

**DOCUMENTI
IAI**

**I SERVIZI ALLA PRODUZIONE E ALLA
TRASFORMAZIONE DELL'ECONOMIA ITALIANA E
CAMPANA**

di Paolo Guerrieri e Giulia Nicchia

Capitolo primo del progetto di ricerca su “Competitività e sviluppo internazionale
del sistema economico meridionale: il ruolo dei servizi alla produzione”,
a cura di Istituto Affari Internazionali e Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno

I SERVIZI ALLA PRODUZIONE E ALLA TRASFORMAZIONE
DELL'ECONOMIA ITALIANA E CAMPANA

Paolo Guerrieri e Giulia Nicchia

1. Introduzione

A partire dall'inizio degli anni Novanta il comparto dei servizi alla produzione ha assunto in misura crescente un ruolo di rilievo nelle dinamiche di sviluppo dei paesi e delle regioni più sviluppate sia in termini di occupazione, produzione e valore aggiunto che di scambi internazionali, investimenti diretti all'estero e processi di internazionalizzazione più generali.

Il settore dei servizi alla produzione per quanto vasto e eterogeneo comprende alcuni comparti di particolare rilevanza per la competitività di prodotto e di processo delle imprese quali le attività di ricerca e sviluppo, informatiche e comunicazione, progettazione e assistenza tecnica, logistica, distribuzione, design e engineering, consulenza professionale, gestionale e marketing.

Il peso crescente acquisito dai servizi alla produzione nell'economia non va letto come una mera sostituzione delle attività del terziario a quelle dell'industria ma come il risultato sia di una crescente complementarietà e integrazione tra manifattura e certe branche dei servizi sia come sviluppo autonomo di aree e settori del terziario più avanzato.

La stessa distinzione tra le due categorie - manifattura e servizi - è divenuta assai labile e i comportamenti delle imprese manifatturiere e dei servizi sono contraddistinti in misura crescente da tendenze comuni. Le prime sono infatti costrette dalla crescente concorrenza internazionale a ricorrere a strategie service oriented volte a rafforzare la propria competitività di processo/prodotto rispetto ai diversi segmenti di mercato (attraverso processi di personalizzazione/differenziazione dell'offerta e l'erogazione di specifici servizi di accompagnamento). In parallelo, le imprese di servizi tendono a specializzarsi sempre più nella prestazione di funzioni e attività con un livello elevato di conoscenza specifica e "dedicata" che per le imprese manifatturiere non è più conveniente produrre in proprio e che sono, di conseguenza, esternalizzate.

Un numero crescente di città, sistemi locali e agglomerazioni territoriali in Europa sta così trasformando la produzione, distribuzione e commercializzazione di servizi nel proprio core business, perché divengano una fonte di rilevanti vantaggi competitivi e il principale elemento qualificante sul piano della loro attrattività internazionale. Lo sviluppo di nuove forme di organizzazione e integrazione economica internazionale ha poi accentuato il ruolo dei servizi alla produzione come indispensabile fattore sia di supporto all'inserimento di imprese e sistemi locali nelle nuove reti internazionali produttive e commerciali che di attrazione territoriale di investimenti e iniziative estere.

Le trasformazioni dello scenario europeo e internazionale appena descritte hanno interessato anche l'economia italiana che ha visto fortemente aumentare, specie negli ultimi dieci anni, la quota degli occupati nel settore dei servizi - in particolare dei servizi alla produzione - rispetto al totale dell'economia. Consolidate evidenze confermano altresì il carattere tendenziale ed irreversibile dei processi di terziarizzazione in atto.

Nel panorama dell'offerta dei servizi alla produzione dell'Unione europea, l'Italia occupa una posizione nel complesso ancora relativamente debole e la dimensione media delle imprese di servizi italiane è assai inferiore a quella media europea. Ma al di là della ridotta dimensione, il tessuto di attività di servizi "infrastrutturali" alla produzione rivela nel caso italiano una buona qualità media di modelli organizzativi e gestionali.

L'offerta si presenta comunque assai diversificata sul piano territoriale e delle varie categorie di servizio in termini di dotazione e accesso (interno e/o esterno) da parte dell'impresa. La crescente terziarizzazione dell'economia nazionale, in effetti, pur interessando tanto il Centro Nord quanto l'Italia Meridionale, presenta intensità e contenuti assai diversi nelle due aree e altrettanto diverso è il contributo fornito all'innalzamento della quantità-qualità (ed alla conseguente competitività) dell'offerta produttiva delle imprese. I servizi privati alle imprese, compresi quelli a più alto contenuto tecnologico e specialistico (servizi informatici, tecnologici, di R&S, banche dati, consulenza, promozione, distribuzione, etc.), hanno così un peso relativamente più elevato nel nord e sensibilmente superiore alla media nazionale.

Numerose indagini effettuate, anche di recente, hanno evidenziato interessanti novità nel comparto del terziario avanzato: le imprese di minori dimensioni che tradizionalmente non hanno mai espresso una domanda significativa cominciano ora a domandare servizi di supporto tanto nella sfera gestionale che nei processi di apertura internazionale. Sono le crescenti pressioni competitive a spingere sempre più gli imprenditori a utilizzare servizi alla produzione, anche i più avanzati.

Ne deriva l'utilità di analisi indirizzate a approfondire le diverse e peculiari condizioni di domanda-offerta dei servizi alla produzione e loro potenzialità di sviluppo internazionale.

In questa prospettiva il presente volume, frutto di un progetto di ricerca congiunto dell'Istituto Affari Internazionali e del Centro Studi e Ricerche per il Mezzogiorno, si propone di analizzare e interpretare oltre alle dinamiche più generali che caratterizzano i servizi alla produzione a livello internazionale e nazionale, gli andamenti in particolare che hanno caratterizzato l'area della regione Campania, individuandone le principali determinanti, gli effetti prodotti, le prospettive. Tutto ciò al fine di ricavare suggerimenti e spunti per la formulazione di interventi e politiche indirizzate a promuovere lo sviluppo, la diffusione e l'internazionalizzazione dei servizi alla produzione ai vari livelli territoriali.

2. La relazione tra manufatti e servizi alla produzione

Il punto di partenza del lavoro (capitolo 2) è un'analisi particolareggiata delle principali determinanti della specializzazione nei servizi alla produzione (SP) delle imprese (R&S; servizi informatici; altri servizi alle imprese). Oggetto dell'analisi sono le regioni europee nel periodo 1998-2005. Le determinanti della specializzazione nei servizi alle imprese a livello regionale sono individuate nella struttura dell'economia, nel capitale umano, e nella tecnologia.

La crescita dei servizi, e in particolare dei servizi alle imprese, è dovuta soprattutto ad un aumento della loro domanda come beni intermedi. La crescente complessità dell'organizzazione e della distribuzione dei beni manufatti, derivante dall'applicazione delle nuove tecnologie, e dei problemi di coordinamento, ha portato

ad un aumento del contenuto di servizi di molti beni industriali. Viene messo in rilievo come la produzione di servizi alle imprese non è indipendente dalla produzione di beni manufatti.

La relazione tra manufatti e servizi alla produzione è stata oggetto di molte analisi nel corso dell'ultimo decennio. Più di recente è stato evidenziato il ruolo di primo piano e autonomo dei servizi nel guidare lo sviluppo economico: per cui il comparto manifatturiero cresce e prospera proprio in quei paesi e in quelle aree dove le infrastrutture dei servizi sono più sviluppate. Allo stesso tempo è stata affermata la stretta relazione tra servizi e manufatti, per cui si è sostenuto che sempre più attraverso l'acquisto di servizi si comprano anche prodotti industriali e, viceversa, l'acquisto di manufatti presuppone anche quello di servizi. I settori del manifatturiero che fanno maggiore uso dei servizi sono quelli "ad alta intensità di conoscenza" (elaboratori elettronici e macchine per ufficio; strumenti; elettronica; chimica; farmaceutica), mentre sono medi o bassi utilizzatori i settori ad alte economie di scala e i settori tradizionali. La struttura dell'economia (in particolare la sua composizione settoriale) può dunque condizionare la crescita del settore dei servizi alle imprese. Paesi e regioni con un'alta quota di attività nei settori del manifatturiero ad alta intensità di conoscenza, come viene dimostrato, sono in grado di generare una maggiore domanda di servizi alle imprese, stimolandone in tal modo la crescita e favorendo la loro specializzazione in questi comparti.

