

26 ottobre 2023

Innovation Days

Identità del territorio,
tecnologia e
innovazione:
i pilastri del fare
impresa in Puglia

STRUTTURA
PRODUTTIVA
REGIONALE

PROSPETTIVE
ECONOMICHE E
DETERMINANTI
DELLA CRESCITA

FABBISOGNO
FINANZIARIO
E INVESTIMENTI

SOSTENIBILITA'

Le Pmi pugliesi puntano all'export, facendo leva sull'innovazione di prodotto

- La Regione Puglia è la seconda economia del Mezzogiorno, grazie a un sistema produttivo forte di oltre 230.000 imprese che sviluppa 123 miliardi di euro di ricavi annui.
- La Puglia è un polo nazionale rilevante per l'Agroalimentare, i Servizi alla persona e il Sistema Casa; il 45% delle sue Pmi esporta i suoi prodotti
- Gli imprenditori pugliesi rilevano una perdita di velocità e potenza della ripresa post-Covid: le prospettive sui ricavi risultano migliori per l'anno in corso (+0,5% l'incremento di fatturato previsto) rispetto al 2024, atteso come poco dinamico (+0,3%). Fungono da volano alla crescita **l'innovazione di prodotto, rinnovate politiche commerciali e nuove soluzioni organizzative**. Diretta testimonianza della competitività tecnologica è la forte crescita registrata dalle **startup e Pmi innovative**, con un rilievo particolare all' *empowerment* giovanile e all'imprenditoria femminile.
- Tra le altre determinanti della crescita vi è innanzitutto il **focus sui mercati esteri** (il 35% delle Pmi esportatrici prevede un aumento del fatturato all'estero) e la **capacità di riassorbire l'aumento dei costi di produzione**, ribaltandolo sui prezzi dei propri prodotti e servizi (il 54% delle imprese della Regione ha già applicato o applicherà nel 2023 un aumento di prezzo, pari in media al +11%).
- 3 i settori che evidenziano aumento del fatturato e incidenza delle Pmi in crescita superiori alla media della Regione. Tecnologia *industry champion* con ampio distacco: le leve i nuovi prodotti e i servizi consulenziali.
- La competizione nell'arena internazionale spinge l'innovazione: la quota di aziende che investirà nel biennio 2023/24 risulta più elevata per le Pmi esportatrici, con focus principalmente su politiche commerciali, innovazioni di prodotto e in digitalizzazione.
- Le Pmi pugliesi **non rilevano particolari tensioni sulla liquidità**: ampia è l'area di invarianza (60% del totale): posizionamento competitivo, strategie di *pricing* e innovazione di prodotto/mercato sono state le armi di contrasto. Un po' più rilevante la presenza di necessità di finanza a breve termine che è vista come una criticità dal 36% delle Pmi locali, a causa dei costi delle materie prime.
- Le ridotte tensioni di liquidità sono confermate dagli altrettanto poco diffusi impatti sugli **investimenti**, in aumento sia nel 2023 che nel 2024 per oltre un quarto degli imprenditori e pressoché stabili per 6 imprenditori su 10.
- Il 55% delle Pmi della Regione già attua o attuerà, entro il 2024, investimenti in **sostenibilità**. Sicurezza e riduzione dell'impatto ambientale sono le richieste sulla sostenibilità più ricorrenti dai clienti.

FARE SISTEMA

**OLIO DI PUGLIA,
RISORSA STRATEGICA
OLTRE IL SETTORE
AGROALIMENTARE**

**L'INFORMATICA
PUGLIESE,
DA PIONIERA DELLA
FORMAZIONE A FORZA
DI ATTRAZIONE PER LE
MULTINAZIONALI**

Olio e ICT tra le potenzialità della Regione, eccellenze che «fanno sistema»

- Il «fare rete» è un approccio diffuso tra le Pmi pugliesi dal momento che il 56% collabora con altre imprese: l'obiettivo principale è fare sinergia sulle forniture (acquisti e vendite). Il 22% delle Pmi locali collabora, inoltre, con università e/o enti di ricerca: si punta principalmente sull'innovazione di prodotto, dei processi produttivi e tecnologica; segue la riprogettazione in chiave sostenibile.
- Due le eccellenze regionali, caratterizzate dall'essere diventate «ecosistema»:
 - L'olio pugliese è una delle eccellenze indiscusse dell'enogastronomia italiana, conosciuta e apprezzata in tutto il mondo per una qualità legata alla coesistenza di manualità – raccolta delle olive effettuata quasi esclusivamente a mano – e tecnologia con lavorazione in frantoi ultramoderni. Ne sono indiretta testimonianza i numerosi marchi IGP e DOP associati alla produzione.
 - Il sistema produttivo olivicolo pugliese ha generato nel 2022 un fatturato complessivo di 1,6 miliardi di euro. Inoltre, le esportazioni di olio d'oliva Made in Puglia hanno registrato un incremento del +35% nei primi 3 mesi del 2023, che conferma la performance positiva del 2022 (+30%).
 - Il settore è da sempre condizionato dagli eventi climatici e, negli ultimi anni, fortemente impattato da mosca olearia e Xylella. Anche per far fronte a tali criticità, il comparto si sta evolvendo verso un sistema «di reti» sempre più orientato alla valorizzazione e alla conservazione delle risorse naturali: già nel 2016 è stato siglato il primo contratto di rete dell'olivicoltura pugliese, che coinvolge oltre 52.000 imprenditori.
 - La cultura olivicola che permea tutta la Puglia ha infine portato allo sviluppo di un nuovo tipo di turismo, l'«oleoturismo» o «turismo dell'olio», che sfrutta il forte legame tra la cultura dell'olio e l'identità della terra.
 - Definita la Silicon Valley del Sud, la Puglia è da tempo considerata luogo di eccellenza per l'ICT: 7.800 imprese, in incremento di quasi il 20% rispetto a 5 anni fa e con una forte concentrazione (40%) nella provincia di Bari. Il settore occupa circa 16.900 addetti e sviluppa un fatturato complessivo di circa 2,7 miliardi di euro.
 - Data la rilevanza che il comparto ha ricoperto nel tempo, nel 2010 la Regione Puglia ha riconosciuto il Distretto Produttivo dell'Informatica Pugliese – 70 associati tra grandi imprese e Pmi, 7 associazioni sindacali e di categoria e 7 centri di ricerca e università – che è chiamato a rispondere alle esigenze di sviluppo delle aziende ICT insediate in Puglia e a realizzare progetti comuni di ricerca e sviluppo, sviluppando una rete di relazioni tra gli associati e, di conseguenza, candidandosi a diventare brand territoriale.
 - La crescente richiesta di competenze in ICT ha infine portato allo sviluppo di un variegato sistema di formazione, composto da Università, ITS, corsi professionali di specializzazione post diploma e academy interne alle imprese.

1

La struttura produttiva pugliese



La Puglia è un polo nazionale rilevante per l'Agroalimentare, i Servizi alla persona e il Sistema Casa

3,7 MILIONI DI IMPRESE – 4.200 MLD € DI RICAVI



FONTE: Analisi interne Banca Ifis su DB Mint Italy e Aida anno 2021.
Sono state incluse nell'analisi tutte le aziende con almeno 1.000€ di fatturato annuo.

232.150
AZIENDE ATTIVE

6% del totale nazionale

123 MLD €
RICAVI

3% del totale nazionale

Settori più concentrati in Puglia in termini di ricavi:

Ricavi – peso % su totale Italia

6% Agroalimentare

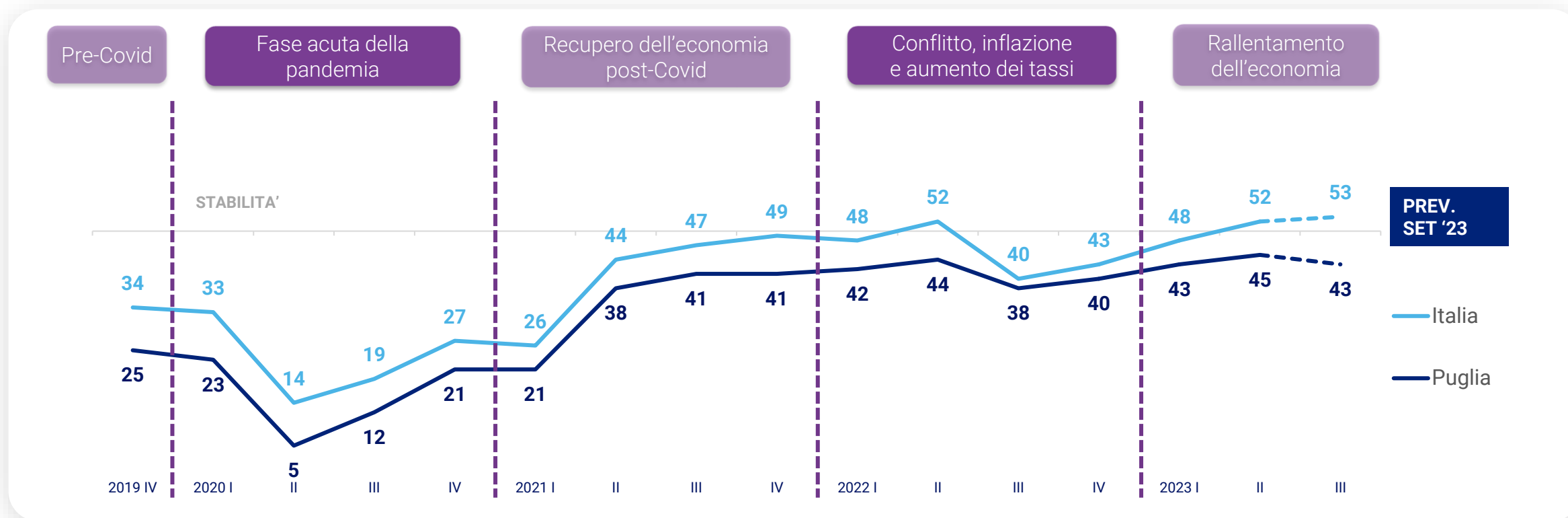
6% Servizi alla persona (educazione, sanità, sicurezza...)

5% Sistema casa

Negli ultimi mesi la fiducia delle imprese pugliesi è rimasta pressoché costante, ma a un livello stabilmente inferiore al dato nazionale

SENTIMENT RELATIVO ALL'ANDAMENTO DELLA PROPRIA IMPRESA – PUGLIA vs ITALIA

Sentiment espresso con un indice di valore compreso tra 0 (nessun miglioramento) e 100 (in miglioramento).



Base : 2.500 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). I dati sono riportati all'universo.

FONTE: Elaborazioni Format Research su dati Infocamere (Movimprese).

Il 96% del fatturato delle Pmi pugliesi è prodotto in filiere B2B. Prevalge il valore della produzione di prodotti finiti e servizi

TIPOLOGIA DI BUSINESS DELLE IMPRESE

(% imprese, risposta multipla)

Mercato B2B: l'impresa vende ad **altre aziende prodotti finiti**, ossia prodotti destinati alla vendita e/o prodotti impiegati nel processo produttivo di altre imprese.



Mercato B2B: l'impresa vende ad **altre aziende semilavorati**, ossia prodotti che necessitano di ulteriori lavorazioni per essere commercializzati come prodotti finiti.

