



Osservatorio
UniCredit
Piccole Imprese

**RAPPORTO
UNICREDIT
SULLE PICCOLE
IMPRESE**

VI EDIZIONE 2009-2010

**“ LE PICCOLE
IMPRESE E
IL RILANCIO
DEL SISTEMA
PRODUTTIVO. ”**



RAPPORTO UNICREDIT SULLE PICCOLE IMPRESE ”

VI EDIZIONE 2009-2010



Nato nel 2004, l'Osservatorio UniCredit Piccole Imprese è oggi alla sua sesta edizione, dedicata alle piccole imprese nel contesto della crisi. Il Rapporto è coordinato dall'Ufficio Retail Research and Competitors Benchmarking.

Hanno contribuito alla stesura della presente edizione:

CIB Corporate Sector Analysis, UniCredit Group

Andrea Brasili

Elena D'Alfonso

Global Marketing & Segments - Small Business Clients Italy, UniCredit Group

Letizia D'Abbondanza (Responsabile Small Business Clients Italy)

Renato Martini (Responsabile Global Small Business Clients)

Bruno Gasparroni

Roberto Parafioriti (Responsabile Small Business Client Analysis)

Consorzio A.A.STER

Aldo Bonomi

Francesco Cancellato

Alessandro Porta

Retail Research and Competitors Benchmarking, UniCredit Group

Francesca Bartoli

Angela Botticini

Serena Frazzoni

Valentina Galletti

Oreste Massolini (Responsabile Retail Planning and Controlling,
UniCredit Group)

Franco Mosconi (Professore di Economia Industriale,
Università di Parma)

Cynthia Panas

Massimiliano R. Riggi (Coordinatore del Rapporto Piccole Imprese)

Zeno Rotondi (Responsabile Retail Research and Competitors
Benchmarking)



Nella preparazione del presente Rapporto l'Ufficio Retail Research and Competitors Benchmarking è stato affiancato da:

- Direzione Retail Marketing and Segments Italy. In particolare, la U.O. Commercial Agreements Confidi, nelle persone di Roberto Remondi, Davide Bovi e Marco Barbero, ha partecipato in qualità di autore del Quadro 1 del capitolo 6, alla fase di elaborazione dei questionari di cui ai capitoli 5 e 6, alla lettura dei corrispondenti risultati e all'attività di collegamento con le associazioni di categoria ed i confidi, intervistati dalle Direzioni Territoriali della Divisione Retail Italy.

- Prof. Franco Mosconi. Titolare della Cattedra "Jean Monnet" di Economia Industriale presso l'Università di Parma, ha curato la stesura della sezione 6.1 dedicata alla manifattura.

- Area Turismo di Nomisma Spa, nelle persone di Luigi Scarola, Paola Piccioni e Francesco Capobianco, hanno supportato l'ufficio Retail Research and Competitors Benchmarking fornendo dati e informazioni utili allo sviluppo del tema del turismo di cui alla sezione 6.2.

- Area Agricoltura e Industria alimentare di Nomisma Spa, nelle persone di Stefano Baldi, Ersilia Di Tullio, Denis Pantini e Andrea Zaghi, e l'Ufficio Small Business Alliance - Area Retail UniCredit, nella persona di Mauro Bambagioni, hanno collaborato a sviluppare il tema dell'agricoltura di cui alla sezione 6.3.

Il coordinamento del Rapporto ha altresì beneficiato dei commenti e dei suggerimenti del prof. Giovanni Ferri.



PRESENTAZIONE

È con grande piacere che presentiamo la nuova edizione del Rapporto UniCredit Piccole Imprese, dedicato in questo 2009 alle reazioni messe in campo per affrontare questo momento particolarmente difficile e denso di incertezze, al fine di comprendere su quali basi e punti di forza è possibile un ritorno alla crescita del sistema Paese.

Il Rapporto giunge alla sesta edizione, essendo nato nel 2004 per iniziativa di UniCredit Banca – all'epoca la Banca del Gruppo UniCredit dedicata alle piccole imprese e alle famiglie. Oggi il Gruppo è maggiormente presente sul territorio grazie alla fusione con il Gruppo Capitalia. Una realtà commerciale forte delle proprie tradizioni e ben radicata nel territorio.

Proseguiamo, dunque, il cammino intrapreso cinque anni fa con una prima edizione del Rapporto dedicata al Capitalismo dei piccoli, a quei circa 4 milioni di piccole imprese, operanti in tutti i settori dell'industria e dei servizi, con meno di 20 addetti. L'anno successivo (2005) fu la volta di un approfondimento: lo studio riguardò il Turismo e l'Agricoltura, due settori fortemente ancorati al territorio d'origine. Nel 2006, il Rapporto è stato dedicato all'esperienza dei Consorzi Fidi e al loro ruolo di ponte tra banca e impresa, per poi volgere nel corso del 2007 a un'analisi di settore, il Commercio dei Piccoli Imprenditori. Nel 2008 l'attenzione è stata rivolta a una dimensione territoriale, dedicando il Rapporto al Mezzogiorno d'Italia e alle sue prospettive di sviluppo, individuando le strategie competitive a disposizione delle piccole imprese in un'ottica di riduzione del divario tra il Nord e il Sud del nostro Paese.

Quest'anno il Rapporto è focalizzato sul posizionamento dei piccoli imprenditori rispetto all'attuale crisi. Le piccole imprese stavano già attraversando una fase di profonda trasformazione e la crisi ne ha accentuato le criticità, non solo dal lato produttivo ma anche finanziario. Mai come in questo momento risulta cruciale il supporto del sistema finanziario per evitare il rischio che situazioni di illiquidità di imprese sane dal punto di vista produttivo e competitive possano trasformarsi in situazioni di insolvenza.

L'analisi si articola lungo tre filoni di approfondimento, partendo dalle leve a disposizione delle piccole imprese per affrontare il difficile contesto economico: la valorizzazione del territorio, l'internazionalizzazione e l'innovazione. Si tratta di tre aspetti interconnessi da cui dipende il futuro e la prosperità del sistema produttivo italiano.

Questi e altri temi – in particolare, turismo, agricoltura e Confidi – sono trattati sia nella presente sia nelle passate edizioni del Rapporto. L'idea che ha animato i vertici del Gruppo e della Divisione Retail, così come tutti gli Uffici che si sono adoperati per la stesura del Rapporto, è stata quella di mantenere un filo conduttore con le passate edizioni del Rapporto. In questo modo è stato possibile garantire un quadro analitico il più ampio possibile delle dinamiche economiche proprie delle piccole imprese, spina dorsale dell'economia del nostro Paese.

L'analisi, come è tradizione, si avvale di oltre 6.000 interviste a piccoli imprenditori italiani, clienti della Divisione Retail di UniCredit, e di un questionario a oltre 200 Confidi su un ricco ventaglio di questioni: dall'innovazione alla formazione, dalla strategia d'impresa all'internazionalizzazione, dal rapporto banca-impresa al ruolo dei Confidi. Tutte questioni rilevanti, su cui è molto difficile disporre di informazioni così ampie e dettagliate, specialmente per la piccola impresa.

In conclusione, il Rapporto Piccole Imprese rappresenta un importante momento di riflessione del Gruppo UniCredit su come gli attori del territorio – in particolare le imprese, le banche e i mediatori sociali, quali Associazioni di Categorie e Confidi – possano affrontare e superare in modo cooperativo l'attuale fase sfavorevole. Guardando oltre la crisi, inoltre, il Rapporto individua strategie territoriali capaci di promuovere una crescita sostenibile nel lungo periodo per le piccole imprese, che tengano conto dei punti di forza delle economie locali in un'ottica di competizione globale.



Il Rapporto che qui abbiamo l'onore di presentare è il frutto, com'è ormai consuetudine, di una pluralità di contributi. A nome anche dei Presidenti Ivanohe Lo Bello e Aristide Canosani, desideriamo ringraziare tutti gli Uffici del Gruppo e delle Banche ed i consulenti che, con il coordinamento dell'Ufficio Retail Research and Competitors Benchmarking, hanno collaborato nella stesura di questo lavoro: Global Marketing & Segments - Small Business Clients Italy, CIB Corporate Sector Analysis, UniCredit Group e Consorzio A.A.STER.

Sin da ora, ci auguriamo che le analisi e le proposte qui contenute stimolino un ampio dibattito, i cui risultati saranno utilizzati per mettere a punto il nostro lavoro.

Handwritten signature of Roberto Nicastro in black ink.

Roberto Nicastro
Deputy CEO
UniCredit Group

Handwritten signature of Paolo Savona in black ink.

Paolo Savona
Presidente
UniCredit Banca di Roma

Indice

Sintesi dei principali risultati	8
1 Quale scenario per la piccola impresa oggi?	16
CIB Corporate Sector Analysis, UniCredit Group	
Introduzione	18
1.1 Il Quadro dell'economia italiana: la situazione congiunturale delle imprese	18
1.2 La salute delle imprese	22
1.3 Uno sguardo più profondo	24
1.4 La dimensione d'impresa	25
1.5 L'indagine UniCredit-Confapi	26
Conclusioni	28
2 La parola ai piccoli imprenditori: l'evoluzione della fiducia e del rapporto con le banche	30
Global Marketing & Segments - Small Business Clients Italy, UniCredit Group	
2.1 Introduzione e principali risultati	32
2.2 La fiducia dei piccoli imprenditori italiani	36
2.3 Il rapporto con le banche	52
2.4 Appendice	58
3 Riannodare i fili della fiducia: la crisi e il capitalismo dei piccoli	72
Consorzio A.A.STER	
Introduzione	74
3.1 Crisi globale, "incubi" locali	75
3.2 La crisi vista dal capitalismo dei piccoli	81
3.3 Tracce di nuova fiducia nei territori	86
4 La crisi finanziaria e le conseguenze sul rapporto Banca-impresa	94
Retail Research and Competitors Benchmarking, UniCredit Group	
Introduzione	96
4.1 Le origini della crisi e le implicazioni sul modello di business delle banche	96
4.2 L'accesso al credito delle piccole imprese	100
4.3 Uno sguardo sulle piccole imprese	106
4.4 Il modello di business bancario dopo la crisi	110
Conclusioni	113
5 La reazione alla crisi: i comportamenti dei piccoli imprenditori	114
Retail Research and Competitors Benchmarking, UniCredit Group	
Introduzione	116
5.1 I piccoli imprenditori e la crisi	116
5.2 Le leva della valorizzazione del territorio	128
5.3 La leva dell'internazionalizzazione	137
5.4 Le leva dell'innovazione	153
Conclusioni	161
6 Gli attori del territorio e il supporto alle piccole imprese	164
Retail Research and Competitors Benchmarking, UniCredit Group	
Introduzione	166
6.1 L'Italia manifatturiera nella prospettiva europea	167
6.2 Il settore turistico: prospettive e sfide nell'attuale contesto economico	188
6.3 L'agricoltura italiana: i nuovi scenari alla luce delle crisi economico-finanziaria	202
6.4 Le associazioni di categoria e i confidi: realtà e percezioni	214
6.5 Il rapporto Banca-impresa: la sfida della trasparenza	223
Conclusioni	236



“

LE PICCOLE IMPRESE E IL RILANCIO DEL SISTEMA PRODUTTIVO.

”

Pietro Innocenzi,
Roma. Globe Film,
casa di produzione
cinematografica.



SINTESI

DEI PRINCIPALI

RISULTATI





SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI

CAPITOLO 1

Sul finire dell'estate sono emersi con un po' più di chiarezza dei segnali di ripresa, di natura macroeconomica. Migliorano le condizioni dell'economia USA, con l'indice ISM manifatturiero che è tornato a segnalare espansione dell'attività in agosto.

Il nostro Paese mostra condizioni più deboli di quelle degli altri paesi europei, è probabile che la perdita complessiva di PIL nel biennio 2008-2009 superi il 6%. Anche in Italia però si avverte qualche segno di ripresa: c'è un miglioramento nella fiducia dei consumatori e in alcuni ambiti della loro domanda, c'è più ottimismo anche dal lato delle imprese, in riferimento alle condizioni attese.

Le nostre analisi ci suggeriscono però in maniera chiara che l'impatto sul settore delle imprese della crisi deve ancora manifestarsi appieno, per due ragioni; la prima più statistica, nel senso che l'esperienza storica insegna che l'impatto del ciclo economico sugli indicatori di vulnerabilità delle imprese (per esempio i tassi di decadimento, cioè il rapporto tra nuove sofferenze e impieghi) si sente con uno o due trimestri di ritardo; la seconda invece è l'indicazione che si può trarre dall'osservatorio UniCredit-Confapi che dice che nell'ultimo periodo è aumentata la polarizzazione (la distanza tra le imprese che "fanno bene" e le altre), si sono bloccate le spese per investimento, la relazione con il sistema finanziario è stata improntata all'emergenza e andrà ricomposta in un futuro molto prossimo; in effetti le risposte messe in campo fino ad ora dagli imprenditori sono state rivolte a superare questa fase, ma la ripartenza richiederà nuove trasformazioni.

I dati esistenti e le nostre analisi mostrano, da ultimo, che le imprese di più piccola dimensione non stanno soffrendo la crisi sistematicamente più delle altre; è invece probabile che si sentano più discriminate nei confronti della relazione verso il sistema finanziario.

Per determinare la velocità di uscita da questa crisi saranno dunque essenziali le risposte che gli attori in gioco, le imprese, le istituzioni finanziarie e l'operatore pubblico, daranno alla situazione attuale.

CAPITOLO 2

Anche quest'anno nel mese di settembre è stata condotta la consueta indagine UniCredit per la determinazione dell'indice di fiducia delle piccole imprese (<50 addetti).

L'indice di fiducia sintetico guadagna 1 punto rispetto allo scorso anno nonostante la crisi del sistema economico passando da 92 a 93. Il segnale è molto significativo se si pensa alla profonda crisi che ha colpito il tessuto economico dalla fine del 2008.

Particolarmente positivi sono stati i giudizi espressi dalle previsioni riguardo ai 12 mesi futuri che quest'anno toccano il livello più alto mai raggiunto nelle scorse indagini, portandosi a 110, +10 punti rispetto al 2008, mentre i giudizi sui 12 mesi passati è sceso a 77, -7 punti rispetto allo scorso anno. Ciò testimonia che probabilmente gli imprenditori hanno avuto modo di prendere coscienza degli effetti della crisi sulla propria attività e hanno così espresso opinioni più ottimistiche sul futuro.

Altra importante novità è l'inversione di tendenza avuta tra i settori merceologici d'appartenenza degli intervistati: il commercio al dettaglio guadagna 6 punti rispetto al 2008 divenendo più fiducioso del commercio all'ingrosso che perde 4 punti. Inoltre, perdendo ben 7 punti rispetto allo scorso anno, l'industria risulta il settore meno fiducioso in assoluto.

L'analisi per macro - area geografica evidenzia un grosso recupero del Sud che guadagna 7 punti diventando l'area più fiduciosa d'Italia (97).

Infine è stato condotto l'approfondimento annuale sul rapporto banche-imprese che come l'anno scorso è peggiorato rispetto ai valori precedenti, segno che la crisi economica ha accentuato le criticità esistenti tra banche e imprese.

CAPITOLO 3

La crisi economica che ha investito il capitalismo globale, secondo molti degli attori intervistati, pare difficilmente inscrivibile nel solco della normale perturbazione della ciclicità economica. Se la recessione mondiale iniziata nel 2008 rappresenta la fine di un'era o solo una delle tante oscillazioni di breve periodo di un sistema economico e sociale in costante evoluzione non è tuttavia il fine dell'analisi di A.A.STER nell'ambito dell'annuale rapporto sul *Capitalismo dei Piccoli*. In questa sede si è infatti voluto approfondire l'impatto prodotto dall'attuale crisi economica sulle relazioni che intercorrono tra gli istituti di credito e le PMI italiane. Alla base di tale approfondimento vi sono, oltre alle interviste in profondità realizzate durante questi primi 10 mesi del 2009 nei diversi territori della penisola, le evidenze emerse nei 4 *focus group* che il *top management* della banca ha tenuto con gli imprenditori nell'ambito del Premio Ok Italia e con i rappresentanti dei consorzi fidi nei tavoli di confronto organizzati *ad hoc*.

In questo periodo di transizione dall'esito ancora incerto si sono materializzati simultaneamente tutti i "grandi incubi" dei piccoli imprenditori, che sono fondamentalmente quattro:

1. continuità nell'erogazione del credito alle imprese;
2. capacità di valutazione dei progetti imprenditoriali e di gestione delle situazioni creditizie critiche;
3. capacità di predisporre strumenti di valutazione e regole di giudizio in grado di superare il trade-off tra standardizzazione del metodo e customizzazione del prodotto;
4. compressione del credito sul breve periodo.

Allo stesso modo - e al netto di tutte le diverse declinazioni della crisi nei territori del sistema Paese - vi è un *pattern* anche nei tentativi di risalita. Dai casi di alcune delle realtà selezionate per il Premio OK Italia è infatti possibile cogliere alcune buone pratiche che possono fornire utili spunti al variegato mondo delle piccole imprese, dalla buona tenuta per quelle imprese che presidiano la filiera a valle, all'implementazione di nuovi prodotti e nuovi business, sino all'aumento della capacità di aumentare l'efficienza dei processi e di ridurre gli sprechi e i costi inutili attraverso nuove forme di organizzazione dei fattori produttivi.

Oggi però tutto questo non basta. Anche laddove i soggetti resistono, si è infatti sfrangiata la fiducia tra essi e il territorio. La questione cruciale, oggi, sta nel riannodarla.

In questo contesto risulta fondamentale il ruolo di quei soggetti - veri e propri “nodi” di una rete sfrangiata - cui spetta il compito di ritessere la fiducia tra il capitalismo territoriale e i principali *driver* del suo sviluppo, banche in primis.

CAPITOLO 4

Il capitolo 4 si concentra sugli impatti della recente crisi finanziaria e sulle conseguenze per le piccole imprese, con particolare riferimento alla questione dell'accesso al credito.

La crisi economica internazionale ha messo in seria difficoltà il sistema bancario, obbligandolo ad abbandonare un modello di business che comporta l'assunzione di rischio eccessivo e la creazione di prodotti finanziari innovativi e poco regolamentati, a favore di nuovi modelli sostenibili che puntino al ripristino della fiducia da parte di istituzioni e clienti. Il modello della banca commerciale si profila quale più robusto rispetto agli scossoni della crisi, avendo fatto leva nella fase acuta su masse critiche di clientela rilevanti, che le hanno permesso di accedere mediante i volumi di raccolta diretta a forme di liquidità altrimenti costose.

Le piccole imprese italiane, già molto indebitate nei confronti delle banche, stanno sperimentando le improvvise difficoltà prodotte dalla crisi che, d'altra parte, ha imposto alle banche maggiore cautela per rispettare i requisiti patrimoniali minimi definiti da Basilea II. L'intensità della restrizione creditizia da parte del sistema bancario italiano non è tuttavia paragonabile a quella delle maggiori crisi del passato. Infatti, nonostante il calo record del PIL, la contrazione del credito in termini reali è stata in media più contenuta rispetto alle più importanti crisi passate.

Nel nostro Paese, il settore bancario, privato dalla fine degli anni Novanta, ha saputo sostenere l'economia produttiva, a fronte della debolezza in termini di patrimonializzazione delle imprese. Di questo assetto hanno in particolare giovato gli attori più fragili del mercato, cioè le piccole e micro imprese e i territori meno avvantaggiati come il Mezzogiorno d'Italia.

Le banche italiane di fronte alla crisi hanno saputo dimostrarsi flessibili in termini di valutazione del rischio di credito, quando i modelli di valutazione del merito creditizio ispirati a Basilea II si sono dimostrati prociclici.

Anche alla luce dell'esperienza maturata in occasione della crisi, il nuovo modo di “fare banca” ripone maggiore attenzione alla relazione con il cliente, a porsi come riferimento stabile sul territorio, a stringere accordi significativi con partner strategici quali Confidi e Associazioni di Categoria e ad inserire informazioni di tipo qualitativo all'interno di modelli statistici di valutazione del credito.

CAPITOLO 5

Il Capitolo 5 è dedicato ai risultati della consueta indagine presso un campione di piccole imprese clienti della Divisione Retail di UniCredit, che ha permesso di analizzare i comportamenti dei piccoli imprenditori in risposta alla recente crisi.

Il peggioramento delle condizioni di mercato è stato accompagnato da situazioni di notevole tensione nella gestione finanziaria dell'azienda, a cui gli imprenditori intervistati hanno reagito principalmente rinviando gli investimenti pianificati. Ciò avvalorava la tesi per cui la causa principale della minore crescita degli impieghi sia da ricondurre ad un calo della domanda di credito.

Tre sono i fattori cruciali per il successo competitivo della singola impresa che emergono dalle interviste: valorizzazione del territorio, internazionalizzazione e innovazione.

I legami tra imprese sul territorio non riguardano solo lo scambio di merci e servizi ma si riferiscono anche e soprattutto a competenze e capitale relazionale, su cui si basa il carattere innovativo della piccola imprenditoria. Le difficoltà prodotte dalla crisi rischiano di disgregare tale rete ed è proprio in questo senso che il territorio, inteso come spazio di relazioni, deve essere valorizzato per supportare la competitività delle piccole imprese.

Sulla competitività del territorio influisce anche l'attività internazionale, vocazione già propria dell'economia italiana, che offre anche lo stimolo ad innovare e a migliorare l'efficienza e la qualità dei beni. Tuttavia, le opportunità di sviluppo in tal senso sono ancora molte. Con un adeguato sostegno nell'accesso ai mercati esteri, anche le piccole imprese sono in grado di servire i mercati esteri, con particolare riferimento ai mercati emergenti dell'Europa centro orientale che, per contiguità fisica e culturale, si mostrano particolarmente adatti.

I piccoli imprenditori intervistati mostrano una certa attenzione ai processi innovativi, nonostante il congelamento degli investimenti pianificati a causa delle difficoltà finanziarie, sia come potenziale strumento per affrontare un inasprimento delle condizioni di mercato, sia come modalità effettiva per ripensare o riadattare l'attività aziendale in seguito a periodi di maggiore competizione o di crisi. Oltre al contenimento dei costi operativi, infatti, qualità e innovazione emergono dalle interviste quali leve principali per affrontare situazioni di particolare difficoltà. Alcune criticità caratterizzano tuttavia questi processi, soprattutto relativamente ai costi, giudicati troppo elevati per la singola impresa. In particolare, emerge la necessità di un intervento per ridurre i costi della formazione del personale, data la connessione forte tra l'innovazione e le competenze professionali che esistono all'interno delle imprese stesse.

CAPITOLO 6

Le criticità che contraddistinguono l'universo delle micro e piccole imprese sono state accentuate dalla crisi economico-finanziaria. Diminuisce la proiezione sui mercati europei; diminuisce la possibilità di inserire in azienda forza lavoro qualificata che permetta di potenziare le attività immateriali poste a monte e a valle della produzione in senso stretto; aumenta il rischio di asfissia finanziaria. Per uscire da questa situazione di stallo occorre un *upgrading* qualitativo delle produzioni, che necessita di investimenti in capitale fisico e umano di notevole entità.

Tutto ciò trova particolare riscontro nella manifattura, uno dei settori cardine dell'economia italiana. Ma la qualità è uno dei punti di attenzione anche per il settore primario, meno colpito dalla presente crisi ma pur sempre in difficoltà a causa di dinamiche di mercato specifiche. Dinamiche specifiche che richiedono risposte specifiche: la diversificazione della produzione, con possibilità di sviluppo nel campo dell'energia da fonti rinnovabili; l'innovazione di prodotto e di processo, con un occhio particolare agli investimenti in logistica, all'accorciamento della filiera e all'aggregazione in consorzi, cooperative, o comunque all'associazionismo in generale.

Discorso leggermente diverso per quanto riguarda il turismo, settore in cui l'Italia è cresciuta nettamente meno dei suoi concorrenti e del sistema mondiale complessivamente considerato proprio negli anni del forte sviluppo dei flussi internazionali. La particolare tipologia di domanda estera e il ritardo accumulato sui principali fattori di competitività dell'industria turistica molto probabilmente acuiranno l'impatto della presente crisi sul settore. Per recuperare quote di mercato e valorizzare al meglio il territorio, occorre intervenire sulle infrastrutture materiali (in un'ottica di lungo periodo) e parallelamente adottare opportune politiche di marketing e di brand che rilancino la destinazione "Italia" nel mondo.

I fattori di competitività attinenti alla singola impresa non esauriscono le condizioni che permettono di innescare processi di sviluppo diffuso. Se già in tempi normali occorre allargare la prospettiva al contesto operativo, in situazioni critiche come l'attuale diventa fondamentale la concertazione tra gli attori del territorio: Associazioni di Categoria, Confidi, sistema bancario e naturalmente le stesse imprese. I risultati dell'indagine campionaria confermano il compito di rappresentanza delle proprie istanze e fabbisogni assegnato dalle piccole imprese al mondo delle Associazioni di Categoria e dei Confidi. Dal canto loro, tutti questi attori del territorio si stanno impegnando verso un'azione più efficace, grazie a rilevanti cambiamenti negli assetti organizzativi, nella struttura patrimoniale e nei servizi forniti agli associati. In particolare, negli ultimi anni sta divenendo sempre più preponderante il ruolo di interlocutori qualificati nel rapporto tra banca e impresa, non solo come fornitori di garanzie accessorie ma soprattutto quali diffusori di cultura finanziaria e progettuale tra i propri associati. Perché un dialogo tra banca e impresa leale e trasparente è infatti fondamentale che l'impresa si presenti "meglio" e con maggiore consapevolezza alla banca; la banca, dal canto suo, deve "comprendere a tutto tondo" il business dell'impresa, per fornire liquidità e offrire soluzioni adeguate.