Le caratteristiche da mettere in rilievo per descrivere questa evoluzione del sistema economico, in cui servizi e prodotti sono sempre più integrati, sono svariate. Innanzitutto vengono superati i confini tradizionali dei settori produttivi, che erano fissati dall'attività dominante dell'impresa manifatturiera. Nella nuova economia, la produzione di beni e servizi avviene attraverso il concorso di più imprese che operano in settori diversi. In questo senso, si supera il concetto di settore produttivo tradizionale, e il prodotto è un ibrido che vede l'utilizzo crescente di business services all'interno di comparti manifatturieri. Inoltre le trasformazioni del sistema produttivo sono sempre più collegate all'utilizzo delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (*ICT*), le quali determinano un ulteriore aumento di flessibilità e una rottura con il modello tradizionale, garantendo maggiori opportunità di specializzazione, incorporazione di servizi alla produzione ed esternalizzazione della produzione. Infine, è necessario considerare anche l'apertura dei mercati e la progressiva internazionalizzazione delle produzioni con crescente uso dei servizi.

I servizi, quindi, oltre ad interagire con l'attività manifatturiera sono sempre più incorporati nei prodotti intermedi e finali come espressione di un processo produttivo in continua evoluzione. Tutto ciò ha aumentato il fenomeno dell'*outsourcing*, ovvero il ricorso a imprese esterne per lo sviluppo di attività che tempo fa erano svolte internamente alla singola impresa.

La crescita delle attività di servizi alla produzione avviene sia all'interno che all'esterno delle imprese, da un lato con la nascita di numerose funzioni e dipartimenti di servizio all'interno delle stesse imprese, dall'altro con il sorgere di numerose imprese autonome di servizio. Inoltre, la domanda intermedia di servizi proviene sia dal sistema industriale, ma anche, e in misura crescente, dallo stesso settore terziario. In altre parole lo sviluppo dei servizi, oltre ad essere una conseguenza delle trasformazioni del sistema produttivo, diventa anche il "veicolo" di questo cambiamento.

Negli ultimi quindici anni si è verificata una progressiva esternalizzazione (*outsourcing*) di molte attività prima svolte all'interno delle imprese. Nel tempo le

attività esternalizzate dalle imprese sono aumentate nel numero e per qualità. Inizialmente si è trattato di servizi non direttamente collegati all'attività dominante dell'impresa, ma poi sono state progressivamente esternalizzate anche attività più vicine a quelle del cosiddetto "core business". Non si è trattato solo di un fenomeno di sostituzione in quanto l'outsourcing delle imprese ha determinato fenomeni di specializzazione e di accumulazione, oltre che di trasferimento di esperienza e conoscenza verso le nuove aziende di servizi. La ricerca di sempre maggiore flessibilità e la necessità di contenere i costi, in un'ottica di maggiore efficienza e produttività, hanno spinto le imprese di molti settori a rinunciare a svolgere al loro interno attività non considerate centrali (*core*) e a trasferirle verso unità esterne più specializzate ed efficienti.

Anche la tecnologia, come viene messo in luce nel capitolo 2 e in altre parti del presente lavoro, gioca un ruolo importante nell'influenzare la specializzazione nei servizi alle imprese. Molte imprese promuovono l'innovazione non solo attraverso l'uso delle nuove tecnologie, ma anche contribuendo alla loro creazione e diffusione. Quello dei servizi alla produzione è un comparto innovatore: poco meno della metà delle imprese del settore ha intrapreso attività innovative tra il 1994 e il 1996, anche se le imprese innovatrici variano per dimensione e per settore. In particolare, la quota delle imprese innovatrici in alcuni dei servizi alle imprese (servizi finanziari ad esempio) è maggiore che nel settore manifatturiero.

3. Innovazione e servizi

In particolare se si considera il rapporto che intercorre tra servizi e innovazione, viene messo in evidenza che il fulcro della competitività si è progressivamente spostato dal settore manifatturiero a quello dei servizi, i quali sono in grado di aumentare la produttività del capitale sociale e il tasso di accumulazione. Significativo, a tal proposito è il crescente peso che hanno avuto il cambiamento tecnologico e la diffusione dell'*ICT* nella determinazione della crescita dei servizi. Tuttavia, non è possibile escludere il fatto che i servizi, oltre a guidare l'innovazione tecnologica, sono anche all'origine dell'innovazione sul piano organizzativo, la quale migliora il patrimonio immateriale delle imprese e le competenze dei lavoratori.

Per molto tempo, si è ritenuto che i servizi, per via delle loro caratteristiche, fossero scarsamente interessati dal cambiamento tecnologico e dalle attività innovative. Si ipotizzava che l'innovazione tecnologica fosse un fenomeno in misura prevalente legato al settore manifatturiero. Solo di recente si è riconosciuto il ruolo fondamentale che possono giocare nei processi innovativi le attività di servizio. Sia come generatori di innovazione che come veicolo di innovazioni per il resto del sistema. Diversi studi evidenziano questo ruolo dell'innovazione all'interno dei servizi.

I servizi assumono così un ruolo autonomo e non più sussidiario nei mutamenti del sistema produttivo. In particolare – secondo alcuni autori – alcune tipologie di servizio caratterizzate da alto contenuto di conoscenza (*knowledge-intensive business services*) influenzano in misura rilevante la competitività di imprese, settori e nazioni. Lo sviluppo e la specializzazione di tali servizi disegnano una nuova divisione internazionale del lavoro, in cui le economie avanzate attraverso queste attività controllano una parte rilevante e strategica della "catena del valore" mondiale, trasferendo fasi a basso valore aggiunto della produzione materiale ai paesi in via di

sviluppo. Lo sviluppo dei servizi rappresenta dunque per il sistema produttivo una condizione essenziale per accrescere l'efficienza dello stesso. Molti di essi, infatti, hanno effetti rilevanti sulla produttività e competitività delle imprese.

Queste trasformazioni del sistema produttivo, come si è osservato, determinano una crescita sia dei servizi alla produzione più "tradizionali" (trasporti, comunicazioni, commercio intermedio, assicurazioni, credito, etc.), sia di quelli più "moderni" e "avanzati" (servizi tecnici, gestionali e organizzativi, servizi legati alla commercializzazione, servizi informatici, servizi finanziari nuovi, servizi di selezione e formazione del personale, attività di ricerca).

La crescita collegata ai servizi alle imprese è dunque una realtà, in particolare attraverso il ricorso a servizi ad alta intensità di conoscenze, che costituisce un canale complementare per lo sviluppo delle nuove tecnologie, per la creazione di nuove opportunità di lavoro e per l'acquisizione di vantaggi competitivi. Inoltre, diventa sempre più importante il ruolo di molti nuovi servizi e delle imprese che li erogano. Quest'ultime, nelle moderne economie, agiscono come veicoli per la produzione e la diffusione di nuove tecnologie, innovazione e conoscenza nei sistemi economici. A tal proposito, rivestono un ruolo importante i servizi alle imprese, *business services*, in particolare quelli ad elevata intensità di conoscenza, *knowledge-intensive business services (KIBS)*.

Tra gli indicatori tecnologici, le tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione giocano un ruolo particolarmente rilevante nel facilitare la produzione e il commercio dei servizi alle imprese. È stato osservato che la diffusione soprattutto dei servizi alle imprese ad alta intensità di conoscenza (*KIBS*) è fortemente influenzata dalla parallela diffusione e implementazione del paradigma tecnologico basato sull'*ICT*.

I servizi avanzati si differenziano dagli altri per la loro natura complessa, caratterizzata prevalentemente da un elevato contenuto di ricerca e conoscenze, con l'utilizzo di lavoro ad alta qualificazione e specializzazione professionale. Rientrano in questa categoria i cosiddetti *knowledge-intensive business services (KIBS)*, quali attività economiche che hanno come contenuto la creazione, l'accumulazione e la distribuzione di conoscenze manageriali e tecnologiche fra imprese e settori. Sono dunque servizi che favoriscono l'introduzione di nuovi prodotti, nuovi processi produttivi e organizzativi.

