



GLOSSARIO

1 PRODUTTIVITÀ DEL LAVORO

La produttività del lavoro corrisponde al valore aggiunto per addetto. Essa indica il contributo fornito al valore aggiunto da ciascun collaboratore.

2 VALORE AGGIUNTO

Il valore aggiunto è la misura dell'incremento di valore prodotto da un'impresa in un determinato periodo di tempo. Si determina con riferimento alla singola impresa detraendo dal valore finale della produzione (valore del prodotto ovvero del servizio realizzato) il valore dei beni e servizi utilizzati per ottenerla (materiale, lavorazione, ecc.). In questo modo si quantifica il contributo effettivo di ciascun'impresa alla produzione, dato che non si tiene conto dei beni e servizi impiegati dalla stessa nel processo produttivo.

3 PRODOTTO INTERNO LORDO (PIL)

Il PIL corrisponde al valore complessivo dei beni e servizi prodotti in un paese nel corso di un anno. Esso esprime, quindi, il valore aggiunto realizzato nell'anno considerato.

4 INNOVAZIONE

Con il termine innovazione si fa riferimento sia alle nuove procedure di produzione o di vendita (innovazioni di processo), sia ai nuovi prodotti destinati al mercato.

5 RICERCA E SVILUPPO

L'attività di ricerca e sviluppo consiste nel ricercare sistematicamente nuove conoscenze, nuove applicazioni e nuovi prodotti.

6 COMMERCIO ESTERO

Il commercio estero comprende tutte le relazioni commerciali che oltrepassano i confini dello stato.

7 STANDARD DI POTERE D'ACQUISTO

Quando si mettono a confronto i poteri d'acquisto di vari paesi, a causa dei differenti livelli dei prezzi si ottengono risultati distorti. Per questo si utilizza una moneta fittizia che permette di compensare queste differenze.

Fonte Gablers Wirtschaftslexikon,
Bundesverband deutscher Banken

CONCLUSIONI

Ai fini della competitività di un'impresa o di un paese è di fondamentale importanza la produttività. Per molte imprese altoatesine, tuttavia, essendo di modeste dimensioni e operando in settori tradizionali, è difficile aumentare la produttività.

Degli effetti positivi sulla produttività e, di riflesso, sulla competitività possono però derivare dall'innovazione e, indirettamente, dalla formazione del personale.

Le piccole imprese possono, poi, incrementare la propria produttività collaborando con altre realtà (p.es. quando due imprese utilizzano in comune un unico macchinario, ottimizzandone lo sfruttamento) o migliorare la capacità innovativa cooperando con enti di ricerca locali e internazionali.

COMPETI TIVENESS



COMPETITIVENESS

LA COMPE-
TITIVITÀ
VISTA
DA VICINO

Che cosa significa
competitività?

Quanto è produttiva
l'economia altoatesina?

In quali paesi
esportano le
imprese locali?

IN
FOCUS

Un' impresa o una nazione si considera

COMPETITIVA

se è in grado di vendere sul mercato i propri prodotti e servizi ad un prezzo tale da riuscire a coprire i costi e a realizzare un guadagno adeguato.*

Fonte Associazione Bancaria

* Anche fattori non legati al prezzo, come la qualità, l'assistenza e il design, sono importanti ai fini delle vendite.



FATTORI PRODUTTIVI

Con il termine fattori produttivi si definiscono i mezzi e le prestazioni occorrenti per la produzione di beni e servizi. Questi sono:

LAVORO: attività umana, sia fisica che intellettuale

TERRA: spazio per l'insediamento di aziende, terreno per la coltivazione e quale fonte di materie prime come minerali o petrolio,

CAPITALE: denaro o risorse materiali quali gli edifici o i macchinari

La competitività delle **IMPRESE ALTOATESINE**

CHE COSA SIGNIFICA
COMPETITIVITÀ?

QUANTO È PRODUTTIVA
L'ECONOMIA ALTOATESINA?

QUALI SONO LE CONDIZIONI
GENERALI CHE FAVORISCONO
LA COMPETITIVITÀ?

IN QUALI PAESI ESPORTANO
LE IMPRESE LOCALI?

05

Ogni supermercato offre una grande quantità di prodotti e a noi consumatori spetta scegliere. Nel caso dello yogurt, per esempio, la nostra decisione si basa sulla qualità, sul gusto atteso, sulla confezione e, non da ultimo, sul prezzo. Dietro ogni marca di yogurt c'è un'altra impresa e tutte queste imprese concorrono tra loro per guadagnarsi i clienti. Un'impresa può avere successo soltanto se riesce a vendere i propri prodotti con un margine di utile.