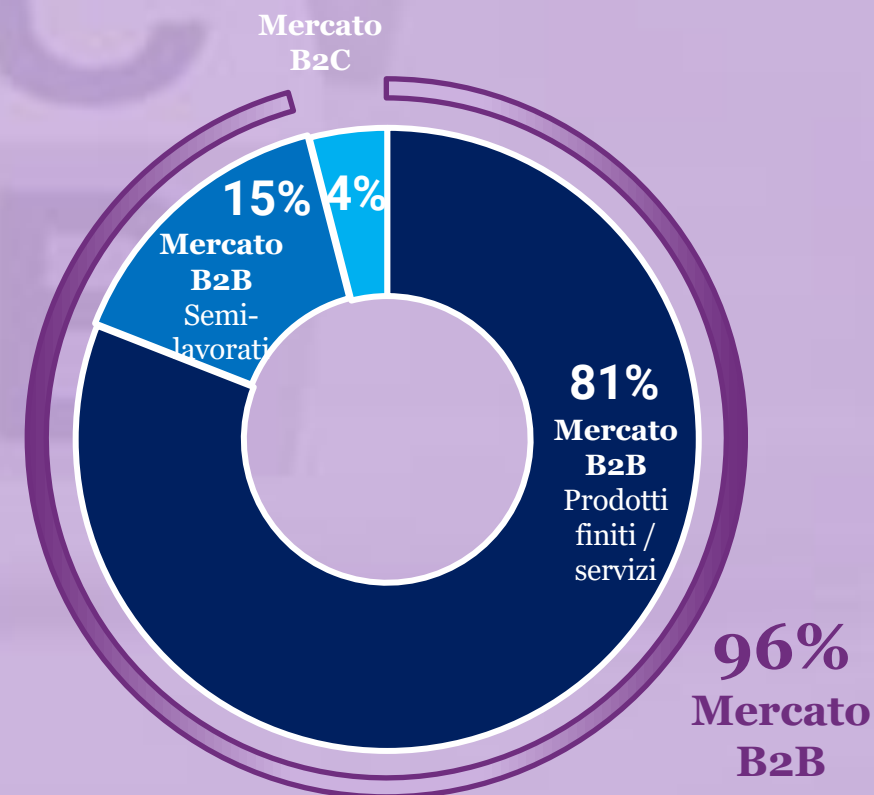


Mercato B2C: l'impresa vende prodotti e servizi a **consumatori finali**, ossia a clienti che li utilizzano per uso personale.



SEGMENTAZIONE DEL FATTURATO PER TIPOLOGIA DI BUSINESS

(% fatturato)



Per quanto aperta ai mercati internazionali (il 45% delle Pmi della Regione esporta parte della produzione), la quota di fatturato da queste realizzata all'estero è inferiore della media nazionale (35% vs 44% Italia) a causa della dimensione mediamente inferiore delle Pmi locali



2

La crescita e le sue determinanti



La crescita post-Covid sta perdendo velocità e potenza: le prospettive sui ricavi risultano migliori per l'anno in corso (+0,5% l'incremento di fatturato previsto) rispetto al prossimo, atteso come poco dinamico (+0,3%)

Circa 6 imprenditori su 10 prevedono una sostanziale invarianza dei ricavi sia per il 2023 che per il 2024. La percentuale di quelli con *view* negativa è pari al 20% per entrambi gli anni.

EVOLUZIONE DEL FATTURATO 2023 vs 2022 e 2024 vs 2023 – PUGLIA

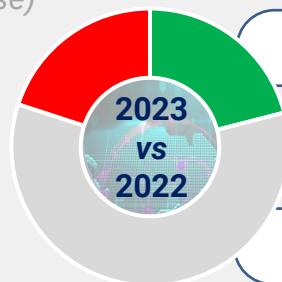
+0,5%

La crescita media di fatturato prevista nel 2023

+0,3%

La crescita media di fatturato prevista nel 2024

(% imprese)



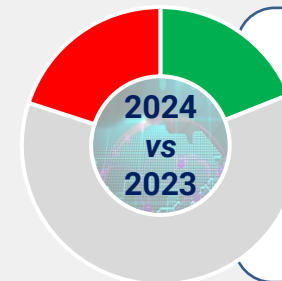
21% AUMENTERANNO



59% RESTERANNO STABILI



20% DIMINUIRANNO



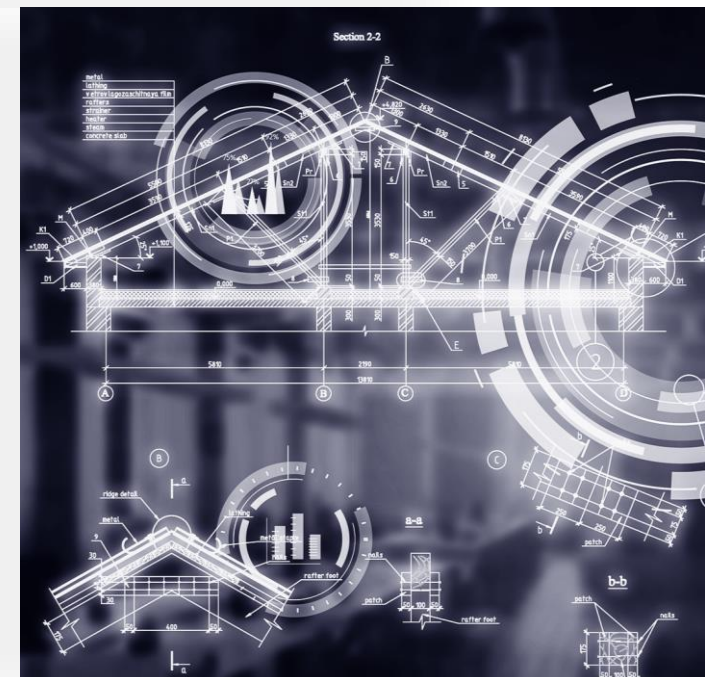
19% AUMENTERANNO



61% RESTERANNO STABILI



20% DIMINUIRANNO



L'incremento del fatturato nel biennio 2023/2024 è anche il risultato della capacità delle imprese pugliesi di riassorbire l'aumento dei costi di produzione riversandolo sui prezzi dei propri prodotti e servizi

Il 54% delle imprese pugliesi ha già applicato o applicherà nel 2023 un aumento di prezzo). Sistema Casa e Tecnologia i settori con variazioni nulle o quasi.

INCREMENTO DEI PREZZI SUI PRODOTTI/SERVIZI VENDUTI – Pmi della Puglia

(% imprese)

54%

le imprese pugliesi che hanno applicato o applicheranno nel 2023 un incremento dei prezzi sui prodotti/servizi in vendita

+11,0%

l'aumento di prezzo dei prodotti/servizi

AUMENTO MEDIO PER SETTORE

TOP

Costruzioni (+19%)
Agroalimentare (+12%)

BOTTOM

Sistema casa (+2%)
Tecnologia (+0%)

Le Pmi pugliesi accelerano sui mercati esteri sia per cogliere l'aumento della domanda sia per necessità, avendo un prodotto ormai maturo sul mercato interno

35% Le imprese esportatrici che prevedono un aumento delle vendite all'estero

4% Le imprese esportatrici che prevedono un calo delle vendite all'estero

FATTORI CHE CONTRIBUIRANNO A UN AUMENTO DELLE VENDITE ALL'ESTERO

(% imprese – Risposta multipla)

FATTORI CHE CONTRIBUIRANNO A UN CALO DELLE VENDITE ALL'ESTERO

(% imprese – Risposta multipla)



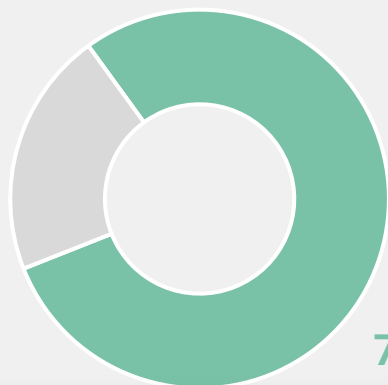
Per la crescita le Pmi pugliesi puntano su qualità e diversificazione di prodotto, anche tramite lo sviluppo di nuovi servizi pre-post vendita, e sul rafforzamento delle competenze tramite formazione

I DRIVER DI CRESCITA DEL FATTURATO

(% imprese che adotteranno innovazioni di prodotto o cambiamenti nelle politiche commerciali/relazioni con i clienti o nuove soluzioni organizzative)

Ritiene che le **innovazioni di prodotto** avranno un **impatto determinante** sull'aumento dei ricavi?

No
21%



Sì
79%

MIGLIORAMENTO DELLA QUALITÀ DI PRODOTTI GIÀ A CATALOGO, AMPLIAMENTO GAMMA, NUOVI PRODOTTI NON PRESENTI SUL MERCATO

Ritiene che i cambiamenti nelle **politiche commerciali/relazioni con i clienti** avranno un **impatto determinante** sull'aumento dei ricavi?

No
21%



Sì
79%

SERVIZI PRE-POST VENDITA, PERSONALIZZAZIONE DEI PRODOTTI, VARIAZIONE PREZZI

Ritiene che le nuove **soluzioni organizzative e politiche di processo** implementate avranno un **impatto determinante** sull'aumento dei ricavi?

No
35%

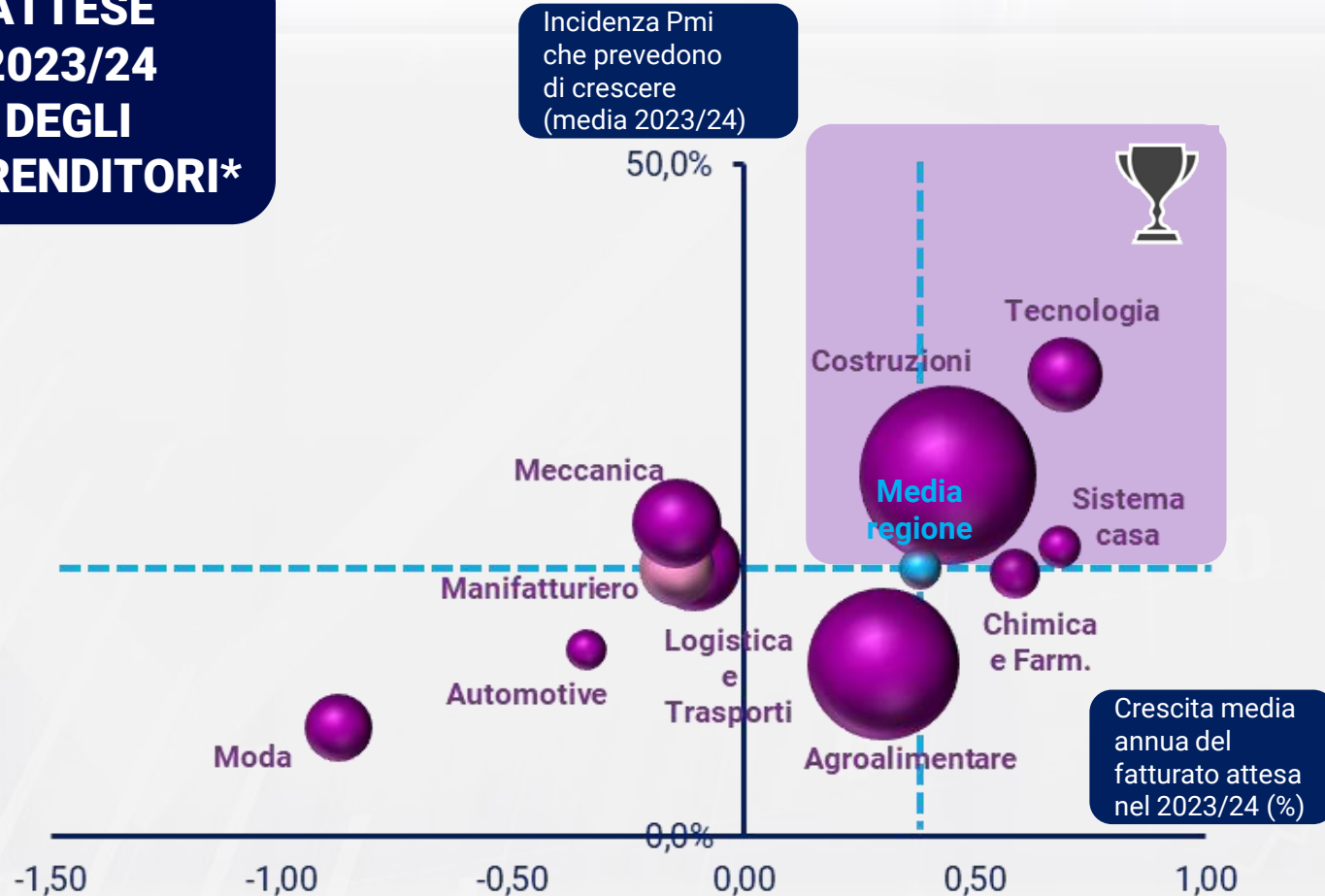


Sì
65%

FORMAZIONE INTERNA, AMPLIAMENTO RETE DI VENDITA, PARTECIPAZIONE A PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE

