

## Il sistema delle relazioni nelle microimprese in Trentino

L'Istituto di Statistica della provincia di Trento (ISPAT) prosegue nell'analisi della realtà economica delle microimprese. Il segmento delle aziende con meno di 10 addetti viene studiato da una decina d'anni attraverso un'indagine panel a carattere biennale<sup>1</sup>. Negli anni sono state approfondite tematiche diverse: questo rapporto si focalizza sulla struttura delle relazioni che l'impresa pone in essere interagendo con tutti i soggetti che, direttamente e indirettamente, hanno un ruolo strategico nella vita dell'impresa.

Nel contesto teorico le relazioni rappresentano tutti quei legami formalizzati, vincolati da contratto o accordo formale, ed informali che l'impresa intraprende per poter operare nel proprio contesto economico e territoriale. In particolare, il report è incentrato sulle relazioni delle imprese con altre realtà economiche di pari livello, osservandone la tipologia, le motivazioni, i vantaggi e le criticità.

Lo studio propone all'inizio un inquadramento sulle microimprese a livello italiano e trentino, mettendone in risalto la centralità nel sistema economico nazionale e provinciale. Prosegue, poi, con la descrizione dei *network* che l'impresa pone in essere per cogliere opportunità e vantaggi competitivi dalle diverse forme di cooperazione interaziendale attraverso la lettura integrata dei dati del Censimento permanente delle imprese e delle analisi basate sull'indagine panel sulle microimprese della provincia di Trento<sup>2</sup> (*di seguito Indagine panel*). Viene anche inquadrato il contesto associativo in cui operano le microimprese. Infine, si presentano i risultati di un modello statistico che esplora e misura l'intensità dell'associazione tra alcune caratteristiche dell'impresa rispetto alla propensione a porre in essere relazioni e accordi di collaborazione.

---

<sup>1</sup> Si tratta della sesta *wave* dell'indagine panel sulle microimprese della provincia di Trento. I dati raccolti si riferiscono all'anno 2018. In tutte le analisi, se non diversamente specificato, il periodo temporale di riferimento è l'anno 2018.

<sup>2</sup> Il Censimento permanente delle imprese è a titolarità Istat mentre l'Indagine panel sulle microimprese della provincia di Trento è a titolarità ISPAT.

## I numeri delle microimprese

Le microimprese<sup>3</sup> in provincia di Trento rappresentano il 93% delle imprese totali e assorbono il 46% degli addetti. Numeri simili si osservano per la provincia di Bolzano, per il Nord-est e in generale per l'Italia<sup>4</sup>. Esse inoltre contribuiscono per il 40% alla creazione del valore aggiunto provinciale *market*<sup>5</sup>, in linea con l'Alto Adige, ma in modo più incidente rispetto al Nord-est e all'Italia dove il loro peso specifico si ferma al 32,7%. Anche in termini di produttività nominale del lavoro<sup>6</sup>, il Trentino si colloca su un livello relativamente più elevato rispetto al dato nazionale (44,3 mila euro contro 32,7 mila euro) e alla ripartizione Nord-est (35,6 mila euro), mentre si osserva una marcata distanza in negativo rispetto al valore aggiunto per addetto della provincia di Bolzano (53,6 mila euro).

Le microimprese rappresentano quindi, quanto a numerosità, la struttura portante del sistema produttivo, sia provinciale che nazionale e contribuiscono in maniera importante alla creazione di posti di lavoro e alla formazione della ricchezza.

Tav. 1 - Incidenza delle microimprese sul totale delle imprese e alcuni indicatori economici caratteristici per territorio

Territorio	Valore aggiunto per addetto (euro)	Quote percentuali		
		Imprese	Addetti	Contributo alla creazione di valore aggiunto
Trentino	44.337	93,3	46,2	40,3
Alto Adige	53.643	92,0	44,7	39,8
Nord-est	35.593	93,2	43,6	30,5
Italia	32.744	94,5	47,9	32,7

Fonte: Istat, Frame SBS 2018 - elaborazioni ISPAT

La diffusione della piccolissima impresa è particolarmente incidente nelle attività dei servizi. In particolare, quasi una microimpresa su tre svolge la propria attività nel settore dei servizi alle imprese<sup>7</sup>. Un altro terzo di questo insieme di imprese opera nel commercio (20,9%) e nelle attività di alloggio e ristorazione (11,1%). Poco più dell'8% delle imprese svolge invece un'attività manifatturiera a conferma del fatto che l'industria necessita di una dimensione relativamente maggiore.

<sup>3</sup> Imprese con meno di 10 addetti.

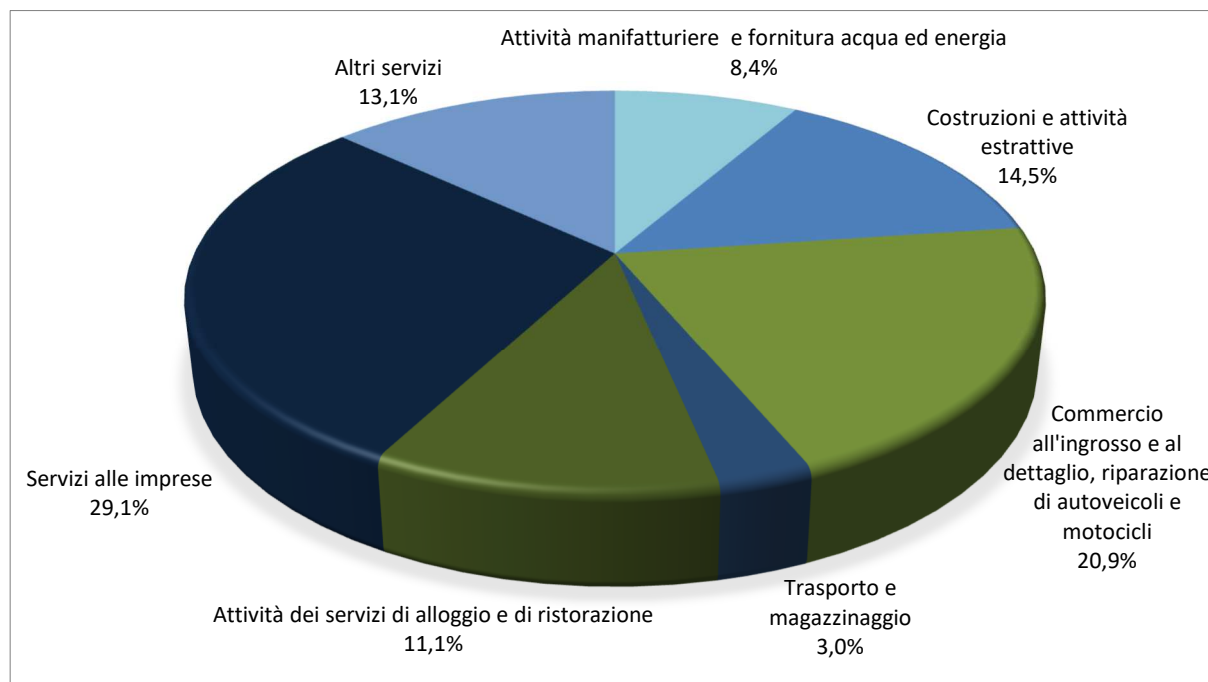
<sup>4</sup> Nel report queste tre aree territoriali vengono anche richiamate come "territori di confronto".

<sup>5</sup> L'universo di riferimento è dato dalle imprese attive che operano nei settori dell'industria e dei servizi privati, con l'esclusione dell'intermediazione monetaria e finanziaria, delle assicurazioni e dei servizi domestici. Sono escluse inoltre le attività agricole e la PA. Per maggiori informazioni, cfr. Glossario.

<sup>6</sup> La produttività nominale del lavoro è il rapporto tra il valore aggiunto a valori correnti e il numero di addetti.

<sup>7</sup> I servizi alle imprese comprendono: servizi di informazione e comunicazione, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche e attività di supporto alle imprese.

Fig. 1 - Composizione settoriale delle microimprese



Fonte: Istat, Frame SBS Territoriale 2018 - elaborazioni ISPAT

In relazione alle dimensioni, quattro imprese su cinque hanno meno di 3 addetti; tra queste, il 52,9% opera nella branca dei servizi alle imprese e nel commercio. Le imprese tra i 3 e i 9 addetti si ritrovano in prevalenza nelle attività dei servizi di alloggio e di ristorazione e nel commercio e, nel complesso, assorbono il 53% degli addetti complessivi<sup>8</sup>.

In questo tipo di realtà produttiva vi è generalmente un forte legame tra la famiglia e l'impresa. Moltissime microimprese sono infatti a conduzione familiare, in particolare nel settore delle costruzioni. Il carattere familiare dell'impresa può dipendere da molti fattori e non può essere definito esclusivamente dalla struttura gestionale. La costituzione dell'impresa familiare non ha infatti un fondamento contrattuale, bensì nasce dalla presenza di uno o più familiari nell'effettivo svolgimento in chiave continuativa nell'attività di impresa.

La statistica ufficiale non fornisce dati relativi all'incidenza delle imprese familiari nella struttura produttiva italiana. Dai dati censuari<sup>9</sup> emerge che oltre tre quarti delle microimprese è di fatto "controllata da una persona fisica o da famiglie", sia in Trentino come nel resto del Paese. Abbastanza simile è la visione che l'imprenditore dà della propria gestione: nel 40% dei casi il titolare di una microimpresa identifica infatti il proprio *business* a carattere familiare<sup>10</sup>, soprattutto tra le imprese costituite in forma societaria dove convivono più soci titolari.

<sup>8</sup> vedi Appendice.

<sup>9</sup> Censimento permanente delle imprese 2019. Si ricorda che Istat considera solo le imprese con meno di 10 addetti, escludendo il segmento con meno di 2 addetti.

<sup>10</sup> All'interno dell'Indagine panel *wave* 2017 è stato richiesto direttamente al titolare o socio dell'impresa di individuare se la sua impresa era da considerarsi o meno a carattere familiare.

Il forte coinvolgimento dei familiari nella vita dell'impresa è testimoniato altresì dal grado di influenza che essi esercitano, direttamente o indirettamente, sulle decisioni strategiche: più del 68% dei titolari afferma infatti che i familiari influenzano in modo molto o abbastanza rilevante le decisioni aziendali e ciò vale per tutti i settori d'attività.

