

CENTRO STUDI E RICERCHE

**ANALISI DI SETTORE
DEL COMPARTO
DELL'ARTIGIANATO
TIPICO E ARTISTICO**

INDICE

	<i>pagina</i>
Introduzione	3
1) Definizione del settore	4
2) L'artigianato in Sardegna	5
3) Il comparto dell'artigianato tipico e artistico nella provincia di Nuoro: i risultati di un'indagine diretta	9
3.1 Addetti e fatturato	9
3.2 L'andamento congiunturale del comparto nel 2004 e le previsioni per il 2005	9
3.3 I mercati di sbocco	12
3.4 La propensione delle aziende agli investimenti	14
3.5 Il processo produttivo	15
3.6 La propensione delle aziende ad innovare	16
3.7 La soddisfazione delle imprese artigiane rispetto ai mercati conquistati	20
4) Considerazioni generali	23

INTRODUZIONE

Il presente documento contiene i risultati di un'analisi desk e di una indagine diretta **dell'artigianato tipico e artistico** nella provincia di Nuoro.

In particolare, l'analisi di settore si sviluppa attraverso lo studio dei principali indicatori macroeconomici e microeconomici al fine di individuare i sotto settori potenzialmente più produttivi, nel territorio nuorese, dove realizzare eventuali nuovi investimenti con la creazione di una o più imprese, come previsto dal Progetto Pro.R.E.S.

La presente analisi sarà approfondita con ulteriori studi relativi a specifici segmenti di mercato potenzialmente interessati dalle fasi successive del Progetto, che saranno individuati sulla base sia della presente analisi settoriale sia dalle indicazioni che verranno segnalate dai partners del Progetto alla luce delle eventuali vocazioni professionali dei soggetti socialmente svantaggiati che saranno coinvolti per la creazione di una nuova attività imprenditoriale.

I settori produttivi su cui si concentrerà l'attività delle imprese da costituirsi saranno monitorati per valutarne eventuali variazioni economiche lungo tutto il periodo del Progetto.

Si ricorda che si illustreranno i risultati relativi a una indagine diretta realizzata dal **Centro Studi e Ricerche dell'API Sarda** presso un campione di 124 imprese artigiane insediate nella provincia di Nuoro e appartenenti ai vari comparti dell'artigianato tipico e artistico.

L'indagine è stata realizzata con la somministrazione di un questionario nei mesi di maggio e giugno 2005.

1) DEFINIZIONE DEL SETTORE

L'artigianato tipico e artistico comprende le imprese artigiane *le cui produzioni sono caratterizzate da una forte identità locale derivante dal fatto che le tecniche di produzione sono basate su conoscenze per la maggior parte antiche e tramandate oralmente e rappresentano un'espressione artistica della cultura e storia del territorio.*

In particolare, si considerano i seguenti comparti produttivi:

- 1) Agroalimentare
Prodotti in legno, sughero e altri
- 2) derivati
- 3) Metallifero
- 4) Oreficeria
- 5) Tessile e cestineria
- 6) Ceramica e vetro
- 7) Lavorazione pietre ornamentali

Si precisa che in questa analisi non viene preso in considerazione il settore agroalimentare, al quale è stato dedicato un'analisi specifica.

Negli ultimi anni le produzioni tipiche locali e i saperi su cui si basano costituiscono sempre più oggetto di interesse economico e politico ai diversi livelli istituzionali, come testimoniano interventi pubblici mirati a stimolare lo sviluppo locale mediante la promozione dei prodotti tipici tradizionali.

In alcune regioni, quale la Sardegna, in quanto dotate di un patrimonio artigianale fortemente caratterizzato e specifico, *le produzioni tradizionali tipiche e artistiche possono rappresentare uno dei volani dello sviluppo economico locale.*

Infatti, i saperi locali rappresentano un potenziale di sviluppo molto elevato per il territorio e costituiscono un vantaggio competitivo delle attività imprenditoriali artigiane nel soddisfare particolari esigenze dei consumatori, in particolare della domanda turistica.

La condizione cruciale per la crescita del comparto artigiano tipico e artistico è che si determini un processo di ricombinazione tra saperi tradizionali e le conoscenze innovative e codificate.

Infatti, le caratteristiche intrinseche delle produzioni comportano la limitata articolazione e diversificazione del know how da parte delle aziende artigiane tradizionali e la difficoltà di integrazione delle conoscenze tacite con elementi conoscitivi innovativi.

2) L'ARTIGIANATO IN SARDEGNA

L'artigianato rappresenta un segmento fondamentale dell'economia sarda: su 110.341 imprese attive registrate nel terzo trimestre 2005, ben 41.481 sono imprese artigiane, pari al 31% (42% il dato nazionale) del totale tessuto produttivo.

Il numero di imprese artigiane presenti nella regione è aumentato del 12% negli ultimi cinque anni (36.958 nel 2000, 41.481 nel terzo trimestre 2005).

Tale crescita è imputabile in modo particolare ai valori positivi riscontrati nel settore agricolo, nelle attività immobiliari ed informatica, nel comparto edile, nel settore alimentare e nelle industrie della lavorazione del legno.

Il ruolo cruciale che riveste l'artigianato nell'economia regionale deriva anche dal contributo delle imprese artigiane all'intero settore industriale, stimato intorno al 38% nel 2001, pari all'8% dell'intero PIL regionale.

Conferma l'importanza del settore il fatto che il comparto artigiano risulta essere uno dei pochi settori che ha sperimentato negli ultimi cinque anni un trend positivo in termini di fatturato e di valore aggiunto regionale.

In Sardegna, il settore col maggior numero di imprese artigiane è quello dell'edilizia, con oltre 14.000 unità, in crescita del 22% dal 2000, pari al 35% del sistema produttivo totale.

Segue con oltre 11.000 imprese il comparto delle produzioni alimentari e delle bevande (7,6% del totale imprese)

Consistenti anche i settori del commercio e dello smaltimento dei rifiuti (9,4%, ciascuno), dei trasporti (8,9%) e delle attività immobiliari (5,8%).

Circa la forma giuridica delle attività artigiane, a livello regionale quasi 34.000 sono ditte individuali (82%), mentre il 15% delle imprese è stato costituito come società di persone.

Residuali le società di capitali (2%), anche se sono in continua crescita (+20% rispetto al 2004) e le altre forme giuridiche (0,6%).

