



CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA

Impulsi 2013

Per uno sviluppo positivo
dell'economia e del benessere
in Alto Adige



Impulsi 2013

Per uno sviluppo positivo dell'economia e del benessere in Alto Adige

La Camera di commercio di Bolzano è partner di tutte le imprese altoatesine. Il nostro compito consiste nell'affiancare le aziende dalla nascita fino al momento della successione d'impresa. A tal fine, collaboriamo con gli altri soggetti che si impegnano a favore dello sviluppo positivo dell'economia altoatesina, ed in particolare con l'amministrazione provinciale e le associazioni di categoria. Fra i nostri obiettivi rientrano anche l'impegno per creare condizioni-quadro favorevoli all'economia e l'incremento del grado di notorietà e di apprezzamento di cui le imprese godono.

Il presente documento intende richiamare l'attenzione su alcune tra le principali sfide che l'economia altoatesina si troverà ad affrontare nei prossimi anni. Esso si basa sui numerosi studi eseguiti dal nostro Istituto di ricerca economica (IRE), nonché sulle indagini svolte presso le imprese locali.



dott. Michl Ebner
Presidente della Camera
di commercio di Bolzano

A handwritten signature in blue ink that reads "Michl Ebner". The signature is fluid and cursive, with "Michl" on the top line and "Ebner" on the bottom line.

Bolzano, dicembre 2008

Indice

La situazione di partenza..... 6

Gli impulsi 7

1. Valorizzare ulteriormente l'Alto Adige come punto nodale 7
2. Garantire il finanziamento degli investimenti e dell'innovazione 7
3. Rendere fertile il terreno per nuove idee 7
4. Puntare sulle particolarità, sulla qualità e sulle materie prime locali 8
5. Andare oltre i confini della provincia..... 8
6. Lavorare senza ostacoli burocratici..... 8
7. Riduzione del carico fiscale e tariffario 9
8. Sostenere la crescita delle imprese..... 9
9. Puntare sulle risorse umane 9
10. Atteggiamento positivo verso l'Alto Adige..... 10
11. Coinvolgimento dei portatori di interessi nelle decisioni,
partenariato sociale e valori 10

Le motivazioni 11

1. Valorizzare ulteriormente l'Alto Adige come punto nodale 11
2. Garantire il finanziamento degli investimenti e dell'innovazione 12
3. Rendere fertile il terreno per nuove idee 14
4. Puntare sulle particolarità, sulla qualità e sulle materie prime locali 15
5. Andare oltre i confini della provincia..... 16
6. Lavorare senza ostacoli burocratici..... 18
7. Riduzione del carico fiscale e tariffario 20
8. Sostenere la crescita delle imprese..... 21
9. Puntare sulle risorse umane 23
10. Atteggiamento positivo verso l'Alto Adige..... 24
11. Coinvolgimento dei portatori di interessi nelle decisioni,
partenariato sociale e valori 25

La situazione di partenza

Garantire a lungo termine il benessere e la qualità della vita, con un'economia sostenibile ...

Economia significa posti di lavoro e reddito. Sino a che punto si riusciranno a garantire nel lungo termine i salari e gli utili dipende dalla qualità delle imprese e dei loro collaboratori, oltre che da un contesto (tassazione, infrastrutture ...) favorevole alle attività economiche. Per creare un ambiente positivo sono necessari anche l'ottimismo e la pace sociale, che a loro volta dipendono in buona misura da un'equa distribuzione del reddito. La qualità della vita dipende, infine, dall'attrattività dell'ambiente e del paesaggio: essi possono essere sfruttati economicamente, ma allo stesso tempo debbono essere preservati.

... nonostante alcuni svantaggi strutturali ...

Le caratteristiche paesaggistiche, geografiche e culturali dell'Alto Adige e l'economia basata sulle piccole imprese ci garantiscono molti vantaggi, ma implicano anche alcune limitazioni, i cui effetti debbono essere minimizzati. Citiamo, ad esempio, la scarsa disponibilità e l'elevato costo dei terreni, la sensibilità dell'ambiente, il carico fiscale e burocratico imposto dallo Stato e dalla Provincia, nonché le limitate possibilità delle piccole imprese per quanto concerne innovazione, export e produttività.

... e malgrado aspettative congiunturali peggiorate!

In considerazione della debolezza dell'economia internazionale e del fatto che anche in Alto Adige andiamo verso anni più difficili dal punto di vista economico, il mantenimento della piena occupazione rappresenta una sfida sempre più complessa. Per questo motivo è importante far sì che le nostre imprese, nonostante la debolezza congiunturale, continuino ad investire e ad incrementare la produttività e che possano reperire i finanziamenti a ciò necessari.

Gli impulsi

1. Valorizzare ulteriormente l'Alto Adige come punto nodale

- Sviluppo delle cooperazioni e dei contatti internazionali volti alla valorizzazione della funzione di ponte dell'Alto Adige e miglioramento delle condizioni per il mantenimento in Alto Adige della sede delle imprese;
- Rete di trasporti ottimale: possibilità di trasbordo tra strada e rotaia, collegamento del traffico merci e passeggeri con la galleria di base del Brennero, aeroporto ben funzionante e dotato di collegamenti internazionali;
- Completamento della rete di autostrade informatiche;
- Promozione delle esperienze all'estero da parte degli studenti e delle competenze linguistiche;
- Intensificazione delle cooperazioni all'interno dell'Euregio, anche nell'ambito dell'ottimizzazione del trasporto locale.



2. Garantire il finanziamento degli investimenti e dell'innovazione

- Partecipazione al rischio da parte dell'ente pubblico;
- Piano per la creazione di public private partnership (PPP);
- Rafforzamento dei fondi di garanzia;
- Assenza di tempi di attesa per i contributi pubblici destinati agli investimenti innovativi e rilevanti ai fini della produttività (erogazione immediata, eventualmente dietro prestazione di garanzia bancaria) e per la liquidazione delle commesse pubbliche.

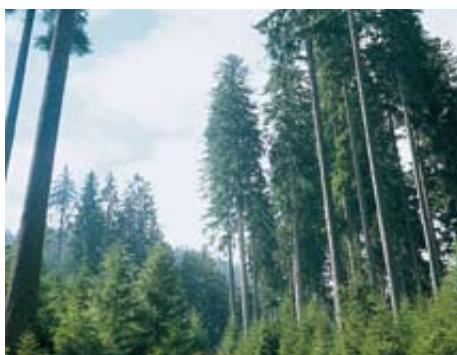


3. Rendere fertile il terreno per nuove idee

- Incentivazione di una "cultura" dell'attività di ricerca e sviluppo (R&S), a partire dalla scuola;
- Creazione di una rete di ricercatori e inventori;
- Potenziamento dei servizi per l'innovazione, in particolare per quanto riguarda il trasferimento tecnologico;
- Coinvolgimento dei nostri enti di ricerca nelle reti internazionali e trasferimento dei risultati delle ricerche al sistema economico locale;
- Coordinamento delle risorse (esempi: Università, Eurac, TIS).



4. Puntare sulle particolarità, sulla qualità e sulle materie prime locali



- Dare ulteriore impulso alle energie rinnovabili;
- Autosufficienza energetica – anche per quanto riguarda i mezzi di trasporto;
- Incentivazione dell'efficienza energetica;
- Mantenimento del commercio di vicinato;
- Impianti di risalita: aumentare l'attrattività per la stagione estiva.

