



Munich Personal RePEc Archive

## **Medium sized multinationals of "fourth capitalism"**

Schilirò, Daniele and Musca, Maria

Università di Messina

September 2010

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/78946/>

MPRA Paper No. 78946, posted 06 May 2017 12:16 UTC



*Daniele Schilirò - Maria Musca*

*Università di Messina*

## **Le medie imprese multinazionali del “quarto capitalismo”**

**Settembre 2010**

### **Abstract**

The paper provides an analysis of the internationalization of medium-size Italian industrial enterprises that aims to become multinational companies. This work takes inspiration from the essay by Mariotti and Mutinelli (2009) on the evolution of Italian multinational enterprises and the role of “fourth capitalism”, but it differs from essay of these authors because it adopts different databases and it looks at many other variables apart from employment, which is instead the only variable used by Mariotti and Mutinelli.

Moreover, the present paper concentrates specifically on industrial multinational firms of “fourth capitalism”, that is the set of the medium and medium-large firms that mostly grow in the foreign markets either through exports or through foreign direct investment. It also offers an empirical descriptive picture regarding the performance of medium-size Italian multinational enterprises with respect to large multinational companies and also against those medium size enterprises that are not multinational companies because they are poorly equipped to deal with the internationalization process in its complexity and its risks.

However, the descriptive analysis provided allow us to draw a profile of medium-sized multinational companies characterized by a complex strategy towards internationalization, where innovation has a key role, but equally important are the flexibility and specialization in production, since even these latter elements guide the choices to invest and produce abroad. But it is also important the commercial dimension, that leads to point to the direct supervision of foreign markets and looking very carefully to customers, offering them a wide range of services. Finally, the paper points out some critical issues such as high taxation, insufficient institutional support for internationalization, the high external costs, such as energy, lack of skilled human capital available in the labor market due to inadequate policy training.

**Keywords:** medium-sized enterprises; medium-large firms; Italian firms; internationalization; innovation

## Introduzione\*

Il saggio si propone di offrire alcune riflessioni sul tema dell'internazionalizzazione delle medie imprese industriali italiane che assumono sempre più i tratti di imprese multinazionali. Questo saggio si concentra in particolare sulle imprese industriali multinazionali del "quarto capitalismo", ossia su quell'insieme di imprese medie e medio-grandi che mostrano di crescere maggiormente sui mercati esteri, sia tramite le esportazioni, sia attraverso gli investimenti diretti esteri. Esso non si limita però alla formulazione di mere riflessioni teoriche ma cerca di sostanziarle empiricamente attraverso un'analisi descrittiva della *performance* delle medie imprese multinazionali italiane rispetto alle imprese multinazionali di grandi dimensioni ed anche nei confronti di quelle imprese medie che multinazionali non sono, perché non adeguatamente attrezzate ad affrontare il processo di internazionalizzazione nella sua complessità e nei suoi rischi.

L'obiettivo è soprattutto quello di delineare un profilo delle medie imprese multinazionali. Questo nostro lavoro, che utilizza dati provenienti da una pluralità di fonti, è, in definitiva, un primo tentativo di un progetto più ampio che si propone di studiare in modo approfondito e sistematico le medie imprese multinazionali, che stanno acquisendo un peso e un ruolo sempre più rilevante nel sistema produttivo italiano e che appartengono a quella componente nuova e rappresentativa del sistema industriale che si tende a denominare "quarto capitalismo".

### 1. Le medie imprese e l'internazionalizzazione

Le medie imprese industriali italiane sono diventate negli ultimi anni sempre più le protagoniste nei mercati esteri. Tali imprese hanno un fatturato compreso fra i 13 e i 290 milioni di euro e una forza lavoro compresa nella classe 50-499 addetti, e sono società di capitale<sup>1</sup>. Le imprese di taglia media, pur nella diversità dei territori e dei settori di appartenenza, presentano caratteristiche simili e condividono strategie comuni, di cui le "2i", innovazione e internazionalizzazione, sottolineate da Quadrio Curzio (2008), costituiscono le linee guida.

Le proprietà tipiche delle medie imprese industriali di nuova generazione sembrano giustificare una loro rappresentazione come quella componente distintiva del sistema industriale italiano che gli storici economici prima (Colli, 2002) e, in seguito, gli economisti dell'impresa hanno denominato "quarto capitalismo"<sup>2</sup>.

Le imprese medie del "quarto capitalismo", nonostante il basso utilizzo di capitale, riescono ad avere successo sui mercati internazionali puntando sulla qualità della forza lavoro, ovvero sulla formazione continua, sulla massimizzazione del valore prodotto per dipendente (e ciò si traduce in innovazioni), su una finanza virtuosa caratterizzata da pochi debiti di struttura, sulla capacità di controllare l'organizzazione, focalizzandosi allo stesso tempo sui vantaggi competitivi (Coltorti, 2010), dove i fattori intangibili (*brand*, comunicazione, relazioni con i clienti) sono quelli che hanno acquisito sempre più importanza<sup>3</sup>.

Le medie imprese industriali operano mantenendo il rapporto con il territorio di origine e guardano verso orizzonti più ampi ed estesi. Del resto il "quarto capitalismo", a cui esse ormai appartengono,

---

\* Il saggio è frutto del lavoro congiunto dei due autori, il paragrafo 1 è tuttavia di D. Schilirò, mentre l'elaborazione dei dati è stata svolta da Maria Musca. Si ringrazia inoltre Mario Graziano, Andrea Colli, per le utili discussioni ed osservazioni.

<sup>1</sup> Mediobanca, Unioncamere (2010, p. VIII).

<sup>2</sup> Sulle imprese industriali del "quarto capitalismo" si veda Coltorti (2006), Gagliardi (2008), Varaldo (2009), Schilirò (2010).

<sup>3</sup> Resciniti in Varaldo, Dalli, Resciniti, Tunisini (2009, pp. 56-97).

appare come un'evoluzione del capitalismo distrettuale (il "terzo capitalismo"), piuttosto che un'entità alla rincorsa del capitalismo delle grandi imprese private o delle grandi imprese pubbliche<sup>4</sup>. Di conseguenza cambiano le implicazioni legate al binomio locale/globale, le medie imprese mirano a coniugare la presenza di reti di relazioni storiche e consolidate nel tessuto produttivo, come avviene in molte di loro di matrice distrettuale, con le nuove opportunità relazionali che si presentano e si costituiscono a livello internazionale. Le reti divengono quindi un elemento costitutivo dell'identità delle medie imprese industriali. Le imprese del "ceto medio" (Marini, 2008) sono in grado di reggere le sfide della globalizzazione con un modello d'impresa caratterizzato da grande flessibilità dove si combinano economie interne all'impresa con economie di scala di rete fra imprese. Un modello che mostra una notevole capacità di stabilire reti commerciali sempre più ampie volte ad appropriarsi di quote significative della domanda globale. Tale capacità si configura come un elemento strategico fondamentale per il successo delle medie imprese nella competizione mondiale. Infine le medie imprese del "quarto capitalismo" rappresentano un modello d'impresa specializzato in produzioni di qualità con una forte presenza nei settori del "Made in Italy", in grado di creare nicchie di mercato rilevanti in termini di fatturato e di profitti, ovvero di occupare nicchie globali, e di differenziare i prodotti che vengono spesso collocati presso fasce di clientela a reddito elevato (Schilirò, 2010).

L'internazionalizzazione, in questo contesto, va intesa come quel processo attraverso il quale le imprese non solo collocano le loro vendite su più mercati esteri, ma attingono anche dagli stessi mercati esteri o da altri ancora le materie prime per il loro approvvigionamento, così come pure le tecnologie, gli impianti, le attrezzature, i vari componenti per la produzione dei beni, le risorse finanziarie e, infine, la forza lavoro. Tale processo comporta spesso anche la localizzazione su più mercati esteri delle stesse attività produttive o di parti di esse. L'internazionalizzazione non è, quindi, la semplice attività di esportazione, essa costituisce piuttosto un processo di dispiegamento geografico dell'intera filiera produttiva dell'impresa per cogliere le migliori condizioni nei diversi mercati, sia quelli di approvvigionamento dei fattori, sia quelli di sbocco dei prodotti, sia quelli dove meglio si realizza la produzione (Dematté, 2003).

Le strategie di internazionalizzazione delle medie imprese italiane del "quarto capitalismo" tendono ad assumere configurazioni sempre più complesse fino ad estendersi all'intera catena del valore. I processi di internazionalizzazione riguardano infatti le varie fasi produttive e commerciali: dalla gestione dei fornitori, ai canali di distribuzione, alla ricerca e sviluppo. Si può quindi affermare che l'internazionalizzazione venga declinata da queste imprese su diverse dimensioni: anzitutto la dimensione commerciale, che riveste un'importanza notevole in quanto punta ad aumentare i volumi di vendita e di cui la quota del fatturato con l'estero è un indicatore significativo. In secondo luogo la dimensione produttiva, rappresentata da varie forme di delocalizzazione produttiva, ma anche da investimenti diretti esteri, scelte motivate dall'espansione geografica del mercato di riferimento e dall'interesse di sfruttare le tecnologie straniere, non solo quindi solo da mere logiche di risparmio nei costi. In terzo luogo la dimensione strategica volta a potenziare la differenziazione rispetto ai *competitor* e a sviluppare *know-how* e innovazione.