Le imprese artigiane in Sardegna – Dati al III trimestre 2005

Settore economico	Valori assoluti	Incidenza sul totale imprese	Incidenza sulle attività manifatturiere
Agricoltura, caccia e silvicoltura	454	1,1%	
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	3	0,0%	
Estrazione di minerali	85	0,2%	
Attività manifatturiere di cui:	11.868	28,6%	
<i>Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco</i>	3.162	7,6%	26,6%
<i>Industrie tessili</i>	308	0,7%	2,6%
<i>Confezione articoli vestiario-preparazione pellicce</i>	404	1,0%	3,4%
<i>Preparazione-concia cuoio; fabbricazione articoli viaggio</i>	96	0,2%	0,8%
<i>Industrie legno, esclusi mobili, fabbricazione in paglia</i>	1.894	4,6%	16,0%
<i>Fabbricazione pasta-carta, carta e prodotti di carta</i>	16	0,0%	0,1%
<i>Editoria, stampa e riproduzione supporti registrati</i>	406	1,0%	3,4%
<i>Fabbricazione coke, raffinerie, combustibile nucleari</i>	0	0,0%	0,0%
<i>Fabbricazione prodotti chimici e fibre sintetiche</i>	48	0,1%	0,4%
<i>Fabbricazione articoli in gomma e plastica</i>	77	0,2%	0,6%
<i>Fabbricazione prodotti lavorazione minerali non metalliferi</i>	964	2,3%	8,1%
<i>Produzione di metalli e loro leghe</i>	30	0,1%	0,3%
<i>Fabbricazione-lavorazione prodotti metallo, escluso macchine</i>	1.698	4,1%	14,3%
<i>Fabbricazione macchine ed apparecchi meccanici</i>	461	1,1%	3,9%
<i>Fabbricazione macchine-apparecchiature elettriche</i>	127	0,3%	1,1%
<i>Fabbricazione di macchine ed apparecchi elettrici n.c.a.</i>	167	0,4%	1,4%
<i>Fabbricazione di apparecchi radiotelevisi e per le comunicazioni</i>	73	0,2%	0,6%
<i>Fabbricazione apparecchi medicali-precisione e strumenti ottici</i>	581	1,4%	4,9%
<i>Fabbricazione autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</i>	11	0,0%	0,1%
<i>Fabbricazione di altri mezzi di trasporto</i>	202	0,5%	1,7%
<i>Fabbricazione mobili; altre industrie manifatturiere</i>	1.109	2,7%	9,3%
<i>Recupero e preparazione per il riciclaggio</i>	34	0,1%	0,3%
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	6	0,0%	
Costruzioni	14.612	35,2%	
Commercio e riparazioni	3.919	9,4%	
Alberghi e ristoranti	288	0,7%	
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	3.699	8,9%	
Attività finanziarie	12	0,0%	
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca e servizi alle imprese	2.416	5,8%	
Istruzione	118	0,3%	
Sanità e altri servizi sociali	34	0,1%	
Altri servizi pubblici, sociali e personali	3.879	9,4%	
Imprese non classificate	88	0,2%	
Totale imprese	41.481	100%	

Passando alla *provincia di Nuoro*, le imprese artigiane rappresentano il 29% del sistema produttivo, in crescita del 12% dal 2000.

In generale, la tipologia produttiva del tessuto economico artigiano rispecchia essenzialmente la situazione regionale.

Il settore col maggior numero di imprese artigiane rimane quello delle costruzioni (38% del sistema produttivo totale), seguono per numerosità il settore del commercio (10%) e quello delle produzioni alimentari e delle bevande (9%), che ha sperimentato una crescita media di notevole entità negli ultimi anni.

Da segnalare anche il comparto dell'industria del legno che costituisce il secondo settore delle attività manifatturiere per consistenza numerica (18%) e a seguire della fabbricazione e lavorazione di prodotti metalliferi (15%).

Si confermano rilevanti i settori dei trasporti e dello smaltimento dei rifiuti (8%, ciascuno) e della lavorazione del legno e dei similari (5%).

Le imprese artigiane nella Provincia di Nuoro – Dati al III trimestre 2005

Settore economico	Valori assoluti	Incidenza sul totale imprese	Incidenza sulle attività manifatturiere
Agricoltura, caccia e silvicoltura	84	1,1%	
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	2	0,0%	
Estrazione di minerali	22	0,3%	
Attività manifatturiere di cui:	2.256	29,6%	
<i>Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco</i>	662	8,7%	29,3%
<i>Industrie tessili</i>	66	0,9%	2,9%
<i>Confezione articoli vestiario-preparazione pellicce</i>	80	1,0%	3,5%
<i>Preparazione-concia cuoio; fabbricazione articoli viaggio</i>	23	0,3%	1,0%
<i>Industrie legno, esclusi mobili, fabbricazione in paglia</i>	398	5,2%	17,6%
<i>Fabbricazione pasta-carta, carta e prodotti di carta</i>	1	0,0%	0,0%
<i>Editoria, stampa e riproduzione supporti registrati</i>	55	0,7%	2,4%
<i>Fabbricazione coke, raffinerie, combustibile nucleari</i>	0	0,0%	0,0%
<i>Fabbricazione prodotti chimici e fibre sintetiche</i>	13	0,2%	0,6%
<i>Fabbricazione articoli in gomma e plastica</i>	10	0,1%	0,4%
<i>Fabbricazione prodotti lavorazione minerali non metalliferi</i>	234	3,1%	10,4%
<i>Produzione di metalli e loro leghe</i>	8	0,1%	0,4%
<i>Fabbricazione-lavorazione prodotti metallo, escluso macchine</i>	331	4,3%	14,7%
<i>Fabbricazione macchine ed apparecchi meccanici</i>	39	0,5%	1,7%
<i>Fabbricazione macchine-apparecchiature elettriche</i>	27	0,4%	1,2%
<i>Fabbricazione di macchine ed apparecchi elettrici n.c.a.</i>	25	0,3%	1,1%
<i>Fabbricazione di apparecchi radiotelevisi e per le comunicazioni</i>	16	0,2%	0,7%
<i>Fabbricazione apparecchi medicali-precisione e strumenti ottici</i>	78	1,0%	3,5%
<i>Fabbricazione autoveicoli, rimorchi e semirimorchi</i>	2	0,0%	0,1%
<i>Fabbricazione di altri mezzi di trasporto</i>	22	0,3%	1,0%
<i>Fabbricazione mobili; altre industrie manifatturiere</i>	158	2,1%	7,0%
<i>Recupero e preparazione per il riciclaggio</i>	8	0,1%	0,4%
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	3	0,0%	
Costruzioni	2.875	37,7%	
Commercio e riparazioni	773	10,1%	
Alberghi e ristoranti	49	0,6%	
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	601	7,9%	
Attività finanziarie	1	0,0%	
Attività imm./noleggio/infor/ricerca e servizi alle imprese	313	4,1%	
Istruzione	20	0,3%	
Sanità e altri servizi sociali	7	0,1%	
Altri servizi pubblici, sociali e personali	591	7,7%	
Imprese non classificate	33	0,4%	
Totale imprese	7.630	100%	

3) IL COMPARTO DELL'ARTIGIANATO TIPICO E ARTISTICO NELLA PROVINCIA DI NUORO: I RISULTATI DI UN'INDAGINE DIRETTA

3.1 Addetti e fatturato

Sulla base dei dati dell'indagine diretta, emerge che il sistema dell'artigianato tipico e artistico nuorese è costituito da micro imprese; infatti la dimensione media è pari a 1,5 addetti per azienda.