Tav. 2 - Grado di influenza dei familiari nelle decisioni dei titolari

<i>(valori percentuali)</i>				
Settore economico	Molto	Abbastanza	Poco	Nulla
Manifatturiero	41,2	32,0	15,4	11,3
Costruzioni ed estrattivo	31,4	35,2	20,2	13,2
Commercio	37,7	34,1	16,6	11,6
Trasporti	31,0	44,5	7,9	16,6
Servizi alle imprese	20,7	41,5	26,4	11,4
Altri servizi	25,8	38,7	13,5	22,0
<b>Totale</b>	<b>32,5</b>	<b>36,2</b>	<b>18,7</b>	<b>12,6</b>

Fonte: ISPAT, Panel microimprese

Se si considera infine che oltre il 65% delle microimprese trentine non ha lavoratori alle dipendenze<sup>11</sup>, è facile supporre che il sistema delle relazioni interne risulti estremamente semplificato.

In questo contesto, dimensionalmente limitato ma rilevante in termini di numero di occupati, risulta importante capire come le microimprese interagiscano tra loro e quali relazioni e sinergie riescano a instaurare con altre realtà per riuscire a competere con le imprese di dimensioni maggiori. Il sistema di relazioni delle microimprese probabilmente è più esteso di quanto la statistica ufficiale riesca a rilevare.

### Il quadro strutturale delle relazioni nelle microimprese

La letteratura economica aziendale pone l'impresa come un'organizzazione aperta nella quale si combinano molti elementi e in cui la rete di relazioni con i diversi soggetti assume essa stessa un valore sostanziale. Le relazioni delle imprese possono essere essenzialmente di due tipi: interne ed esterne all'impresa. Le prime fanno riferimento alle relazioni che si osservano tra i soggetti coinvolti nella proprietà e nella gestione dell'impresa, nonché tra questi e i dipendenti e collaboratori dell'impresa stessa.

Tra le relazioni esterne rientrano invece i molteplici legami che l'impresa instaura con i clienti, con i fornitori di beni e servizi necessari al funzionamento dell'attività, con altre imprese e altre realtà con le quali l'azienda collabora a vario titolo.

<sup>11</sup> Dati Asia 2018.

Dal punto di vista prettamente strategico le alleanze esterne possono essere:

- orizzontali, quando coinvolgono imprese e/o soggetti che operano nello stesso settore e svolgono le medesime attività;
- verticali, quando le collaborazioni avvengono nello stesso settore per svolgere attività differenti;
- trasversali, quando gli accordi riguardano imprese e/o soggetti presenti in settori diversi le cui attività non fanno parte della medesima filiera produttiva.

In questo studio ci si soffermerà principalmente sulle relazioni esterne che l'impresa intraprende in modo formale e informale senza tuttavia applicare compiutamente la classificazione tipologica di cui sopra. La strutturazione delle domande inserite nel Censimento permanente delle imprese e nell'Indagine panel non distingue infatti i *network* esattamente secondo la suddivisione sopra riportata ma focalizza l'attenzione sulle finalità delle collaborazioni esterne.

### Le relazioni di mercato

L'impresa non è un sistema chiuso. Il fine dell'impresa è quello di produrre e scambiare beni e servizi e quindi la principale relazione che l'impresa intrattiene con l'esterno è proprio nei confronti della clientela.

In Trentino la maggior parte delle microimprese opera sul mercato locale: oltre l'86% dei clienti è localizzata in provincia e in prevalenza nei comuni della stessa valle. Ciò è vero soprattutto per i settori degli altri servizi e per il comparto delle costruzioni. Il commercio con l'estero è marginale mentre è limitato ma abbastanza significativo, almeno per alcuni settori, l'interscambio commerciale con le altre regioni italiane.

Tav.3 – Distribuzione media della clientela per provenienza e settore economico

(valori percentuali)

Settore economico	Clienti localizzati in			
	Comuni della valle	Comuni della provincia	Regioni italiane	Estero
Manifatturiero	58,2	22,4	16,4	3,0
Costruzioni ed estrattivo	72,1	21,5	6,3	0,2
Commercio	61,8	21,0	13,5	3,7
Trasporti	37,1	29,9	26,7	6,3
Servizi alle imprese	62,8	23,4	12,0	1,7
Altri servizi	79,8	14,3	5,3	0,6
<b>Totale</b>	<b>64,7</b>	<b>21,7</b>	<b>11,5</b>	<b>2,1</b>

Fonte: ISPAT, Panel microimprese

In Trentino le microimprese collocano i loro *competitor* prevalentemente nello stesso comune o nei comuni della regione. Anche in questo caso è percepita in modo marginale la concorrenza di imprese di altre regioni e di origine estera. Per imprese che operano prevalentemente per il mercato locale è infatti ragionevole che ci sia una percezione più o meno forte di concorrenza nei confronti di imprese simili e presenti nello stesso territorio. Obiettivo dell'impresa è quello infatti di migliorare e diventare

più competitiva e dinamica nel proprio mercato d'interesse, ma senza trascurare la possibilità di collaborare con le imprese concorrenti per incrementare l'offerta e la qualità dei prodotti e/o servizi.

Tav.4 – Localizzazione dei principali concorrenti della microimpresa per territorio

*(valori percentuali)*

Territorio	Comune di localizzazione dell'impresa	Altri comuni della stessa regione	Altre regioni d'Italia	Paesi UE	Resto del mondo
<b>Trentino</b>	<b>68,6</b>	<b>59,9</b>	<b>23,1</b>	<b>6,5</b>	<b>4,1</b>
Alto Adige	66,9	50,7	16,5	12,7	4,7
Nord-est	67,8	54,5	22	5,7	4,6
Italia	70,7	51,6	21,2	4,5	3,8

Fonte: Istat, Censimento permanente delle imprese - elaborazioni ISPAT

### Le forme di collaborazione nel contesto produttivo

Una delle decisioni cruciali di qualsiasi imprenditore riguarda come produrre, vale a dire se mantenere tutto all'interno o ricorrere parzialmente o totalmente a collaborazioni esterne. Gli accordi tra imprese rappresentano in tal senso un'opportunità per ottimizzare il "trade off" tra le diverse scelte organizzative. I rapporti con altre imprese possono avvenire sia con aziende dello stesso settore, sia con aziende di altri comparti produttivi ma funzionali alla produzione dell'impresa. Queste forme di collaborazione possono essere inoltre formalizzate, caratterizzate quindi da contratti o accordi formali, ma possono anche attuarsi attraverso modalità informali, in cui prevale il rapporto di fiducia e la conoscenza reciproca degli interlocutori.

I dati del Censimento permanente delle imprese mostrano che una microimpresa su due ha in Italia almeno una relazione che coinvolge l'aspetto della produzione; risultati simili si osservano anche in Trentino e negli altri territori di confronto. Particolare rilevanza in questo contesto rivestono le relazioni produttive che vedono le microimprese nel ruolo di committenti e subfornitrici: in Trentino è coinvolto il 30,4% delle microimprese come committenti e il 23% come subfornitrici, soprattutto nella manifattura e nelle costruzioni. Valori più elevati si osservano per l'Alto Adige.

Le microimprese trentine si distinguono positivamente per l'incidenza degli accordi formali (10,3% contro il 5,8% in Italia), ma molto diffusi sono anche gli accordi informali (12,1% contro 10,8% in Italia), che risultano addirittura doppi come incidenza rispetto alla provincia di Bolzano (6,6%).

Tav.5 - Quota di microimprese coinvolte in una relazione produttiva per tipologia di relazione e per territorio

*(valori percentuali)*

Territorio	Imprese che hanno almeno una relazione produttiva	Imprese che hanno almeno una relazione		Imprese che hanno accordi		Imprese che hanno altre relazioni produttive
		in qualità di committente	in qualità di subfornitrice	formali <sup>(*)</sup>	informali	
<b>Trentino</b>	<b>48,8</b>	<b>30,4</b>	<b>23,0</b>	<b>10,3</b>	<b>12,1</b>	<b>13,3</b>
Alto Adige	53,6	36,2	31,6	9,6	6,6	14,1
Nord-est	51,2	31,0	24,7	6,3	11,6	13,7
Italia	49,2	30,1	22,6	5,8	10,8	13,6

<sup>(\*)</sup> consorzio, contratto di rete, ecc.

Fonte: Istat, Censimento permanente delle imprese – elaborazioni ISPAT

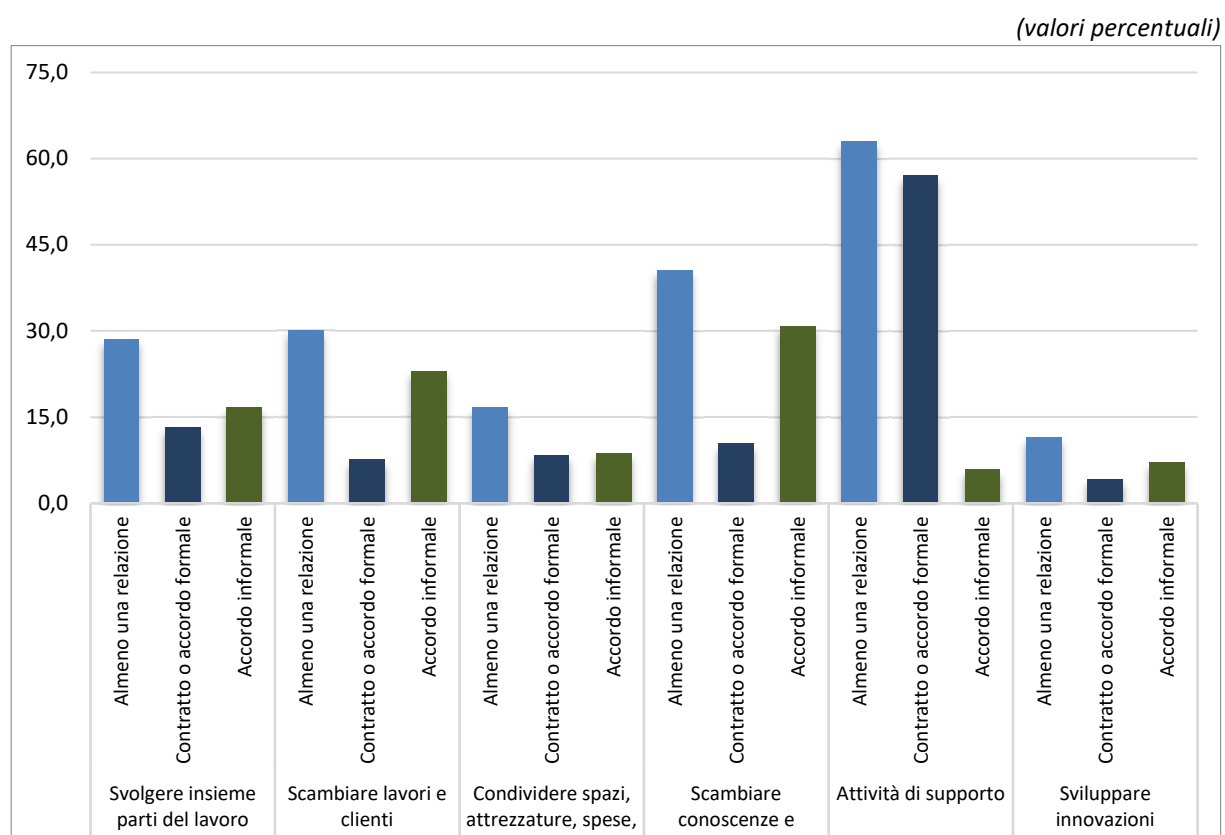
La finalità principale che spinge le microimprese a intraprendere una collaborazione con altri soggetti è legata alla possibilità di ricavarne un beneficio in termini economici. L'imprenditore, specie nelle piccole realtà produttive, si trova costantemente a dover valutare il costo-opportunità di rivolgersi all'esterno per ricevere un supporto per alcune funzioni non necessariamente connesse all'attività principale dell'impresa stessa. In genere si tratta di collaborazioni formalizzate attraverso specifici contratti.