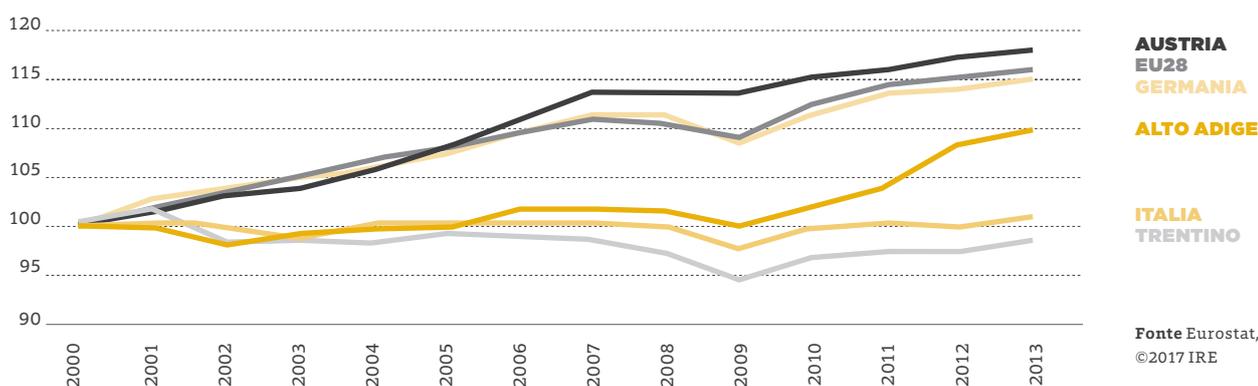
Se ce la fa a distribuire i prodotti e i servizi sul mercato locale e internazionale, essa crea occupazione e reddito, ossia ricchezza. Il grado di competitività di un'impresa o di un paese lo si deduce dalla sua produttività. Un'impresa è competitiva se, tra le altre cose, può contare su condizioni generali favorevoli che innalzano la sua produttività: un ambiente propenso all'innovazione⁴, valide infrastrutture, un adeguato livello di formazione. Un'impresa che può ricorrere a collaboratori qualificati, che è facilmente raggiungibile e che nei suoi progetti di innovazione viene affiancata da un ente di ricerca può essere più produttiva di un'altra che non può fare affidamento sulle stesse condizioni.

A sua volta, una localizzazione, cioè un paese o una regione, si considera competitiva se è in grado di offrire alle imprese che vi si insediano buone condizioni generali. Si tratta, dunque, di garantire un valido livello di istruzione e di formazione continua, collegamenti soddisfacenti con i mercati circostanti attraverso strade, ferrovie e collegamenti aerei e, non da ultimo, un carico fiscale e burocratico possibilmente modesto.

La PRODUTTIVITÀ

ANDAMENTO

della produttività del lavoro



Fonte Eurostat, Istat
©2017 IRE

06

Indice:
2000=100

La competitività di un'impresa dipende direttamente dalla sua produttività. È soprattutto quest'ultima, infatti, che determina il prezzo di un bene o di un servizio.

Un semplice esempio: se la fornaia Paola, a parità di costi per farina, acqua, sale, affitto e energia elettrica, riesce a produrre più panini del panettiere Franco, Paola è più produttiva. Essa riuscirà ad offrire i propri panini ad un prezzo più basso di Franco, realizzando comunque un guadagno.

Non sempre, però, è solo il prezzo a decidere il successo della vendita di un bene o di un servizio. Anche la qualità attesa, l'utilità accessoria (per esempio una penna a sfera che funge anche da orologio) o la confezione attraente sono fattori che possono incidere sulle vendite. La produttività di un'intera economia, cioè di un paese o una regione, può essere valutata sulla base della **produttività del lavoro**¹. Essa indica il contributo fornito al **valore aggiunto**² da ciascun lavoratore (valore aggiunto per addetto). In termini di produttività del lavoro l'Alto Adige, si trova sotto la media europea. Ciò è dovuto da una parte al fatto che le imprese altoatesine operano prevalentemente in settori tradizionali come il turismo e l'agricoltura anziché in quelli ad elevata produttività come potrebbe essere, ad esempio, l'industria dell'alta tecnologia. A questo si

aggiunge il fatto che il tessuto economico altoatesino è composto da molte piccole imprese. Tuttavia dal 2009 si è registrato un incremento in Alto Adige e la produttività del lavoro è aumentata.