5. Andare oltre i confini della provincia



- Affinché le aziende, specialmente quelle di piccole dimensioni, possano estendere il proprio raggio d'azione oltre i confini della provincia occorrono misure di sensibilizzazione / consulenza / sostegno (ad es. per acquisizione di nuova clientela, logistica, ecc.);
- Focalizzare l'attenzione sui mercati vicini;
- Incentivare le cooperazioni nell'ambito del marketing e delle vendite.
- Sensibilizzare i collaboratori sulla necessità di lavorare, con le loro imprese, anche al di fuori dei confini provinciali.

6. Lavorare senza ostacoli burocratici



- Certezza del diritto e chiarezza delle normative;
- Trasparenza e possibilità di rivolgersi ad un unico interlocutore;
- Accelerazione dei procedimenti attraverso termini di scadenza e silenzio-assenso, valorizzazione dello strumento dell'arbitrato;
- Amministrazione proattiva, ovvero orientata alla soluzione dei problemi anziché al controllo (sono particolarmente urgenti interventi in materia di sicurezza sul lavoro e normative antincendio);
- Aree destinate ad attività produttive: è necessario un progetto a lungo termine che tenga conto delle necessità in materia di trasporti e logistica.

7. Riduzione del carico fiscale e tariffario

- Applicazione a tutte le imprese della massima riduzione dell'aliquota IRAP (senza alcun vincolo);
- Incentivazione del reinvestimento degli utili in azienda;
- Riduzione delle tariffe locali;
- Tariffe vantaggiose per l'energia elettrica.



8. Sostenere la crescita delle imprese

- Qualificazione delle piccole imprese nel campo del management aziendale (sensibilizzazione / consulenza / supporto in materia di contabilità analitica, incasso, predisposizione dei preventivi, finanziamento, gestione del personale);
- Imprenditorialità: promozione della partecipazione alle imprese, anche da parte dei collaboratori, analogamente a quanto fatto per la creazione di nuove attività; interventi a supporto della successione nelle imprese familiari;
- Promuovere in misura ancora maggiore la cooperazione e le società cooperative;
- Promuovere l'incremento della produttività, in tutti i settori e per tutte le imprese, senza distinzione di dimensioni.



9. Puntare sulle risorse umane

- Conciliaibilità tra famiglia e lavoro, premiazione delle aziende a misura di famiglia;
- Part-time orizzontale e verticale;
- Incremento del tasso di attività, specialmente tra le donne;
- Ottimizzazione della formazione: puntare sul sistema duale e sulla maturità professionale, realizzazione degli istituti di alta formazione;
- Potenziamento dell'aggiornamento professionale, soprattutto per quanto riguarda i collaboratori più anziani;
- Riconoscimento e qualificazione delle imprese come potenziali luoghi di integrazione per i lavoratori stranieri.



10. Atteggiamento positivo verso l'Alto Adige



- Sensibilizzazione degli altoatesini sui prodotti locali e sull'Alto Adige come luogo di vacanza;
- Acquisti in Alto Adige;
- Rafforzamento del "senso di appartenenza".

11. Coinvolgimento dei portatori di interessi nelle decisioni, partenariato sociale e valori

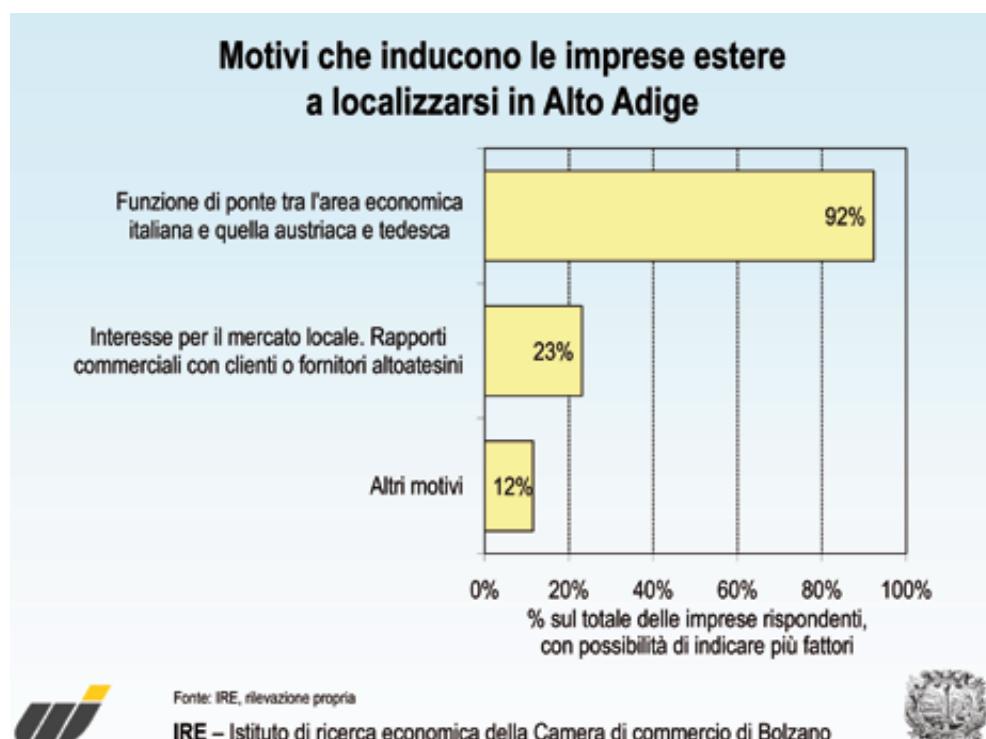


- Al momento di assumere decisioni di politica economica, dovrebbero essere sentiti in maggior misura i pareri dei vari portatori di interessi;
- I problemi dovrebbero essere discussi sin dall'inizio con tutti gli interessati (esempi: crisi aziendali, nuove zone produttive);
- La sensibilizzazione e la discussione sui valori sociali devono tornare ad avere maggiore importanza;
- Equa distribuzione del reddito e permeabilità sociale (con il lavoro e l'impegno, ciascuno deve poter arrivare al vertice);

Le motivazioni

1. Valorizzare ulteriormente l'Alto Adige come punto nodale

La funzione di collegamento tra l'area economica italiana e i Paesi di lingua tedesca rappresenta tuttora un importante vantaggio competitivo dell'Alto Adige come localizzazione economica. In effetti, essa è il principale fattore che induce le imprese estere ad insediarsi in Alto Adige¹.



Per sfruttare ancora meglio le opportunità offerte da questa vantaggiosa posizione geografica è necessario un atteggiamento aperto nei confronti della collaborazione con partner esteri (servono collaboratori con esperienza all'estero, buone conoscenze linguistiche, ecc.). C'è inoltre bisogno di buone infrastrutture per quanto riguarda i trasporti e le vie di comunicazione.

