



Confederazione Nazionale *dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa*

Camera dei deputati

X Commissione Attività produttive

Comunicazioni della Commissione Europea

COM (2020) 93

COM (2020) 94

COM (2020) 102

COM (2020) 103

Audizione CNA

21 luglio 2020

Sommario

Premessa	1
Migliorare l'integrazione e il funzionamento del mercato unico	2
Sostenere l'industria nel processo di trasformazione "verde" e digitale	5
Sostenere le PMI.....	11

Premessa

Le comunicazioni oggetto dell'esame rappresentano un pacchetto di proposte presentate dalla Commissione europea per una rinnovata politica industriale europea.

Non possiamo non rilevare come le stesse, presentate il 10 marzo scorso, siano figlie di approfondimenti ed elaborazioni fatte in tempi "normali", ovvero prima dell'incedere della pandemia.

Questi documenti, pertanto, dovrebbero essere letti con la consapevolezza degli effetti generati dall'emergenza COVID-19, effetti che ad oggi non sono forse ancora del tutto evidenti nella loro completezza, ma che inducono a rivisitare indicazioni e traiettorie definite in un contesto assai diverso rispetto all'attuale.

Gli obiettivi individuati dalla Commissione: migliorare l'integrazione e il funzionamento del mercato unico, sostenere l'industria nel processo di trasformazione "verde" e digitale e sostenere le PMI, sono certamente condivisibili, ma le priorità nelle azioni da intraprendere e la declinazione delle iniziative da attivare non possono non tenere conto del contesto generato dall'emergenza COVID-19.

Le strategie europee dovrebbero tenere in debito conto le misure economiche e fiscali senza precedenti adottate nell'ultimo mese dai governi e dalle istituzioni dell'UE, i quali, molto probabilmente, continueranno ad intervenire con forza con ulteriori finanziamenti e sovvenzioni a sostegno degli investimenti pubblici e privati dell'UE e delle PMI nella loro ripresa fino alla cessazione del periodo transitorio.

Occorrerebbe, a nostro avviso, la definizione di una tabella di marcia in cui includere obiettivi d'azione temporali a breve, medio e lungo termine, individuando anche gli strumenti per le PMI inclusi nel programma di ripresa dell'UE. In tale ambito, parrebbe opportuno delineare un'una più ambiziosa "Strategia per una politica globale dell'UE in materia di PMI", declinata su un arco temporale a più lungo termine.

In questo quadro, assume particolare rilevanza il tema della *governance* di questo percorso, in termini di maggiore titolarità da parte delle organizzazioni di PMI nel processo di attuazione della strategia per le PMI.

A nostro avviso, rispetto agli obiettivi individuati, vanno perseguite le seguenti priorità:

Migliorare l'integrazione e il funzionamento del mercato unico: accanto ad una decisa accelerazione di processi di armonizzazione interna alla UE, è di fondamentale importanza il ruolo dell'Europa quale soggetto promotore di politiche commerciali in ambito globale che salvaguardino le produzioni europee.

Sostenere l'industria nel processo di trasformazione "verde" e digitale: in merito alla definizione di una nuova strategia industriale, pur condividendo l'attenzione alle filiere della manifattura, vanno perseguite azioni che coinvolgono il mondo produttivo nel suo complesso, con particolare attenzione a tutta la filiera dei servizi.

Sostenere le PMI: su questo tema va ridefinito l'approccio. L'impulso positivo determinato dal paradigma *Think Small First* e che ha generato lo *Small Business Act*, si è ormai esaurito. Occorre individuare e promuovere nuove politiche che sappiano intervenire positivamente sulle oggettive differenze tra micro, piccola e media impresa, partendo da una approfondita analisi della composizione del tessuto produttivo in Europa.

Migliorare l'integrazione e il funzionamento del mercato unico

La fase di emergenza sanitaria, che vede coinvolto l'intero pianeta e sulla cui durata ed implicazioni socio economiche oggi abbiamo difficoltà a definire tratti certi, porterà ad un inasprimento delle relazioni tra Sistemi e Paesi.