I processi di internazionalizzazione delle medie imprese industriali riguardano quindi i seguenti aspetti: valore delle esportazioni; capacità di presidio strutturato dei mercati esteri sul fronte commerciale; ricorso a reti produttive internazionali dei mercati esteri per la realizzazione del prodotto. In particolare, per quanto riguarda l'internazionalizzazione commerciale si hanno forme parziali di controllo diretto dei mercati attraverso consociate commerciali, oppure reti di *franchising*, o anche punti vendita propri sia delle imprese che realizzano prodotti finiti, sia di quelle che

---

<sup>4</sup> Varaldo (2009, p. 14).

realizzano prodotti intermedi. Per quanto riguarda invece l'internazionalizzazione produttiva<sup>5</sup>, gli interventi seguono differenti modalità. Si hanno infatti investimenti diretti all'estero (IDE), attraverso varie forme di controllo si imprese estere, oppure la delocalizzazione produttiva internazionale (*international outsourcing*) che comporta accordi specifici con società che operano nei mercati esteri<sup>6</sup>. Queste due diverse modalità di internazionalizzazione della produzione vengono utilizzate per produrre componenti di prodotto o prodotti finiti che possono essere a sua volta importati ed utilizzati dalla stessa impresa o venduti nel mercato nazionale oppure essere venduti nel mercato del paese ospitante o in altri mercati di paesi terzi<sup>7</sup>. I processi di internazionalizzazione possono, a loro volta, condurre alla scomponibilità dei cicli produttivi, alla scomponibilità intra-industriale, alla frammentazione produttiva dei distretti a cui le medie imprese sono legate.

Le imprese seguono quindi una varietà di tipologie di modelli di internazionalizzazione, caratterizzati dai processi di internazionalizzazione sopracitati. Dal punto di vista commerciale essi si traducono in un forte presidio dei mercati finali all'estero, mentre dal punto di vista dell'attività produttiva si concretizzano in termini di riorganizzazione internazionale da parte delle imprese della propria *supply chain* attraverso il ricorso a fornitori strategici e/o subfornitori esteri, oppure in investimenti diretti esteri, o anche in forme miste di internazionalizzazione<sup>8</sup>.

## **2. Performance delle medie imprese multinazionali: un'analisi empirico-descrittiva**

Nel paragrafo precedente abbiamo messo in evidenza come il processo di internazionalizzazione risulti particolarmente importante per le medie imprese industriali, spesso organizzate in gruppi, rappresentative del nostro tradizionale "Made in Italy", che diversi studiosi: Colli (2002), Coltorti (2006), Gagliardi (2008), Schilirò (2010) definiscono come le protagoniste del "quarto capitalismo". Mariotti e Mutinelli (2009), in particolare, hanno fornito un primo importante contributo di natura empirica per identificare l'esistenza e la consistenza delle imprese del "quarto capitalismo" in Italia, soffermandosi soprattutto sull'ampliamento e sul rafforzamento del cosiddetto "club delle imprese multinazionali" a base italiana. L'analisi di Mariotti e Mutinelli, che utilizza il database Reprint del Politecnico di Milano-ICE, cerca di mettere in evidenza la composizione strutturale delle nostre multinazionali e la loro evoluzione negli anni Duemila focalizzandosi sui caratteri dimensionali<sup>9</sup>. La variabile scelta per la loro analisi dimensionale è il numero dei dipendenti, mentre non viene preso in considerazione il fatturato. L'analisi di Mariotti e Mutinelli evidenzia che le classi dimensionali che hanno le migliori *performance* in termini di crescita nel periodo 2001-2007 sono quelle comprese tra 250 e 1000 addetti. Per quanto riguarda i nuovi ingressi nel cosiddetto "club delle imprese multinazionali italiane" l'allargamento viene alimentato soprattutto dal basso con tassi di ingresso più elevati nelle classi sino a 500 dipendenti, e ciò – secondo gli autori – dipende dai caratteri tipici del sistema economico italiano dove prevale un'alta frammentazione.

La nostra analisi empirico-descrittiva risulterà diversa da quella condotta da Mariotti-Mutinelli in quanto intendiamo confrontare la *performance* delle medie imprese multinazionali (MIM), riguardo

---

<sup>5</sup> L'internazionalizzazione produttiva delle imprese italiane sembra riguardare soprattutto i settori della Meccanica e della Moda ed interessa in prevalenza le imprese del Nord-Est.

<sup>6</sup> Tattara, Corò, Volpe (2006); Barba Navaretti *et al.* (2010). La delocalizzazione internazionale sembra essere la strategia preferita dalle imprese italiane rispetto agli IDE.

<sup>7</sup> Per una rassegna della letteratura sulle diverse strategie di internazionalizzazione delle imprese si veda Helpman (2006).

<sup>8</sup> In questo caso si ha una combinazione dei modelli basati sul presidio dei mercati all'estero e sulla riorganizzazione internazionale della *supply chain*, tale combinazione conduce ad un sistema "a rete aperta".

<sup>9</sup> I dati Reprint utilizzati da Mariotti e Mutinelli riguardano non soltanto le imprese manifatturiere, tipiche del "quarto capitalismo", ma anche le imprese di servizi, in particolare quelle dei servizi alle imprese.

ad una serie di variabili, con la *performance* delle grandi imprese e delle medie imprese (non multinazionali). Nella nostra analisi si farà riferimento a due *dataset*: il primo di Unicredit, il secondo di Mediobanca, che, sebbene abbiano caratteristiche diverse fra loro e coprono periodi differenti, rendendo il loro confronto arduo sul piano metodologico, consentono tuttavia un'analisi più articolata tale da essere svolta da punti di osservazione non univoci. Gli indicatori che utilizzeremo per il confronto fra le tre tipologie di imprese riguardano, oltre all'occupazione, il fatturato, le vendite all'estero (espressa come quota delle esportazioni sul fatturato), gli investimenti in R&S e gli investimenti diretti all'estero, sebbene di quest'ultima variabile si hanno a disposizione dati non sempre sufficienti ed esaurienti.

## 2.1. L'analisi su dati Unicredit

L'analisi svolta in questo paragrafo si basa sui dati della decima indagine sulle imprese manifatturiere italiane di Unicredit (2008)<sup>10</sup> condotta su un campione di circa 5000 unità, statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese italiane del settore manifatturiero. I dati sono stati da noi rielaborati, individuando nel campione della decima indagine le imprese medie, secondo i parametri standard indicati da Mediobanca-Uniocamere (2010). Da questo insieme di medie imprese estratte abbiamo individuato due sottoinsiemi: quello delle medie imprese non multinazionali (M.I.N.M) e quello delle medie imprese multinazionali (M.I.M.). La metodologia che abbiamo seguito per realizzare tale classificazione è stata la seguente: anzitutto si è isolato dal sottoinsieme delle medie imprese quelle che nel questionario d'indagine di Unicredit hanno dichiarato di aver esportato in tutto o in buona parte i propri prodotti nell'anno 2006 all'estero e di aver inoltre realizzato parte della propria attività produttiva all'estero. Seguendo tale metodologia si è dunque formato un sottocampione di 126 imprese classificabili come medie imprese multinazionali (M.I.M.). In secondo luogo, al fine di effettuare un'analisi di tipo comparativo, all'interno del campione Unicredit si è individuato un insieme di grandi imprese (G.I.), con almeno 500 dipendenti ed un fatturato superiore ai 290 milioni di euro<sup>11</sup>.

Il periodo a cui si riferiscono i dati va dal 1998 al 2006, ma alcune tabelle riguardano solo gli anni 2004, 2005, 2006, che sono anni in cui i processi di internazionalizzazione hanno avuto un ruolo importante nelle strategie competitive delle imprese industriali italiane, in particolare delle medie imprese, e dei settori rappresentativi del "Made in Italy". A conferma di ciò i dati dell'indagine Unicredit sulle imprese manifatturiere italiane mettono in evidenza che le medie imprese (classe da 50 a 499 addetti) che esportano tra il 25% ed il 50% del fatturato costituiscono il 30% del totale delle imprese, un risultato inferiore soltanto a quello delle piccole imprese (classe da 21 e 50 addetti); i dati nel loro insieme evidenziano inoltre che i settori tradizionali, spesso rappresentativi del "Made in Italy", pesano per circa la metà del totale delle esportazioni sul fatturato<sup>12</sup>. Risulta inoltre evidente

---

<sup>10</sup> Il *dataset* messo a disposizione dall'Ufficio Studi di Unicredit Group è quello su cui si basa la decima indagine Unicredit sulle imprese manifatturiere. Riguardo alla metodologia di rilevazione dei dati, le banche dati utilizzate, l'estrazione del campione e la tecnica di rilevazione nella decima indagine Unicredit si veda Unicredit (2008, Appendice A, pp. 99-106).

<sup>11</sup> Tale classificazione di G.I. non coincide, come vedremo, con quella utilizzata da Mediobanca, in quanto per quest'ultima sono da considerarsi G.I. quelle imprese con un fatturato superiore a 3 miliardi di euro. Mentre la definizione di Unicredit di fatto include fra le G.I. anche le imprese Medio-Grandi del "quarto capitalismo" (classificazione Mediobanca).

<sup>12</sup> Unicredit (2008, p. 86). Inoltre, nel 2006 l'avanzo commerciale con l'estero delle «4 A» del "Made in Italy" ha raggiunto il livello di 92 miliardi di euro (Quadrio Curzio, 2008, p. 11).

che la crescita dell'export sul fatturato comporta un aumento della diversificazione geografica dei mercati di sbocco a favore dei paesi extraeuropei. La diffusione delle forme di internazionalizzazione diverse dalle esportazioni, ovvero penetrazioni e accordi commerciali, investimenti diretti all'estero, registrazioni di un proprio marchi all'estero, ecc., tende a crescere all'aumentare della quota esportata. In generale, le caratteristiche che influenzano la *performance* dell'export delle imprese sono la produttività, l'attività innovativa, la specializzazione e la qualità della forza lavoro ed anche la dimensione dell'impresa. L'Italia è inoltre il paese le cui imprese hanno una propensione all'export elevata e superiore a quella delle imprese degli altri paesi europei, indipendentemente dalle caratteristiche sopra citate<sup>13</sup>.