I *knowledge-intensive business services* sono cresciuti di importanza in tutti i paesi avanzati e il loro ruolo crescente si inserisce nelle tendenze più generali alla specializzazione e frammentazione delle attività produttive che abbiamo prima richiamato. Il loro output è in larga misura costituito dal know-how che forniscono ai fruitori del servizio; in alcuni casi con la fornitura diretta di informazioni e conoscenze (analisi di mercato, consulenza, formazione); in altri fornendo prodotti intermedi e input per la creazione e l'elaborazione di informazioni da parte delle imprese utilizzatrici (computer services, servizi di comunicazione). Coprono quindi una ampia varietà di attività: alcune più standardizzate, altre più personalizzate per andare incontro alle domande dei singoli clienti. Molto spesso il rapporto che si instaura tra fornitori di *KIBS* e imprese è bilaterale: i *KIBS* offrono soluzioni specifiche alle aziende (analisi dei problemi, ventaglio di soluzioni, partecipazione al processo di problem-solving), che a loro volta trasmettono alle imprese di servizi la possibilità di acquisire nuove informazioni e conoscenze sulle modalità di riorganizzazione delle stesse imprese.

Si può creare così un "circolo virtuoso" tra *KIBS* e imprese utilizzatrici in grado di contribuire positivamente alla capacità di produzione e innovazione di entrambi. Le

politiche dirette a favorire lo sviluppo e l'utilizzo delle nuove tecnologie possono avere così un effetto positivo sulla specializzazione dei servizi alle imprese.

I servizi alle imprese utilizzano lavoro altamente qualificato. La disponibilità di lavoro con elevati gradi di istruzione a livello regionale è, quindi, un prerequisito perché le regioni possano specializzarsi nei servizi ad alta intensità di conoscenza. Un altro dato rilevante emerso dall'indagine concerne l'occupazione che il settore dei servizi alle imprese può generare. Confrontando i dati nazionali con la media europea, in tutti i paesi il tasso di crescita dell'occupazione nei servizi alle imprese è stato decisamente più alto di quello medio (per la media UE 6.74 rispetto a 1.04), e superiore a quello riscontrato in qualsiasi altro settore dei servizi e nel comparto manifatturiero. L'Europa presenta comunque una situazione molto differenziata. I tassi di crescita più elevati si riscontrano in Irlanda, Regno Unito, Portogallo e Romania e i più bassi nella Repubblica Ceca, in Spagna, in Norvegia e in Ungheria. Mentre le quote più alte di occupati nei servizi sull'occupazione totale si trovano nel Regno Unito, in Olanda e in Belgio e le più basse in Bulgaria, Romania e Grecia.

4. Processi di internazionalizzazione e servizi

L'analisi del capitolo 2 mette in evidenza che le regioni in cui sono collocate le "città capitali" tendono ad essere altamente specializzate nel settore dei servizi alle imprese. Le economie di agglomerazione giocano dunque un ruolo cruciale. Bisogna comunque anche considerare gli "effetti paese" che influenzano la specializzazione regionale nei servizi. Per quanto riguarda la distribuzione di tali servizi in Europa, nessuna regione del Portogallo, della Grecia, della Norvegia e della Finlandia (sempre ad eccezione delle regioni con le città capitali) mostra un vantaggio comparato nei servizi alle imprese. Le regioni spagnole, francesi e italiane mostrano un comportamento più variegato, mentre tra le undici regioni del Belgio quattro sono specializzate nei servizi alle imprese.

Infine, con riferimento all'Italia si riscontra una correlazione positiva tra la specializzazione nei servizi alle imprese e il grado di internazionalizzazione delle regioni. I servizi in generale, e i servizi alle imprese in particolare, oltre ad essere oggetto di un crescente scambio internazionale, favoriscono il processo di internazionalizzazione della produzione anche in altri settori. A questo riguardo va messo in rilievo che un'altra concezione dei servizi che è stata quasi del tutto superata, è quella che i servizi operassero in segmenti di mercato con poca competizione a livello internazionale. In realtà il settore dei business services ha accompagnato e stimolato il processo di internazionalizzazione, incoraggiando direttamente o indirettamente le imprese di prodotto ad espandere e internazionalizzare le loro strategie di mercato.

Il processo di internazionalizzazione del settore dei servizi si distingue, però, da quello dei prodotti. Nel caso dell'industria manifatturiera, infatti, l'internazionalizzazione è legata al commercio e agli investimenti esteri, mentre per i servizi il commercio pur ricoprendo un ruolo importante, rappresenta solo uno dei possibili modi di rafforzare l'internazionalizzazione. Nel corso di recenti studi è stato dimostrato che, nei servizi, gli attori adottano differenti modi di internazionalizzazione, emerge chiaramente il ricorso agli Investimenti Diretti Esteri (IDE), come elemento chiave della concorrenzialità dei *business services*, nonostante la recente espansione del commercio internazionale. Oltre a questi fattori, anche il diffondersi dell'*offshoring* e il

ricorso alle risorse globali in generale stabilisce un nuovo ritmo nella competitività internazionale nell'offerta di molti servizi. Anche nei servizi, pertanto, si creano dinamiche che determinano competitività nel settore e riproducono andamenti simili a quelli osservati nel settore manifatturiero.

Nonostante le difficoltà di misurazione del commercio internazionale dei servizi, e il relativo apporto del commercio diretto ad una espansione dei servizi, è possibile mettere in luce due aspetti dell'internazionalizzazione dei servizi alle imprese. Innanzitutto la crescita mondiale del commercio di servizi, benché ancora inferiore a quella dei prodotti, ha riscontrato una crescita più rapida negli ultimi decenni. Inoltre, la maggior parte del commercio internazionale di servizi è effettuata dai paesi industrializzati e la loro quota nel commercio dei servizi è superiore alla loro quota nel commercio dei beni. L'altra faccia dell'internazionalizzazione dei servizi, è una forma più sottile di penetrazione commerciale nei mercati esteri, ovvero l'apertura di filiali, agenzie, uffici decentrati, da parte delle grandi imprese di servizi dei paesi industrializzati.

Per tornare al capitolo 2, in Italia, le regioni maggiormente specializzate nei servizi alle imprese sono anche le più internazionalizzate. Così tra le regioni con i più alti valori di specializzazione troviamo la Lombardia e il Lazio (le due regioni in cui sono localizzate le maggiori città italiane: Milano e Roma); a queste regioni seguono in prevalenza aree settentrionali: il Piemonte, la Liguria, il Friuli Venezia Giulia, l'Emilia Romagna, la Valle d'Aosta, la Toscana e il Veneto. Tra le regioni centrali e meridionali, nel complesso non specializzate nei servizi alle imprese, i livelli più alti dell'indicatore di vantaggio comparato si riscontrano in Umbria, Marche, Basilicata, Campania e Puglia. In particolare, negli ultimi anni, tra le regioni centrali e meridionali, la Campania e la Puglia vedono crescere più delle altre il loro grado di specializzazione.

5. I servizi alla produzione in Campania

Come viene sottolineato nel capitolo 3 non è facile definire con precisione quali siano esattamente i servizi destinati al sistema produttivo e classificarli in categorie predefinite. L'inclusione o meno di un settore può infatti modificare notevolmente il contenuto del fenomeno. Per alcuni autori, ad esempio, i servizi di trasporto e comunicazione sono da considerarsi servizi collettivi e quindi destinati prevalentemente al consumo finale, mentre per altri essi devono essere inclusi per la loro elevata intensità di capitale. In alcune classificazioni la distribuzione è inclusa, mentre in altre è considerata un'attività di servizio per il consumo finale. Per altri, ancora, l'attenzione deve concentrarsi soprattutto sui servizi più "moderni", che sono stati sviluppati più di recente (informatica, organizzazione, marketing) e che rappresentano la vera novità rispetto ai servizi più tradizionali (credito, assicurazioni, consulenze legali, etc.). Altri infine, preferiscono distinguere i servizi strategici e ad alto contenuto di conoscenze (*knowledge intensive business services, KIBS*) dagli altri servizi alle imprese. In realtà il più delle volte si tratta di classificazioni convenzionali, vincolate dal livello di disaggregazione delle statistiche disponibili. All'interno di molti settori dei servizi per il sistema produttivo una quota abbastanza rilevante è finalizzata anche al consumo finale; così come all'interno di ogni settore convivono segmenti più avanzati, ad alto contenuto di conoscenza, e segmenti più standardizzati e di basso profilo professionale.