Non secondario è l'obiettivo di scambiare conoscenze o per avere un confronto o un aggiornamento su diverse questioni che interessano l'impresa. La presenza di un progetto comune rappresenta un incentivo importante che aumenta infatti il grado di integrazione tra le imprese e consente di circoscrivere i rischi derivanti da incompletezze contrattuali e da asimmetrie informative. In questo caso l'interscambio informativo avviene prevalentemente in modo informale.

Abbastanza diffuse sono poi le collaborazioni finalizzate allo scambio di lavoro o di clienti o per affidare a terzi parti del lavoro, collaborazioni che vengono realizzate per lo più senza ricorrere a forme di contrattualizzazione. Meno incidenti appaiono infine i rapporti tra imprese per condividere spazi, attrezzature, manodopera, così come per promuovere lo sviluppo di progetti innovativi. Laddove presenti, questi rapporti sono caratterizzati in prevalenza da forme contrattualizzate.

In generale, tanto più gli accordi sono complessi, tanto più richiedono un'accurata formalizzazione. Si parla più propriamente di alleanza strategica quando due aziende decidono di stabilire una relazione formale. In questa fase le due imprese non perdono la loro identità e indipendenza, ma la mettono a servizio dell'alleanza per raggiungere obiettivi comuni.

Fig. 2 - Finalità per cui viene intrapresa almeno una relazione produttiva per tipologia di relazione, formale o informale



Fonte: ISPAT, Panel microimprese

Quanto osservato per il complesso delle attività economiche si ripropone anche a livello settoriale con alcune evidenze. In generale le microimprese che operano nei servizi ritengono particolarmente rilevante procurarsi informazioni e conoscenze da chi lavora e affronta quotidianamente gli stessi problemi. Le piccole realtà produttive dell'edilizia sono maggiormente sensibili alla ricerca di *partner* cui affidare o svolgere in collaborazione attività funzionali al loro lavoro. L'interscambio della clientela è apprezzato soprattutto dai piccoli trasportatori, mentre lo sviluppo di progetti innovativi risulta essere maggiormente diffuso tra le attività dei servizi alle imprese.



Tav. 6 - Finalità per cui viene intrapresa almeno una relazione per tipologia di relazione, formale o informale e per settore economico

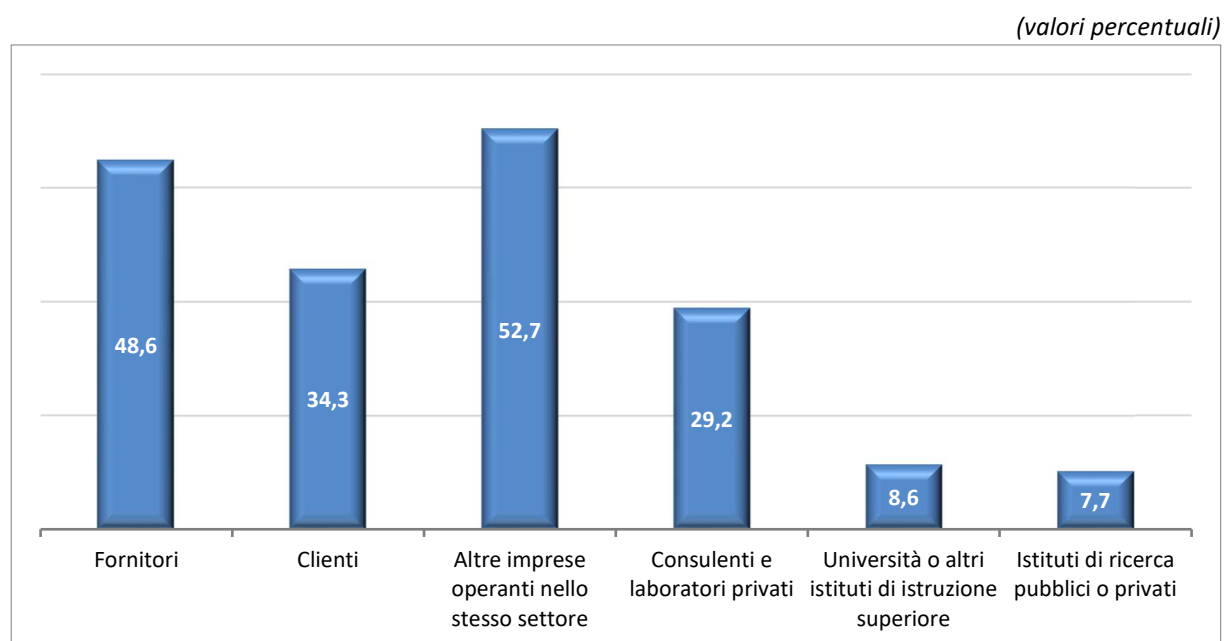
Finalità	Formalizzazione relazioni	Manifatturiero	Costruzioni	Commercio	Trasporti	(valori percentuali)	
						Servizi alle imprese	Altri servizi
Svolgere insieme parti del lavoro	<b>Almeno una relazione</b>	<b>22,5</b>	<b>26,8</b>	<b>8,2</b>	<b>27,4</b>	<b>51,3</b>	<b>15,1</b>
	Contratto o accordo formale	7,6	13,0	4,7	27,4	21,1	10,1
	Accordo informale	15,4	14,9	3,5	0,0	33,2	7,6
Scambiare lavori e clienti	<b>Almeno una relazione</b>	<b>29,4</b>	<b>37,6</b>	<b>10,0</b>	<b>49,4</b>	<b>43,5</b>	<b>16,0</b>
	Contratto o accordo formale	5,5	12,6	2,5	18,4	8,9	4,2
	Accordo informale	25,0	25,3	7,4	33,1	35,6	11,7
Condividere spazi, attrezzature, spese, acquisti o manodopera	<b>Almeno una relazione</b>	<b>9,5</b>	<b>12,6</b>	<b>6,4</b>	<b>26,6</b>	<b>31,6</b>	<b>5,0</b>
	Contratto o accordo formale	5,0	5,2	3,1	20,1	16,0	1,7
	Accordo informale	5,5	7,7	3,6	6,5	16,4	2,5
Scambiare conoscenze e informazioni, per avere un confronto o per essere aggiornati	<b>Almeno una relazione</b>	<b>30,5</b>	<b>35,6</b>	<b>26,6</b>	<b>40,0</b>	<b>61,3</b>	<b>26,8</b>
	Contratto o accordo formale	3,1	11,8	11,4	20,5	10,4	6,7
	Accordo informale	27,4	24,5	15,5	21,5	51,7	20,9
Attività di supporto	<b>Almeno una relazione</b>	<b>55,5</b>	<b>67,2</b>	<b>62,7</b>	<b>64,8</b>	<b>61,7</b>	<b>65,5</b>
	Contratto o accordo formale	52,9	62,5	58,8	63,1	51,2	63,0
	Accordo informale	2,6	4,7	3,8	1,7	10,6	2,5
Sviluppare innovazioni	<b>Almeno una relazione</b>	<b>5,9</b>	<b>8,1</b>	<b>8,6</b>	<b>6,0</b>	<b>17,8</b>	<b>10,9</b>
	Contratto o accordo formale	1,5	4,0	4,7	3,8	5,0	4,2
	Accordo informale	4,4	4,1	4,1	2,1	13,0	6,7

Fonte: ISPAT, Panel microimprese

Sebbene lo sviluppo di progetti innovativi congiunti risulti tra le microimprese un fenomeno relativamente rarefatto, laddove presente avviene per oltre un'impresa su due con altre imprese che operano nello stesso ramo di attività. Questo tipo di relazione si basa infatti soprattutto sulla fiducia e sulla collaborazione di aziende *partner* che tendono a minimizzare i costi di transazione necessari per impostare congiuntamente lo sviluppo di innovazioni.

Non meno importanti appaiono però i progetti innovativi intrapresi con i propri fornitori (48,6%) e, anche se in misura minore, con i propri clienti (34,3%). I laboratori e i consulenti privati sono preferiti alle università e agli istituti di ricerca (29,2% contro meno del 10%) che rimangono invece abbastanza sullo sfondo e non riescono ad essere sufficientemente pervasivi nello sviluppo congiunto di iniziative innovative.