In particolare, nella maggioranza delle imprese (44%) è presente un solo addetto, che nella quasi totalità dei casi è lo stesso titolare.

Solo nel settore della lavorazione delle pietre ornamentali la dimensione media (3,4 addetti) supera quella aggregata.

Nei vari comparti risulta residuale la presenza di apprendisti nelle imprese (0,2 la media totale).

Altro indice importante per analizzare la dimensione delle imprese è la classe di fatturato a cui appartengono.

Anche da questo lato le imprese artigiane nuoresi risultano caratterizzarsi per le piccole dimensioni. Il 35% delle imprese ha registrato un fatturato inferiore ai 15.000 euro; un terzo rientra nella fascia dai 15.000 a 30.000 euro; il 10% ha dichiarato la classe di fatturato 30.000-40.000 euro.

Tra i dati che emergono per diversità rispetto all'omogeneità del campione, è da rilevare che 3 su 8 delle aziende appartenenti alla lavorazione delle pietre ornamentali producono un fatturato compreso tra i 100.000 e 150.000 euro.

Le aziende dell'artigianato tipico e artistico si caratterizzano, quindi, per una struttura organizzativa molto semplice in cui il titolare, nella maggior parte dei casi e nonostante una limitata formazione manageriale si occupa, in modo pressoché esclusivo, dell'organizzazione interna, della gestione del processo produttivo, dell'attività commerciale e marketing e della gestione finanziaria.

3.2 L'andamento congiunturale del comparto nel 2004 e previsioni per il 2005

Per capire le potenzialità di sviluppo del settore dell'artigianato tipico e artistico, è stato preso in esame l'andamento dei principali indicatori

della performance aziendale nel 2004 e le aspettative degli imprenditori artigiani per le stesse variabili nel corso del 2005.

In generale, l'indagine mette in evidenza che nel 2004 il tessuto artigiano delle produzioni tipiche e artistiche ha più che altro consolidato i risultati ottenuti nel processo di crescita avviato in questi ultimi anni, in seguito ad un periodo di declino economico.

Gli artigiani si mostrano cauti anche nelle aspettative per l'anno in corso, anche se i dati su fatturato, livelli produttivi e ordini fanno emergere un andamento che, se si realizzasse, sarebbe ancora favorevole.

Rispetto al 2003, nel 2004 il 28% delle aziende ha registrato un **fatturato** in crescita, il 37% lo ha mantenuto stabile e il 13% lo ha dichiarato in calo.

E' un risultato positivo che tenderebbe ad essere pressoché confermato nel corso dell'anno.

Particolarmente favorevole l'andamento dei settori della lavorazione delle pietre ornamentali e del tessile.

Infatti, nel primo comparto, circa la metà delle aziende intervistate ha dichiarato di aver registrato il fatturato in aumento e appena il 13% in diminuzione.

Il 40% delle aziende tessili ha visto aumentare il fatturato e solo il 7% lo ha registrato in diminuzione.

Passando ai **livelli produttivi**, i dati evidenziano ancora un andamento positivo: le imprese che hanno incrementato la produzione sono pari al 27% contro il 14% di quelle che ne hanno ridotto i livelli. Anche in questo caso prevale la situazione di stabilità: circa un terzo delle aziende non ha variato la produzione.

Le aspettative per il 2005 sono ancora più positive: si conferma il numero di imprese impegnate a incrementare la produzione (28%) e si riduce il numero di quelle che la diminuiranno (9%).

Le migliori performances in termini di produzione sono relative al settore della lavorazione delle pietre ornamentali, in cui la metà delle aziende ha aumentato i livelli produttivi e appena il 13% li ha diminuiti, e della lavorazione del legno-sughero, in cui il 40% e il 4% delle aziende hanno rispettivamente aumentato e diminuito la produzione.

Per quanto riguarda gli **ordini** e le **commesse**, i risultati confermano la tendenza favorevole rilevata per il fatturato e la produzione.

In particolare, circa gli ordini derivanti dal mercato locale, nel 2004 per la maggior parte delle aziende contattate (42%) sono rimasti stabili, per un terzo sono cresciuti e per il 18% sono diminuiti.

Analogo andamento positivo è stato registrato per gli ordini provenienti dal mercato provinciali e regionale, anche se in quest'ultimo caso è rilevante in misura maggiore rispetto agli ordini in ambito locale e provinciale il numero di imprese (42%) che ha segnalato l'indicatore in aumento nel 2004.

Per l'anno in corso gli artigiani intervistati hanno pressoché confermato l'andamento dell'anno precedente.

Circa gli ordini e le commesse provenienti dal mercato nazionale ed estero, le aziende che sono riuscite ad affacciarsi su mercati oltre Isola stanno consolidando la loro posizione con la prevalenza di stabilità dell'indicatore per gli anni 2004-2005.

Per quanto riguarda i singoli comparti, le imprese che hanno registrato migliori risultati sono quelle importanti ai comparti della lavorazione del legno-sughero e derivati, del metallifero e del tessile.

Positivo, ma in misura minore, l'andamento degli ordini registrato dai settori della lavorazione delle pietre ornamentali e della ceramica e vetro.

Emerge una tendenza negativa degli ordinativi tra le imprese orafe e di altri settori.

La tendenza favorevole del fatturato ha favorito un andamento positivo del **margine operativo lordo** nel 2004, con qualche segnale di miglioramento per il 2005.

Nel 2004, il 22% delle aziende lo ha registrato in aumento, il 41% lo ha dichiarato stabile e l'11% in calo (9% le previsioni per l'anno in corso).

Per quanto riguarda **l'indebitamento** complessivo rispetto al fatturato, indicatore utilizzato per valutare la gestione finanziaria delle imprese coinvolte nell'indagine, nel periodo 2004-2005, si rileva una sostanziale stabilità e risulta essere superiore il numero delle imprese che hanno dovuto fare maggiore ricorso all'indebitamento rispetto a quelle che lo hanno diminuito.

Particolarmente positivo rispetto all'andamento generale risulta la tendenza relativa al comparto della ceramica e del vetro e dei prodotti in legno.

Nel primo caso le imprese che nel 2004 hanno ridotto il livello dell'indebitamento superano quelle che lo hanno aumentato di 8 punti percentuale.

Nel secondo caso, invece il saldo tra le imprese che hanno registrato l'indicatore in aumento e quelle che lo hanno in diminuzione è pari a -4%.