Infine, il tema della sottopatrimonializzazione delle piccole imprese, e delle imprese in generale, punto d'attenzione per il sistema produttivo territoriale, tenuto conto delle sfide competitive in gioco sul campo internazionale. Nonostante le piccole imprese costituiscano la spina dorsale dell'economia italiana, la dimensione contenuta, non implica che l'impresa possa operare in maniera efficace ed efficiente con mezzi patrimoniali limitati in relazione all'attività svolta. La lettura trasversale dei risultati dell'indagine agli imprenditori rivela come la mancanza di un patrimonio adeguato non solo limita le potenzialità di innovazione e internazionalizzazione delle imprese, ma addirittura ostacola il dialogo tra banca e impresa, rendendolo più opaco.

I volumi che il mercato destina al finanziamento del capitale proprio delle piccole imprese sono contenuti, nonostante l'indagine riveli come esista un insieme piccolo ma significativo di soggetti che possiedono le caratteristiche strutturali e comportamentali che le rendono idonee ad interventi di private equity. Alla base vi è un sostanziale fallimento nel mercato, per risolvere il quale è necessaria una partnership tra soggetti privati (operatori di private equity, Associazioni di Categoria, Consorzi Fidi e banche) e pubblici (enti locali, nazionali e comunitari), interessati a vario titolo alla nascita e crescita di nuove imprese e ciascuno con un ruolo specifico.

“

**RAPPORTO
UNICREDIT
SULLE
PICCOLE
IMPRESE** ”

VI EDIZIONE 2009-2010

01

QUALE SCENARIO PER LA PICCOLA IMPRESA OGGI?





QUALE SCENARIO PER LA PICCOLA IMPRESA OGGI?

CIB CORPORATE SECTOR ANALYSIS, UNICREDIT GROUP

INTRODUZIONE

La fase più acuta della crisi è stata attraversata poco prima dell'estate. Nel presente contributo si vuole fare un po' il punto della situazione all'inizio dell'autunno, in riferimento allo stato di salute delle imprese e alle prospettive. In effetti la crisi, per le sue caratteristiche e per la sua entità, porta con sé tutta una serie di interrogativi: intanto se effettivamente è alle spalle, poi quale tipo di reazione è stata posta in essere da parte delle imprese o se altro dovrà esser fatto. Si fa riferimento in tal senso sempre al quesito di natura "evoluzionista" legato al fatto che nella crisi è implicito un processo di selezione naturale che alla fine rende il sistema più robusto (considerazione riaffermata dal Fondo Monetario Internazionale nell'ultimo World Economic Outlook: è davvero così? E poi, come sta evolvendo effettivamente la dinamica del credito alle imprese, questione su cui i media e l'aneddotica insistono fortemente; da ultimo, la crisi impatta in particolare sulle piccole imprese o no? A questi quesiti abbiamo cercato di dare una risposta ove possibile o qualche suggestione ove le incertezze ancora presenti non rendono agevole una visione chiara. Però sempre con l'ottica di discutere di elementi che abbiano rilevanza, in particolare, per l'agire del sistema finanziario e quindi che costituiscano un supporto utile per chi deve prendere decisioni.

1.1 IL QUADRO DELL'ECONOMIA ITALIANA: LA SITUAZIONE CONGIUNTURALE DELLE IMPRESE

A fine settembre l'idea che la recessione globale possa aver lasciato il posto ad una fase piena di incertezze e magari lenta e non brillante, definibile però come fase di ripresa, sembra poco controverso. In alcuni Paesi Europei il Pil è tornato a crescere già nella rilevazione del secondo trimestre (Germania e Francia), negli USA l'indice manifatturiero ISM, il principe degli indicatori congiunturali, è tornato sopra quota 50 in agosto, quota che identifica una dinamica espansiva. Il nostro Paese si relaziona a questo quadro in modo non particolarmente suggestivo: la caduta, nella fase di rallentamento, è stata più ampia (nel biennio 2008-2009 il Pil scenderà probabilmente di oltre il 6% a fronte di un 4.2% per la Germania e di -1.9% per la Francia) e la ripresa, ora, è più timida.

L'indicatore coincidente elaborato da UniCredit, che permette di sintetizzare l'informazione macroeconomica derivante dalle variabili a frequenza mensile, fornisce una timida indicazione di recupero ma è ancora lontanissimo dal livello di 0 che rappresenta la media di lungo termine e che è stato passato al ribasso a settembre 2007.

In effetti la percezione di un miglioramento è per ora legata agli indicatori soft, alle indagini e queste hanno segnalato qualche incertezza pur nel trend crescente intrapreso in primavera. Dopo aver toccato un minimo a marzo, l'indagine ISAE sulla fiducia delle imprese manifatturiere ha segnato in settembre un piccolo calo, il primo dopo cinque incrementi consecutivi; le survey corrispondenti elaborate dall'INSEE per la Francia e dall'IFO per la Germania hanno continuato invece a crescere. Per l'indice PMI manifatturiero un calo si è registrato in agosto, in settembre invece l'indice è risalito attestandosi a quota 47.2, comunque al di sotto degli analoghi indici per la Francia e la Germania.

Per quanto attiene ai dati effettivi, la produzione industriale ha avuto un sussulto positivo a luglio, risultando in crescita dell'1% rispetto a giugno ma ancora in calo del 18.2% rispetto al luglio 2008.

I dati di contabilità nazionale riferiti al secondo trimestre del 2009 hanno mostrato per l'Italia ancora un segno meno, anche se la velocità della contrazione si è ridotta rispetto al primo trimestre. Il Pil è diminuito dello 0.5% rispetto al trimestre precedente e del 6.0% rispetto al periodo corrispondente dello scorso anno.

Quello che impressiona, guardando alle componenti, è il crollo degli investimenti; quelli in macchinari e impianti più autenticamente legati alle scelte produttive delle imprese, si sono ridotti del 22.6% in termini reali tra il secondo trimestre del 2007 e il secondo del 2009.



Figura 1 - Indicatore di attività economica



Figura 2 - Indici PMI del settore manifatturiero

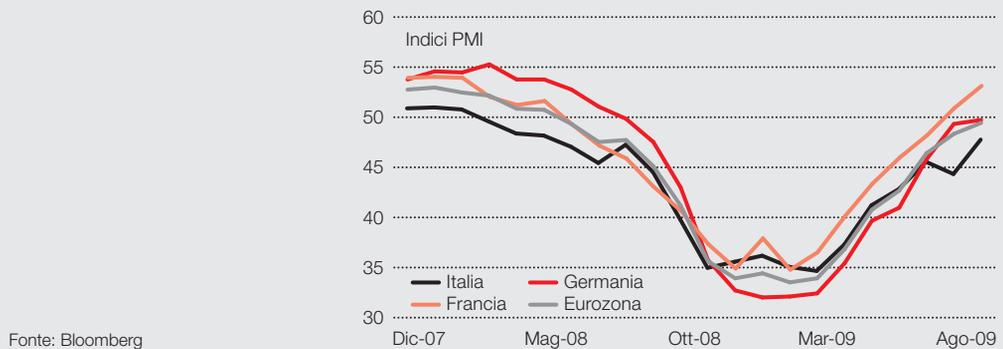


Figura 3 - La produzione industriale

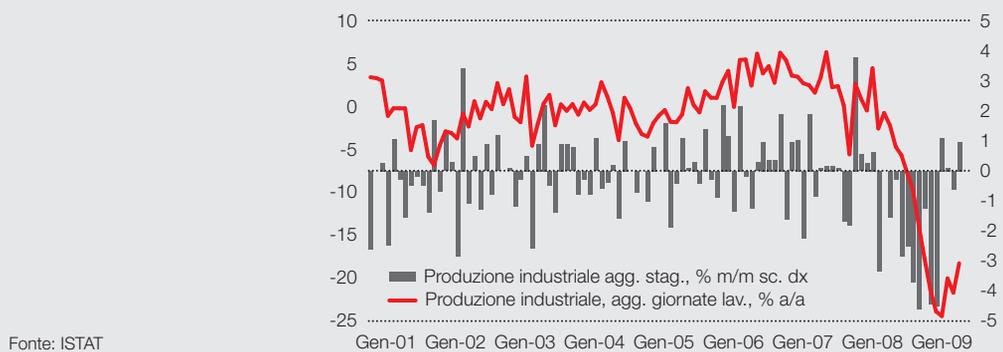


Tabella 1 - Il Pil italiano e le sue componenti

	2006	2007	2008	Q2 2009	
				SU BASE TRIM.	SU BASE ANNUA
Pil	2,1	1,5	-1,0	-0,5	-6,0
Importazioni	6,2	3,3	-4,5	-3,0	-18,1
Consumi privati	1,2	1,2	-0,9	0,3	-1,8
Investimenti	3,2	1,6	-2,9	-2,9	-15,4
Esportazioni	6,5	4,0	-3,7	-3,7	-23,9
Scorte (contributo)				-0,3	

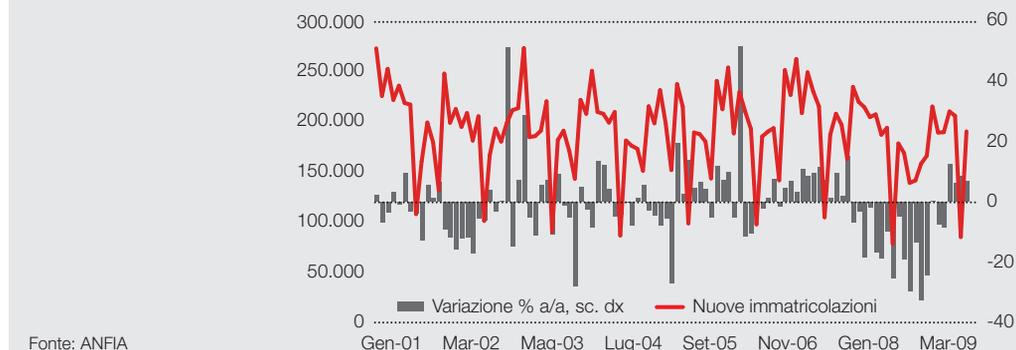
Fonte: ISTAT

Al di là di questo, qualche segnale meno negativo sembrerebbe arrivare dalla domanda interna per consumi, l'unica voce che torna positiva nel secondo trimestre (+ 0.3% t/t) con un tendenziale negativo di appena l'1.8%.

Figura 4 - La fiducia dei consumatori

In effetti sia la fiducia dei consumatori (passata dal 99.9 di marzo al 113.6 di settembre) sia le immatricolazioni di auto (tornate in positivo da giugno dopo 17 mesi consecutivi di variazioni negative) sembrano confermare questo miglioramento. Bisogna tenere però in conto che il rallentamento nei consumi (il primo calo) risale al quarto trimestre del 2007, quindi la debolezza di questa componente della domanda si protrae da tempo.

Figura 5 - Le immatricolazioni di auto



In aggiunta resta l'incognita di quanto peserà sull'occupazione l'aggiustamento che per certo le imprese dovranno attuare. Nell'ultima rilevazione sulla forza lavoro (relativa al secondo trimestre del 2009) il tasso di disoccupazione è salito al 7.4% dal 6.7% di un anno prima, ma questa dinamica, tutto sommato contenuta, nasconde un impatto considerevole di un calo del tasso di attività, o di effetto scoraggiamento, in particolare nel Mezzogiorno: il numero di occupati è calato dell'1.6%, sul tasso di disoccupazione l'effetto è più contenuto in ragione del calo dell'offerta di lavoro (cioè delle persone che attivamente cercano una occupazione).

Dal lato della domanda estera, l'altro ambito fortemente colpito dalla crisi, i dati di contabilità nazionale mostrano un calo delle esportazioni del 3.7% t/t 23.9% a/a. Le rilevazioni mensili della bilancia commerciale non forniscono ancora una chiara evidenza di recupero. Se il dato di luglio della bilancia intra Unione mostrava una risalita del 3.0% m/m (anche se in termini tendenziali il calo era ancora del 20.6% a/a), il dato della bilancia extra unione di agosto è debolissimo, e mostra una contrazione del 15% m/m 25.2% a/a.

In sostanza le indicazioni di inversione di ciclo ci sono effettivamente anche per l'Italia, più che altrove, però, sono tenui e non risolutive nell'indicare una strada lineare di ripresa.

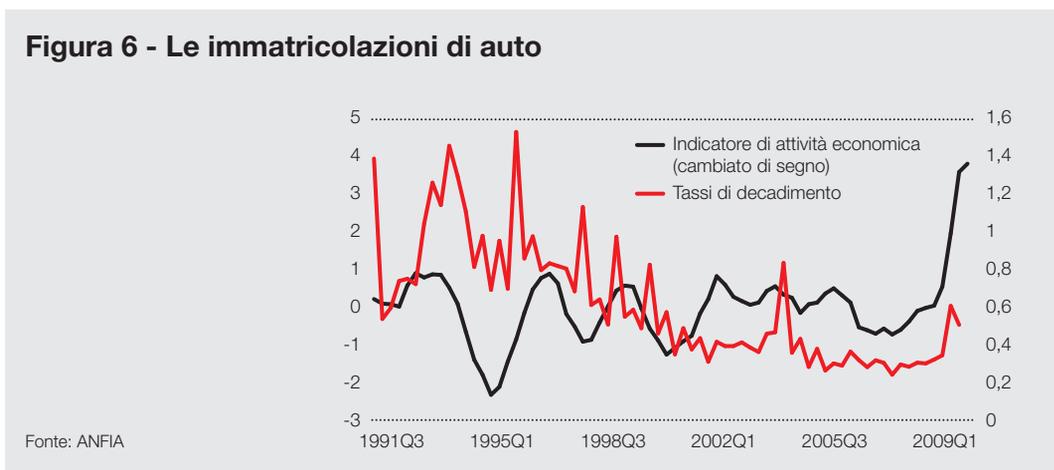
1.2 LA SALUTE DELLE IMPRESE

Queste informazioni di natura macroeconomica non consentono di cogliere appieno però l'effettiva condizione delle imprese. In effetti è noto che per esempio la trasmissione degli impulsi ciclici dall'economia al manifestarsi di difficoltà nel servizio del debito da parte delle imprese stesse presenta un ritardo temporale che nel nostro Paese è di uno o due trimestri.

Per ora si è assistito (ma i dati disponibili sono ancora fermi al primo trimestre 2009) ad un incremento dei tassi di decadimento che però non è amplissimo; come indica il grafico, anche se l'incremento è visibile, il livello è tuttavia ben inferiore a quello della seconda metà degli anni '90 ad esempio.

Un'indicazione più aggiornata si può ricavare guardando al flusso di nuove sofferenze e rapportandolo allo stock di impieghi esistenti. Le sofferenze lorde ammontavano a luglio 2009 a 32,9 miliardi di euro, con un incremento di 1,4 miliardi rispetto al dato di giugno e di circa 4.6

Figura 6 - Le immatricolazioni di auto



miliardi rispetto a quello del luglio 2008 (+16,5% a/a). In relazione agli impieghi, le sofferenze hanno nel mese di luglio, un'incidenza del 3,8%, con un aumento dello 0,7% rispetto a novembre 2008. Nel contesto in cui siamo è chiaro che la rischiosità del settore delle imprese è aumentata.

Vi è stato un ampio dibattito, non ancora concluso, sulle condizioni di accesso al credito. È interessante guardare a questa problematica beneficiando del fatto che in Italia esistono indagini che indagano la questione sia dal lato delle imprese che da quello delle banche.

Dal lato delle banche, la versione italiana della Bank Lending Survey relativa al II trimestre 2009 e alle attese per il trimestre in corso, evidenzia un saldo relativo alla domanda di finanziamento delle imprese che è negativo, ampio e crescente: si porta a -50% dal -25% del trimestre precedente confermando la debolezza della domanda di prestiti e linee di credito. La tendenza alla riduzione del ritmo di crescita degli impieghi, secondo le aspettative, potrebbe comunque arrestarsi già nel terzo trimestre dell'anno. Le banche indicano tra le motivazioni alla base della caduta della domanda di finanziamento, il venir meno dell'esigenza di finanziare gli investimenti fissi lordi e il forte rallentamento di fusioni e incorporazioni. In particolare, il saldo negativo delle risposte relative alla domanda di finanziamento per investimenti fissi lordi risulta pari al -50% nel secondo trimestre dell'anno, mentre quella per la ristrutturazione e per le operazioni di M&As si è attestata al -62,5%; le uniche componenti che esercitano un'influenza positiva sulla domanda di credito da parte delle imprese sarebbero quelle relative alla ristrutturazione del debito (87,5%). Per quanto concerne i criteri di concessione del credito da parte delle banche, il saldo netto delle risposte tra coloro che indicano un irrigidimento dei criteri e coloro che indicano un loro allentamento è risultato pari al 25%; facendo segnare un discreto miglioramento rispetto al 37,5% del primo trimestre 2009 e soprattutto nei confronti del dato dell'ultimo trimestre 2008 (100%). Anche l'esame delle risposte sulle aspettative depone a favore di una progressiva e costante riduzione delle condizioni di allentamento del credito, che dovrebbero risultare vicine al 12,5% dall'attuale 25% nel trimestre in corso. L'allentamento è indicato in particolare per le grandi imprese il cui indicatore dovrebbe passare dal 37,5% del secondo trimestre al 25% del terzo trimestre dell'anno.

Dal lato delle imprese, le indagini dell'ISAE, ogni tre mesi rilevano, tra le altre cose, la percezione delle imprese in relazione alle condizioni di accesso al credito. Anche in questo caso si assiste ad un progresso: in agosto sono migliorate, rispetto allo scorso maggio, i giudizi delle imprese sulle condizioni di accesso al mercato creditizio. In diminuzione (23,3%) rispetto al valore precedente (28,2%) risulta la percentuale di imprese che dichiarano un peggioramento delle condizioni di finanziamento. Il venir meno dell'irrigidimento dei criteri di concessione del credito ha riguardato,

a livello dimensionale, soprattutto le grandi imprese (dal 25,2% al 14,4%) e le piccole imprese (dal 28,9% al 24,9%). I risultati dell'Indagine individuano anche a livello territoriale alcune differenziazioni: sono le imprese localizzate nel Nord-Ovest e nel Centro a segnalare una situazione migliore nei criteri di concessione del credito rispetto al passato. Oltre a queste statistiche, contribuisce a migliorare il quadro complessivo del rapporto fra banca e impresa la diminuzione della quota di imprese piccole e medie che dichiarano di essere razionate. Più in particolare le imprese razionate in senso forte risultano essere il 5% (5,6% in maggio), mentre quelle razionate in senso debole (che hanno cioè rifiutato il finanziamento per condizioni troppo onerose) si riducono dall'1,9% allo 0,6. Dunque ci sono segnali da entrambe le fonti, soprattutto per le imprese non piccole, che le difficoltà di accesso al credito si stanno progressivamente allentando, il che costituisce una condizione di contesto fondamentale per permettere al sistema produttivo di rilanciarsi e che dunque, guardando avanti, fa ben sperare.

1.3 UNO SGUARDO PIÙ PROFONDO

Al di là del progresso delle condizioni in senso aggregato, vi è la sensazione che effettivamente il tessuto imprenditoriale debba affrontare un nuovo percorso di trasformazione, tutto ancora da definire.

A questo proposito, uno dei quesiti più ricorrenti è se una crisi come questa affretti processi di selezione naturale che poi rendono il sistema complessivamente più efficiente nel momento della ripartenza. La risposta sembrerebbe ambigua: le nostre analisi su un campione di imprese manifatturiere (quelle dell'indagine Capitalia sulle imprese manifatturiere) suggeriscono che se da un lato il fallimento è per definizione un fenomeno finanziario che colpisce prima le imprese più indebitate e meno profittevoli, dall'altro rimane nelle maglie della crisi una quota non trascurabile di imprese che sembrano particolarmente dinamiche, e quindi potenzialmente sane a livello industriale.

Per queste imprese abbiamo informazioni qualitative dall'indagine raccolta un paio di anni fa. Ne abbiamo scattato una foto recentissima, raggruppando quelle che risultano in default o sono in altre categorie di rischiosità. Da questo approfondimento risulta che, accanto al deterioramento degli indicatori finanziari (aumento della leva e degli oneri finanziari) è associata, alle imprese in default, una maggiore concentrazione di cambiamenti strutturali quali acquisizioni, scorpori, operazioni di penetrazione commerciale all'estero e cambiamenti nel management e nell'organizzazione aziendale.

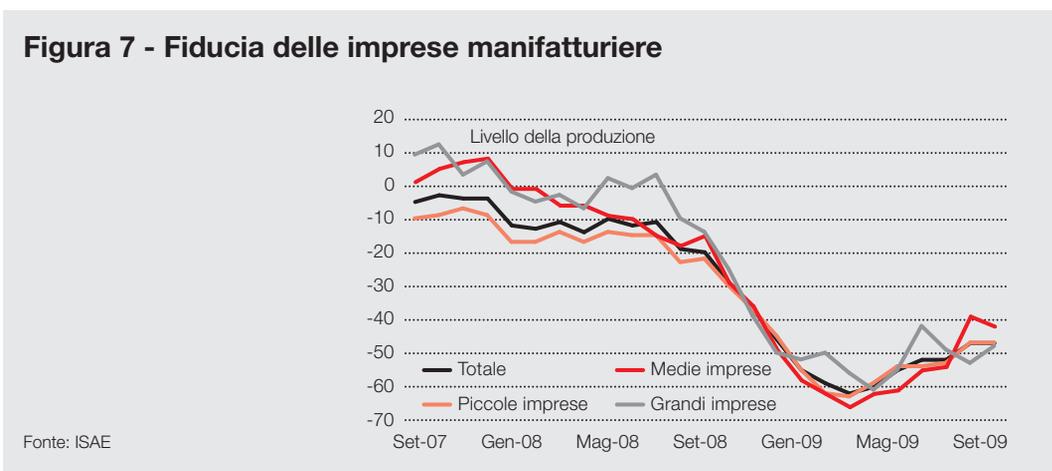
La numerosità di imprese che ha effettuato cambiamenti strategici e organizzativi subito prima della crisi (i dati qualitativi riguardano il periodo 2004-2006), è sempre maggiore nella classe delle imprese in default che nelle altre, a suggerire che coloro che hanno gettato il cuore oltre l'ostacolo, possono soffrire oggi forse un po' di più di altre, perché si sono trovate nel mezzo della tempesta proprio in una fase di profonda trasformazione.

1.4 LA DIMENSIONE D'IMPRESA

Sebbene sui media vi sia una diffusa percezione di maggiori difficoltà per le piccole imprese, soprattutto in termini di potere negoziale nei confronti del pubblico o anche delle istituzioni finanziarie, non c'è una particolare evidenza che la crisi colpisca in maniera chiaramente differenziata lungo l'asse delle dimensioni d'impresa.

Anche a questo proposito le fonti informative sono diverse e anche se non esaustive ciascuna per proprio conto possono favorire il generarsi di un'idea chiara. Dapprima le rilevazioni dell'ISAE sulla fiducia: come mostra il grafico la dinamica suggerita dalle imprese per il livello della produzione non mostra differenze sostanziali, se non una maggiore volatilità per le grandi imprese (che sembrano far meglio durante la fase più acuta della crisi e peggio ora).

Figura 7 - Fiducia delle imprese manifatturiere



Dal punto di vista della rischiosità si possono valutare due indicatori: la dinamica relativa dei tassi di decadimento per valori e per numeri (se i secondi aumentassero più dei primi sarebbe un'indicazione che a soffrire sono le imprese più piccole e viceversa), oppure distinti per classe di fido accordato, associando alla dimensione del fido la dimensione d'impresa.