Fig. 3 - Controparti per sviluppare progetti innovativi

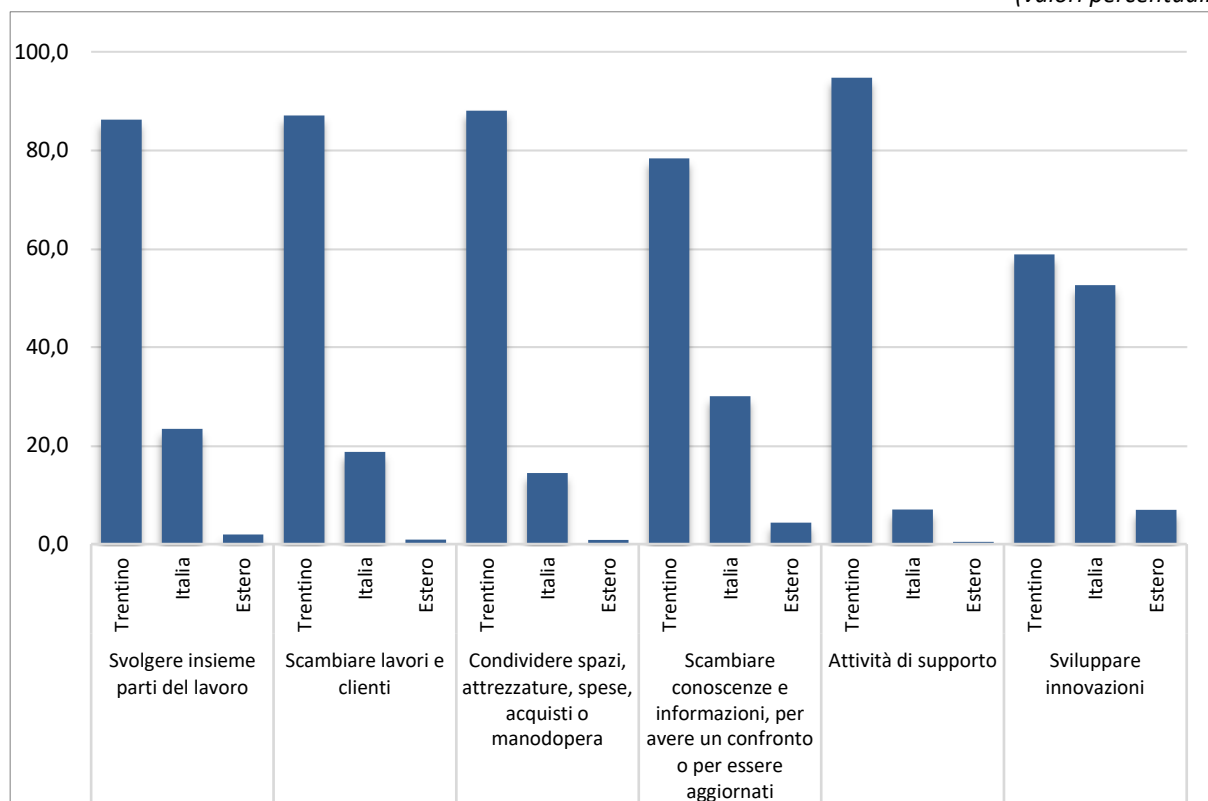


Fonte: ISPAT, Panel microimprese

I *network* con le controparti sono localizzati prevalentemente nell'ambito provinciale (per oltre l'80% dei casi). Meno diffuse sono le collaborazioni con imprese nel resto d'Italia ed estremamente marginali quelle con l'estero. La vicinanza fisica e la conoscenza personale favoriscono quindi le collaborazioni lavorative e l'affidamento a terzi di attività dell'impresa. Solo nel caso delle *partnership* per progetti innovativi si osserva l'esistenza di una rete di relazioni geograficamente più estesa, soprattutto con imprese appartenenti ad altri contesti regionali. Questo accade inoltre, anche se in misura minore, nello scambio di informazioni funzionali al proprio contesto lavorativo.

Fig. 4 - Finalità delle relazioni per ambito geografico di operatività delle controparti

(valori percentuali)



Fonte: ISPAT, Panel microimprese

Il vantaggio principale di un accordo di cooperazione è quello di mettere in comune le conoscenze di ciascun agente, favorendo nel contempo l'accesso a conoscenze esterne all'impresa. L'ambiente competitivo in cui la microimpresa si trova ad operare stimola le imprese a confrontarsi costantemente con l'esterno in quanto i titolari hanno chiara la consapevolezza di non poter sviluppare al proprio interno tutte le competenze necessarie per competere con successo. I dati censuari ricomprendono questo insieme di motivazioni all'interno della generica voce "altri motivi" che risulta, di fatto, la modalità più selezionata, soprattutto dalle microimprese in qualità di subfornitori.

La possibilità di accedere a nuovi mercati e/o a nuova clientela costituisce un'altra leva che spinge le microimprese a ricercare forme di collaborazione. Si tratta di una prospettiva che guarda il fenomeno delle alleanze strategiche finalizzate al conseguimento di migliori posizioni di mercato. Anche in questo caso, l'integrazione con imprese "esperte" può facilitare la trasmissione di informazioni a fini decisionali e permettere di superare le barriere all'entrata.

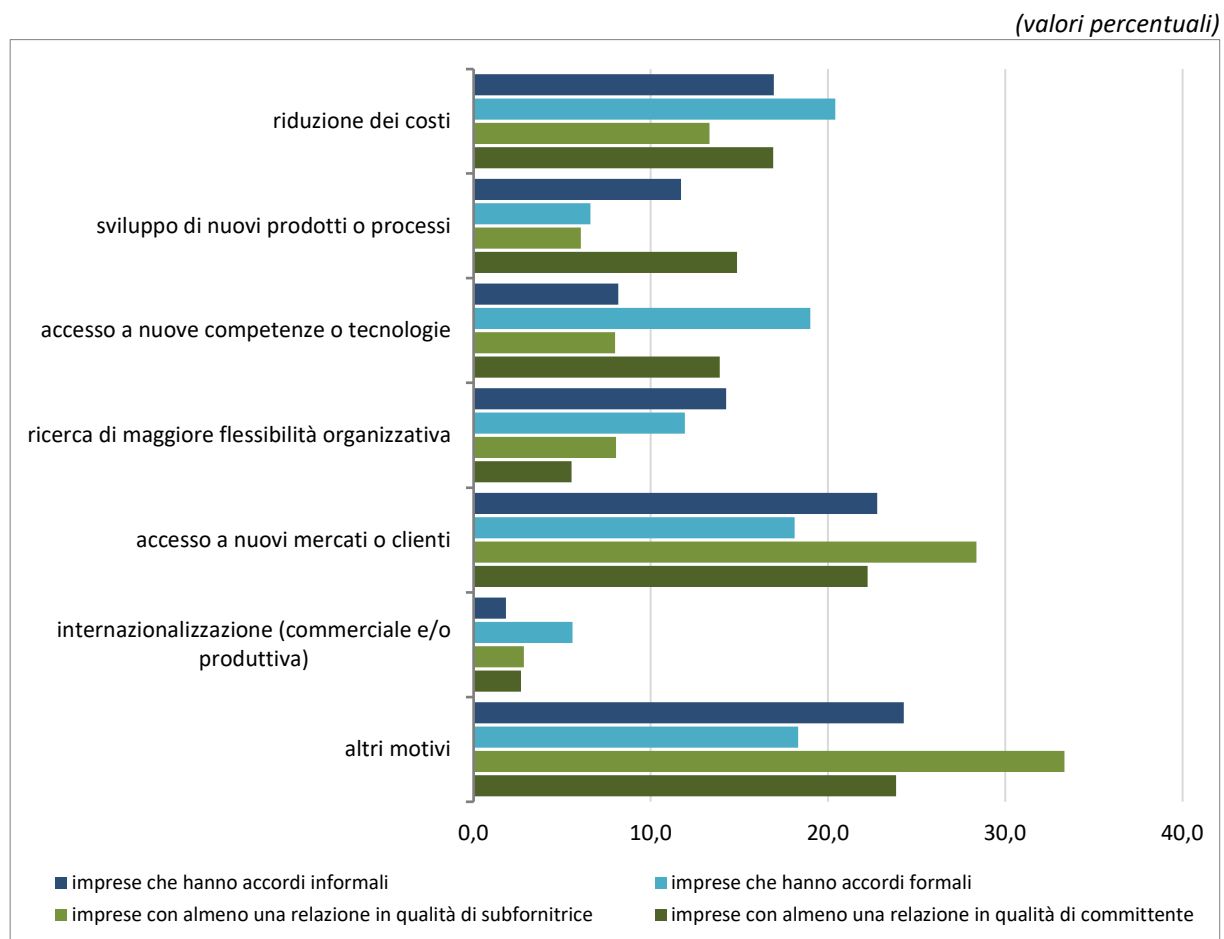
Non secondari sono i progetti di cooperazione per promuovere l'attivazione di linee di produzione innovative, che possono coinvolgere sia i prodotti che i processi. Se da un lato è vero che la velocità con cui si diffonde oggi la tecnologia permette alle imprese di disporre rapidamente, è altrettanto vero che per realtà di piccolissime dimensioni risulta difficile talvolta affrontare trasformazioni tecnologiche rilevanti e, ancor più, essere in grado di proporre al mercato un prodotto o un servizio "nuovo". Ancora una volta il *gap* economico e culturale che caratterizza le piccole realtà produttive rispetto alle grandi

imprese può essere colmato solo stabilendo relazioni e rapporti cooperativi che si sostengano reciprocamente.

L'alleanza si presenta quindi come l'unico modo per acquisire una posizione competitiva che comporti anche una riduzione dei costi, un altro punto su cui le microimprese sembrano molto sensibili nella ricerca collaborazioni esterne all'azienda.

I limiti dimensionali insiti nella struttura delle piccolissime imprese riducono spesso la possibilità di crescere e/o di accedere a nuove tecnologie. Le forme cooperative su progetti di ricerca e innovazione sono quindi sempre più diffuse e decisive nell'evoluzione delle microimprese proprio perché permettono di condividere gli investimenti necessari per affrontare queste nuove iniziative. La complessità del quadro competitivo e la necessità di operare con grande velocità rendono quindi sempre più difficoltoso e oneroso per l'impresa sviluppare autonomamente tutte le competenze richieste da una competizione efficiente, rendendo preferibile puntare su specializzazione da un lato e integrazione con altre aziende dall'altro.