SAPEVI CHE...

La produttività è un indice che esprime l'efficienza di un'impresa, un settore o una nazione. Essa è data dal rapporto tra i beni o servizi prodotti e i fattori produttivi consumati per consentire la loro produzione.

Esempio: Quanta farina e quanto sale ci vogliono per produrre una forma di pane? E quanta energia serve per fare funzionare il forno e la macchina impastatrice? Si può anche invertire il problema e chiedersi quante forme di pane si possono ottenere da un chilogrammo di farina, 100 grammi di sale e cinque chilowattora di energia.

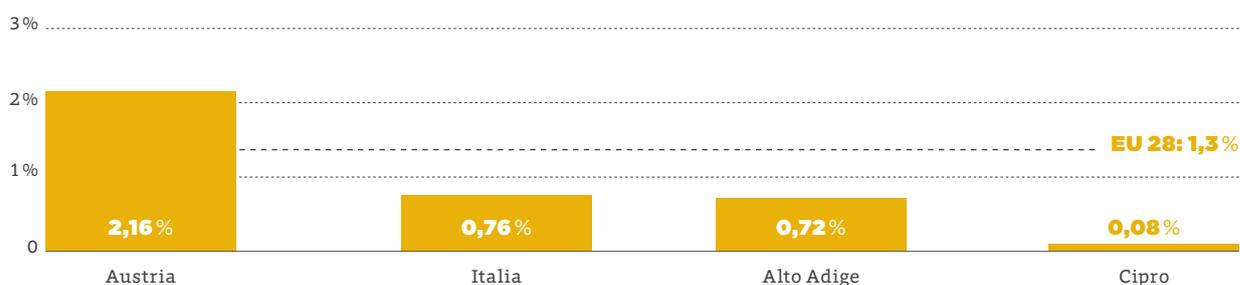
Quanto meglio si combinano i fattori produttivi impiegati (input), tanto maggiore risulterà la quantità di prodotto ottenuta (output) e, di riflesso, la produttività. Un'elevata produttività e, anzi, il suo continuo aumento, è la base della competitività di un'impresa o di un paese.

In che modo le imprese possono migliorare la **PROPRIA PRODUTTIVITÀ?**

SPESA DELLE AZIENDE

in ricerca e sviluppo 2014*

PERCENTUALE SUL PIL³



*Alto Adige, Italia, EU 28, paese UE con l'incidenza maggiore e minore sul PIL

Fonte Eurostat 2014
©2017 IRE

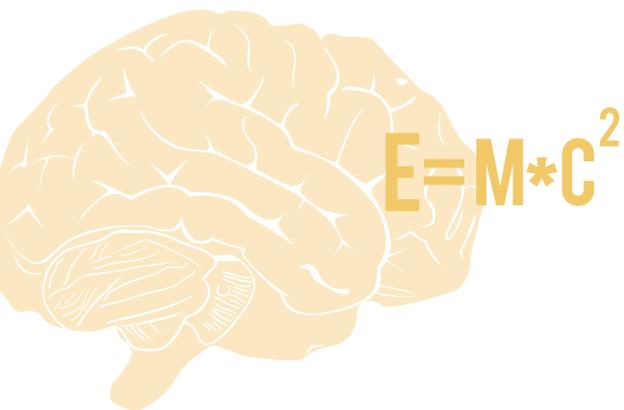
INNOVAZIONE

La produttività, ossia il rapporto tra l'input, che nel nostro esempio è dato da farina, acqua, sale, e forno, e l'output, cioè il numero di panini ottenuti, dipende da vari fattori. Uno di questi è rappresentato dall'innovazione. Per produrre i panini in meno tempo la fornaia Paola del nostro esempio ha sviluppato un nuovo forno. In questo modo risparmia energia elettrica e riduce i costi di produzione. Macchinari migliori accelerano la produzione e riducono il costo del lavoro. Paola ora vanta dei decisivi vantaggi competitivi rispetto a Franco e può offrire i propri prodotti a prezzi più convenienti. Dato che questo tipo di innovazione riguarda l'introduzione di nuovi e migliori metodi e processi produttivi, si può parlare anche di **innovazioni di processo**.

