

### 3. PROCESSI DI SVILUPPO DI ECOSISTEMI TERRITORIALI IN VENETO: IL CASO DELLA MECCANICA<sup>1</sup>



#### 3.1 Introduzione

Per ecosistema territoriale si intende solitamente l'insieme di relazioni e dinamiche tra loro in equilibrio fra un sistema ambientale ed una società umana<sup>2</sup>. La società umana modifica e usa l'ambiente in cui si trova in modi diversi creando strutture evolute necessarie al suo stesso progresso, riuscendo così a svilupparsi culturalmente e a generare un sistema, spesso complesso, di relazioni e conoscenze, che ne caratterizza anche lo sviluppo economico e lo stesso grado di innovazione.

La riduzione dell'impatto delle attività produttive sull'ambiente è stata, negli ultimi anni, uno dei temi maggiormente indagati, anche con strumenti diversi, che hanno portato all'adozione di politiche nazionali mirate, con il merito di rilanciare alcuni settori e di porre il tema del risparmio e dell'economia circolare al centro del dibattito. È comunque innegabile che negli ultimi tempi l'argomento abbia acquistato sempre più importanza sia a livello europeo e nazionale che fra le nostre imprese.

Non si tratta solo del mutato atteggiamento di alcuni imprenditori illuminati ed attenti all'ambiente, mossi da una personale sensibilità svincolata dall'applicazione della normativa cogente. Ma anche, se pur lentamente, sembra emergere una presa di coscienza generalizzata dell'importanza, anche economica, della riduzione dei consumi che si riflette su una chiara riduzione dei costi, dell'uso di certificazioni come promozione sia del proprio prodotto che del processo aziendale o ancora degli investimenti in innovazione al fine di migliorare l'impatto ambientale e parallelamente il fatturato.

Alcuni settori manifatturieri, come quello del legno-arredo, sono attivi da tempo nella riduzione dell'impatto ambientale sugli ecosistemi territoriali. Se inizialmente sembrava essere un meccanismo utilizzato solamente per migliorare l'immagine aziendale, con il tempo le stesse aziende del comparto hanno investito per diventare "green", dimostrando che questa caratteristica è un driver per la competitività, l'accesso a nuovi mercati e, al contempo, lo sviluppo di quelli già consolidati.

Per tali ragioni, Unioncamere Veneto, nell'ambito delle attività di potenziamento delle attività sugli osservatori dell'economia locale e diffusione dell'informazione economica, ha ritenuto opportuno avviare una ricerca sullo sviluppo sostenibile dei sistemi socio-economici territoriali, partendo dal monitoraggio dei processi innovativi, come ad esempio la riduzione dell'impatto delle attività produttive sull'ambiente e i loro effetti sulla competitività aziendale. Grazie alla collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, che ha tra le sue specificità l'analisi e lo studio delle dinamiche territoriali e dei fenomeni macroeconomici, Unioncamere Veneto ha progettato e realizzato un'indagine campionaria, con l'obiettivo di analizzare tali processi nel comparto della meccanica/meccatronica, che rappresenta uno dei settori manifatturieri più rilevanti dell'economia regionale<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> A cura di Daniela Fontana e Lisa Maran, Istituto Guglielmo Tagliacarne.

<sup>2</sup> Tale definizione discende da quella formulata da Claudio Saragosa, che definisce ecosistema territoriale "quell'insieme di relazioni fra un sistema ambientale ed una società umana, che, organizzata anche con strutture urbane evolute, trova in quel sistema ambientale la gran parte delle risorse fondamentali per la vita, sviluppandosi culturalmente e producendo un sistema di relazioni, simboli, conoscenze", per la quale si rinvia a Saragosa C. (2001), "L'Ecosistema Territoriale e la sua base ambientale" in Magnaghi A. (a cura di), *Rappresentare i luoghi: metodi e tecniche*, Alinea, Firenze. Per una definizione analitica di ecosistema territoriale si rinvia comunque a Saragosa C. (1990), "L'ecosistema territoriale: verso il progetto ecologico dell'insediamento umano, in Magnaghi A. (a cura di), *Il territorio dell'abitare. Lo sviluppo locale come alternativa strategica*, Franco Angeli, Milano.