Un'analisi eseguita da Unioncamere-Tagliacarne sulla dotazione di infrastrutture² evidenzia per l'Alto Adige una situazione di evidente svantaggio: l'Alto Adige si trova all'ottantesimo posto tra le province italiane, con un indice di dotazione infrastrutturale che raggiunge appena il 63,6% della media nazionale³. A causa della conformazione montana del paesaggio, né la rete ferroviaria né quella stradale soddisfano le esigenze delle imprese. Inoltre, la situazione è particolarmente negativa per quanto riguarda il trasporto aereo, relativamente al quale l'Alto Adige si

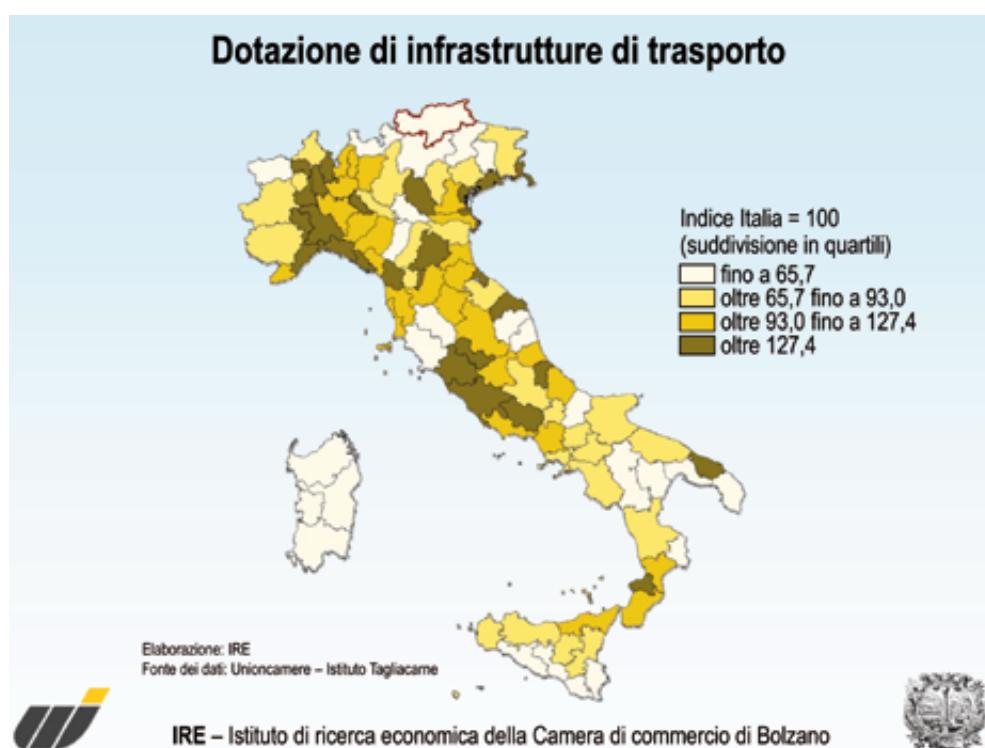
¹ IRE, "L'Alto Adige come localizzazione economica", 2008.

² Unioncamere, "La dotazione delle infrastrutture nelle province italiane", 2006.

³ Questo indice è dato dalla media di tre diversi indici, i quali considerano le infrastrutture stradali, ferroviarie e aeroportuali. Tali indici permettono di determinare l'offerta di infrastrutture di ogni singola provincia e di contrapporla alla relativa domanda, stimata in base alla superficie del territorio provinciale, alla popolazione ed al numero di occupati.

colloca al novantaquattresimo posto tra le province d'Italia. La causa va ricercata nella ridotta importanza dello scalo di Bolzano e nella mancanza di altri aeroporti (italiani) nelle vicinanze. Affinché l'aeroporto bolzanino possa contribuire in modo decisivo allo sviluppo economico sarebbe necessario un ampliamento. Il relativo traffico passeggeri, ad esempio, rappresenta appena un sedicesimo di quello dell'aeroporto di Innsbruck⁴.

Infine, la difficile raggiungibilità internazionale è uno dei fattori che contribuisce a collocare l'Alto Adige nella parte bassa della classifica delle localizzazioni economiche recentemente pubblicata da BAK Basel Economics (Economic Attractiveness Index 2008).



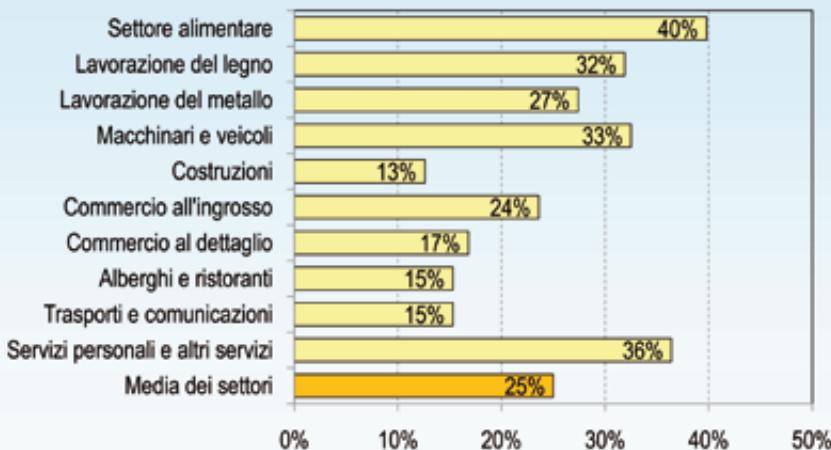
2. Garantire il finanziamento degli investimenti e dell'innovazione

In periodi di difficoltà economica è ancora più importante disporre di una precisa pianificazione finanziaria, cosa peraltro praticamente impossibile se non si conoscono i tempi d'attesa per l'erogazione degli incentivi alle imprese. A questo proposito, i tempi di attesa per il fondo di rotazione sono ancora lunghi. Del resto, a causa della ridotta incidenza del patrimonio netto⁵ che caratterizza molte imprese altoatesine (media: 25%; artigianato: 15,6%) il contributo pubblico è determinante ai fini della possibilità di attuare e finanziare gli investimenti.

⁴ Fonte: Eurostat.

⁵ L'incidenza del patrimonio netto (= patrimonio netto / totale passività) esprime la quota dell'azienda "effettivamente" di proprietà dei titolari. Al contrario, l'incidenza del capitale di terzi (= capitale di terzi / capitale complessivo) indica la quota dell'impresa appartenente alle banche, ai fornitori o ad altri creditori. Un'elevata incidenza del patrimonio netto rappresenta una sicurezza per le banche, che perciò tenderanno a giudicare l'impresa affidabile. Un elevato grado di capitalizzazione può inoltre avere effetti positivi sulla competitività dell'impresa, che grazie alle riserve di capitale proprio può in ogni momento effettuare investimenti e adottare strategie flessibili.

Imprese altoatesine: incidenza del patrimonio netto



Elaborazione: IRE
Fonte dei dati: InfoCamere, SEAC



IRE – Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano



Considerate le crescenti difficoltà nell'ottenere finanziamenti bancari, dovute al fatto che le banche stanno diventando sempre più prudenti, assume maggiore importanza il ruolo dei fondi di garanzia. In Alto Adige disponiamo di cinque di questi fondi, che collaborando potrebbero certamente massimizzare la propria efficacia.

L'ente pubblico, infine, può sostenere e promuovere gli investimenti e l'innovazione agendo in collaborazione con i privati (progetti PPP) o partecipando a progetti di investimento rischiosi. Per il caso in cui il progetto innovativo o l'investimento abbia esito positivo andrebbe prevista una clausola di uscita.

La "Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft" (FFG) rappresenta un esempio di come sia possibile valutare in modo rapido ed efficiente le richieste di incentivi pubblici per progetti di innovazione, sollevando le aziende da una parte dei rischi.

