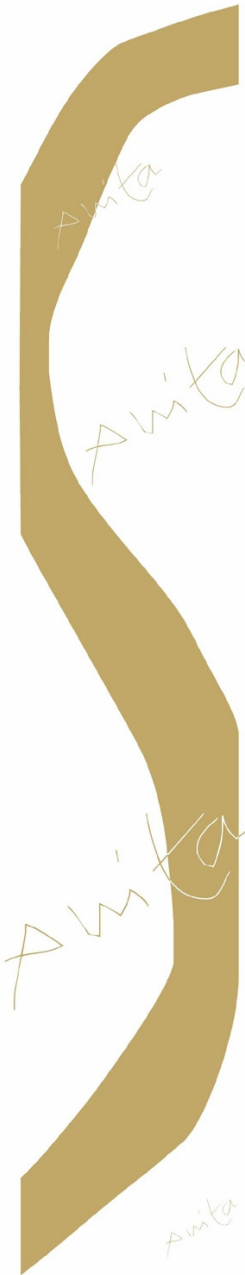


**Centro Studi & Ricerche**



**IL PROFILO DELLE IMPRESE  
VIRTUOSE NELL'AUTOTRASPORTO E  
NELLA LOGISTICA.  
FOCUS SULLE IMPRESE ANITA**

**NEWSLETTER  
marzo 2009**

*Responsabile*  
**Dott. Domenico Barricelli**

Via Oglio n°9 Roma  
Tel. 06/8550263  
fax 06/8554066  
[www.anita.it](http://www.anita.it)  
[centrostudi@anita.it](mailto:centrostudi@anita.it)



### ***Premessa***

Abbiamo voluto fare un'analisi sul gruppo di imprese associate per verificare se e come queste rispondano alle caratteristiche più generali delle aziende del settore autotrasporto e logistica, in riferimento ai comportamenti delle diverse categorie dimensionali di appartenenza.

In particolare, attraverso la somministrazione di un questionario<sup>1</sup>, con due sezioni tematiche distinte, si è cercato di evidenziare l'assetto organizzativo e gli specifici fabbisogni formativi delle imprese. La prima sezione del questionario aveva il compito di far emergere il profilo strutturale ed organizzativo delle imprese; la seconda sezione aveva lo scopo di acquisire informazioni specifiche sulle attività di formazione continua realizzate dalle imprese.

La prima considerazione riguarda il numero dei rispondenti, circa il 15% degli intervistati, ovvero degli associati. Posto che gli intervistati sono stati raggiunti con le stesse modalità (metodo di somministrazione del questionario) e disponevano per la risposta delle medesime condizioni generali (es. tempo di risposta), si può inferire che la rilevante autoselezione sia avvenuta sulla base di requisiti oggettivi.

In tal senso parliamo di requisiti riconducibili all'motivazione imprenditoriale, alla comprensione e consapevolezza del ruolo dell'Associazione, alla capacità aziendale ed un controllo di gestione del titolare, sufficienti a fornire le informazioni richieste, il senso di opportunità/dovere di un contributo alla conoscenza del settore. Attraverso l'elaborazione delle risposte è stato, dunque, possibile riprodurre un quadro completo ed esaustivo sulle imprese operanti nell'autotrasporto e nella logistica, indispensabili ad orientare le politiche associative, ma anche valido strumento per la messa a punto di piani formativi settoriali e aziendali, sempre più rispondenti alle esigenze delle aziende associate e indispensabili per la crescita e lo sviluppo.

L'intenzione, in questo tipo di analisi, è quella di evidenziare come il comportamento "virtuoso" di alcune imprese, nonostante gli scenari di una crisi recessiva senza precedenti, possa generare valore aggiunto per quelle aziende di autotrasporto e logistica che decidono, invece, di investire in nuovi mercati, nelle risorse umane, nella formazione continua e nell'innovazione tecnologica. Ciò nella consapevolezza di presentare una prospettiva per un migliore posizionamento (competitivo) nel proprio business aziendale, una volta fuoriusciti dall'attuale crisi recessiva.

---

<sup>1</sup> La rilevazione è stata realizzata nel corso del 2008, attraverso l'invio di un questionario a 400 imprese associate. Sempre nel corso dello stesso anno sono state elaborate le risposte e redatto il report di sintesi che presentiamo in questa newsletter.