Figura 8 - Tassi di decadimento

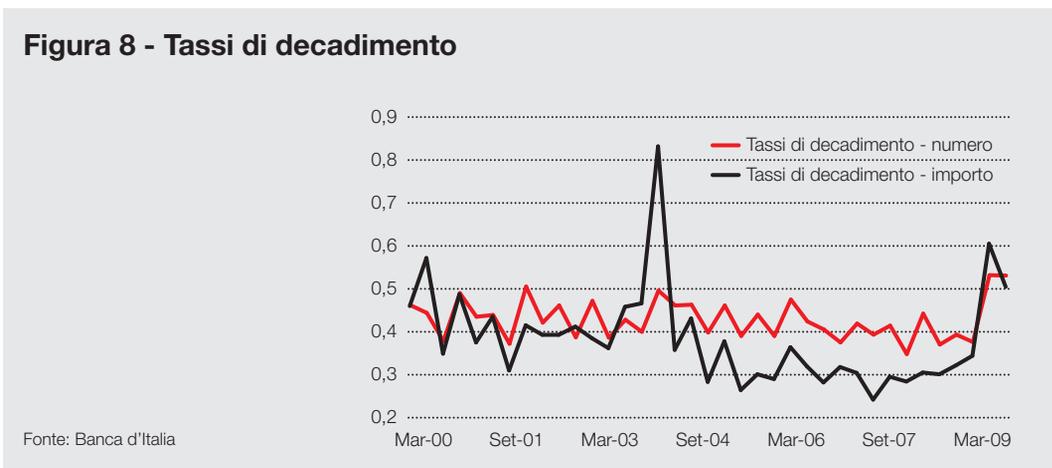
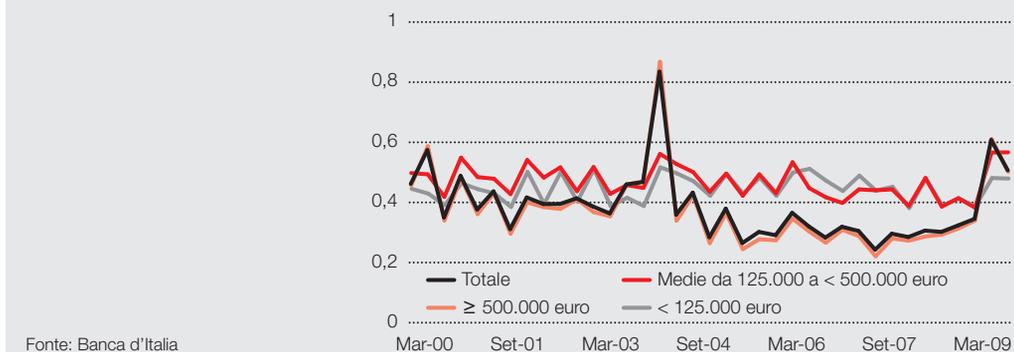


Figura 9 - Tassi di decadimento per classe di fido

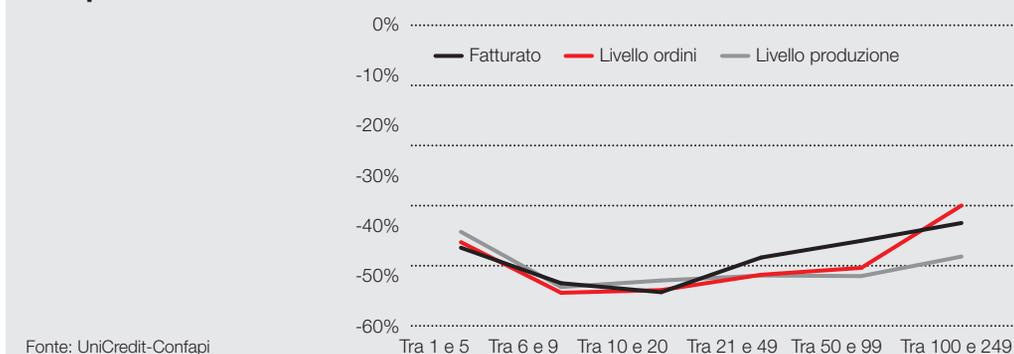


Entrambe le informazioni sembrano testimoniare una sostanziale neutralità della dimensione in questa fase. L'aspetto che però rende più problematica la situazione delle piccole imprese è senza dubbio quello della maggiore difficoltà di accedere al credito.

1.5 L'INDAGINE UNICREDIT-CONFAPI

Per avere un quadro della situazione congiunturale delle imprese, disponiamo di un'altra preziosa fonte di informazioni: un'indagine che UniCredit svolge da diversi anni, a frequenza semestrale, insieme a Confapi, la confederazione delle associazioni delle piccole e medie imprese. Questa indagine utilizza il metodo degli indici di diffusione (cioè chiede alle imprese se la produzione, ad esempio, aumenta, è stabile o diminuisce e valutando il saldo tra quelle che scelgono la prima voce e quelle che scelgono la terza). Nell'ultima rilevazione, raccolta sul finire del mese di luglio, emergono alcuni risultati interessanti: in riferimento alle condizioni correnti, la quota di imprese che segnalano livelli di produzione e ordini in calo è elevatissima e il saldo è ai minimi storici; sulle 2900 imprese intervistate oltre 1700 lamentano livelli produttivi in diminuzione a fronte di 276 che li segnalano in aumento; il saldo (in proporzione alle risposte totali alla domanda) è pari a -51.2% a fronte del -31.8% della rilevazione precedente. Le imprese segnalano anche in stragrande maggioranza ulteriori diminuzioni dell'utile lordo. In riferimento al lavoro, l'utilizzo di straordinario è ai minimi, e si intravedono ulteriori riduzioni della forza lavoro utilizzata.

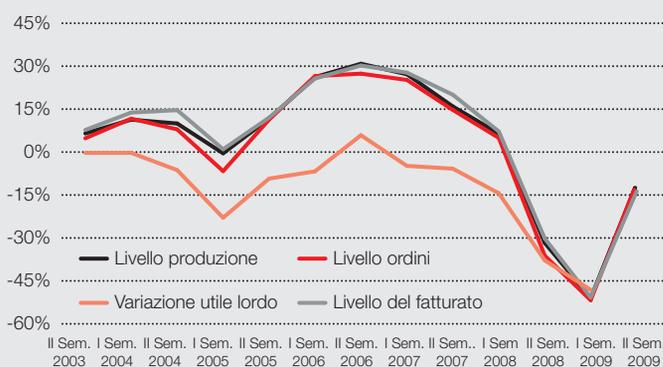
Figura 10 - Ordini, produzione e fatturato corrente per dimensione d'impresa



Anche l'indagine Confapi sembra segnalare una certa irrilevanza della dimensione in relazione alla crisi: il grafico presenta il saldo riferito alla situazione corrente di produzione ordini e fatturato disaggregati per dimensione d'impresa ed evidenzia come, al di là di un lieve vantaggio per imprese piccolissime o imprese molto grandi, non vi siano differenze sostanziali.

In prospettiva però le imprese segnalano (o si aspettano, o, più semplicemente auspicano) un miglioramento, tant'è che i saldi riferiti al semestre successivo, pur rimanendo in territorio negativo, sono ben più alti di quelli correnti ed anche delle attese formulate nell'indagine precedente. Dunque la sensazione, per ora solo percepita, che il peggio possa essere passato dal punto di vista congiunturale verrebbe confermata.

Figura 11 - Situazione corrente e attesa



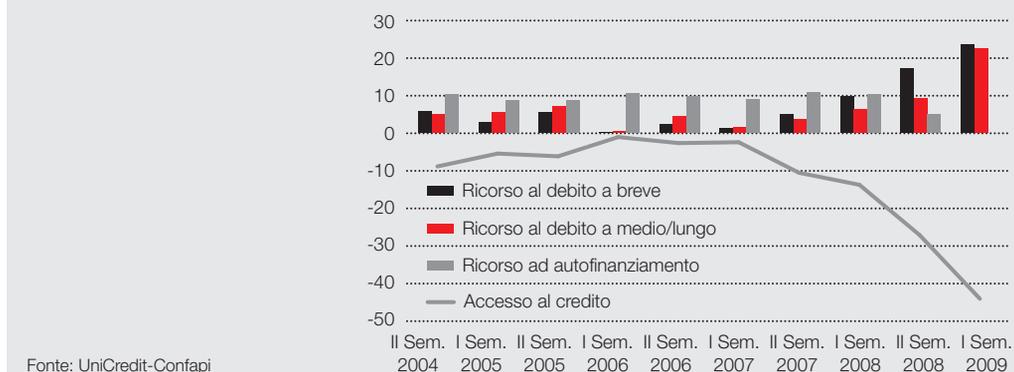
Fonte: UniCredit-Confapi

Dall'indagine però emerge con chiarezza un altro elemento: le imprese intervistate hanno spesso evidenziato come lo sforzo dell'imprenditore a fronte di cali del portafoglio ordini in alcuni settori prossimi al 50%, sia stato sostanzialmente di sopravvivere.

Anche se in termini aggregati e macroeconomici l'apice della contrazione sembra essere stato toccato, ragionevolmente alle porte dell'estate, l'impatto sulla vita e i comportamenti di impresa deve ancora dispiegarsi e il tessuto imprenditoriale è destinato comunque ad attraversare una fase di profonda trasformazione dagli esiti ancora incerti, a maggior ragione nel nostro Paese dove i segni (macroeconomici) di inversione di tendenza sono certamente più flebili e le incertezze, se possibile, più ampie.

Il fatto che dovrà aver luogo un ulteriore processo di aggiustamento è suggerito da alcuni segnali: l'aumento della polarizzazione (cioè della distanza tra le imprese che "fanno bene" che pure esistono anche se in numero ridotto, e quelle invece in difficoltà), il fatto che nel periodo intercorso si sono sostanzialmente bloccate le attività di investimento e anche i processi di aggregazione tra imprese sono stati posti in essere solo in pochissimi casi. Da ultimo il fatto che la relazione con il sistema finanziario è stata improntata all'emergenza e poi andrà resa stabile. A questo proposito il grafico sottostante mostra questa relazione nella percezione delle imprese, insieme alle modalità con cui si finanziano: si nota la progressiva riduzione del ricorso all'autofinanziamento e il corrispondente ampliarsi dell'utilizzo di credito bancario sia a breve che a lungo (anche in assenza di spese di investimento) ma contestualmente le imprese lamentano una crescente difficoltà di accesso al credito (questo segnale è parzialmente differente da quello che si ricava dall'indagine ISAE in cui invece si segnala un piccolo progresso).

Figura 12 - Accesso al credito e fonti di finanziamento



Dunque si apre nuovamente una fase di cambiamento. È un processo che l'operatore pubblico sembra aver rinunciato a influenzare, non si sono visti in tutto il periodo caratterizzato dalla crisi (lo ricordiamo, la recessione ha avuto inizio in Italia a luglio 2007, quindi prima del manifestarsi delle difficoltà del sistema finanziario internazionale) interventi di politica industriale con una qualche vocazione "direzionale".

C'è un segnale positivo, per quanto modesto, nell'indagine: esiste un numero piccolo, ma non trascurabile (287), di imprese che dichiarano l'intenzione di accrescere gli investimenti in futuro: anche per queste imprese, in media, la crisi ha avuto un impatto forte e pur presentando saldi migliori rispetto al totale del campione, esse si situano comunque ampiamente in territorio negativo. Però hanno intravisto un'opportunità di business nel prossimo futuro e sono intenzionate a perseguirla. Il compito del sistema finanziario è di rendere più agevole intraprendere questo percorso per chi ha questa capacità di visione.

CONCLUSIONI

I dati macroeconomici diffusi negli ultimi tempi fanno tirare un sospiro di sollievo, suggerendoci che, dopo l'avvicinarsi di notizie via via in peggioramento da cui siamo stati bersagliati nel corso dell'ultimo anno, finalmente il peggio potrebbe essere alle nostre spalle.

C'è però incertezza sulla robustezza di questa ripresa e soprattutto è evidente il fatto che, passando dal macro al micro, (dal Pil ai bilanci delle imprese per semplificare) gli aggiustamenti alla crisi debbono ancora essere messi in campo e il sistema produttivo appare ancora in trasformazione. La crisi ha anche la caratteristica di coinvolgere non solo imprese "marginali" ma anche imprese con potenziale industriale valido ma magari con qualche squilibrio di natura finanziaria. Questi due elementi suggeriscono che la velocità di uscita e la struttura futura del settore produttivo italiano non sono scontati, dipendono fondamentalmente da come gli altri attori del sistema agiscono e agiranno: nella fattispecie, dalla capacità del sistema finanziario di cogliere e valutare la progettualità di realtà produttive valide, che indiscutibilmente ci sono, e da quella, legata però ad un potenziale intervento pubblico che consenta di mitigarne il rischio, di non disperdere competenze industriali rilevanti che però non sono state adeguatamente accompagnate in termini di solidità finanziaria.

“

**RAPPORTO
UNICREDIT
SULLE
PICCOLE
IMPRESE** ”

VI EDIZIONE 2009-2010

02

LA PAROLA AI PICCOLI IMPRENDITORI





LA PAROLA AI PICCOLI IMPRENDITORI: L'EVOLUZIONE DELLA FIDUCIA E DEL RAPPORTO CON LE BANCHE

**GLOBAL MARKETING & SEGMENTS - SMALL BUSINESS CLIENTS ITALY,
UNICREDIT GROUP**

2.1 INTRODUZIONE E PRINCIPALI RISULTATI

Per il sesto anno consecutivo, il Rapporto UniCredit sulle Piccole Imprese presenta l'indice di fiducia degli imprenditori indagando¹ la loro percezione circa l'andamento dell'economia, mediante la somministrazione di un questionario ad un ampio campione. L'obiettivo è di comprendere come tale percezione influenzi la fiducia delle aziende e le conseguenze che ha avuto e avrà sulla scelta delle strategie, nonché di sondare in quale contesto economico le piccole imprese hanno la percezione di lavorare.

Come ogni anno l'indagine si compone di due parti: la prima è finalizzata ad approfondire l'evoluzione della fiducia degli imprenditori declinandola attraverso i diversi elementi che la compongono; la seconda parte si concentra sul rapporto tra imprenditori e banche, individuando l'evoluzione dei giudizi degli imprenditori circa la qualità dei servizi bancari e la capacità degli Istituti di sostenere le aziende con consulenze professionali in materia di credito.

2.1.1 MODALITÀ DI RICERCA E PANEL

Nel mese di settembre 2009, è stato somministrato telefonicamente a circa 6.000 piccoli imprenditori un questionario composto da 27 domande.

Il campione di 6.000 imprese è stato creato in modo da essere rappresentativo della piccola imprenditoria italiana, omogeneo con il campione degli anni precedenti sia dal punto di vista della dimensione (vedi tabella 1), che del macro-settore di attività (vedi tabella 2), che della distribuzione geografica (vedi tabella 3). In questo modo i risultati dell'indagine sono confrontabili con quelli delle cinque edizioni precedenti. Inoltre, da questo campione sono esclusi gli imprenditori operanti nel settore agricolo, esclusi anche dalle indagini precedenti.

¹ L'indagine per la rilevazione del clima di fiducia delle piccole imprese e dell'evoluzione del rapporto tra banche e imprese è stata curata da UniCredit - Small Business Clients Italy.

Tabella 1 - Distribuzione delle imprese italiane per classe di addetti

ADDETTI	TOTALE	%
1	2.038.155	58,8%
2	617.817	17,8%
3-5	512.457	14,8%
6-10	176.071	5,1%
> 10	121.951	3,5%
Imprese Italiane	3.466.451	100%

Fonte: indagine UniCredit

Tabella 2 - Distribuzione delle imprese italiane per settore

SETTORE	TOTALE	%
Industria	1.012.201	29,2%
Commercio	1.220.643	35,2%
Altri servizi	1.233.607	35,6%
Imprese Italiane	3.466.451	100%

Fonte: indagine UniCredit



Tabella 3 - Distribuzione delle imprese italiane per area geografica

AREA GEOGRAFICA	TOTALE	%
Nord-Ovest	1.029.788	29,71%
Nord-Est	765.938	22,10%
Centro	724.027	20,89%
Sud-Isole	946.698	27,31%
Imprese Italiane	3.466.451	100%

Fonte: indagine UniCredit

Grazie all'elevato numero di interviste realizzate è stato possibile avere un campione rappresentativo per rilevare la fiducia su 70 province. In appendice viene mostrata la tabella con le province in cui è stata raggiunta una buona significatività del campione con il relativo indice di fiducia.

2.1.2 IL QUESTIONARIO

Il questionario è composto da 18 domande suddivise in 2 aree d'indagine, cui si aggiungono altre 9 domande utili alla classificazione dell'impresa e dell'imprenditore.

La prima area d'indagine, relativa alla rilevazione del clima fiducia, è composta da 14 domande inerenti a sette temi principali:

1. propensione agli investimenti;
2. disponibilità di credito;
3. andamento occupazione;
4. tempi di incasso;
5. andamento dei ricavi dell'azienda;
6. situazione settore d'appartenenza;
7. situazione economica generale.

Per i sette temi sopra indicati è stata valutata l'opinione dei piccoli imprenditori rispetto ai 12 mesi trascorsi e rispetto alle aspettative per i 12 mesi che verranno.

La seconda area di indagine è incentrata sul rapporto tra banche e imprese. Si articola in 4 domande che indagano l'andamento del giudizio degli imprenditori sulla qualità dei servizi in generale offerti dalle banche e nel dettaglio i servizi offerti dagli istituti di credito quali finanziatori dei progetti d'impresa.

Le 9 domande di classificazione vertono sull'anagrafica dell'imprenditore (età, esperienza, titolo di studio) e dell'impresa (dimensione, settore, zona geografica, forma giuridica, crescita) al fine di definire la situazione delle diverse tipologie di imprese-imprenditori.

2.1.3 L'INDICE DI FIDUCIA DEI PICCOLI IMPRENDITORI - ASPETTI METODOLOGICI

Le prime 14 domande sono finalizzate alla determinazione dell'indice di fiducia relativo ai piccoli imprenditori italiani. Onde consentire una facilità di lettura del risultato ed un confronto con altri indici di fiducia, è stata rispettata la metodologia universalmente riconosciuta a livello mondiale

per la sua definizione². Nell'interpretazione dei dati che verranno mostrati nel corso del capitolo è sufficiente considerare che l'indice 100 rappresenta la soglia oltre la quale l'indice indica il prevalere degli imprenditori fiduciosi sugli imprenditori sfiduciati.

2.1.4 I RISULTATI PIÙ IMPORTANTI DELLA RICERCA

L'indice sintetico della fiducia (rilevato tramite interviste effettuate nel mese di settembre 2009) guadagna 1 punto rispetto all'anno precedente, portandosi a 93 punti nonostante la crisi economica che ha fortemente caratterizzato gli ultimi 12 mesi. Probabilmente mentre lo scorso anno l'indice di fiducia è stato rilevato proprio nel momento di massima incertezza sul futuro (settembre 2008), trascorso un anno gli imprenditori hanno avuto modo di prendere coscienza degli effetti della crisi sulle proprie attività e hanno così espresso una fiducia complessivamente più positiva.

Il segnale appare comunque forte e testimonia come le piccole imprese riescano a fronteggiare la recessione grazie alla loro flessibilità, alla capacità di adattamento ai cambiamenti di mercato e alla loro attitudine a reagire in maniera elastica alle opportunità. Rispetto alle grandi aziende sono più sensibili ai rischi avendo risorse relativamente limitate e riescono rapidamente a prendere in considerazione nuove opportunità grazie allo stretto contatto con la clientela. Inoltre hanno un forte dinamismo grazie al coinvolgimento percepito dai collaboratori nell'attività d'impresa.

È importante evidenziare che mai come quest'anno si assiste ad un marcato divario tra i giudizi espressi sui 12 mesi passati e quelli sui 12 mesi futuri: si passa da 77 per il passato a 110 per il futuro con un delta tra i due indici di ben 33 punti. È quindi l'ottimismo sul futuro che fa da traino per la fiducia e questo è presente in tutti e sette gli item analizzati. È bene ricordare che il maggior ottimismo sul futuro è un fenomeno che ha sempre contraddistinto i risultati dell'indagine UniCredit, sebbene non così marcatamente come questo anno, e che però purtroppo non si concretizza completamente, poi, nei risultati delle indagini degli anni successivi quando si va ad investigare sui 12 mesi passati. Questo può dipendere dai fattori esogeni, fuori dal controllo delle imprese, le quali pur mostrandosi determinate e positive sul futuro, si trovano poi a dover fronteggiare la realtà economica che può rallentare la loro attività e i loro obiettivi.

Dall'analisi delle risposte fornite al questionario emerge, inoltre, che l'indice di fiducia è molto più alto sui fattori endogeni, come andamento investimenti e occupazione, dove l'imprenditore ha maggiore capacità di decisione e controllo. Invece sui fattori esogeni esterni all'azienda come la situazione economica, l'andamento del settore, l'andamento dei ricavi e i tempi d'incasso si registra un indice di fiducia più basso.

In particolare l'andamento dei ricavi e dei tempi d'incasso segnano un peggioramento anche rispetto al 2008: 4 punti in meno i primi, 3 punti in meno i secondi, mentre per la situazione economica in generale e l'andamento del settore di appartenenza (pur rimanendo valori molto sotto la media) c'è stato un forte recupero: +18 punti l'economia e +9 punti il settore, valori che hanno concorso al miglioramento dell'indice di fiducia sintetico.

2 Sono stati selezionati 7 argomenti chiave per la fiducia degli imprenditori armonizzando l'approccio con quanto già redatto in altri Paesi come ad esempio lo "Small Business Index" con cui da settembre 2003 Wells Fargo e Gallup "rilevano il sentiment" alla piccola imprenditoria degli Stati Uniti. In analogia con la metodologia adottata da ISAE e Wells Fargo/Gallup, è stata verificata l'opinione dei piccoli imprenditori su questi 7 parametri sia a riguardo dell'andamento negli ultimi 12 mesi che in previsione prospettica sui prossimi 12 mesi. A queste 14 domande si sono offerte risposte multiple con 5 alternative, con graduazioni dal "molto negativo" al "molto positivo" (passando attraverso il "negativo", "neutro" e "positivo"). Per ogni domanda è stata conteggiata la percentuale di risposte positive ("positivo" e "molto positivo"), cui è stata sottratta la percentuale di risposte negative ("negativo" e "molto negativo"). Per determinare l'indice di fiducia sintetico, è stata calcolata la media dei 14 numeri così ottenuti ed è stato sommato il risultato a 100, che rappresenta la soglia oltre la quale l'indice indica il prevalere dei fiduciosi sugli sfiduciati tra i piccoli imprenditori.

Per quanto riguarda la disponibilità di credito quest'anno tocca il valore di 99 facendo registrare un calo di 5 punti rispetto al 2008 dove aveva raggiunto quota 104. Si nota che l'item è stato fortemente condizionato negativamente dai giudizi sui 12 mesi passati dove c'è stata una diminuzione di ben 20 punti rispetto ai giudizi sui 12 mesi passati espressi nell'indagine del 2008.

In termini di dinamiche settoriali nell'indagine di quest'anno si assiste ad un'inversione di tendenza rispetto allo scorso anno: da una parte il commercio al dettaglio guadagna 6 punti, dopo averne persi 9 lo scorso anno, risultando il settore con la più alta fiducia insieme con le costruzioni; dall'altra l'industria perde ben 7 punti rispetto al 2008, diventando il settore meno ottimista.

L'analisi per macro area geografica segnala un'importante novità: il forte recupero del Sud rispetto all'anno passato che guadagna ben 4 punti diventando così l'area più ottimista. Nord e Centro si mantengono sugli stessi valori del 2008 e in linea con l'indice di fiducia sintetico.

Infine l'analisi del rapporto banche-imprese conferma il trend di peggioramento, iniziato lo scorso anno, sui giudizi espressi dalle piccole imprese sulla qualità dei servizi offerti dalle banche e sulla capacità delle stesse di sostenere la crescita con il supporto di un'adeguata consulenza.

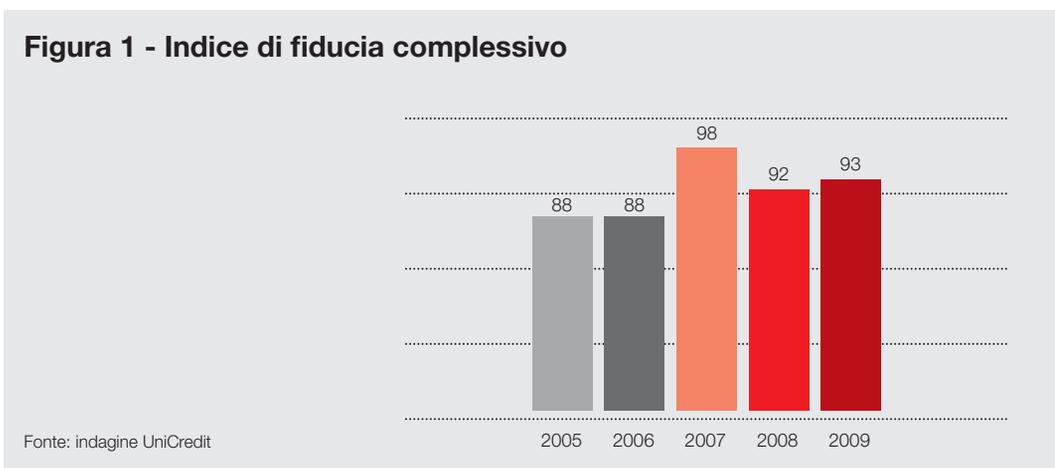
Concludendo, si evidenzia che l'indice di fiducia sintetico, pur rimanendo sotto la soglia dell'ottimismo e nonostante il clima di profonda crisi che ha caratterizzato gli scorsi mesi, riesce a crescere guadagnando 1 punto rispetto al 2008. Questa crescita lascia presupporre che gli imprenditori sentano di aver superato il momento peggiore riguardo alla crisi economica.

2.2 LA FIDUCIA DEI PICCOLI IMPRENDITORI ITALIANI

2.2.1 ANALISI DELL'INDICE DI FIDUCIA COMPLESSIVO

L'indagine condotta da UniCredit durante il mese di settembre 2009 su un campione di 6.000 imprese, evidenzia un indice di fiducia superiore di 1 punto rispetto al 2008. È quindi iniziato un lieve recupero dopo il crollo fatto registrare lo scorso anno rispetto al 2007, periodo in cui si era registrato un picco di circa dieci punti superiore rispetto alle rilevazioni precedenti (vedi figura 1).