Esempio: incentivi all'innovazione da parte della FFG (Austria)

Incentivo medio (percentuale sui costi di progetto sovvenzionabili):

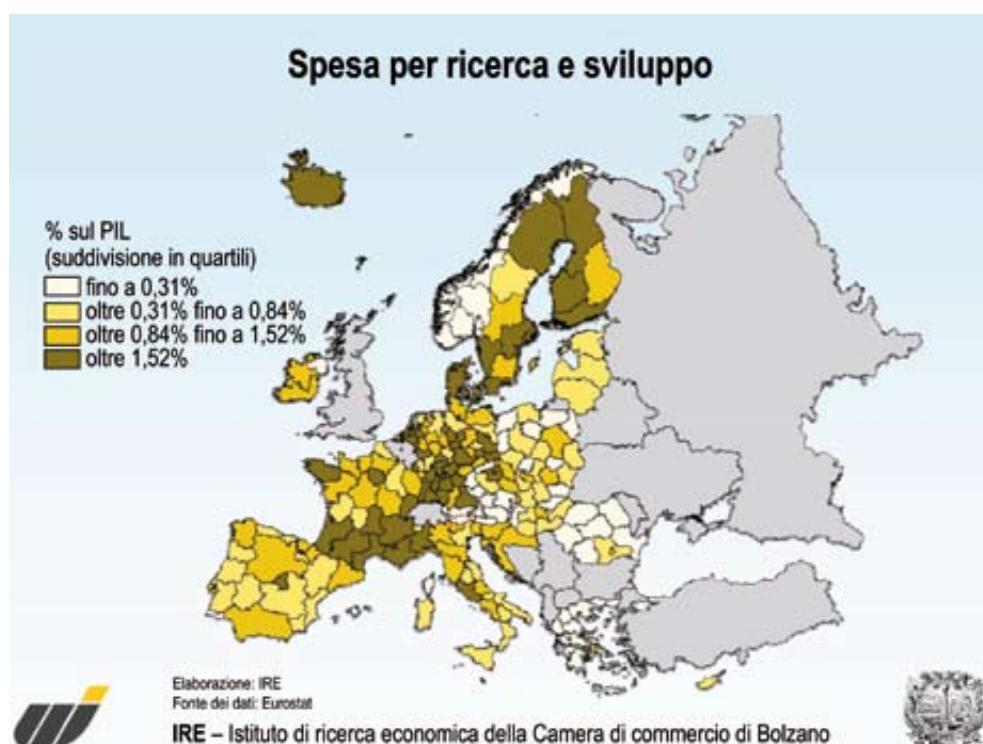
- 25% di sussidio a fondo perduto;
- 25% di mutuo con tasso di interesse annuo attualmente pari al 2,5%, da rimborsare solo in caso di conclusione positiva del progetto.

Tempistica:

- Approvazione entro otto settimane dalla presentazione del progetto;
- il 50% dell'incentivo viene versato immediatamente dopo l'approvazione, senza garanzia bancaria o fideiussioni;
- il 30% viene versato al momento della presentazione di un rapporto intermedio;
- Erogazione dell'importo residuo (20%) entro quattro mesi dalla conclusione del progetto.

3. Rendere fertile il terreno per nuove idee

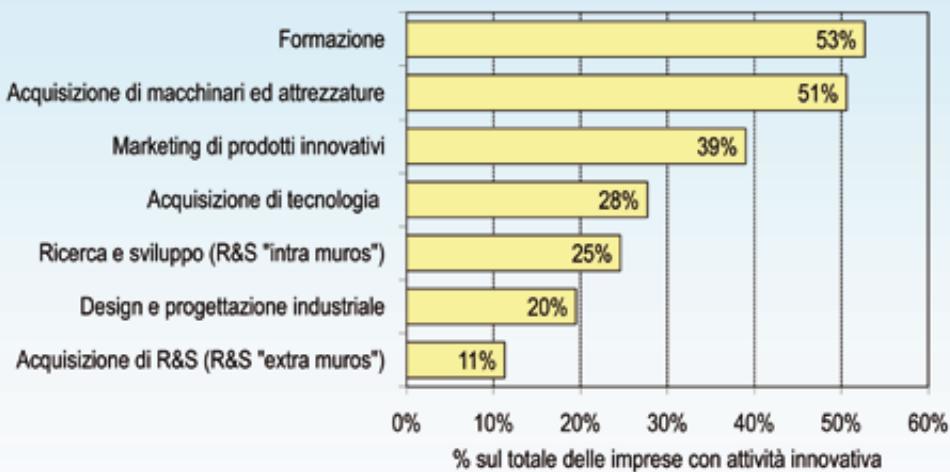
Dato il rapido sviluppo tecnologico e la crescente globalizzazione, la sfida per la competitività si gioca prevalentemente sul campo dell'innovazione e dell'incremento della produttività. Con l'agenda di Lisbona, l'Unione Europea si è posta l'obiettivo di investire, entro il 2010, il 3% del prodotto interno lordo in ricerca e sviluppo (R&S). L'Alto Adige, purtroppo, appare in chiaro ritardo: la spesa per ricerca e sviluppo raggiunge appena lo 0,37% del PIL⁶, collocando la nostra provincia ben al di sotto della media nazionale ed europea.



A ciò si aggiunge il fatto che le imprese altoatesine tendono più all'imitazione e al trasferimento tecnologico che non allo sviluppo di prodotti e processi veramente nuovi. Ciò trova conferma, ad esempio, nell'analisi delle spese per l'innovazione sostenute dalle nostre aziende: sono frequenti gli investimenti per l'acquisto di macchinari e attrezzature, per l'acquisto di tecnologie e per la formazione dei collaboratori, ma relativamente poche imprese investono in ricerca e sviluppo o in attività di progettazione di nuovi prodotti.

⁶ Fonte: ASTAT, info stampa "Ricerca e sviluppo (R&S) 2005", 2008.

Imprese che hanno sostenuto determinate tipologie di spese per l'innovazione



Fonte: IRE, rilevazione propria



IRE – Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano



4. Puntare sulle particolarità, sulla qualità e sulle materie prime locali

Le peculiarità geografiche e culturali dell'Alto Adige hanno permesso alle nostre imprese di raggiungere livelli qualitativi molto elevati in determinati settori: ciò vale, ad esempio, per il turismo, il comparto alimentare e lo sfruttamento delle fonti energetiche rinnovabili. Questi settori, che tra l'altro si integrano a vicenda, contribuiscono positivamente all'immagine dell'Alto Adige e rappresenteranno anche in futuro un fiore all'occhiello per la nostra economia.

In particolare il turismo può essere definito un motore di sviluppo, poiché contribuisce al mantenimento del commercio di vicinato e crea nuove opportunità di reddito per la popolazione rurale. Tuttavia, il turismo montano deve attualmente confrontarsi con una concorrenza sempre più agguerrita. La bellezza del paesaggio, da sola, non è più sufficiente: gli ospiti si aspettano un'esperienza unica e di elevato livello qualitativo. Affinché il turismo possa svilupparsi in modo sostenibile assume pertanto sempre maggiore importanza la cooperazione con altri settori, in particolar modo con l'agricoltura. Grazie ad essa, ad esempio, gli alberghi ed i ristoranti possono proporre ai propri clienti prodotti locali, che vengono molto apprezzati.⁷ Da un'indagine dell'IRE è risultato che le specialità gastronomiche dell'Alto Adige rappresentano un'importante attrazione per il turismo. Tra i prodotti più noti figurano lo speck, il vino e le mele. Lo speck, in particolare, rappresenta un interessante esempio di come un prodotto possa diventare un mezzo pubblicitario per l'Alto Adige.⁸

⁷ Due terzi degli albergatori dichiarano di utilizzare (almeno occasionalmente) prodotti di agricoltori altoatesini, poiché ne apprezzano la qualità (cfr. IRE, "Prodotti locali e piatti tipici – un fattore di competitività per il turismo", 2004).

⁸ La produzione annua di speck è più che raddoppiata nel corso dell'ultimo decennio; attualmente essa ammonta a oltre 26.300 tonnellate.