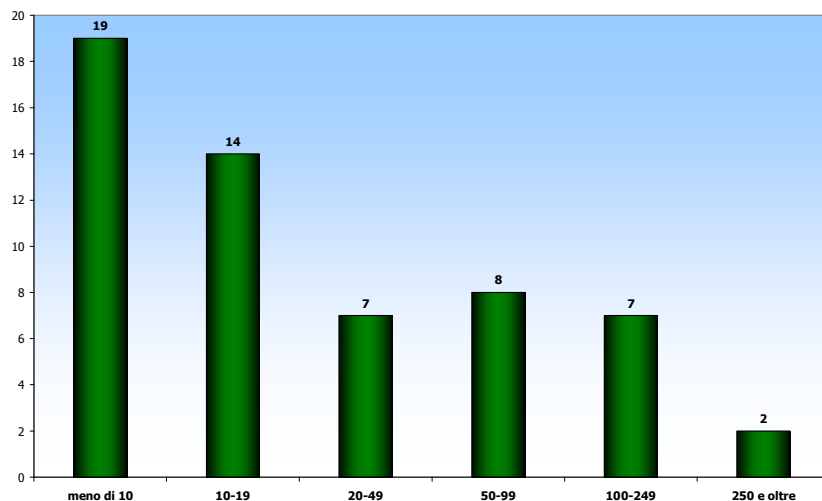
## 1. Le caratteristiche organizzative e gestionali delle imprese

I risultati emersi da tale rilevazione ci presenta un gruppo fortemente composito, in cui le imprese piccole (10-49 addetti) e micro (1-9 addetti) rappresentano la maggioranza.

Ecco infatti come si distribuiscono (Graf. 1) le imprese associate che hanno risposto al questionario sotto il profilo dimensionale:

- 19 microimprese (33,3%);
- 21 piccole imprese (36,8%);
- 15 medie imprese (26,3%);
- 2 grandi imprese (3,6%).

**Graf.1 Dimensione aziendale delle imprese (classe di addetti)**



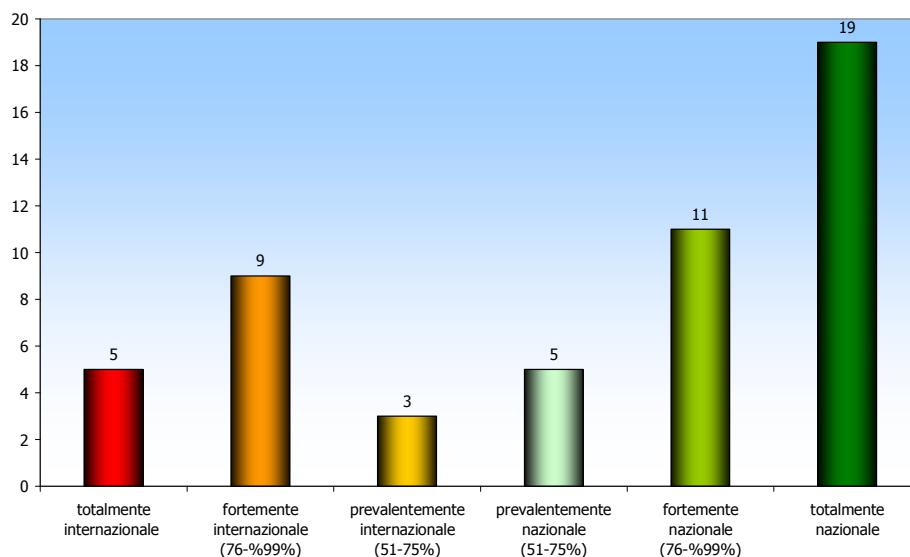
Premesso che il numero limitato degli associati escluderebbe, in ogni caso, la sua assimilazione a qualsivoglia tipo di campione, la piacevole scoperta è che l'eterogeneità del gruppo non riproduce il forte dualismo di comportamenti, ma anche di risultati aziendali di bilancio, attribuiti rispettivamente alla media-grande impresa, ed alle piccole. Abbiamo mantenuto una distribuzione percentuale delle risposte (anche se il gruppo è inferiore alle 100 unità) per avere un'immagine più nitida di tali aspetti nell'analisi dei diversi indicatori, ed è scontato il valore prevalentemente qualitativo della nostra analisi.