Per una corretta interpretazione della crescita dell'indice di fiducia, considerata anche l'eccezionale congiuntura economica, quest'anno bisogna focalizzarsi sulla sua scomposizione rispetto all'arco



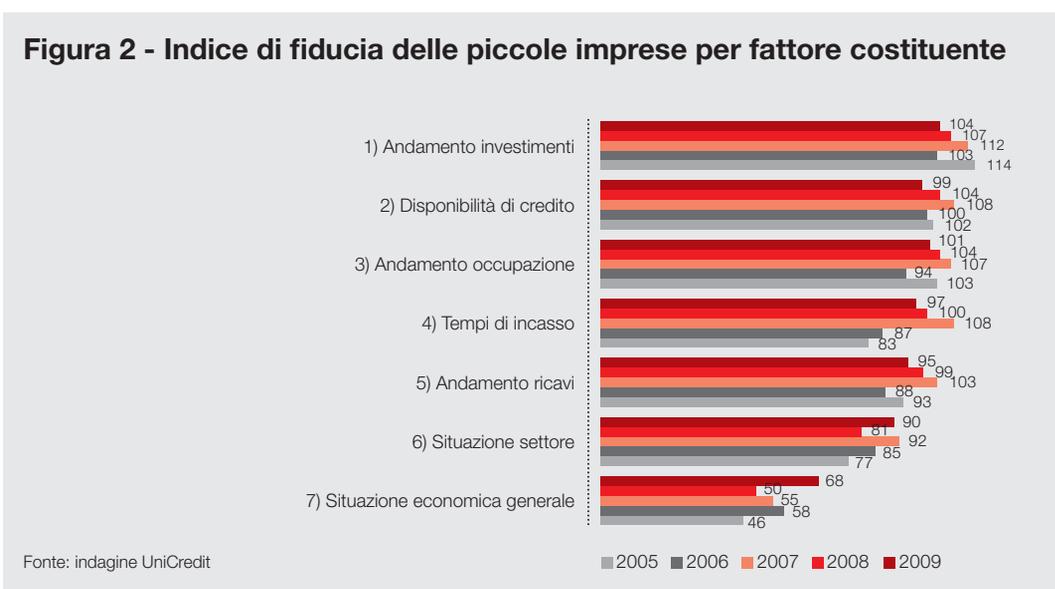
temporale. Infatti se si considerano i 12 mesi precedenti si nota come gli imprenditori siano stati piuttosto “catastrofici” nei loro giudizi. L'indice di fiducia è sceso a 77, livello minimo mai fatto registrare da quando, nel 2004, è iniziata la rilevazione UniCredit sulla fiducia. Questo valore testimonia quanto gli imprenditori abbiano sofferto nei mesi scorsi l'impatto della crisi che ha investito l'intera economia reale dal settembre 2008. Discorso analogo, anche se inverso, è alla base dell'indice espresso nei confronti dei 12 mesi futuri: quest'anno ha toccato quota 110, livello mai raggiunto nel corso degli anni precedenti, segno del forte ottimismo che pervade gli imprenditori intervistati, grazie anche ai recenti segnali di recupero che l'economia in generale, e quella italiana in particolare, hanno iniziato a mostrare. È proprio grazie a questo ottimismo che l'indice di fiducia complessivo, malgrado la forte crisi subita dal sistema economico, è riuscito a recuperare un punto rispetto all'anno precedente.

Tali evidenze sono coerenti con le analisi congiunturali dell'Isae³ su un graduale miglioramento della situazione economica mondiale. Tendenze più incoraggianti si sono manifestate nei mercati finanziari e monetari e valutazioni meno negative sono emerse nelle indagini sulla fiducia di imprenditori e consumatori delle principali economie. Nelle stime Isae di luglio, a un primo semestre 2009 negativo per l'economia internazionale, farebbe seguito dapprima un assestamento e poi un lento miglioramento a partire dai mesi estivi. Andando ad analizzare la situazione economica italiana, gli indicatori congiunturali più positivi del recente periodo evidenziano l'attenuazione della caduta della produzione e una progressiva stabilizzazione nell'industria. I segnali di tipo qualitativo nell'industria manifatturiera sono stati affiancati nei mesi primaverili, da primi indicatori meno sfavorevoli anche sotto il profilo quantitativo.

Anche l'indagine Istat sui mesi di giugno e luglio 2009 riguardo all'industria mostra come gli indici del fatturato e degli ordinativi abbiano registrato un incremento dello 0,7% e del 3,2% rispetto al mese precedente⁴.

2.2.2 ANALISI PER FATTORE DI FIDUCIA

Al fine di interpretare al meglio le tendenze in atto è utile scomporre l'analisi per ognuno dei sette fattori che compongono l'indice sintetico, illustrati nella figura 2.



3 ISAE - Rapporto ISAE, “Le previsioni per l'economia italiana”, Roma, luglio 2009.

4 ISTAT - Comunicato stampa “Indici del fatturato e degli ordinativi dell'industria”, 18 settembre 2009.

1) Propensione agli investimenti

Anche quest'anno tra i sette item analizzati, la propensione agli **investimenti** risulta avere il più alto indice di fiducia (104) con una differenza di 11 punti rispetto all'indice sintetico (93). Dal confronto con il 2008 (107), però, si nota una discesa di tre punti riconducibile al crollo espresso riguardo all'andamento dei dodici mesi passati, che scende da 104, valore del 2008, a 95 (2009). Tale valore, però, viene mitigato dalle buone prospettive espresse sulla fiducia relativa ai futuri dodici mesi che sale da 110 (2008) a 113 (2009).

Questi segnali ottimistici sulla propensione all'investimento da parte degli imprenditori sono confermati anche da una recente pubblicazione della Banca d'Italia⁵ secondo cui risulta preponderante e in forte aumento la quota di imprese che giudica invariate le condizioni per investire (59,2%). Di conseguenza, secondo questa ricerca, il saldo tra le aziende che ritengono in miglioramento e quante le giudicano in peggioramento passa da -44,4 a -12,8 punti percentuali. Rispetto al minimo toccato a dicembre 2008 tale saldo mostra un recupero più intenso nell'industria, dove il deterioramento sembra avere superato la fase acuta.

Andando ad analizzare la propensione agli investimenti secondo la variabile dimensionale, si evidenzia un valore della fiducia di 100 per le micro aziende fino a 2 dipendenti, con un incremento di 1 punto rispetto al 2008 e un valore di 108 per le aziende con più di 2 dipendenti, con un decremento di 6 punti rispetto al 2008.

Il punto di vista dei giudizi espressi sui 12 mesi passati e i 12 mesi futuri evidenzia un affanno maggiore da parte delle aziende con meno di 2 addetti, che esprimono una fiducia sugli investimenti nei 12 mesi passati pari a 90, di ben 11 punti inferiore a quella espressa dalle imprese con più di 2 addetti. Il confronto delle aspettative sul futuro di queste due classi, invece, risulta meno drastico evidenziando una differenza di soli 4 punti (111 vs 115).

2) Disponibilità di credito

L'indice di fiducia sulla **disponibilità di credito** quest'anno fa registrare un indice di 99 con un calo di 5 punti rispetto al 2008 dove segnava il valore di 104. La crisi di liquidità che ha colpito il sistema economico nei mesi scorsi ha influenzato pesantemente i giudizi degli imprenditori sui 12 mesi appena trascorsi. Infatti, andando a fare un'analisi rispetto alla prospettiva temporale, il valore della fiducia per questo item riferito ai dodici mesi passati ha subito una diminuzione di 20 punti scendendo a 89 rispetto al 109 del 2008. Se si considerano, invece, i dodici mesi futuri il valore della fiducia è diminuito di un solo punto, da 109 a 108 e questo risultato si ricollega al fatto che a tutt'oggi, la crisi di liquidità sembra rientrata su livelli più controllati e quindi gli imprenditori sentono che nei mesi a venire la situazione dovrebbe migliorare.

Nonostante tutto, la recente indagine della Banca d'Italia⁶, sottolinea come nelle opinioni delle imprese si è attenuato il processo di deterioramento delle condizioni di accesso al credito. Rispetto allo scorso marzo, diminuisce ulteriormente, dal 37,2% al 27,8%, la quota delle imprese che segnala un peggioramento della disponibilità di credito, a fronte della stazionarietà dei giudizi di miglioramento. Tra le aziende che hanno richiesto l'apertura di nuove linee di credito o l'ampliamento di quelle già in essere si riducono considerevolmente i giudizi di peggioramento delle condizioni (dal 60,6% al 48,9%) a favore principalmente di quelli di invarianza (dal 31,7% al 42,3%).

5 Banca d'Italia - "Indagine sulle aspettative di inflazione e crescita", giugno 2009.

6 Banca d'Italia - "Indagine sulle aspettative di inflazione e crescita", giugno 2009.

Questa indagine viene confermata anche dai risultati del questionario UniCredit che evidenzia, come si diceva, delle buone prospettive per l'accesso al credito riferite ai prossimi dodici mesi (109).

3) Andamento occupazione

Passando ad analizzare **l'andamento dell'occupazione**, si nota come quest'anno l'item faccia registrare un calo di 3 punti, da 104 del 2008 a 101. Questo risultato viene confermato dalla rilevazione sulla forza lavoro dell'Istat⁷ che indica una riduzione dell'offerta di lavoro nel secondo trimestre 2009 dell'1% rispetto allo stesso periodo del 2008, con un numero di occupati pari a 23.203.000 unità, in forte calo su base annua (-1,6% pari a -378.000 unità). Ciò sintetizza il protrarsi della caduta dell'occupazione autonoma delle piccole imprese, l'accentuarsi del calo dei dipendenti a termine e la riduzione del numero dei collaboratori.

Scomponendo l'item per classe di addetti, si nota che l'indice subisce una variazione di un solo punto: 100 per le imprese fino a due addetti e 101 per le imprese con più di tre addetti. Nonostante il leggero calo di giudizio espresso dai piccoli imprenditori, l'andamento di questa variabile resta su valori superiori a 100 (valore che rappresenta lo spartiacque tra l'ottimismo e il pessimismo degli intervistati). Questo risultato viene supportato dal Sistema informativo Excelsior di Unioncamere⁷ che evidenzia come le imprese italiane in quest'anno difficile per l'economia a livello internazionale, abbiano fatto il massimo sforzo per mantenere quanto più possibile le risorse presenti in azienda. Tale indagine sottolinea come ciò possa dipendere dal particolare modello produttivo italiano, contraddistinto dalla presenza della piccola impresa diffusa, profondamente radicata sul territorio con un modello economico basato sulle relazioni interpersonali in cui il rapporto tra imprenditore e dipendenti va al di là dei livelli gerarchici. E soprattutto per le piccole imprese qualità delle produzioni significa innanzitutto qualità del capitale umano: ecco perché le nostre aziende stanno ancora di più puntando su assunzioni qualificate. Le figure più professionalizzate sono, infatti, quelle in grado di fare innovazione, di progettare il nuovo.

Quindi, pur in un contesto di ridimensionamento in termini assoluti delle assunzioni previste per il 2009⁸, si evidenzia una crescita relativa delle entrate di figure professionali maggiormente qualificate (che negli ultimi 5 anni passerebbero così da 17% al 22% delle assunzioni programmate), nonché degli impiegati e delle professioni commerciali (dal 31% al 37%). Decrescono invece in misura considerevole gli operai, gli assemblatori e i conduttori di impianti (dal 35% al 29% delle entrate totali nello stesso intervallo di tempo), mentre sostanzialmente stabile risulta la richiesta di personale non qualificato.

Andando a scomporre l'indice di fiducia relativo all'occupazione per arco temporale, si evidenzia una netta differenza tra gli ultimi dodici mesi (95) e i futuri dodici mesi (106). Ben undici punti di differenza tra i giudizi sul passato e le previsioni sul futuro.

Questo forte ottimismo trova conferma nelle più recenti indagini del Centro Studi Unioncamere⁷, dove si evince che la fase peggiore del ciclo, con un impatto forte sul versante occupazionale è coincisa con i primi nove mesi del 2009. Questo significa che, nelle previsioni degli imprenditori, nel prossimo anno, la situazione economica internazionale potrebbe stabilizzarsi e le perdite occupazionali essere riassorbite.

7 Unioncamere, "Rapporto Excelsior 2009", Roma, luglio 2009.

8 ISTAT, "Rilevazione sulle forze di lavoro - Il trimestre 2008" Roma, 2009.

4) Tempi di incasso

Il valore della fiducia sui **tempi di incasso** si attesta a 97, in calo di 3 punti rispetto al 2008 (100). La difficile congiuntura del sistema ha messo in difficoltà la capacità delle piccole imprese di gestire l'equilibrio finanziario sul circolante, anche se andando ad analizzare lo spaccato temporale si nota anche qui che l'indice totale è particolarmente influenzato dal giudizio sui 12 mesi passati (83), mentre sui 12 mesi futuri il giudizio torna molto ottimistico andando a posizionarsi sul valore di 111, guadagnando 6 punti rispetto al 2008.

Questo a conferma del fatto che nei mesi passati le piccole imprese sono state costrette, a causa della congiuntura sfavorevole, a dilazionare i tempi di pagamento dei clienti per sopravvivere sul mercato, vivendo momenti di tensione nella gestione finanziaria. La tensione tra tempi di incasso e pagamenti, infatti, è stata alla base degli squilibri finanziari che le imprese hanno riscontrato nell'ultimo anno.

In termini dimensionali sono le microimprese che testimoniano il migliore andamento dei tempi di incasso. Le aziende con meno di tre addetti, infatti, fanno segnare un indice di 103, addirittura 6 punti sopra la media. Inoltre, le imprese strutturate si sono espresse in termini più pessimistici facendo toccare quota 76 all'indice di fiducia, con una differenza di ben 21 punti sul valore medio.

A supporto di quest'indagine troviamo l'osservatorio Crif⁹ sui piccoli operatori economici dove si afferma che la crisi economica ha avuto un impatto negativo sulla qualità del credito erogato alle microimprese italiane, avendo ricadute sull'andamento delle sofferenze ed evidenziando un incremento nella rischiosità delle piccole aziende. Per tutto il 2008 è infatti proseguito il trend di crescita del tasso di sofferenza, aumentato più dell'1,4% nel corso dell'anno. I tassi di insolvenza leggera e grave hanno fatto registrare a dicembre valori in lieve rialzo rispetto all'anno precedente, e i tassi di decadimento (indici di rischiosità che misurano le nuove sofferenze) sono cresciuti durante il 2008. In particolare il tasso di decadimento a 90 giorni ha superato il 5% a fine anno, oltre un punto percentuale in più rispetto al 2007.

Come presumibile, il commercio al dettaglio è il settore più soddisfatto della gestione dei tempi di incasso (107) mentre il settore meno soddisfatto è il commercio all'ingrosso (84). Analizzando l'età degli imprenditori, quelli con meno di 35 anni sono più soddisfatti (108). In ultimo si confermano le maggiori difficoltà sia del Centro-Nord che del Mezzogiorno (97) sulla gestione dei tempi di incasso in linea rispetto alla media totale.

5) Andamento dei ricavi

L'andamento dei ricavi segna quest'anno il valore di 95, superiore all'indice sintetico di 2 punti (93), ma inferiore rispetto all'indice di fiducia dei ricavi dello scorso anno di 4 punti (99).

Interessante e significativo è il confronto tra le valutazioni sul passato e quelle sul futuro: anche per questo item l'indice complessivo è fortemente influenzato dal giudizio sui dodici mesi passati che si attesta sul valore di 72 al di sotto di ben 16 punti rispetto allo stesso valore del 2008 (88). Il giudizio sul futuro, invece, disegna uno scenario ben diverso: il valore totalizzato è di 117, superiore di 7 punti a quello del 2008. Ciò testimonia l'ottimismo degli imprenditori che si

9 Nomisma - CRIF - XI Workshop dell'"Osservatorio sulla finanza per i Piccoli Operatori Economici", Bologna, giugno 2009.

aspettano di incrementare il loro giro d'affari dopo la crisi iniziata dalla fine del 2008 e protrattasi durante il 2009.

Dal punto di vista settoriale i più fiduciosi risultano essere le costruzioni e il commercio (all'ingrosso e al dettaglio) totalizzando il valore di 97 (più 4 punti sopra l'indice sintetico). I settori più sfiduciati risultano essere quelli dei servizi e dell'industria i cui valori sono rispettivamente di 93 e 91.

L'indagine congiunturale di Unioncamere¹⁰ circa il secondo trimestre 2009 testimonia come gli esercenti del commercio comincino a riacquistare fiducia. Per i mesi estivi, le imprese del commercio hanno dichiarato una ripresa segnalando un incremento di 18 punti sulle prospettive di miglioramento. Anche l'Isae¹¹, nelle previsioni a tre mesi, conferma che gli imprenditori delle costruzioni evidenziano un quadro complessivamente in miglioramento.

Analizzando l'andamento dei ricavi per classe di addetti si nota un maggiore ottimismo, seppure non marcato, da parte delle imprese con più di 2 addetti, che fanno segnare una fiducia di 96 contro il valore di 93 totalizzato dalle imprese con meno di 3 addetti. Comunque i due valori sono entrambi superiori e in linea con l'indice sintetico (93) testimoniando che il giro d'affari delle piccole imprese, nonostante la crisi, non ha avuto una flessione tale da incidere sull'indice sintetico.

Significativa la discrepanza di giudizi che si riscontra nell'analisi dell'età dei rispondenti: i più giovani (meno di 35 anni) hanno espresso una fiducia di 114 delineando un quadro molto ottimistico, mentre gli imprenditori con più di 55 anni arrivano solo ad un indice di 84 con una sostanziale differenza di 30 punti.

6) Situazione settore

L'indice di fiducia relativo all'**andamento del proprio settore** quest'anno recupera 9 punti rispetto al valore espresso nel 2008, passando da 81 a 90.

Ciò è dovuto principalmente al giudizio sui dodici mesi futuri che guadagna ben 11 punti rispetto al 2008 (da 94 a 115), valore che riesce più che compensare la perdita di 2 punti rispetto al 2008 (da 68 a 66) avuta sui giudizi espressi riguardo ai dodici mesi passati. Gli imprenditori, quindi, restano molto più fiduciosi se si guarda all'andamento del proprio settore per il prossimo anno.

Il settore più confidente si conferma quello delle costruzioni con un valore di 93, superiore di 3 punti a quello medio (90), mentre il settore più sfiduciato risulta essere quello dell'industria, che fa registrare un indice di 86, inferiore di 4 punti a quello medio. Il commercio e i servizi, invece, si attestano su un valore in linea con quello medio, realizzando rispettivamente a 90 e a 91.

Anche su questo item si riscontra una differenza sostanziale di giudizio considerando la fascia d'età dei rispondenti: si arriva ad una differenza di 31 punti tra gli appartenenti alla fascia "meno di 35 anni", che totalizza 107, e gli appartenenti alla fascia "oltre 65 anni" che totalizza 76.

Rispetto alla classe dimensionale riguardo all'andamento del settore non si evidenziano differenze tra le microimprese (1-2 dipendenti) con un indice di 90, e quelle più grandi con più di 2 dipendenti (indice di fiducia uguale a 91).

¹⁰ Unioncamere - Indagine congiunturale, agosto 2009.

¹¹ Inchiesta ISAE presso le imprese delle costruzioni, giugno 2009.

7) Situazione economica generale

L'andamento dell'economia italiana, come nelle precedenti edizioni, risulta l'item che ha avuto il responso più negativo, assestandosi ad un valore di 68. Quest'anno, però, guadagna ben 18 punti rispetto a quello espresso nel 2008. La motivazione è anche qui da ricercare scomponendo l'indice rispetto all'orizzonte temporale. Infatti la differenza dei giudizi tra passato e futuro è di ben 60 punti (38 versus 98).

Confrontando questi risultati con il 2008 è evidente l'ottimismo che ha contraddistinto i giudizi sul futuro che passa da 66 (valore 2008) a 98 (valore 2009). Bisogna comunque evidenziare che anche nei giudizi rispetto ai 12 mesi passati, quest'anno si assiste ad un miglioramento dell'indice di 5 punti (da 33 del 2008 a 38 del 2009).

Questi risultati possono essere spiegati ricordando che a settembre 2008, mese in cui è stata svolta l'indagine, la crisi economica ha toccato il suo apice, e a livello mediatico è stata data grossa risonanza alle vicende in atto. I risultati dello scorso anno, quindi, sono stati influenzati in modo significativo dagli accadimenti circostanti.

Analizzando i settori, l'industria fa registrare anche qui il valore più basso (63), 5 punti in meno rispetto a quello medio (68), mentre il settore più fiducioso risulta essere quello delle costruzioni con un indice (74) di 6 punti superiore a quello medio. Gli altri settori fanno riscontrare valori in linea con quello medio.

Interessante la declinazione di questo item per classe di addetti: le imprese fino a 5 addetti sono le più ottimiste facendo segnare un indice medio di 72 superiore di 4 punti a quello totale (68). Le imprese più strutturate, invece, segnano il passo con un valore, ben al di sotto rispetto a quello totale (68) attestandosi a 51, con una differenza di 17 punti.

2.2.3 ANALISI PER PROSPETTIVA TEMPORALE

Mai come quest'anno, risulta utile e significativa l'analisi dell'indice di fiducia per arco temporale: esiste, infatti, una differenza sostanziale dei giudizi espressi dal campione tra i 12 mesi precedenti e i 12 mesi futuri. La figura 3 mostra l'indice di fiducia suddiviso per arco temporale, evidenziando nel dettaglio la sua dinamica nel corso degli anni.

Il passato viene valutato in maniera fortemente negativa e il suo indice di fiducia registra il valore più basso mai toccato nelle precedenti rilevazioni UniCredit: 77, ben sette punti in meno rispetto al 2008, quattordici punti in meno rispetto al 2007. I pareri sul futuro invece sono sorprendenti, evidenziando un "sentiment" oltremodo positivo. L'indice qui arriva a segnare il valore di 110, il più alto mai raggiunto dall'inizio della presente pubblicazione, dieci punti in più rispetto al 2008, sei punti in più rispetto al 2007. Il differenziale tra passato e futuro, quindi, quest'anno raggiunge 33 punti, dopo aver toccato 13 punti nel 2007 e 16 punti lo scorso anno.

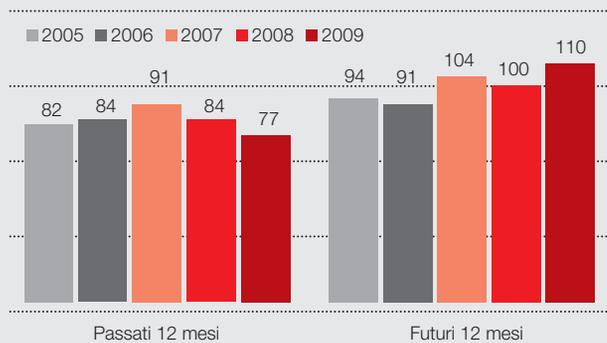
Analizzando singolarmente gli item che compongono la fiducia rispetto alla prospettiva temporale, si nota che i giudizi più negativi sul passato riguardano la situazione economica generale (38) e la situazione del settore (66), mentre più positive valutazioni sul passato vengono manifestate riguardo all'andamento dell'occupazione e sugli investimenti, che totalizzano entrambi il valore di 95, superiore di quasi 20 punti rispetto al valore totale del passato (77).

Il futuro fa registrare i valori più ottimistici riguardo al settore (115), ai ricavi (117) e agli investimenti (113), tutti al di sopra del dato totale, 111. L'item dove viene espresso minore ottimismo è la situazione economica generale che totalizza comunque il valore di 98, al di sopra di 5 punti del valore totale della fiducia.

Lo scarto più evidente fra valutazione sul periodo trascorso e attese per i prossimi 12 mesi si registra ancora una volta sui fattori più legati allo scenario economico, come l'andamento dell'economia (+60) e del settore (+49), in aumento di circa 30 punti rispetto allo scorso anno. Anche sull'andamento dei ricavi e sui tempi di incasso lo scarto tra le aspettative e i giudizi sulla situazione passata presenta valori elevati, rispettivamente +45 e +28.

Tuttavia il maggiore ottimismo nell'andamento futuro in queste variabili non si riflette nella stessa misura sulle aspettative legate alle scelte strategiche delle piccole imprese, che comunque fanno segnare differenziali più che positivi su investimenti e occupazione. Nel dettaglio il differenziale positivo tra aspettative future rispetto ai giudizi sulla situazione degli ultimi 12 mesi è di 18 punti per gli investimenti e di 11 punti per l'occupazione.