Il paesaggio montano, così apprezzato dai turisti e dalla popolazione locale, è estremamente delicato. In Alto Adige si è pertanto sviluppata una notevole sensibilità verso le fonti energetiche rinnovabili. Queste sono interessanti dal punto di vista ecologico, ma anche sotto l'aspetto economico, poiché permettono di ridurre la dipendenza dall'estero per l'approvvigionamento energetico.

La principale fonte di energia rinnovabile è costituita dai corsi d'acqua, i quali permettono di ottenere il 98,5% dell'energia elettrica prodotta in provincia.⁹ Grazie al progresso tecnologico assumono via via maggiore importanza anche altre fonti energetiche, tra cui ad esempio l'energia solare¹⁰ e lo sfruttamento della biomassa.¹¹ Quest'ultima potrebbe in futuro rappresentare anche una fonte di reddito aggiuntiva per gli agricoltori, considerato che il 42% del territorio altoatesino è coperto da bosco.¹²

Accanto all'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, assume particolare rilevanza la riduzione del fabbisogno energetico: con la "CasaClima" l'Alto Adige ha ottenuto importanti risultati. CasaClima rappresenta però anche un'opportunità per l'economia locale: si consideri che in Alto Adige ci sono almeno 147.000 abitazioni realizzate prima degli anni '80, le quali presentano un fabbisogno energetico pari almeno al triplo di quello delle nuove costruzioni. Queste potrebbero essere risanate e rinnovate secondo le attuali conoscenze tecniche e costituiscono pertanto un mercato promettente per gli esperti del settore e per le imprese edili.¹³

5. Andare oltre i confini della provincia

Le esportazioni sono di fondamentale importanza per l'incremento del benessere economico, poiché permettono di attrarre potere d'acquisto da fuori provincia. Inoltre, come evidenziato da un recente studio condotto nell'Euregio Tirolo - Alto Adige - Trentino, le aziende esportatrici si distinguono per una produttività superiore alla media.¹⁴ Ad esportare sono però quasi esclusivamente le imprese più grandi e la propensione all'esportazione¹⁵ dell'Alto Adige è ancora relativamente bassa a causa delle ridotte dimensioni medie aziendali. Nella nostra provincia, infatti, il valore delle esportazioni è pari al 18,1% del PIL, mentre il dato nazionale si attesta al 22,8%.¹⁶

⁹ La nostra provincia conta circa 250 impianti idroelettrici, con una produzione energetica annua di 4.450 GWh (cfr. ASTAT, "Energia elettrica in Provincia di Bolzano 2000-2006", 2008).

¹⁰ Attualmente si producono 93 GWh_{th} mediante collettori solari. Gli elementi fotovoltaici permettono inoltre di ottenere energia pari a ca. 13,5 GWh (cfr. S. Walder et al., "Enertour – Turismo energetico ed ambientale in Alto Adige", TIS, 2007).

¹¹ Nel complesso, la produzione di energia termica da biomassa supera i 460 GWh_{th} (cfr. S. Walder et al., "Turismo energetico ed ambientale in Alto Adige", TIS, 2007).

¹² Fonte: Consorzio Biomassa Alto Adige.

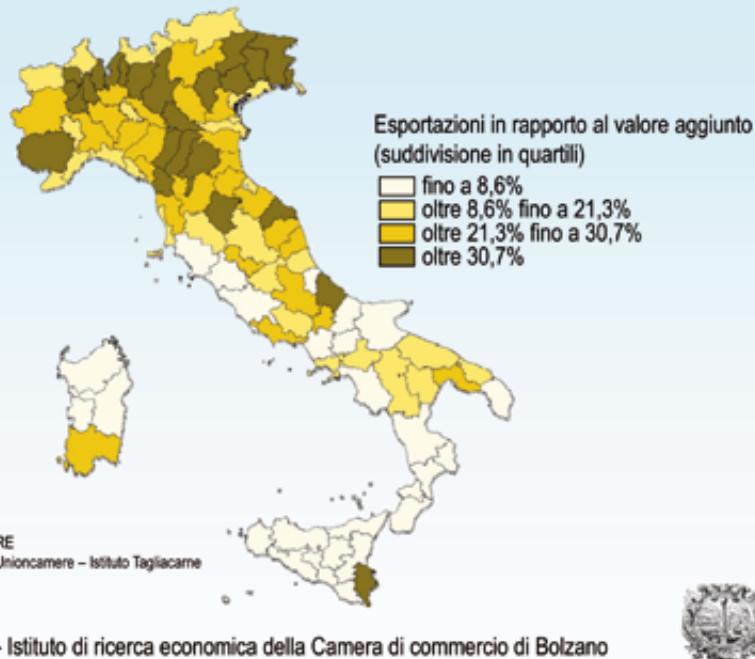
¹³ Ipotizzando costi di ristrutturazione pari a 250 €/m² e una superficie media di 80 m² per abitazione, si ottiene un fatturato potenziale di 3 miliardi di Euro (cfr. N. Lantschner: "CasaClima – Costruire il futuro", Agenzia provinciale per l'ambiente, 2006).

¹⁴ Cfr. S. Schiavo: "Esportatori e non esportatori a confronto", Osservatorio dell'Euregio, 2007.

¹⁵ La propensione all'esportazione è definita come rapporto tra le esportazioni e il valore aggiunto complessivo.

¹⁶ Fonte dei dati: Unioncamere – Istituto Tagliacarne; anno di riferimento: 2005.

Propensione all'export delle province italiane

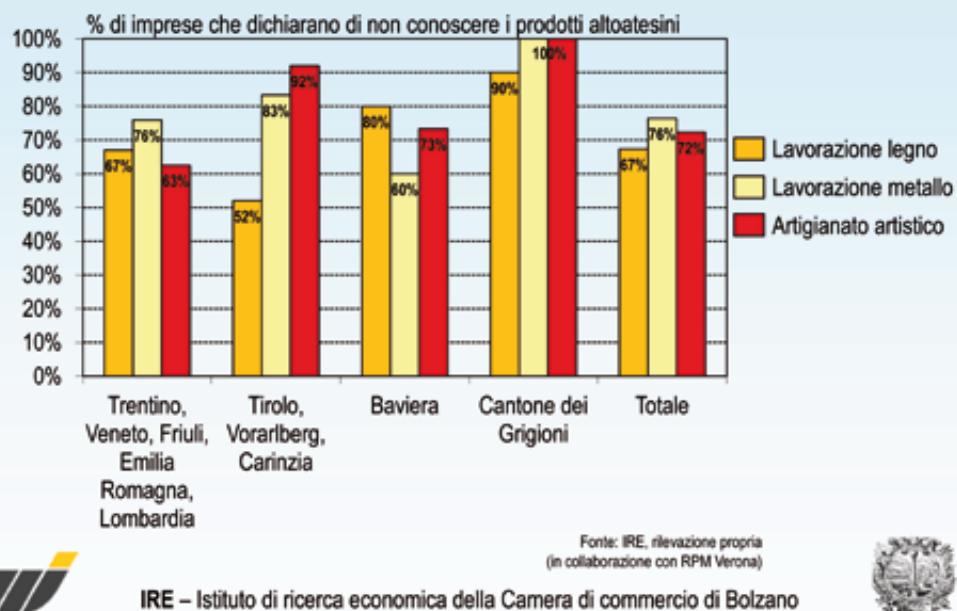


Inoltre, l'attività di esportazione delle imprese altoatesine si concentra soprattutto sulla Germania (39%), il che determina una certa dipendenza dalla situazione congiunturale di tale Paese. Al fine di garantire alle esportazioni un andamento più stabile, sarebbe auspicabile una maggiore diversificazione dei mercati di sbocco. Sempre a causa delle ridotte dimensioni delle nostre imprese, appare opportuno puntare sui mercati vicini. Un'indagine condotta dall'IRE tra le imprese dei territori vicini all'Alto Adige¹⁷ ha però evidenziato come solo un quarto degli imprenditori interpellati conosca i nostri prodotti.¹⁸ È un peccato, soprattutto in considerazione del fatto che i pochi che li conoscono ne apprezzano molto la qualità. I mercati fuori provincia, quindi, racchiudono ancora un elevato potenziale. Affinché le piccole imprese possano orientare maggiormente la propria attività oltre i confini provinciali è assolutamente indispensabile attuare delle cooperazioni (sia nell'ambito della produzione, sia in quello della pubblicità e della commercializzazione).