3 i settori che evidenziano aumento del fatturato e incidenza delle Pmi in crescita superiori alla media della Regione. Tecnologia *industry champion* con ampio distacco: le leve i nuovi prodotti e i servizi consulenziali

**ATTESE
2023/24
DEGLI
IMPREDITORI***



I settori produttivi con il maggior ritmo di sviluppo e, al contempo, la maggiore concentrazione di imprese in crescita nel biennio 2023/24 sono:

- **Tecnologia**, grazie al lancio di nuovi prodotti prima non presenti sul mercato, associati a servizi consulenziali;
- **Sistema casa**, per effetto di un incremento degli investimenti nel 2023 (previsto dal 56% delle Pmi);
- **Costruzioni**, grazie un aumento dei prezzi superiore alla media (+19%).

3

Il fabbisogno finanziario



In media, le Pmi pugliesi non vedono un rischio di tensioni sulla liquidità: ampia è l'area di invarianza e il numero di imprese con *cash flow* in peggioramento supera di poco quello delle aziende che lo vedono in miglioramento. Forte posizionamento competitivo, strategie di *pricing* e innovazione di prodotto/mercato sono state le armi di contrasto

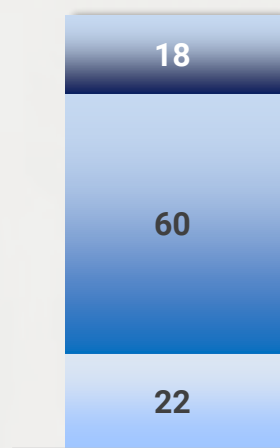
LA LIQUIDITA' AZIENDALE

60%

le imprese che ritengono che nel 2023 la situazione della liquidità aziendale rimarrà invariata

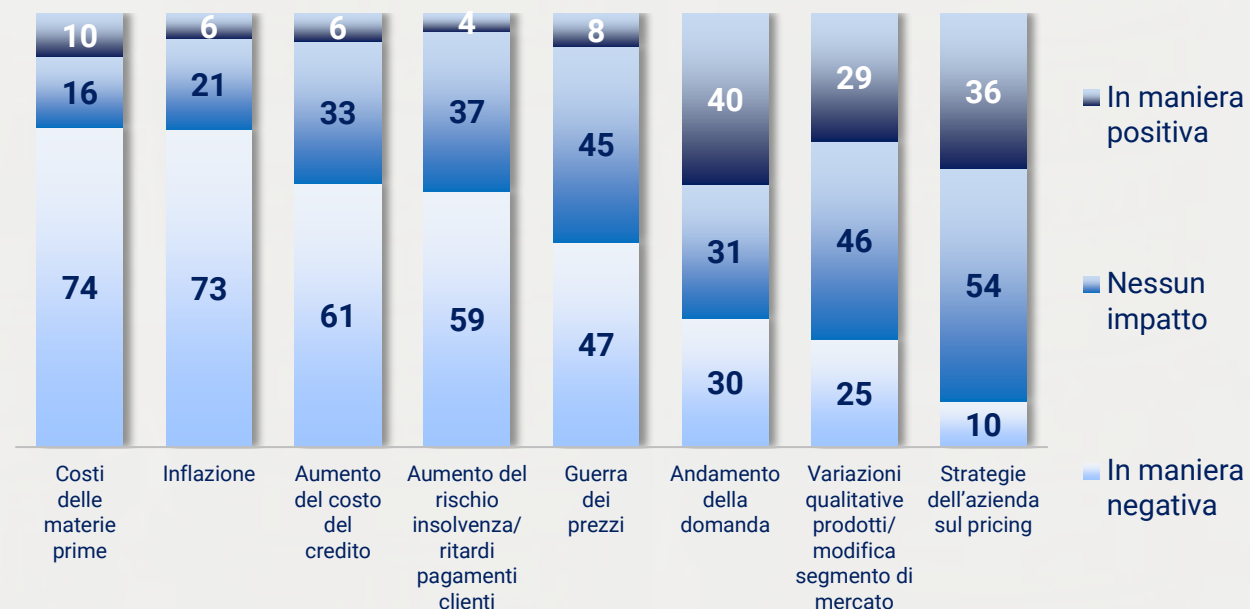
(% imprese)

- Migliorerà
- Resterà invariata
- Peggiorerà



FATTORI CHE INFLUENZANO LA CAPACITÀ DELL'IMPRESA NEL FARE FRONTE AL PROPRIO FABBISOGNO FINANZIARIO – 2023 vs 2022

(% imprese)

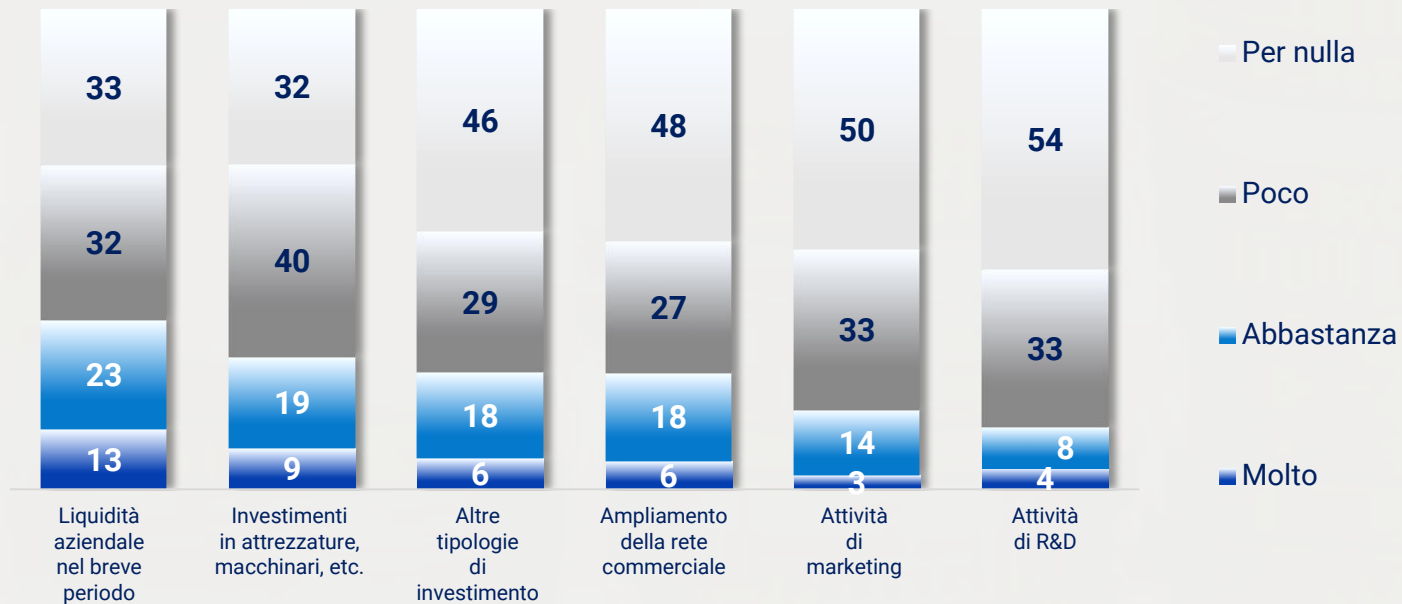


Un po' più rilevante la presenza di necessità di finanza a breve termine, vista come una criticità dal 36% delle Pmi locali, a causa dei costi delle materie prime.

Poco diffusi gli impatti su investimenti e attività di sviluppo

ATTIVITA' IMPATTATE DAL PEGGIORAMENTO DELLA LIQUIDITA' AZIENDALE – 2023 vs 2022

(% imprese)



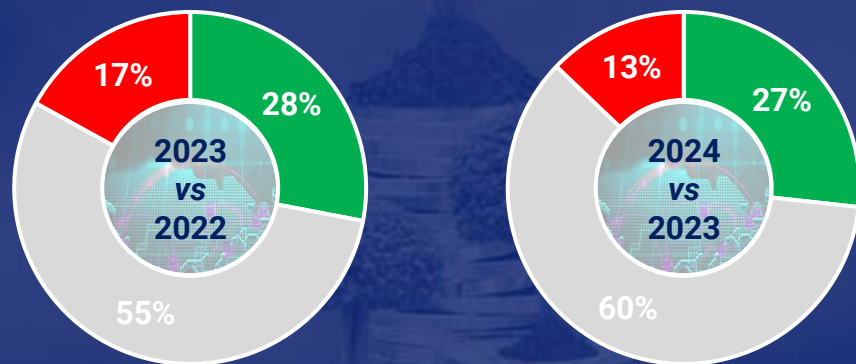
La maggior parte delle aziende non rileva problemi di liquidità:

la percentuale di Pmi che dichiara di non esser stata impattata dal peggioramento di liquidità è sempre superiore al 65% e risulta particolarmente elevata in merito agli investimenti e le attività di R&D.