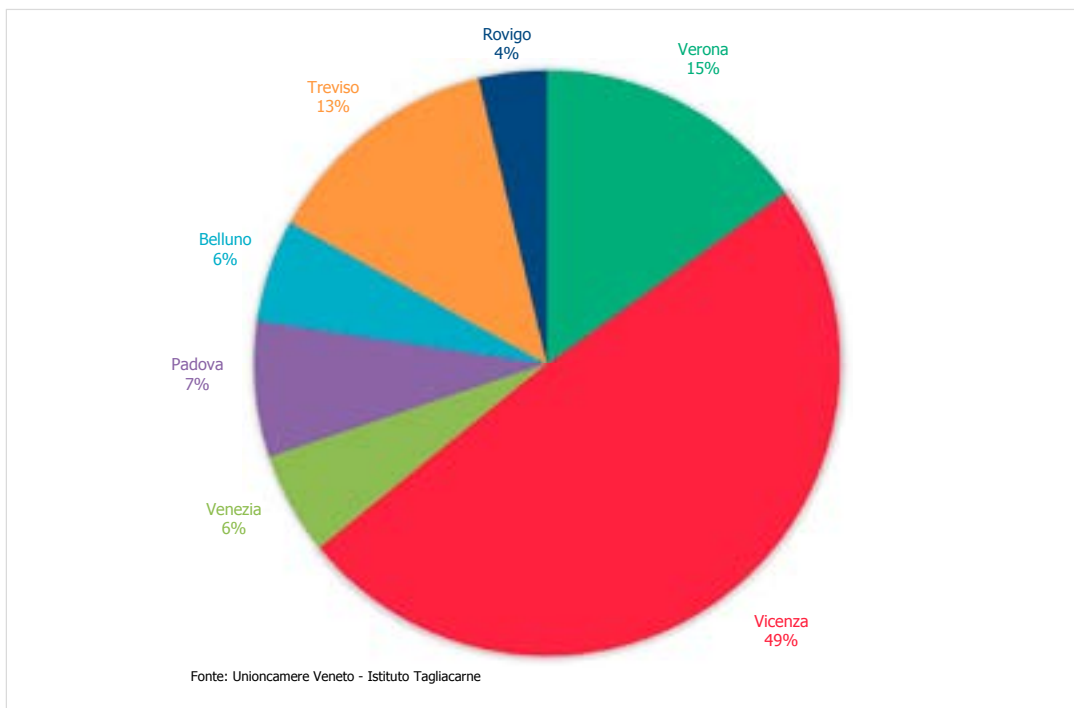
<sup>3</sup> Tale settore rappresenta un asset fondamentale e caratterizzante del nostro made in Italy. Secondo i dati elaborati dal Centro

### 3.2. Struttura del campione e dinamiche congiunturali

L'indagine, che si è svolta tra ottobre 2015 e gennaio 2016, ha coinvolto 53 imprese del comparto della meccanica/meccatronica attive in Veneto selezionate sulla base di un campione a scelta ragionata<sup>4</sup> composto da circa 150 imprese. Alle imprese contattate via mail o per telefono, che hanno accettato volontariamente di collaborare all'indagine, è stato somministrato un breve questionario strutturato che è stato compilato mediante intervista telefonica o restituito via mail al mittente<sup>5</sup>. L'indagine ha riguardato tutte le province anche se con pesi percentuali diversi: con il 49 per cento delle aziende intervistate Vicenza è la provincia più rappresentata, seguita da Verona con il 15 per cento delle aziende partecipanti e da Treviso con il 13 per cento.

Sotto il profilo della composizione della *governance* la quasi totalità delle imprese è a gestione familiare con il titolare storico ancora alla guida, un dato che conferma quanto in Veneto sia ancora molto rilevante l'impresa familiare, anche nel caso di aziende di grandi dimensioni e con relazioni internazionali importanti. Dall'indagine è emerso che il sistema regionale delle piccole e medie imprese (PMI) sia comunque appetibile per aziende e gruppi multinazionali che hanno una *governance* estera e che le criticità associate alla fase di cambio generazionale renda gli imprenditori disponibili, molto più che in passato, a valutare un eventuale passaggio di proprietà.

**Grafico 3.1** - Veneto. Distribuzione delle imprese intervistate per provincia di localizzazione. Anno 2015



Studi di Unioncamere Veneto, il comparto della meccanica-meccatronica rappresenta il 40 per cento del totale delle imprese manifatturiere attive in Veneto (52.658 a fine 2015).

<sup>4</sup> Si parla di campione non casuale o a scelta ragionata, quando le unità sono selezionate con criteri non probabilistici, ma in modo razionale sulla base di alcune loro caratteristiche. Si utilizza quando l'ampiezza del campione è limitata e quando le unità da campionare sono più facilmente accessibili o per ragioni di costo.