Lavorare per sostenere le nostre imprese sui mercati non significa pensare solo a costruire o progettare programmi promozionali; vanno affrontate con la dovuta attenzione le dinamiche complessive che riguardano le relazioni internazionali.

L'epoca contemporanea ci pone, ormai con periodicità, di fronte a momenti di grande tensione internazionale, le principali potenze economiche e politiche mondiali, quando

coinvolte in conflitti di posizionamento, pongono in primo piano la questione dell'impatto della geopolitica sulla sfera economica e sulle strategie d'impresa.

La geopolitica rappresenta ancora il campo privilegiato per gli attori pubblici, e, nei mercati globali, le imprese sono diventate uno degli attori della geopolitica. Spesso, peraltro, la sfera commerciale fatica a distinguersi da quella politica e in questo contesto né gli Stati-Nazione, né le imprese possono pretendere di giocare da soli.

Di qui l'apprezzamento per una iniziativa come questa dedicata alle "misure di difesa commerciale dell'Unione Europea", utile anche per rappresentare la posizione delle piccole imprese al Parlamento sul tema delle politiche commerciali, un tema complesso che però non può essere disatteso.

Una delle sfide del nostro Paese deve essere quella di sostenere maggiormente le imprese sui mercati internazionali e questo non può prescindere dal porre una particolare attenzione a quelle di minor dimensione.

Secondo l'ultimo rapporto ICE-ISTAT, il contributo delle PMI sul totale del fatturato export è del 54%, di cui poco meno della metà è generato da micro e piccole imprese.

L'impegno di Istituzioni e Associazioni per l'aumento della presenza italiana sui mercati internazionali deve tendere certamente ad incrementare e consolidare le quote di esportazione delle singole imprese, ma non può prescindere dalla crescita del numero di quelle che si internazionalizzano, e questo non può che passare attraverso le MPI.

Delle circa 125.000 imprese italiane esportatrici, il 58,3% appartiene alla classe 0 a 9 addetti e il 32,4% a quella da 10 e 49 addetti, più precisamente il 18,8% nella classe da 10 a 19, e il 13,6% da 20 a 49.

Le politiche commerciali sono un tassello importante per poter supportare le imprese sui mercati internazionali e in quest'ambito deve essere considerata l'adozione di strumenti di difesa commerciale finalizzati a proteggere il sistema produttivo dell'UE da pratiche commerciali sleali.

Su questi temi è fondamentale una corretta ed adeguata informazione all'opinione pubblica nazionale ed europea delle ragioni e dell'importanza delle politiche commerciali, delle azioni di *dumping* e/o sovvenzione messe in atto da concorrenti agguerriti e dei trattati internazionali sul commercio.

Siamo oggi davanti all'inizio di una nuova fase della globalizzazione e sta a noi, al mondo delle imprese e delle Istituzioni nazionali ed all'Europa, decidere se giocare un ruolo da protagonisti o subire l'attivismo e le scelte di altri sulla scena internazionale.

Dobbiamo attrezzarci per questo nuovo scenario, costruendo le condizioni affinché l'Europa ne tragga vantaggi, e i Negoziati Commerciali rappresentano un tassello fondamentale nella costruzione di queste condizioni.

Al centro delle strategie di politica commerciale per i prossimi anni si troveranno i nuovi trattati di libero scambio bilaterali, nel quadro della prosecuzione, più lenta, degli accordi plurilaterali e multilaterali.