L'imprenditore pugliese mantiene al centro gli investimenti, anche in un anno a crescita ridotta come il 2024. Autofinanziamento, credito bancario e agevolazioni le principali fonti di finanziamento

EVOLUZIONE DEGLI INVESTIMENTI

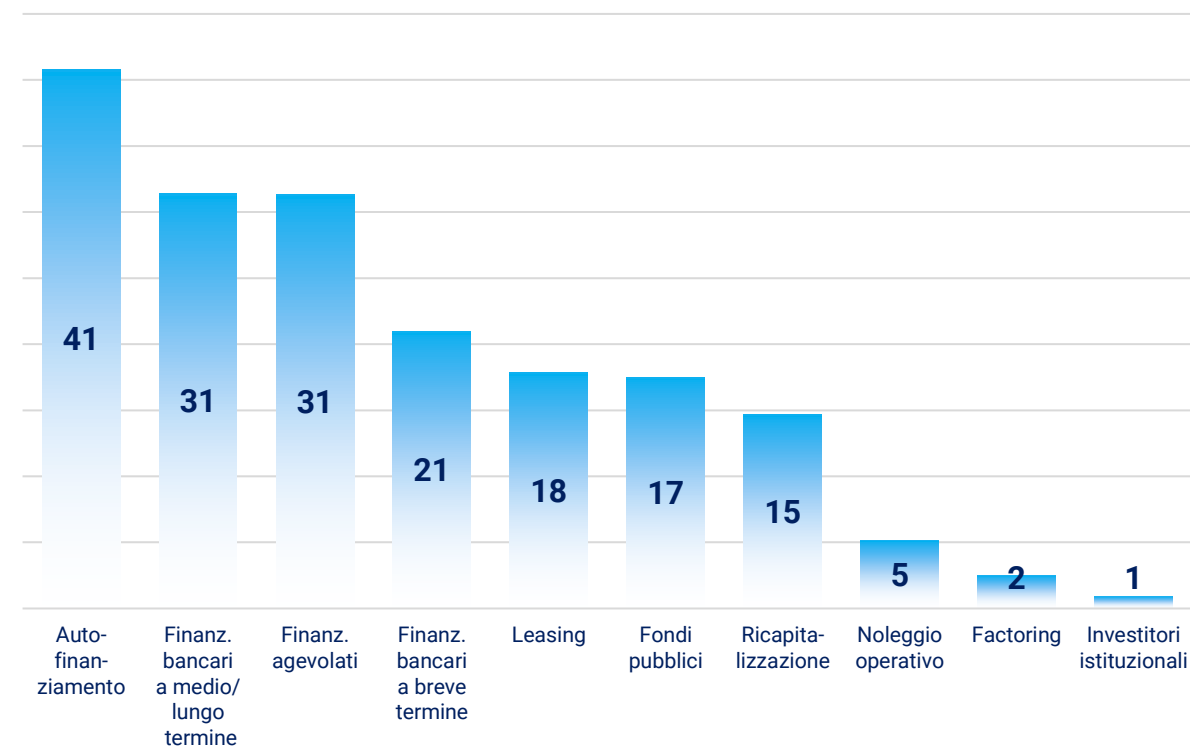
(% imprese)



● AUMENTERANNO
 ● RESTERANNO STABILI
 ● DIMINUIRANNO

FONTI DI FINANZIAMENTO UTILIZZATE PER INVESTIMENTI

(% imprese – Risposta multipla)



4

L'innovazione e gli investimenti



Sostenibilità e attenzione al prezzo delle forniture sono le richieste più pressanti della clientela delle Pmi pugliesi. Digitalizzazione della relazione e personalizzazione dei prodotti seguono a ruota al terzo posto

VARIAZIONI RILEVATE NELLE RICHIESTE DELLA DOMANDA PER IL BIENNIO 2023/24

(% imprese e primi due settori in termini di incidenza)

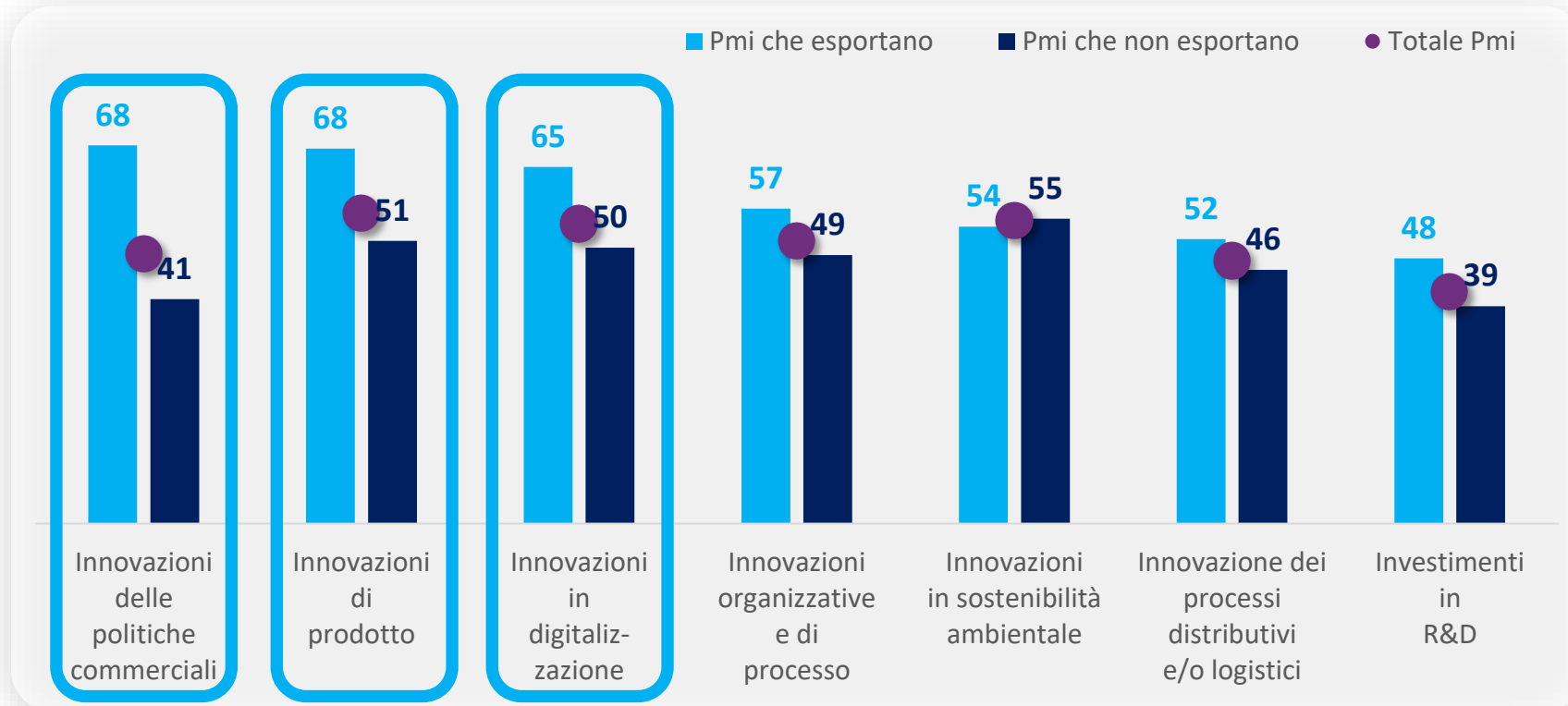


La competizione nell'arena internazionale spinge l'innovazione: la quota di aziende che investirà nel biennio 2023/24 risulta più elevata per le Pmi esportatrici, con focus principalmente su innovazione in politiche commerciali, innovazioni di prodotto e in digitalizzazione

SOLUZIONI ADOTTATE O IN PROGRAMMA PER IL BIENNIO 2023/24 – PMI ESPORTATRICI vs PMI NON ESPORTATRICI

(% imprese)

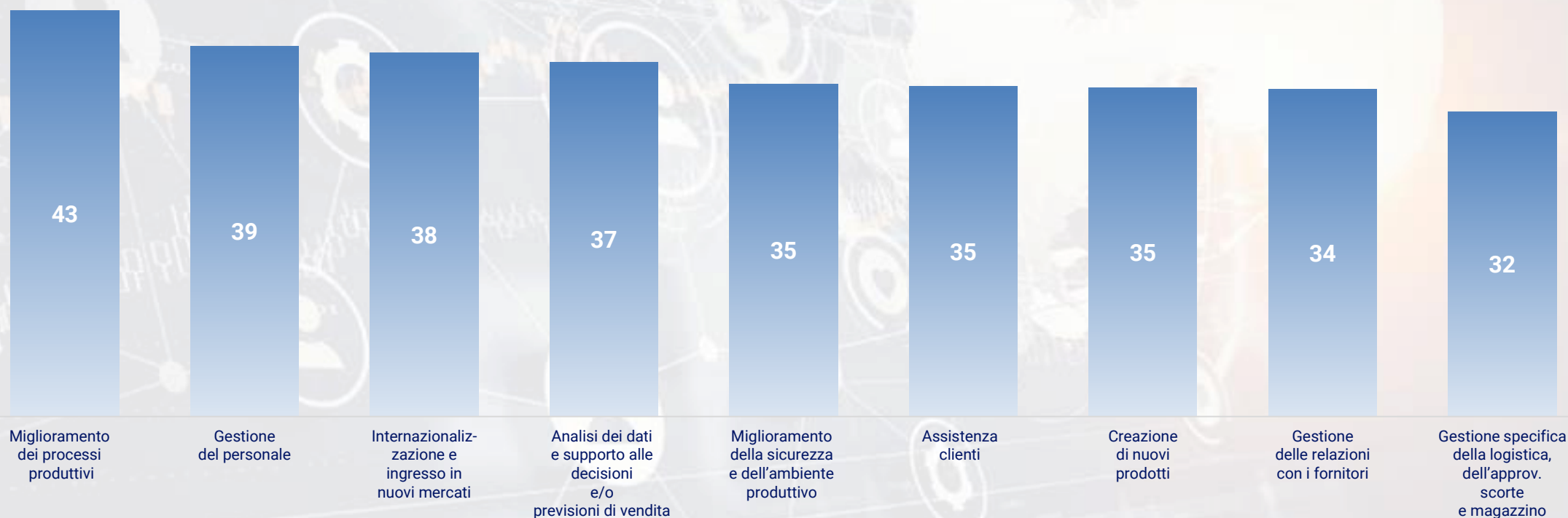
Particolarmente significative le differenze rilevate per le **innovazioni nelle politiche commerciali** (+27 punti percentuali), le **innovazioni di prodotto** (+17 p.p.) e gli **investimenti in digitalizzazione** (+15 p.p.)



La competitività muove anche attraverso le tecnologie digitali: le Pmi pugliesi prevedono di aumentarne l'utilizzo principalmente per migliorare il processo produttivo, per la gestione del personale e per l'internazionalizzazione e l'ingresso in nuovi mercati

FINALITÀ DI UTILIZZO DELLE NUOVE TECNOLOGIE DIGITALI

(% imprese che dichiarano un incremento dell'uso delle tecnologie digitali per gli specifici usi)



FONTE: Elaborazioni Banca Ifis su indagine Format Research su un campione rappresentativo delle Pmi (575 Puglia).

Pur registrando una contrazione nell'ultimo anno, il ritmo di sviluppo delle **startup innovative** in Puglia è superiore al dato italiano, con una maggiore penetrazione dell'imprenditoria giovanile. Bari è la 5^a provincia italiana per numero di startup innovative

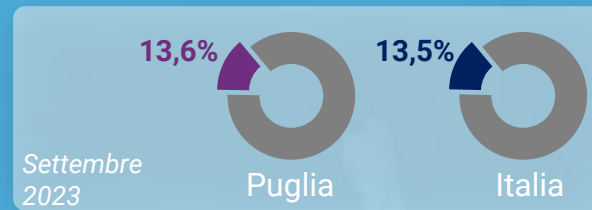
STARTUP INNOVATIVE – PUGLIA versus ITALIA

(Numero di startup innovative – Numero indice Base 2013=100)

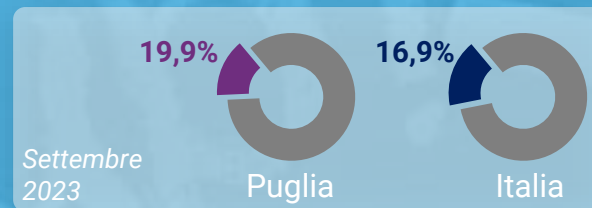


FONTE: Elaborazioni Banca Ifis su dati MIMIT/Infocamere.