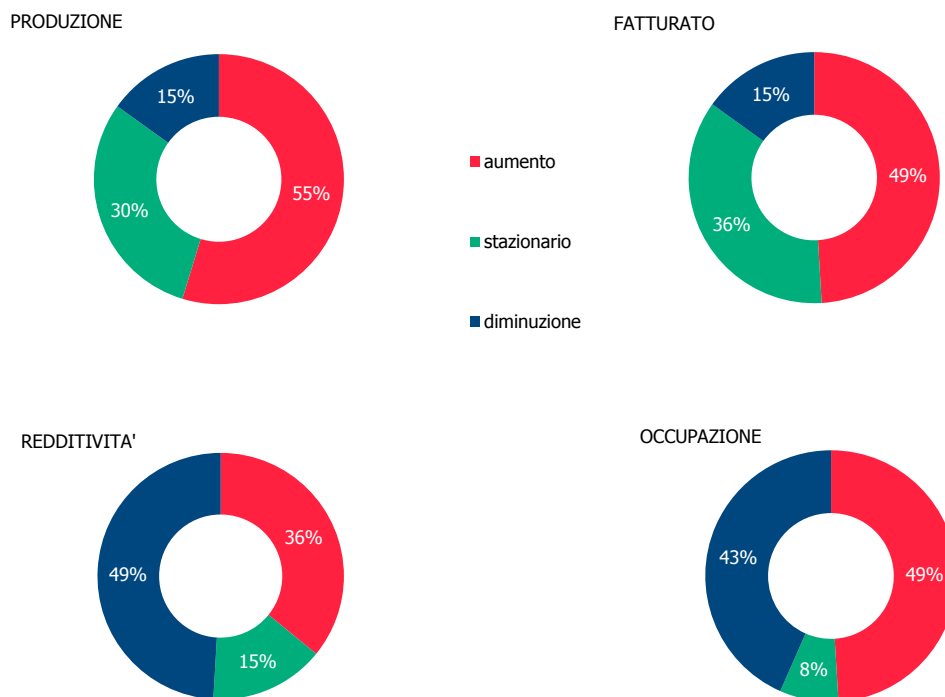
<sup>5</sup> I soggetti intermediari a livello locale hanno svolto un ruolo determinante nel coinvolgimento delle aziende, in particolare quello del distretto della meccatronica di Vicenza, che si è fatto parte attiva per interessare le aziende associate.

In termini di fatturato aziendale, circa l'80 per cento delle imprese ha dichiarato un valore superiore al milione di euro. Di queste il 27 per cento ha fatturato tra 1 e 2 milioni di euro, il 44 per cento tra 2 e 10 milioni, il 23 per cento tra 10 e 50 milioni, il 6 per cento sopra i 50 milioni.

Il campione è composto prevalentemente da imprese di produzione e vendita di beni strumentali (macchinari) o beni finali (prodotti finiti), e la maggior parte svolgono internamente anche la fase di progettazione: negli ultimi anni le aziende hanno creato un rapporto di subfornitura strutturato, diventando "l'ufficio tecnico" dei propri clienti. Come vedremo la maggior parte delle innovazioni viene sviluppata negli uffici di progettazione, vere fucine di idee e di stimoli progettuali.

Rispetto alle risultante emerse nel Rapporto 2016 PMI Centro – Nord<sup>6</sup>, le prospettive delle imprese intervistate appaiono più favorevoli: circa la metà delle imprese coinvolte hanno previsto per il 2015 un sensibile aumento della produzione e del fatturato rispetto all'anno precedente, con una redditività stazionaria o in diminuzione, ascrivibile alla dinamica occupazionale, che è rimasta invariata o crescente. Quest'ultimo elemento potrebbe spiegare in parte il trend riflessivo della redditività, dovuto anche a fattori legati alla difficile ulteriore compressione dei costi di produzione e alla richiesta di riduzione dei margini per mantenere i livelli di competitività dei competitor stranieri.

**Grafico 3.2** - Veneto. Andamenti dei principali indicatori economici previsti dalle imprese intervistate per il 2015.



Fonte: Unioncamere Veneto - Istituto Tagliacarne

<sup>6</sup> Cfr. Confindustria e Cerved (2016) (a cura di), *Rapporto PMI Centro-Nord*.

Per quanto riguarda la propensione all'export, più dell'80 per cento delle imprese intervistate vende abitualmente i propri prodotti all'estero, rivolgendosi sia ai mercati UE che extra UE<sup>7</sup>. Per la maggior parte degli intervistati il fatturato estero supera il 30 per cento del fatturato aziendale, che conferma quanto le imprese della meccanica/meccatronica siano molto internazionalizzate sotto il profilo commerciale ma anche produttivo, spesso nel ruolo sia di fornitori di componenti nelle filiere dell'automotive e dell'elettrodomestico che di clienti di soluzioni tecnologiche, sviluppate da aziende per la maggior parte straniere.

Per quasi la metà delle aziende nel 2015 l'andamento delle esportazioni è risultato stazionario rispetto al 2014 e oltre il 50 per cento ha dichiarato che nel prossimo futuro intende investire verso nuovi mercati, anche extra UE. Le difficoltà che le imprese lamentano nelle attività di esportazione dei propri prodotti sono principalmente tre: dimensione non adeguata dell'impresa, problematicità legate ai rischi politici e ai dazi, peggioramento della competitività della struttura dovuto al difficile contenimento dei costi di produzione. Oltre il 10 per cento delle aziende che esportano invece non lamentano alcuna difficoltà nelle attività di vendita all'estero. Circa un terzo delle aziende intervistate utilizza attività di esportazione diretta<sup>8</sup>, mentre poco meno di un terzo affianca all'attività di esportazione diretta una propria rete commerciale all'estero.