A nostro avviso, sono tre gli aspetti di questa fase della globalizzazione che dobbiamo tenere presenti per elaborare una strategia efficace:

1. Le differenze nei costi di produzione tra i paesi avanzati e quelli emergenti si stanno assottigliando visibilmente, riducendo la propensione alla delocalizzazione. Inoltre, le tematiche della responsabilità sociale d'impresa lungo tutta la catena di fornitura assumono sempre più rilievo e fanno ormai parte dell'agenda di lavoro di Istituzioni e Organizzazioni internazionali come la stessa Commissione Europea e l'OCSE. Assistiamo un po' ovunque in Occidente allo sviluppo di quel fenomeno di *re-shoring* che probabilmente vedremo accelerare nei prossimi anni. È un'occasione di cui potremo beneficiare solo se saremo in grado di costruire migliori condizioni per fare impresa in Europa.
2. Nei paesi emergenti stanno venendo a galla tendenze protezionistiche, soprattutto nella forma particolarmente subdola delle barriere non tariffarie. Questo fenomeno non riguarda, però, tutti i Paesi di nuova industrializzazione. Da questo punto di vista possiamo chiaramente scorgere un mondo che si divide tra paesi

neo-protezionisti e paesi che hanno accettato le regole del libero mercato. Il prevalere degli accordi bilaterali di libero scambio sul multilateralismo rappresenta l'effetto evidente di questa tendenza che non possiamo permetterci di ignorare.

3. La domanda internazionale di prodotti manifatturieri di qualità aumenta esponenzialmente, posto che le strutture produttive accentuano le loro diversità proprio grazie all'aumento degli scambi e alla globalizzazione. Si apre uno spazio ampio per le nostre produzioni manifatturiere di qualità. In quest'ottica, come membri dell'UE, dobbiamo sostenere una politica commerciale tesa a definire accordi volti a favorire un sistema commerciale internazionale aperto ed equo. In tal senso, vanno introdotti, nell'ambito degli accordi commerciali di libero scambio, clausole che impegnino i Paesi a promuovere iniziative per il raggiungimento di salari che consentano stili di vita adeguati così come clausole sociali e ambientali più ampie.

A margine, non possiamo che continuare a sostenere, anche a livello europeo, l'esigenza di misure *antidumping* e di salvaguardia: la difesa delle nostre produzioni significa tutela dell'occupazione e il permanere nell'UE di conoscenze e competenze utili al benessere economico e sociale dell'intera comunità.

Sostenere l'industria nel processo di trasformazione "verde" e digitale

I documenti della Commissione offrono una proiezione parziale dell'economia europea. Non intendiamo sottovalutare il peso della manifattura e degli effetti che questo importantissimo settore genera sugli altri, a partire dai servizi, ma serve un quadro di lettura meno circoscritto, al fine di promuovere politiche di sviluppo che sostengano anche altri settori che caratterizzano sempre più le nostre economie.

Specie nel mondo dell'artigianato e della piccola impresa, si muovono numerosissime attività nell'ambito dell'edilizia in senso lato, e dei servizi, non solo alle imprese

(pensiamo a tutto ciò che si muove attorno al turismo e alla cultura, o ai servizi alla persona) che non possono essere visti come una parte “minore” dell’economia.

In tale ottica, si suggerisce la definizione di un quadro più ampio della nuova strategia industriale, al fine di non dimenticare parti importanti della nostra economia.

Di seguito, proponiamo alcune riflessioni in merito ai processi di trasformazione verde e digitale.

L’Unione Europea si è proposta da anni quale leader mondiale nel passaggio verso il modello dell’economia sostenibile, con una attenzione sempre crescente al contenimento del rischio climatico, alla transizione verso l’energia pulita, all’uso razionale delle risorse e l’economia circolare; temi rispetto ai quali è riuscita a raccogliere, negli anni, il consenso dei paesi membri e una crescente attenzione dell’opinione pubblica europea, anche attraverso l’elaborazione di politiche strategiche strutturate. Da ultimo, il varo del **Green Deal** ha segnato il rafforzamento di tale impegno, indicando la sostenibilità quale elemento strategico per la crescita e lo sviluppo dell’economia europea per i prossimi anni.