Più in particolare le principali caratteristiche del settore dei servizi possono essere riassunte come segue: (i) la produzione si caratterizza generalmente per la sua natura immateriale anche se i prodotti di alcune attività di servizio, quali, ad esempio, la ricerca, il software, etc., possono essere scambiati come beni fisici. Inoltre grazie alle tecnologie dell'informazione, molti servizi possono essere integrati nei prodotti e in questo modo essere conservati, trasportati e consegnati; (ii) la produzione di servizi in generale, soprattutto quelli ad alta intensità di conoscenze, richiede un'interazione fra produttore e cliente-utilizzatore; (iii) i servizi ad alta intensità di ricerca e conoscenze forniscono gli input immateriali (know-how, software, competenze organizzative, capacità di R&S, etc.) che spesso rappresentano una parte essenziale della creazione di valore, mentre le attività materiali tendono a diventare componenti relativamente meno importanti.

Pur tenuto conto di queste difficoltà di misurazione il capitolo 3 analizza i servizi alla produzione nello specifico caso della Regione Campania. Per quanto riguarda il caso della Campania, a fronte di una generale terziarizzazione dell'economia a livello europeo e nazionale, la regione vive un relativo rallentamento di tale processo, nonostante la regione conservi ancora una posizione predominante nel Mezzogiorno. L'evoluzione di questi anni mostra un rallentamento del processo di terziarizzazione dell'economia locale anche se la Campania continua a presentare una maggiore terziarizzazione rispetto al resto del Mezzogiorno. Ciò si spiega, da un lato, con la maggiore presenza di servizi alla produzione data la più intensa concentrazione di attività economiche; dall'altro con gli elevati tassi di disoccupazione e densità abitativa, che porta alla ridondanza di alcune attività di servizi alla produzione. Basti pensare all'elevatissimo numero di avvocati e commercialisti presenti nell'area e computati come aziende individuali.

Il rischio è l'avvitamento di un circolo vizioso in cui la relativa arretratezza e debole competitività delle imprese induce una ridotta presenza dei servizi alla produzione, in particolare quelli di tipo avanzato o più innovativi, che a loro volta indebolisce la capacità competitiva delle stesse imprese. Al contempo, i servizi più avanzati sono composti da una complessa e variegata gamma, quali le consulenze aziendali, la progettazione, l'ingegneria gestionale e progettuale, la realizzazione di software, la R&S – in cui la qualità e competenza del lavoro gioca un ruolo predominante. Si tratta, da un lato, di possedere qualifiche idonee allo sviluppo di tali complessi servizi e dall'altro, di sapersi relazionare con i clienti/partner al fine di sviluppare il mercato. Non a caso, in Italia, è il Nord-Ovest l'area dove sono concentrati la maggior parte dei servizi più innovativi e tecnologici, con una quota di occupati pari al 39,8% di tutti gli addetti del settore. Segue il Centro col 22,8%, il Nord-Est con il 20,3% e, ultimo, il Mezzogiorno, con una quota pari al 17% (quasi 397.000 addetti con un'incidenza dell'8,5% sul totale degli occupati), pur se in crescita. Si tratta di dinamiche ancora modeste ma va comunque segnalato che la crescita del comparto in molte regioni meridionali (Abruzzo, Puglia, Calabria e Sardegna) è al di sopra della media nazionale.

Nel caso specifico della Campania emergono delle criticità di fondo che, sono in parte comuni al resto del Paese, ostacolano l'espansione qualitativa e quantitativa del comparto dei servizi alla produzione. In primo luogo, le mancate liberalizzazioni e privatizzazioni del comparto continuano a alimentare e proteggere sacche di inefficienza. In secondo luogo, la mancata diffusione di reti aggrava l'isolamento delle imprese di ridotte dimensioni che per restare competitive dovrebbero integrarsi con altre

unità e puntare sull'innovazione. Al riguardo lo sviluppo di reti, filiere e distretti integrati manifatturiero-servizi, non vi è dubbio, potrebbero dare un valido contributo al superamento del fenomeno della micro dimensione delle imprese.

La Regione Campania dispone di molti fattori sulla carta in grado di favorire lo sviluppo di un terziario per le imprese, anche avanzato. Ha una densità industriale interessante, alcuni comparti industriali di punta, un elevato tasso medio di istruzione e qualificazione professionale, una posizione solida nel panorama universitario e scientifico, e un soddisfacente grado di internazionalizzazione. Nonostante ciò il comparto dei servizi alla produzione della regione non ha raggiunto capacità e competenze adeguate a soddisfare le esigenze del tessuto produttivo locale. Se l'incidenza dei servizi sull'insieme delle attività economiche è in aumento, il livello medio qualitativo dell'offerta è basso e la maggioranza delle imprese e degli addetti è presente nel segmento più tradizionale dell'ampio aggregato dei servizi alla produzione, con scarsissima presenza nella parte più innovativa ed avanzata ad alto contenuto di know-how. Spesso, peraltro, la domanda per tali tipologie di servizi è diretta all'estero. Il quadro descritto, peraltro, non appare destinato a mutare a breve e medio termine, sia per vincoli e rigidità ascrivibili all'operare del settore pubblico sia all'assenza di scelte e di un sistema coeso di iniziative.

6. I servizi e i cambiamenti nell'organizzazione delle imprese

La nascita di molte imprese di servizi ha coinciso in questi anni con il cambiamento dell'organizzazione dell'impresa e della stessa struttura industriale, ridefinendo i confini di molti settori. Quello che si configura è così un panorama ampio e variegato, fatto di servizi per il consumatore finale (banche, assicurazioni, trasporti, etc.), servizi alle imprese e attività di servizio nelle imprese. Questo scenario, in continua evoluzione, è il risultato di processi di ristrutturazione complessi e variegati che vengono colti solo parzialmente dalle statistiche esistenti e dalle classificazioni tradizionali dei settori produttivi.

La gamma di attività affidate in outsourcing è estremamente ampia e diversificata, spaziando dall'affidamento a terzi di funzioni di relativa importanza strategica, all'esternalizzazione di attività complesse, spesso essenziali per il funzionamento dell'organizzazione delle imprese: si pensi alla gestione del personale o alla gestione dei servizi logistici o, ancora, alla gestione e manutenzione delle reti informatiche e telematiche.

Un ulteriore aspetto da considerare è l'influenza che la diffusione delle reti telematiche e l'informatizzazione delle procedure gestionali, di grandi strutture produttive, sta avendo sui processi di esternalizzazione. La possibilità di erogare attraverso reti telematiche parte o tutto il servizio in outsourcing, o di accompagnare alcuni servizi con una rapida trasmissione di dati e informazioni o, ancora, di monitorare costantemente lo stato di avanzamento delle attività esternalizzate, sta contribuendo alla rapida diffusione dell'outsourcing. In particolare, la crescente diffusione delle tecnologie dell'informazione (Information Technologies) nelle imprese di servizi sta consentendo una continua evoluzione dell'offerta di servizi sempre più tagliati su misura alla domanda degli utilizzatori.

Naturalmente la crescita dei servizi alla produzione non può essere ricondotta ad una mera redistribuzione delle attività tra il settore manifatturiero e quello dei servizi

attraverso operazioni di esternalizzazione di queste attività messe in atto dalle imprese manifatturiere. Per quanto importante tale fenomeno spiega solo in parte l'accresciuto ruolo dei servizi. In realtà la crescita del settore può essere spiegata da andamenti più generali riassumibili sotto il termine di cambiamento dell'organizzazione dei sistemi produttivi, che hanno interessato tutte le economie più avanzate negli ultimi decenni in seguito alla diffusione delle nuove tecnologie *ICT*. In particolare in Europa, il settore dei servizi ha beneficiato di tali cambiamenti strutturali in due differenti modi. In primo luogo il crescente peso dell'*ICT* nel determinare le dinamiche produttive ha significato, innanzi tutto, un maggiore utilizzo di servizi; in secondo luogo, l'aumento dei fenomeni di outsourcing e offshoring hanno accresciuto la complessità della divisione del lavoro intra-settoriale e inter-settoriale aumentando la domanda di servizi. La crescente complessità della divisione del lavoro, infatti, ha favorito in Europa processi innovativi e una maggiore specializzazione delle tecnologie, aumentando e migliorando l'uso degli input forniti dalle imprese di servizi alla produzione.