Il 20 per cento delle aziende non si rivolge ai mercati esteri ma concentra la vendita dei propri prodotti esclusivamente sul mercato nazionale. La quasi totalità ha un sito internet aziendale sempre aggiornato, nemmeno un 10 per cento però gestisce le attività di e-commerce direttamente dal proprio sito ma utilizza portali esterni.

### 3.3 La sostenibilità ambientale e sociale

Il primo tema chiave di indagine ha riguardato la sostenibilità ambientale, un tema tanto attuale quanto complesso da approcciare a causa dell'ampia gamma di metodi di misurazione, della difficoltà di ottenere dati di dettaglio e della scarsa cultura d'impresa nell'affrontare la questione, sebbene negli ultimi anni la sensibilità e l'impegno sui temi dello sviluppo sostenibile sia cresciuta anche nelle aziende della meccanica/meccatronica.

Con riferimento al sistema di gestione certificato, le aziende hanno dichiarato di utilizzare per la maggior parte ISO 9001 e ISO 3834. In merito alle certificazioni di prodotto vengono replicate le indicazioni relative alle certificazioni ISO 9001 e 14001. Il 25 per cento delle imprese è in possesso dell'ISO 14001, un dato senza dubbio molto indicativo, che conferma una spiccata propensione del settore alle certificazioni ambientali, in linea con il resto del Paese. Secondo quanto riportato nel rapporto Symbola-Cloros infatti l'Italia con oltre 24 mila certificazioni è il secondo Paese al mondo per numero di certificati ISO 14001, dopo la Cina (105 mila)<sup>9</sup>.

Nel periodo 2009–2013, sempre secondo il rapporto, le imprese certificate hanno aumentato il fatturato mediamente del 3,5 per cento, a fronte del 2 per cento delle imprese non certificate, consegnando alle

<sup>7</sup> Il fatto che la destinazione dell'export riguardi indifferentemente mercato "domestico" (UE) e internazionale dimostra che le imprese esportatrici non hanno una propensione all'export legata principalmente a fattori culturali e di competenze interne.

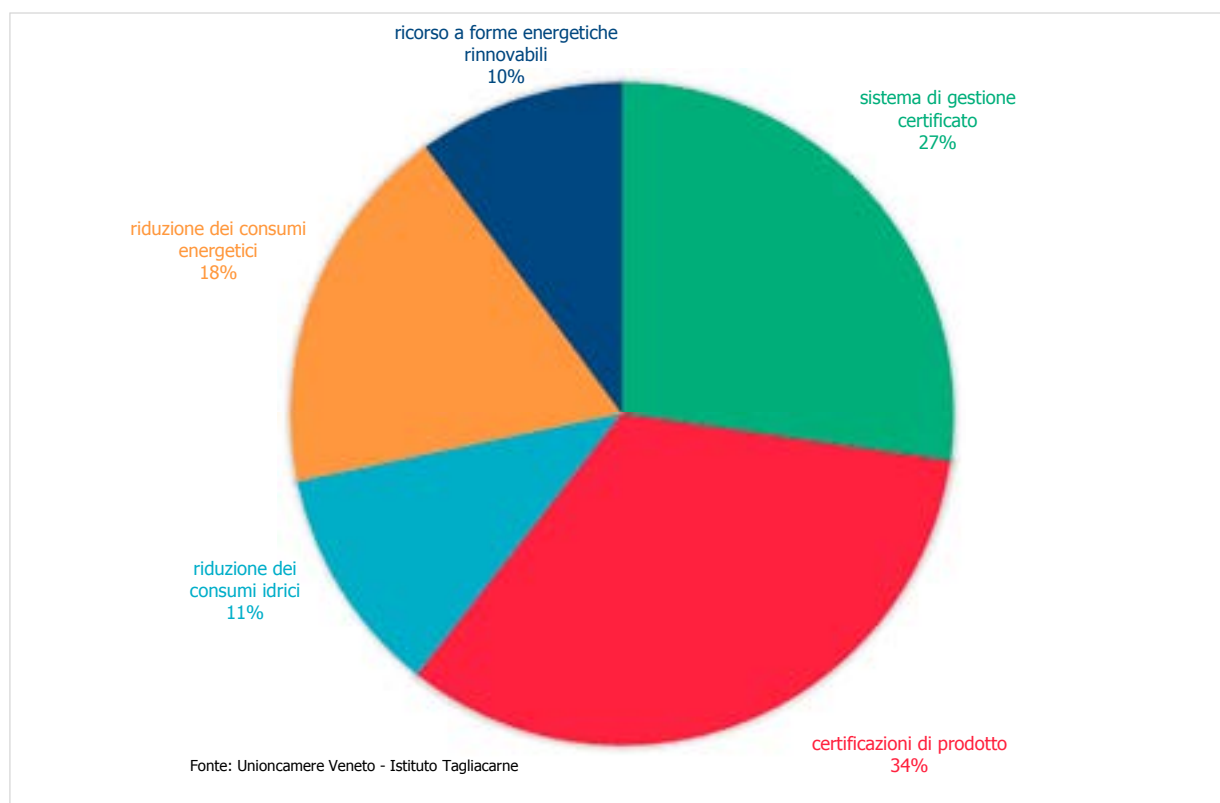
<sup>8</sup> Ovvero vende i propri prodotti senza ricorrere ad intermediari.