La sostenibilità è diventata la chiave di volta per una Europa che mira a sviluppare il proprio potenziale di crescita salvaguardando il pianeta e favorendo l’affermazione di un nuovo modello produttivo in grado di conciliare la crescita economica con l’equilibrio ecologico e sociale.

In tal senso, la nuova Strategia Industriale Europea conferma la scelta di puntare ad una transizione *green* come fattore strategico di competitività per le imprese europee.

Si evidenzia in proposito che, nel condividere tale approccio, occorre ancor di più, nella fase post-Covid, operare una transizione che sia guidata ed accompagnata da misure in grado di sostenere gli investimenti delle imprese. Infatti il *Green Deal*, se adottato nel modo giusto, può rappresentare un elemento essenziale per la ripartenza dell’economia nella fase post-Covid.

La strategia richiama, come misura principale, il ricorso al *Just Transition Fund*. Tuttavia, occorre evidenziare come, al momento, il suo utilizzo sia orientato soltanto sulla base di un criterio territoriale, privilegiando come destinatari di tali risorse le regioni europee che risulteranno maggiormente impattate dalla transizione energetica in quanto “carbonifere”; al contrario, a nostro avviso, **il concetto di transizione giusta dovrebbe avere più ampio respiro**, sostenendo lo sforzo di rinnovamento dei diversi settori delle economie europee.

Pertanto, CNA propone l'introduzione di un criterio che si affianchi a quello territoriale e che orienti le risorse del JTF ai diversi settori che necessitano di una spinta alla transizione, avendo a riferimento le caratteristiche delle economie nazionali dei vari paesi membri; si pensi, ad esempio, alla necessità di rinnovare la filiera della plastica per rispondere all'entrata in vigore della nuova strategia europea cosiddetta SUP, oppure alla necessità, richiamata dalla stessa strategia industriale, di intervenire sul settore delle costruzioni o, ancora, di far evolvere rapidamente il settore della mobilità per rispondere ai nuovi obiettivi climatici.

Si tratta, in sostanza, di accompagnare nella trasformazione il sistema economico Europeo nel suo complesso, in modo da evitare che la transizione *green* colpisca pesantemente particolari settori o imprese. Inoltre, riteniamo che il JTF debba essere destinato in via privilegiata a micro e piccole imprese, che rappresentano ad oggi i soggetti economici più presenti ed attivi nei tessuti produttivi europei e in particolare in Italia, e che, in virtù della loro numerosità e del loro forte radicamento territoriale, possono svolgere un ruolo fondamentale nell'affermazione dei principi e dei modelli dell'economia sostenibile.

In generale, rimane anche nella nuova strategia industriale la necessità di individuare idonei strumenti per accompagnare e finanziare la transizione, tema che rimane ancora molto superficiale e poco concreto.

Risultano piuttosto deboli le proposte per proseguire nelle azioni per **costruire un'economia più circolare**. L'Italia, così come gli altri Paesi Europei, è impegnata nel percorso di recepimento delle misure introdotte dalla Strategia Europea per l'Economia

Circolare. Rimangono però ancora troppe barriere, normative, tecnologiche, infrastrutturali. In questo settore, inoltre, in Italia è molto frequente il ricorso al *gold plating*, con una legislazione estremamente stringente e onerosa che, anziché favorire, rende più complesso il passaggio, da parte delle imprese, verso pratiche di economia circolare.

Risulta altrettanto superficiale, nell'ambito del documento "**Strategia per le PMI per un'Europa sostenibile e digitale**", la definizione della transizione verde dedicata alle PMI. Si evidenzia, in particolare, la scarsa incisività di alcuni programmi e strumenti che non hanno saputo cogliere le specificità delle piccole imprese e sono risultati conseguentemente poco efficaci.