Un primo dato interessante ci proviene dal fronte organizzativo: il 31% delle aziende associate dispone di altre sedi, oltre alla principale, in Italia e l'8,6% di altre sedi in Europa (Tab.1); inoltre, i dati evidenziano che almeno il 10% delle aziende plurisedi provengano dalle categorie minori (piccole e micro).

**Tab.1 Collocazione delle imprese e altre sedi**

REGIONE	N	Rip. %	% imprese con altre sedi in Italia	% imprese con altre sedi in UE	% imprese con altre sedi extra europee
Piemonte	2				
Liguria	1				
Lombardia	6				
<i>NORD OVEST</i>	9	15,5%	44,4%	-	-
Veneto	11				
Trentino Alto Adige	11				
Friuli Venezia Giulia	4				
Emilia Romagna	2				
<i>NORD EST</i>	28	48,3%	35,7%	25,0%	3,6%
Toscana	5				
Umbria	5				
Lazio	3				
<i>CENTRO</i>	13	22,4%	15,4%	-	-
Campania	1				
Puglia	6				
Sardegna	1				
<i>SUD E ISOLE</i>	8	13,8%	25,0%	12,5%	-
<b>ITALIA</b>	<b>58</b>	<b>100,0%</b>	<b>31,0%</b>	<b>8,6%</b>	<b>1,7%</b>

La seconda evidenza è che nelle due accezioni di “mercato esclusivo” e di “mercato prevalente”, il 57,7% indica il livello nazionale, ed il 26,9% quello internazionale; è soltanto il 15% delle aziende, invece, che si rivolge ad un livello di committenza inferiore a quello nazionale (pluriregionale, regionale, provinciale), il che naturalmente comporta una valutazione positiva sulla capacità di sviluppo delle attività aziendali (Graf. 2).

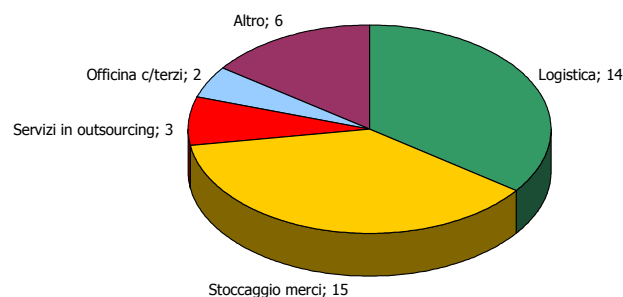
**Graf.2 Ambito di attività (imprese per ambito prevalente)**

L'altra grande differenza, rilevata fra la fascia alta delle medie-grandi imprese e quella dei c.d. "padroncini", è che la prima tende a spostarsi verso attività a più elevato valore aggiunto, subappaltando il mero trasporto alle imprese minori.

L'analisi delle imprese ANITA mostra un'apprezzabile partecipazione di piccole imprese sia alla subvezione del trasporto, sia all'esercizio di altre attività in diverso modo connesse all'autotrasporto.

Infatti, ben 34 imprese si avvalgono di subvettori (e, dunque, quasi tutte le piccole imprese rispondenti), mentre 24 imprese su 58 svolgono altre attività, 15 nello stoccaggio merci e 14 nella logistica, il che comporta che almeno 7 piccole imprese concorrano all'allargamento descritto (Graf.3).