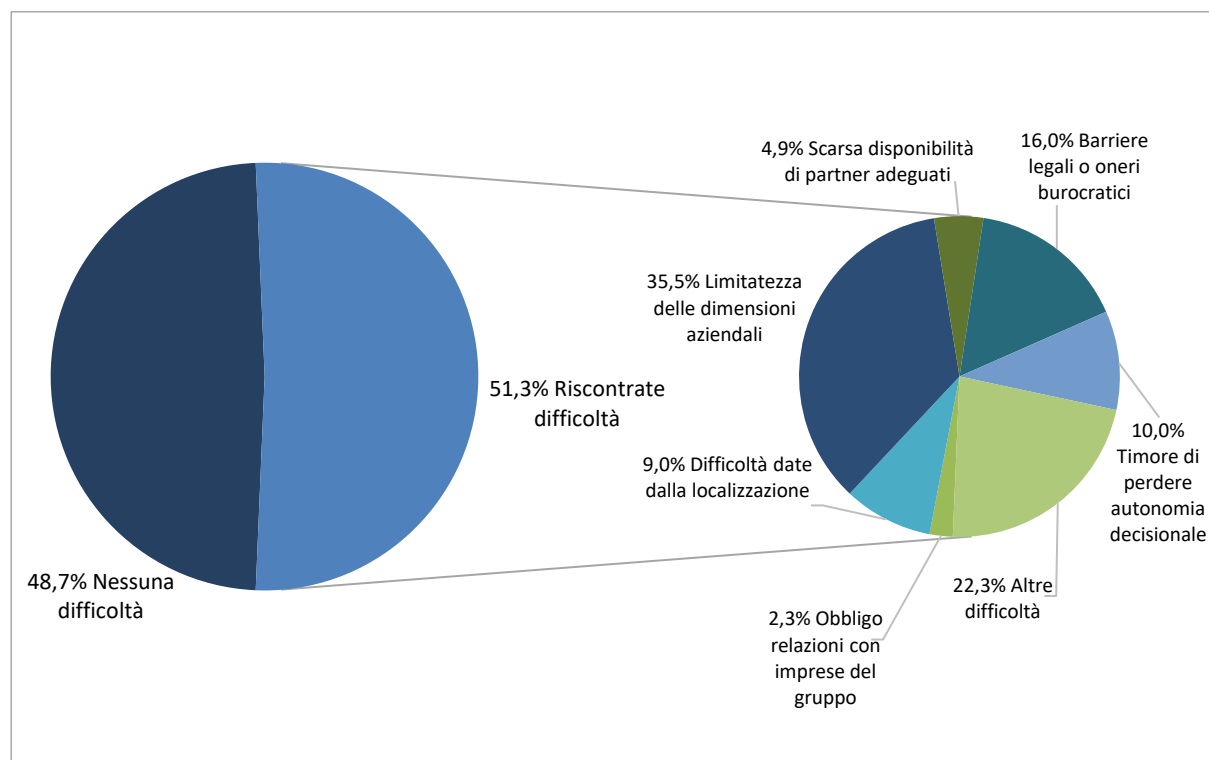
Fig. 5 – Motivazioni delle relazioni delle microimprese per tipologia di relazione



Fonte: Istat, Censimento permanente delle imprese – elaborazioni ISPAT

Una buona parte delle microimprese trentine non riconosce particolari difficoltà nello stabilire relazioni con altre imprese (48,7%), anche se fattori critici sono la dimensione aziendale (35,5%), la burocrazia (16%), la perifericità localizzativa dell'impresa, ma anche il timore di perdere la propria autonomia decisionale.

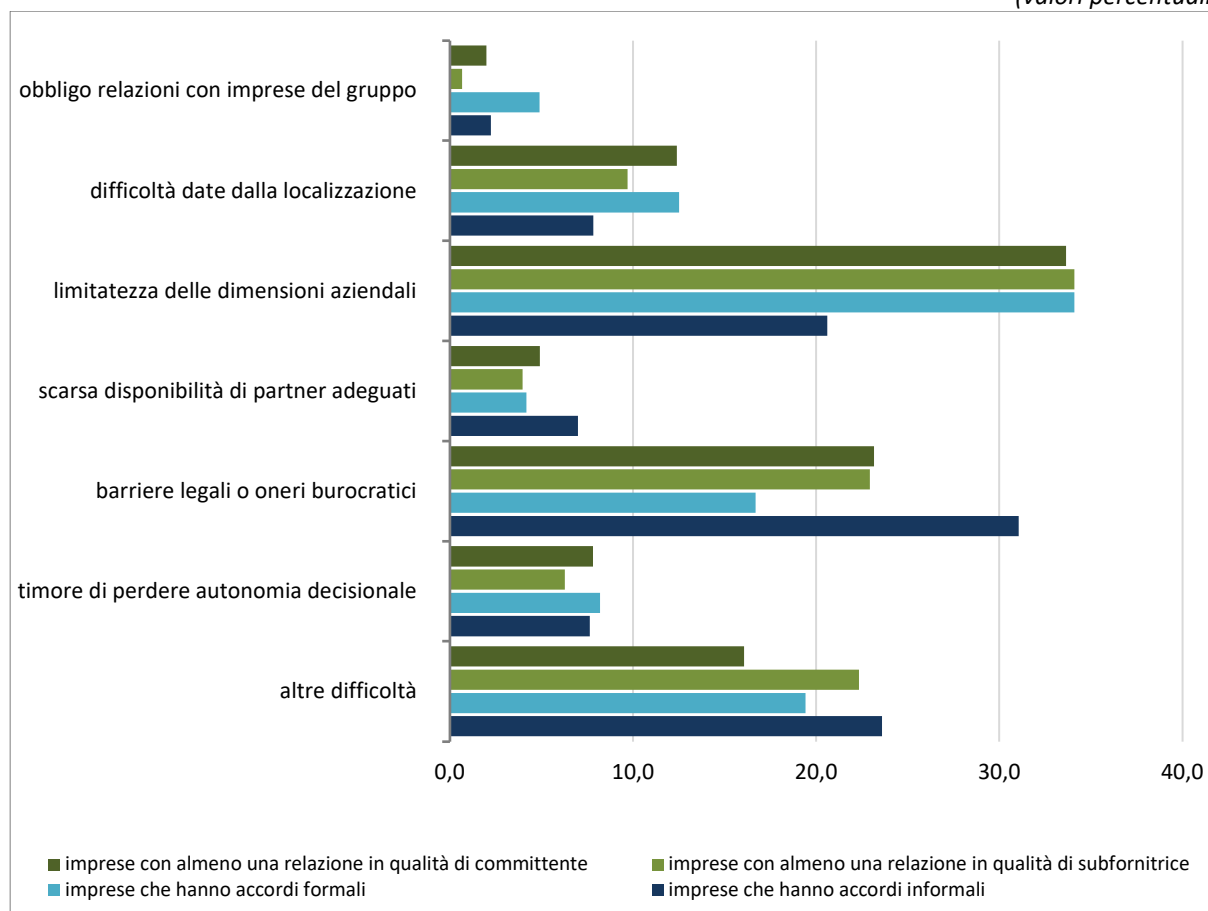
Fig. 6 - Principali difficoltà nell'attivare relazioni per le microimprese



Fonte: Istat, Censimento permanente delle imprese – elaborazioni ISPAT

Quanto osservato vale per ogni tipologia di relazione che le microimprese attivano. Coerentemente con la maggiore propensione ad interessare relazioni a carattere informale, i vincoli giuridici e gli oneri burocratici costituiscono un impedimento proprio per le imprese che dichiarano di aver intrapreso accordi informali.

Fig. 7 - Principali difficoltà nell'attivare relazioni da parte delle microimprese per tipologia di relazione  
(valori percentuali)

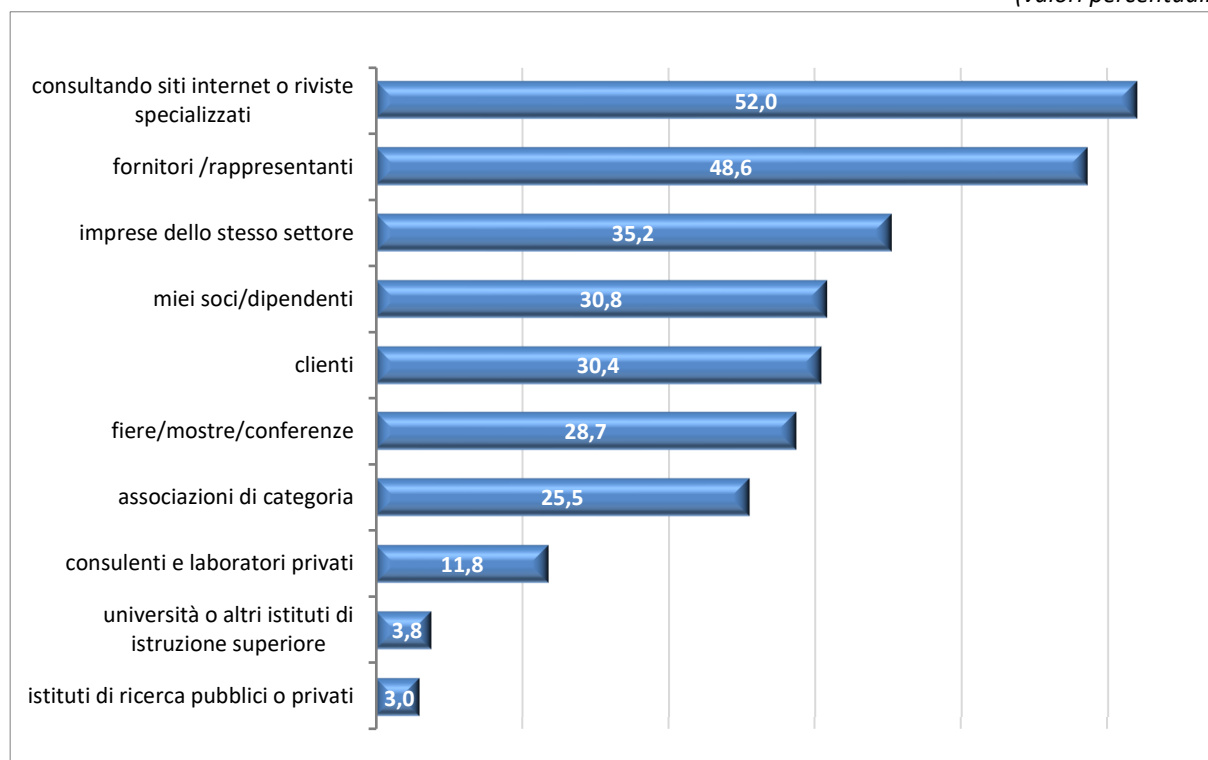


Fonte: Istat, Censimento permanente delle imprese – elaborazioni ISPAT

La stragrande maggioranza delle microimprese (nell'84% dei casi) ricerca novità sul proprio settore ricorrendo principalmente alla consultazione di siti internet e riviste specializzate, confrontandosi con i propri fornitori e/o rappresentanti, ma anche interfacciandosi direttamente con altre imprese dello stesso settore, con i soci e/o i dipendenti e anche con la clientela. Molto meno rilevanti appaiono i rapporti con il mondo delle università e degli altri istituti di ricerca.