In questa situazione di sostanziale crescita, almeno per quanto riguarda l'analisi dell'andamento congiunturale delle singole realtà produttive, a mantenersi rigidamente stabile è l'indicatore circa l'evoluzione del numero di **occupati** in azienda.

Infatti, nel 2004, il 57% delle imprese del comparto dell'artigianato tipico e artistico ha mantenuto stabile il numero degli addetti occupati in azienda, il 4% ha aumentato le unità occupate e solo l'1% ha ridotto l'organico.

Le previsioni per il 2005 sono relativamente migliori: il 53% prevede la stabilità del numero di occupati, il 7% intende inserire nuovi lavoratori in azienda e infine l'1% prevede di ridurre l'organico.

3.3 I mercati di sbocco

Le imprese impegnate nelle produzioni tipiche e artistiche nuoresi si presentano principalmente chiuse a mercati extra regionali.

Infatti, il 21% delle imprese del campione colloca i propri prodotti esclusivamente nel comune in cui hanno la sede e nei comuni limitrofi e la metà delle aziende intervistate è dipendente dal mercato isolano.

Da rilevare che il 29% esporta le produzioni anche sui mercati nazionale e/o estero, molto probabilmente raggiunti attraverso i flussi turistici.

I mercati di sbocco delle aziende artigiane tipiche e artistiche nuoresi

Settore produttivo	Solo area locale	Sardegna	Anche Italia e Estero	Totale
Oreficeria	36,8%	31,6%	31,6%	100,0%
Lavorazione pietre ornamentali	37,5%	62,5%	0,0%	100,0%
Ceramica e vetro	21,4%	50,0%	28,6%	100,0%
Tessile e cesteria	31,3%	31,3%	37,5%	100,0%
Prodotti in legno e sughero	14,3%	64,3%	21,4%	100,0%
Metallifero	11,1%	51,9%	37,0%	100,0%
Altro	8,3%	58,4%	33,3%	100,0%
Totale	21,0%	50,0%	29,0%	100,0%

I settori particolarmente interessati ad uscire dai confini del mercato locale per espandersi in quello regionale si sono rivelati quelli della lavorazione del legno e delle pietre ornamentali (64% e 63% rispettivamente) e altri settori (58%).

I comparti del tessile (38%), della lavorazione dei metalli (37%) e l'oreficeria (32%) mostrano una più elevata capacità di commercializzazione dei prodotti nei mercati nazionale e estero.

Per individuare nuove opportunità di crescita del comparto artigiano, si è ritenuto opportuno indagare quali sono i limiti e le potenzialità interne all'azienda in merito all'ampliamento dei mercati di sbocco.

Secondo le aziende intervistate, le principali problematiche che ostacolano l'apertura dell'impresa verso nuovi mercati sono la scarsa dotazione di risorse economico-finanziarie (36%), l'assenza di personale specializzato (30%), la difficoltà a creare consorzi o collaborazioni con altre imprese (28%) e l'inadeguatezza dell'area commerciale e marketing dell'azienda (27%).

A seguire, altri punti di debolezza evidenziati sono l'inadeguata conoscenza del mercato di destinazione (23%), la scarsa informazione sugli strumenti finanziari a disposizione delle imprese artigiane (19%), l'assenza di un marchio che attesti la qualità e l'originalità dei prodotti (13%), l'inadeguatezza dei sistemi logistici e di distribuzione (11%) e la scarsa conoscenza di lingue straniere (10%).

La peculiarità del prodotto e l'inadeguatezza dei sistemi informativi dell'impresa sono ritenuti punti di debolezza interni all'azienda solo dal 2% delle imprese intervistate.

Per quanto riguarda invece i fattori aziendali che favoriscono o favorirebbero l'apertura verso altri mercati, la peculiarità del prodotto è considerato il punto di forza principale dalla quasi totalità delle aziende (94%).

Seguono per importanza la disponibilità in azienda di personale specializzato (15%) e le adeguate risorse economico-finanziarie a disposizione (10%).

Meno rilevanti risultano la presenza in azienda di un'adeguata area commerciale e marketing (8%) e la conoscenza degli strumenti finanziari a disposizione delle imprese artigiane (7%).

Si può, quindi, affermare che il comparto artigiano tipico e artistico ha oggi come in passato come mercato di riferimento principale quello locale, sia per il collocamento dei prodotti finali che per l'approvvigionamento di materie prime.

E' poco diffusa una propensione all'apertura a mercati esterni, in quanto le aziende probabilmente non sarebbero in grado di affrontare i maggiori costi e rischi che la nuova strategia di mercato comporterebbe. Per sopperire al fatto che i prodotti tradizionali sono poco conosciuti all'esterno del mercato locale, l'azienda dovrebbe affrontare elevati costi per realizzare strategie di commercializzazione e di promozione dei prodotti. Ciò significherebbe l'acquisizione da parte dell'artigiano di competenze in materia di marketing aziendale e la riorganizzazione dei

canali di commercializzazione dell'azienda che introduca il prodotto nei nuovi mercati e ne rafforzi la presenza in quello in cui è già presente.

3.4 La propensione delle aziende agli investimenti

Per valutare la competitività delle imprese, anche in un settore produttivo come quello dell'artigianato tipico e artistico, è fondamentale la propensione dell'azienda a sviluppare nuovi investimenti materiali e/o immateriali, specialmente finalizzati all'introduzione di innovazioni di processo e/o di prodotto in azienda.

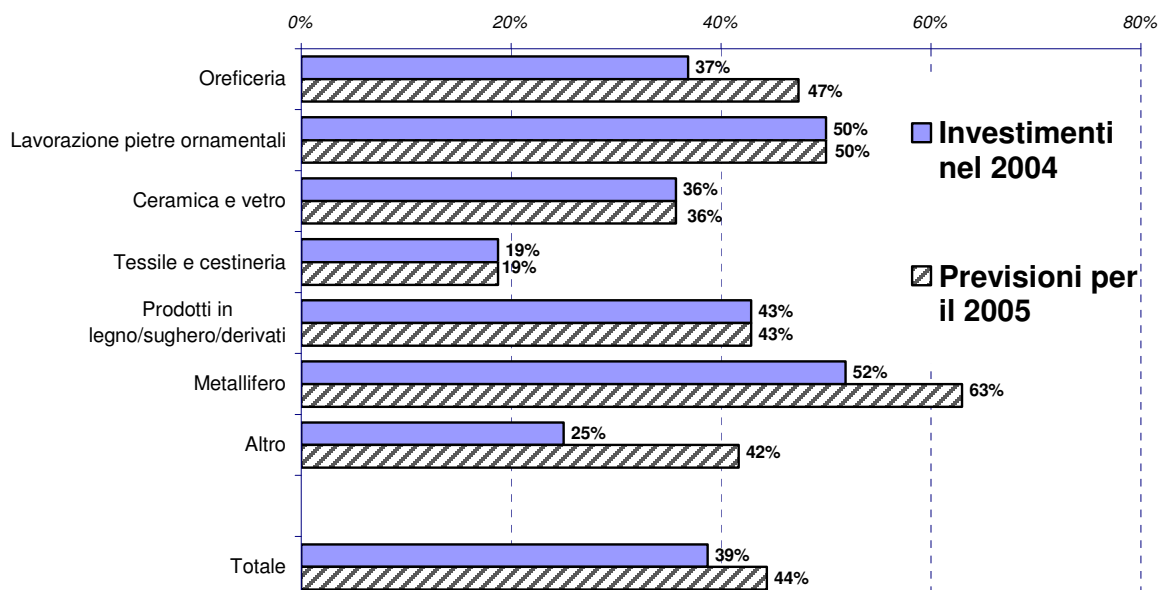
In generale, *si può affermare che le aziende impegnate nella produzione tipica e artistica non sembrano particolarmente propense alla realizzazione di investimenti materiali e/o immateriali che inseriscano attività innovative all'interno di una strategia di crescita aziendale.*