**Graf.3 Imprese con altre attività**

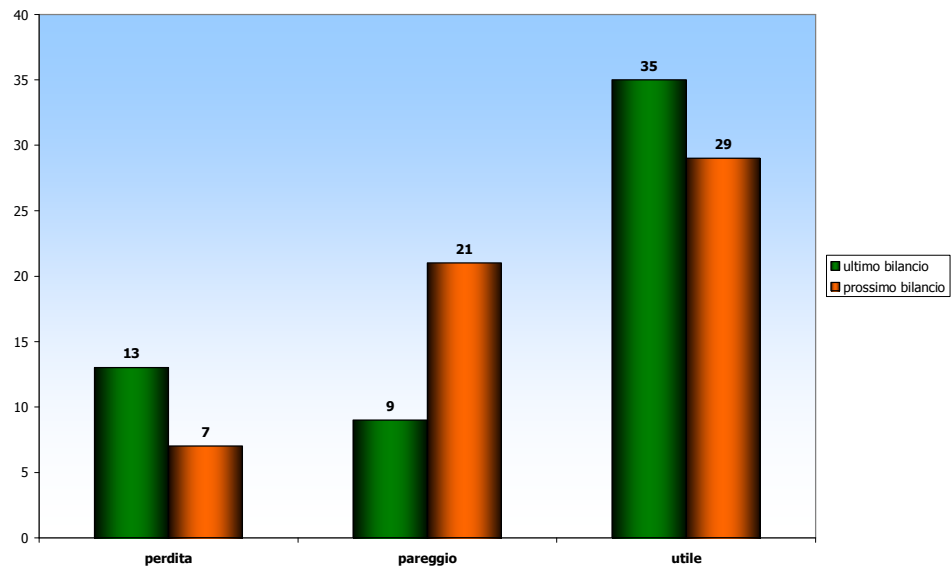


Non sorprende, quindi, che i risultati di bilancio dell'intero gruppo siano molto positivi (Graf. 4): con riferimento all'ultimo esercizio, 35 aziende, ossia più di metà provenienti dalle categorie minori, chiudono il bilancio con utile, 9 con un pareggio e soltanto 13 (non tutti ricorrenti, ovvero con speranza di non ripetere il segno negativo) chiudono in perdita. Per l'esercizio in corso, fortemente colpito da variabili esterne quali l'andamento del prezzo del petrolio e la "deflagrazione" della crisi finanziaria internazionale, l'utile è previsto ancora dalla maggioranza, ossia dal 50,8% delle aziende, ovvero 29 imprese, il pareggio da 21 e la perdita soltanto da 7 imprese, corrispondenti al 12,3% del totale<sup>2</sup>.

Infine, la notazione che ben 38 imprese dispongano di una certificazione di qualità (32 ISO e 6 SQAS), è un ulteriore sintomo di impegno verso il miglioramento delle performance aziendali.

<sup>2</sup> La rilevazione fa riferimento al 2008, quindi su dati di bilancio del 2007. La previsione di un utile è riferita al 2008, ed è probabile che tale indicazione non abbia risentito dell'impatto della crisi, che invece si sta manifestando pienamente nel corso del 2009.

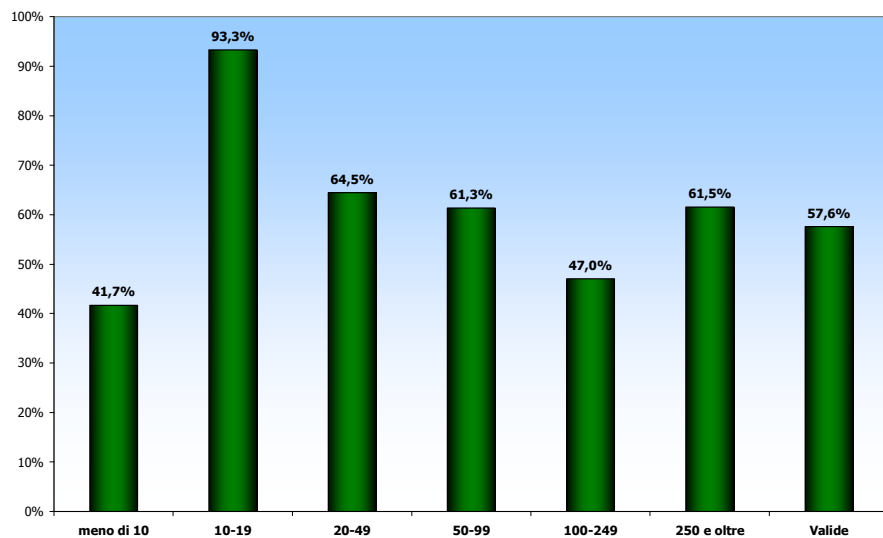
**Graf. 4 Risultati economici di bilancio (ultimo anno e previsione per l'anno in corso)**