Il secondo tipo di innovazione riguarda i prodotti stessi. Può trattarsi di prodotti del tutto nuovi o di ulteriori sviluppi apportati a prodotti già esistenti. In sostanza, si tratta di riconoscere tempestivamente o, per quanto possibile, addirittura anticipare le esigenze dei consumatori e offrire loro prodotti adatti (ad esempio panini contenenti acidi grassi insaturi che permettono di ridurre il colesterolo). Si parla, in questo caso, di **innovazioni di prodotto**. L'attività sistematica tesa **all'innovazione⁴** è detta **Ricerca e sviluppo⁵** (abbreviata, in genere, con la sigla "R & S"). In questo campo l'Alto Adige non ha

ancora raggiunto il livello di altri paesi e alte regioni. La spesa in questo campo è molto inferiore alla media europea. Anche in questo caso le ragioni risiedono nella struttura economica. Solo le imprese di dimensioni maggiori possono permettersi dei reparti appositamente dedicati all'attività di R & S; e queste, in Alto Adige, sono relativamente rare.

In ogni caso si può affermare che senza innovazione non vi sono né produttività, né competitività e, di riflesso, nemmeno crescita economica – in poche parole: c'è meno benessere. L'innovazione, peraltro, non può derivare dal nulla. Essa è frutto, innanzitutto, di idee e suggerimenti provenienti dagli imprenditori, dai dipendenti, dai clienti e dai fornitori. D'altra parte, le imprese sono solite acquistare know-how dall'esterno, investire in formazione e svolgere ricerche brevettuali. Una localizzazione può dirsi favorevole all'innovazione se dispone di istituti di ricerca e di università che collaborano con le imprese, se l'innovazione viene incentivata con fondi pubblici e se si investe in know-how. In Alto Adige il livello delle attività di ricerca è ancora modesto, ma le imprese e la pubblica amministrazione si stanno muovendo sempre più in questa direzione.



FORMAZIONE

permanente

Percentuale di popolazione di età compresa fra 25 e 64 anni che ha partecipato ad attività di istruzione e formazione.

- 10,8 %** Unione europea (28 paesi)
- 8,3 %** Italia
- 11,1 %** Alto Adige
- 11,9 %** Trentino
- 14,9 %** Austria
- 14,6 %** Tirolo

Fonte Eurostat 2016
©2017 IRE

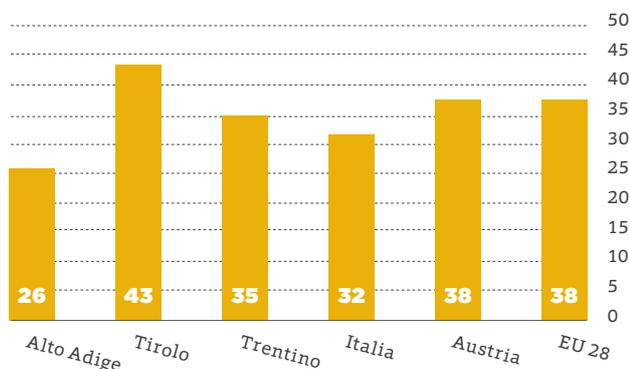
ISTRUZIONE

È competitiva una localizzazione economica che mette a disposizione forza lavoro specializzata. Oltre a fornire una valida istruzione generale, la scuola punta sull'esperienza pratica nell'ambito delle lezioni e tiene conto delle esigenze dell'economia locale. Un aspetto fondamentale è dato anche dal costante aggiornamento dei dipendenti.

L'Alto Adige si distingue per il valido sistema scolastico, in cui spicca il modello della formazione professionale duale, oltre che per la vasta offerta di formazione permanente. La buona situazione del mercato del lavoro ha tuttavia fatto sì che molte persone non percepissero la necessità di aggiornarsi professionalmente.