¹⁷ Trentino, Veneto, Friuli – Venezia Giulia, Emilia Romagna, Lombardia, Tirolo, Vorarlberg, Carinzia, Baviera, Cantone dei Grigioni.

¹⁸ L'indagine riguardava i prodotti dei settori lavorazione del metallo, lavorazione del legno e artigianato artistico.

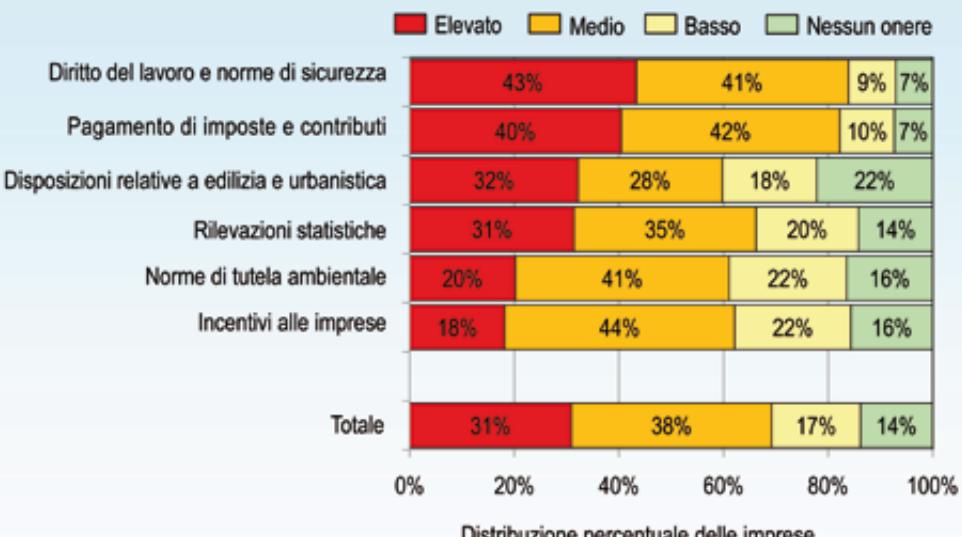
Imprese dei territori vicini che dichiarano di non conoscere i prodotti altoatesini, per settore



6. Lavorare senza ostacoli burocratici

Uno studio dell'IRE evidenzia come quasi un terzo (30,9%) degli imprenditori altoatesini ritenga "elevato" il carico burocratico gravante sulla propria azienda¹⁹. La burocrazia rappresenta un peso soprattutto per quanto riguarda il diritto del lavoro e le normative di sicurezza, nonché il calcolo ed il versamento di imposte e contributi sociali.

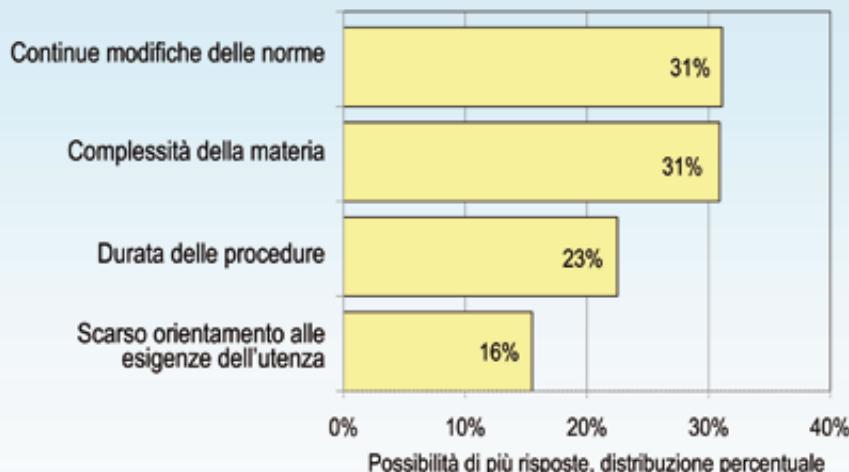
"Come valuta l'onere burocratico per la Sua impresa?"



¹⁹ Cfr. IRE, "Carico burocratico sulle imprese altoatesine", 2008.

Gli imprenditori considerano "burocratico" l'adempimento degli obblighi amministrativi soprattutto quando le disposizioni di legge sono troppo complesse. Un altro grande problema è costituito dall'incertezza riguardo alle normative.

"Quali aspetti considera particolarmente gravosi?"



Fonte: IRE, rilevazione propria



IRE – Istituto di ricerca economica della Camera di commercio di Bolzano



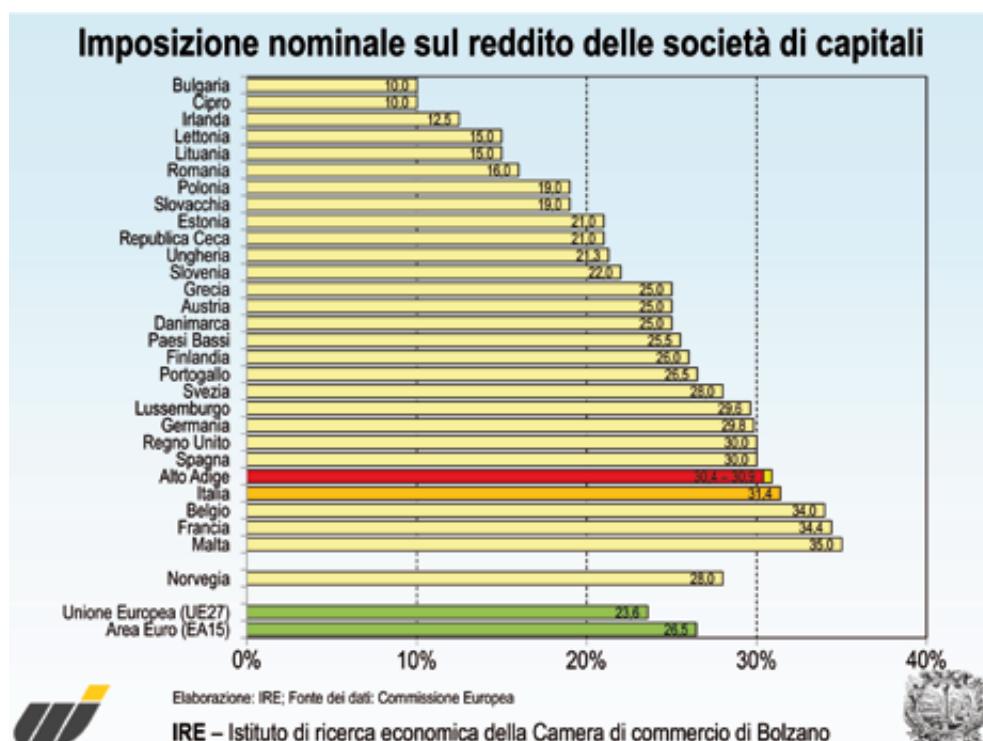
Gli imprenditori altoatesini dedicano mediamente 460 ore all'anno all'adempimento di obblighi di informazione (es.: denuncia dei collaboratori presso l'INAIL e l'INPS, compilazione del modello UNICO per la dichiarazione dei redditi, dichiarazioni MUD, IVA e Intrastat, ecc.). Ciò corrisponde al 22% del carico di lavoro di un dipendente a tempo pieno, ossia a circa 6.000 Euro l'anno, senza considerare i costi sostenuti per i servizi svolti da soggetti esterni (ad esempio il commercialista). Dato che i costi della burocrazia sono in buona parte indipendenti dalle dimensioni aziendali, il carico burocratico è avvertito maggiormente dalle imprese più piccole.