## 2. Gli investimenti formativi

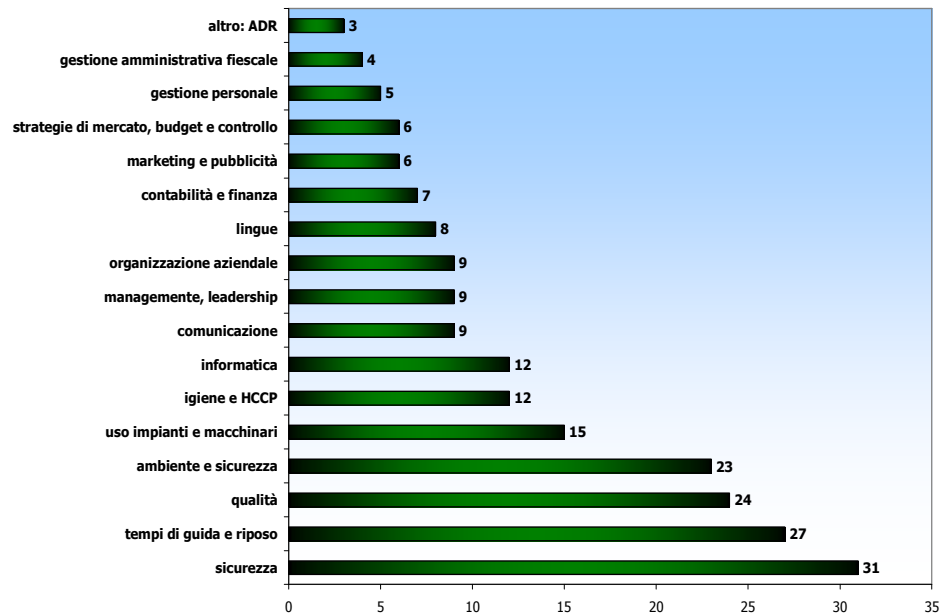
Il quadro tracciato sul profilo delle imprese associate risulta abbastanza confortante, confermato ulteriormente anche dai dati riconducibili alla formazione aziendale: un'attività che coinvolge ben il 65% delle aziende ANITA e di cui ha beneficiato il 57,5% dei loro addetti (Graf. 5). I risultati rilevati in ambito formativo possono essere considerati decisamente validi, soprattutto perché in linea con i valori medi riscontrati da altre indagini nazionali (Istat, Isfol, Unioncamere, etc.).

**Graf. 5 Percentuale di addetti formati per dimensione aziendale**



Le tematiche affrontate dalle imprese sono molteplici (Graf. 6): si va dalla formazione obbligatoria riconducibile ai temi della “sicurezza” (al primo posto, realizzata da 31 imprese), ma anche agli ambiti riguardanti “Igiene HACCP”, passando a tematiche strettamente connesse con l’attività specifica del trasporto come “tempi di guida e di riposo” (27 imprese).

**Gr. 6 Argomenti della formazione**



Molto diffusa, tra le imprese rispondenti, anche la formazione sui temi della “qualità” e dell’“ambiente e sicurezza”, tematiche imprescindibili per il corretto funzionamento delle attività aziendali, così come i temi riguardanti gli “aggiornamenti tecnici” sull’utilizzo di impianti e macchinari.

Accanto a questi temi in qualche modo attesi, si registrano anche interventi legati agli aspetti strategici e commerciali (quali il “marketing”, “strategie di mercato”, “comunicazione”) e connessi alla gestione aziendale (come “organizzazione”, “management”, “gestione del personale” e “amministrativa”).

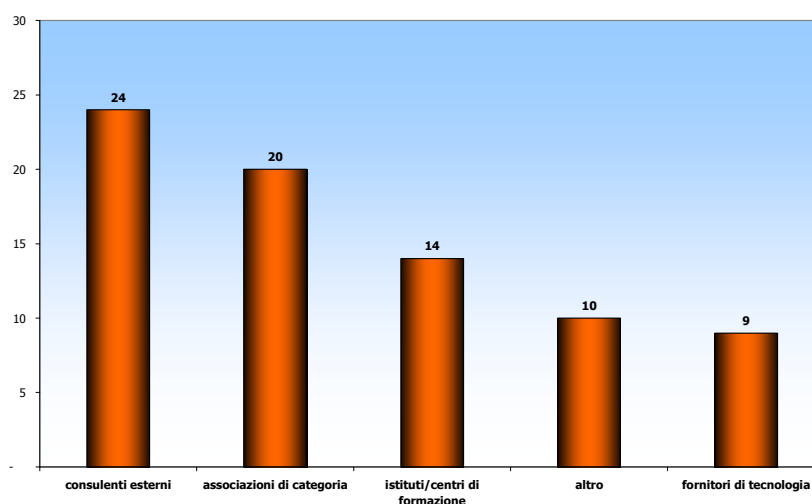
Meno diffusa, rispetto ad altri settori diversi dal trasporto, appare invece la formazione in “lingue straniere” e in “informatica”, temi che generalmente sono tra i più diffusi accanto a quelli svolti per obblighi di legge.