La nostra analisi, di natura descrittiva, fa riferimento anzitutto alla variabile occupazione, e ne riporta i dati nella Tabella 1. Questa Tabella riassume il numero medio degli occupati e le relative variazioni percentuali negli anni 2004, 2005, 2006 riferite alle tre categorie di imprese: M.I.N.M., M.I.M., G.I.. Una prima osservazione che risulta evidente dalla Tabella 1 è che il numero medio degli occupati nelle M.I.M. è maggiore di quello delle M.I.N.M. Ciò significa che la dimensione media delle medie imprese multinazionali tende ad essere maggiore delle altre medie imprese.

Ovviamente la dimensione media delle grandi imprese, in termini di occupati, è maggiore delle altre due tipologie di imprese.

**Tabella 1 - Numero medio di occupati e variazioni percentuali  
dal 2004 al 2006**

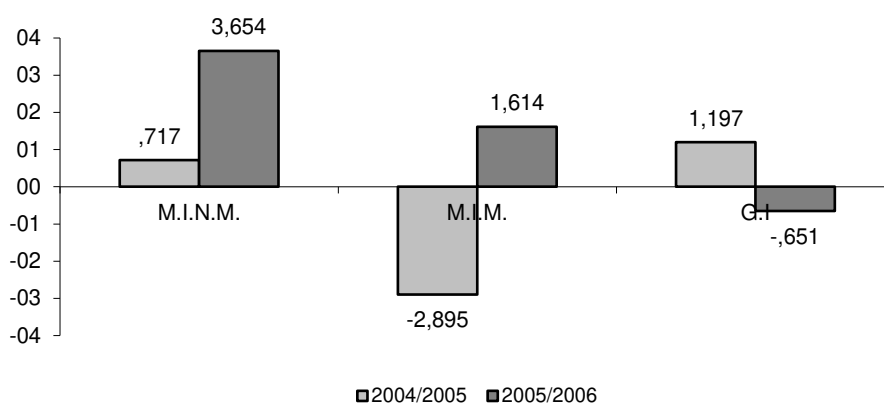
	Valori medi			Variazioni Percentuali %	
	2004	2005	2006	2004/2005	2005/2006
M.I.N.M.	140,1	141,1	146,2	0,7	3,7
M.I.M.	169,8	164,9	167,5	- 2,9	1,6
G.I.	1902,0	1924,8	1912,2	1,2	- 0,7

Fonte: Ns. elaborazioni su dati Unicredit.

<sup>13</sup> Barba Navaretti et al. (2010, p. 33).

La Figura 1 evidenzia, mediante degli istogrammi, i dati riferiti alle variazioni percentuali riportati nella Tabella 1. Dalla Figura 1 si evince che nell'intervallo temporale 2005/2006 gli occupati nelle medie imprese multinazionali e nelle medie imprese non-multinazionali sono cresciuti rispettivamente del 1,61% e del 3,65%, mentre nelle grandi imprese sono diminuiti dello 0,65%. Si tratta di un risultato positivo per le medie imprese rispetto all'intervallo 2004/2005, quando si rilevava invece un andamento diverso, con le grandi imprese e le medie imprese non-multinazionali che facevano registrare una variazione in positivo dell'occupazione, mentre le medie imprese multinazionali avevano fatto registrare una variazione negativa pari a -2,90%.

**Figura 1 – Variazioni percentuali degli occupati tra il 2004 e il 2006.**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Unicredit.

La decima indagine Unicredit (2008) supporta la tesi che, in generale, le imprese che sono più forti sui mercati esteri ed esportano quote crescenti di fatturato sono quelle che dispongono di un capitale umano più qualificato, con una tendenza ad un aumento della quota di laureati e, quindi, di colletti bianchi rispetto alla quota degli operai. In effetti le medie imprese del “quarto capitalismo” tendono ad utilizzare capitale umano qualificato e specializzato per creare e mantenere le loro nicchie globali di mercato (Schilirò, 2010), inoltre queste medie imprese del “quarto capitalismo” che tendono a configurarsi come delle multinazionali fanno della riorganizzazione del lavoro un punto di forza ed utilizzano quote crescenti di occupati laureati.

Una variabile significativa per comprendere il grado di internazionalizzazione delle imprese è la quota del fatturato riconducibile all'export. La Tabella 2 prende come variabile di riferimento proprio la quota del fatturato riconducibile all'export nell'anno 2006 mostrando i valori percentuali dell'export sul fatturato da parte delle tre diverse tipologie di imprese. Tali valori percentuali esprimono la propensione all'export da parte delle imprese. La quota percentuale delle esportazioni sul fatturato delle M.I.M. pari a 44,19% risulta maggiore di quella delle M.I.N.M. che è pari al 36,33%. Questo risultato è coerente con una caratteristica fondamentale delle M.I.M. del “quarto capitalismo”: esse tendono ad avere una maggiore propensione all'export; ciò rispecchia una loro maggiore apertura verso i mercati esteri rispetto alle altre imprese non multinazionali ed, in generale, un grado di



internazionalizzazione più elevato. A sua volta le grandi imprese che sono anch'esse normalmente fortemente proiettate sui mercati esteri hanno una quota percentuale pari al 42,50% che è maggiore di quella delle M.I.N.M., ma è inferiore a quella delle M.I.M.

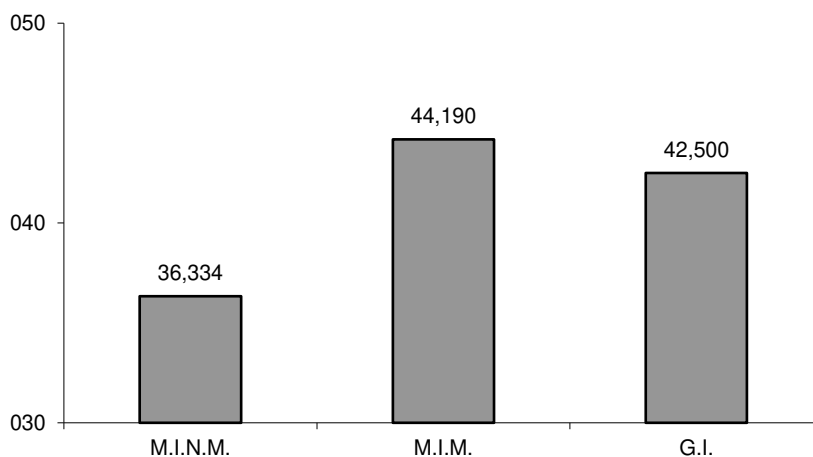
**Tabella 2 – Quota del fatturato riconducibile all'export. Anno 2006.**

	% Export sul fatturato
M.I.N.M.	36.33
M.I.M.	44.19
G.I.	42.50

Fonte: Ns. elaborazioni su dati Unicredit.

La Figura 2 rappresenta mediante degli istogrammi i dati contenuti nella Tabella 2.

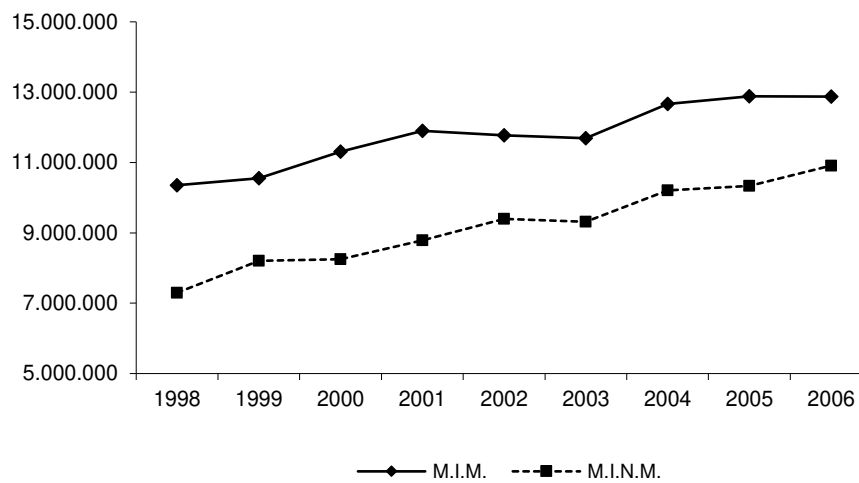
**Figura 2 – Quota del fatturato riconducibile all'export. Anno 2006.**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Unicredit.

Dopo aver considerato la propensione all'export delle medie imprese multinazionali e di quelle non multinazionali e delle grandi imprese, la nostra analisi si focalizza sul Valore Aggiunto (VA). La Figura 3a riporta l'andamento del VA delle Medie Imprese Multinazionali (M.I.M.) e di quelle Non Multinazionali (M.I.N.M.) nel periodo 1998-2006. In essa si evince che l'andamento del VA relativamente alle due tipologie di imprese è abbastanza simile, anche se le M.I.M. hanno un livello del VA costantemente più elevato di quello delle M.I.N.M.