7. Riduzione del carico fiscale e tariffario

Il carico fiscale complessivo in Italia è senza dubbio elevato: nel 2007 il rapporto tra le entrate tributarie (comprese dei contributi sociali) e il prodotto interno lordo era pari al 43,3%. A titolo di confronto, si consideri che la media (ponderata) dei Paesi dell'UE27 si aggira sul 40%.

Vi è forte insoddisfazione anche per quanto riguarda la tassazione delle imprese, ed in particolare delle società di capitali. Queste ultime sono soggette all'Imposta sui redditi delle società (IRES, con un'aliquota pari al 27,5%) e all'Imposta regionale sulle attività produttive (IRAP). La base imponibile dell'IRAP comprende, oltre all'utile, anche gli interessi passivi e gli oneri per il personale.

In Alto Adige l'IRAP è stata diminuita di mezzo punto percentuale rispetto all'aliquota base del 3,9% in vigore a livello nazionale. Per le imprese che rinunciano agli incentivi provinciali per un periodo di cinque anni la riduzione è di un punto percentuale. L'applicazione di queste aliquote ridotte comporta una sensibile diminuzione dell'IRAP versata, pari rispettivamente al 12,8% (caso generale) e al 25,6% (con rinuncia agli incentivi). Sarebbe peraltro opportuno considerare la possibilità di applicare a tutte le imprese la riduzione dell'aliquota di un punto percentuale. Attraverso tale provvedimento si ridurrebbe lo svantaggio fiscale delle nostre imprese rispetto a quelle localizzate in Austria.

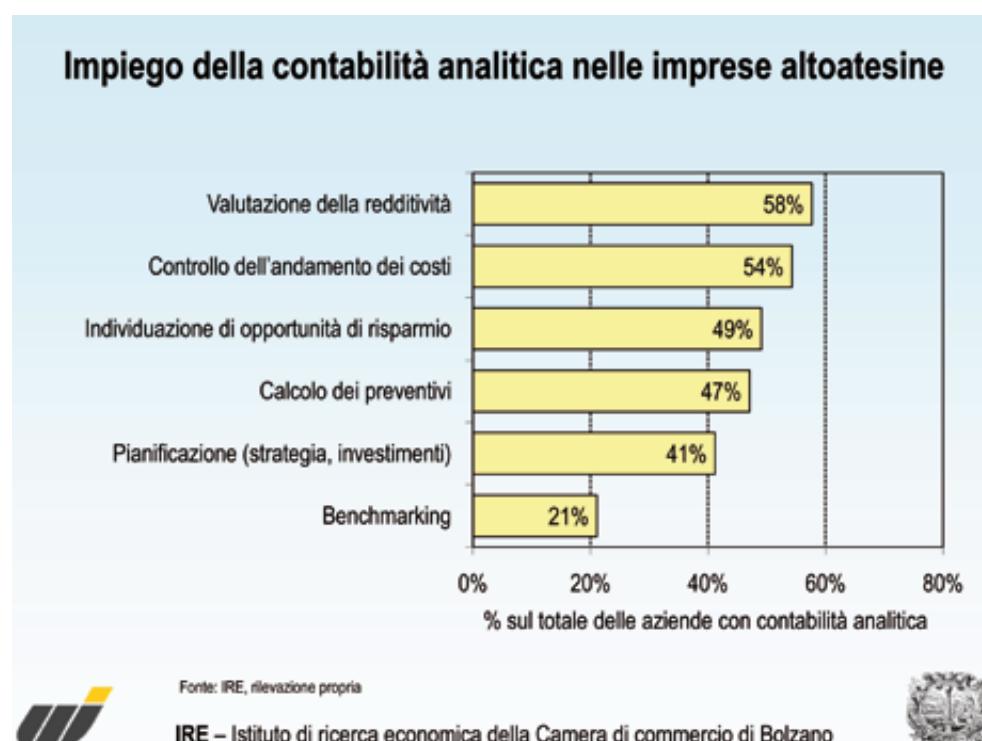


8. Sostenere la crescita delle imprese

Migliorare la qualificazione delle piccole imprese in materia di management

Una continua analisi della situazione dell'impresa costituisce un importante fattore competitivo. La contabilità analitica, in particolare, rappresenta uno strumento fondamentale per controllare l'andamento dei costi, individuare carenze di efficienza, predisporre preventivi e attuare una programmazione efficace (strategia, investimenti, ecc.).

Attraverso un'indagine l'IRE ha appurato che le imprese altoatesine hanno ancora un ampio margine di miglioramento per quanto riguarda la contabilità analitica e la consapevolezza dei costi aziendali: molti imprenditori sottovalutano l'importanza della contabilità analitica e in generale degli strumenti di management e di controllo di gestione. Proprio nei periodi difficili dal punto di vista economico l'applicazione di tali strumenti assume ancora maggiore importanza.



Attenzione alla produttività, in tutti i settori e in tutte le imprese

Un'elevata produttività rappresenta un fattore competitivo fondamentale per la singola azienda, ma anche per l'economia nel suo complesso: in effetti, la crescita economica va ricondotta soprattutto all'incremento della produttività. In Alto Adige la produttività (PIL per occupato: 61.500 €²⁰) è leggermente superiore alla media nazionale ed europea (Italia: 59.700 €; UE15: 60.400 €). Questo risultato, relativamente buono, è dovuto al fatto che anche nei settori dove la produttività è tipicamente bassa, questa è pur sempre maggiore in Alto Adige rispetto ad altre regioni. Tuttavia, per continuare ad avere una crescita economica sostenibile, un elevato reddito pro capite e un mercato del lavoro in equilibrio, è indispensabile una politica mirata alla produttività. Tale politica deve essere basata sull'innovazione, la formazione, la cooperazione e l'internazionalizzazione.

La successione aziendale e la partecipazione all'impresa come fattori di successo

In Alto Adige ogni anno 250 aziende cambiano titolare. Le successioni esterne alla famiglia sono leggermente più frequenti (55,7%) di quelle all'interno della famiglia (44,3%).²¹

Molti imprenditori lamentano che nella politica degli incentivi la creazione di nuove imprese risulta privilegiata e chiedono che anche la successione goda di un analogo sostegno. La successione aziendale comporta, infatti, oneri finanziari almeno pari a quelli della creazione di una nuova attività. Lo stesso dicasi per le partecipazioni, le quali dovrebbero essere sovvenzionate in misura uguale alle nuove imprese.