Per la maggior parte dei servizi alla produzione, infatti, si riscontra un approfondimento della divisione del lavoro tra imprese utilizzatrici e fornitori esterni. Le imprese tendono a ricorrere a consulenti esterni specializzati sia per le funzioni più generali e/o con rilevanti economie di specializzazione dell'offerta, sia per quelle prestazioni a carattere più mirato e occasionale. Più in generale, è lo stesso ricorso a fornitori esterni che presume un innalzamento del livello di competenze interne. Ciò è vero soprattutto nel caso dei servizi a più alto contenuto di conoscenze (i cosiddetti *KIBS*). La competitività delle imprese dipende in misura crescente dalla qualità dei servizi utilizzati e dal processo di interazione, legato alla riduzione dei tempi di decisione, all'adozione di innovazioni nei processi produttivi non solo di tipo tecnologico ma anche organizzativo. Importante, quindi, diventa lo sviluppo delle competenze e della qualità del capitale umano. In questo contesto, fattori rilevanti per il successo delle imprese, oltre ai tradizionali investimenti in capitale e altre attività materiali più tradizionali, diventano il know-how e le competenze specialistiche. Di qui il ruolo chiave dei servizi alla produzione e l'aumento della loro domanda come input intermedi.

Lo sviluppo dei servizi alla produzione in quest'ultimo decennio riflette così i mutamenti avvenuti nell'organizzazione della produzione e delle attività delle imprese in seguito alla diffusione delle nuove tecnologie dell'*ICT*, con rilevante presenza di economie dinamiche di scala esterne. Specie nel caso dei servizi a più alto contenuto di conoscenze, ma anche in altri servizi alla produzione più tradizionali, si rilevano spesso positive interazioni tra fornitore e utilizzatore dell'attività di servizio e forti complementarità nell'attività innovativa. Queste complementarità implicano, a loro volta, importanti interazioni tra conoscenze interne e esterne e forme di vera e propria coproduzione dell'innovazione tra utente e fornitore.

A questo riguardo il capitolo 4 analizza le motivazioni strategiche delle scelte di investimento in *ICT*, e, quindi, il ruolo e l'impatto che tali tecnologie hanno, anche in prospettiva, nei processi di creazione di valore delle imprese e del sistema produttivo della Campania. In primo luogo è stato valutato l'insieme dei ritorni (innovazione di prodotto, di servizio, di processo, nelle relazioni e nei canali di comunicazione tra imprese) e dei costi (acquisto, installazione, apprendimento, switching, di rischio percepito, problemi procedurali e operativi, costi opportunità e di obsolescenza) della decisione di un investimento in *ICT*. Nel caso specifico delle imprese della Campania

molto importante risulta essere l'analisi della percezione dei vincoli e/o ostacoli esogeni alle stesse imprese, e quindi relativi al contesto, che influenzano gli investimenti in *ICT*.

Dall'analisi svolta, emergono tre categorie o gruppi di imprese in Campania: un primo livello sono le imprese *ICT* "potenziali"; un secondo livello è rappresentato dalle imprese *IT* "operative", distinte in imprese con "competenze *ICT* non specialistiche" e in imprese con "competenze *ICT* specialistiche". Ciascuno di questi ultimi sottoinsiemi è stato scomposto, e questo è il terzo livello di analisi, in tre tipologie di imprese con riguardo al grado di complessità e al valore aggiunto delle attività svolte.

L'analisi dimostra innanzi tutto che la percentuale degli addetti nei settori *ICT* si è ridotta negli ultimi anni. È un trend comune a tutto il Mezzogiorno, e in contrasto con il generale aumento della quota percentuale degli addetti sia al nord sia al centro. Anche l'indice di specializzazione *ICT* della regione Campania evidenzia una tendenza alla riduzione, ma il suo livello rimane elevato e inferiore soltanto alla regione Lazio. Se si guarda alla distribuzione per provincia delle imprese operative in Campania, il maggiore addensamento è nella provincia di Napoli (55%) e di Salerno (21%). Seguono in ordine, e molto distaccate, le provincie di Caserta (10,7%), Avellino (7,6%) e Benevento (5,7%).

Dal questionario rivolto alle imprese campane sono emersi, in particolare, alcuni risultati interessanti. In primo luogo, le imprese campane mostrano un interesse elevato nei confronti degli investimenti in *ICT* confermato dagli investimenti effettuati in tali tecnologie nel recente passato, e dall'intenzione di investire - magari aumentando le risorse di budget destinate a questi investimenti - ancora nel prossimo futuro. L'analisi della composizione della spesa in *ICT* evidenzia che il software e l'hardware assorbono una quota percentuale simile (rispettivamente 37% e 36%), mentre i servizi assorbono il 26% circa. Un dato significativo è che le *ICT* sono utilizzate oltre che nelle più tradizionali fasi della catena del valore - produzione, logistica, amministrazione, gestione delle reti di vendita - anche in attività o processi di business trasversali, ad alta intensità relazionale nonché ad alta intensità di conoscenza e di innovazione.

Se si analizza la percezione dei manager circa l'impatto sull'organizzazione e il management delle *ICT* e gli ostacoli alla loro adozione si rilevano quattro cluster di aziende: un primo gruppo con elevata valutazione dei benefici organizzativo-manageriali e bassa considerazione degli ostacoli endogeni e esogeni all'adozione delle *ICT*. Per un secondo gruppo di manager i benefici organizzativo-manageriali degli investimenti in *ICT* sono considerati modesti, da un lato, e dall'altro poco rilevanti gli eventuali ostacoli all'adozione di queste tecnologie. In questo gruppo, il grado di internazionalizzazione è più basso del precedente. Nel terzo gruppo di aziende, il management ha una valutazione bassa dei benefici organizzativo-manageriali delle *ICT* e una percezione di elevati ostacoli interni ed esterni esistenti e da rimuovere. Le imprese di questo raggruppamento sono prevalentemente di piccola e media dimensione. Il management del quarto gruppo di aziende, infine, ha attese di elevati ritorni organizzativo-manageriali, da un lato, e, dall'altro, la percezione di altrettanto elevati ostacoli all'adozione di tecnologie *ICT*. Il grado di internazionalizzazione di tali imprese è analogo a quello del primo raggruppamento.

Va menzionato altresì come l'atteggiamento prevalente delle imprese campane verso gli investimenti in *ICT* sia positivamente orientato ad integrare tali tecnologie in tutte le fasi della catena del valore, sia quelle relative all'organizzazione, sia quelle trasversali e ad alta intensità relazionale. Naturalmente il processo di adozione di tali tecnologie va meglio interiorizzato e organizzato nella più ampia struttura aziendale,

soprattutto in quelle imprese che continuano a sottostimare i benefici organizzativo-manageriali. La percezione dei vincoli esogeni evidenzia altresì la necessità di migliorare le condizioni di contesto, quali: la quantità di risorse umane qualificate e dotate di competenze e formazione adeguate alla gestione delle *ICT*; la disponibilità di infrastrutture sul territorio; la presenza di una rete di servizi specifici alle imprese; la disponibilità di un'offerta adeguata ai bisogni e alle caratteristiche delle imprese (prevalentemente di piccole e media dimensione). Tutti aspetti, questi ultimi, che richiamano la necessità di una più ampia strategia di sviluppo e politica industriale a livello regionale.