<sup>9</sup> Inoltre l'Italia è il primo Paese per numero di certificazioni di prodotto EPD, il terzo per Ecolabel ed EMAS e il quinto Paese del G20 per certificazioni forestali di catena di custodia FSC. Per approfondimenti Cloros-Fondazione Symbola (2016), *Certificare per competere. Dalle certificazioni ambientali nuova forza al Made in Italy*, I quaderni di Symbola, Roma.

certificazioni uno spread positivo di 1,5 punti percentuali. Inoltre le macchine utensili sono il primo settore del Made in Italy per numero di certificazioni ISO 14001, a dimostrazione che il settore della meccanica/meccatronica è sensibile a questo tema anche perché lo sono le imprese committenti in particolare nella filiera dell'automotive.

Per quanto concerne i consumi idrici, un quinto delle aziende utilizza sistemi di riduzione di impatto ambientale, ricorrendo a sistemi di raccolta, trattamento e riutilizzo delle acque meteoriche o reflue. Per la riduzione di consumi energetici i principali strumenti utilizzati riguardano l'installazione di macchinari e motori ad elevata efficienza energetica o l'utilizzo di isolamento termico, pannelli solari ed impianti di riscaldamento ad elevata efficienza energetica. Solo una delle aziende intervistate ha ottenuto certificati bianchi<sup>10</sup>, a conferma della complessità che tale sistema di certificazione richiede alle aziende in termini di procedure amministrative, sostenibile solo dalle imprese di maggiori dimensioni. Circa un quinto sono le aziende che hanno fatto ricorso a forme di energia rinnovabili, ricorrendo principalmente ad impianti fotovoltaici e in misura inferiore a impianti solari o termici.

**Grafico 3.3** - Veneto. Tipologie di interventi di riduzione impatto ambientale adottati dalle imprese intervistate. Anno 2015



<sup>10</sup> I certificati bianchi, noti come "Titoli di Efficienza Energetica" (TEE), sono titoli negoziabili che certificano il conseguimento di risparmi energetici negli usi finali di energia attraverso interventi e progetti di incremento di efficienza energetica. Il sistema dei certificati bianchi è stato introdotto nella legislazione italiana dai decreti ministeriali del 20 luglio 2004 e s.m.i. e prevede che i distributori di energia elettrica e di gas naturale raggiungano annualmente determinati obiettivi quantitativi di risparmio di energia primaria, espressi in Tonnellate Equivalenti di Petrolio risparmiate (TEP). Un certificato equivale al risparmio di una tonnellata equivalente di petrolio (TEP).

Il secondo tema chiave di indagine ha riguardato la sostenibilità sociale, che oggi presenta maggiori margini di sviluppo futuro per il sistema produttivo regionale. Il quadro che emerge dall'analisi ha dimostrato infatti che c'è molto da fare per migliorare la percezione e la messa in atto di strumenti per la sostenibilità sociale, tema non ancora percepito come una attività fondamentale per creare valore e business. Le aziende infatti sembrano limitarsi ad attuare gli obblighi di legge e le iniziative volontarie sono limitate.

Oltre ai provvedimenti obbligatori in merito ai livelli di rischio delle lavorazioni svolte in azienda, risulta davvero esiguo il numero di aziende che hanno attuato provvedimenti volontari, aggiuntivi rispetto a quelli previste dalla normativa. Solamente qualche azienda si rivolge a consulenti esterni per la sicurezza o si confronta periodicamente direttamente con i dipendenti, attuando programmi di prevenzione dedicati. Molte imprese ricorrono alla formazione per migliorare le condizioni di rischio, come previsto, ma in pochi casi lo fanno in modo volontario.

Le iniziative attuate a favore dei lavoratori riguardano per la maggior parte la flessibilità degli orari, la predisposizione della "cassetta delle idee" e il confronto periodico con le rappresentanze sindacali unitarie (RSU). Altro strumento molto utilizzato sono gli incentivi economici in base ai risultati raggiunti e la formazione per la valorizzazione e l'implementazione delle qualità personali.

### 3.4 Innovazione e vantaggi competitivi: punti forza e criticità

Il terzo tema di analisi ha riguardato il grado di innovazione delle imprese. Più del 90 per cento delle aziende coinvolte ha confermato di aver introdotto innovazioni negli ultimi due anni. La maggior parte ha attuato investimenti che riguardano innovazione tecnologica di prodotto (in primis) e di processo, quindi hanno investito in attività legate all'internazionalizzazione e all'organizzazione della struttura. Molti imprenditori hanno dichiarato che gli investimenti realizzati hanno riguardato l'acquisto di macchinari con nuove tecnologie, che hanno permesso lo sviluppo di nuovi prodotti così da implementare la capacità produttiva e il miglioramento del livello di efficienza. L'indagine ha fatto emergere inoltre la tendenza delle aziende ad investire nell'innovazione di processo adottando strategie di *lean thinking*<sup>11</sup>. Stando alle previsioni degli imprenditori, poco più della metà delle aziende intervistate ha dichiarato che continuerà anche per il 2016 ad investire nell'innovazione di processo e prodotto affiancandola in alcuni casi all'apertura di nuovi mercati di sbocco.