Figura 3 - Indice di fiducia delle piccole imprese italiane per arco temporale



Fonte: indagine UniCredit

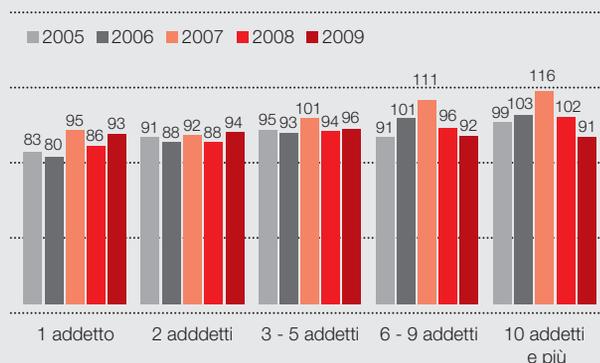
2.2.4 FIDUCIA PER CLASSE DIMENSIONALE

Passando ad analizzare l'indice di fiducia per **classe dimensionale d'impresa** si nota come i giudizi non si discostino molto dall'indicatore sintetico (93), ma con un trend rispetto agli anni precedenti molto diverso. Nella figura 4 si evidenzia la scomposizione dell'indice di fiducia delle piccole imprese in base al numero di addetti che mette in risalto una netta spaccatura di giudizi tra le imprese con meno di 6 addetti (le più fiduciose) e quelle con più di 6 addetti (le più sfiduciate).

Nello specifico, le aziende più sfiduciate risultano essere quelle con più di 10 addetti con un indice pari a 91, due punti in meno rispetto alla fiducia totale. Le restanti classi si collocano invece su valori prossimi al livello medio evidenziando giudizi pressoché in linea con l'indice di fiducia sintetico.

Dal confronto con l'anno precedente, le imprese con 1 addetto sono quelle che recuperano maggiormente rispetto al 2008, facendo registrare un indice (93) superiore di sette punti, mentre le aziende che hanno perso terreno sono quelle con più di 10 addetti (91) che scendono di ben 11 punti rispetto allo scorso anno (102). Anche l'analisi dinamica, quindi, conferma che queste sono le aziende che hanno risentito maggiormente del contesto economico di riferimento.

Figura 4 - Indice di fiducia per classe dimensionale



Fonte: indagine UniCredit

Analizzando la classe dimensionale a livello dei sette item componenti l'indice di fiducia sintetico, si evidenzia uno spiccato ottimismo nei confronti dell'andamento dell'occupazione e degli investimenti, dove quasi tutte le imprese hanno espresso dei giudizi superiori o uguali a 100, quindi non solo maggiori della media (93), ma anche uguali o più alti della soglia di positività (100).

Bisogna evidenziare che questi due item sono legati a fattori endogeni, ossia interni all'azienda e dipendenti dalla volontà degli imprenditori. Inoltre, è importante aggiungere che l'analisi per arco temporale evidenzia anche qui una marcata differenza dei giudizi tra passato e futuro, a netto vantaggio delle valutazioni circa i 12 mesi a venire, segnale quindi della volontà degli imprenditori di reagire alla crisi dei mesi scorsi con ottimismo su nuovi investimenti e nuova forza lavoro.

Gli item, invece, dove si assiste a valutazioni meno positive sono la situazione economica generale e la situazione del settore, dove a fatica si raggiunge il valore medio, anzi molto spesso si riscontrano valori ben al di sotto del valore sintetico (93).

Specularmene a quanto detto in precedenza, anche nell'analisi per classe dimensionale si evidenzia come i giudizi nei confronti dei fattori esogeni, quelli esterni all'azienda, siano più negativi e fortemente influenzati dalle risposte date sui mesi passati, quando la crisi del sistema economico ha imperversato mettendo in difficoltà non pochi imprenditori.

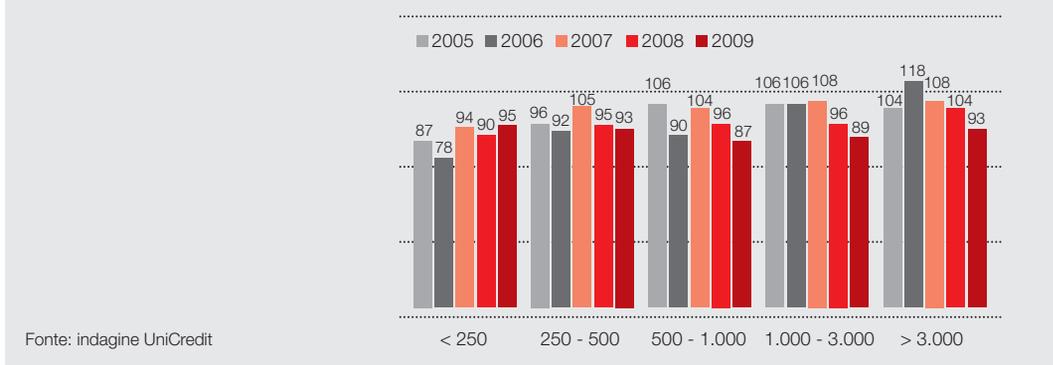
2.2.5 ANALISI PER FATTURATO

È interessante proseguire l'analisi evidenziando i risultati dell'indagine secondo **le classi di fatturato**. Gli esiti dell'andamento dell'indice di fiducia da tale prospettiva sono mostrati nella figura 5.

Quest'anno le aziende più fiduciose risultano essere quelle con meno di 250mila euro di fatturato che totalizzano un indice di 95, superiore di 2 punti al valore medio (93) e superiore di 4 punti al valore realizzato dalle imprese con più di 250mila euro di fatturato (91).

Dal confronto dinamico con il 2008 è evidente come ci sia stata un'inversione di tendenza: le microimprese guadagnano 5 punti totalizzando un indice di 95, mentre l'anno precedente fu solo di 90. Le imprese più strutturate scendono da 96 a 91 perdendo altrettanti 5 punti.

Figura 5 - Indice di fiducia delle piccole imprese italiane per classe di fatturato (dati in migliaia)



Ulteriore analisi significativa è quella per arco temporale: le aziende con meno di 250mila euro di fatturato anche sui giudizi circa i 12 mesi appena passati sono risultate più fiduciose nei riguardi del sistema economico, totalizzando un indice di 78, di tre punti superiore alle impressioni dichiarate dalle aziende con un fatturato superiore a 250mila euro. Discorso analogo circa le aspettative nutrite nei confronti dei 12 mesi futuri: anche qui le aziende più piccole segnano un indice di fiducia di 112, valore di 6 punti superiore rispetto al valore raggiunto dalle aziende più grandi (106).

Molto interessante è l'analisi della fiducia per classe di fatturato declinata per singolo item. Fatta eccezione per le opinioni sul sistema economico e l'andamento degli investimenti, su tutti gli altri item le microaziende hanno espresso opinioni più ottimistiche rispetto alle imprese più strutturate. Valori molto distanti sono stati realizzati sull'andamento del settore d'appartenenza, dove sussiste una differenza di 9 punti tra microimprese e aziende più grandi (94 versus 85), e l'opinione sui tempi d'incasso dove si evidenzia una differenza di ben 11 punti (100 versus 89).

Le analisi illustrate di sopra costituiscono un forte segnale che testimonia come le piccolissime imprese, nei momenti di grossa difficoltà dell'economia, siano più flessibili e più predisposte al rapido cambiamento e in grado di adattarsi meglio e più velocemente al contesto economico di riferimento al contrario di quelle più strutturate, più rigide e meno reattive ai mutamenti del mercato e delle contingenze del sistema economico.

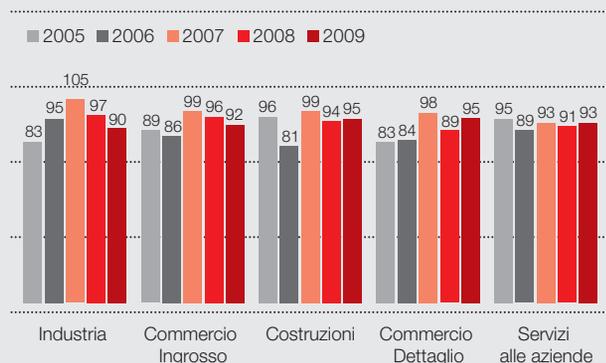
2.2.6 ANALISI PER SETTORE ECONOMICO

L'evoluzione dell'indice di fiducia nel corso degli anni per **settore economico** è molto utile per comprendere eventuali correlazioni tra settore e contesto macroeconomico. Mentre negli anni passati si notava un certo legame tra settore e contesto economico, i risultati di quest'anno evidenziano una sorta di appiattimento dei valori espressi indipendentemente dall'andamento del valore aggiunto dei singoli settori. Si veda figura 6.

I settori più fiduciosi del 2009 risultano essere le costruzioni e il commercio al dettaglio. Il commercio all'ingrosso e i servizi si attestano ad un valore in linea con quello dell'indice di fiducia sintetico, e, infine, l'industria tocca il valore più basso rispetto a tutti gli altri settori.

Le **costruzioni** totalizzano 95, due punti in più rispetto al valore dell'indice di fiducia sintetico, e un punto sopra rispetto al valore registrato lo scorso anno (94).

Figura 6 - Indice di fiducia delle piccole imprese italiane per settore economico



Fonte: indagine UniCredit

Confrontando i singoli item con il 2008 si nota un forte recupero della situazione economica (più 23 punti, portandosi a 74), assieme al recupero della situazione di settore (più 5 punti, portandosi a 93). I giudizi su tutti gli altri item diminuiscono, in particolare la disponibilità di credito diminuisce di 8 punti e i ricavi di 6 punti.

L'analisi prospettica tra passato e futuro evidenzia un differenziale di ben 34 punti (78 l'indice sui 12 mesi passati, 112 quello sui 12 mesi futuri), segnale del forte ottimismo che pervade gli imprenditori di questo settore circa le previsioni sui mesi a venire.

Di sicuro interesse è l'indagine dell'Isae¹² condotta su un panel di circa 500 imprese di costruzione che evidenzia un clima di fiducia stabile nel settore (probabilmente influenzate dai recenti provvedimenti governativi). Tra le variabili componenti l'indicatore, migliorano i giudizi sui piani di costruzione, mentre sono in peggioramento le prospettive sull'occupazione (quest'ultimo risultato contraddice un pò gli esiti dell'indagine UniCredit che considera l'occupazione come l'item su cui si concentrano i giudizi più ottimistici).

Sempre secondo l'indagine Isae il saldo dei giudizi sull'attività di costruzione è in deciso recupero, ritornando sui livelli dell'anno precedente. Il quadro complessivamente positivo evidenziato dai giudizi è confermato anche dalle prospettive sui piani di costruzione: il relativo saldo migliora rimanendo comunque negativo.

Inoltre, aumenta leggermente il numero degli imprenditori intervistati che prevedono una diminuzione dei prezzi praticati nel settore, e torna ad aumentare decisamente il numero di imprenditori che non trova ostacoli limitanti l'attività di costruzione.

Anche il **commercio al dettaglio** fa registrare un indice di fiducia di 95, superiore di due punti a quello sintetico (93). Sorprendente la differenza di +6 punti rispetto al 2008, quando l'indice di questo settore si era assestato a 89 punti.

Per questo settore quasi in tutti gli item si registra un incremento della fiducia rispetto al 2008, in particolare +22 punti sulla situazione dell'economia e +13 punti sull'andamento del settore. Inoltre guadagnano incassi, investimenti e ricavi. In leggera flessione andamento dell'occupazione e disponibilità di credito (-2 punti).

12 Inchiesta ISAE presso le imprese delle costruzioni, giugno 2009.

Analizzando lo spaccato della prospettiva temporale, i giudizi sul passato totalizzano 79 punti e quelli sul futuro 112. Anche in questo caso esiste una notevole differenza di opinione (ben 33 punti) con uno spiccato ottimismo nei confronti dei dodici mesi futuri.

Il **commercio all'ingrosso** fa registrare un indice di fiducia di 92 un punto in meno rispetto all'indice sintetico. Rispetto al 2008 perde 4 punti e per la prima volta il commercio all'ingrosso risulta meno fiducioso di quello al dettaglio. I due settori hanno espresso quindi giudizi opposti.

Confrontando l'indice dei singoli item con il 2008, la diminuzione della fiducia del commercio all'ingrosso si riscontra su quasi tutti gli item, da -13 punti sull'andamento degli investimenti e ricavi, a -11 punti sulla disponibilità di credito, -10 punti sugli incassi e -5 punti sull'occupazione. In aumento, invece, economia (+14 punti) e andamento del settore (+9 punti).

Anche in questo caso è evidente la divergenza dei giudizi espressi rispetto alla prospettiva temporale: i 12 mesi passati presentano un indice di 75, mentre su quelli futuri la fiducia raggiunge quota 109 con una differenza di 34 punti.

Questo spiccato ottimismo sulle previsioni future viene confermato dall'indagine Isae¹³ che evidenzia ad agosto un nuovo e diffuso ottimismo nelle attese sul volume degli ordini che recupera 5 punti portandosi da -17 (luglio) a -12. Le aspettative a breve termine sull'andamento delle vendite e sull'evoluzione del mercato del lavoro rimangono stazionarie e si ridimensionano le tensioni inflazionistiche attese. Anche per quel che riguarda l'evoluzione dei prezzi di vendita, le aspettative formulate appaiono positive. Le dinamiche inflazionistiche, infatti, sono attese in rallentamento sia dagli operatori della grande distribuzione, sia da quelli della distribuzione tradizionale.

Le aspettative sull'andamento delle vendite e sul volume dell'occupazione sono invece discordanti: sulle vendite è atteso un ridimensionamento dagli operatori della distribuzione "moderna" (iper, supermercati, centri commerciali), ma in recupero per gli occupati del circuito "tradizionale" (piccoli negozi, alimentari). Il volume dell'occupazione, al contrario, è atteso in crescita dagli operatori della grande distribuzione, ma in diminuzione da quelli del circuito tradizionale.

Il settore dei **servizi** fa registrare un indice di fiducia pari a 93, in linea con il valore sintetico e di 2 punti superiore al valore del 2008 (91) ritornando ai livelli del 2007.

Confrontando i giudizi sui singoli item con il 2008, come per il commercio all'ingrosso quasi tutti gli item sono in diminuzione, seppure in misura minore, tranne per la situazione economica (che recupera 18 punti) e andamento del settore (+11 punti). In particolare disponibilità di credito e andamento dei ricavi perdono 5 punti, mentre i restanti item subiscono un decremento di 3 punti.

Scomponendo i giudizi tra passato e futuro anche i servizi fanno segnare una netta prevalenza di giudizi ottimistici sui 12 mesi futuri totalizzando un indice di 109, mentre i pareri sui 12 mesi passati realizzano un indice di 77 (-32 punti).

Un'indagine Isae¹⁴ pubblicata a fine settembre sui servizi mostra come emergano dei segnali di cauto ottimismo dal lato delle aspettative per il prossimo futuro. Recuperano, infatti, sia il saldo sugli ordini, sia quello sulla tendenza generale dell'economia. In lieve calo, per contro, il saldo sull'occupazione attesa.

13 Inchiesta ISAE presso le imprese del commercio, 1 settembre 2009.

14 Inchiesta ISAE sui servizi, 29 settembre 2009.

Anche rispetto alle aspettative, l'analisi settoriale e territoriale mostra la presenza di alcune differenze. Il saldo sugli ordini attesi migliora nei principali macrosettori. Le aspettative sull'occupazione, per contro, peggiorano nei servizi alle famiglie, recuperano in quelli finanziari, e rimangono stabili e su valori positivi in quelli alle imprese.

Il settore dell'**industria** quest'anno tocca il valore minimo rispetto a tutti gli altri settori registrando un indice pari a 90, inferiore di 3 punti rispetto alla fiducia sintetica. Inoltre il valore quest'anno è tra i peggiori mai fatti registrare dalla prima rilevazione UniCredit, superiore solo a quello dell'anno 2005 in cui arrivò al valore minimo di 83. Confrontando il risultato con il 2008, dove la fiducia era di 97, l'indice perde 7 punti.

Confrontando i risultati dell'indice sui singoli item con il 2008, si evidenzia che l'industria è l'unica categoria a non recuperare fiducia sull'andamento del settore dove perde 3 punti. In recupero, invece, i giudizi sulla situazione economica (+10 punti), mentre tutti gli altri item diminuiscono: meno 12 punti i ricavi, incassi e investimenti. Meno 5 punti andamento occupazione e disponibilità di credito.

Facendo riferimento allo spaccato presente/futuro, esiste sempre una netta opinione ottimistica nei confronti del futuro (73 versus 107), ma anche questi due valori sono i più bassi realizzati rispetto agli altri settori.

L'indagine Isae¹⁵ sul settore dell'industria mostra come siano in peggioramento le previsioni su quasi tutte le principali variabili aziendali, mentre migliorano quelle sulla situazione economica in generale del Paese. Scendono il saldo relativo alle attese sugli ordini, il saldo della produzione e quello sulla liquidità aziendale, mentre salgono lievemente le attese relative alla situazione economica del Paese e quelle relative ai prezzi di vendita.

L'andamento è piuttosto diversificato a livello settoriale: nei beni di investimento scendono fortemente le attese sulla domanda e un po' meno quelle sulla produzione; diminuiscono le prospettive occupazionali, le aspettative generali sulla situazione del Paese e recuperano le previsioni sui prezzi. Nei beni di consumo peggiorano le attese sulla domanda, sulla produzione, sulla liquidità aziendale, e aumentano quanti si attendono ulteriori diminuzioni dei prezzi di vendita. Le previsioni sull'economia in generale sono stabili ma risultano accompagnate da un forte pessimismo circa la tendenza dell'occupazione nei mesi futuri.

2.2.7 ANALISI PER ZONA GEOGRAFICA

Fonte di interessanti osservazioni, la scomposizione dell'indice di fiducia per area geografica quest'anno fornisce una novità rappresentata dai risultati pervenuti dal **Sud**. Totalizzando un indice pari a 97, diventa la macroarea con la più alta fiducia per l'anno 2009, e inoltre riesce a far registrare il più alto risultato da quando, nel 2004, è partita l'indagine UniCredit sulla fiducia dei piccoli imprenditori. Guadagna, quindi, ben 4 punti rispetto allo scorso anno, e 12 punti rispetto al 2006, anno in cui toccò il minimo storico, 85.

Dal punto di vista dei singoli item il Sud ha espresso i giudizi migliori circa l'andamento degli investimenti, che raggiunge 111 punti, 4 in più rispetto al 2008 (107). Valori ottimistici (superiori a 100) sono stati registrati sull'andamento dei ricavi (101), la disponibilità di credito (102) e

¹⁵ Inchiesta ISAE sull'industria, 29 settembre 2009.

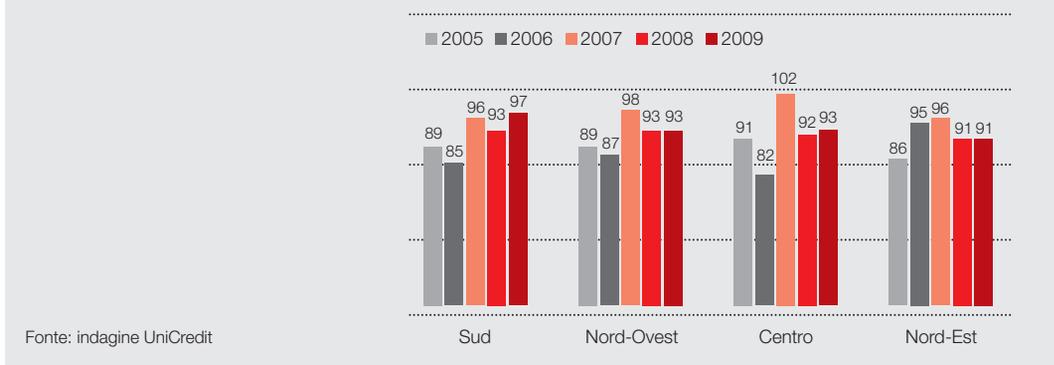
l'andamento dell'occupazione (105). Inoltre i giudizi sui tempi di incasso raggiungono il valore di 97, superiore di 4 punti rispetto al valore sintetico della fiducia (93).

Estendendo l'analisi rispetto alla prospettiva temporale, si evidenzia un forte ottimismo nei confronti dei 12 mesi futuri (116) con una differenza di 37 punti rispetto alle opinioni espresse sui 12 mesi passati (79). Confrontando questi risultati con l'anno precedente si nota come c'erano state valutazioni meno negative sul passato (82) e minore ottimismo sulle prospettive future (103).

Dal quadro appena delineato si evince come il Mezzogiorno stia cercando di colmare il gap che lo separa dal resto dell'Italia, esprimendo, mai come quest'anno, giudizi sul futuro incoraggianti, soprattutto sui fattori endogeni come l'occupazione e gli investimenti. Il segnale è importante e sottolinea la volontà da parte dei piccoli imprenditori del Sud di reagire alla crisi in atto.

Questo scenario viene confermato dall'indagine Crif¹⁶ di giugno 2009 sui piccoli operatori economici (POE) dove viene evidenziato un aumento della quota dei POE del meridione che prevedono di investire nel 2009, segnando un +4,7 punti sull'indice della propensione agli investimenti rispetto al 2008. Ciò è parzialmente attribuibile anche al fatto che i POE del Mezzogiorno italiano risentono in maniera meno evidente della crisi competitiva che caratterizza i prodotti italiani sui mercati internazionali. In particolare al Sud si porrà maggiore attenzione sia allo sviluppo di investimenti di tipo tecnico volti a consolidare la struttura aziendale interna, sia a investimenti volti a rafforzare l'area finanziaria aziendale e la capacità delle microimprese di andare sui nuovi mercati.

Figura 7 - Indice di fiducia delle piccole imprese per zona geografica



Il **Centro** quest'anno si colloca ad un livello intermedio, totalizzando un indice di 93, in linea con il valore sintetico della fiducia. Guadagna 1 punto rispetto al 2008 e perde 9 punti rispetto al 2007, anno in cui fece registrare l'indice di fiducia più elevato (102).

L'analisi per singolo item mette in luce la valutazione positiva rispetto ai fattori endogeni (occupazione e investimenti) e valori comunque superiori all'indice di fiducia sintetico sugli incassi, i ricavi e la disponibilità di credito.

Riguardo all'arco temporale sui 12 mesi passati, l'indice si ferma a 76, mentre sui 12 mesi futuri arriva a 110, con uno scarto di 34 punti.

16 Nomisma - CRIF - XI Workshop dell'"Osservatorio sulla finanza per i Piccoli Operatori Economici", Bologna, giugno 2009.

Anche questa disamina appena illustrata viene confermata dall'indagine Crif¹⁶ sui POE di giugno che descrive un aumento nel Centro Italia degli investimenti programmati del 2,7% rispetto al 2008. Lo scorso anno l'attenzione dei piccoli imprenditori si era rivolta principalmente al consolidamento e all'espansione della "struttura materiale" dell'impresa (come rinnovo locali e locazioni immobili), mentre quest'anno gli operatori che investono in internazionalizzazione, ricerca di nuovi mercati e prodotti sono nettamente superiori alla media nazionale.

Il territorio del **Nord**, presenta differenti indici: il Nord Ovest totalizza il valore di 93, in linea con il valore della fiducia sintetico, mentre il Nord Est tocca il livello di 91, il più basso indice del 2009 riferito ai territori. Entrambi i valori non si discostano da quelli realizzati lo scorso anno.

A livello di singoli item anche qui i giudizi migliori sono stati espressi circa investimenti e occupazione, anche se quest'ultimo item solo al Nord fa registrare valori inferiori a 100, attestandosi sotto soglia.

Nello spaccato delle valutazioni circa passato e futuro, sui 12 mesi passati si riscontra per il Nord Est il valore di 77, per il Nord Ovest il valore di 75. Per il futuro prossimo si arriva a 104 per il Nord Est e a 110 per il Nord Ovest. Confrontando la stessa analisi con il 2008 si nota una crescita sull'ottimismo delle opinioni riguardo al futuro e una forte diminuzione sui giudizi riguardo al passato. Questo decremento risulta tale da non permettere al risultato sintetico di superare il valore del 2008.

L'indagine Crif¹⁶ di giugno sui POE rafforza la tesi dell'indagine UniCredit evidenziando che le imprese del Nord Est segnalano il maggiore calo degli investimenti programmati, con una diminuzione di 8 punti percentuali rispetto al 2008. Più in generale il Nord, che lo scorso anno ha attribuito maggiore rilevanza agli investimenti immateriali (formazione, comunicazione, ricerca di nuovi mercati e prodotti), nel 2009 attribuisce maggiore enfasi al rafforzamento strutturale e logistico delle imprese.

2.2.8 ANALISI PER FORMA GIURIDICA

L'elaborazione dell'indice di fiducia per forma giuridica per il 2009 mostra una netta inversione di tendenza rispetto agli anni scorsi. Per la prima volta, infatti, sono le ditte individuali ad aver espresso giudizi migliori rispetto alle società di capitali e alle società di persone. Le ditte individuali fanno registrare una fiducia pari a 96, di 5 punti superiore a quella dell'anno precedente; le società di capitali perdono 5 punti, da 95 del 2008 a 90 di quest'anno; le società di persone registrano 91 perdendo 1 punto sul 2008.

Per quanto riguarda i singoli item, differenze d'opinione si riscontrano sulla situazione del settore dove le ditte individuali esprimono una fiducia pari a 94, 10 punti in più rispetto alle società di capitali (84) e 6 punti in più rispetto alle società di persone (88). Stessa situazione riguardo ai tempi di incasso, dove le ditte individuali segnano un indice di 101, 12 punti in più delle società di capitale, 6 punti in più rispetto alle società di persone. Giudizi alquanto omogenei sono stati espressi sulla disponibilità di credito realizzando un indice di fiducia pari a 99, superiore di 6 punti l'indice medio. Infine, da segnalare l'andamento degli investimenti dove le società di capitale esprimono un valore pari a 106, maggiore di 2 punti rispetto a quello espresso dalle ditte individuali.

