Contro la crisi vince chi rompe gli schemi

di **Alberto Cesari - Quaster**

Una ricerca Quaster sugli atteggiamenti delle imprese agroalimentari evidenzia il migliore andamento delle imprese capaci di ribaltare le strategie

Nel settore agroalimentare la differenza tra imprese in difficoltà e imprese in crescita o stabili è segnata dal tipo di atteggiamento verso l'attuale crisi economica, verso un cambiamento strutturale che alcuni si ostinano ancora a interpretare come crisi ciclica. Sono le imprese con un atteggiamento innovativo, che percepiscono l'urgenza di un cambiamento sistemico, a risultare meglio performanti.

Questo atteggiamento, caratterizzato da una comprensione dei mutamenti, induce le imprese a investire sui prodotti e sulle collaborazioni di rete che favoriscono i processi di internazionalizzazione e di sviluppo tecnologico. Sul tema ha condotto un'indagine Quaster con interviste in 95 imprese del comparto (46% al nord, 42% al sud, 12% al centro). Le imprese risultate in forte difficoltà (con un fatturato in diminuzione in serie anno su anno) sono il 15,6% Per queste realtà la situazione si traduce in perdita di posti di lavoro, quindi in calo di opportunità, intendendo le risorse umane come uno dei principali motori di innovazione e di sviluppo detentrici di competenze.

Atteggiamento verso la crisi

Nessuna delle imprese intervistate pensa che l'attuale crisi sia "una crisi come tante altre" nei confronti della quale è sufficiente attendere che passi. Tuttavia, il 16,7% pensa sia "una crisi importante" che richiede solo un taglio dei costi e una riorganizzazione interna".

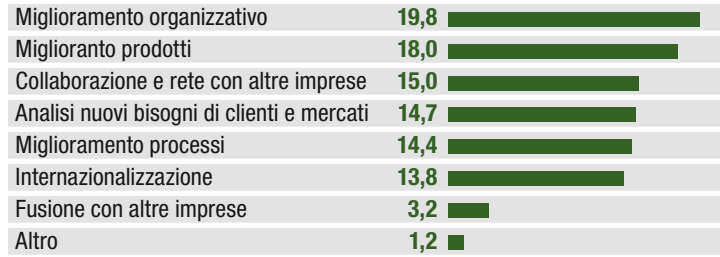
Una impresa su quattro (24,0%) è invece convinta che siano necessari "investimenti per innovare prodotti e aprire nuovi mercati" mentre il 47,9% sostiene che l'attuale crisi imponga "un ripensamento radicale del ruolo e del modo di fare impresa". Complessivamente, la restante parte del campione è distribuita tra coloro che ritengono necessarie "unioni, fusioni, aggregazioni" (24,0%) e coloro che (12,5%) stanno convincendosi del fatto che la crisi mette "in discussione l'intero settore" per cui ci sarà un radicale ridimensionamento ("resteranno

METODOLOGIA

Campione: il 54,5% ha 10 dipendenti o meno, il 37,5% ha da 11 a 50 dipendenti, mentre l'8% ha più di 50 dipendenti. Il 70,5% sono imprese che operano in un singolo comparto (i più rappresentati sono: cerealicolo 22,4%, ortofrutticolo 20,9%, vitivinicolo 13,4%, lattiero caseario 9,0%, zootecnico 9.2% e olivicolo/oleario 3%) Il 56,8% commercializza anche in Paesi esteri (di questo sotto campione, l'87% commercia con Paesi Europei, il 37% con Stati Uniti e Canada, il 27,8% con Paesi Asiatici e un 13% con Paesi dell'Oceania), con una incidenza media del fatturato pari al 22% di quello complessivo.

Gli investimenti per uscire dalla crisi

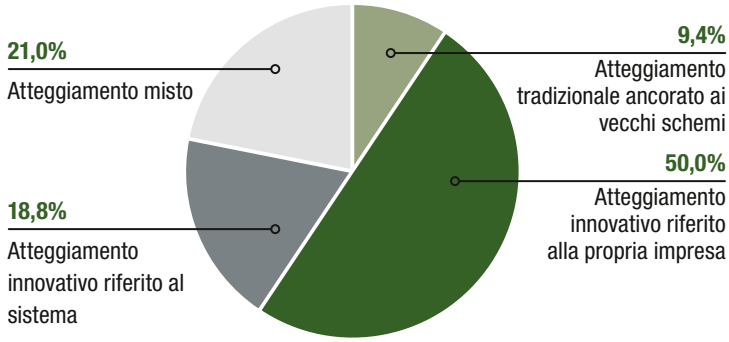
valori in %



Fonte: Quaster

Apertura alla ricerca e sviluppo

la reazione di fronte alla crisi e allo stimolo di cambiamento



Fonte: Quaster

il 77.8% delle imprese con un atteggiamento tradizionale versa in condizioni di difficoltà

ma sono solo il 24.2% fra le imprese che dichiarano un atteggiamento innovativo

in pochi"). I sei atteggiamenti descritti sono stati raggruppati in 4 categorie: i primi due compresi in un atteggiamento "tradizionale, ancorato a vecchi schemi"; il terzo e quarto atteggiamento di natura "innovativa" ma "riferito alla propria impresa"; gli ultimi due espressione di un atteggiamento "innovativo" ma "riferito al sistema"; infine un atteggiamento misto, frutto di un mix tra le diverse risposte riportate in apertura di paragrafo.

Potenzialità del mercato

Solo il 9,4% degli intervistati sta affrontando la crisi in modo tradizionale, mentre 1 su 2 ritiene doveroso investire nell'innovazione della propria imprese. Tuttavia il 18,8% considera l'innovazione come un cambiamento radicale di prospettiva e di dimensione. Il 77,8% delle imprese con un atteggiamento tradizionale versa in condizioni di difficoltà, contro il 24,2% delle imprese che dichiarano un atteggiamento innovativo. Per uscire dalla crisi, le vie indicate sono diverse. Le imprese destinerebbero quasi un quinto degli investimenti sul miglioramento, sia di tipo organizzativo (19,8%) o di prodotto (18,0%). La collaborazione con altre imprese, l'analisi dei nuovi mercati, il miglioramento dei processi e l'internazionalizzazione risultano con una rilevanza di equivalente intensità. Le imprese «In crescita» dichiarano una maggiore attenzione al miglioramento organizzativo e dei prodotti; le imprese «Stabili» sul miglioramento dei prodotti e sulle collaborazioni e reti con alti operatori. Le imprese «In difficoltà» sono particolarmente attente al miglioramento organizzativo e al tema dell'internazionalizzazione. Naturalmente, le diverse risposte si differenziano in base agli atteggiamenti. Le imprese con atteggiamento tradizionale alla crisi, per sviluppare la propria impresa, concentrerebbero i loro investimenti nel miglioramento organizzativo e dei processi, con una scarsa attenzione al tema delle reti. Le imprese con atteggiamento innovativo di impresa, investirebbero sul miglioramento organizzativo e dei prodotti. Le imprese con atteggiamento innovativo di sistema, concentrerebbero l'attenzione sul miglioramento dei prodotti e sul tema delle collaborazioni e reti. ■