L'indagine ha evidenziato che l'innovazione viene sviluppata per la quasi totalità delle aziende all'interno dell'ufficio tecnico, attraverso il confronto tra i vari capi reparto e l'ufficio tecnico e la R&S (nel caso in cui questa funzione sia formalizzata). Il 13 per cento delle imprese utilizza la filiera anche per aggiornamenti e ipotesi di sviluppo e quindi per il confronto con fornitori/clienti e concorrenti. Solamente il 7 per cento si rivolge a centri di ricerca, università o consulenti scientifici esterni. Tale evidenza, ovvero l'utilizzo prevalente del personale del proprio ufficio tecnico o comunque di dipendenti o della propria area dedicata R&S dimostrano, da un lato, l'ottimizzazione delle risorse interne e l'elevata specializzazione delle stesse, ma dall'altro evidenziano la scarsa collaborazione con centri di ricerca e università, con cui

<sup>11</sup> Il *Lean Thinking* è una strategia operativa nata dal mondo automotive, ma oggi universalmente applicata in settori e ambiti diversi per aumentare l'efficienza ed eliminare gli sprechi. Si tratta di una strategia operativa perché racchiude, insieme all'inquadramento sul pensiero e sulle teorie organizzative, anche l'approccio pratico (il lavoro umano che serve per realizzare la conversione snella).

si potrebbero invece attuare importanti percorsi di innovazione e di collaborazione per un rafforzamento della competitività. Riprenderemo questo aspetto nelle conclusioni: qui vale la pena sottolineare come le imprese manifestino notevoli difficoltà nel sostituire personale interno che lascia l'azienda volontariamente o per raggiunti limiti di età lavorativa e come il mercato del lavoro, a detta degli intervistati, soffra ancora di un elevato *mismatch* tra domanda e offerta, con tempi di risposta giudicati non sufficientemente flessibili.

Sotto il profilo dei vantaggi competitivi, oltre il 50 per cento delle aziende ha dichiarato che la propria forza competitiva è data dalla elevata qualità dei prodotti/servizi unita al design e all'affidabilità tecnica delle proprie produzioni, nonché alla capacità di essere flessibili rispetto alle richieste di personalizzazione della clientela. Significativa è la rilevanza attribuita all'assistenza pre e post vendita, che dimostra come l'integrazione a monte e a valle dell'attività commerciale sia un elemento qualificante per il vantaggio competitivo, che trova ancora notevoli margini di sviluppo aziendale. Quest'ultima è una attività che non fa parte della tradizione manifatturiera, tipica dei distretti classici dove ciascuna funzione era seguita da un'azienda specializzata, ma che si rende necessaria in un contesto sempre più complesso, in cui alcuni interlocutori spesso vengono a mancare. La specializzazione nel pre e post vendita è segnalata come una delle attività di maggior valore nella fidelizzazione del cliente e questo giustifica anche il mantenimento in loco delle strutture di assistenza e l'investimento in prove e certificazioni.

Le aziende ribadiscono che le principali difficoltà sono date dai vincoli creati da burocrazia e dazi, dai danni dovuti alla concorrenza sleale e ai comportamenti poco professionali e dallo scarso supporto ricevuto dalla Pubblica Amministrazione. Diverse aziende hanno sottolineato i problemi nella riscossione dei crediti, che si sommano alla difficile gestione della liquidità per la ridotta dimensione dell'azienda, divenendo così un vincolo allo sviluppo. Le imprese riscontrano difficoltà inoltre nei servizi a supporto dell'internazionalizzazione, tra tutti quello della logistica. Diversi imprenditori infine lamentano difficoltà nel reperire personale specializzato e qualificato: come visto in precedenza, si tratta di una criticità legata al fatto che molte figure tecniche sono cresciute, anche professionalmente, all'interno dell'azienda e oggi diventano "insostituibili". Nonostante ciò, nessuna azienda ha segnalato l'esigenza di percorsi di formazione/affiancamento in caso di sostituzione di figure chiave.

