

# Reti di impresa a +7,4% Oltre 9mila contratti, agroalimentare in vetta

*Lo strumento viene usato per aumentare il potere contrattuale delle Pmi*

Beneficiare dei vantaggi della grande impresa pur non perdendo l'identità, l'autonomia e la flessibilità tipica delle Pmi: è questo uno dei principali vantaggi competitivi del contratto di rete per le aziende aderenti. Lo conferma il V Rapporto dell'Osservatorio nazionale sulle Reti d'impresa, a cura di InfoCamere, RetImpresa e dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari Venezia, presentato ieri nella storica sede dell'Università di Padova a Palazzo del Bo.

Il Rapporto 2023 utilizza i dati del Registro Imprese delle Camere di Commercio sull'universo dei contratti di rete in Italia e i dati della survey condotta dall'Osservatorio tra settembre e novembre 2023 su un campione rappresentativo di reti attive. Dai dati emerge, a fine 2023, che i contratti di rete hanno sfiorato quota 9mila (+7,4% rispetto al 2022) interessando oltre 47mila imprese in tutto il territorio nazionale (+4,8%). Nel 2023 emerge un ulteriore rafforzamento delle micro-reti (quasi l'87% risulta composto da meno di 10 imprese e oltre il 52% è costituito da micro-aggregazioni di 2-3 imprese) che prevalentemente aggregano piccole imprese (il 75% delle imprese in rete). La graduale riduzione delle reti intersettoriali (60% a fine 2023) e la crescente diffusione di aggregazioni tra imprese dello stesso settore (40%) - spiega il report - sembra indicare un approccio verso lo strumento del contratto di rete finalizzato a sfruttare appieno i vantaggi di una relazione collaborativa sempre più orientata a condividere conoscenze e competenze. Secondo i dati della survey 2023 il 35% delle reti dichiara di operare per aumentare il potere contrattuale delle Pmi (solo il 9% ha all'interno una grande impresa), per condividere le spese legate ad acquisti/forniture/tecnologie (24%) e per partecipare a bandi e appalti (24%). Questo ultimo obiettivo è distintivo per le costruzioni, mentre per agroalimentare e commercio è rilevante anche la creazione di un brand comune.

© RIPRODUZIONE RISERVATA