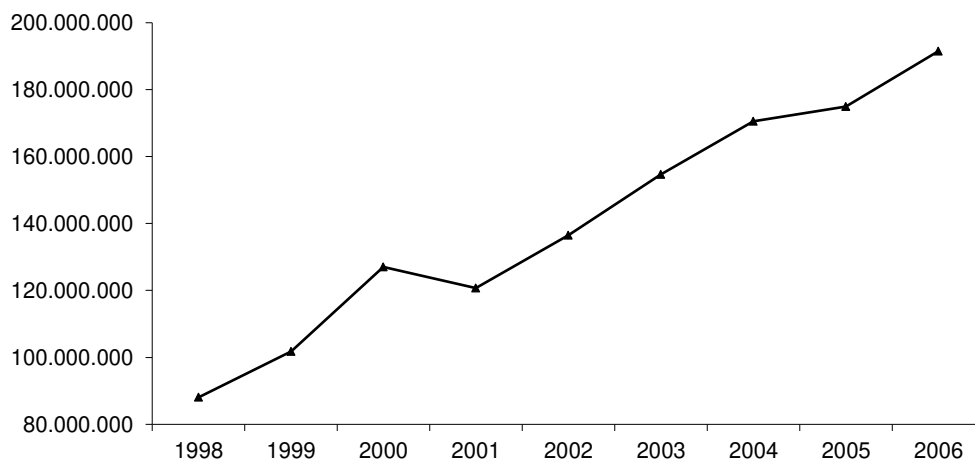
**Figura 3a – Valore Aggiunto delle Medie Imprese Multinazionali e Medie Imprese Non Multinazionali dal 1998 al 2006.**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Unicredit.

La Figura 3b riporta invece l'andamento del Valore Aggiunto delle Grandi Imprese nel periodo 1998-2006. In essa si vede chiaramente l'andamento di crescita continua del VA di questa categoria di imprese a partire dal 2001. Infatti nel 1998 si registra un livello del VA inferiore a quello delle M.I.M., ma negli anni successivi il VA tende a crescere in modo sostenuto fino a raggiungere nel 2006 un livello di gran lunga maggiore di quello delle medie imprese, sia delle M.I.M. che delle M.I.N.M.

**Figura 3b – Valore aggiunto delle Grandi Imprese dal 1998 al 2006.**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Unicredit.

Di particolare interesse sono i dati riportati nella Tabella 3, che riguardano la spesa in R&S negli anni 2004, 2005, 2006 con i valori medi della spesa e le variazioni percentuali. Si vede chiaramente che le M.I.M. sono le imprese che investono in misura maggiore in R&S rispetto alle M.I.N.M., ma soprattutto la variazione percentuale di investimento in R&S diventa notevole nell'intervallo

2005/2006 e raggiunge l'86,50% contro il modesto 6,38% delle M.I.N.M. e la variazione fortemente negativa delle G.I. pari a -36,04%.

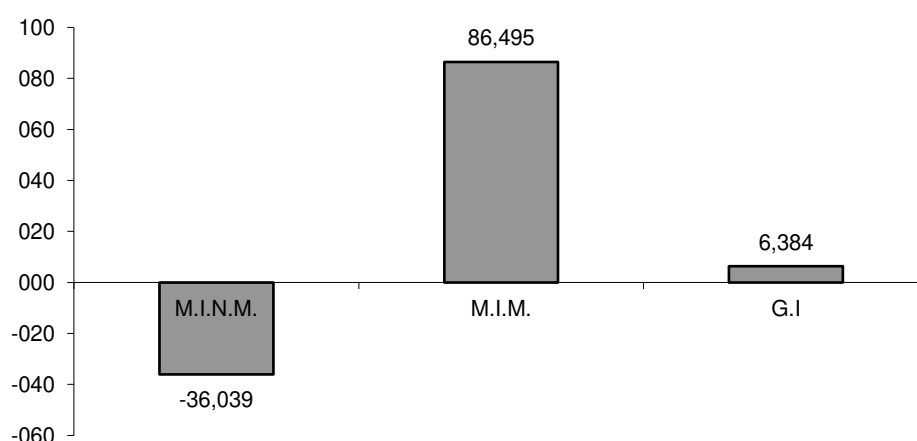
**Tabella 3 –Spesa in R&S dal 2004 al 2006. Valori medi e variazioni percentuali.**

	Valori medi (000 €)			Variazioni %	
	2004	2005	2006	2004/2005	2005/2006
M.I.N.M.	355.01	404.64	430.47	30.10	-36.04
M.I.M.	358.52	439.31	819.29	22.53	86.50
G.I.	6.028.00	7.842.50	5.016.13	13.98	6.38

Fonte: Ns. elaborazioni su dati Unicredit.

I dati dell'indagine Unicredit (2008) confortano la tesi che tra le medie imprese quelle che investono maggiormente sia in impianti e macchinari sia in tecnologie dell'informazione e della comunicazione, dedicando, a sua volta, una quota maggiore agli investimenti in software, sono quelle che esportano di più e fra queste vi sono le M.I.M. del "quarto capitalismo". L'attività di innovazione risulta concentrata soprattutto nei settori tradizionali e specializzati che costituiscono la base del modello italiano di specializzazione produttiva e che rappresentano soprattutto il "Made in Italy". Inoltre i dati della Tabella 3 confermano che le M.I.M., che sono caratterizzate spesso da una maggiore propensione ad esportare, tendono ad un maggior ammontare medio della spesa per l'innovazione tecnologica e per la R&S rispetto alle M.I.N.M. Inoltre esse hanno una quota crescente di fatturato derivante da prodotti innovativi<sup>14</sup>. La Figura 4 rappresenta le variazioni percentuali della spesa in R&S, contenuti nella Tabella 3.

**Figura 4 –Spesa per ricerca e sviluppo dal 2004 al 2006. Variazioni percentuali.**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Unicredit.

<sup>14</sup> Unicredit (2008, p. 88)

Per quanto riguarda le caratteristiche geo-economiche dell'innovazione da parte delle imprese<sup>15</sup> il Nord Ovest è l'area che destina le maggiori risorse agli investimenti in R&S grazie soprattutto al ruolo svolto dalle grandi e medie imprese private, mentre il Nord Est ha anch'esso un modello basato prevalentemente sull'impresa privata, ma rappresenta l'area in cui più delle altre si è affermato il modello di innovazione senza ricerca, anche se negli ultimi anni (dati disponibili fino al 2007) gli investimenti in R&S sono cresciuti in modo significativo. Nel Centro, in regioni come Marche, Toscana, Umbria, predomina un modello di innovazione simile a quello del Nord Est perché la dimensione media delle imprese, anche delle medie imprese, è minore rispetto a quella delle imprese del Nord Ovest. Nel Lazio si afferma invece un modello in cui gli investimenti in R&S tornano a recitare una parte fondamentale, come in Piemonte e Lombardia, ma con la differenza che tale spesa è sostenuta soprattutto dalle istituzioni pubbliche. Nel Mezzogiorno, l'area che anche dal punto di vista della *performance* innovativa si conferma come la più debole del Paese, sono soprattutto le università a sostenere il peso maggiore delle spese per l'innovazione.

L'analisi dei dati consente di affermare che gli investimenti in R&S diventano un fattore di produzione strategico quando la soglia del fatturato esportato supera il 50%, di conseguenza le medie imprese fortemente orientate all'export e fra queste le M.I.M. tendono a scegliere questo tipo di investimento per fare innovazione, ciò consente loro di compiere un salto di qualità.

Fra le imprese, soprattutto nelle medie imprese del "quarto capitalismo", prevalgono infine le innovazioni di prodotto su quelle di processo e quelle di tipo incrementale su quelle di tipo radicale. Ma l'attenzione è soprattutto alla qualità del prodotto e, sempre di più, alle relazioni con i clienti, queste richiedono, a sua volta, innovazioni organizzative e nella sfera commerciale.

Per quanto riguarda la variabile investimento diretti esteri, il *dataset* dell'indagine Unicredit (2008) fornisce un numero di dati molto limitato per le medie imprese manifatturiere esportatrici. Tuttavia è possibile fare qualche considerazione di carattere generale. Anzitutto vi è una notevole dispersione nei comportamenti riguardanti le singole imprese, ciò riflette il loro diverso posizionamento strategico nei mercati, il loro diverso grado di competitività. Ad ogni modo, la quota di investimenti diretti esteri tende di norma a crescere all'aumentare della propensione all'esportazione, ovvero al crescere dell'export sul fatturato. Questa tendenza diventa significativa per le M.I.M. del "quarto capitalismo", anche se tali imprese non sono quelle che in assoluto utilizzano maggiormente gli investimenti diretti esteri. Fra le forme di internazionalizzazione che le medie imprese manifatturiere scelgono, quelle preferite sono la penetrazione commerciale e le collaborazioni commerciali, esse risultano infatti le più frequenti anche rispetto agli investimenti diretti esteri.

In conclusione, in base ai dati Unicredit ne esce rafforzata la tesi che l'internazionalizzazione risulta essere per le medie imprese del "quarto capitalismo" una strada obbligata per avere successo sui mercati e per crescere; a sua volta il processo di internazionalizzazione tende a trasformarle sempre di più in imprese multinazionali. Certamente le modalità dei processi di internazionalizzazione variano da settore a settore e da impresa a impresa, non vi sono quindi soluzioni univoche già predeterminate, ma, al contrario, viene confermata la specificità delle diverse realtà aziendali (Schilirò, 2010, p.69).