In riferimento ai costi sostenuti dalle imprese per la formazione non sono disponibili tutti i dati riconducibili alle imprese. Analizzando le 25 imprese che hanno risposto, emerge una spesa complessiva di 563.995 Euro di cui 307.075 Euro a carico delle imprese stesse e 256.920 Euro ottenuti grazie a finanziamenti pubblici. La spesa media per impresa risulta, dunque, pari a 22.560 Euro, anche se non può essere ritenuto un

elemento effettivamente significativo perché troppo strettamente legato alla dimensione delle imprese che hanno indicato tali dati.

In riferimento ai soggetti che hanno realizzato la formazione per le imprese (Graf. 7), sono i consulenti esterni (24 casi), nella maggior parte dei casi, ma rilevante appare anche il ruolo delle Associazioni di categoria (20 casi). Altre imprese (14) si sono rivolte, invece, a centri o enti di formazione; mentre minore (9 casi) è la formazione gestita direttamente dagli stessi fornitori di macchinari, o attrezzature.

**Gr. 7 Fornitori di formazione**



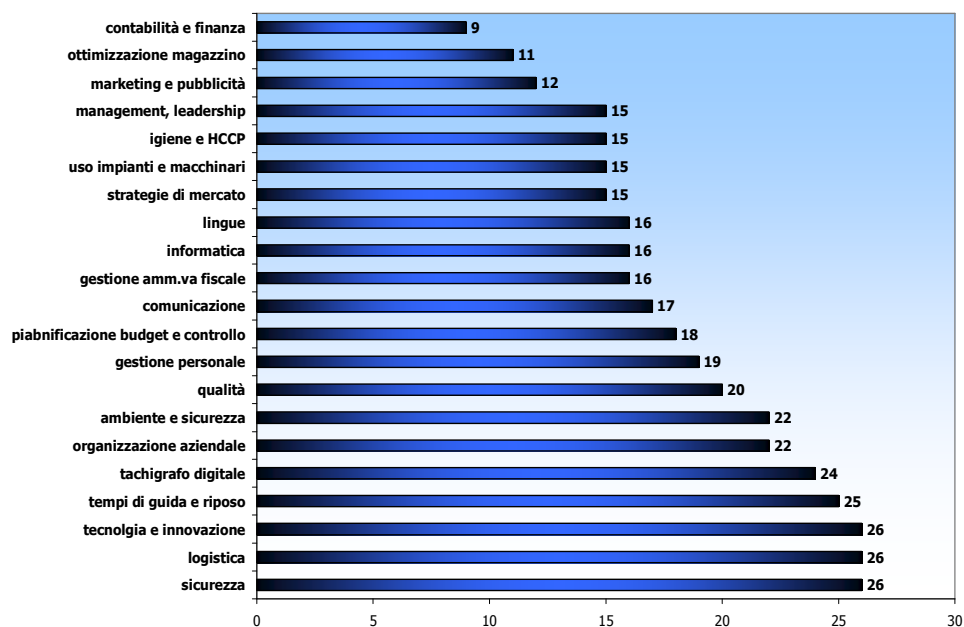
Sui risultati e sugli esiti della formazione svolta, la quasi totalità delle imprese ha valutato “buona” l’efficacia della formazione: sono ben 35, su 37 rispondenti, le imprese che così l’hanno giudicata (con 2 imprese che l’hanno definita “ottima”). E’ interessante notare l’assenza completa di giudizi negativi.

I risultati positivi registrati hanno indotto le imprese a sottolineare l’importanza di effettuare a breve ulteriori interventi formativi: sono 27 le imprese che ritengono necessario, nel breve periodo, un’ulteriore formazione del personale. Anche se bisogna ricordare che 24 non lo ritengono al momento utile. In particolare 19 imprese ritengono necessari interventi di formazione nell’area operativa, 17 nell’area gestionale, 15 nell’area tecnico-operativa e 8 nell’area direttiva-manageriale.