Nel 2004, il 39% delle aziende contattate ha effettuato nuovi investimenti, di queste il 60% ha investito in misura maggiore rispetto all'anno precedente.

Se le previsioni si realizzassero, nell'anno in corso il 44% degli artigiani svilupperebbe piani di investimento.

Da rilevare che quasi la metà degli intervistati ha manifestato incertezza sulle prossime strategie di investimenti da realizzarsi nel corso del 2005.

La propensione agli investimenti delle aziende artigiane tipiche e artistiche



Circa la tipologia degli investimenti realizzati, la quasi totalità delle aziende ha effettuato *investimenti materiali* (98%).

In particolare, il 68% degli investimenti riguarda l'acquisto di attrezzature, il 53% è riferito a impianti e macchinari e il 43% a terreni, fabbricati e immobili.

Meno rilevante il numero di imprese che hanno investito per il miglioramento della logistica dell'azienda con nuovi mezzi di trasporto (21%) e nella dotazione informatica aziendale (15%).

Il 37% delle aziende del comparto dell'artigianato tipico e artistico ha realizzato *investimenti immateriali*.

In particolare tali investimenti hanno riguardato soprattutto il marketing e la pubblicità (83%), effettuati da tutti i comparti ad eccezione dalle imprese impegnate nella lavorazione delle pietre ornamentali.

Seguono la creazione di marchi e la formazione delle risorse umane (17%), l'organizzazione aziendale (11%), gli studi di processo e/o di prodotto e la certificazione (6% ciascuno).

Ad aver realizzato maggiormente investimenti immateriali si sono rivelate le imprese orafe (57%) che hanno investito esclusivamente nella pubblicità dell'azienda.

Al contrario le imprese appartenenti al comparto della lavorazione di pietre ornamentali e a quello metallifero sono quelle che hanno investito in misura minore (25% e 14% rispettivamente).

3.5 Il processo produttivo

L'indagine conferma che il processo produttivo dell'azienda artigiana del comparto tipico e artistico è prevalentemente basato sul saper fare derivante da conoscenze tacite, che in media incidono per il 30% sul processo di produzione.

Gli altri fattori che contribuiscono al processo di produzione sono i seguenti per ordine di importanza: la creatività e le idee innovative di prodotto (28%); la tecnologia semplice e consolidata in azienda (18%), le competenze tecniche e organizzative (15%) e infine l'adozione di tecnologie avanzate e innovative (7%).

Non sempre, quindi, per gli artigiani il progresso tecnologico accresce la competitività dell'impresa, ma può al contrario diventare una causa di perdita di identità territoriale e di qualità. I prodotti possono restare

privi di alcune caratteristiche tradizionali che sono considerate alla base della competitività aziendale e principale punto di forza dell'impresa.

Infatti, nella ricerca di metodi di produzione alternativi a quelli tradizionali o nell'utilizzo di macchine che permettono di ridurre i costi e aumentano la produttività si presenta il rischio di offrire un prodotto a prezzi più bassi ma non più artigianale e tipico del territorio.

Sembrerebbe quindi che l'artigianalità e la tipicità di una produzione sia più legata al fatto che l'artigiano la produca con processi tradizionali che alla forma e ai contenuti insiti nel prodotto in sé.

La tendenza generale è, quindi, un graduale flusso di nuove conoscenze che comportano microinnovazioni specialmente di prodotto, determinate dalla specifica richiesta dei consumatori locali, con cui l'artigiano ha un rapporto diretto e di fiducia (come nel caso della lavorazione dell'oro e dei prodotti tessili o della cestineria).

L'adozione di nuove conoscenze si riferisce specialmente all'utilizzo di nuovi materiali e si applica alle strategie legate al marketing per una più avanzata commercializzazione mediante l'introduzione di nuove decorazioni o di modifiche delle forme o delle dimensioni delle produzioni.

Per quanto riguarda il processo produttivo, l'artigiano preferisce continuare a ricorrere alle tecnologie semplici e consolidate nel tempo. Nella maggioranza dei casi, questo fatto comporta che le produzioni tipiche, basate prevalentemente sul lavoro manuale, siano opposte alle produzioni standardizzate per la massa a prezzi bassi e, quindi, destinate a mercati di nicchia dove la quantità richiesta e, di conseguenza prodotta, è relativamente limitata.

Al fine di introdurre innovazioni di processo e/o di prodotto, considerata la peculiarità dei prodotti dell'artigianato tipico e artistico, le aziende valutano importante lo scambio di conoscenza/sapere/saper fare con altre imprese artigiane.

Il 60% del campione lo ritiene molto utile, per il 29% lo scambio di esperienze lavorative è abbastanza importante e appena il 10% lo ritiene poco o per nulla importante.

3.6 La propensione delle aziende ad innovare

Nell'ambito della ricerca API Sarda, è stata realizzata una fase di indagine mirata ad approfondire la propensione all'innovazione di processo e/o di prodotto delle imprese appartenenti al comparto

dell'artigianato tipico e artistico e individuare la loro percezione della posizione sul mercato interno ed esterno da loro acquisita.

La ricerca ha coinvolto un campione di 40 imprese insediate nella provincia di Nuoro, selezionando gli artigiani che si sono rivelate più dinamiche e hanno dimostrato una maggiore capacità innovativa rispetto alla tendenza generale del settore.

Dai risultati è emerso che il 63% delle aziende ha modificato con innovazioni il proprio processo produttivo.

Il principale motivo viene indicato nella volontà di ridurre i tempi di produzione e incrementare i livelli produttivi (44%).