La *performance* delle M.I.M. risulta quindi molto buona, considerando le diverse variabili prese in considerazione, anche se il periodo in esame non include il biennio 2008-2009 della crisi economica globale, dato che le imprese che esportavano di più sono state quelle maggiormente penalizzate dal crollo della domanda a livello mondiale. Ma nel periodo 1998-2006 le M.I.M. hanno generalmente fatto meglio delle imprese che non sono molto internazionalizzate e, quindi, delle M.I.N.M. Il confronto con le G.I. conduce invece a delle considerazioni meno univoche, confermando che la relazione fra dimensione dell'impresa e *performance* è una relazione significativa, ma che essa è al tempo stesso una relazione complessa e legata a molti altri fattori.

---

<sup>15</sup> Unicredit (2008); Unicredit (2010).

## 2.2. L'analisi sui dati Mediobanca

L'analisi descrittiva di questa sezione si basa su un *dataset* dell'Ufficio Studi di Mediobanca<sup>16</sup>, contenente i dati aggregati di 98 grandi imprese industriali (società aventi sede in Italia e facenti capo ai maggiori gruppi a controllo italiano con un fatturato consolidato sopra i 3 mld di euro), di 520 imprese industriali medio-grandi del “quarto capitalismo” (società medio-grandi a controllo italiano con un fatturato tra i 330 milioni e i 3000 milioni di euro) e di 483 imprese italiane a controllo estero (filiali di multinazionali estere). Questi dati sono tratti dall'indagine annuale di Mediobanca sulle principali società italiane; si tratta di dati, ricavati dai bilanci delle società, che riguardano variabili quali il fatturato, il valore aggiunto, l'export. Il periodo a cui fanno riferimento questi dati va dal 1999 al 2008. Nel *dataset* di Mediobanca vi sono inoltre dei dati riguardanti le medie imprese manifatturiere ripartite per classi in base alla quota percentuale di fatturato estero, questi dati provengono dall'indagine Mediobanca – Unioncamere (2010) sulle medie imprese industriali italiane (1998-2007).

La lettura della Tabella 4 riportata qui di seguito, che mette a confronto le Grandi Imprese (G.I.), le imprese medio-grandi (M.G.) e le imprese a controllo estero (C.E.), suggerisce alcune considerazioni di un certo interesse. Anzitutto riguardo alla variabile fatturato netto si può notare che il suo andamento è stato sempre crescente per l'intero periodo 1999-2008 per i tre gruppi di imprese<sup>17</sup>. La Tabella evidenzia inoltre che nel periodo 1999-2008 la percentuale del fatturato all'esportazione sul fatturato totale è passata per le grandi imprese dal 45,3% (1999) al 51,5% (2008) con un incremento di 6,2%. Per le imprese medio-grandi del “quarto capitalismo” la stessa percentuale è passata dal 37,0% (1999) al 42,3% (2008) con un incremento di 5,3%. Per le imprese a controllo estero la percentuale è passata dal 32,4% al 37,9% con una crescita di 5,5%. Si può quindi affermare che l'evoluzione del fatturato per questi tre gruppi di imprese è stata assai simile con un vantaggio, peraltro modesto, da parte delle Grandi Imprese, ovvero delle imprese facenti capo ai maggiori gruppi industriali.

---

<sup>16</sup> I dati, forniti dall'Ufficio Studi di Mediobanca sono tratti dall'indagine annuale di Mediobanca sulle principali società italiane, sono reperibili sul sito internet [www.mbres.it](http://www.mbres.it) alla sezione “Dati cumulativi di società italiane”(edizione 2009).

<sup>17</sup> In verità vi è stata una leggera diminuzione del fatturato dal 2007 al 2008 soltanto per le imprese a controllo estero.

**Tabella 4: Confronto fra grandi imprese, medio-grandi e società italiane a controllo estero in termini di fatturato, valore aggiunto ed export. Anni dal 1999 al 2008.**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Grandi Imprese</b>										
Fatturato Netto	64,070,991	73,362,422	71,513,270	70,081,331	68,784,963	73,418,335	76,186,636	86,711,556	93,716,587	94,215,453
Valore Aggiunto	13,061,542	15,170,688	13,250,155	12,103,731	13,247,173	13,783,404	13,547,019	15,168,909	16,942,455	15,043,701
Fatturato all'esportazione	29,029,328	34,092,933	32,899,594	32,039,316	31,066,485	33,178,770	34,359,385	40,578,997	46,915,395	48,509,208
In % del fatturato totale	45.3	46.5	46.0	45.7	45.2	45.2	45.1	46.8	50.1	51.5
<b>Imprese Medio-Grandi</b>										
Fatturato Netto	57,799,840	66,263,580	69,675,940	70,898,870	72,753,263	77,432,488	79,533,135	88,127,175	94,002,973	94,232,570
Valore Aggiunto	15,234,709	16,563,279	17,008,538	17,290,876	17,387,540	18,184,828	18,727,552	19,630,161	20,705,732	19,661,901
Fatturato all'esportazione	21,381,201	25,945,094	27,303,986	27,718,045	27,462,992	29,485,416	30,571,473	34,868,782	38,708,696	39,878,471
In % del fatturato totale	37.0	39.2	39.2	39.1	37.7	38.1	38.4	39.6	41.2	42.3
<b>Imprese a controllo estero</b>										
Fatturato Netto	81,792,439	89,702,671	93,210,999	92,871,335	93,951,331	99,168,827	102,134,320	109,200,214	115,104,344	114,009,141
Valore Aggiunto	20,626,861	21,803,589	22,417,449	22,431,520	22,471,352	23,628,898	24,017,873	24,775,588	26,088,735	25,594,690
Fatturato all'esportazione	26,501,875	28,358,881	30,860,624	30,367,499	30,756,492	34,131,182	36,556,889	40,099,918	43,599,889	43,168,935
In % del fatturato totale	32.4	31.6	33.1	32.7	32.7	34.4	35.8	36.7	37.9	37.9

Fonte: Ufficio Studi – Mediobanca 2010

La Tabella 5 mostra il fatturato totale e medio delle 4.483 medie imprese manifatturiere italiane (*dataset* Mediobanca), ma offre anche la suddivisione del fatturato totale in 'fatturato Italia' e in 'fatturato esportazioni' per classi di imprese classificate in base alla percentuale di estero/fatturato. I dati si riferiscono ai conti delle società singole e, ove disponibili, ai consolidati; pertanto comprendono le attività dirette all'estero per l'anno 2007.

**Tabella 5 – Fatturato totale e medio, fatturato in Italia e fatturato estero delle medie imprese manifatturiere suddivise per classi di imprese secondo la percentuale di export/fatturato. Anno 2007.**

Classi di imprese	N. Imprese	Fatturato			
		Fatturato medio migliaia di euro	Tot. Fatturato migliaia di euro	Fatturato Italia migliaia di euro	Esportazioni migliaia di euro
> 75%	552	41.590	22.957.456	3.448.393	19.509.063
50-75%	993	39.501	39.224.597	15.008.422	24.216.175
40-50%	407	40.594	16.521.806	9.071.162	7.450.644
15-40%	988	40.494	40.007.900	29.038.851	10.969.049
<15%	699	44.898	31.383.378	29.257.271	2.126.107
zero export	844	31.632	26.697.574	26.697.574	0
<b>Totale</b>	<b>4.483</b>		<b>176.792.711</b>	<b>112.521.673</b>	<b>64.271.038</b>

Fonte: Mediobanca - Unioncamere, 2010. Elaborazioni Ufficio Studi Mediobanca.

Le medie imprese manifatturiere italiane del *dataset* fornito dall'Ufficio Studi di Mediobanca, come si evince dalla Tabella 5, sono suddivise per classi in base alla percentuale dell'estero/fatturato. Sul totale di 4.483 medie imprese manifatturiere, 1.952 (552 + 993 + 407), ovvero il 43,5% del totale, hanno più del 40% di estero/fatturato. Di queste imprese di taglia media si può dire che esse sono fortemente internazionalizzate.

L'internazionalizzazione diventa una strada obbligata per crescere per le medie imprese manifatturiere (ed anche per quelle medio-grandi) che appartengono al "quarto capitalismo". Vi sono imprese per le quali il mercato interno ha un ruolo marginale, esse hanno quote di estero su fatturato che raggiungono percentuali superiori al 75%. Per quanto riguarda invece le rimanenti 2531 medie imprese (988+699+844) della Tabella 5, esse costituiscono il 56,5% del totale ed hanno meno del 40% di estero/fatturato (da zero a 40%), ma di queste solo il 19% ha un rapporto pari a zero. Le medie imprese, che appartengono a questo secondo gruppo, sembrerebbero quindi poco internazionalizzate, anche se non si può utilizzare la percentuale di fatturato medio estero come un indicatore assoluto della loro propensione ai mercati internazionali. Inoltre, i settori in cui operano in genere le medie imprese manifatturiere sono quelli esposti alla competizione internazionale. Stabilire quindi un nesso diretto fra competitività ed export appare problematico, ne consegue che quota di estero sul fatturato e competitività non vanno necessariamente insieme.

Infatti, esistono senz'altro medie imprese con importanti partecipazioni all'estero che non esportano o lo fanno in misura limitata, in quanto producono e vendono direttamente sui mercati esteri, mediante investimenti diretti esteri o delocalizzazioni produttive internazionali<sup>18</sup>.

Queste scelte in tema di internazionalizzazione sono seguite dalle imprese multinazionali sia per avere dei vantaggi di costo, ma soprattutto per cogliere d'anticipo i propri concorrenti. Tutto ciò conferma il carattere pro-attivo dei processi di internazionalizzazione che, nonostante richiedano ingenti risorse finanziarie e sforzi notevoli per innovare l'organizzazione, la produzione e il marketing con l'obiettivo di implementare nuove strategie, risultano funzionali principalmente alla crescita dell'impresa<sup>19</sup>.