Particolare risalto viene riposto alla rete **Enterprise Europe Network** come leva per supportare le PMI nella transizione *Green*. Ferma restando la possibilità di rilanciare tale esperienza, ad oggi poco significativa, favorendo un **maggior coinvolgimento delle Associazioni rappresentative delle PMI**, si ritiene che non possa rappresentare l'unico strumento di accompagnamento delle imprese di minore dimensione. Occorre individuare un piano più concreto e strutturato in grado di fornire alle PMI risorse e competenze per affrontare la transizione, attraverso:

- una collaborazione più strutturata con il mondo della ricerca al fine di favorire il trasferimento tecnologico;
- una maggiore accessibilità dei programmi europei per l'ecoinnovazione;
- un incisivo sostegno a percorsi di formazione dedicati.

Venendo al tema della **trasformazione digitale**, è assodato che il progressivo processo di integrazione delle tecnologie digitali sta coinvolgendo man mano tutte le attività produttive; meno considerato è il fatto che necessiti ancora, per essere affrontato al meglio, cambiamenti sostanziali innanzitutto in termini di impostazione culturale.

L'impresa deve avere la capacità di reinventarsi al fine di sfruttare al meglio le tecnologie emergenti e saper trasformare, anche radicalmente, tutti i suoi modelli e processi.

Le imprese italiane stanno affrontando un passaggio epocale, costrette a reinventarsi e adattarsi a nuove modalità. La trasformazione digitale è parte di un sostanziale mutamento del nostro tessuto produttivo che dobbiamo saper accompagnare al meglio.

Le imprese italiane sono un corpo complesso e particolarmente frazionato, difficile da analizzare in maniera lineare. Sono troppo differenti gli aspetti che le caratterizzano, dal punto di vista dimensionale, innanzitutto, ma anche dal punto di vista settoriale, e che rischiano di generare distorsioni interpretative nelle analisi, che spesso non considerano le imprese di micro-piccole dimensioni.

Nei mesi scorsi abbiamo realizzato un vero e proprio *road show* che ha toccato fisicamente 10 città italiane, da Milano a Palermo, ed altre 20 in streaming in una azione di divulgazione e formazione alle imprese. Un progetto ideato da CNA insieme a Talent Garden, con una partnership di assoluto livello: Comau, Olivetti, PwC, Samsung, TIM e Unicredit; con l'obiettivo di diffondere concetti e segnalare *best practices*.

L'iniziativa, peraltro preceduta da un'indagine volta ad indagare da un lato il livello di digitalizzazione, dall'altro le opportunità e le sfide che le imprese stanno affrontando su questo tema e in generale sui processi di trasformazione digitale, ha evidenziato alcuni elementi che richiamiamo brevemente.

- Un buon livello di digitalizzazione, anche se si tratta di una autovalutazione, che cresce proporzionalmente con la dimensione dell'azienda.
- Un non sufficiente livello investimenti, rispetto ai quali incidono poco gli incentivi.
- Una forte attenzione alle tecnologie più conosciute, ma con forte interesse a quelle più coerenti con il settore di attività.
- Una marcata consapevolezza dell'importanza di competenze adeguate.
- Una, purtroppo, scarsa relazione con Università e Centri di ricerca.

L'attività svolta ha inoltre confermato un eccessivo disallineamento nel mercato di riferimento, tra domanda e offerta, disallineamento che genera spesso diffidenza.

Per le considerazioni esposte, nel condividere la necessità di un riposizionamento europeo atto a controbilanciare l'invasività di grandi player Extraeuropei, e la promozione di iniziative atte a definire standard condivisi che consentano anche alle piccole imprese di muoversi con fiducia sul mercato, si richiama la necessità di un intervento volto a rimodulare la proposta europea relativa alle caratteristiche dei *Digital Innovation Hub*.

Nello schema condiviso da tutti i soggetti interessati nell'ambito del Piano Impresa 4.0., i DIH rappresentano l'anello necessario di congiunzione tra le imprese e i portatori di competenze. La proposta europea vede invece questi soggetti come portatori di competenze specifiche, sacrificando, nei fatti, quella parte di sollecitazione e di alfabetizzazione che ancora necessita.