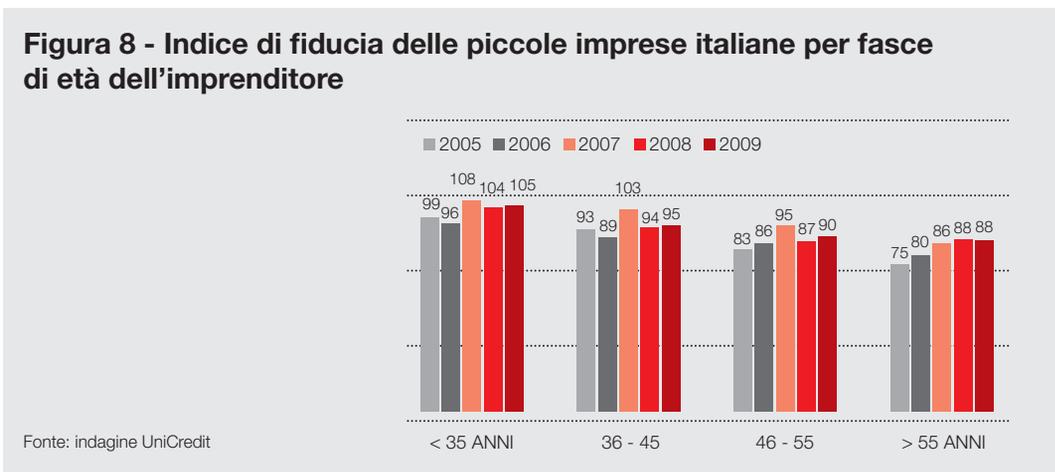
16 Nomisma - CRIF - XI Workshop dell'"Osservatorio sulla finanza per i Piccoli Operatori Economici", Bologna, giugno 2009.

Lo spaccato passato/futuro conferma quanto sinora emerso: le ditte individuali esprimono giudizi migliori sia sul passato (indice di fiducia pari a 79, maggiore di 5 punti rispetto alle società di capitali, più 4 punti rispetto alle società di persone), sia sul futuro (indice 113, superiore di 7 punti rispetto alle società di capitale, più 6 punti rispetto alle società di persone).

2.2.9 ANALISI PER ETÀ DELL'INTERVISTATO

I risultati dell'indice di fiducia disaggregati in base all'età dei rispondenti confermano l'esistenza di una forte correlazione fra tale variabile e la fiducia degli imprenditori.

Declinando l'indice di fiducia in base alle fasce d'età, anche quest'anno viene confermato il deciso ottimismo dimostrato dai giovani imprenditori. È evidente come ci sia una graduale decrescita dell'indice con l'avanzare dell'età dei rispondenti: si passa, infatti, da un indice di 105 per la classe d'età più giovane (fino a 35 anni), fino ad arrivare ad un valore di 87 per la classe di età più anziana (oltre i 65 anni). Si veda figura 8.



Quest'ultima, inoltre, è l'unica fascia che ha mostrato un lieve peggioramento rispetto all'anno precedente, meno 1 punto, mentre le restanti classi d'età hanno espresso giudizi migliori di almeno 1 punto, con un picco di 3 punti in più per la fascia d'età che va da 46 a 55 anni.

Esaminando i singoli item della fiducia si conferma la positività delle opinioni dei rispondenti più giovani, ottimisti su ogni categoria, specialmente sull'andamento degli investimenti (116), sull'andamento dei ricavi (114), sui tempi di incasso (108) e sulla disponibilità di credito (107). Risultati meno positivi si riscontrano nella fascia più anziana (maggiore di 65 anni) su tutti gli item analizzati: situazione del settore (90), andamento dei ricavi (95), e tempi di incasso (97).

Anche l'analisi dinamica passato - futuro evidenzia una notevole dissonanza di giudizi espressi dai giovani imprenditori rispetto a quelli rilasciati dagli imprenditori più anziani. Per quanto riguarda i dodici mesi passati i più giovani hanno totalizzato un indice di 88, mentre i più anziani arrivano solo a 73, con una differenza di 15 punti. Divergenze di opinioni ancora più marcate si segnalano sui giudizi riguardo i 12 mesi futuri: qui i più giovani fanno segnare un indice di 122, mentre gli imprenditori con più di 65 anni hanno espresso una fiducia di 101, con una differenza ancora più netta, 21 punti. La disamina appena enunciata conferma quanto detto sinora sulla dinamica della prospettiva temporale: esiste sempre un notevole ottimismo quando si interrogano gli intervistati sulle prospettive future, mentre evidente negatività viene espressa dai giudizi sui 12 mesi appena trascorsi.

2.2.10 ANALISI TRA CLIENTI UNICREDIT E NON CLIENTI

Concentrando l'analisi condotta sullo spaccato clienti UniCredit / non clienti, anche quest'anno si conferma una maggiore fiducia dei clienti UniCredit.

Infatti l'indice sintetico dei clienti si assesta a 95, 10 punti in più rispetto al resto del mercato.

Rispetto all'anno precedente la fiducia dei clienti UniCredit resta pressoché invariata (meno 1 punto), mentre la fiducia dei non clienti recupera il crollo del 2008 incrementando di 8 punti.

Figura 9 - Indice di fiducia dei clienti UniCredit vs campione rappresentativo dei non clienti



2.3 IL RAPPORTO CON LE BANCHE

2.3.1 LA VALUTAZIONE DEI SERVIZI OFFERTI DALLE BANCHE

Come nelle precedenti edizioni del “Rapporto UniCredit sulle Piccole Imprese” in appendice all'indagine sulla fiducia, sono state somministrate agli imprenditori intervistati alcune domande su determinati aspetti del rapporto tra banca e impresa, con lo scopo di monitorare l'evoluzione dei loro giudizi sulla qualità del servizio delle banche e su temi legati alla concessione del credito. Le risposte a queste domande sono state raggruppate in tre aggregati in base all'importanza loro attribuita¹⁷.

Si conferma, purtroppo, un trend negativo dei giudizi iniziato lo scorso anno con l'innescarsi della crisi economica mondiale che ha determinato un acuirsi dei giudizi negativi sugli istituti di credito anche per via del collasso avvenuto tra le banche d'investimento estere. Si assiste, infatti ad un peggioramento delle opinioni espresse dagli imprenditori intervistati sulla qualità dei servizi in generale offerti dalle banche: la percentuale di imprese che ritiene buoni i servizi erogati oggi dalle banche scende al 20% (dal 23% dello scorso anno).

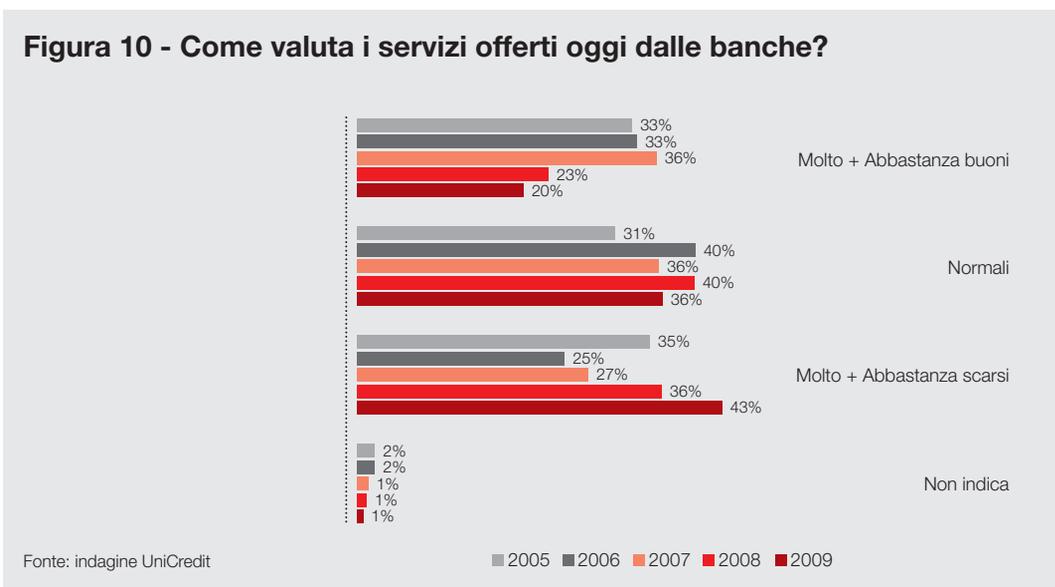
¹⁷ Il primo sottoinsieme costituito dai soddisfatti è dato dalla somma di coloro che rispondono “molto” e “abbastanza” alle domande (le percentuali sono la somma delle risposte “molto importante” e “abbastanza importante”, fornite dagli imprenditori su una scala di cinque risposte per ciascuno degli item analizzati); il secondo gruppo degli insoddisfatti è costituito da coloro che rispondono “poco” e “per niente” alle domande e il terzo gruppo è quello degli ininfluenti che si colloca al centro costituito da tutte le persone situate nel mezzo i cui giudizi non influiscono né in misura negativa né positiva sull'item analizzato.

Disaggregando le risposte per area geografica è evidente una certa omogeneità di giudizi: anche qui la percentuale di chi considera buoni i servizi delle banche si assesta intorno al 20% su tutte le zone d'Italia.

Analizzando il fatturato si evidenzia che il 24 % delle imprese con oltre 3 milioni di euro di fatturato esprimono giudizi positivi nei confronti dei servizi offerti dalle banche che è la quota più elevata rispetto alle altre fasce di fatturato.

Spostando l'analisi sulle fasce d'età anche in questo caso i più positivi nei giudizi si confermano i giovani imprenditori con una quota di giudizi positivi sui servizi bancari del 24%, mentre i più anziani con il 18% risultano i meno soddisfatti. Guardando il titolo di studio i più soddisfatti risultano essere coloro che hanno conseguito la media inferiore o il post laurea (24%), mentre la percentuale scende per chi ha conseguito il diploma (18%) o la laurea (16%).

Le ditte individuali hanno espresso giudizi più positivi (22%) rispetto alle società di capitale e alle società di persone (17%). Infine, si conferma un giudizio più positivo dei clienti UniCredit rispetto ai non clienti (21% i primi versus 11% i secondi).

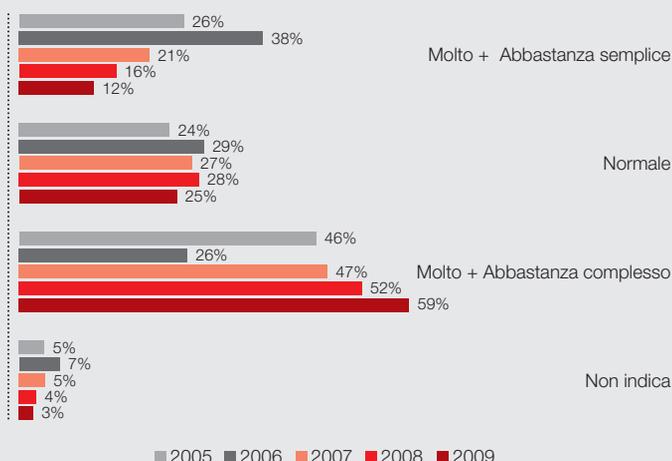


2.3.2 LA VALUTAZIONE DELLE BANCHE COME FINANZIATORI DEI PROGETTI DELL'IMPRESA

La quota parte di coloro che ritengono semplice l'iter da seguire per ottenere una linea di credito da una banca si colloca al 12%. Rispetto al 2008 scende di 4 punti proseguendo il calo dei punti percentuali registrato negli ultimi anni.

I risultati di quest'anno confermano che le banche devono ancora fare molto per semplificare l'iter procedurale necessario a concedere un finanziamento alle imprese, infatti la percentuale di coloro che lo trovano complesso è salita dal 52% al 59%. Il fatto di trovarsi in condizioni economiche eccezionali per via della crisi in atto, ha certamente reso necessario da parte delle banche la richiesta di maggiori informazioni sull'azienda e sulle sue prospettive future, nonché la richiesta di maggiori garanzie a fronte delle domande per l'accensione di nuovi finanziamenti.

Figura 11 - Come valuta l'iter procedurale che è necessario seguire per ottenere una linea di credito oggi in Italia?

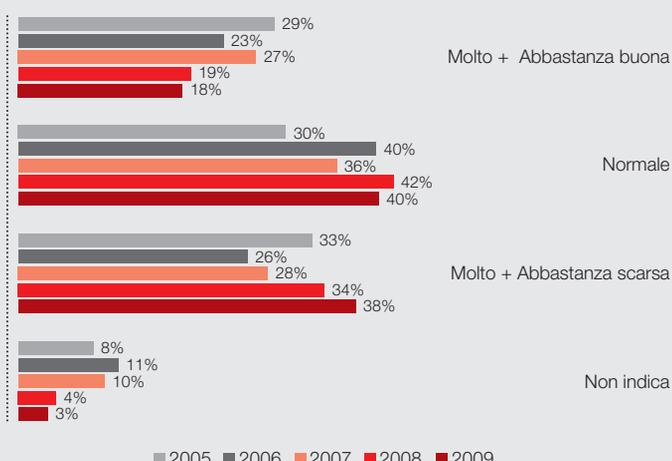


Fonte: indagine UniCredit

Nel 2009 la percentuale delle imprese che ritengono soddisfacente la capacità delle banche di offrire consulenza per definire la struttura finanziaria più adeguata in funzione dei progetti di sviluppo futuri dell'impresa stessa rimane stabile rispetto allo scorso anno quando la fiducia era scesa di otto punti.

Le imprese "più giovani" che hanno intrapreso la loro attività da breve tempo, anche quest'anno danno un giudizio superiore alla media (24%) rispetto a questo tema, e le ditte individuali registrano un valore maggiore (20%) rispetto alle società di capitali (14%) e alle società di persone (17%). Inoltre le ditte con fatturato inferiore a 250 mila euro danno un giudizio positivo nel 21% dei casi mentre le società con fatturato superiore a 250 mila euro solo nel 16%.

Figura 12 - Come valuta la capacità delle banche italiane di offrirle consulenza per definire la struttura finanziaria più adeguata in funzione dei suoi progetti di sviluppo futuri?

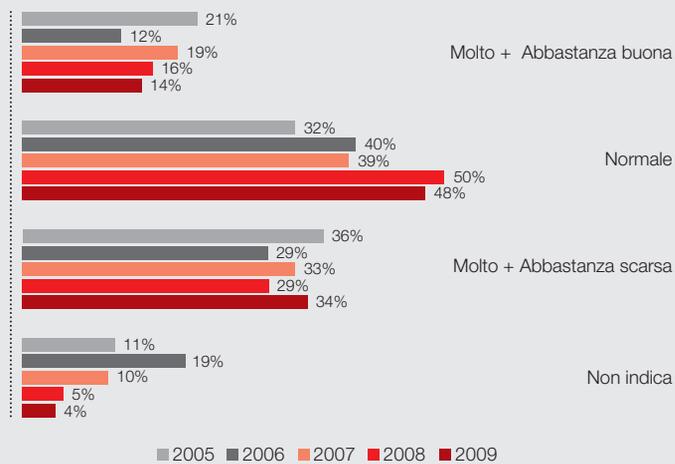


Fonte: indagine UniCredit

Passando ad analizzare la capacità delle banche di analizzare, all'interno del processo di valutazione del merito creditizio, oltre la situazione patrimoniale dell'impresa, le sue prospettive future, la percentuale degli intervistati che esprime un giudizio positivo su questo item è il 14%, diminuendo di 2 punti percentuali rispetto al 2008 la soddisfazione. Disaggregando questo item in base alle diverse variabili disponibili, la percentuale di insoddisfatti è del 40% tra i laureati, 41% tra le società di capitale e 40% tra le società con fatturato superiore a 250 mila euro.

Volendo sintetizzare i messaggi che emergono dall'analisi delle risposte alle quattro domande, l'aspetto più critico risulta essere l'iter necessario per ottenere una linea di credito dove si evidenzia la quota maggiore di insoddisfatti (60% a fronte del 35% circa sulle restanti domande).

Figura 13 - Come valuta la capacità delle banche italiane di valutare, all'interno del processo di valutazione del merito creditizio, oltre che la sua attuale situazione patrimoniale, anche le prospettive future della sua attività?



Fonte: indagine UniCredit

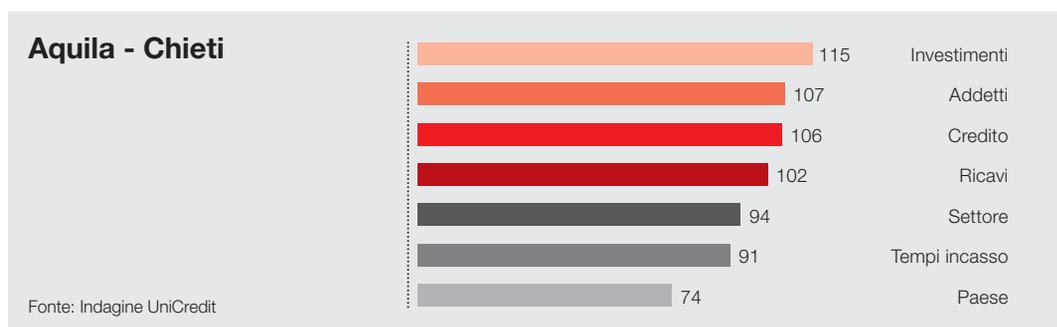
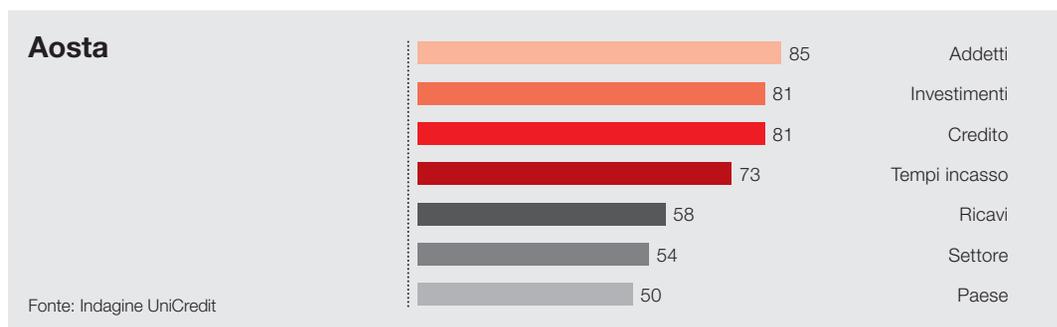
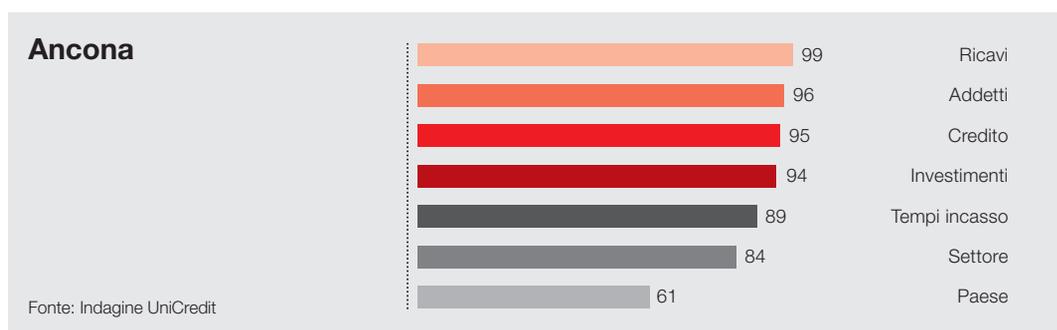
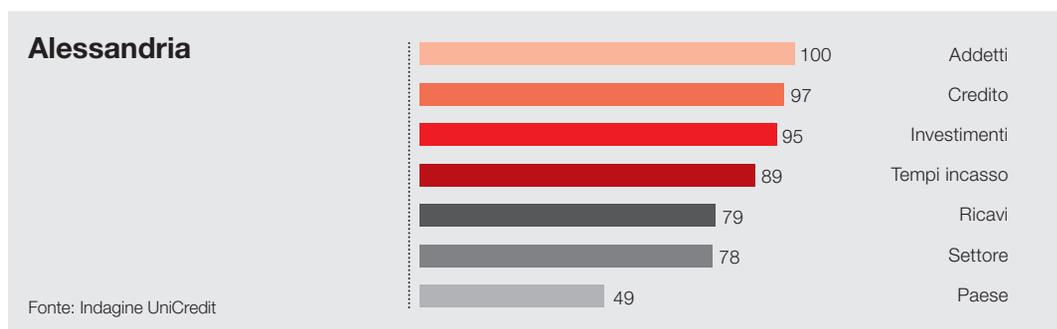
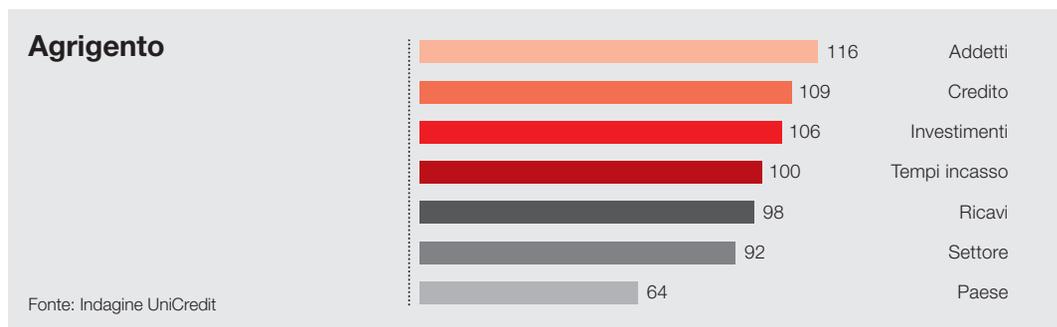
2.4 APPENDICE

Indice di fiducia sintetico di alcune province chiave

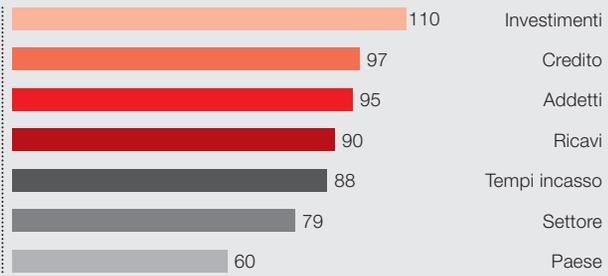
PROVINCIA O RAGGRUPPAMENTO DI PROVINCE	INDICE	PROVINCIA O RAGGRUPPAMENTO DI PROVINCE	INDICE
Agrigento	98	Mantova	87
Alessandria	84	Messina	103
Ancona	88	Milano	93
Aosta	69	Modena	81
Aquila - Chieti	99	Napoli	94
Ascoli Piceno	88	Novara	98
Asti	96	Padova	82
Bari - Foggia	101	Palermo	90
Belluno	90	Parma	95
Bergamo	97	Perugia	85
Biella	90	Pesaro - Urbino	89
Bologna	91	Pescara	97
Bolzano	102	Piacenza	88
Brescia	91	Potenza - Matera	94
Cagliari - Sassari	100	Pordenone	91
Campobasso	93	Ragusa	102
Caserta	99	Ravenna	94
Catania	97	Reggio Calabria	96
Como	102	Reggio Emilia	84
Cosenza	100	Rimini	94
Cremona	97	Roma	95
Cuneo	95	Salerno	107
Ferrara	87	Siena	97
Firenze	84	Taranto	94
Forlì - Cesena	96	Terni	107
Frosinone	98	Torino	87
Genova	91	Trapani	97
Imperia - La Spezia	100	Trento	100
Latina	92	Treviso	85
Lecce	96	Trieste	88
Lecco	93	Udine - Gorizia	92
Livorno	96	Varese	86
Lodi	95	Venezia	95
Lucca	95	Verona	91
Macerata	98	Vicenza	89