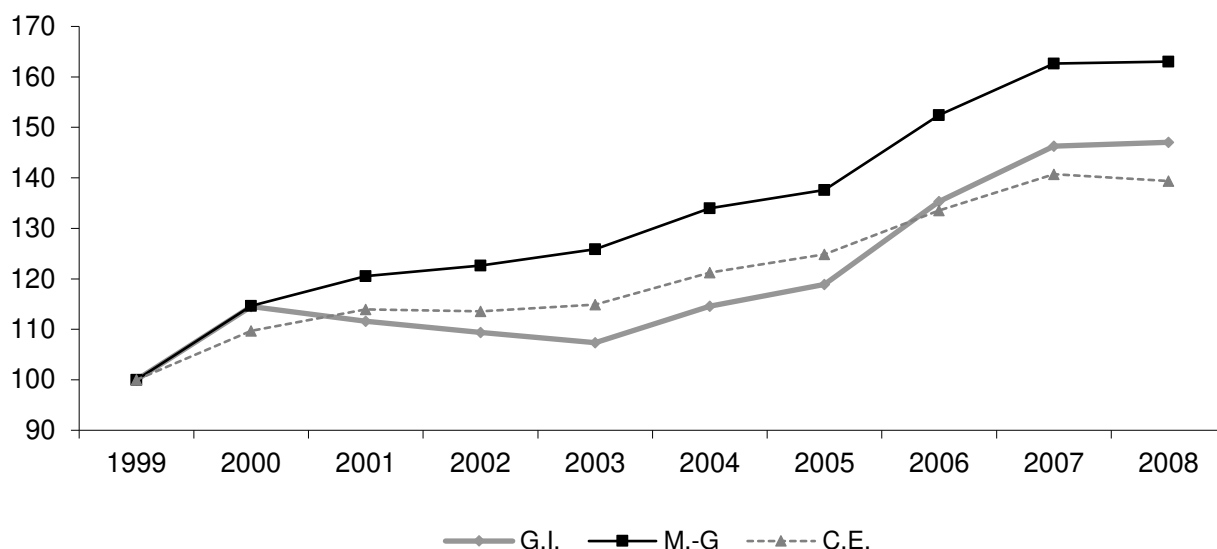
La Figura 6 mostra l'andamento del fatturato per grandi imprese (G.I), imprese medio-grandi (M.G.) e imprese a controllo estero (C.E.) per gli anni dal 1999 al 2008. La figura mostra che le imprese M.G. del "quarto capitalismo" hanno una *performance* migliore in termini di fatturato rispetto alle G.I. e rispetto anche alle imprese a C.E., pur utilizzando una quantità di capitale minore rispetto alle altre due tipologie di imprese. Il ciclo favorevole, che ha inizio nel 2004 ma che si rafforza nel periodo 2005-2007, è stato colto molto bene dalle imprese M.G., che hanno saputo riorganizzare la produzione, ridurre i costi, aumentare l'efficienza e la competitività, puntando sulla qualità del prodotto e sfruttando i cambiamenti nei volumi di domanda. Anche le G.I. mostrano un andamento del fatturato favorevole dal 2004 in poi e fanno meglio delle imprese a C.E. È bene comunque ricordare che le società a controllo estero sono soggette alle politiche di bilancio e commerciali delle case madri.

---

<sup>18</sup> I dati di Mediobanca di cui alla Tabella B non consentono peraltro la tracciabilità di questi fenomeni.

<sup>19</sup> Ferraro (in Marini, 2008) mette comunque in guardia da ricette preconfezionate da essere applicate in ogni contesto e situazione. Questo vale anche per l'internazionalizzazione.

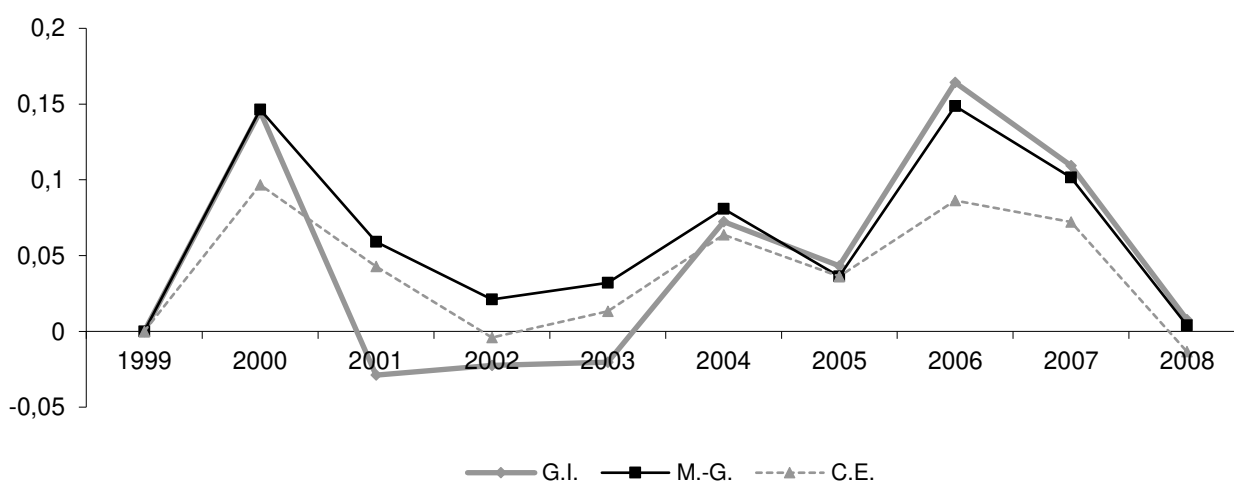
**Figura 6 - Andamento del fatturato per grandi imprese (G.I), imprese medio-grandi (M.G.) e imprese a controllo estero (C.E.). Anni dal 1999 al 2008.**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Mediobanca

La Figura 7 consente di cogliere da una prospettiva diversa, attraverso il tasso di crescita del fatturato, la *performance* delle tre tipologie di imprese. Il grafico mostra l'andamento altalenante dei tassi di crescita nel periodo 1999-2008 e il sostanziale allineamento dei tassi di crescita delle G.I. e delle imprese M.G.

**Figura 7 – Tasso di crescita del fatturato per G.I., imprese M.G. e imprese C.E. Anni dal 1999 al 2008. Numeri indice (Anno base = 1998).**



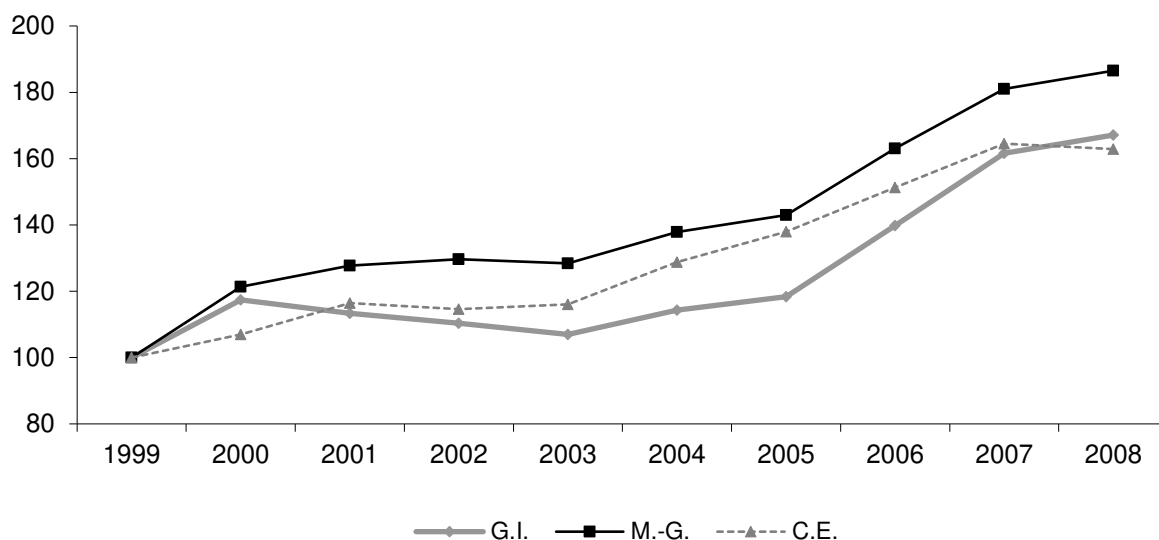
Fonte: Ns. elaborazioni su dati Mediobanca

La Figura 8 mostra l'andamento del fatturato riconducibile all'export per le G.I., le imprese M.G. e quelle a C.E. nel periodo 1999-2008. Anche in questo caso, come nella Figura 6a sul fatturato, le imprese M.G. dimostrano di fare meglio delle imprese a C.E. e soprattutto delle G.I.. Ovviamente si tratta di dati aggregati che possono nascondere forti diversità a livello di singola impresa. Pur tuttavia si può affermare che la capacità delle imprese M.G. di penetrare i mercati esteri e di assicurarsi nicchie



globali di prodotti è senza dubbio rilevante; essa costituisce infatti una delle caratteristiche peculiari delle imprese multinazionali del “quarto capitalismo” e un punto di forza in termini di vantaggio competitivo (Schilirò, 2010).