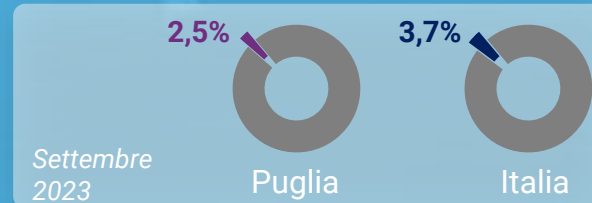
(Startup innovative a prevalenza femminile)



(Startup innovative a prevalenza giovanile)



(Startup innovative a prevalenza straniera)



STARTUP INNOVATIVE

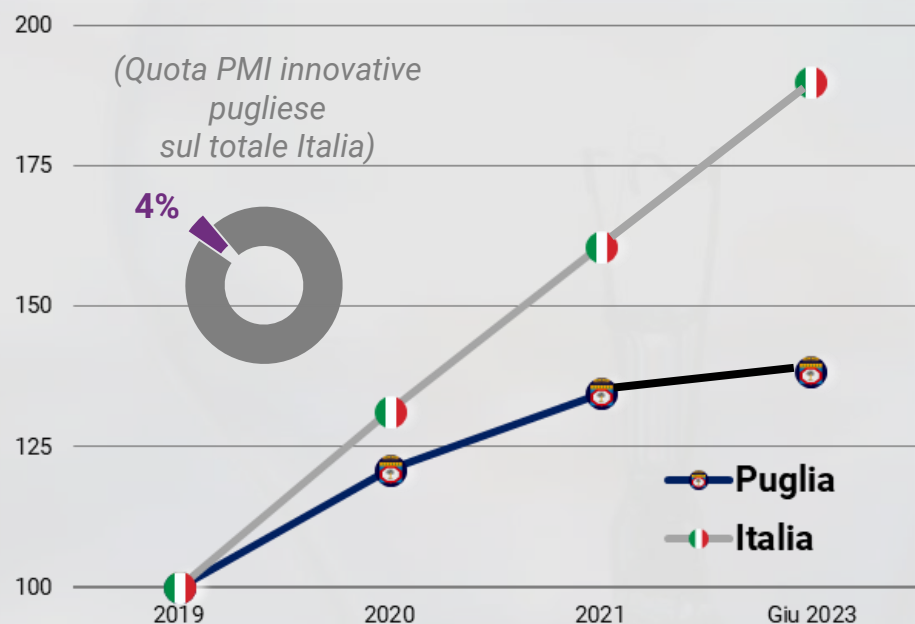
Le start-up innovative sono società di capitali costituite anche in forma cooperativa che:

- sono **costituite da non più di 60 mesi**;
- hanno la **sede principale in Italia o in uno Stato UE o EEA** (spazio economico europeo) con **sede produttiva o filiale in Italia**;
- a partire dal secondo anno di attività, hanno il **totale del valore della produzione annua**, risultante dall'ultimo bilancio, **non superiore a 5 milioni di euro**;
- non distribuiscono e non hanno distribuito utili;
- hanno quale oggetto sociale esclusivo o prevalente lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di **prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico**;
- non sono costituite a seguito di fusione, scissione o di cessione di azienda o di ramo di azienda;
- possiedono almeno uno dei seguenti requisiti:
 - **spese in ricerca e sviluppo** maggiori o uguali al 15% del maggiore valore tra costo e valore totale della produzione;
 - almeno i 2/3 dei dipendenti o collaboratori con laurea magistrale oppure 1/3 di dottorati, **dottorandi o laureati con almeno tre anni di attività di ricerca certificata**;
 - almeno **una privativa industriale** o un **programma per elaboratore originario** registrato presso il Registro pubblico speciale per i programmi per elaboratore.

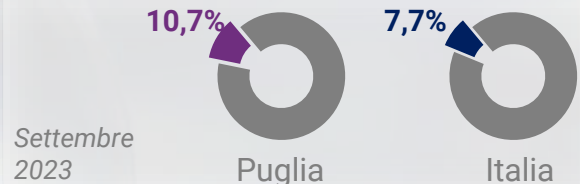
Le Pmi innovative pugliesi crescono molto meno della media italiana ma evidenziano una maggiore prevalenza femminile rispetto al dato nazionale (10,7% vs 7,7% del totale Italia)

PMI INNOVATIVE – PUGLIA versus ITALIA

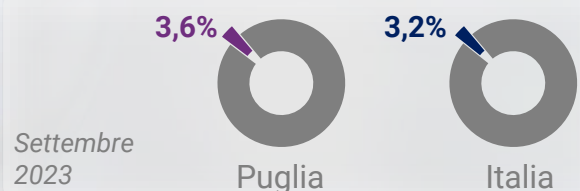
(Numero di Pmi innovative – Numero indice Base 2019=100)



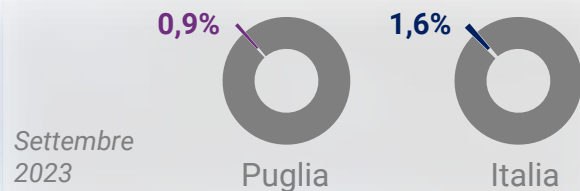
(Startup innovative a prevalenza femminile)



(Startup innovative a prevalenza giovanile)



(Startup innovative a prevalenza straniera)



PMI INNOVATIVE

Le PMI innovative sono società di piccole e medie dimensioni che operano nel campo dell'innovazione tecnologica, a prescindere dalla data di costituzione, dell'oggetto sociale e del livello di maturazione, e **rappresentano un'evoluzione naturale delle startup**. I requisiti per essere PMI Innovativa sono:

- **meno di 250 dipendenti;**
- **fatturato inferiore a 50 milioni** o con attivo patrimoniale inferiore a 43 milioni;
- **con almeno una sede produttiva o una filiale in Italia e la residenza in Italia o in uno degli Stati membri dell'UE** o in Stati dello spazio economico europeo;
- costituita come **società di capitali**, anche in forma cooperativa;
- con **almeno un bilancio certificato** o redatto da un revisore contabile;
- **non essere iscritta al registro Startup innovative o incubatore certificato;**
- **non essere quotata** su un mercato regolamentato.

Il contenuto innovativo dell'impresa è identificato con i medesimi criteri delle startup innovative.

5

Olio di Puglia,
risorsa strategica che
supera i confini del
settore agroalimentare

L'olio pugliese è l'«oro verde» della Regione, grazie alla coesistenza di manualità e tecnologia, protetto dalle certificazioni europee

Alimento antico e prezioso, l'**olio di Puglia** è una delle eccellenze indiscusse dell'enogastronomia italiana, conosciuta e apprezzata in tutto il mondo. La sua produzione, fulcro del settore agroalimentare della Regione, affonda le sue origini in tempi assai antichi: le antiche macine rinvenute nelle caverne salentine confermano che già in epoca precristiana la spremitura delle olive era un'attività praticata abitualmente dalle piccole comunità insediate nella zona.

ECCELLENZA NAZIONALE PREMIATA DAI MARCHI IGP E DOP

Oggi, a distanza di millenni, grazie a una **sapiente combinazione tra tradizione e innovazione tecnologica**, l'eccellente **qualità** dell'olio pugliese è dovuta, da un lato, alla tecnica di raccolta delle olive – quasi esclusivamente a mano – e dall'altro dall'estrazione e la lavorazione delle olive in frantoi ultramoderni. L'eccelsa qualità degli oli locali è certificata dal **marchio IGP** (attribuito a prodotti riconoscibili per determinate peculiarità organolettiche legate alla zona geografica di riferimento, nello specifico da «cultivar» delle aree di Cellina di Nardò, Cima di Bitonto, Cima di Melfi, Frantoio, Ogliarola salentina, Coratina, Favolosa, Leccino, Peranzana) e dal **marchio DOP** (usato per identificare oli di elevata qualità che dipendono in modo esclusivo dal territorio di produzione come l'olio extravergine di oliva Collina di Brindisi DOP, l'EVO Dauno DOP, Terra d'Otranto DOP, Terra di Bari DOP e Terre Tarentine DOP).



La filiera olivicola pugliese, un sistema produttivo fondamentale per l'export italiano

Con 60 milioni di alberi e 60 tipologie differenti di olive da spremitura, in Puglia la coltivazione dell'olivo occupa circa **377mila ettari**, pari al **33% della superficie totale** dedicata a tale coltura in **Italia**. Il **13%** delle aree coltivate ad olivo in Regione sono condotte con metodi di **produzione biologica**.

Con **785 frantoi** attivi e una **produzione** che nel 2022 è stimata pari a circa **100kt**, il settore registra un **fatturato annuo complessivo di circa 1,6 miliardi di euro**, comprendendo sia i frantoi e le aziende che si occupano della prima lavorazione produttiva che quelle della seconda lavorazione (imbottigiatori, sansifici e raffinerie).

UN SETTORE CHE SPINGE L'EXPORT NAZIONALE

Esportato praticamente in tutto il mondo, nei primi tre mesi del 2023 il valore delle esportazioni di olio d'oliva **Made in Puglia** ha registrato un incremento del **+35%**. Una conferma delle *performance* positive dello scorso anno, quando si era già registrata una crescita del **+30%**.

Stati Uniti, Canada, Germania e Francia sono i paesi in cui i consumi di olio extravergine pugliese sono aumentati di più; dinamica positiva anche per il Regno Unito che, nonostante la Brexit, ha aumentato le importazioni dalla Puglia.

LA PRODUZIONE OLIVICOLA PUGLIESE

377.000
ETTARI

SUPERFICIE
DEDICATA
ALL'OLIVO

785
19%

FRANTOI ATTIVI
QUOTA SUL
TOTALE ITALIANO

~ 100kt
41%

PRODUZIONE
DI OLIO D'OLIVA
QUOTA SULLA
PRODUZIONE
ITALIANA

~ 1,6 mld€

FATTURATO
COMPLESSIVO



Le sfide dell'industria olivicola: da tradizione agricola a «risorsa strategica» che fa rete spingendo l'innovazione

Il settore olivicolo è da sempre condizionato dagli **eventi climatici** e, negli ultimi anni, fortemente impattato dagli attacchi della **mosca olearia** e dall'epidemia di **Xylella**.

NON PIU' SOLO SETTORE PRODUTTIVO AGROALIMENTARE MA
ELEMENTO CRUCIALE PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Anche per far fronte a tali criticità, il comparto si sta evolvendo verso un sistema sempre più orientato alla **valorizzazione della produzione tipica dei diversi territori** e alla **conservazione delle risorse naturali a disposizione**: in un tale contesto la produzione olivicola pugliese diviene un elemento cruciale per la tutela del paesaggio e della produzione biologica. A supportare la «transizione» vi sono i fondi stazionati del **PNRR** (100 mln€) per la modernizzazione dei frantoi, nonché il **Green Deal** e il conseguente **Farm to Fork** e infine la riforma **Pac 2023-2027**.