Strettamente connessa è un'ulteriore motivazione indicata spontaneamente dall'8% degli intervistati: la volontà di ridurre i costi di produzione.

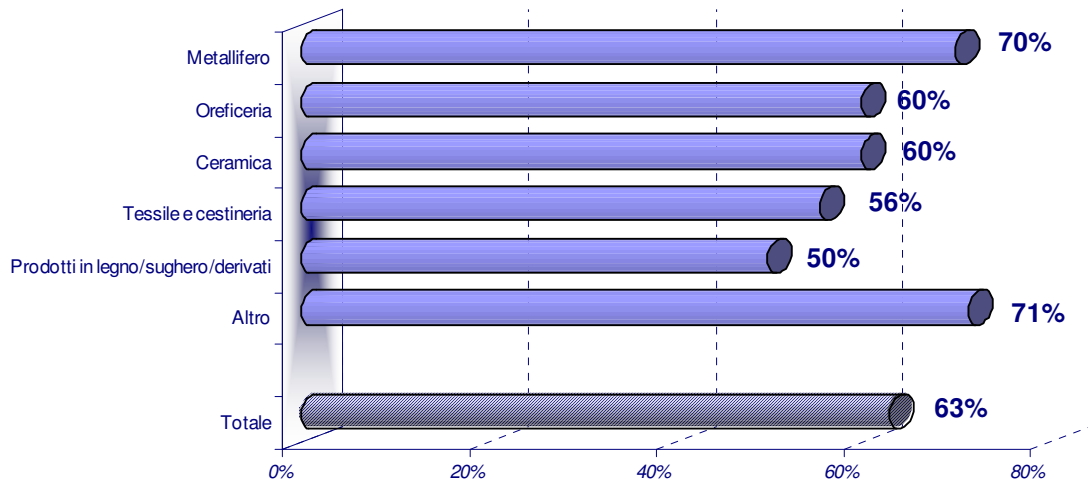
Inoltre, più in generale il 32% del sotto campione selezionato tra le imprese più dinamiche indica nell'innovazione di processo una delle principali vie per restare sul mercato, con ciò probabilmente indicando la necessità di sviluppare innovazioni organizzative e della gestione commerciale, oltre che più specificamente inerenti le tecnologie utilizzate per la produzione.

Infine, il 16% degli artigiani del campione reputa fondamentale innovare i processi al fine di migliorare la qualità delle produzioni e ampliarne la gamma.

L'analisi per settori mette in evidenza che le imprese metallifere e quelle appartenenti ad altri settori si sono dichiarate le più innovative rispetto agli altri comparti (70% e 71% rispettivamente).

Se la tendenza generale è quella dell'adozione di tecniche di produzione innovative, restano comunque ancora numerosi gli imprenditori artigiani (37%) che non apportano alcun cambiamento nel processo produttivo. Il motivo di tale scelta sarebbe da ricondurre alla convinzione che solo con l'adozione di tecnologie semplici e consolidate in azienda possono conservare l'originalità del prodotto e dare spazio alla creatività.

Le aziende che innovano il processo di produzione



Altrettanto diffusa rispetto all'innovazione dei metodi di produzione è la tendenza da parte delle aziende dell'artigianato tipico e artistico, rientranti in questo sotto campione più dinamico, ad apportare cambiamenti nelle proprie produzioni in termini di qualità e di nuovi prodotti.

Infatti, il 58% delle aziende contattate ha sviluppato innovazioni di prodotto.

Tra le imprese maggiormente innovative emergono quelle appartenenti al comparto della ceramica e le orafe (80% ciascuno), probabilmente perché è maggiore la diversità delle richieste da parte degli acquirenti e la peculiarità dei prodotti favorisce nuove forme, colori e dimensioni delle produzioni.

Al contrario si rivelano meno innovative le imprese tessili, in quanto particolarmente attente a conservare la tipicità dei manufatti, oltre che le tecniche produttive tradizionali.

La motivazione principale che ha spinto ad innovare le produzioni è di natura commerciale.

Ciò dimostrerebbe che il maggior dinamismo sui mercati delle micro imprese artigiane contattate è spesso causa ed effetto dell'acquisizione di elementi di innovazione tanto di processo quanto di prodotto.

Le aziende hanno sviluppato specialmente micro innovazioni di prodotto per incrementare la produzione e ridurre i prezzi al fine di soddisfare

una più ampia domanda, probabilmente quella turistica oltre a quella locale e di nicchia (87%).

Anche in questo ambito, sono presenti, pur se in misura residuale, gli artigiani che considerano l'innovazione l'unica strada per lo sviluppo e la crescita dell'azienda (13%).

Per quanto riguarda le imprese che non apportano innovazioni di prodotto, la motivazione principale di questa scelta viene ricondotta al fatto che l'innovazione contrasterebbe con la tipicità delle produzioni (59%).

Inferiore è la percentuale delle imprese che non innovano in quanto non interessate ad un aumento della produzione e delle vendite in seguito ad una migliore commercializzazione (29%).

Esisterebbe una tendenza da un lato ad introdurre innovazione nelle tecniche di produzione al fine di aumentare i livelli produttivi a minor costo e quindi proporre minori prezzi per soddisfare diverse richieste di mercato.

Dall'altro lato sarebbe evidente una tendenza ad innovare il prodotto nella maggior parte dei casi attraverso piccoli cambiamenti e non innovazioni radicali, che migliorerebbero la commercializzazione delle produzioni e risponderebbero con una più vasta gamma alle esigenze della domanda più ampia.

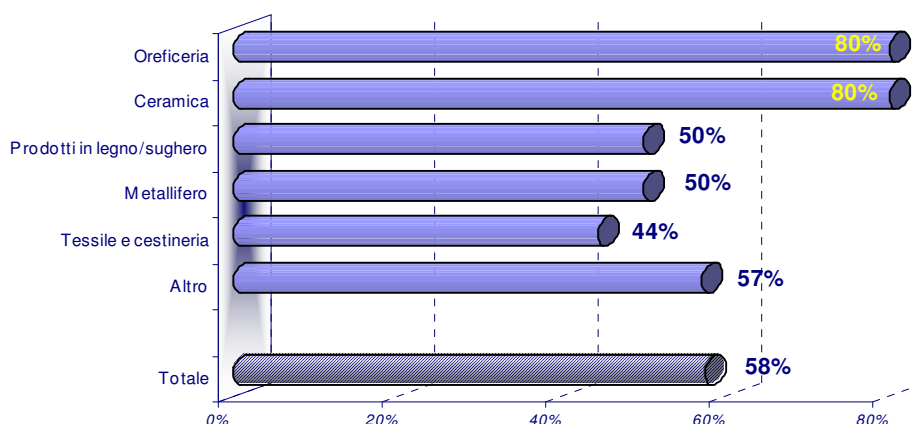
Questo tipo di spinta innovativa quanto di prodotto che di processo sembra essere più derivante dagli input di mercato (domanda) che dall'attivazione di processi di ricerca e sviluppo compiuti dalle imprese (offerta).