Va riproposta, a nostro avviso, una definizione dei DIH che risponda alla necessità di sensibilizzare, formare e accompagnare le imprese, per far sì che il maggior numero di queste riesca a cogliere positivamente la sfida della trasformazione digitale. In caso contrario la partita sarà giocata da una parte dal mercato, con la pervasività dell'offerta (quasi mai in sintonia della domanda), dall'altra da soggetti certamente qualificati, ma incapaci di interloquire col mondo dell'impresa, quali università e centri di ricerca.

L'altra grande esigenza è rappresentata dalla costruzione e dall'inserimento di competenze adeguate. Vanno definiti percorsi formativi condivisi, con particolare attenzione ai processi evolutivi, e, al contempo, individuate modalità di inserimento nelle imprese di piccole dimensioni che tengano conto della effettiva capacità di assorbimento dei costi.

La sfida è contribuire a rendere le imprese protagoniste di questi processi, consapevoli che possono e debbono essere proattive, per non essere travolte da cambiamenti la cui velocità è davvero impressionante.

Sullo sfondo, permangono due problematiche da presidiare al meglio. Innanzitutto il tema delle infrastrutture - sono ancora molte le aree del Paese in cui non sono adeguate - e poi il tema della sicurezza. La *cybersecurity* è uno dei *driver* del nuovo programma *Digital*

Europe, anche in questo campo serve un'azione coordinata, atta a garantire la sicurezza di tutti gli utenti.

Sostenere le PMI

Si è soliti rappresentare il nostro Paese in ambito europeo come quello in cui proliferano imprese di piccole dimensioni e scarseggiano, invece, imprese medio-grandi.

In effetti, tra i paesi europei, l'Italia è quello che presenta il maggior numero di imprese. Dalla lettura dei dati è possibile delineare i tratti in comune e le diversità del nostro sistema produttivo rispetto a quelli degli altri paesi europei.

1. Al netto dei lavoratori autonomi, il numero assoluto delle micro imprese italiane (classe di addetti 1-9) non si discosta significativamente da quello dei principali paesi europei. La ridotta dimensione media delle imprese italiane dipende sostanzialmente da un numero di lavoratori autonomi e di liberi professionisti che negli altri paesi non ha eguali. L'incidenza dei lavoratori autonomi sul totale è in Italia pari al 20,6% contro il 15,2 della Spagna e l'8,8% della Germania (solo la Grecia presenta un valore, 29,1%, superiore a quello dell'Italia).
2. Il vero *gap* strutturale dell'Italia rispetto ai principali paesi europei si riscontra nei segmenti delle medie e grandi imprese. Il numero di grandi imprese italiane (3.364) è infatti di poco inferiore rispetto a quello della Francia (4.059) - che, tra le grandi economie, presenta una composizione dimensionale molto prossima alla nostra - ma lontanissimo da quello della Germania (12.139). Lo stesso vale quando si prendono in considerazione le medie imprese (il confronto con la Germania è impietoso: 19.814 medie imprese italiane contro 61.634 imprese tedesche).
3. Addirittura la Polonia, che presenta un'economia non comparabile alla nostra, appare maggiormente attrezzata in termini di numero di medie e grandi imprese.