INDICE DI COMPETITIVITÀ REGIONALE: infrastrutture

Valore 0-100



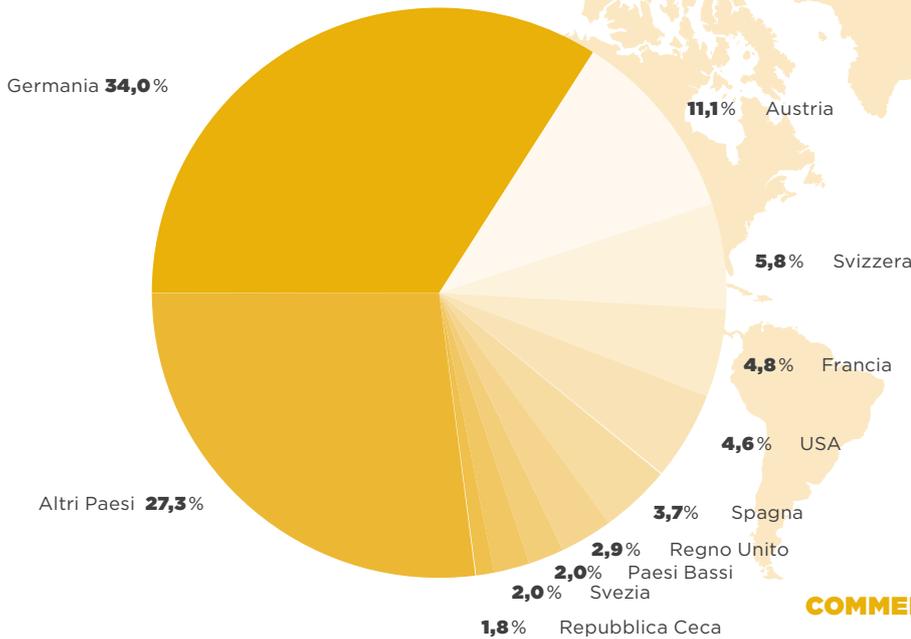
Fonte Eurostat 2016
©2017 IRE

INFRASTRUTTURA

Affinché Paola e Franco abbiano a disposizione la farina di cui necessitano, il mugnaio deve portagliela o fargliela fornire, ad esempio per ferrovia. Egli necessita di buone infrastrutture come strade scorrevoli, collegamenti ferroviari efficienti e un approvvigionamento d'energia adeguato. Fanno parte delle infrastrutture anche i canali di comunicazione e i collegamenti internet: anche con riferimento a questi non si può prescindere da un funzionamento efficace. Solo a queste condizioni è possibile instaurare rapporti commerciali e realizzare le commesse che si ottengono dai clienti. La presenza di buone infrastrutture è un presupposto fondamentale per la vendita di beni e servizi. L'accessibilità dell'Alto Adige meriterebbe, tuttavia, di essere migliorata: spesso, infatti, il traffico e il congestionamento della rete stradale determinano perdite di tempo.

LE ESPORTAZIONI

dell'Alto Adige suddivise per paesi



Fonte Istat, 2016
©2017 IRE

POLITICA ECONOMICA

Torniamo al nostro esempio e ipotizziamo che Franco e Paola non producano più nello stesso posto, bensì in due paesi diversi. La diversità delle condizioni generali non potrà che ripercuotersi sulla competitività di ciascuno dei due. È possibile che Franco debba pagare imposte più elevate o che subisca un carico burocratico maggiore. Per riuscire a coprire i costi, in questo caso, egli dovrà vendere i suoi panini ad un prezzo più elevato, a scapito della competitività. Anche il livello dei prezzi in uno stato influenza la competitività. Se in un paese i prezzi e, di riflesso, i costi in generale sono elevati, anche i prodotti saranno cari e risulteranno, conseguentemente, poco attraenti agli occhi dei clienti esteri. Di conseguenza le esportazioni si riducono.

Gli stati che si accontentano di aliquote fiscali modeste e non caricano le imprese di troppi oneri burocratici ne incrementano, indirettamente, la produttività. La pressione fiscale in Italia è elevata e altrettanto gravose sono le incombenze amministrative imposte dal legislatore.

COMMERCIO ESTERO

Essere competitivi significa essere in grado di vendere i beni e i servizi prodotti - anche all'estero. Come per ogni paese, anche per l'Alto Adige il **commercio estero**⁶ rappresenta un'importante fonte di reddito. Le osservazioni in merito al commercio estero altoatesino possono essere riassunte in pochi punti essenziali:

- (1) Dal 2015 la bilancia commerciale dell'Alto Adige è in attivo. In altre parole ciò significa che l'Alto Adige esporta più di quanto importa.
- (2) La Germania e l'Austria sono le principali controparti commerciali dell'Alto Adige. Questi paesi assorbono quasi la metà di tutte le esportazioni altoatesine e da qui provengono oltre i due terzi di tutte le importazioni.
- (3) Il numero di paesi con cui le aziende altoatesine intrattengono relazioni d'affari è in aumento. L'importanza della Germania si sta riducendo rispetto a quella di altri paesi.
- (4) Predomina il commercio con gli stati membri dell'Unione europea. Quasi tre quarti delle esportazioni altoatesine va verso l'Unione europea, gli acquisti effettuati nei paesi comunitari superano il 90 per cento delle importazioni totali.
- (5) Il fatto che il paesaggio imprenditoriale dell'Alto Adige sia strutturato per piccole unità, assieme alla relativamente modesta capacità innovativa, fa sì che le esportazioni altoatesine siano scarsamente orientate alla tecnologia.
- (6) L'Alto Adige esporta soprattutto prodotti agricoli (p.es. mele), alimentari e bevande, mezzi di trasporto e componentistica (p.es. funevie), metalli e prodotti in metallo, macchinari e apparecchiature.