Numerose sono le iniziative volte a rispondere a questi molteplici obiettivi. Già nel **2016** sotto l'egida del CNO e della Cia Puglia, i rappresentanti di 4 associazioni che riuniscono oltre **52.000 olivicoltori** di coltivatori hanno siglato il **primo contratto di rete nella storia dell'olivicoltura pugliese** finalizzato ad acquisire **conoscenze di natura scientifica, tecnologica e commerciale** e alla realizzazione di nuovi marchi per la commercializzazione e la definizione di standard di qualità e tracciabilità dei nuovi prodotti.

Da allora sono sorte numerose altre iniziative, spesso intraregionali.



Oleoturismo, un mix che lega la cultura dell'olio all'identità della terra, creando un nuovo tipo di esperienza

La cultura olivicola che permea tutta la Puglia ha infine portato allo sviluppo di un nuovo tipo di turismo, l'«**oleoturismo**» o «**turismo dell'olio**», una nuova declinazione dell'enoturismo – di cui l'Italia è leader indiscussa – e al contempo volano per il settore olivicolo e l'intera economia pugliese.

Supportato dal **Movimento Turistico dell'Olio**, l'associazione nata in Puglia nel 2016 per coniugare olio e turismo, l'oleoturismo si propone, da un lato, la diffusione della cultura dell'olio nel segno della qualità, lo sviluppo della cultura dell'accoglienza e la valorizzazione del paesaggio italiano legato all'ulivo; dall'altro, mira a far comprendere le potenzialità attrattive che hanno l'olio e coloro che lo producono.

Tra le **esperienze proposte** – caratterizzate dall'aver sempre l'olio extravergine d'oliva come protagonista – si spazia dalla raccolta delle olive alle visite guidate in frantoio, passando per le degustazioni, i corsi di assaggio e di cucina, i laboratori didattici per famiglie e bambini, le cene a tema, i massaggi all'olio, le passeggiate tra gli ulivi a piedi, in *bike* o a cavallo, le merende nelle olivete, le rappresentazioni teatrali e i concerti musicali all'ombra degli ulivi secolari.

Non mancano, infine, gli **eventi** a tema come ABC Olio e Ulivo Day, rivolti ai turisti *gourmet* curiosi di conoscere le qualità olfattive e gustative dell'olio EVO e volti al contempo a dare un'identità ai frantoiani-artigiani di casa nostra.

OLEOTURISMO

17%

LA QUOTA DI ITALIANI CHE CONSIDERA IL CIBO LA PRINCIPALE MOTIVAZIONE DI SCELTA DEL LUOGO DI VILLEGGIATURA

LA QUOTA DI CONSUMATORI E TURISTI INTERESSATI

65%

- AL *PICK YOUR OWN*, LA RACCOLTA DELLE OLIVE CON LE PROPRIE MANI, E ALLA PRODUZIONE DEL PROPRIO OLIO

59%

- AL CONTATTO DIRETTO CON L'AGRICOLTORE E IL FRANTOIANO

73%

- A DEGUSTAZIONI GUIDATE

43%

- A EVENTI E ATTIVITÀ ARTISTICHE NEGLI OLIVETI

Indagine quantitativa condotta sul sito di Coldiretti Puglia – Anno 2022.

6

L'informatica
pugliese, da pioniera
della formazione a
forza di attrazione
per le multinazionali

Le aziende dell'ICT scelgono la Puglia: i numeri di un settore in forte espansione

Negli anni Sessanta, un gruppo di fisici, matematici e ingegneri dell'Università di Bari, insieme a imprenditori e studenti, diede vita nel capoluogo pugliese al **secondo corso di laurea in Italia in Scienze dell'Informazione**. Da allora la Puglia si è affermata come uno dei **luoghi d'eccellenza dell'Informatica italiana**.

Questo innesto nel territorio ha garantito la fiorente crescita di un terreno socioeconomico di studiosi, esperti, imprenditori, centri di ricerca che investono importanti risorse nel digitale fungendo da stimolo continuo al settore, a sua volta spinto, più di recente, dalla cosiddetta **S3 – Strategia di Specializzazione Intelligente – SmartPuglia2030** che individua i principali elementi della Strategia regionale su ricerca e innovazione per il 2021-2027, da svilupparsi anche grazie ai Fondi europei.

MULTINAZIONALI IN UN TESSUTO DI PMI INNOVATIVE

I numeri del Registro delle imprese della Camera di commercio fotografano un sistema imprenditoriale ICT che in Puglia non ha mai smesso di crescere, anche durante la pandemia. Il comparto – una filiera completa per i servizi digitali – si compone di **7.800 imprese, aumentate di quasi il 20% in 5 anni** e con una forte concentrazione (40%) nella provincia di Bari. Il settore occupa circa **16.900 addetti** e sviluppa un fatturato complessivo di circa **2,7 miliardi di euro**.

Tra le aziende presenti sul territorio pugliese si annoverano numerose **multinazionali** come Atos, Deloitte Lutech, NTT Data, Pirelli, Lottomatica Digital solutions e Nexi, che fungono da stimolo, anche in tema di innovazione, a realtà più piccole (ben il 4,7% del totale settore è una **startup o PMI innovativa**).

I PROTAGONISTI DELL'ICT IN PUGLIA*

7.800 IMPRESE**

DI CUI IL **40%** CONCENTRATE NELLA PROVINCIA DI BARI

DI CUI IL **96%** CON MENO DI 10 DIPENDENTI

+20% IN 5 ANNI

16.900 ADDETTI

2,7 mld€ FATTURATO

* Nel settore sono state considerate imprese di hardware, distribuzione, software a pacchetto, software di consulenza IT, servizi IT e servizi di telecomunicazione.

** Dato di marzo 2022

Il Distretto Produttivo dell'Informatica, una consolidata «Silicon Valley» che si candida a diventare brand territoriale

Data la rilevanza che il settore ha ricoperto nel tempo, nel 2010 è fondato il **Distretto Produttivo dell'Informatica Pugliese** che coinvolge oltre **70 associati tra grandi imprese e Pmi, 7 associazioni sindacali e di categoria e 7 centri di ricerca e università**: riconosciuto nello stesso anno di fondazione come Distretto Produttivo dalla Regione Puglia, ne fanno oggi parte tra gli altri Confindustria, Confapi, Confartigianato, Confcooperative e le associazioni sindacali Cgil, Cisl, Uil.

Nel tempo, il distretto ha avuto un ruolo sempre più attivo nel rappresentare le **esigenze di sviluppo delle aziende IT insediate in Puglia** traducendole in progetti esecutivi, promuovendo l'innovazione e le politiche d'internazionalizzazione, supportando la Regione Puglia con un contributo esperienziale e conoscitivo in tema di politiche e fabbisogni del settore IT; ha inoltre maturato una profonda esperienza nella **progettazione e realizzazione di progetti di ricerca e sviluppo** che coinvolgono università e imprese.

Il Distretto si propone inoltre di organizzare e gestire **progetti di orientamento e formazione** in collaborazione con gli attori della formazione presenti sul territorio.

RETE DI RELAZIONI PER ACCRESCERE IL BRAND TERRITORIALE

Il Distretto ha infine consentito lo sviluppo di una **rete di relazioni tra gli associati**, tale da consentire la pianificazione e la realizzazione di complessi progetti congiunti, e promuovere così il **brand territoriale**.




**Distretto
Produttivo**
dell'Informatica

70

ASSOCIATI TRA
GRANDI IMPRESE
E PMI

7

ASSOCIAZIONI
SINDACALI E DI
CATEGORIA

7

CENTRI
DI RICERCA E
UNIVERSITÀ

400mln€

FATTURATO
COMPLESSIVO

La crescente richiesta di **competenze in ICT** ha portato allo sviluppo di un **composito sistema di formazione**

La presenza di *big player* così come quella di piccole «vivaci» aziende è strategica per lo sviluppo dell'economia regionale e funge al contempo da incentivo alla creazione di **capitale umano** che si forma negli atenei pugliesi, in facoltà e specializzazioni di ambito Stem, ma anche negli ITS del territorio, gli istituti tecnologici superiori per la formazione terziaria avanzata.

Ogni anno le **cinque università regionali** laureano circa **550 studenti** nei Dipartimenti di Informatica e Ingegneria per un fabbisogno di tutto il settore IT pugliese di circa il quadruplo. Di questi, stante i risultati dell'Osservatorio IT del Distretto Produttivo dell'Informatica, circa il **76% vorrebbe trovare occupazione nella regione di residenza, grazie alla disponibilità in loco di lavori con margini interessanti di affermazione e crescita**; solo il 17% è propenso a spostarsi in altre regioni (i restanti vorrebbero invece provare una esperienza all'estero).

Dal momento che la crescente richiesta di competenze in ICT supera la «disponibilità» di laureati, si è sviluppata in regione anche **un'offerta di scuole secondarie specializzate in informatica**. Quale diretta conseguenza, nel 2021 si è registrata una forte **crescita annua di diplomati in ICT, più che doppia rispetto al dato nazionale**, frutto della sinergia tra pubblico e privato.

Completano l'offerta le **scuole di specializzazione post diploma** (tra cui l'**Apulia Digital Maker ITS Academy**, associato del Distretto Produttivo dell'Informatica) e le **academy interne ad aziende operanti sul territorio**, tra cui quella di Fincons.

L'ECOSISTEMA PUGLIESE DELLE COMPETENZE IN ICT

5

UNIVERSITA'

(UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI, POLITECNICO DI BARI, UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FOGGIA, UNIVERSITÀ DEL SALENTO, LIBERA UNIVERSITÀ MEDITERRANEA)

550

LAUREATI NEI DIPARTIMENTI DI INFORMATICA E INGEGNERIA OGNI ANNO

ITS

CORSI DI SPECIALIZZAZIONE POST DIPLOMA

ACADEMY AZIENDALI

7

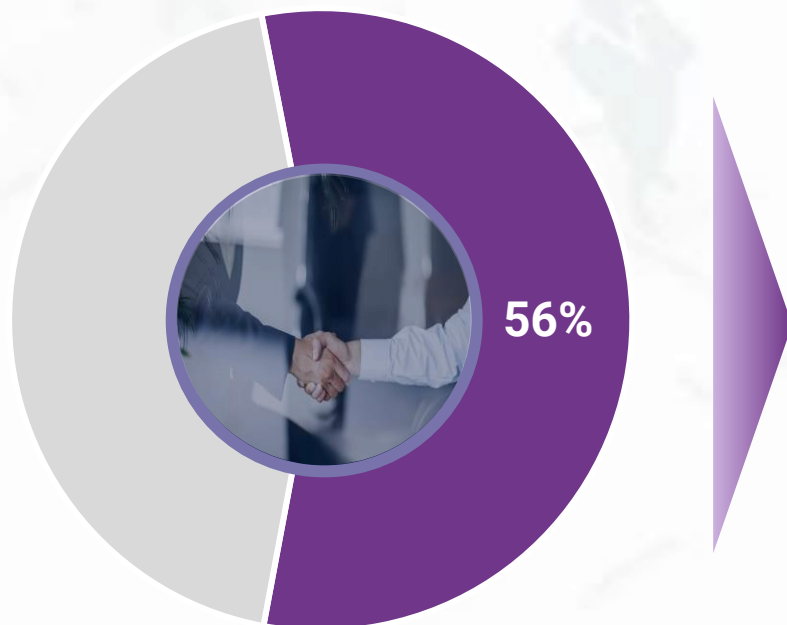
«Fare rete»,
un approccio diffuso
tra le Pmi pugliesi

Il 56% delle Pmi pugliesi collabora con altre imprese: un dato in linea con la media nazionale (55%).