Fig. 8 - Microimprese per canali utilizzati per ottenere informazioni sulle novità del proprio settore

(valori percentuali)



Fonte: ISPAT, Panel microimprese

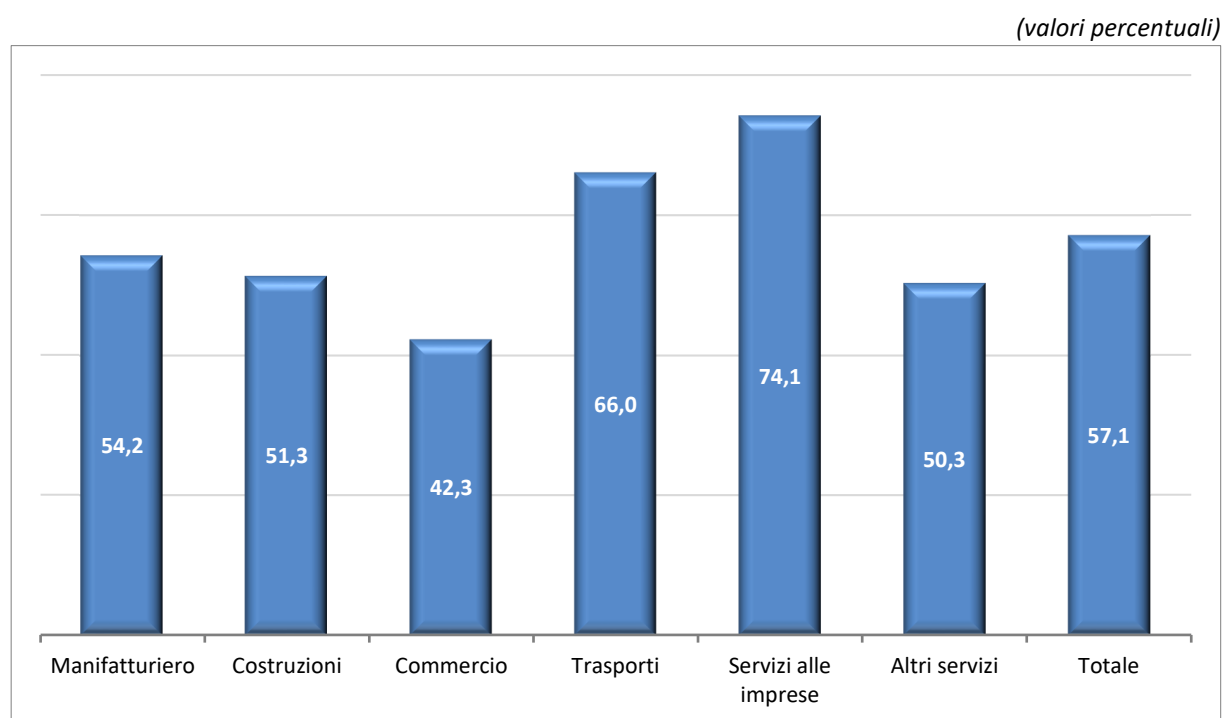
### I contesti associativi

Mediamente il 57% delle microimprese trentine appartiene ad almeno una tra le seguenti realtà: gruppo di impresa, associazione di categoria, distretto tecnologico, consorzio, albo professionale, contratto di rete d'impresa o altre forme. Si può trattare di un'adesione su base volontaria o di un adempimento obbligatorio, come nel caso degli ordini professionali. Non stupisce quindi osservare valori molto più consistenti di relazioni associative proprio nel settore dei servizi alle imprese (74%), tra cui si distingue il 65% dei professionisti che dichiara di essere iscritto al proprio albo di appartenenza.

Abbastanza diffusa è l'iscrizione volontaria ad un'associazione di categoria (per il 27% delle microimprese). Queste associazioni, oltre a rappresentare e tutelare l'associato nei confronti delle istituzioni pubbliche e delle parti sociali, erogano una serie di servizi principalmente di formazione, assistenza e consulenza alle imprese in ambito legale e contabile. L'affiliazione all'associazione di categoria rafforza il senso di appartenenza e la condivisione di tematiche comuni tra gli operatori di un dato settore, favorendo occasioni di incontro e di scambio reciproco di esperienze.

Molto più rarefatte risultano le altre forme di raggruppamento tra imprese. Si tratta di forme più specifiche e meno diffuse come nel caso del contratto di rete.

Fig. 9 - Microimprese appartenenti ad almeno una delle tipologie di relazione associativa per settore economico



Le tipologie di relazione associativa considerate sono: gruppo di imprese, associazione di categoria, distretto tecnologico, consorzio, albo professionale, contratto di rete d'impresa o altre forme.

Fonte: ISPAT, Indagine panel microimprese

Tav. 7 - Microimprese per forma associativa per settore economico

*(valori percentuali)*

Settore economico	Imprese che fanno parte di:		
	associazione di categoria	albo professionale	altre forme associative <sup>(*)</sup>
Manifatturiero	48,7	8,0	0,5
Costruzioni	39,6	13,3	3,2
Commercio	32,3	7,6	7,1
Trasporti	27,4	24,9	23,2
Servizi alle imprese	6,4	65,0	2,8
Altri servizi	36,8	13,4	1,7
<b>Totale</b>	<b>26,8</b>	<b>28,9</b>	<b>4,5</b>

<sup>(\*)</sup> Gruppo di imprese, distretto tecnologico, consorzio, contratto di rete d'impresa o altro specificato dall'impresa.

Fonte: ISPAT, Panel microimprese



---

## La misurazione della propensione a stabilire relazioni

Negli ultimi anni il legame che intercorre nelle relazioni tra imprese e la competitività delle stesse nel breve e nel lungo periodo ha attirato l'attenzione sia del mondo accademico, sia del decisore pubblico. Il tema appare di particolare rilevanza nel contesto delle imprese di minore dimensione, notoriamente caratterizzate da una minore disponibilità di risorse e da una minore capacità di influenzare il contesto settoriale nel quale operano. L'attivazione di relazioni interaziendali per questa tipologia di imprese è, peraltro, una opzione strategica rilevante in quanto è la modalità per sviluppare scambi e reciproco supporto, ma anche di concorrenza leale. Buone relazioni consentono alle imprese di accedere a risorse, competenze e conoscenze complementari alle proprie, che possono aumentarne la dinamicità e capacità competitiva.

Le informazioni raccolte attraverso l'indagine sul mondo delle microimprese consentono di studiare, attraverso il ricorso alla modellistica econometrica<sup>12</sup>, il grado di associazione esistente tra alcune caratteristiche dell'impresa e dei suoi titolari e la propensione a stabilire relazioni di tipo commerciale e produttivo<sup>13</sup>. Anche per questa parte della ricerca si è fatto ricorso all'integrazione dei dati dell'indagine Panel con dati di fonte amministrativa.

L'analisi econometrica si basa su un modello di regressione logistica (*modello logit*) in cui la variabile dipendente è una variabile dicotomica che assume valore uno se l'impresa ha in corso relazioni di qualche tipo con una o più imprese e valore zero nel caso di nessuna relazione. Le variabili esplicative considerate descrivono le caratteristiche dell'impresa e possono essere ricondotte a due tipologie<sup>14</sup>. La prima tipologia di variabili si riferisce ai dati che profilano l'impresa e l'imprenditore. Nello specifico, le caratteristiche relative all'impresa sono: il settore di attività economica, la forma giuridica, il numero di addetti, la localizzazione, l'età dell'impresa e il contenuto tecnologico dell'attività svolta. Relativamente all'imprenditore, le caratteristiche socio-anagrafiche considerate sono: età, genere e titolo di studio. Tali variabili sono state affiancate a variabili che colgono l'atteggiamento dei titolari rispetto al grado di apertura, al dinamismo e all'intraprendenza nelle scelte aziendali: numerosità delle fonti alle quali l'imprenditore attinge per conoscere le novità del suo settore, realizzazione di nuovi investimenti e presenza di un sito internet aziendale. La seconda tipologia considera dati che descrivono l'impresa sulla base dei risultati economici in termini di fatturato e produttività del lavoro.

Preliminarmente, è stato esplorato il legame esistente tra le caratteristiche dell'imprenditore e dell'impresa, prese singolarmente, e la propensione a stabilire relazioni al fine di comprendere eventuali correlazioni tra le variabili. Si è poi applicato il modello di regressione logistica per isolare e misurare l'associazione di ogni caratteristica d'impresa con la propensione ad attivare relazioni con altri soggetti, e verificarne la significatività statistica, quando tutte le variabili sono considerate contemporaneamente. Al fine di individuare la struttura del modello che meglio descrive i dati è stata applicata una procedura *stepwise* per la selezione delle variabili.

---

<sup>12</sup> Lo studio elaborato dall'ISPAT prende spunto dall'analisi svolta nell'articolo "Relazioni tra le imprese in Italia: un modello interpretativo" di A. Righi, A. Nucitelli, G.A. Barbieri, E. Pavolini per la XXXVII Conferenza italiana di scienze regionali.

<sup>13</sup> Nella nota metodologica nella sezione "Modello di regressione logistica con modalità *stepwise*" è riportato il modello utilizzato, mentre in questo paragrafo vengono riportati i risultati. Questo approccio di analisi consente in modo automatico di aggiungere o togliere di volta in volta variabili esplicative al modello predittivo in funzione del loro minore o maggiore apporto funzionale all'efficacia ed efficienza del modello.

<sup>14</sup> La descrizione completa delle variabili è riportata nella nota metodologica – Tavola NM1.

Di seguito vengono riportati i risultati. Il processo di selezione *stepwise* ha portato alla individuazione di 5 variabili che meglio si associano alla propensione ad intraprendere relazioni di vario tipo con altre imprese o entità economiche. In particolare, la ricerca attiva di novità che riguardano il settore d'appartenenza (Var7) mostra i risultati statisticamente più significativi in termini di coefficiente *Chi quadro*. Segue la componente strutturale legata al settore di attività (Var1). Emerge tra le variabili rilevanti anche la presenza di investimenti aziendali (Var14), parimenti alla presenza di un proprio sito *web* (Var12) che, in qualche modo, connota l'impresa come un'entità digitalizzata ed aperta alle tendenze del mercato. Infine, importante risulta anche la dimensione aziendale in termini di numerosità degli addetti (Var5).