L'Alto Adige in competizione CON L'EUROPA

Lo sapevi che...

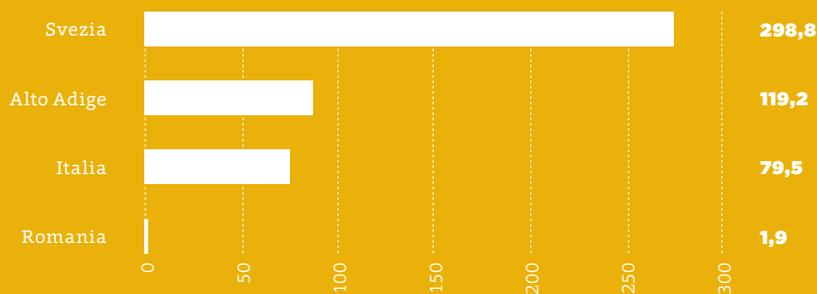
... DAL **2000** AL **2013** IL VALORE AGGIUNTO PER ORA LAVORATA È CRESCIUTO IN ALTO ADIGE IN MEDIA DELLO **0,7** % ALL'ANNO.

... GLI ADDETTI ALLA RICERCA E ALLO SVILUPPO IN ALTO ADIGE INCIDONO PER LO **0,7**% SUL TOTALE DEGLI OCCUPATI? IN TIROLO TALE QUOTA CORRISPONDE ALLO **1,5**%, IN TRENTINO ALLO **1,7**%.

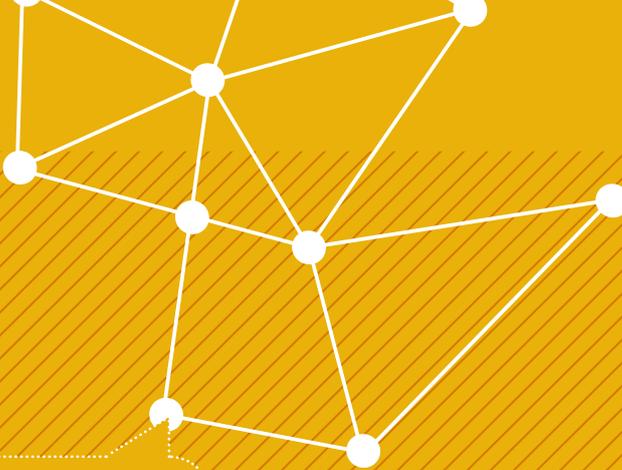


DOMANDE DI BREVETTO

presentate all'Ufficio europeo dei brevetti



Alto Adige, Italia, paese UE con il valore maggiore e minore per milione di abitanti, media 2005-2012



... TRA IL **2012** E IL **2014** IL **30,7%** DELLE IMPRESE ALTOATESINE CON ALMENO 10 ADDETTI HA INTRODOTTO SUL MERCATO, O NEL PROPRIO PROCESSO PRODUTTIVO, ALMENO UN'INNOVAZIONE, O HA AVVIATO UN'ATTIVITÀ DI INNOVAZIONE?

... NEL **2014** LA SPESA COMPLESSIVAMENTE SOSTENUTA DALLE IMPRESE PER LE ATTIVITÀ INNOVATIVE È STATA PARI A **199** MILIONI DI EURO, CHE CORRISPONDE IN MEDIA ALL'**1,7%** DEL FATTURATO REGISTRATO NELLO STESSO ANNO ED A **4.550** EURO PER ADDETTO.



11

... LA QUOTA DELLE ESPORTAZIONI DELL'ALTO ADIGE DESTINATE ALLA CINA E A HONG KONG È PARI ALL'**1,3%**?

... DAL **2009** AL **2016** LE ESPORTAZIONI ALTOATESINE SONO CRESCIUTE DEL **60%**.