Va anche sottolineato che le imprese hanno sviluppato questa propensione all'innovazione nella maggior parte dei casi senza attivare alcuna forma di confronto e comunicazione tra loro.

Il 70% degli artigiani selezionati per il loro dinamismo non ha stretto alcun rapporto con gli altri operatori dello stesso comparto presenti nella zona. Il motivo principale è che non ci sono mai state né l'opportunità né il tempo di organizzazione degli incontri (68%).

Tra le imprese selezionate che non hanno sviluppato alcuna innovazione, in genere si evidenzia la convinzione che l'innovazione è causa di perdita delle caratteristiche qualitative delle produzioni tradizionali e delle loro tipicità, considerata unico vantaggio competitivo dell'azienda.

Le aziende che innovano il prodotto



3.7 La soddisfazione delle imprese artigiane rispetto ai mercati conquistati

Per capire le potenzialità di sviluppo delle produzioni tipiche e artistiche del territorio nuorese, si ritiene opportuno capire il livello di soddisfazione delle imprese artigiane circa la propria presenza sul mercato regionale ed esterno all'Isola, considerata la peculiarità dei propri prodotti.

Il 45% delle aziende si dichiara soddisfatto del proprio successo sul mercato isolano.

Decisamente inferiore la percentuale delle aziende presenti sui mercati extraregionali che non ritengono di aver ottenuto adeguati risultati commerciali rispetto alla tipicità delle proprie produzioni (32%).

La base dell'insoddisfazione delle aziende artigiane, rispetto alla loro presenza sui mercati esterni a quello locale, è da cercare nell'inadeguatezza dell'area commerciale e marketing dell'azienda e delle tecniche di produzione utilizzate (33% ciascuno), nelle scarse opportunità e/o nel mancato interesse a potenziare la presenza su questi mercati (25%) e nell'assenza di personale qualificato che si occupi della promozione e della commercializzazione dei prodotti in mercati oltre isola (17%).

I comparti maggiormente soddisfatti della propria posizione sui mercati regionale ed extraregionale sono l'oreficeria e il metallifero.

Le aziende del tessile e della ceramica sono invece quelle che maggiormente ritengono inadeguato il proprio successo su questi mercati rispetto alla peculiarità dei prodotti.

Soddisfazione dell'azienda rispetto al successo sui mercati di sbocco

Settore produttivo	Rispetto al mercato regionale	Rispetto al mercato extra regionale
Oreficeria	60%	50%
Ceramica	40%	0%
Tessile e cestineria	22%	25%
Prodotti in legno/sughero/derivati	25%	25%
Metallifero	50%	60%
Altro	71%	25%
Totale	45%	32%

Infine, è stato preso in considerazione il livello di soddisfazione delle imprese artigiane contattate in relazione alle vendite realizzate presso i turisti che visitano la Sardegna. Questo dato è funzionale all'individuazione del livello di integrazione esistente tra il settore dell'artigianato tipico e artistico e il turismo.

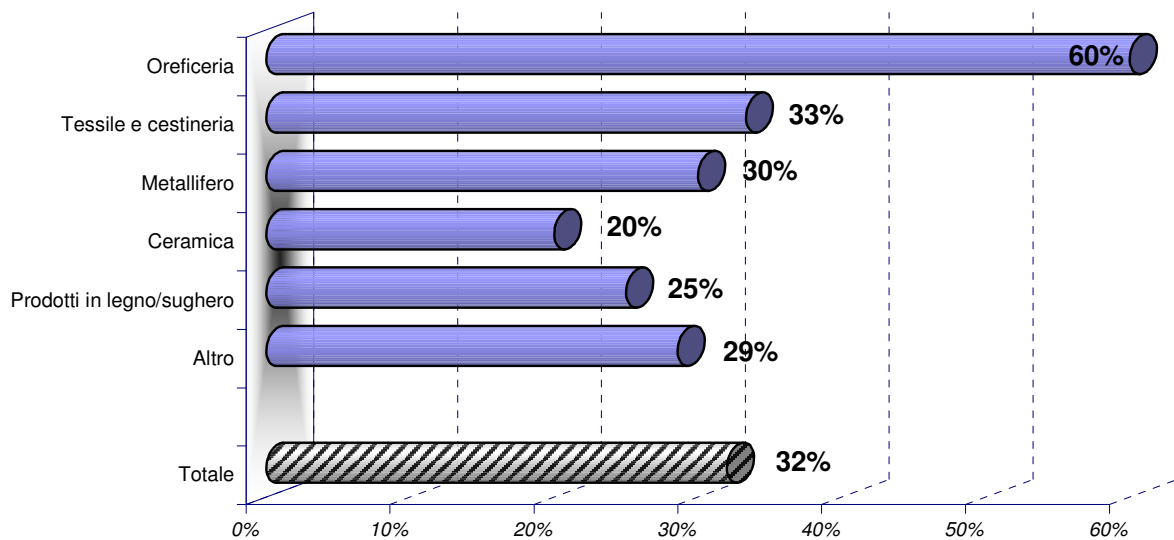
Considerata la peculiarità del prodotto, il 32% delle aziende ritiene soddisfacente l'apprezzamento delle proprie produzioni da parte della domanda turistica, contro il 58% che invece non ritiene adeguato il livello di vendite realizzato nell'ambito dei flussi turistici.

Da rilevare che il 10% degli intervistati non sa dare una valutazione in merito.

Il successo delle produzioni tradizionali è dettato principalmente dalla peculiarità del prodotto, unico o quasi punto di forza dell'azienda (46%). Infatti, i turisti esprimono una forte preferenza per i prodotti tipici locali in quanto manifestano un generale interesse a conoscere la cultura e le tradizioni dei territori che visitano.

Per il 23% delle aziende i risultati soddisfacenti ottenuti con il mercato turistico sono da attribuire ad un efficiente piano di marketing e a adeguate strategie di commercializzazione.

Per il residuale 15% del campione incide positivamente la soddisfacente presenza di turisti nell'area.

Soddisfazione delle aziende rispetto al livello di vendite presso i turisti

Circa le cause dell'insoddisfazione delle vendite ai turisti, la principale è la carenza di presenze (48%), l'inadeguatezza dell'area commerciale e marketing (22%) e la peculiarità del prodotto poco apprezzata dai turisti e la concorrenza sleale derivante dalla contraffazione che propone sul mercato prodotti simili realizzati a prezzi inferiori (13% ciascuno).