Tav. 8 - Risultati della selezione *stepwise* del modello di regressione logistica

Variabili selezionate	DF	Score <i>Chi quadro</i>	Pr> <i>Chi quadro</i>
Var7 Numerosità delle fonti dove l'impresa attinge per conoscere le novità del suo settore	2	108,9913	<0,0001
Var1 Macrosettore di attività economica	5	26,9561	<0,0001
Var14 Effettuazione o meno di investimenti nell'impresa	1	6,2787	0,0122
Var12 Possesso di sito web	1	4,5379	0,0332
Var5 Dimensione di impresa (numero addetti)	1	5,6031	0,0179

Nella tavola 9 sono riportati i valori degli *Odds Ratio* (OR)<sup>15</sup> stimati per le cinque variabili che definiscono il modello finale.

La profilazione settoriale (Var1) mostra come le microimprese commerciali e le imprese degli altri servizi non presentino una propensione alle relazioni significativamente differente rispetto alle imprese manifatturiere (OR non statisticamente differenti da 1). Confrontate con queste ultime, le imprese che mostrano una maggior propensione alle relazioni sono quelle dei trasporti e della logistica, grazie al loro elevato grado di integrazione (trasporti vs manifattura, OR=3,788); seguono le costruzioni (costruzioni vs manifattura, OR=2,286), nelle quali sono maggiormente presenti relazioni di commessa e subfornitura. Anche i servizi alle imprese (servizi vs manifattura, OR= 2,195) mostrano una propensione relativamente maggiore rispetto alle imprese industriali grazie alla loro trasversalità.

L'atteggiamento dinamico nella ricerca di opportunità imprenditoriali generate da novità introdotte nel proprio settore, misurato dalla numerosità dei canali attivati (Var7), è risultato una componente particolarmente rilevante. In particolare si nota come le microimprese che attingono con intensità crescente ai canali sulle novità nel settore (1-3 canali di ricerca vs No ricerca novità, OR=3,083; Più di

<sup>15</sup> L'*Odds* è il rapporto tra la probabilità di essere in relazione e la probabilità di non essere in relazione. L'*Odds Ratio* (OR) associato ad una variabile indipendente (caratteristica dell'impresa/imprenditore) esprime l'associazione che intercorre tra tale variabile e l'*Odds* che l'impresa sia in relazione con altre imprese. Un *Odds Ratio* può assumere valore uguale, maggiore o minore di uno. Un *Odds Ratio* uguale ad uno indica che la variabile è ininfluente; un *Odds Ratio* maggiore (minore) di uno significa che un aumento del valore della variabile indipendente è associato ad un aumento (diminuzione) della probabilità di essere in relazione. Per variabili indipendenti discrete (binarie e categoriali) l'*Odds Ratio* è indicativo dell'effetto sulla probabilità di essere in relazione associato ad una modalità della variabile rispetto ad un'altra modalità presa a riferimento.

3 canali di ricerca vs No ricerca novità, OR=5,426) presentano una propensione via via maggiore a mettersi in relazione rispetto alle imprese che non ricercano novità e quindi meno aperte. La disposizione alle relazioni risulta superiore per le microimprese che presentano una maggiore propensione all'investimento (Var14) (Investimenti vs No investimenti, OR=1,477). Anche la presenza di un sito *web* aziendale operativo (Var12) incide positivamente sull'attitudine alle relazioni (SI sito web vs No sito web, OR= 1,479). Questi risultati indicano che il carattere dinamico e proattivo dell'imprenditore che emerge in diversi ambiti del suo operato ha un impatto sulla propensione a relazionarsi con altre realtà imprenditoriali.

Per la dimensione aziendale (Var5) si osserva una relazione inversa rispetto all'orientamento alle relazioni che aumenta al diminuire della dimensione; questo effetto può essere spiegato con la necessità derivante dalle minori risorse interne. In tal caso l'impresa sente il bisogno di ricorrere a risorse e competenze esterne. L'effetto riscontrato è tuttavia piuttosto basso, risultando l'OR molto vicino ad 1, anche se comunque rilevante rispetto al contesto delle microimprese.

Tav. 9 - *Odds Ratio* stimati per le variabili indipendenti del modello di regressione logistica

Variabile	<i>Odds Ratio</i> (OR)	Intervallo di confidenza (95%)		
		Min	Max	
Var 1	Altri servizi vs Manifattura	1,636	0,926	2,890
	Commercio vs Manifattura	1,468	0,945	2,279
	Costruzioni vs Manifattura	2,242	1,385	3,627
	Servizi vs Manifattura	2,218	1,424	3,456
	Trasporti vs Manifattura	4,166	1,730	10,034
Var 7	1-3 canali di ricerca vs No ricerca novità	3,086	2,243	4,246
	Più di 3 canali di ricerca vs No ricerca novità	5,426	3,696	7,965
Var 12	Sito web vs No sito web	1,482	1,086	2,024
Var 14	Investimenti vs No investimenti	1,440	1,087	1,906
Var5	Dimensione di impresa (Nr. Addetti)	0,929	0,873	0,988

In sintesi, anche confrontando i risultati ottenuti con le analisi descrittive, la propensione delle microimprese a intrattenere relazioni produttive e commerciali con altri soggetti appare essere principalmente legata al grado di intraprendenza e apertura da parte dei titolari rispetto alle "novità" e dall'ambito settoriale di appartenenza; non si sono osservate invece particolari correlazioni con la dimensione più strettamente economica, vale a dire con l'entità del fatturato o la loro produttività del lavoro.

---

## GLOSSARIO

**Frame SBS** (*Structural Business Statistics*) è un sistema integrato di dati amministrativi e statistici, realizzato annualmente dall'Istat per la stima dei risultati economici delle imprese, a partire dalle unità incluse nel registro statistico delle imprese (ASIA). Esso sfrutta in maniera integrata i dati di fonte amministrativa e i dati delle rilevazioni strutturali Istat sulle imprese ed è utilizzato correntemente sia per la produzione delle stime delle statistiche strutturali sulle imprese (SBS), sia come fonte rilevante nelle stime di Contabilità Nazionale. I dati contenuti in esso si riferiscono alla classificazione Ateco (ver. 2007)-Nace Rev.2 e sono prodotti con riferimento al regolamento sulle statistiche strutturali SBS n.295/2008, sostituito dal 1° gennaio 2021 con il Regolamento (UE) 2019/2152 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 relativo alle statistiche europee sulle imprese, che abroga dieci atti giuridici nel settore delle statistiche sulle imprese. Dal campo d'osservazione sono escluse le attività economiche relative a: Agricoltura, silvicoltura e pesca (sezione A della classificazione Nace Rev. 2); Amministrazione pubblica e difesa; Assicurazione sociale obbligatoria (sezione O); Attività finanziarie e Assicurate (sezione K); Attività di organizzazioni associative (divisione 94 della Sezione S, Altre attività di servizi); Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro per personale domestico; Produzione di beni e servizi indifferenziati per uso proprio da parte di famiglie e convivenze (sezione T); Organizzazioni ed organismi extraterritoriali (sezione U); le unità classificate come istituzioni pubbliche e istituzioni private non profit.

**Frame SBS Territoriale** rende disponibili le variabili economiche a livello territoriale per singola unità locale in modo coerente con i dati prodotti a livello d'impresa e con una elevata capacità di scalabilità delle informazioni secondo classificazioni territoriali e settoriali standard e non standard.

## NOTA METODOLOGICA

### Piano di campionamento dell'Indagine panel sulle microimprese della provincia di Trento

Il piano di campionamento utilizzato per l'indagine si caratterizza per essere un campionamento stratificato con allocazione proporzionale (le unità vengono estratte in maniera proporzionale alla dimensione dello strato di cui fanno parte). Il criterio utilizzato per la selezione delle unità in ciascuno degli strati della popolazione è il campionamento casuale semplice. Le variabili di stratificazione scelte per questa indagine sono tre: settore di attività economica (6 strati: manifatturiero, costruzioni, commercio, trasporti, servizi e altri servizi), addetti (2 strati: con addetti, senza addetti), età dell'impresa (2 strati: fino a 4 anni di attività, oltre 4 anni di attività). La popolazione di riferimento per la sesta *wave* (anno di riferimento 2018) è quella delle imprese trentine attive in Trentino al 31/12/2016 (fonte: ASIA Imprese). L'universo di riferimento consta di 21.015 imprese. Dal campo di osservazione sono escluse le seguenti attività economiche, oltre a quelle menzionate nel glossario alla voce Frame SBS: Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata (sezione D), Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento (sezione E), Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione (sezione I), Affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing (codice ateco 68200 della sezione L), Attività immobiliari, Istruzione (sezione P), Sanità e assistenza sociale (sezione Q).

Per quanto riguarda la forma giuridica il disegno di indagine include le imprese individuali e le società di persona.

La numerosità campionaria risulta di 2.014 unità che, con un tasso di risposta del 73,7%, porta il numero delle imprese utili a 1.490.

### Modello di regressione logistica con modalità *stepwise*

Questo tipo di approccio consente di condurre un'analisi di tipo esplorativo per capire quali caratteristiche dell'impresa o dei suoi titolari risultino maggiormente connesse statisticamente per spiegare la propensione delle imprese a intrattenere relazioni con soggetti esterni. È stato scelto il modello di regressione logistica in quanto la variabile dipendente che si vuole studiare, vale a dire la propensione alle relazioni nelle microimprese, è una variabile di tipo dicotomica (propensione sì/propensione no); nel contempo, la modalità *stepwise* consente di ridurre ragionevolmente il numero delle variabili indipendenti.

Nella tavola NM1 vengono riportate le variabili ottenute dalla combinazione di altre variabili esplicative prese in considerazione e provenienti da fonti diverse. La maggior parte delle variabili è di tipo categoriale; fanno eccezione i dati quantitativi numerici.

Le variabili indipendenti selezionate si possono suddividere in due gruppi: nel primo gruppo ci sono variabili che caratterizzano l'impresa (var1, var3, var4, var5, var8, var9 e var13), le caratteristiche socio-anagrafiche dell'imprenditore (var6, var10 e var11) e variabili che cercano di cogliere alcuni aspetti della microimpresa connessi all'innovazione, alla digitalizzazione e alla dinamicità rispetto alle "novità" (var7, var12 e var14); il secondo gruppo identifica i risultati ottenuti dall'impresa (var2 e var15).

