

## **La ricerca di Spazio RP “Le associazioni di categoria più influenti in Italia”**



### **Premesse e Metodologia**

Oltre 400 tra giornalisti economici, presidenti delle Camere di Commercio e rappresentanti delle Istituzioni locali: è questo il campione di opinion leader adottato da Spazio RP per la prima ricerca italiana volta a misurare il grado di autorevolezza delle associazioni di categoria nel Paese.

Tramite lo strumento dell'intervista telefonica, i soggetti interpellati (un minimo di 4 per provincia) sono stati invitati a indicare le organizzazioni che meglio rappresentano gli interessi di imprese, professionisti e lavoratori sul proprio territorio, in base a specifici parametri di valutazione:

- le particolarità dell'economia di zona, che tendono a favorire le associazioni di un settore piuttosto che di un altro per quanto concerne il numero di iscritti;
- l'attivismo e la dinamicità, secondo una maggiore o minore propensione a organizzare eventi, convegni, manifestazioni e ad intervenire nelle questioni più importanti della vita pubblica;
- la credibilità e il prestigio raggiunti nella tutela degli interessi dei propri associati, nel rapporto con le Amministrazioni, le forze politiche e le Parti Sociali;
- la qualità del servizio offerto ai soci in materia di assistenza tecnica e burocratica;
- lo share of voice e la capacità comunicativa, ovvero la presenza sui mass media e l'assiduità nell'invio di comunicati stampa di carattere informativo e promozionale;
- l'eventuale presenza di un sito web e la qualità dello stesso.

In seguito alle indicazioni degli opinion leader sono state individuate le associazioni più influenti a livello locale. Una successiva elaborazione statistica dei dati, con l'attribuzione di un punteggio proporzionale al numero di province per regione, ha permesso di calcolare complessivamente il peso di ciascuna associazione di categoria italiana sul territorio.

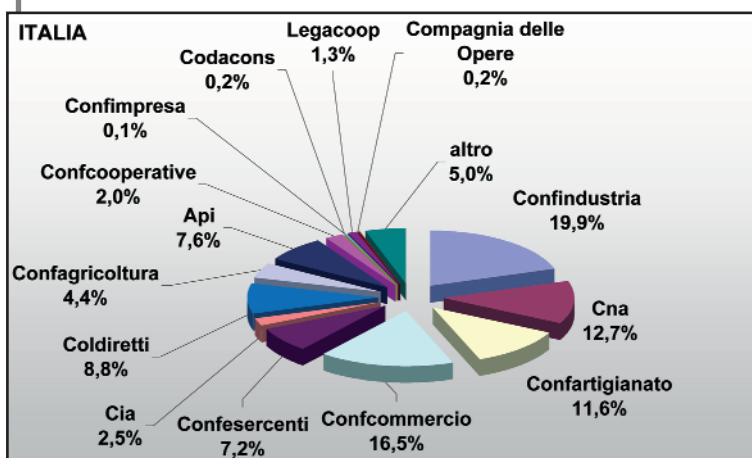
### **I risultati**

Col 19,9% dei consensi la Confindustria è l'associazione più influente su scala nazionale. Ciò a riprova dell'autorità e dell'istituzionalità raggiunte: per quasi tutti gli intervistati è l'Associazione per eccellenza. Le percentuali maggiori si sono registrate al Nord (22,6%) e al Sud (20,1%), mentre al Centro ha un vantaggio sensibilmente più ridotto rispetto alle associazioni di Pmi (6 punti di distacco da Confartigianato e Confapi, solo uno 0,2% da Cna). Si tratta di un dato poco sorprendente, considerate le particolarità economiche delle aree geografiche in questione: chiaramente Confindustria risulta la principale organizzazione laddove prevalgono grandi aggregazioni industriali (vedi Nord-Ovest) o perdurano le cosiddette "cattedrali nel deserto" (Puglia, Basilicata, Calabria) mentre, pur conservando il primato, ha un peso politico meno assoluto nelle regioni in cui è presente una forte cultura dell'imprenditoria medio-piccola.