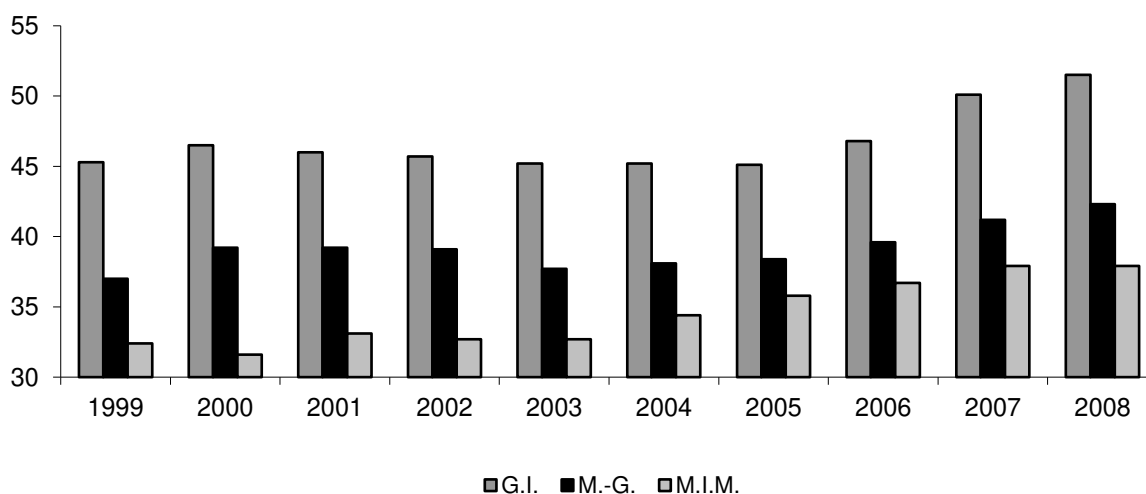
**Figura 8 - Andamento del fatturato riconducibile all’export per G.I., imprese M.G. e imprese C.E. Anni dal 1999 al 2008.**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Mediobanca

La Figura 9 offre una rappresentazione della quota media del fatturato riconducibile all’export delle tre tipologie di imprese nel periodo 1999 – 2008.

**Figura 9 - Quota di fatturato riconducibile all’export per G.I., imprese M.G. e imprese C.E. Anni dal 1999 al 2008.**



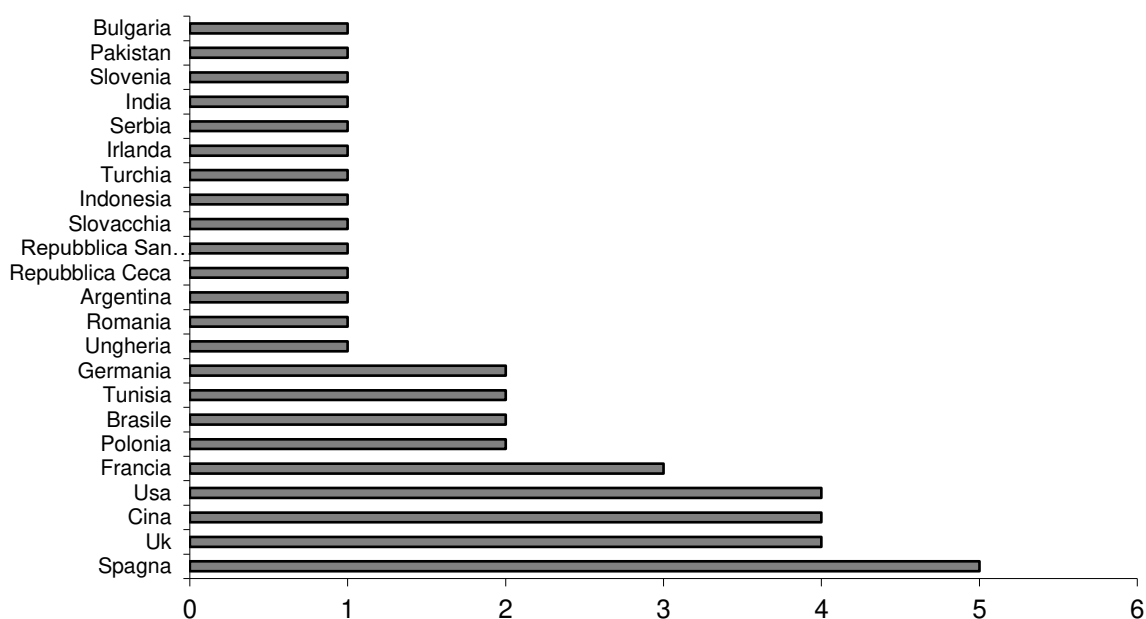
Fonte: Ns. elaborazioni su dati Mediobanca

La Figura 9, i cui dati sono già presenti nella Tabella 4, evidenzia le G.I. tendono ad avere una quota media del fatturato riconducibile all'export maggiore in modo costante per tutto il periodo preso in esame. Questa tendenza può essere ragionevolmente spiegata dal fatto che le G.I., data la loro dimensione, trovano di solito il mercato interno alquanto limitato per loro esigenze dettate dalle economie di scala e dalle strategie commerciali e, quindi, devono necessariamente puntare sui mercati esteri<sup>20</sup>.

Vi è infine un altro *dataset* fornito dall'Ufficio Studi di Mediobanca che contiene un campione di 31 medie imprese che figurano nella sezione "Settori online" di Mediobanca<sup>21</sup>. Queste medie imprese si possono considerare delle imprese multinazionali in quanto hanno partecipazioni in imprese estere o controllano imprese all'estero. Il *dataset* contiene informazioni sia sugli investimenti diretti esteri di queste M.I.M. (anno di riferimento – 2006) che sui loro dati di bilancio riferiti al 2008. Per ragioni di riservatezza noi proporremo l'analisi dei dati aggregati del campione senza entrare nel dettaglio della singola impresa.

La Figura 10 evidenzia la nazionalità delle imprese estere controllate dalle M.I.M. del campione Mediobanca. Tale Figura riporta quindi la suddivisione, in base ai 23 Paesi di destinazione coinvolti, degli investimenti diretti esteri da parte delle 31 M.I.M. nell'anno 2006 per un totale di 122 imprese estere controllate (sia imprese manifatturiere sia di servizi commerciali)<sup>22</sup>.

**Figura 10 – Distribuzione per Paese delle imprese estere controllate dalle M.I.M. (campione Mediobanca di 31 imprese) – Anno 2006.**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Mediobanca

<sup>20</sup> La situazione sarebbe diversa se la grande impresa è un monopolista in un grande settore. In tal caso il mercato interno sarebbe sufficientemente ampio.

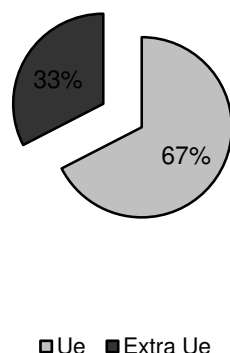
<sup>21</sup> La fonte del *dataset* è Ufficio Studi Mediobanca, Settori on-line, edizione 2009, <http://shop.mbres.it/cgi-bin/calepinoonline.storefront/FR>.

<sup>22</sup> Nel *dataset* vi sono 50 imprese manifatturiere estere e 72 imprese di servizi commerciali estere controllate dalle 31 medie imprese del campione.

Il Paese in cui maggiormente le M.I.M. italiane posseggono imprese estere sono gli Stati Uniti<sup>23</sup>, seguiti dalla Spagna e Cina, quindi dal Regno Unito e Francia; un po' più distanziate vi sono Polonia, Germania, Brasile, Tunisia e Argentina; infine gli altri 14 Paesi. Molto importante quindi la presenza da parte delle M.I.M. negli Stati Uniti, buona anche la presenza in Cina, il paese emergente più dinamico, un ruolo di primo piano in Europa è quello della Spagna, seguita da Regno Unito, Francia e Polonia, in una posizione intermedia si trova la Germania, l'economia europea più forte e dinamica, come pure l'emergente ed importante Brasile. Ciò significa che l'internazionalizzazione produttiva e commerciale delle M.I.M., almeno riguardo a questo limitato campione di imprese, tende a coinvolgere un numero abbastanza ampio e differenziato di paesi e non trascura le economie e i mercati più dinamici<sup>24</sup>.

La Figura 11 riassume in un a grafico "a torta" la composizione per grandi aree geografiche (UE ed extra UE) delle imprese estere controllate o partecipate dalle M.I.M. (campione Mediobanca di 31 imprese) nell'anno 2006. Il grafico mostra che il 52% si collocano in Paesi extraeuropei, mentre il rimanente 48% in paesi dell'Unione Europea.

**Figura 11 – Composizione percentuale delle imprese estere controllate dalle M.I.M. per grandi Aree (UE ed extra UE) – Anno 2006**



Fonte: Ns. elaborazioni su dati Mediobanca

La Tabella 6 riassume alcuni dati significativi delle 31 M.I.M. I dati riguardano il fatturato, il numero di dipendenti ed anche il numero di imprese controllate. Si tratta di valori medi riferiti all'anno 2006. Anzitutto bisogna osservare che la dimensione media in termini di addetti delle 31 imprese del campione Madiobanca è di 360 addetti. Sono quindi medie imprese con un valore medio abbondantemente sopra i 250 addetti. Il valore medio del fatturato é di quasi 110 milioni di euro, considerando comunque che la soglia d'accesso nel *dataset on line* di Mediobanca è di 50 milioni di euro. Il numero delle medie delle imprese estere controllate risulta pari a 4.