Fonte: Indagine UniCredit

INDICE DI FIDUCIA SCOMPOSTO PER FATTORE COSTITUENTE DI ALCUNE PROVINCE CHIAVE

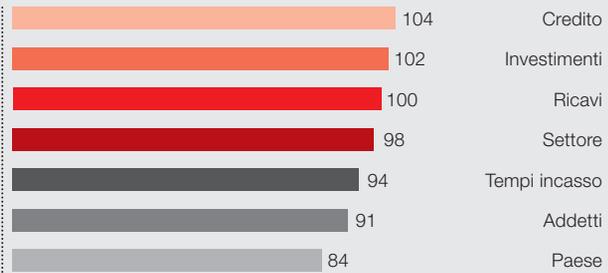


Ascoli Piceno



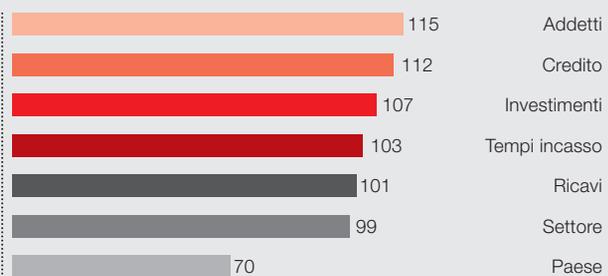
Fonte: Indagine UniCredit

Asti



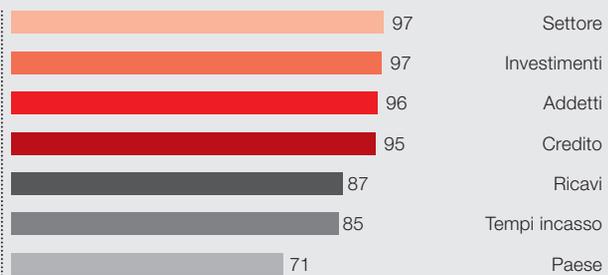
Fonte: Indagine UniCredit

Bari - Foggia



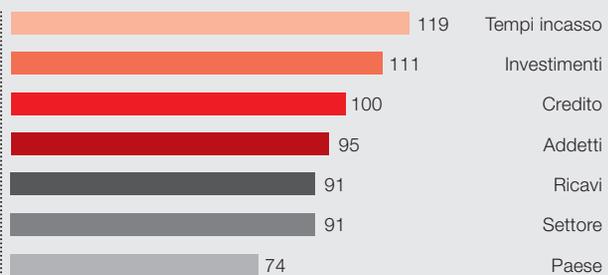
Fonte: Indagine UniCredit

Belluno



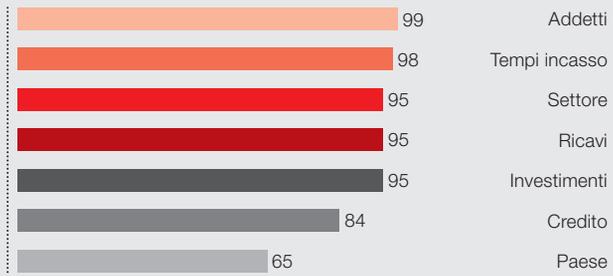
Fonte: Indagine UniCredit

Bergamo



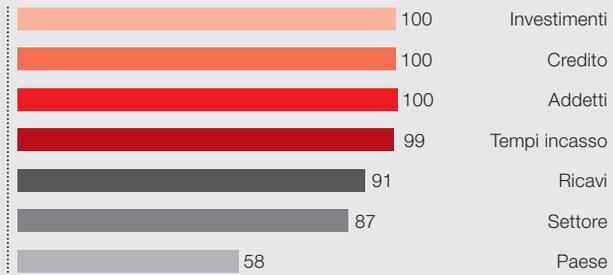
Fonte: Indagine UniCredit

Biella



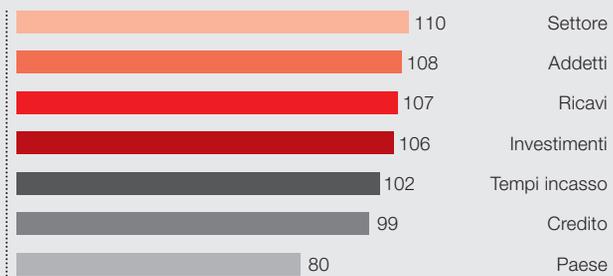
Fonte: Indagine UniCredit

Bologna



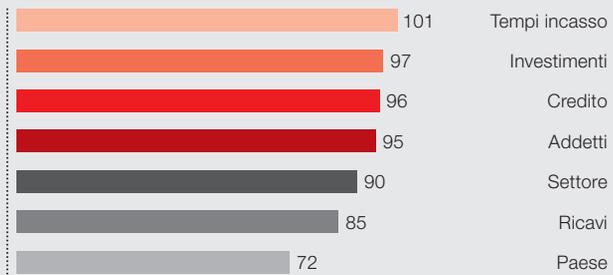
Fonte: Indagine UniCredit

Bolzano



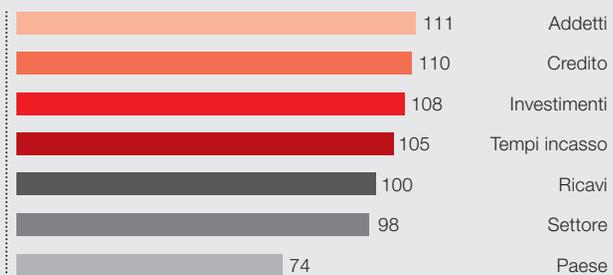
Fonte: Indagine UniCredit

Brescia



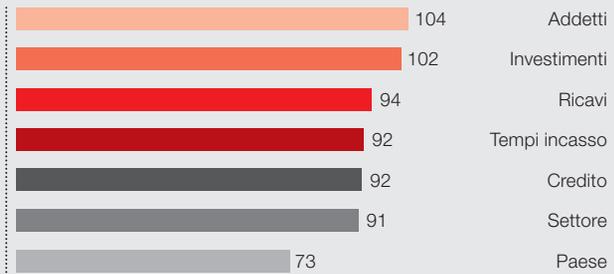
Fonte: Indagine UniCredit

Cagliari - Sassari



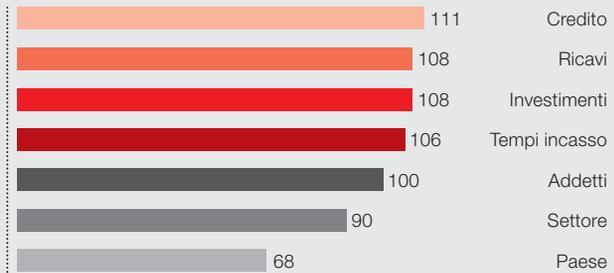
Fonte: Indagine UniCredit

Campobasso



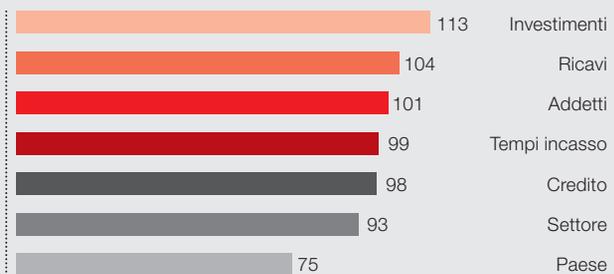
Fonte: Indagine UniCredit

Caserta



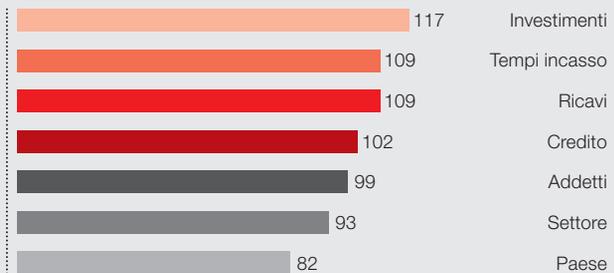
Fonte: Indagine UniCredit

Catania



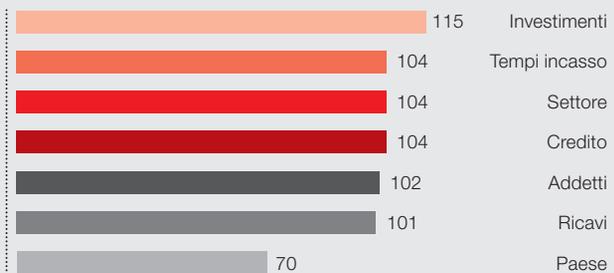
Fonte: Indagine UniCredit

Como



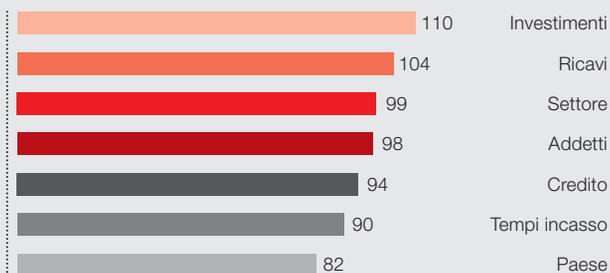
Fonte: Indagine UniCredit

Cosenza



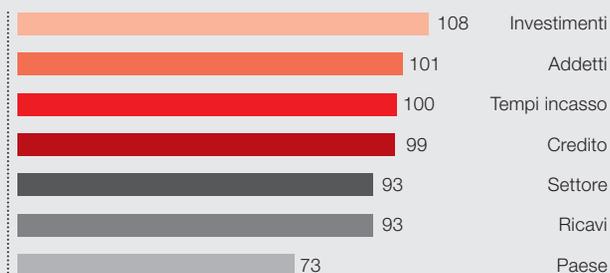
Fonte: Indagine UniCredit

Cremona



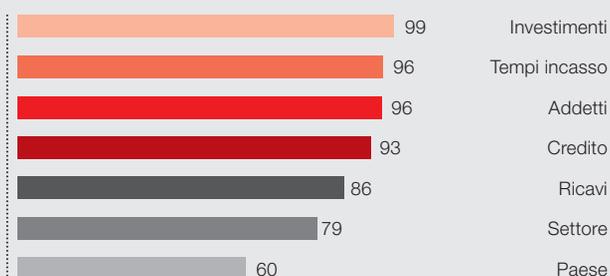
Fonte: Indagine UniCredit

Cuneo



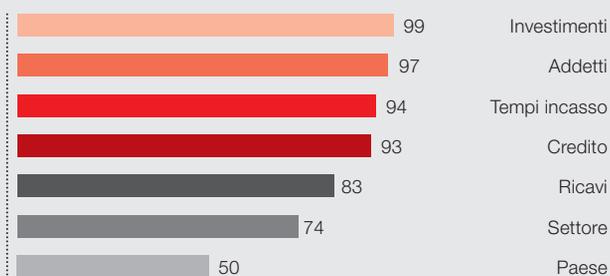
Fonte: Indagine UniCredit

Ferrara



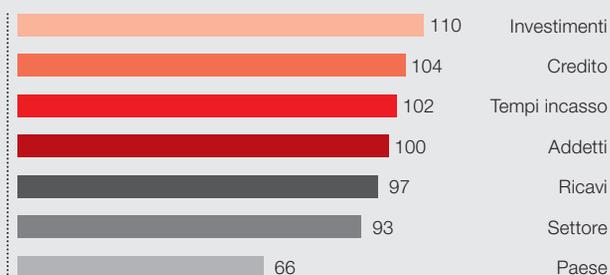
Fonte: Indagine UniCredit

Firenze



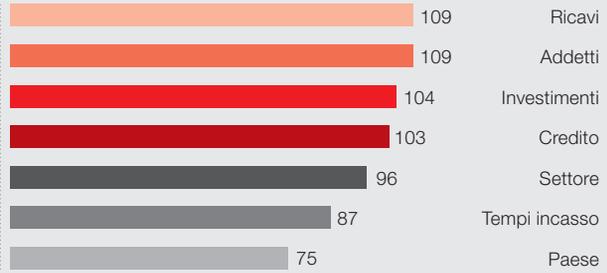
Fonte: Indagine UniCredit

Forlì - Cesena



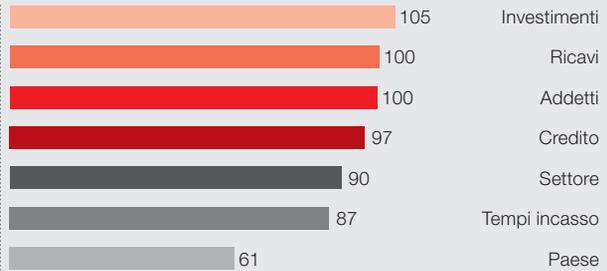
Fonte: Indagine UniCredit

Frosinone



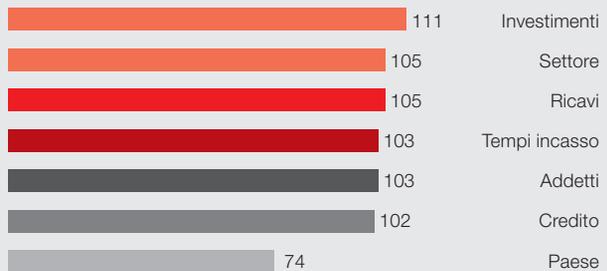
Fonte: Indagine UniCredit

Genova



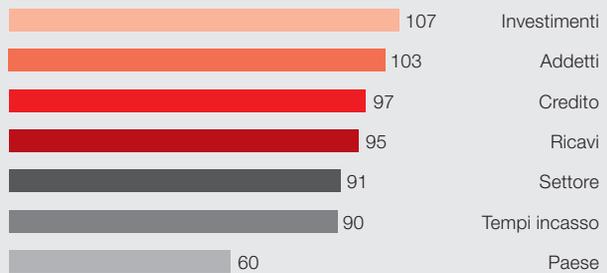
Fonte: Indagine UniCredit

Imperia - La Spezia



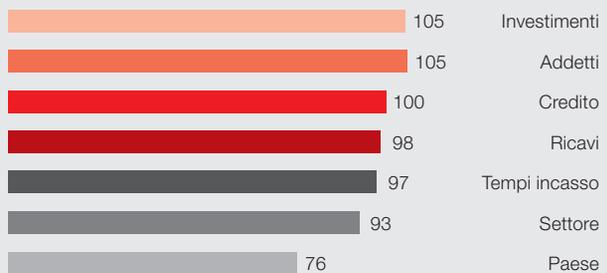
Fonte: Indagine UniCredit

Latina



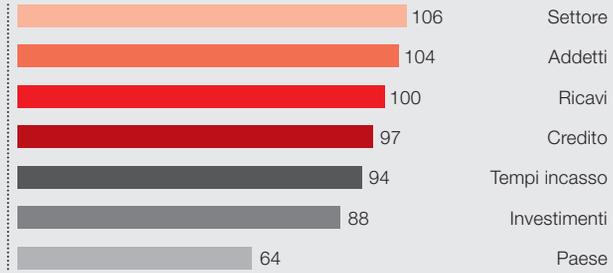
Fonte: Indagine UniCredit

Lecce



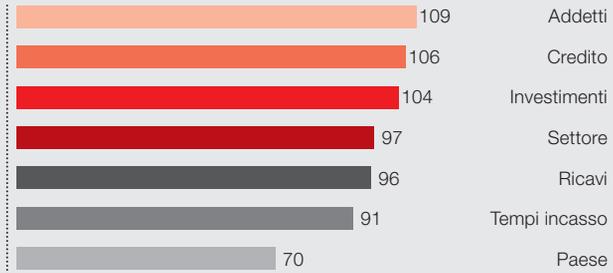
Fonte: Indagine UniCredit

Lecco



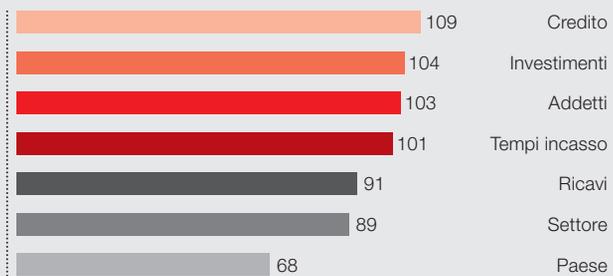
Fonte: Indagine UniCredit

Livorno



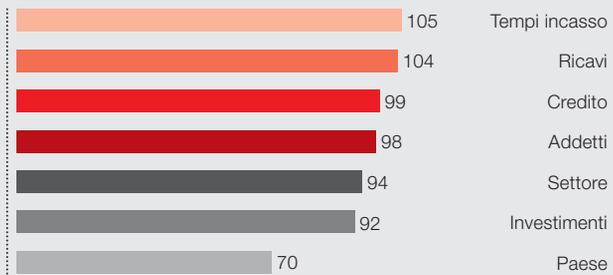
Fonte: Indagine UniCredit

Lodi



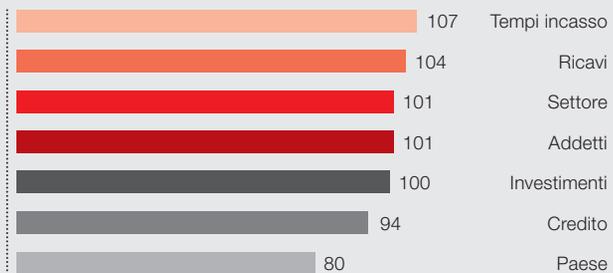
Fonte: Indagine UniCredit

Lucca



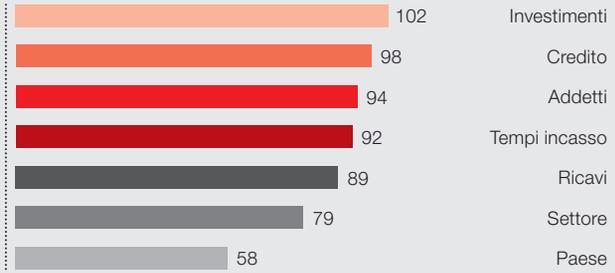
Fonte: Indagine UniCredit

Macerata



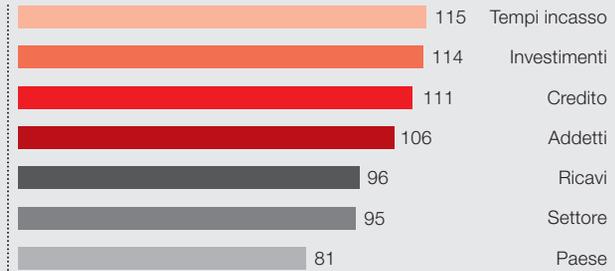
Fonte: Indagine UniCredit

Mantova



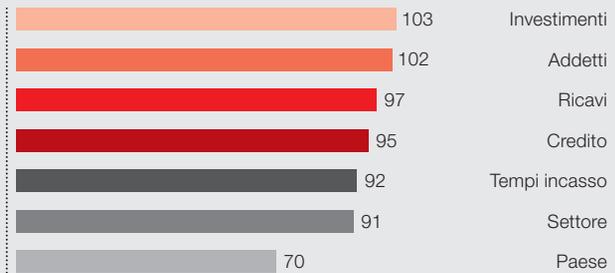
Fonte: Indagine UniCredit

Messina



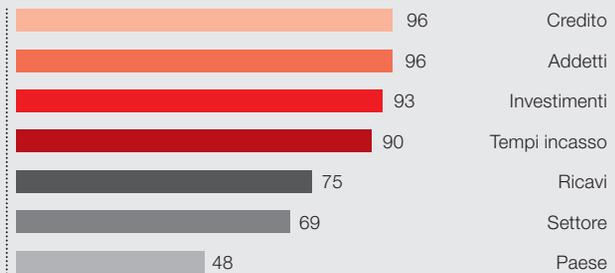
Fonte: Indagine UniCredit

Milano



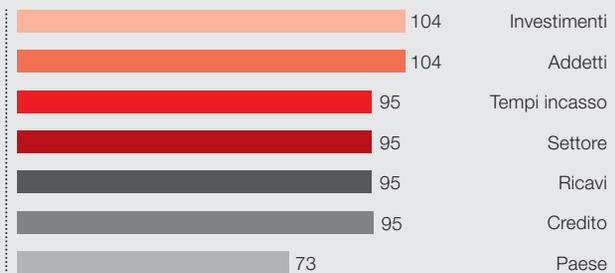
Fonte: Indagine UniCredit

Modena



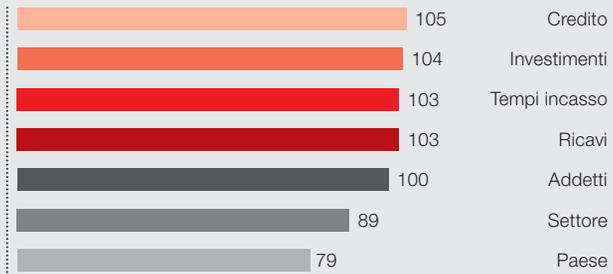
Fonte: Indagine UniCredit

Napoli



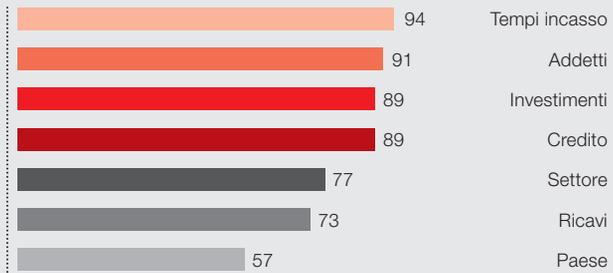
Fonte: Indagine UniCredit

Novara



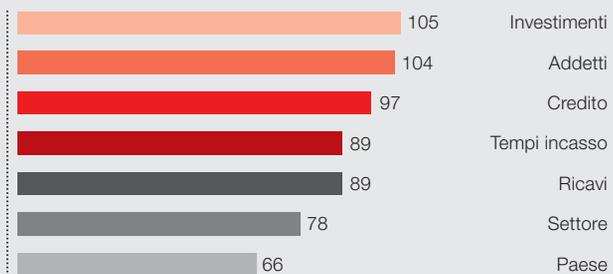
Fonte: Indagine UniCredit

Padova



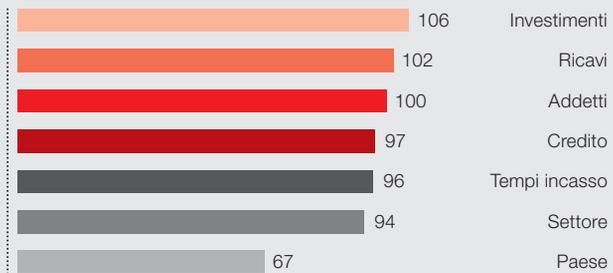
Fonte: Indagine UniCredit

Palermo



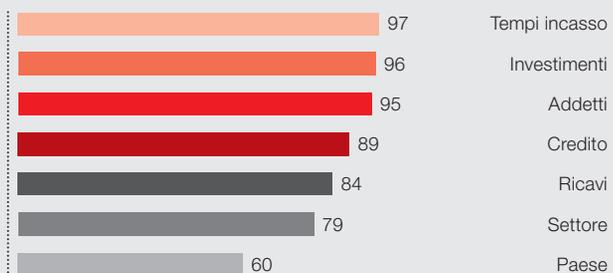
Fonte: Indagine UniCredit

Parma



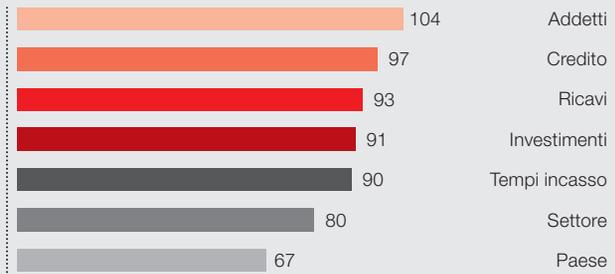
Fonte: Indagine UniCredit

Perugia



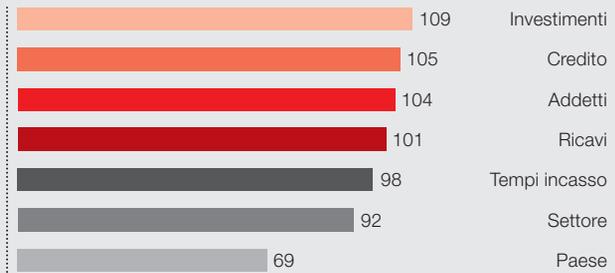
Fonte: Indagine UniCredit

Pesaro - Urbino



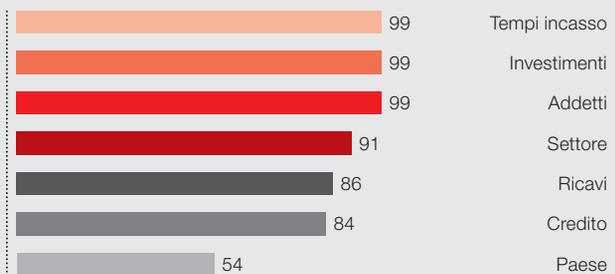
Fonte: Indagine UniCredit

Pescara



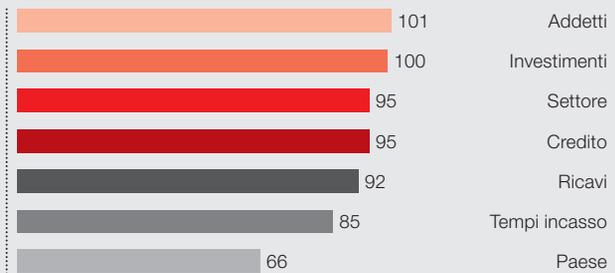
Fonte: Indagine UniCredit

Piacenza



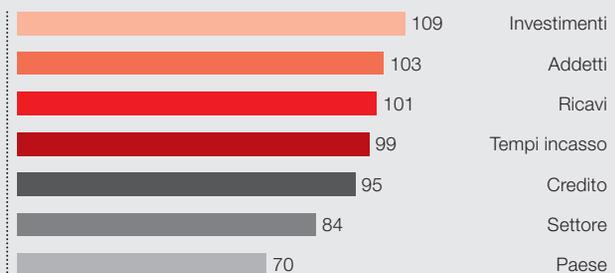
Fonte: Indagine UniCredit

Pordenone



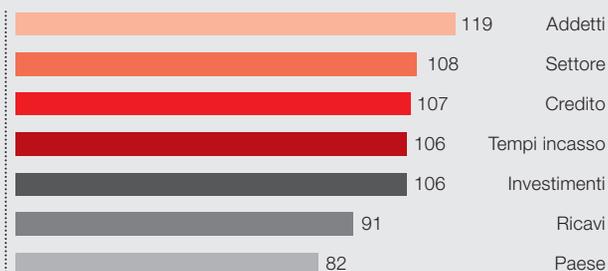
Fonte: Indagine UniCredit

Potenza - Matera



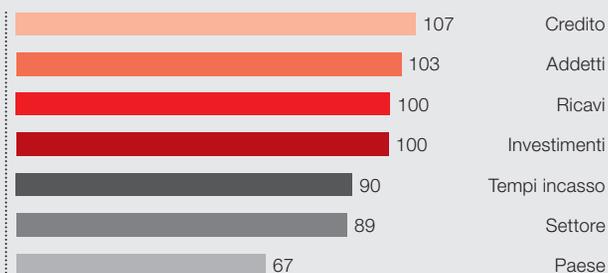
Fonte: Indagine UniCredit

Ragusa



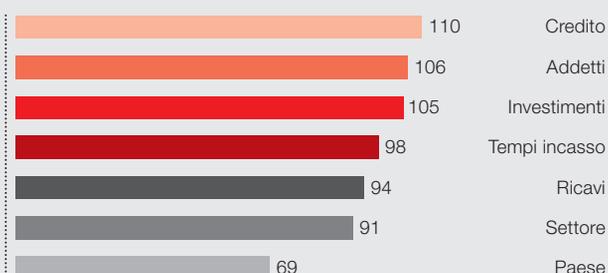
Fonte: Indagine UniCredit

Ravenna



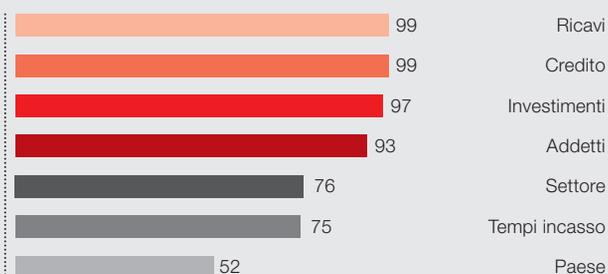
Fonte: Indagine UniCredit

Reggio Calabria



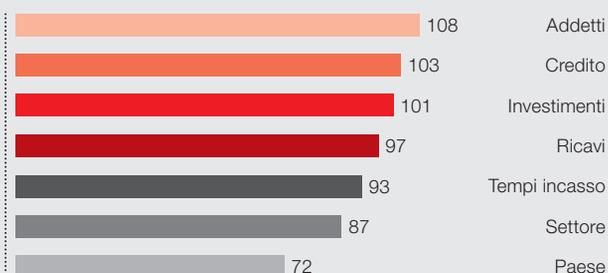
Fonte: Indagine UniCredit

Reggio Emilia



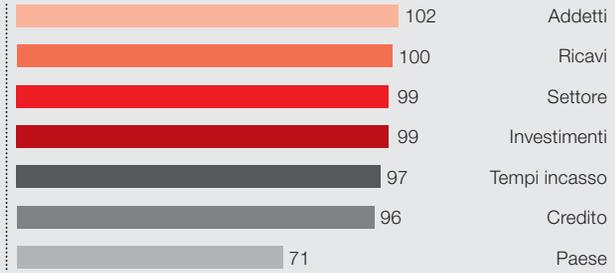
Fonte: Indagine UniCredit

Rimini



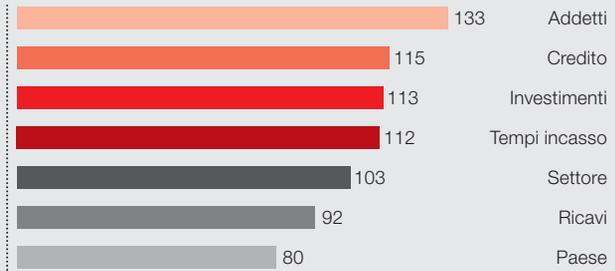
Fonte: Indagine UniCredit

Roma



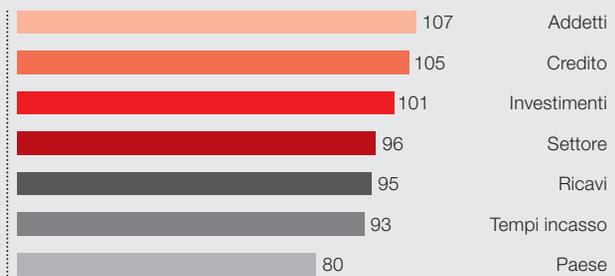
Fonte: Indagine UniCredit

Salerno



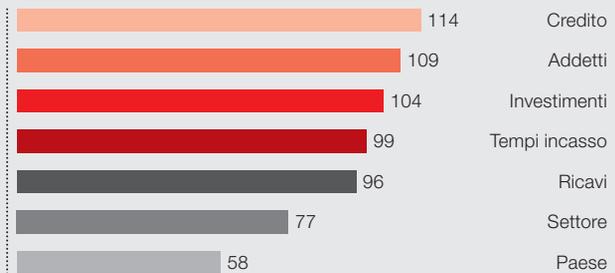
Fonte: Indagine UniCredit

Siena



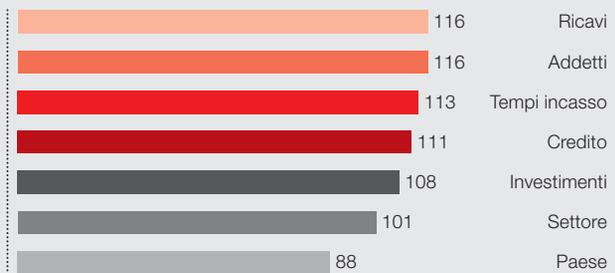
Fonte: Indagine UniCredit

Taranto



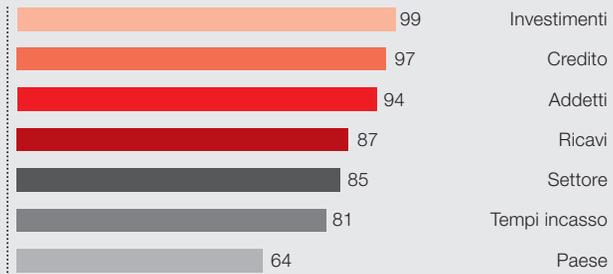
Fonte: Indagine UniCredit

Terni



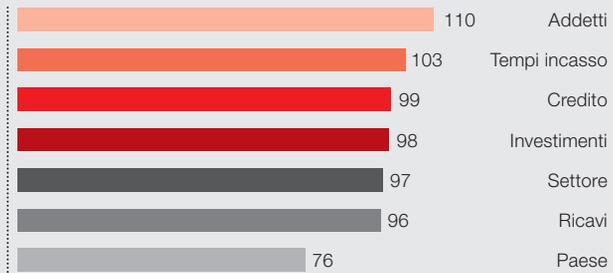
Fonte: Indagine UniCredit

Torino



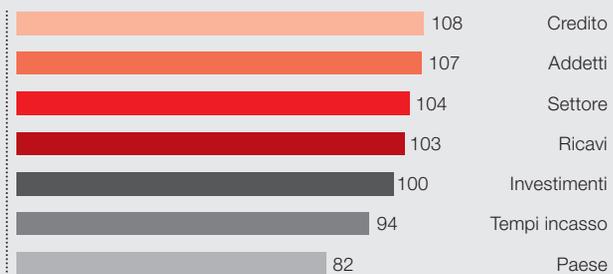
Fonte: Indagine UniCredit

Trapani



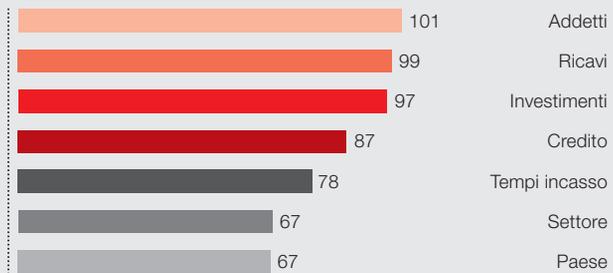
Fonte: Indagine UniCredit

Trento



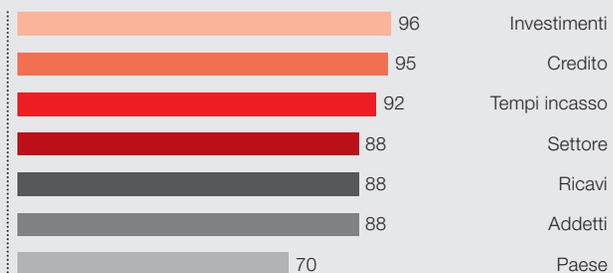
Fonte: Indagine UniCredit

Treviso



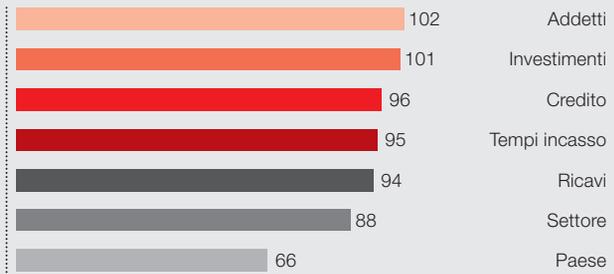
Fonte: Indagine UniCredit

Trieste



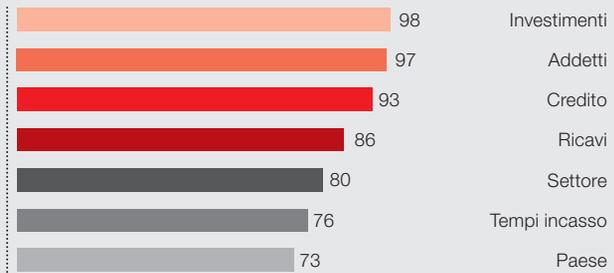
Fonte: Indagine UniCredit

Udine - Gorizia



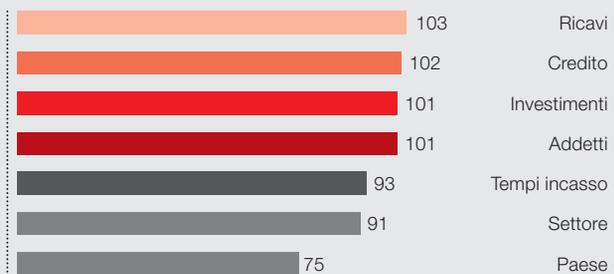
Fonte: Indagine UniCredit

Varese



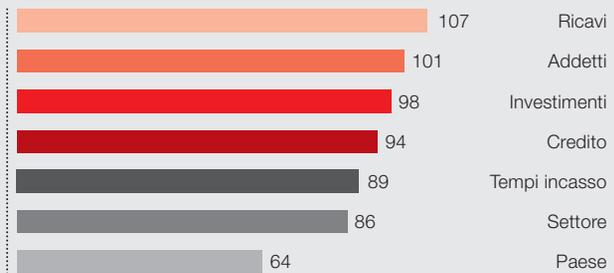
Fonte: Indagine UniCredit

Venezia



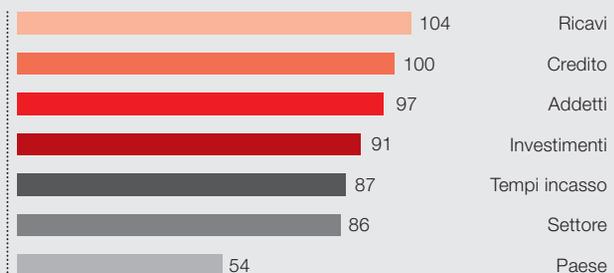
Fonte: Indagine UniCredit

Verona



Fonte: Indagine UniCredit

Vicenza



Fonte: Indagine UniCredit

“

**RAPPORTO
UNICREDIT
SULLE
PICCOLE
IMPRESE** ”

VI EDIZIONE 2009-2010

03



RIANNODARE I FILI DELLA FIDUCIA: LA CRISI E IL CAPITALISMO DEI PICCOLI





RIANNODARE I FILI DELLA FIDUCIA: LA CRISI E IL CAPITALISMO DEI PICCOLI

CONSORZIO A.A.STER

INTRODUZIONE

Nell'ambito dell'annuale rapporto sul *Capitalismo dei Piccoli*, si è voluto approfondire l'impatto prodotto dall'attuale crisi economica sulle relazioni che intercorrono tra gli istituti di credito e le PMI italiane. Alla base del seguente rapporto vi sono, oltre alle interviste in profondità realizzate durante questi primi 10 mesi del 2009 nei diversi territori della penisola, le evidenze emerse nei 4 *focus group* che il *top management* della banca ha tenuto con gli imprenditori nell'ambito del Premio Ok Italia e con i rappresentanti dei consorzi fidi nei tavoli di confronto organizzati *ad hoc*.

Tra le sue ipotesi fondanti il testo assume la crisi come fattore di accelerazione di dinamiche preesistenti e per certi versi intrinseche al particolare "capitalismo dei piccoli", che tanta parte gioca nella caratterizzazione del sistema economico italiano. Si è cercato di delineare i principali effetti manifestatesi nelle varie realtà territoriali del sistema Paese e di capirne le possibili conseguenze di lungo periodo.

Lo stallo della domanda, la vischiosità nel flusso dei pagamenti e l'incertezza circa la continuità del lavoro, in cui si è declinata la crisi, hanno accentuato il processo di erosione dei legami fiduciari - caratteristica fondante delle economie di piccola impresa - già avviato dall'affermazione del nuovo paradigma economico che si è andato affermando con la globalizzazione. Questi fattori destabilizzanti, che rappresentano i tre grandi incubi dei piccoli imprenditori, si sono materializzati improvvisamente allo scoppio della crisi, cristallizzandosi nella grande questione del credito, che a sua volta si articola lungo quattro istanze emerse con forza dal territorio: continuità nell'erogazione del credito alle imprese; capacità di valutazione dei progetti imprenditoriali e di gestione delle situazioni creditizie critiche; capacità di predisporre strumenti di valutazione e regole di giudizio in atto di superare il *trade-off* tra standardizzazione del metodo e customizzazione del prodotto; compressione del credito sul breve periodo.

La genesi della crisi, attribuita nell'immaginario collettivo ai grandi player della finanza, unita alla difficoltà nel dare risposta a queste esigenze (se non altro nel periodo immediatamente conseguente al manifestarsi dei primi segnali di cedimento del sistema) ha prodotto un sostanziale deterioramento della fiducia delle imprese nei confronti del sistema bancario. La ricostruzione di un rapporto fiduciario forte con il mondo del credito rappresenta una delle chiavi di volta affinché il tessuto economico possa prepararsi al meglio per cogliere il treno della ripresa, che presto o tardi ripasserà.

I due attori in gioco non sono rimasti sordi di fronte alle sfide poste loro dall'attuale situazione mondiale. Le imprese, infatti, dopo un primo momento di spaesamento, hanno intrapreso un percorso di autocritica che mira a inquadrare gli impatti devastanti dell'attuale congiuntura

economica nell'alveo delle possibilità di evoluzione dei modelli culturali e gestionali che ne guidano lo sviluppo. Gli istituti di credito, invece, hanno risposto cercando di implementare strumenti operativi atti a ri-avvicinarli a contesti territoriali in cui si aveva la percezione di un progressivo allentamento della banca. Lo strumento principe adottato, il progetto Impresa Italia, mirava proprio a ricostruire il rapporto fiduciario mettendo in campo risorse tangibili (sino a sette miliardi di euro) e facendo perno sulle associazioni di categoria e sul loro sistema di confidi, in quanto foriere di una conoscenza capillare delle proprie aree di riferimento.

3.1 CRISI GLOBALE, "INCUBI" LOCALI

La crisi economica che ha investito il capitalismo globale, secondo molti degli attori intervistati, pare difficilmente inscrivibile nel solco della normale perturbazione della ciclicità economica. Piuttosto, potrebbe invece rappresentare un punto di svolta epocale. Lo svolgersi della crisi di questi mesi, infatti, ci ha rivelato tutti i significati di questo sostantivo femminile di origine greca, riverberando i suoi effetti su determinanti "materiali" - basti pensare all'andamento della produzione industriale - ed "immateriali", quali ad esempio fiducia e aspettative. Gli schemi interpretativi attraverso cui ne è stata data rappresentazione sono molteplici e spesso discordanti. È raccontata come perturbazione acuta nella vita individuale e collettiva, in cui il complesso degli elementi ambientali in gioco è reso vieppiù imprevedibile dallo scatenarsi di eventi di cui si conosce la genesi elementare, ma non la