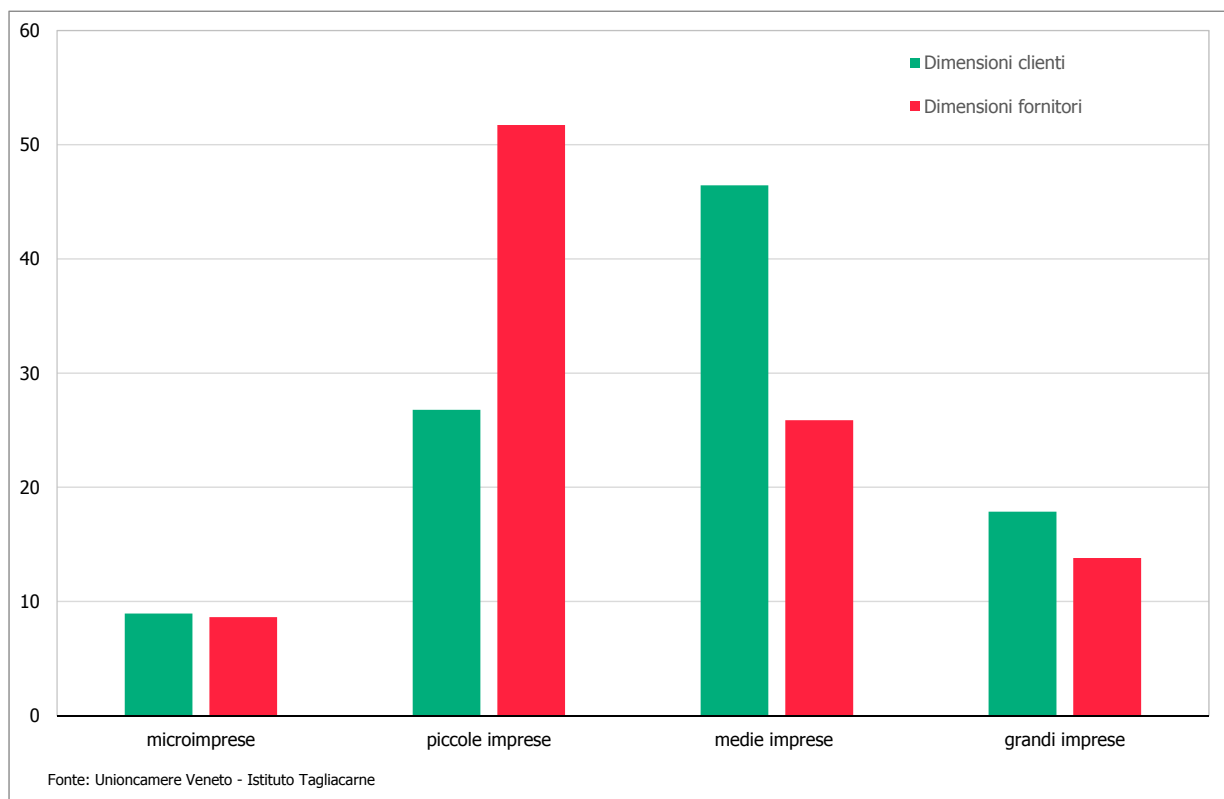
### 3.5 La filiera

L'ultimo tema chiave dell'indagine ha riguardato la posizione delle aziende all'interno della filiera, che è stato valutato osservando la dimensione delle aziende e la localizzazione geografica dei clienti e dei fornitori. I principali clienti sono medie imprese italiane, spesso ubicate in prossimità dell'azienda o comunque all'interno della regione in cui è ubicata l'azienda intervistata. I principali fornitori sono invece piccole imprese ubicate nel territorio nazionale, spesso con sede in regione o addirittura in prossimità dell'azienda. Le aziende che stanno investendo in innovazione o hanno pianificato di farlo, pari al 20 per cento del totale, hanno intensificato notevolmente i rapporti con i fornitori, confermando che la filiera è effettivamente un driver fondamentale per la crescita.

I dati dell'indagine avvallano le principali teorie secondo le quali i territori sono ambienti complessi di interrelazioni, fucine di nuove idee e nuovi modelli di business<sup>12</sup>. Le risorse di un territorio possono quindi essere considerati come un fattore produttivo e parte degli assetti "intangibili" dell'impresa stessa: il cosiddetto "capitale territoriale"<sup>13</sup> (attività produttive, relazioni con fornitori a livello locale, valori e tradizioni) diviene un asset dell'impresa in cui la sostenibilità del territorio è un elemento da tutelare con l'obiettivo di migliorare la competitività. Il territorio è un elemento di rilievo per un'impresa e numerose sono le attività intraprese anche da multinazionali per promuovere una sorta di rigenerazione del capitale territoriale nelle aree in cui si trova l'impresa stessa<sup>14</sup>.

Il settore della meccanica/meccatronica in Veneto costituisce un elemento di congiunzione strategico tra micro/piccole aziende e le aziende di medio/grandi dimensioni, svolgendo un ruolo rilevante nel dimensionamento di una filiera – o più filiere – con valenza internazionale<sup>15</sup>. Buona parte di questi risultati sono legati alla forte tradizione manifatturiera del Veneto e alla presenza di molte aree di specializzazione che si sono sviluppate negli anni della crescita, che confermano la tenuta dopo la forte crisi internazionale che ha portato ad una profonda modifica del business model per molte aziende.

**Grafico 3.4** - Veneto. Dimensione aziendale dei clienti e dei fornitori delle imprese intervistate. Anno 2015



<sup>12</sup> Moretti E., (2012), *The New Geography of Jobs*, Houghton Mifflin Harcourt.