<sup>23</sup> Negli anni novanta le imprese italiane, in particolare le imprese medie ma anche quelle di piccole dimensione hanno registrato un rinnovato interesse verso gli Stati Uniti per quanto attiene gli investimenti diretti esteri (Barbiellini Amidei, Goldstein, 2008).

<sup>24</sup> Si tratta ovviamente di un'affermazione parziale, data la limitatezza del campione esaminato.

**Tabella 6 – Fatturato, Numero di addetti, Numero di controllate delle M.I.M. ( campione Mediobanca 31 imprese) - Anno 2006, Valori medi**

	Valori medi
Fatturato (migliaia di Euro)	109.507,26
Numero addetti	360,45
Numero controllate estere	4

Fonte: Ns. elaborazioni su dati Mediobanca

La Tabella 7, a sua volta, fornisce una serie di valori medi relativi ad alcune variabili significative delle 31 M.I.M. del *dataset* di Mediobanca ricavati dai dati di bilancio riferiti al 2008: fatturato, valore aggiunto, margine operativo netto, risultato d'esercizio, fatturato estero. In particolare il margine operativo netto e il risultato d'esercizio costituiscono degli indicatori della profittabilità di queste M.I.M. Circa il risultato d'esercizio, risulta che delle 31 imprese campione dieci imprese hanno registrato una perdita d'esercizio nel 2008, mentre le rimanenti 21 hanno registrato un risultato d'esercizio positivo. Inoltre solo 3 imprese hanno conseguito un margine operativo netto negativo.

**Tabella 7 – Fatturato, V.A., Margine Operativo Netto e Fatturato estero delle M.I.M. (campione Mediobanca 31 imprese), dati di bilancio Anno 2008 – Valori aggregati e medi.**

	Valori aggregati	Valori medi
Fatturato	3.728.236	120.265,68
Valore Aggiunto	845.537	27.275,39
Margine operativo netto	215.102	6.938,77
Risultato d'esercizio	59.978	1.934,77
Fatturato estero (export + estero su estero)	1.672.515	53.952,10

Fonte: Ns. elaborazioni su dati Mediobanca

Dall'esame di quest'ultimo *dataset* di Mediobanca si trae quindi un interessante profilo di queste 31 medie imprese multinazionali, da cui emerge una forte ed articolata internazionalizzazione ed anche buone *performance* riguardo ad alcuni indicatori significativi.

## Considerazioni finali

Questo saggio ha evidenziato in primo luogo che le medie imprese multinazionali del “quarto capitalismo” risultano essere una componente importante e dinamica del sistema produttivo italiano. La loro forte propensione ai mercati esteri e, in generale, all'internazionalizzazione, sostenuta dalla loro capacità di innovazione ed organizzativa le rende protagoniste nella competizione globale.

In secondo luogo, questo lavoro ha svolto, utilizzando due *dataset* differenti sulle imprese manifatturiere italiane (Unicredit e Mediobanca), un'analisi descrittiva sulla *performance* delle medie imprese multinazionali (MIM), utilizzando come variabili di riferimento il fatturato, il valore aggiunto, le vendite all'estero, gli investimenti in R&S, gli investimenti diretti esteri ed anche degli indicatori sulla profittabilità. Certamente la diversa natura dei due *dataset* utilizzati non consente un raffronto diretto e coerente fra i dati, ma ha consentito di fornire alcune utili indicazioni sulle medie imprese multinazionali.

Da questa analisi è emerso un profilo delle medie imprese multinazionali caratterizzato da una strategia verso l'internazionalizzazione complessa, dove l'innovazione ha un ruolo fondamentale, ma sono elementi altrettanto importanti la flessibilità e la specializzazione produttiva, in quanto anche tali elementi orientano le scelte di investire e produrre all'estero. Non meno rilevante risulta essere la dimensione commerciale, che spinge a concentrarsi sulla qualità dei prodotti e puntare al presidio diretto dei mercati esteri, inoltre essa conduce a guardare con grande attenzione ai clienti, offrendo loro un'ampia gamma di servizi.

I dati sopra esposti hanno evidenziato nel periodo in esame fatturati in crescita, un'importante attività innovativa, dove gli investimenti in R&S tendono a diventare rilevanti, elevate e crescenti propensioni all'esportazione, una capacità reddituale di rilievo. Inoltre questi dati hanno consentito, seppur a livello descrittivo, il confronto diretto fra le medie imprese multinazionali e le medie imprese che multinazionali non sono; da essi si evince che la *performance* delle M.I.M. riguardo alla maggior parte degli indicatori presi in esame è senza dubbio migliore. Ciò ha infatti reso possibile il successo delle M.I.M. sui mercati globali, contribuendo inoltre alla visibilità e alla diffusione dei prodotti del “Made in Italy”.

Naturalmente all'interno di questo quadro rappresentativo certamente interessante e che dimostra una buona capacità competitiva delle medie imprese multinazionali italiane non mancano elementi di criticità. Fra questi, un livello di tassazione più elevata che le medie imprese italiane multinazionali devono subire nei confronti degli altri *competitor* europei; l'insufficiente sostegno ed assistenza da parte delle istituzioni governative alle imprese che operano sui mercati esteri, soprattutto in quelli emergenti o ancora poco esplorati. Ma anche l'esigenza di un rapporto maggiormente costruttivo con le banche, che tenga conto delle peculiarità e delle difficoltà dei mercati emergenti nell'affidamento del credito; gli elevati costi esterni della produzione, come l'energia; la carenza di capitale umano qualificato disponibile nel mercato del lavoro a causa di un'insufficiente politica della formazione; lo squilibrio territoriale nella distribuzione geografica delle M.I.M. ancora poco presenti nel Sud dell'Italia.

Nonostante ciò le medie imprese multinazionali del “quarto capitalismo” rimangono protagoniste dei mercati globali, sforzandosi di tenere il passo con l'innovazione e l'evoluzione della conoscenza, di ristrutturare e riorganizzare la produzione con grande attenzione ai costi e alla qualità, di elaborare strategie commerciali più idonee per cogliere i nuovi segnali della domanda e per conquistare nuovi mercati.

## Riferimenti bibliografici

Barba Navaretti G., Bugamelli M., Schivardi F., Altomonte C., Horgos D., Maggioni D., 2010, *The Global Operations of European Firms. The Second Efige Policy Report*, EFIGE, Bruxelles, June.

Barbiellini Amidei F., Goldstein A., “Italian Investment in the United States – Contributions to a History”, paper presentato alla 50a AIB Conference, Milano, 30 Giugno-3 Luglio 2008.

Colli A., 2002, *Il quarto capitalismo*, Marsilio Editori, Venezia.

Coltorti F., 2006, “Il capitalismo di mezzo negli anni della crescita zero”, *Economia Italiana*, n. 3, pp. 665-687.

Coltorti F., 2010, “Crisi, quarto capitalismo e competitività delle medie imprese”, *Prolusione MBA CUOA*, Luglio, Fondazione CuoA, Altavilla Vicentina, pp. 1-33.

Corbetta G., 2000, *Le medie imprese. Alla ricerca della loro identità*. Egea, Milano.

Demattè C., 2003, “Perché l'internazionalizzazione profonda passa anche attraverso acquisizioni e alleanze”, *Economia e Management*, n. 4, pp. 10-15.

Grandinetti R., Rullani E., 1996, *Impresa transnazionale ed economia globale*, Nuova Italia Scientifica, Roma.

Helpman E., 2006, “Trade, FDI, and the Organization of Firms”, *Journal of Economic Literature*, vol. 44, n. 3, pp. 589-630.

Marini D. (a cura di), 2008, *Fuori dalla media. Percorsi di sviluppo delle imprese di successo*, Marsilio Editori, Venezia.

Mariotti S., Mutinelli M., 2009, “L'evoluzione delle imprese multinazionali italiane e il ruolo del quarto capitalismo”, *Economia e Politica Industriale*, n. 1, pp. 23-34.

Mayer T., Ottaviano G., 2007, *The Happy Few: The Internazionalization of European Firms*, Bruegel, Blueorint, vol. III.

Mediobanca, 2009, *Dati cumulativi di 2022 società italiane*, Milano.

Mediobanca, *Settori online*, [www.mbres.it](http://www.mbres.it).

Mediobanca, Unioncamere, 2010, *Le medie imprese industriali italiane, (1998-2007)*, Milano.

Quadrio Curzio A., 2008, “Prefazione. Un successo delle ‘2i’: innovazione e internazionalizzazione”, in Cainelli G. (a cura di), *L'internazionalizzazione del sistema industriale italiano. Una sfida vincente delle PMI e dei distretti italiani*, Mondadori, Milano.

Schilirò D., 2010, *Distretti e quarto capitalismo. Una applicazione alla Sicilia*, Franco Angeli, Milano.

Tattara G., Corò G., Volpe M. (a cura di), 2006, *Andarsene per continuare a crescere. La delocalizzazione internazionale come strategia competitiva*, Carocci, Roma.

Unicredit, 2008, *Rapporto Corporate. Decima indagine sulle imprese manifatturiere italiane*, n. 1, Dicembre, UnicreditGroup, Milano.

Unicredit, 2010, *Innovare. Una strategia per crescere*, *Newsetter*, n. 7, Aprile, UnicreditGroup, Milano.

Varaldo R., 2009, "Introduzione" in Varaldo R., Dalli D., Resciniti R., Tunisini A. (a cura di) *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale*, Franco Angeli, Milano.

Varaldo R., Dalli D., Resciniti R., Tunisini A. (a cura di), 2009, *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale*, Franco Angeli, Milano.