L'obiettivo principale è nelle forniture (acquisti e vendite) di filiera

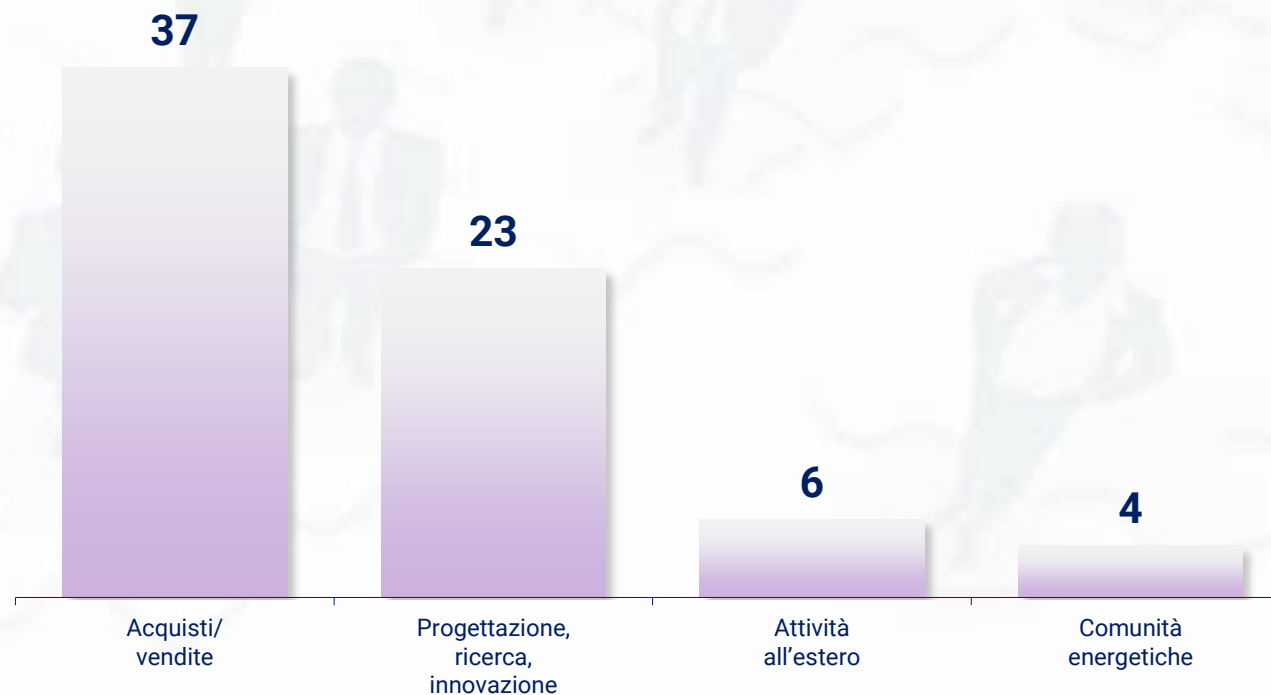
AZIENDE CHE HANNO RAPPORTI CONTINUATIVI E RILEVANTI CON ALTRE IMPRESE

(% imprese)



TIPOLOGIA DI ATTIVITA' OGGETTO DELLA COLLABORAZIONE

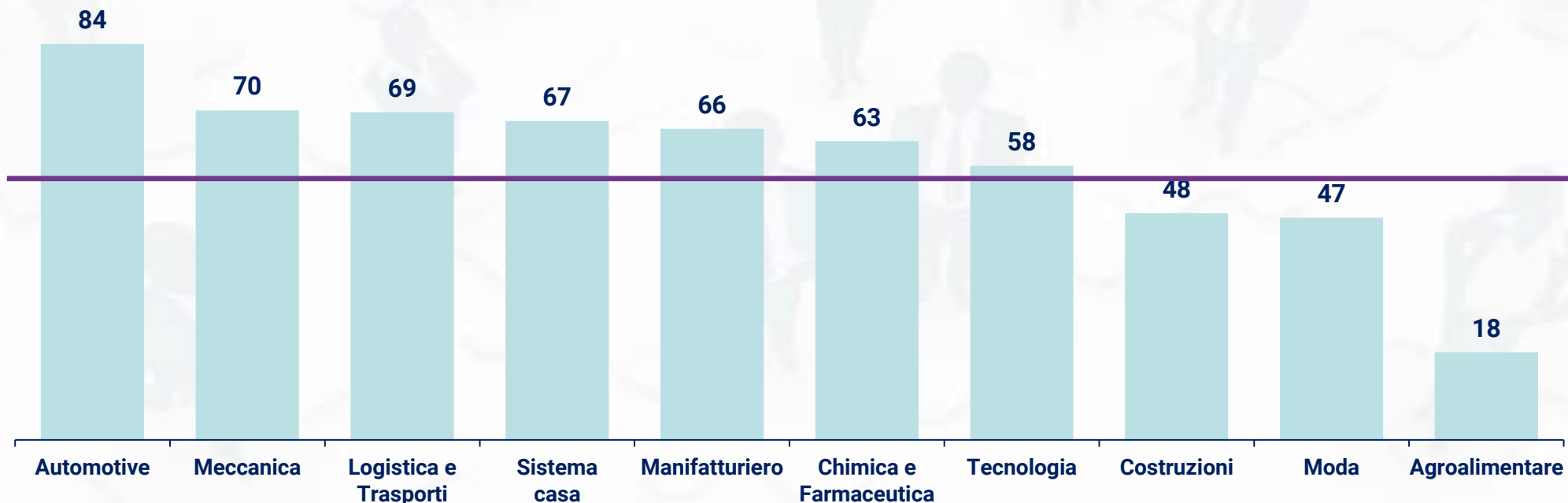
(% imprese – Risposta multipla)



Sette *industry* su 10 hanno un tasso di collaborazione più elevato della media nazionale. Il settore agroalimentare risente di dimensioni mediamente molto ridotte

COLLABORAZIONI PER SETTORE PRODUTTIVO

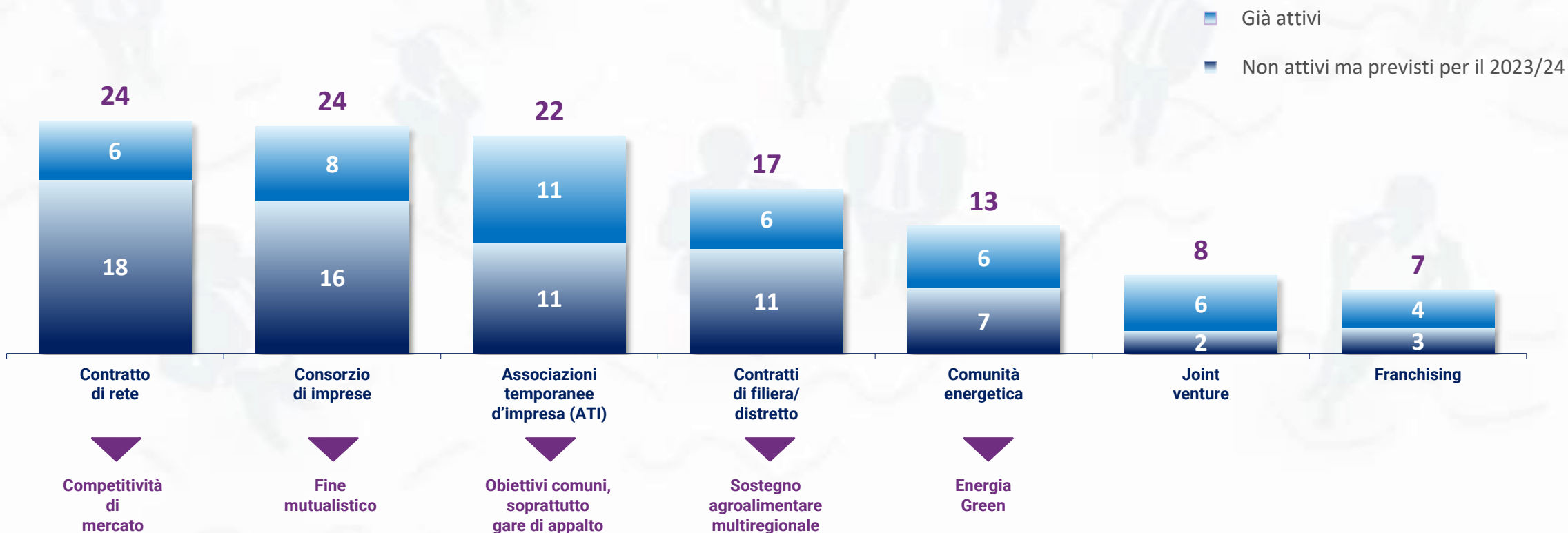
(% imprese)



Tra le modalità per gestire le collaborazioni, i contratti di rete, i consorzi di imprese e le associazioni temporanee d'impresa sono le 3 forme più diffuse

TIPOLOGIA DI RELAZIONE

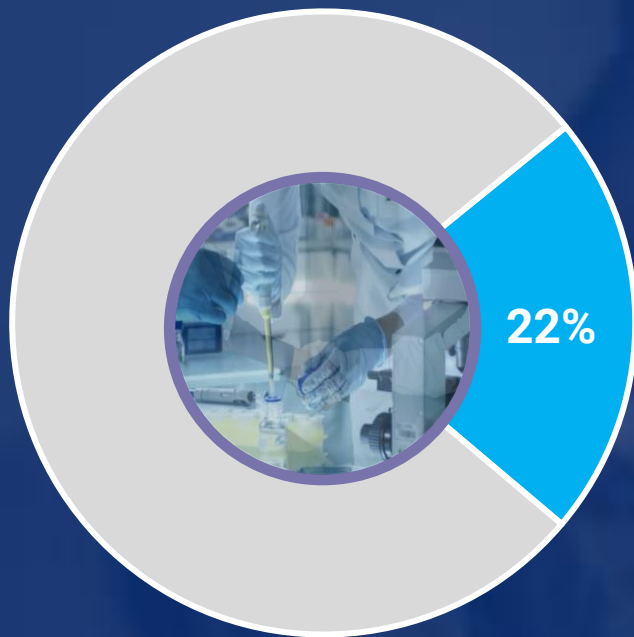
(% imprese – Risposta multipla)



Il 22% delle imprese pugliesi collabora con università/enti di ricerca. Si punta principalmente all'innovazione di prodotto, dei processi produttivi e alla tecnologica; segue la riprogettazione in chiave sostenibile