7. I servizi e il polo aeronautico in Campania

I capitoli 5-6-7 sono dedicati all'approfondimento di tre casi settoriali, per individuare dinamiche di crescita, fattori di localizzazione e peculiarità dei servizi alla produzione con particolare attenzione alle loro prospettive di espansione nei mercati internazionali. Sono stati selezionati settori in grado di rappresentare – anche se in misura diversa - caratteristiche e dinamiche di sviluppo più generali dell'offerta e domanda di servizi alla produzione della regione. I casi studio in particolare sono i seguenti tre: il comparto aerospaziale - storicamente radicato nel territorio campano; il comparto della logistica - oggi in rapida espansione; quello della comunicazione - ancora in fase di consolidamento. L'obiettivo comune delle tre analisi settoriali è stato individuare il ruolo effettivo e potenziale dei servizi alle imprese e il contributo offerto da questi ultimi all'internazionalizzazione della produzione nei tre settori.

Per quanto riguarda il settore aerospaziale, è possibile distinguere due grandi sub-componenti: l'Aeronautico, legato ai due grandi 'system integrator' mondiali – Boeing, Airbus – e alle 'supply chain' dalle caratteristiche piramidali; lo Spaziale, caratterizzato da una maggior componente di servizi e dalle agenzie spaziali nazionali ed internazionali, dai grossi player locali ed infine da supply chain tendenzialmente più orizzontali.

In Campania, il settore aeronautico è animato da una grande impresa (Alenia), fornitore diretto dei due leader mondiali, da alcune imprese di medie e piccole dimensioni nella veste di fornitori, alcune imprese che operano principalmente nel campo dell'Aviazione generale ed un insieme di piccole imprese che fanno da loro subfornitori. I servizi nel settore aeronautico si suddividono essenzialmente in: servizi ingegneristici, servizi ed apparati per la qualifica e il testing, servizi di manutenzione e riconversione e servizi di tipo generale. Tutte le tipologie elencate risultano coperte dalle PMI presenti sul territorio campano, almeno a livello di offerta potenziale. La domanda di alcuni servizi tende spesso a privilegiare la vicinanza geografica delle aziende subfornitrici, per cui la fonte di domanda è Alenia Aeronautica.

Opportune differenziazioni vanno fatte tra le diverse tipologie di servizi. Alcuni servizi possono essere considerati "collaterali" (consulenze fiscali, servizi di mensa, telecomunicazioni, trasporti, etc.) o comunque non significativi per il ciclo produttivo. Per tali servizi le grandi e medie aziende optano spesso per l'outsourcing, trattandosi spesso di attività a basso valore aggiunto. Per i servizi di tipo "specialistico" che sostanzialmente possono essere scomposti in servizi ingegneristici, servizi tecnici e consulenze tecnico-gestionali, la domanda risulta fortemente correlata all'andamento delle commesse della grande azienda (Finmeccanica), la quale ricorre a collaborazioni

esterne in funzione dei propri carichi di lavoro. Per quanto concerne i servizi relativi al comparto spaziale, la domanda è storicamente attivata dal sistema pubblico (Agenzia Spaziale Italiana – ASI; Agenzia Spaziale Europea – ESA). Allo stesso tempo con lo sviluppo a livello mondiale del mercato delle applicazioni civili, il ruolo di fornitore di servizi spaziali, per lungo tempo appannaggio delle agenzie governative, si è spostato nella direzione di imprese private in grado di controllare una larga parte della catena del valore che va dal satellite al prodotto finale ed alla sua utilizzazione.

L'esternalizzazione dei servizi da parte delle imprese di media dimensione è marcata per quanto riguarda aziende che operano come system integrator in campo aeronautico. Più limitato è il ricorso all'esternalizzazione dei system integrator spaziali (come la Carlo Gavazzi Space S.p.A.), anche se il ricorso a fornitori qualificati con rapporti di lungo periodo sono una necessità del settore che richiede standard qualitativi estremamente elevati e competenze molto specifiche. Infine per quanto concerne il caso delle aziende di media dimensione operanti come fornitori all'interno della supply chain internazionale appare evidente che la tendenza a chiedere componenti sempre più complesse, comprensive della fase di progettazione, portano tali imprese, per necessità strategiche, a internalizzare tale fase e esternalizzare una parte non significativa di servizi, mentre elevata appare la necessità di ricorrere all'esterno per componenti non core di servizi (legali, finanziari). È auspicabile quindi anche una crescita sul territorio di operatori che offrano servizi di questo tipo.

Per ciò che concerne l'apertura internazionale delle imprese campane erogatrici di servizi aerospaziali, è necessario sottolineare che la maggior parte di tali aziende opera principalmente sul territorio locale e nazionale. Solo pochissime, infatti, riescono ad avere commesse all'estero offrendo principalmente servizi di progettazione meccanica. In molti casi l'apertura internazionale è spesso relativa ad attività commissionate in Italia da parte dei Prime Contractor nazionali su commesse internazionali. Fanno eccezione, nel settore spazio, le attività svolte da alcune aziende locali (quali: Carlo Gavazzi Space, consorzio Antares, Technosystem e MARS) che operano direttamente sui mercati internazionali costituiti dalle agenzie spaziali europee, da quella russa, dalla NASA e da quelle dei paesi orientali e mediorientali.

L'offerta di servizi è dunque qualitativamente buona in tutti i campi, mentre, se si eccettua l'offerta di servizi legati alla progettazione aeronautica di tipo "meccanico", poche aziende soddisfano o possono soddisfare una domanda internazionale, soprattutto a causa delle piccole dimensioni. Pertanto, la consapevolezza delle numerose piccole e microaziende campane di non poter sostenere le sfide internazionali e, allo stesso tempo, di non potersi limitare al solo mercato locale, le ha spinte a creare diverse aggregazioni, solitamente consorzi o società consortili. Tali aggregazioni non hanno ancora avuto una effettiva ricaduta in termini di incrementi delle quote di mercato e nuovi clienti acquisiti dalle aziende partecipanti. In alcuni casi hanno consentito la partecipazione a progetti di ricerca congiunti o a programmi nel settore dello spazio.

In conclusione, le aziende di servizi del settore aerospaziale hanno buone potenzialità di internazionalizzazione. L'ostacolo principale è rappresentato dalla piccola dimensione che non offre la base economica necessaria per affrontare i costi che il processo di internazionalizzazione comporta. A ciò si aggiunge un sostegno pubblico scarso e poco efficace. Un maggiore supporto a carattere finanziario, per esempio, potrebbe essere disposto per la partecipazione ai bandi emessi dalle grandi aziende estere e dalle Agenzie Spaziali. La partecipazione a questi bandi comporta dei costi elevati per la piccola impresa e i finanziamenti delle aziende più meritevoli

sarebbero un utile supporto per una partecipazione maggiore e più qualificata a queste gare internazionali.

Un altro grave limite delle piccole aziende campane è rappresentato da un capitale umano non adeguatamente qualificato per le sfide globali. La regione dispone del più importante centro di ricerca nazionale specializzato in campo aerospaziale, il CIRA e vanta un buon sistema universitario. In questi ultimi anni sul territorio sono state avviate diverse iniziative rivolte alla qualificazione delle PMI del settore aerospaziale attraverso programmi specifici di ricerca e sperimentazione, progettazione, manutenzione ed offerta di servizi. Ma risulta necessaria un'ulteriore integrazione tra università, ricerca applicata e sistema industriale ed è pertanto auspicabile nel futuro una proiezione internazionale finalizzata ad accrescere la professionalità e la competenza del personale.

8. Le grandi opportunità della logistica

Il secondo caso studio ha analizzato il settore della logistica. La rinnovata centralità del Mediterraneo, l'aumento degli scambi tra l'Asia e l'Europa, e la nascita a breve di una area di libero scambio Euro-Mediterranea, prevista entro il 2010, pongono la Campania ed il suo sistema logistico in una posizione strategica, tanto da poterle attribuire il ruolo di ponte mediterraneo tra l'Asia, l'Africa e l'Europa centro-settentrionale. Entro il 2015 nel Mediterraneo centrale è previsto un aumento esponenziale del traffico. In un tale contesto, i poli logistici campani (situati all'incrocio strategico con il corridoio transeuropeo I, con l'Autostrada del Mediterraneo occidentale e con quella del Mediterraneo orientale) hanno grandi opportunità di potenziare i sistemi di intermodalità e ampliare le aree destinate alla logistica per "catturare" quote crescenti di tale traffico in espansione.