Per quanto riguarda il settore artigiano, a livello nazionale Cna e Confartigianato sono quasi pari: la distanza tra le due, infatti, è di appena un punto percentuale a favore della prima (12,7% contro 11,6%). Sono invece riscontrabili notevoli differenze su base geografica: la Cna, con il 17,2% delle preferenze, ha il suo punto di forza nel Centro Italia, con un'influenza quasi pari a quella di Confindustria. In particolare, gode della maggiore stima in Umbria, Marche, Emilia Romagna e Toscana, dove si riscontra una forte concentrazione manifatturiera (sia a livello numerico che di rete di interscambio); contesto in cui l'organizzazione riesce a esprimere una fortissima capacità associativa e di servizi. Al contrario, la Confartigianato sembra acquisire importanza man mano che si sale verso il Nord, rivelando tutta la sua efficacia proprio in regioni come la Lombardia, il Friuli Venezia Giulia e il Trentino Alto Adige e raggiungendo nell'insieme il 16,2% dei favori. Una

delle spiegazioni al diverso radicamento sul territorio delle due associazioni artigiane risiede nel particolare momento storico in cui sono nate, l'immediato dopoguerra, e nelle differenti tradizioni politiche a cui hanno fatto riferimento. Una connotazione di stampo comunista o democristiano che oggi appare scolorita, ma che ha lasciato il segno su scala nazionale con un'eterogenea presenza nel sistema Paese.

Più bassa la percentuale raggiunta dalla Confapi, con un 7,6% complessivo che necessita di una lettura particolare. Emerge, infatti, un gradimento piuttosto discontinuo sul territorio: le Api riscuotono un consenso decisamente maggiore al Centro, dove arrivano all'11,4%, mentre nel resto d'Italia non riescono a scalfire la forza contrattuale della Confindustria e ad imporsi in maniera decisiva. Fa eccezione il Lazio, regione in cui con il 20% la Federazio-Confapi risulta la prima associazione in assoluto, contro il 16,6% raggiunto dall'organizzazione degli Industriali.



Ancora più indietro la Compagnia delle Opere, il cui nome sembra tuttora legato prevalentemente alla regione di origine, la Lombardia, l'unica in cui abbia raggiunto una percentuale significativa (3%).

Sul fronte delle associazioni dei commercianti, Confcommercio è saldamente in prima posizione, con il 16,5% delle preferenze rispetto al 7,2% della Confesercenti. Le uniche regioni in cui il dato non è confermato sono la Puglia, in cui ha prevalso Confesercenti, e l'Abruzzo, nel quale hanno entrambe lo stesso punteggio. Si tratta probabilmente di una

differenza di brand, di marchio: ancora oggi la Confcommercio, con i suoi oltre sessant'anni di attività, è l'associazione del terziario più visibile e riconoscibile all'esterno. La Confesercenti, più giovane, mostra tuttavia stabili segnali di crescita.

Nel comparto agricolo è la Coldiretti a conseguire il podio (8,8%), seguita dalla Confagricoltura prima e dalla Cia poi. Il rapporto percentuale fra le tre si mantiene abbastanza costante di regione in regione, con una punta massima al Sud dove, sommate, costituiscono quasi il 25% del totale delle associazioni, segno della centralità che ancora riveste l'agricoltura nell'economia meridionale. Ma non solo: è significativo infatti che la singola Coldiretti riceva il maggior numero di apprezzamenti anche in Piemonte, Veneto o Toscana. La Confagricoltura invece ha le sue punte massime in Calabria, Puglia e Basilicata, mentre la Cia vede la propria "roccaforte" in Sicilia, dove ha il 10% dei consensi. Alla base di questi risultati c'è il profondo radicamento sul territorio della Coldiretti, che raggruppando in maniera capillare le piccole aziende tende, secondo la maggior parte degli intervistati, a creare aggregazione e un forte senso di appartenenza. Inoltre ha saputo legare la propria immagine a campagne di comunicazione efficaci, come l'agricoltura biologica e la promozione del Made in Italy, con lo strumento della certificazione e la valorizzazione dei prodotti Dop, Doc e Igp. La Confagricoltura, da parte sua, viene plaudita soprattutto per i servizi offerti agli associati: riunendo le grandi imprese agricole, sembra maggiormente orientata alla consulenza, alla ricerca di finanziamenti agevolati e all'assistenza nella gestione contabile e amministrativa. Infine la Cia, di più recente fondazione, punta a mettere insieme i temi dell'agricoltura con quelli della tutela ambientale.

Per quanto concerne le organizzazioni che rappresentano le cooperative (Confcooperative, Legacoop), risultano ben radicate al Centro (2,8%) e nel Sud Italia (4,8%). In regioni come l'Emilia Romagna, dove il dato cresce in maniera sensibile, ha chiaramente pesato la forte tradizione delle cooperative rosse. Al Sud invece ha inciso, da una parte, la nascita delle cooperative edilizie a partire dagli anni Sessanta, un fenomeno legato all'edilizia convenzionata, e dall'altra la presenza storica delle cooperative agricole nelle campagne e nelle piccole province, con un radicamento capillare e un potere unico laddove altre organizzazioni non hanno avuto modo o occasione di svilupparsi.