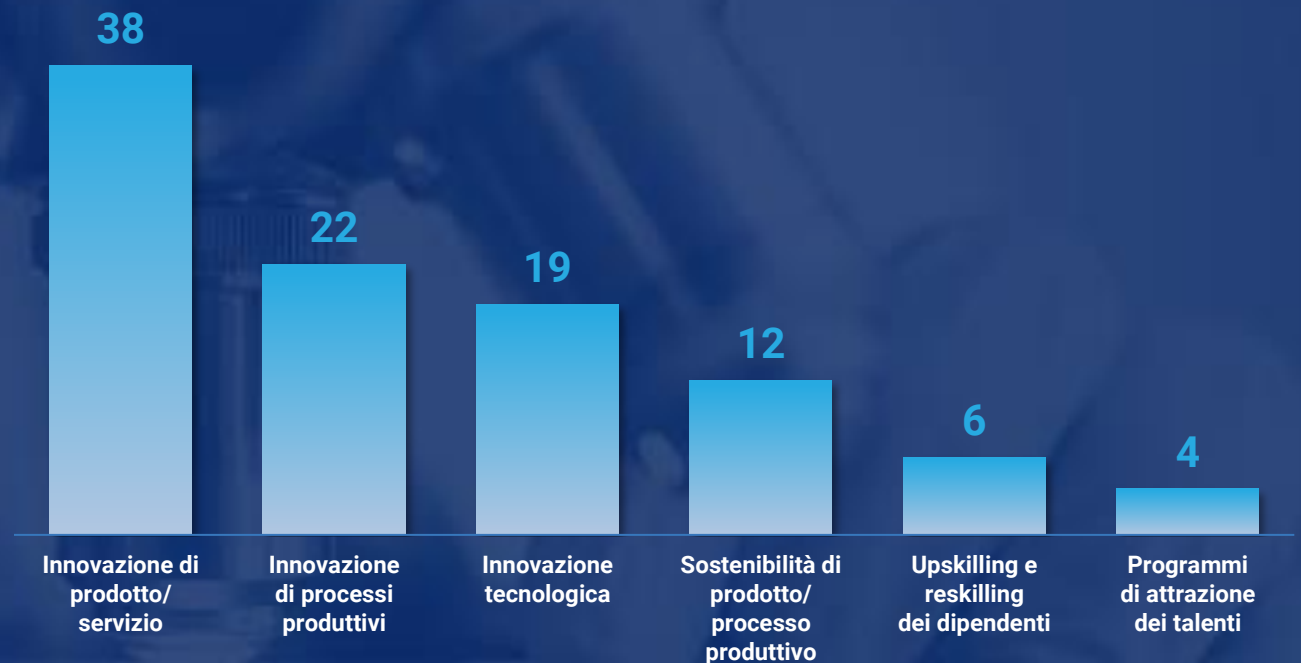
AZIENDE CHE COLLABORANO CON UNIVERSITÀ/
CENTRI DI RICERCA/CONSORZI DI RICERCA/ITS

(% imprese)



FINALITÀ DELLA COLLABORAZIONE

(% imprese che collaborano con Università/Enti di ricerca)



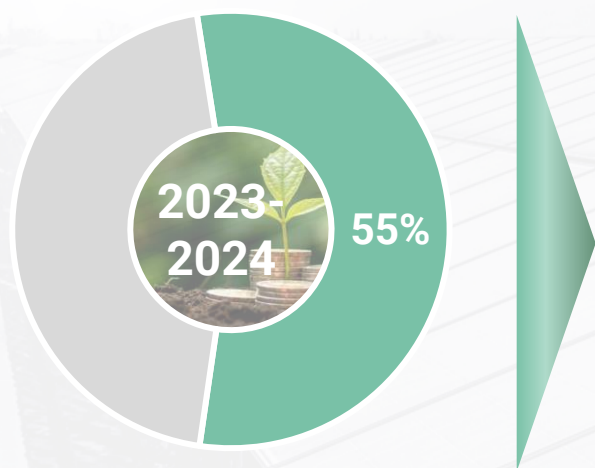
8

Sostenibilità
tra presente
e futuro

Il 55% delle Pmi pugliesi già attua o attuerà nel biennio 2023/24 investimenti in sostenibilità, con l'obiettivo ultimo di migliorare la *brand reputation* (52% delle imprese) e contenere i costi nel lungo periodo (50%)

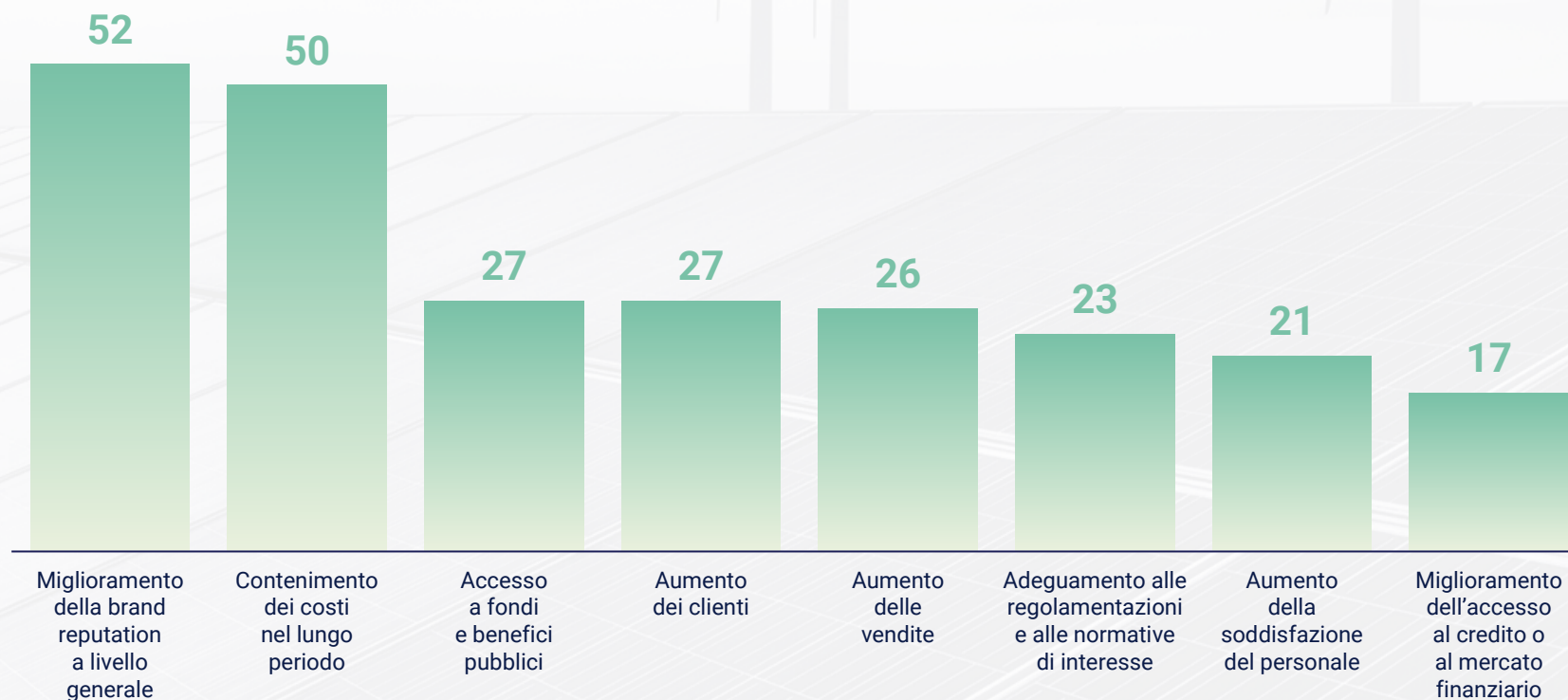
AZIENDE CHE PREVEDONO INVESTIMENTI IN SOSTENIBILITA'

(% imprese)



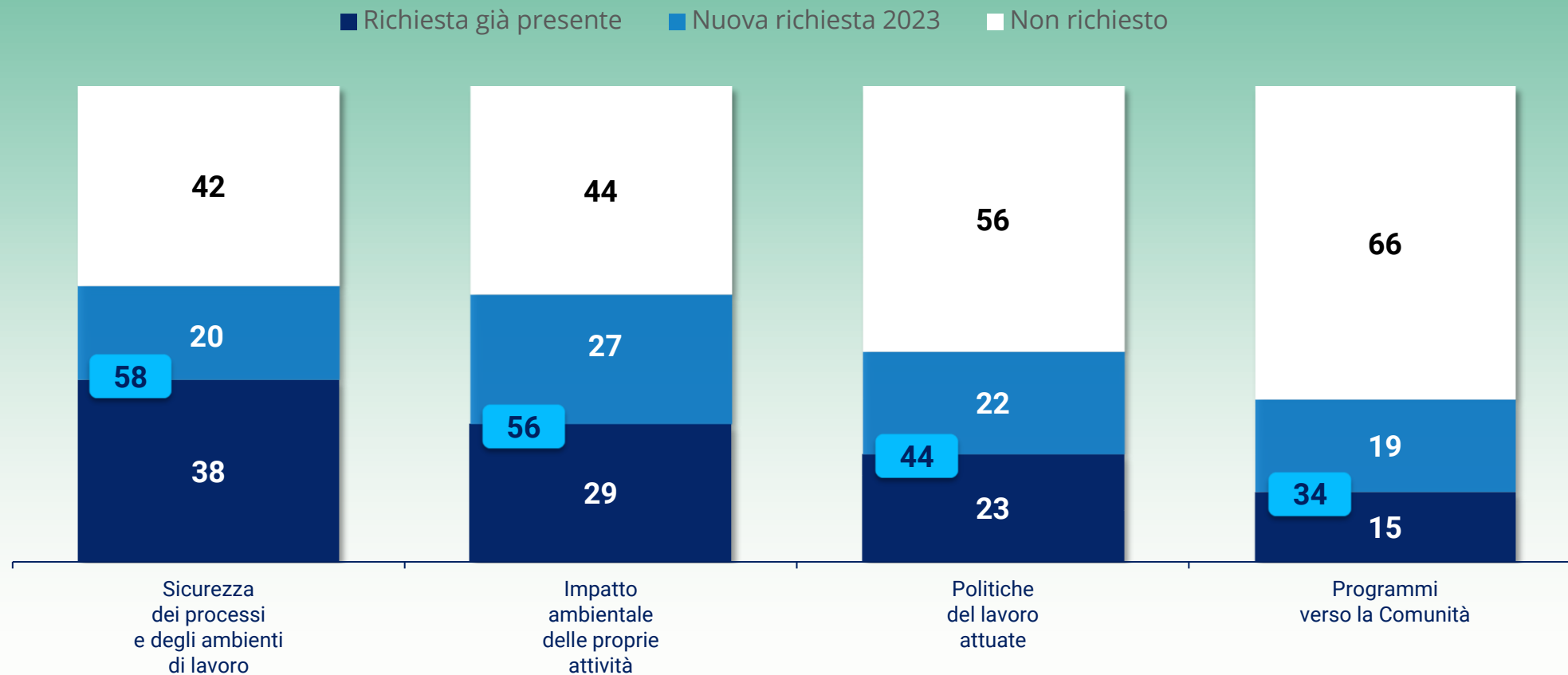
VANTAGGI PERSEGUITI ATTRAVERSO LE POLITICHE DI SOSTENIBILITA' ADOTTATE O IN FASE DI ADOZIONE

(% imprese che investono in sostenibilità)



Sicurezza e riduzione dell'impatto ambientale sono le richieste sulla sostenibilità più ricorrenti dei clienti delle Pmi pugliesi

DIMOSTRAZIONI DI SOSTENIBILITÀ RICHIESTE DAI CLIENTI



FONTE: Elaborazioni Banca Ifis su indagine Format Research su un campione rappresentativo delle Pmi (575 Puglia).

La presente pubblicazione è stata redatta da Banca Ifis

Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Banca Ifis affidabili, ma non sono necessariamente complete e non può esserne garantita l'accuratezza.

La presente pubblicazione viene fornita per meri fini di informazione e illustrazione, non costituendo pertanto, in alcun modo, un parere fiscale e di investimento.



www.bancaifis.it