NUMERO IMPRESE PER CLASSI DI ADDETTI DEI PAESI MEMBRI DELL'UNIONE EUROPEA

Valori assoluti

Fonte: elaborazioni Centro Studi CNA su dati Eurostat 2017

	Totale	Micro (1-9)	Piccole (10-49)	Medie (50-249)	Grandi (250 e più)
Belgio	608.699	598.781	9.918	nd	nd
Bulgaria	311.829	311.829	nd	nd	nd
Repubblica Ceca	1.019.773	978.967	32.292	6.895	1.619
Germania	2.504.370	2.055.093	375.504	61.634	12.139
Estonia	75.788	69.069	5.521	1.029	169
Grecia	688.217	688.217	nd	nd	nd
Spagna	2.661.426	2.512.495	129.563	16.006	3.362
Francia	2.783.991	2.659.643	103.427	16.862	4.059
Croazia	149.324	135.797	11.250	1.861	416
Italia	3.711.982	3.517.178	171.626	19.814	3.364
Cipro	nd	nd	nd	nd	80
Lettonia	112.867	103.316	7.919	1.438	194
Lituania	202.522	188.376	11.530	2.262	354
Lussemburgo	33.741	29.471	3.431	683	156
Ungheria	564.554	536.779	27.775	nd	nd
Paesi Bassi	1.160.015	1.108.718	41.052	8.606	1.639
Austria	332.755	289.874	36.330	5.424	1.127
Polonia	1.744.285	1.672.365	52.955	15.501	3.464
Portogallo	868.079	826.908	34.806	5.482	883
Romania	485.215	431.910	43.529	8.113	1.663
Slovenia	142.153	134.614	6.124	1.182	233
Slovacchia	457.439	457.439	nd	nd	nd
Finlandia	230.879	210.392	16.945	2.946	596
Svezia	712.144	673.255	32.331	5.527	1.031

*Sono esclusi i settori Finanza e Assicurazioni, Sanità, P.A., Istruzione e Servizi Personali

*Danimarca, Irlanda, Malta, Regno Unito e Totale UE - 28, dati non disponibili

In definitiva, l'analisi del sistema produttivo tramite i valori assoluti potrebbe offrire una chiave di lettura alla questione dimensionale diversa da quella tradizionale che emerge, invece, quando si considera solamente la composizione percentuale per classi di addetti: a pesare sulla bassa produttività del sistema Italia non è tanto l'alto numero di imprese di piccola dimensione (che al netto dei lavoratori autonomi si discosta significativamente da quello riscontrabile nei principali paesi europei), ma l'insufficiente numero di imprese

medie e grandi in gradi di svolgere più attività di R&S e di proporsi alla testa delle filiere produttive.

TOTALE IMPRESE E COMPOSIZIONE DIMENSIONALE DELLA STRUTTURA PRODUTTIVA

Valori assoluti e composizione percentuale per classi di addetti

Fonte: elaborazioni Centro Studi CNA su dati Eurostat 2017

	Numero di imprese	Micro (1-9)	Piccole (10-49)	Medie (50-249)	Grandi (250 e più)
Belgio	608.699	94,8	1,6	nd	nd
Bulgaria	311.829	91,6	4,3	nd	nd
Repubblica Ceca	1.019.773	96,0	3,2	0,7	0,2
Germania	2.504.370	82,1	15,0	2,5	0,5
Estonia	75.788	91,1	7,3	1,4	0,2
Grecia	688.217	95,7	nd	nd	nd
Spagna	2.661.426	94,4	4,9	0,6	0,1
Francia	2.783.991	95,5	3,7	0,6	0,1
Croazia	149.324	90,9	7,5	1,2	0,3
Italia	3.711.982	94,8	4,6	0,5	0,1
Cipro	nd	nd	nd	nd	0,2
Lettonia	112.867	91,5	7,0	1,3	0,2
Lituania	202.522	93,0	5,7	1,1	0,2
Lussemburgo	33.741	87,3	10,2	2,0	0,5
Ungheria	564.554	94,2	4,9	nd	nd
Paesi Bassi	1.160.015	95,6	3,5	0,7	0,1
Austria	332.755	87,1	10,9	1,6	0,3
Polonia	1.744.285	95,9	3,0	0,9	0,2
Portogallo	868.079	95,3	4,0	0,6	0,1
Romania	485.215	89,0	9,0	1,7	0,3
Slovenia	142.153	94,7	4,3	0,8	0,2
Slovacchia	457.439	97,0	0,9	nd	nd
Finlandia	230.879	91,1	7,3	1,3	0,3
Svezia	712.144	94,5	4,5	0,8	0,1

*Sono esclusi i settori Finanza e Assicurazioni, Sanità, P.A., Istruzione e Servizi Personali

D'altro canto, non si capirebbe come mai, nonostante questa particolare connotazione, ovvero la scarsa presenza di medie e grandi imprese, l'Italia continui ad essere una economia manifatturiera di tutto rilievo, il cui peso economico, misurato dalla capacità di produrre beni e non dal numero di imprese, è secondo solo a quello della Germania.