Elemento chiave è lo sviluppo degli interporti, strutture logistiche intermodali e integrate per la gestione delle attività di movimentazione, transito e stoccaggio delle merci. Negli interporti le attività logistiche si integrano con quelle di produzione e commercializzazione mediante un'offerta di servizi ampia ed articolata, suddivisibili in servizi di distribuzione e logistica, di supporto, che trasformano gli interporti da semplici aree immobiliari per lo stoccaggio delle merci a delle vere e proprie piattaforme logistiche, in grado di trasformare i prodotti e conferirgli valore aggiunto.

Nel complesso la presenza di infrastrutture intermodali nelle regioni meridionali non supera il 40% del valore medio nazionale. La Campania pur presentando una buona dotazione infrastrutturale con riferimento alle reti terrestri stradale e ferroviaria ed alla portualità commerciale, è quasi del tutto priva di un sistema logistico integrato per le piccole e medie imprese, fatta eccezione per quello fondato sui rapporti con la Grande Distribuzione Organizzata. Molte aziende hanno affidato a terzi, mediante un processo di outsourcing, la gestione integrata delle attività di magazzinaggio e trasporto (che incidono dal 9 al 13% sul costo finale dei prodotti industriali), sia con contratti di servizio che con veri e propri 'spin off' di segmenti di attività aziendale. Benché l'Italia sia oggi il quarto più grande mercato logistico europeo, il ricorso alla terzizzazione è relativamente poco diffuso rispetto al resto d'Europa. Ciò comporta la mancata concentrazione della logistica a discapito del territorio e delle infrastrutture come gli interporti, che non riescono a concentrare i flussi su pochi nodi.

Nell'ambito dell'interporto è possibile distinguere due principali categorie di servizi: servizi di competenza della società di gestione; servizi di competenza degli operatori ivi insediati. In genere, i servizi amministrativi sono svolti direttamente dalla società di gestione mentre i servizi di gestione e manutenzione degli impianti comuni vengono delegati a terzi in virtù della molteplicità e specificità delle competenze richieste. Per quanto riguarda il profilo societario, la composizione azionaria riscontrata più frequentemente nelle società di gestione degli interporti è di tipo misto pubblico-privato, ma con maggioranza pubblica, seppur non mancano casi dove il capitale è completamente privato.

La regione Campania presenta buone prospettive di apertura internazionale nei settori della distribuzione e della logistica, grazie al rinnovato ruolo di tali attività nel quadro della competizione internazionale. Per il settore logistica e trasporti al 2006, 12 imprese - che corrispondono al 12% delle 101 imprese campane - sono a partecipazione estera. Le imprese campane del settore rappresentano il 3,3% delle 364 imprese italiane del settore L&T partecipate dall'estero. La maggioranza delle imprese controllanti ha sede nell'Unione Europea.

Le interviste condotte con imprese e organizzazioni presenti sul territorio hanno confermato le notevoli potenzialità del sistema logistico campano (vasta dotazione infrastrutturale e ben distribuita a livello territoriale; posizione geograficamente vantaggiosa nel bacino del Mediterraneo) ma, allo stesso tempo, la difficoltà di realizzare infrastrutture (difficile espansione degli spazi nelle prossimità dei porti). Ulteriori criticità del sistema logistico campano riguardano l'inadeguata integrazione tra i nodi e le lungaggini per le verifiche doganali nel porto di Napoli che rallentano molto la velocità di trasferimento delle merci. Nonostante l'importanza dei sistemi logistici integrati, però, delle ingenti somme destinate alle infrastrutture intermodali negli ultimi 20 anni soltanto il 6% è stato speso per attrezzare i porti con piattaforme intermodali. Non sviluppare tali piattaforme significherebbe l'emarginazione del Mezzogiorno dall'ingente flusso internazionale di merci.

Dall'analisi condotta risulta quindi urgente e importante completare il disegno di sviluppo dell'interportualità italiana, con particolare riferimento alla Campania, attraverso interventi di carattere strutturale, strategico e programmatico: potenziamento degli impianti ferroviari; potenziamento della capacità dei terminal ferroviari intermodali; rafforzamento delle attrezzature e dei macchinari per la movimentazione delle merci; sviluppo dell'offerta di servizi logistici di standard sempre più elevati; diffusione delle tecnologie informatiche e telematiche.

La globalizzazione e la conseguente internazionalizzazione degli scambi commerciali impone di consolidare piattaforme logistiche altamente competitive ed in grado di offrire servizi in tempo reale. Il mancato raccordo tra programmazione nazionale e regionale ha contribuito negli anni a rallentare la realizzazione delle infrastrutture, a non sostenere l'attività delle imprese e, in definitiva, a non consentire la creazione di un'offerta logistica in grado di rispondere tempestivamente alle mutevoli esigenze di un mercato ormai globale. Andrà evitato di ripetere analoghi errori in futuro.

9. Servizi e attività di comunicazione

L'ultimo capitolo si è occupato del comparto della comunicazione in Campania. La comunicazione è uno strumento fondamentale del vantaggio competitivo, basti

pensare al branding, ossia alla capacità delle imprese di costruirsi un marchio con un'immagine particolarmente forte. In particolare la pubblicità, importante leva strategica, è il mezzo attraverso cui l'impresa crea le condizioni necessarie per generare una relazione interattiva tra azienda e acquirente. Ma la pubblicità è solo una parte del processo di comunicazione (progettazione e gestione che utilizzano i mass media).

Il territorio italiano vanta numerose strutture che svolgono attività connesse all'erogazione di consulenze e servizi per la comunicazione d'impresa. In Italia, infatti, la vocazione ad intraprendere è molto forte, nonostante le note difficoltà esistenti. Ma se si raffrontano le medie di profitto lordo delle imprese di comunicazione straniere con quelle italiane si evidenzia un gap notevole. Sempre negli altri paesi avanzati le imprese investono molto in comunicazione, molto di più che in Italia. L'Italia meridionale, in particolare, non ha una forte tradizione di investimenti in comunicazione, soprattutto per la pubblicità propriamente detta.

Per quanto concerne i servizi, le agenzie di comunicazione svolgono in genere prestazioni creative consistenti nello studio e nella ideazione delle campagne di comunicazione. Ma esse si propongono di assumere anche un ruolo di consulenza esteso alla parte organizzativa. L'advertising classico ha sempre più bisogno di essere integrato con eventi, internet e altri strumenti che interagiscono costantemente.

Al pari di ciò che avviene nel resto dell'economia italiana, il comparto in generale è contraddistinto dalla forte presenza di microimprese, composte anche di una sola unità. Non fa eccezione la Campania con un tessuto estremamente frammentato di piccole aziende di comunicazione che si destreggiano in un mercato ancora poco sviluppato, dove la domanda di servizi di comunicazione è ancora appannaggio di poche imprese. Tra le moltissime imprese che si definiscono agenzie di pubblicità ve ne sono molte che svolgono solo marginalmente questa attività e che si dedicano in realtà a processi relativi alla stampa, alla produzione di gadget o al 'direct marketing'. I processi di nascita e fallimento delle imprese (microimprese o società unipersonali) sono molto diffusi nel comparto. Il problema riscontrato in molti casi è di tipo gestionale: molte di queste realtà imprenditoriali non sono capaci di allargare il proprio bacino d'utenza.

Va comunque sottolineato che le imprese di comunicazione in Campania rappresentano una realtà vitale e un'autentica espressione di vivace pluralismo culturale, con iniziative localizzate praticamente in tutti i territori della regione. Ma solo alcune (poche) di queste imprese di comunicazione sono riuscite a superare i confini regionali e nazionali ottenendo risultati di indubbio interesse.

Sul piano dell'internazionalizzazione numerosi fattori – tecnologici, economici, imprenditoriali e normativi – hanno determinato condizioni favorevoli aprendo la strada ad una progressiva apertura dei mercati e delle imprese, che si manifesta con la ricerca di coalizioni – accordi, joint ventures, fusioni ecc.. Rispetto ad altre regioni italiane, la Campania è ancora una regione relativamente poco integrata nei mercati internazionali, con pochissimi casi di imprese di comunicazione internazionalizzate.