Maggiore incentivazione della cooperazione

Da un sondaggio condotto dall'IRE tra 1.500 imprese industriali²² emerge come solo l'8% di esse partecipino a delle cooperazioni. Le esperienze fatte con la cooperazione sono però assolutamente positive: nessuna impresa si è dichiarata insoddisfatta. In molti casi la cooperazione ha portato un deciso miglioramento della redditività, ad esempio attraverso commesse aggiuntive o una riduzione dei costi. Inoltre, attraverso la cooperazione molte imprese hanno avuto modo di migliorare il proprio know-how, accrescere la qualità e l'offerta dei prodotti e aumentare la flessibilità. Le dichiarazioni degli imprenditori lasciano intendere che il potenziale delle cooperazioni non sia ancora pienamente sfruttato.

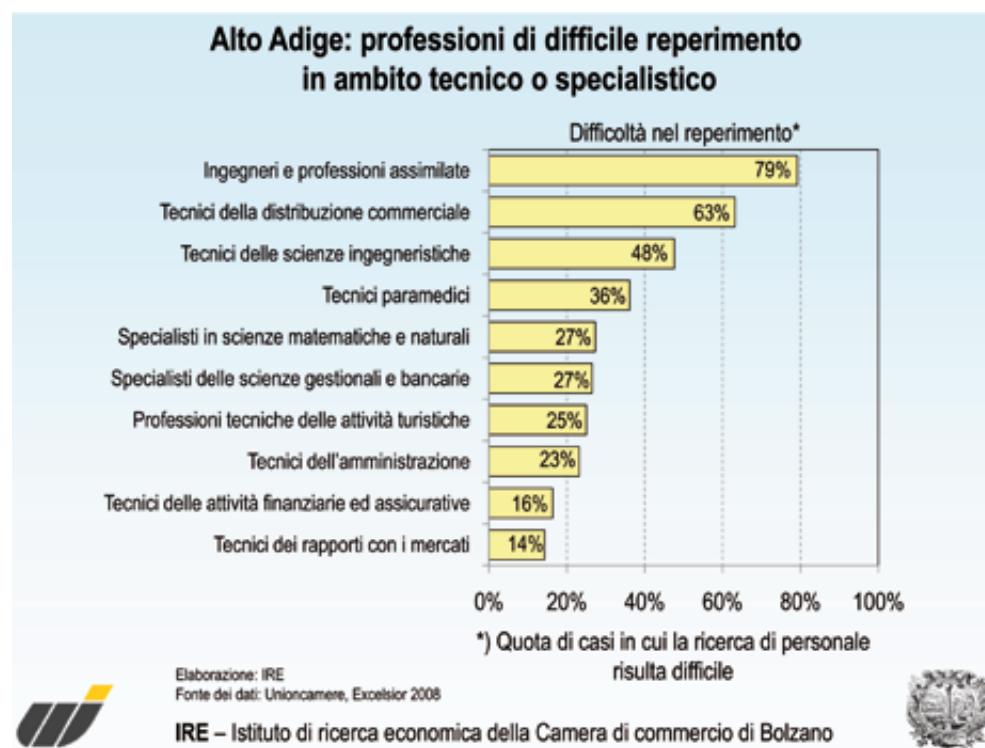
²⁰ Fonte: BAK Basel Economics – IBC Database; anno di riferimento: 2006.

²¹ Cfr. IRE, "Il trasferimento dell'impresa come fattore di successo", 2004.

²² Cfr. IRE, "Industria altoatesina: più competitività tramite la cooperazione", 2001.

9. Puntare sulle risorse umane

Per mantenersi competitive, le imprese hanno bisogno di collaboratori capaci di affrontare i cambiamenti e pronti a contribuire attivamente alla soluzione dei problemi. In Alto Adige vi sono ancora delle lacune per quanto riguarda la disponibilità di collaboratori qualificati, specialmente in ambito tecnico-scientifico. Particolare attenzione deve essere dedicata alla creazione di ottime condizioni di lavoro per i giovani laureati, allo scopo di arginare il problema della “fuga di cervelli”.



Gli investimenti in risorse umane non possono ovviamente limitarsi ai giovani. Nel mondo del lavoro di oggi è impensabile che la formazione di un individuo termini con il periodo scolastico o la conclusione degli studi universitari. È necessario che ciascuno continui ad apprendere anche successivamente. L'Unione europea assegna pertanto un ruolo importante alla "formazione lungo tutto l'arco della vita"²³ (life-long learning) e con la Strategia di Lisbona si è posta un obiettivo ambizioso: entro il 2010 la formazione lungo l'intero arco della vita dovrà coinvolgere il 12,5% delle persone nella fascia di età tra i 25 ed i 64 anni. Secondo una recente rilevazione l'Alto Adige, con una quota del 6,2%, è ancora distante da questo traguardo.²⁴

²³ Si tratta dell'insieme dei processi di apprendimento, formali e informali, svolti continuativamente e finalizzati all'accrescimento delle conoscenze, delle capacità e delle competenze di ogni singolo individuo.

²⁴ Tale valore è in linea con il dato nazionale (6,1%), ma è ben al di sotto della media europea (EU27: 9,1%; EU15: 10,4%).
Fonte dei dati: Eurostat; anno di riferimento: 2006.

10. Atteggiamento positivo verso l'Alto Adige

Una sensibilizzazione degli altoatesini verso i prodotti ed i servizi delle imprese locali potrebbe contribuire in misura notevole al rafforzamento della nostra economia. Un esempio al riguardo è rappresentato dal turismo: gli alberghi dell'Alto Adige traggono il 4,4% del proprio reddito da ospiti locali e la tendenza è in ascesa. Negli ultimi cinque anni è fortemente aumentato l'interesse degli altoatesini per una vacanza in provincia: il numero di tali vacanze è aumentato del 29%, quello dei pernottamenti del 5%.



11. Coinvolgimento dei portatori di interessi nelle decisioni, partenariato sociale e valori

Lo studio dell'IRE sull'Alto Adige come localizzazione economica ha evidenziato come la pace sociale sia uno dei fattori che maggiormente soddisfa gli imprenditori locali.²⁵ Essa è considerata particolarmente importante, in quanto contribuisce a migliorare il clima di lavoro e la produttività. La ridotta conflittualità permette inoltre alle imprese di integrarsi meglio nel contesto sociale, creando così i presupposti per lo sviluppo di una "responsabilità sociale d'impresa". A questo proposito, si parla di "responsabilità sociale" quando le imprese integrano su base volontaria i problemi sociali ed ambientali nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con gli stakeholder.²⁶

Affinché il clima sociale si mantenga positivo, le associazioni di categoria e le organizzazioni sindacali dovrebbero essere disposte a collaborare in misura maggiore, con l'obiettivo di uno sviluppo armonico e integrato dell'economia altoatesina. Al riguardo, un interessante modello è rappresentato dall'Austria, dove il partenariato sociale ha contribuito in maniera rilevante al positivo sviluppo economico.

Ovviamente è più facile superare le divergenze di opinioni e gestire la collaborazione tra le parti sociali se la popolazione assume un atteggiamento positivo nei confronti dell'economia e delle imprese. È pertanto necessario sensibilizzare l'opinione pubblica, affinché tutti comprendano l'importanza dell'economia per lo sviluppo e il miglioramento delle condizioni di vita della popolazione.

²⁵ Cfr. IRE, "L'Alto Adige come localizzazione economica", 2008

²⁶ Cfr. Commissione europea, "Libro verde - Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese", 2001.



CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

I-39100 Bolzano, via Alto Adige 60
tel. 0471 945 706, fax 0471 945 712
e-mail: wifo@camcom.bz.it
www.camcom.bz.it/ire