4 CONSIDERAZIONI GENERALI

Dalla lettura incrociata dell'analisi realizzata dal Centro Studi e Ricerche dell'API Sarda e di una ricerca a cura del Crenos¹, si possono evidenziare le principali caratteristiche dell'artigianato tipico e artistico nel territorio nuorese:

- ☒ *polverizzazione in quasi tutti i sotto settori del comparto tipico e artistico.* Le imprese nuoresi sono di piccolissime dimensioni e nella maggior parte dei casi sono costituite da un solo addetto. Questo fatto comporta per l'azienda una struttura organizzativa, produttiva e commerciale molto semplice. Infatti, nella quasi totalità dei casi è presente solo il titolare che si occupa, in modo pressoché esclusivo, dell'azienda dall'organizzazione alla gestione finanziaria.
- ☒ *prevalenza della natura familiare dell'impresa,* con scarsa diffusione degli scambi di conoscenze tecnico-produttive al di fuori dell'ambito familiare.
- ☒ *discreta crescita del comparto artigiano tipico e artistico nuorese* e consolidamento di alcune variabili aziendali (fatturato, utile, livelli produttivi).
- ☒ *generale frammentazione* del comparto artigiano tipico e artistico nel territorio nuorese: le aziende operano come organizzazioni chiuse e si rivelano essenzialmente poco propense a collaborare con aziende locali dello stesso settore. Questa situazione comporta una scarsa diffusione delle conoscenze e maggiori difficoltà nei rapporti con il mercato locale.
- ☒ *consapevolezza da parte degli artigiani nuoresi della necessità di sviluppare strategie per la promozione e la commercializzazione* delle produzioni tipiche e artistiche al fine di consolidare la loro posizione sul mercato nel quale sono presenti e per raggiungere nuovi mercati.
- ☒ *dipendenza da mercati locali o per lo più regionali.* La prevalenza delle imprese preferisce non rivolgersi a mercati più ampi a favore di una strategia di nicchia sul mercato locale. Tale dipendenza, inoltre, non favorisce una crescita delle produzioni, considerare la domanda limitata dei consumatori locali.
- ☒ *ampia diffusione nel comparto artigianale tipico e artistico nuorese di processi produttivi basati prevalentemente sul lavoro manuale e su tecniche produttive tradizionali.*
- ☒ *una qualche capacità innovativa tra gli artigiani più dinamici,* i quali introducono innovazioni di processo e/o di prodotto in

¹ Saperi locali, innovazione tecnologica e sviluppo economico. Indagine su un campione di imprese sarde. (Crenos – Università degli Studi di Cagliari, 2000)

seguito a precisi input di mercato (domanda) piuttosto che dalla volontà di attivare processi di ricerca e sviluppo (offerta).

Nonostante il livello tecnologico interno all'azienda non sia particolarmente elevato, un certo numero di imprese ha sostituito le tecnologie di produzione tradizionali con altre più meccanizzate.

Dal lato del prodotto, emerge la tendenza da parte degli artigiani più innovativi a adottare piccole innovazioni di prodotto per migliorare la commercializzazione delle produzioni e poter aumentare la capacità di soddisfare diverse esigenze derivanti da una più ampia domanda, probabilmente quella turistica oltre a quella locale.

Si può concludere, quindi, che i margini di sviluppo del comparto artigiano tipico e artistico nuorese sarebbero decisamente elevati sia con l'espansione nei mercati interno ed esterno sia con la domanda turistica. L'insoddisfacente presenza su questi mercati è dovuta alla incapacità delle aziende di sviluppare piani strategici di commercializzazione e marketing da realizzare nel breve e nel medio periodo.

Gli artigiani sono in generale consapevoli che la peculiarità delle loro produzioni rappresenta il principale vantaggio competitivo dell'azienda. Nello stesso tempo però la tipicità e la tecnologia di processo semplice comportano alti costi di produzione, una bassa propensione all'innovazione, bassi livelli produttivi e prezzi di vendita medio-alti.

Le aziende artigiane tipiche e artistiche nuoresi non riescono quindi a soddisfare le diverse esigenze della domanda oramai presenti sul mercato anche grazie ai flussi turistici.

Quest'ultima costituisce una potenziale domanda molto significativa che però tende a rivolgersi a produzioni non originali e a minor costo, probabilmente anche a causa di una inadeguata promozione e commercializzazione dei prodotti originali e di qualità.

In questo scenario la domanda turistica rappresenta una soluzione alla ristretta domanda dei consumatori locali in quanto costituisce una importante fonte di domanda che stimola l'adozione di strategie aziendali mirate all'incremento della competitività aziendale.

La domanda turistica esprime una diversificazione delle esigenze e dei gusti della clientela che spinge le aziende artigiane a modernizzare il processo produttivo con tecnologie più evolute e ampliare la gamma delle produzioni tipiche e artistiche.

La scelta aziendale di rivolgersi al mercato turistico comporta inoltre investimenti meno ingenti di quelli necessari per affrontare direttamente i mercati esterni a quello locale con propri canali distributivi.

Il potenziale sviluppo economico dell'artigianato tipico e artistico è favorito anche dal fatto che, data la rilevanza assunta nell'ambito del tessuto economico regionale e a fronte delle difficoltà strutturali che indeboliscono il comparto, la Regione Sardegna ha previsto una serie di interventi finalizzati da una lato ad una crescita solida ed equilibrata sia sotto il profilo quantitativo che qualitativo, dall'altro a far divenire il sistema complessivo dell'artigianato parte attiva d un processo di integrazione con gli altri settori produttivi ad esso funzionali.

Il consolidamento dell'impresa artigiana deriverà prioritariamente attraverso la ridefinizione del principale strumento normativo di settore, la L.R. n. 51/93, con l'introduzione di una procedura a sportello, riferita agli investimenti di minor rilievo, in aggiunta all'usuale bando di assegnazione delle risorse.

Al fine di aumentare la competitività delle aziende artigiane, lo strumento di incentivazione privilegerà l'impiego di nuove tecnologie e l'ottenimento di certificazioni di prodotto e/o di processo, le iniziative mirate all'aggregazione di imprese e le attività innovative di commercializzazione.

Inoltre, si intende rivisitare il ruolo assunto dall'Istituto Sardo Organizzazione Lavoro Artigiano (I.S.O.L.A.) con il potenziamento delle competenze in materia di assistenza tecnico-artistica e di promozione a favore delle imprese artigiane tipiche e artistiche.

I Centri Pilota opereranno nell'ambito della sperimentazione, della formazione e dell'aggiornamento oltre che in qualità di incubatori d'impresa.

Infine, rientra tra le politiche a favore del comparto tipico e artistico la rivitalizzazione del "marchio d'origine" istituito con la L.R. n. 14/84 per garantire la tutela delle produzioni locali originali e contrasti il fenomeno della contraffazione e del sommerso, che ha raggiunto livelli oramai insostenibili.