Infine le interviste effettuate (BI.VA & Associati, Medias, Nascar Studios) mettono in evidenza che le imprese di marketing e comunicazione sono basate su due drivers fondamentali, capitale innovativo/tecnologico e capitale umano. Come mostrano le affermazioni degli intervistati la condizione del successo è investire in formazione e innovazione. Disporre di un know how nonchè di competenze qualificate e specialistiche è di vitale importanza per le imprese. Anche per quelle campagne, che vorranno affermarsi in Italia e all'estero.

10. Osservazioni conclusive

Per riassumere la crescita dei servizi destinati alla produzione ha molteplici cause, in qualche modo riconducibili ai rilevanti cambiamenti che hanno interessato la struttura organizzativa dei sistemi produttivi negli ultimi due decenni. Anche in Europa l'interesse crescente verso i servizi alla produzione è stato determinato dal fatto che essi rappresentano un comparto in forte espansione, sia per quanto riguarda la creazione di nuovi posti di lavoro, sia per la nascita di nuove imprese. Allo stesso tempo i servizi alla produzione hanno offerto in questi anni un contributo assai rilevante alla performance produttiva delle economie europee, in particolare del comparto manifatturiero. La maggior parte dei beni manufatti include in effetti una componente crescente di servizi alla produzione, con un forte contributo di questi ultimi al valore aggiunto complessivo.

Negli ultimi anni, abbiamo così assistito allo sviluppo di nuove tipologie di servizi alla produzione legate alle trasformazioni dei sistemi di produzione, alla loro maggiore flessibilità, alla maggiore concorrenza sui mercati internazionali e al ruolo crescente dell'*ICT* nelle economie europee. La trasformazione dei sistemi produttivi ha portato da un lato, ad una maggiore complessità della produzione, dall'altro ad una crescente complementarietà tra fornitura di beni e servizi. Quest'ultimi diventano tanto più necessari, quanto più aumentano le diversificazioni e il cambiamento tecnologico dei processi produttivi.

Un altro dato generale e importante che è stato sottolineato riguarda l'internazionalizzazione delle imprese di servizi, dal momento che queste ultime sono state spesso considerate come organizzazioni caratterizzate da una dimensione essenzialmente "locale", a causa delle peculiari caratteristiche delle attività svolte che renderebbero eccessivamente rischioso e arduo un processo di internazionalizzazione. I cambiamenti avvenuti nel settore, tuttavia, hanno portato a una significativa espansione internazionale delle imprese di servizi e, nonostante l'impostazione storicamente consolidata che vuole le imprese di servizi inadatte al superamento dei confini nazionali, occorre prendere atto dell'esistenza di un grado di internazionalizzazione di fatto.

Anche in Italia i settori terziari sono cresciuti rapidamente ma in misura diversa nelle singole economie regionali. Essi rappresentano una componente cruciale dello sviluppo economico locale non solo per il loro peso, ormai superiore a quello degli altri settori produttivi ma anche per la funzione svolta nel facilitare i flussi nelle reti di beni, di prodotti intermedi, di fattori produttivi e di informazioni tra le imprese locali e quelle esterne ad una determinata economia regionale. La dotazione differente di servizi nelle singole regioni influisce sulle disparità di sviluppo a scala interregionale ed in particolare sulla rapidità nell'adozione delle innovazioni e sulla competitività delle produzioni regionali. Inoltre, i servizi influiscono sui cambiamenti nella struttura territoriale, dato che da un lato i servizi di tipo più tradizionale sono per lo più concentrati nei centri urbani e dall'altro quelli di tipo più innovativo rappresentano la base economica delle grandi aree metropolitane.

Nel contesto del Mezzogiorno italiano, la Campania rappresenta una realtà sicuramente dinamica ma con nodi e problemi irrisolti che ne condizionano le prospettive future. La Regione ha manifestato segni di evoluzione interessanti anche se risente dei molteplici limiti del sistema socio-economico nazionale e ancor più meridionale.

Anche nel caso della Campania la crescente domanda di servizi alla produzione, specie da parte del sistema industriale, è la risultante di tre fattori principali: in primo luogo, l'affermarsi delle nuove tecnologie informatiche, che modificano l'organizzazione della produzione e aumentano l'utilizzo di input immateriali ad elevato contenuto di informazioni; poi, i cambiamenti del contesto economico globale e, in particolare, l'internazionalizzazione dei mercati; infine, la crescita del numero delle piccole imprese di servizi, che comporta un ampliamento delle reti di servizi esterni, quindi la crescita del fenomeno dell'outsourcing. Anche nel caso campano, dunque, come già avviene a livello più generale, l'evoluzione più recente del sistema produttivo e dell'organizzazione dell'economia contribuisce a spiegare larga parte della crescita dei servizi alla produzione. Allo stesso tempo il processo evolutivo delle dinamiche di sviluppo interno ed internazionale del settore dei servizi alla produzione è ben lontano dall'essersi concluso.

È importante infine mettere in rilievo che dall'analisi condotta dei mutamenti in corso e dei processi di sviluppo e di internazionalizzazione nella regione trova conferma la tesi principale del presente lavoro ovvero che lo sviluppo del comparto dei servizi alla produzione - e soprattutto dei servizi avanzati - e l'internazionalizzazione degli stessi è di cruciale importanza per la ripresa della crescita produttiva della regione campana e del suo processo di internazionalizzazione.

Sono urgenti e necessari dunque nuovi strumenti e obiettivi di una politica nazionale e locale per lo sviluppo dei servizi alla produzione. L'individuazione di misure di intervento specifiche potrebbe favorire l'avvio di circoli virtuosi di domanda-offerta di servizi a carattere sistemico favorendo altresì una più moderna organizzazione e gestione delle imprese, che sia in accordo coi nuovi modelli che si stanno affermando nelle aree più avanzate e che sia in grado di inserirsi nelle nuove reti della produzione e del commercio internazionali.

Un rilevante ostacolo da rimuovere è il permanere di una forte regolazione e protezione. Questo fa sì che sia necessario l'intervento dei policy makers ai diversi livelli (internazionale, nazionale e locale) per assicurare e influenzare una maggiore liberalizzazione nei servizi. L'introduzione di un maggiore grado di concorrenza in alcuni servizi, potrebbe contribuire a far aumentare il numero di imprese che operano in condizioni di mercato, riducendo i prezzi, migliorando la qualità, stimolando l'occupazione e arricchendo la gamma degli stessi servizi offerti. Garantire una maggiore concorrenza significa stimolare l'innovazione, l'imprenditorialità, la produttività e la crescita, soprattutto nei settori di servizi che operano tradizionalmente in mercati più chiusi e frammentati.

Vanno valutate infine misure specifiche e politiche di sostegno all'internazionalizzazione nel comparto dei servizi, così da prospettare opzioni di intervento specifiche per il rafforzamento di un'offerta terziaria a sostegno dello sviluppo e dell'integrazione internazionale del tessuto produttivo della regione. Alcuni fattori in particolare spiegano i motivi per cui lo scambio internazionale di servizi influenza lo sviluppo economico. La capacità di esportare le attività di servizio è determinante, non marginale, per lo sviluppo di un'area. La produzione e la vendita di servizi alle imprese sono divenuti fattori importanti per aumentare i flussi di esportazioni. Inoltre, il crescente peso dei *business services* influenza sensibilmente la capacità competitiva delle imprese che li erogano, che competono a livello globale, ma determinano anche una crescita della produttività e della competitività dell'intero sistema produttivo locale. Infine, un rafforzamento dell'internazionalizzazione dei

servizi influenzerà i mercati del lavoro, sia in termini quantitativi, sia in termini qualitativi. Il settore dei servizi è infatti quello che più contribuisce alla creazione di nuova occupazione.

Le attività di servizio dunque accompagnano e stimolano il processo di internazionalizzazione complessivo di un'area determinando un vantaggio competitivo per quelle imprese che partecipano a tale processo. Il ricorso alle imprese di servizio determina in effetti un rafforzamento della competitività per tutte quelle aziende che ricorrono a servizi intermedi per affrontare meglio la concorrenza all'estero. A questo riguardo la disponibilità di conoscenze e competenze in questo comparto dei servizi si dimostra non meno rilevante della dotazione infrastrutturale di un'area, della disponibilità di sbocchi di mercato e delle pressioni competitive imposte dai concorrenti.