Queste considerazioni ci portano a sostenere la necessità di reinterpretare lo spirito che ha generato lo *Small Business Act*.

In tutta Europa, ad esclusione della Germania, ma soprattutto in Italia, il tema che dobbiamo porci è quello di porre in atto politiche ed iniziative che aiutino micro e piccole imprese a crescere, affinché le stesse diventino medie.

Questo presuppone innanzitutto la fine del paradigma della taglia unica degli incentivi. Oggi tutti gli interventi sono genericamente rivolti alle PMI, senza alcuna considerazione delle oggettive, eclatanti differenze che vi sono tra un'impresa di 5 addetti ed una di 240. Eppure, negli ultimi anni, sempre più forte è stata la spinta a ricomprendere nel novero delle PMI anche le cosiddette *mid cap*, spingendosi, per alcune misure, a imprese fino a 3.000 dipendenti.

Questo processo, ha nei fatti, esaurito lo spirito del paradigma *Think Small First*: quale specificità può avere un intervento rivolto indifferentemente al 99% delle imprese?

Serve un importante cambio di passo, con la messa in campo di una strategia di intervento rivolta al mondo della micro e della piccola impresa che la stessa Commissione Europea riconosce, nella recente Comunicazione che modifica ulteriormente il cosiddetto *Temporary Framework*, essere stato particolarmente colpito dagli effetti della pandemia e necessitare, pertanto, di deroghe specifiche alle regole sugli aiuti di Stato.

Una strategia che affronti in modo incisivo alcune criticità oggi ancor più evidenti:

- difficoltà ad accedere ad incentivi e finanziamenti della UE, a causa dell'eccessiva complessità delle procedure e dei criteri di ammissibilità;
- persistenti asimmetrie nell'accesso al credito, provocate anche dalla scomparsa di modelli bancari tradizionali;
- complessità di accesso al mercato degli appalti pubblici;
- oneri amministrativi superflui, elevati costi di conformità, tassazione gravosa, concorrenza sleale;
- difficoltà a rimanere o ad accedere alle catene del valore globali, a nuovi mercati.

A fronte di queste criticità, le proposte individuate nei documenti in esame paiono fortemente inadeguate.

In tema di supporto alle PMI, come già affermato, il riferimento alla sola rete EEN ci pare francamente insufficiente. Al netto di una necessaria azione di verifica sull'operato degli stessi, necessitano un coordinamento reale dei consorzi attivati ed un altrettanto reale coinvolgimento, in tutte le realtà interessate, delle associazioni di rappresentanza della piccola impresa.

L'individuazione di un alto rappresentante per le PMI – SME Envoy – e la costituzione di una rete di rappresentanti nazionali, ci pare ripercorrere una strada già vista con i Mister PMI, che non ci pare abbia prodotto grandi risultati.

Interessante, certamente, la proposta *one in, one out*, in una logica di forte azione di semplificazione, così come l'obbligatorietà di una analisi preventiva sugli effetti per le PMI di nuove disposizioni legislative. Auspichiamo, però, che non riproduca i deludenti risultati visti sinora nella nostra esperienza nazionale.

In capo a tutto, però, ribadiamo la necessità, a nostro avviso, dell'avvio di una nuova stagione, che abbia a cuore gli interessi del mondo della micro e della piccola impresa, un mondo che in ambito europeo genera oltre il 37% del valore aggiunto e quasi il 50% dell'occupazione, dati che nel nostro Paese salgono, rispettivamente, al 48% e al 65%.