Tav. NM1 - Variabili esplicative, fonti e modalità di costruzione

Variabile	Tipologia di variabile	Descrizione	Fonte	Modalità
VarDipLD	Dip/Dicotomica	Propensione alle relazioni esterne	Indagine panel	0 non ci sono relazioni / 1 ci sono relazioni; modalità costruite a partire dalle risposte alla seconda domanda della sezione relazioni sul questionario
Var1	Indip/Categoriale	Macrosettori di attività economica	Registro Asia	6 settori; manifatturiero, costruzioni, commercio, trasporti, servizi (alle imprese) e altri servizi
Var2	Indip/Continua	Ricavi da vendite di beni o prestazioni di servizi	Frame SBS	
Var3	Indip/Categoriale	Forma giuridica	Registro Asia	3 classi; imprenditori individuali, liberi professionisti e lavoratori autonomi, società di persone e società di capitali
Var4	Indip/Dicotomica	Presenza o meno di dipendenti	Registro Asia	Si/No
Var5	Indip/Continua	Numerosità addetti	Registro Asia e Indagine Panel	
Var6	Indip/Categoriale	Titolo di studio dell'imprenditore	Indagine Panel	3 classi; scuola dell'obbligo, studi secondari e studi universitari

Variabile	Tipologia di variabile	Descrizione	Fonte	Modalità
Var7	Indip/Categoriale	Numerosità delle fonti dove l'impresa attinge per conoscere le novità del suo settore	Indagine Panel	3 classi; 0 chi ha risposto sempre mai o raramente / 1 chi ha risposto da 1 a 3 volte (compreso) spesso o sempre / 2 chi ha risposto da 4 volte (compreso) ed oltre spesso o sempre; modalità costruite a partire dalle risposte alla quinta domanda, divisa in più quesiti, della sezione relazioni del questionario
Var8	Indip/Dicotomica	Dimensione del comune di localizzazione dell'impresa	Registro Asia	2 classi; comuni sopra i 20.000 abitanti (Trento, Rovereto e Pergine) e comuni sotto i 20.000 abitanti.
Var9	Indip/Dicotomica	Durata dell'impresa	Registro Asia	2 classi; fino a 4 anni e oltre 4 anni
Var10	Indip/Dicotomica	Genere dell'imprenditore	Indagine Panel	2 classi; Maschio e Femmina
Var11	Indip/Continua	Età dell'imprenditore	Indagine Panel	
Var12	Indip/Categoriale	Possesso di sito web di proprio dell'azienda	Indagine Panel	Si/No/Non sa
Var13	Indip/Dicotomica	Essere o meno un'impresa classificata come ad alto contenuto tecnologico e/o ad alto contenuto di conoscenza	Registro Asia	Si/No; classificazione OECD-Eurostat basata sulla classificazione delle attività economiche Ateco (ver. 2007)-Nace Rev.2 <sup>16</sup> .
Var14	Indip/Dicotomica	Effettuazione o meno di investimenti nell'impresa	Indagine Panel	Si/No
Var15	Indip/Continua	Produttività dell'impresa (valore aggiunto/addetti)	Frame SBS e Indagine Panel	

Prima di utilizzare il modello, si sono studiate le correlazioni tra la variabile dipendente e le variabili indipendenti di tipo categoriale. Di seguito viene riportato il test *Chi quadro* per la verifica dell'ipotesi di indipendenza (non esiste relazione) o meno delle variabili considerate.

Le variabili "Macrosettore di attività economica" (Var1), "Numerosità delle fonti dove l'impresa attinge per conoscere le novità del suo settore" (Var7), "Possesso di sito *web*" (Var12) e "Effettuazione o meno di investimenti nell'impresa" (Var14) risultano sensibili rispetto alla presenza di relazioni esterne; per tutte le altre variabili categoriali l'analisi del test *Chi quadro* non mette invece in evidenza particolari legami con la variabile dipendente indagata.

<sup>16</sup> La tassonomia considerata classifica le imprese manifatturiere secondo una scala di quattro livelli tecnologici caratteristici del settore: alto, medio-alto, medio-basso e basso contenuto tecnologico. Le imprese dei servizi sono classificate in rapporto all'intensità di conoscenza che caratterizza la generazione del servizio offerto, per cui esse vengono considerate come imprese ad alta intensità di conoscenza (servizi high-tech, finanziari, *market* ed altri servizi) o a bassa intensità di conoscenza (servizi *market* ed altri servizi).

Tav. NM2 - Test *Chi quadro* tra la variabile dipendente “propensione delle microimprese ad intrattenere relazioni con altre imprese” e le variabili indipendenti categoriche utilizzate nel modello di regressione

Variabili	Test <i>Chi quadro</i>		
	<i>DF</i>	<i>Value</i>	<i>Prob</i>
Var1 - Macrosettore di attività economica	5	27,5997	<.0001
Var3 - Forma giuridica	2	0,1918	0,9086
Var4 - Presenza dipendenti	1	0,0137	0,9069
Var6 - Titolo di studio dell'imprenditore	2	17,6206	0,0001
Var7 - Numerosità delle fonti dove l'impresa attinge per conoscere le novità del suo settore	2	108,9913	<.0001
Var8 - Dimensione comune di localizzazione dell'impresa	1	2.3683	0,1238
Var9 - Durata dell'impresa	1	0,9405	0,3321
Var10 - Genere dell'imprenditore	1	0,1847	0,6674
Var12 - Possesso di sito web	1	17,6001	<.0001
Var13 - Impresa classificata come ad alto contenuto tecnologico e/o ad alto contenuto di conoscenza	1	4,7365	0,0295
Var14 - Effettuazione o meno di investimenti nell'impresa	1	27,1841	<.0001

Si è proceduto quindi a verificare le correlazioni tra la variabile dipendente e le variabili indipendenti di tipo continuo. Di seguito vengono riportati il valore *R quadro* utilizzato per indicare la parte di devianza totale spiegata dalla variabilità delle medie parziali rispetto alla media generale e il test *F* associato per verificare l'ipotesi di indipendenza in media (non esiste relazione) o meno delle variabili considerate.

Dai valori ottenuti per l'*R quadro* e il test *F*, nessuna delle variabili continue considerate è risultata dipendente in media con la propensione alle relazioni. Questo non implica peraltro che vi siano legami di altro tipo.

Per le variabili var2 e var15 si sono osservate valori *outliers* che sono stati opportunamente trattati.

Tav. NM3 - Valore *R quadro* e test *F* tra la variabile dipendente propensione delle microimprese ad intrattenere relazioni con altre imprese e le variabili indipendenti continue utilizzate nel modello di regressione.

Variabili	<i>R quadro</i>	Test <i>F</i>		
		<i>DF</i>	<i>Value</i>	<i>Prob</i>
Var2 - Ricavi da vendite di beni o prestazioni di servizi	0,001841	1	2,71	0,1001
Var5 - Numerosità addetti	0,000061	1	0,09	0,7642
Var11 - Età dell'imprenditore	0,005182	1	7,65	0,0058
Var15 - Produttività dell'impresa (valore aggiunto/addetti)	0,002515	1	3,70	0,0546

Una volta conclusa la fase preliminare di esplorazione delle variabili indipendenti, si è proceduto a strutturare un modello di regressione logistica con modalità *stepwise*. Il modello è rappresentato dalla seguente relazione:

$$\text{logit}(p_i) = \ln(p_i/(1-p_i)) = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \dots + \beta_k X_{ki}$$

dove  $\text{logit}(p_i)$  = logit della probabilità che accada l'evento  $i^{\text{esimo}}$ , venga cioè instaurata dall'impresa i un tipo di relazione ed equivale al logaritmo naturale del rapporto tra la probabilità di un evento e il suo complementare. Questo rapporto  $p_i/(1-p_i)$  è definito in statistica *Odds*.

$\beta_0$  corrisponde all'intercetta dell'equazione di regressione;

$\beta_k$  è il parametro stimato della  $k^{\text{esima}}$  variabile indipendente;

le imprese osservate sono contrassegnate dall'indice  $i$  e le variabili osservate dall'indice  $k$ .

L'*Odds Ratio* (OR) della variabile indipendente  $k$  è uguale all'esponentiale di  $\beta_k$ .

La descrizione e l'analisi dei risultati sono riportati nel report.



## APPENDICE

Tav. A1 – Microimprese per settore economico e classe dimensionale e loro incidenza in provincia di Trento

(valori assoluti e composizione percentuale)

Settore economico	Imprese					
	<3 addetti		≥ 3 addetti		Totale	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Attività manifatturiere e fornitura di energia elettrica, gas, acqua	2.393	7,3	1.077	12,2	3.470	8,4
Costruzioni e attività estrattive	4.894	15,0	1.106	12,5	6.000	14,5
Commercio all'ingrosso e al dettaglio riparazione di autoveicoli e motocicli	6.525	20,0	2.135	24,1	8.660	20,9
Trasporto e magazzinaggio	880	2,7	381	4,3	1.261	3,0
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	2.449	7,5	2.151	24,3	4.600	11,1
Servizi alle imprese	10.732	32,9	1.345	15,2	12.077	29,1
Altri servizi	47.90	14,7	656	7,4	5.446	13,1
<b>Totale</b>	<b>32.663</b>	<b>100,0</b>	<b>8.851</b>	<b>100,0</b>	<b>41.514</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Istat, Frame SBS territoriale 2018 – elaborazioni ISPAT

Tav. A2 – Addetti delle microimprese per settore economico e classe dimensionale e loro incidenza in provincia di Trento

(valori assoluti e composizione percentuale)

Settore economico	Addetti					
	<3 addetti		≥ 3 addetti		Totale	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Attività manifatturiere e fornitura di energia elettrica, gas, acqua	2.719,0	7,0	5.771,0	13,0	8.489,9	10,2
Costruzioni e attività estrattive	5.671,0	14,5	5.520,3	12,4	11.191,3	13,4
Commercio all'ingrosso e al dettaglio riparazione di autoveicoli e motocicli	8.490,8	21,8	10.424,4	23,4	18.915,2	22,6
Trasporto e magazzinaggio	1.101,6	2,8	2.087,0	4,7	3.188,6	3,8
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.980,6	10,2	11.384,3	25,6	15.364,9	18,4
Servizi alle imprese	11.485,5	29,4	6.269,5	14,1	17.755,0	21,2
Altri servizi	5.584,8	14,3	3.063,6	6,9	8.648,5	10,4
<b>Totale</b>	<b>39.033,3</b>	<b>100,0</b>	<b>44.520,1</b>	<b>100,0</b>	<b>83.553,4</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Istat, Frame SBS territoriale 2018 – elaborazioni ISPAT