L’indicazione delle aree tematiche interessanti per le imprese non presenta risultati particolarmente polarizzati su una o più materie. Come risulta evidente dal grafico successivo (Graf. 8), infatti, le indicazioni sono trasversali a quasi tutti gli argomenti, come se non fosse stato attribuito un significativo ordine di importanza su specifiche aree di interesse. Ciò sembra essere dettato da una volontà di voler incidere sulla formazione sia tecnica-specialistica, ma anche riconducibili a temi

trasversali legati alla gestione organizzativa e manageriale delle imprese.

**Gr. 8 Aree tematiche interessanti**



Sono infine 11 (su 58) le imprese che hanno stabilito un budget per la formazione per l'anno 2008, con una media per azienda di circa 20 mila Euro, ma con elevate differenze: si passa da un minimo di 300 Euro, ad un valore massimo di 110.000 Euro (valore mediano e modale: 10 mila Euro).

### 3. Le ragioni del comportamento virtuoso

Sulle ragioni che hanno alimentato il comportamento "virtuoso" di questo gruppo di imprese, si può affermare che le condizioni esogene abbiano agito abbastanza limitatamente, qualora si consideri che ben 38 imprese, ossia il 66,6% del totale, è ancor oggi di proprietà familiare (Tab.2).

**Tab. 2 Assetto proprietario delle imprese**

Assetto proprietario	N
proprietà familiare	38
controllata	4
controllante	4
familiari più soci esterni	1
individuale più soci esterni	1
altro	9
<b>Valide</b>	<b>57</b>

Sembra che tale configurazione preservi gli elementi migliori delle esperienze consolidate di “famiglie imprenditoriali tradizionali”, in grado di esprimere quelle capacità distintive frutto di una gestione controllata, fortemente orientata a mantenere il “core business” prevalentemente sulla gestione della filiera del trasporto e della logistica. I risultati positivi di bilancio registrati dall’intero gruppo di imprese rispondenti, confermano quanto detto. Risultati che vengono registrati nuovamente dalla maggioranza delle imprese anche per l’esercizio in corso, nonostante i numerosi condizionamenti prevalentemente esogeni, che continuano a caratterizzare gli scenari economici, nonché di settore (quali la “deflagrazione” della crisi finanziaria internazionale).

Elemento riconducibile ai risultati positivi è quello legato ad una fascia alta di medie-grandi imprese che si dirige sempre più verso attività a più elevato valore aggiunto, subappaltando il mero trasporto alle imprese minori. Si registra contemporaneamente un’apprezzabile partecipazione delle piccole imprese sia alla subvezione del trasporto, sia all’esercizio di altre attività in diverso modo connesse all’autotrasporto, frutto di accordi che sembrano riconducibili ad un’economia di “sistema” (in parte di tipo associativo tra piccole e grandi imprese).

Questo gruppo di imprese guarda, dunque, a mercati più ampi di quello regionale, anche attraverso le sedi dislocate nei territori di specifico interesse. Dati che rafforzano la tesi sulla capacità di tali imprese nel lavorare su prospettive e mercati di livello nazionale, ma anche internazionale. Solo in minore misura sono le imprese che si rivolgono ad un livello di committenza inferiore a quello nazionale (ossia pluriregionale, regionale, provinciale), che caratterizza gran parte delle imprese attive nell’intero settore, ancorate tutt’oggi ad un trasporto infraregionale.

Il comportamento virtuoso delle imprese sulle quali è stato effettuato il presente approfondimento, emerge anche dai sistemi di certificazione di qualità di cui dispongono la maggioranza delle aziende, ulteriore sintomo di impegno verso la crescita e lo sviluppo aziendale. In questa direzione vanno anche i risultati positivi registrati sugli investimenti formativi, che vedono il coinvolgimento della maggioranza delle imprese associate e dei loro addetti. Nonostante gli scenari di crisi le imprese dichiarano la volontà di voler continuare gli investimenti formativi anche per il futuro.

Infine, possiamo dire che un’analisi più raffinata (su una serie storica, di carattere longitudinale) potrebbe dirci se tali comportamenti virtuosi siano il frutto della crescita parallela all’interno di un’Associazione di componenti diverse, o non abbia anche goduto, in alcune circostanze, di autentica solidarietà di gruppo e di sistema.