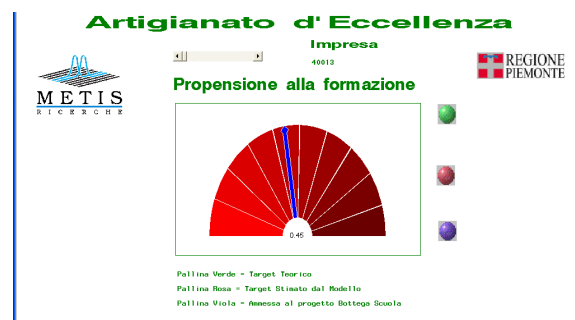
Fig 1 - Monitoraggio della proattività delle imprese in promozione e produzione (tipologia)



Nella figura successiva viene riportata la probabilità, stimata dal modello, che un'impresa sia in grado di produrre formazione e dunque abbia una probabilità più alta di essere ammessa al progetto Botteghe Scuola.

Oltre alla probabilità viene riportato un segnale della presenza dell'impresa nel target del modello (ha un titolare impegnato o che è stato impegnato in iniziative didattiche, pallino verde), un secondo segnale se la probabilità supera la soglia prefissata per essere stimata target dal modello (pallino rosa), un terzo segnale se l'impresa è stata effettivamente ammessa al progetto Botteghe Scuola (pallino viola). La figura riportata illustra la situazione di un'impresa con buona probabilità di essere target (supera la soglia prefissata), che è di fatto nel target e che è stata ammessa al progetto.

Fig. 2 - Monitoraggio e l'identificazione delle imprese ammesse e ammissibili al progetto Botteghe Scuola



LE IMPRESE DELL'ECCELLENZA NELLE COMUNITÀ MONTANE

Distribuzione sul territorio

La distribuzione per provincia delle imprese collocate in comunità montane evidenzia, rispetto alle imprese dell'intera regione, una concentrazione maggiore nelle province di Cuneo e Verbania, cosa abbastanza scontata vista la conformazione territoriale delle dette province. Si nota poi un calo, in

termini percentuali e assoluti, delle imprese della provincia di Torino.

Differenze ed analogie con le imprese di pianura

Le domande rivolte da imprese di montagna sono più concentrate nel settore del legno (65% contro 28%) e sono un tredicesimo circa delle domande presentate da imprese orafe (2% contro il 26%).

Considerando la classe di addetti si osserva una maggior concentrazione delle domande di imprese di montagna tra le imprese di piccolissime dimensioni: 69% in montagna contro il 60% in pianura nelle classi 0-2 addetti e 9% contro il 18% nelle classi 6 addetti e più. Per quanto concerne il titolo di studio del titolare dell'impresa, la montagna vede una più alta percentuale di bassi titoli: 61% contro il 55% per le licenze elementari e medie.

Le imprese di montagna risultano essere maggiormente proattive per quanto riguarda la promozione: partecipano di più alle fiere e più spesso dichiarano di possedere un marchio. Da notare inoltre la minor frequentazione di internet in montagna.

Quasi nessuna differenza esiste tra pianura e montagna per quanto concerne il modo della produzione. Se si considera la tipologia che emerge dalla combinazione dei comportamenti allora notiamo che le domande delle imprese localizzate in montagna oltre che essere maggiormente orientate verso la promozione sono anche legger-

mente più presenti, in proporzione, tra le imprese maggiormente proattive da entrambi i punti di vista qui considerati.

Titolari e soci

Complessivamente, come precedentemente riportato, tra titolari e soci abbiamo 1529 persone. Di queste 1218 sono titolari d'impresa e 311 si qualificano come soci; 178, il 15% circa, sono donne (sul complesso degli occupati in Piemonte le donne sono il 42%); i tre quarti (75%) hanno un'età compresa tra i 26 ed i 55 anni e la classe d'età più presente è quella tra i 36 e i 45 anni (33% circa). Soltanto il 2% circa sono laureati e la maggioranza, 57%, ha un titolo di studio inferiore.

È interessante osservare che la proporzione dei soci è più alta tra le donne: più del doppio che tra gli uomini (35% e 17%). Conseguentemente questi ultimi sono in maggior misura titolari dell'impresa. Inoltre le donne hanno avuto meno esperienze lavorative: hanno fatto parte di altre aziende in misura minore degli uomini, come anche in misura minore sono state lavoratrici dipendenti. In compenso hanno titolo di studio superiori: sono proporzionalmente più laureate e diplomate.

La titolarità dell'azienda si accompagna più spesso con le esperienze pregresse. Sul ruolo in azienda non ha invece peso il titolo di studio e la probabilità di essere titolari aumenta nella classi centrali d'età.