<sup>13</sup> Camagni R., (2008), *Regional competitiveness: towards a concept of territorial capital*.

<sup>14</sup> Barzotto M., Corò G. and Volpe M. (2016), "Territorial capital as a company intangible: Exploratory evidence from ten Italian multinational corporations", *Journal of Intellectual Capital* 17.1 (2016): 148-167.

<sup>15</sup> Rullani E. (2014), "Filiera, reti e cluster: strategie e politiche per i sistemi di relazione emergenti" in Osservatorio Nazionale Distretti Italiani (a cura di), *Idee, esperienze e progetti per rafforzare o ricostruire la competitività dei territori*, Roma.



### 3.6 Conclusioni

I dati emersi dall'indagine hanno dimostrato una nuova e crescente sensibilità delle imprese della meccanica/meccatronica verso i processi innovativi per la riduzione dell'impatto ambientale, le cui esperienze, se raccontate, possono generare una contaminazione positiva di buone prassi che già si stanno sicuramente moltiplicando. Fino a qualche anno fa l'innovazione era prevalentemente intesa come innovazione tecnologica, mentre ora gli interventi rivolti alla sostenibilità, in tutte le accezioni prevalenti (ambientale, sociale ed economica) sono a pieno titolo oggetto di attenzione nelle scelte di investimento delle aziende. Di fatto la riduzione dell'impatto ambientale è una priorità: molte aziende del settore testimoniano l'interesse verso la sostenibilità, che non significa soltanto riduzione dei costi, ma prima di tutto un'attenzione a mantenere e valorizzare un ecosistema territoriale.

Grazie al "saper fare e saper creare intelligenza" le imprese meccaniche italiane e del Veneto rientrano tra le aziende del settore dell'efficienza energetica più apprezzate al mondo. La capacità di produrre innovazione tecnologica e qualità, unendo questo aspetto alla flessibilità e personalizzazione, sono elementi che insieme a strategie innovative rivolte alla riduzione dell'impatto ambientale vanno applicati anche da quelle aziende che ancora non li considerano come aspetti prioritari. A conferma di tali considerazioni, è opportuno ricordare la crescente diffusione di imprese manifatturiere interamente green, che nel 2015 hanno registrato una crescita del 30 per cento del fatturato, a fronte del 15 per cento di quelle appartenenti ai settori della cosiddetta economia convenzionale<sup>16</sup>.

### Riferimenti bibliografici

- Barzotto M., Corò G., e Volpe M., (2016), *Territorial capital as a company intangible: Exploratory evidence from ten Italian multinational corporations*. Journal of Intellectual Capital, 17.1 (2016): 148-167.
- Camagni R., (2008), *Regional competitiveness: towards a concept of territorial capital*.
- Confindustria e Cerved (2016), *PMI Centro-Nord, Rapporto 2016*, Roma.
- Fondazione Symbola, Cloros (2016), *Certificare per competere. Dalle certificazioni ambientali nuova forza al Made in Italy, Rapporto 2016*, Roma.
- Moretti E., (2012), *The New Geography of Jobs*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Osservatorio nazionale distretti italiani (2014), *Rapporto 2014*, Roma.
- Saragosa C. (1990), "L'ecosistema territoriale: verso il progetto ecologico dell'insediamento umano", in Magnaghi A. (a cura di), *Il territorio dell'abitare. Lo sviluppo locale come alternativa strategica*, Franco Angeli, Milano.
- Saragosa C. (1998), "L'ecosistema territoriale: verso il progetto ecologico dell'insediamento umano", in Magnaghi A. (a cura di), *Il territorio degli abitanti. Società locali e autosostenibilità*, DUNOD-Masson, Milano.
- Saragosa C. (2001), "L'Ecosistema Territoriale e la sua base ambientale" in Magnaghi A. (a cura di), *Rappresentare i luoghi: metodi e tecniche*, Alinea, Firenze.
- Rullani E. (2014), "Filire, reti e cluster: strategie e politiche per i sistemi di relazione emergenti" in Osservatorio Nazionale Distretti Italiani (a cura di), *Idee, esperienze e progetti per rafforzare o ricostruire la competitività dei territori*, Roma.
- Rullani E. (2014), *L'eco-sistema territoriale e il sistema relazionale*, in Osservatorio Nazionale Distretti Italiani (a cura di), *Rapporto 2014*, Roma.
- Symbola e Unioncamere (2015), *Rapporto GreenItaly 2015*, Roma.

### Siti Internet consultati

[www.accredia.it](http://www.accredia.it)  
[www.osservatoriodistretti.org](http://www.osservatoriodistretti.org)  
[www.symbola.net](http://www.symbola.net)  
[www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)  
[www.venetolavoro.it](http://www.venetolavoro.it)

<sup>16</sup> Per approfondimenti si rinvia a Fondazione Symbola – Unioncamere (2015), *Rapporto GreenItaly 2015*, Roma.