logica d'interazione, l'intensità, la durata o le conseguenze. Vi è poi la crisi come decadenza, lento e inarrestabile processo di disfacimento di assetti e strutture del modello capitalistico novecentesco, tesi tutto sommato relativamente poco diffusa, se non nella sua variante della "decrescita". Vi è poi la crisi come improvviso cambiamento nel decorso di una malattia, cui può seguire la guarigione o un peggioramento. Nei mesi bui e incerti d'inizio 2009 sembrava quasi che la globalizzazione, con tutto il suo armamentario ideologico dell'apertura e dell'interconnessione tra gli individui, tra le imprese, tra i sottosistemi economici, si stesse divorando ossessivamente i figli generati, come il dio del tempo *Chronos*, archetipo del padre che uccide la prole per timore di esserne tradito. Vi è anche chi identifica l'attuale crisi come un momento di transizione del modello produttivo e finanziario che si era andato affermando, punto di svolta di un ciclo lungo *kondratieviano*¹.

Se la recessione mondiale iniziata nel 2008 rappresenti la fine di un'era o solo una delle tante oscillazioni di breve periodo di un sistema economico e sociale in costante evoluzione non è il fine di quest'analisi. Ciò che interessa è capire quali sono stati gli impatti di questo *shock* sul peculiare tessuto produttivo italiano, fatto di piccole e medie imprese fortemente interrelate, molto spesso all'avanguardia per capacità produttive e di penetrazione dei mercati, ma solo di recente stimulate dalle nuove normative e prassi verso un'organizzazione interna attenta ai fattori a monte del ciclo produttivo, quale ad esempio un'oculata gestione patrimoniale e finanziaria.

In un capitalismo come quello italiano, composto da un fitta ragnatela di relazioni tra piccole imprese molecolari messe al lavoro, medie imprese meta-organizzatrici di filiera e *big player* globali, la crisi ha trasformato la natura e le relazioni degli attori che animano i capitalismi di territorio della penisola. I legami di distretto lungo cui si era sviluppata la "terza Italia" del capitalismo di territorio raccontata da Arnaldo Bagnasco, sono stati messi a dura prova dai ripetuti mutamenti di scenario che si sono susseguiti nell'ultimo frenetico decennio. Di certo, si sono dilatati non solo i perimetri di competizione, ma anche gli spazi entro cui ha luogo la produzione del valore: si pensi, in questo senso, al crescente ed esponenziale ruolo della finanza globale quale determinante fattore di crescita negli ultimi vent'anni. È dentro questo schema che si vanno ridefinendo i rapporti tra economie di territorio e capitalismo delle reti, capaci con la loro interazione di ri-configurare le piattaforme produttive del sistema Paese. La tumultuosa trasformazione in atto non riguarda solo i comparti produttivi, ma si riverbera parallelamente anche sulle forme di rappresentanza chiamate ad elaborare nuovi schemi negoziali e di supporto.

L'attuale empassa economica mondiale si è tradotta in uno stallo che ha investito le diverse dimensioni del produrre generando incertezza in ogni fase, dagli sbocchi di mercato nella loro declinazione di reperimento ordini, alla fluidità dei pagamenti, sino alla continuità della messa al lavoro della manodopera o al reperimento del "denaro caldo" necessario per il funzionamento dell'impresa. Eppure ciò che pesa ancor più nel rapporto tra capitalisti personali alla guida delle PMI e grandi attori internazionali è stato il venir meno della fiducia, di quella *sympathy* smithiana, necessaria almeno quanto *l'animal spirit* imprenditoriale per un corretto funzionamento del mercato.

La crisi è atterrata sul territorio, colpendo gli attori più deboli e accentuando il processo di disarticolazione delle filiere, attraverso due nodi fondamentali di questo complesso reticolo relazionale: da un lato, come ripercussione del calo dei volumi delle medie imprese leader conseguente alla contrazione dei mercati reali del globo; dall'altro, passando da quegli intermediari finanziari che dal risiko aggregativo dovevano ricevere la solidità e la massa critica necessaria sia

¹ In economia, le Onde di Kondratiev rappresentano i cicli regolari sinusoidali che hanno luogo nel moderno mondo economico capitalistico. Lunghi circa dai 50 ai 70 anni, i cicli si compongono di una fase ascendente ed una discendente. Alla fase ascendente corrispondono periodi di crescita, mentre alla fase discendente periodi di depressione.

a raggiungere determinate economie di scala e scopo, migliorando l'efficienza e quindi i costi, sia servizi più articolati, capaci di rendere l'azione della banca più efficace.

Se i *big player* avevano rappresentato nella fase espansiva il *driver* attraverso cui beneficiare delle opportunità aperte dall'interconnessione dei mercati, in tempi di recessione sono stati il vettore che ha "scaricato a terra" gli effetti di una crisi - per dirla con le parole dei piccoli imprenditori - "*nata nell'etere*", ai piani alti dei grattacieli di Wall Street.

Così mentre calavano le commesse delle "multinazionali tascabili", con inevitabili ricadute sull'indotto territoriale, veniva meno anche quel capitale di debito, che tanto grava sul *rating* e sugli oneri finanziari, ma che è nel contempo fondamentale nell'evoluzione di realtà poco strutturate da un punto di vista contabile - amministrativo. Non è un caso, del resto, che resista alle scosse della crisi chi, strutturandosi, aveva sviluppato politiche di marchio, di presidio diretto dei mercati, di diversificazione della clientela, rispetto a chi aveva investito nell'aumento della capacità produttiva o in progetti di ricerca a medio termine, che a sua volta si è ritrovato ben lontano dalla piena saturazione della capacità produttiva e in difficoltà patrimoniali. In questo progressivo allontanamento tra soggetti diversi per dimensioni e potere contrattuale, si può notare una traccia del processo di disarticolazione dei distretti così come configurati sino allo scorso decennio. Processo che si accentua nella crisi, poiché resiste e guadagna margini di autonomia chi riesce ad andare sul mercato da solo o a finanziarsi con capitale proprio. Non a caso la figura idealtipica più colpita è stata la piccola impresa sub-fornitrice e monocommittente, spazzata via dai venti burrascosi provenienti dall'Atlantico.

È quindi oggi possibile delineare due strategie di risposta adottate dai soggetti forti del capitalismo italiano che hanno inciso su questo processo di riassetto dell'organizzazione produttiva:

- le **medie imprese leader** hanno individuato gli anelli fragili, ma altrettanto strategici della filiera, cercando di offrirgli un riparo. Nel corso delle indagini effettuate sul territorio molti interlocutori riconducibili a questa tipologia d'impresе hanno sottolineato come la loro azione fosse informata dalla deliberata ed esplicita strategia di "*mantenere in vita almeno i fornitori strategici*", per non ritrovarsi con una filiera monca sul far della ripresa. L'impossibilità di internalizzare questi anelli della catena del valore o di rimpiazzarli ex novo a costi e tempi ragionevoli ha sicuramente pesato nelle scelte adottate. Tuttavia il comportamento seguito denota anche un'attenzione e una sensibilità particolare verso la tenuta socio-economica del territorio di riferimento, sentimento spesso animato anche da un profondo senso di responsabilità sociale;
- gli **istituti di credito**, anche perché colti di sprovvisa (sia per la rapidità di propagazione, sia per la conoscenza del territorio che si era diluita aggregazione dopo aggregazione), hanno faticato a "*stringere le maglie*". La difficoltà nel leggere le imprese, su base storica e prospettica, stante l'alta volatilità assunta dal mercato, si è trasformata inizialmente in un fattore di accelerazione del processo esplosivo acceso dal brusco arresto del ciclo di crescita. Per ovviare alla carenza di informazioni esaustive chiave si è cercato di fare sponda sulle associazioni di categoria e sui loro "bracci finanziari", i consorzi fidi. Le strutture operative degli intermediari finanziari, quindi, hanno avuto il tempo di colmare il *gap* di conoscenza territoriale avvalendosi dello *stock* informativo detenuto da comitati di valutazione del merito creditizio fortemente radicati, mentre "taravano" le funzioni di calcolo del *rating* in base ai nuovi parametri imposti dalla crisi. Il problema della "selezione" è emerso chiaramente e, almeno inizialmente, non è stato indolore, minando ulteriormente la fiducia verso le banche, percepite nell'emotività del momento come le sole e uniche responsabili di una crisi annunciata.

Il rapporto tra i piccoli capitalisti personali che mettono al lavoro i loro saperi, e i grandi *players* finanziari, che hanno il ruolo nevralgico di fornire il capitale necessario all'evoluzione di queste realtà, è stato minato non solo in quanto questi ultimi sono stati percepiti come il *gate* d'ingresso della recessione, ma poiché visti come soggetti "*che non riconoscono*", sostituendo la persona con

“freddi numeri da foglio excel”. Il rapporto è stato ulteriormente stressato e messo in discussione dal passaggio da una fase caratterizzata da un'enorme liquidità disponibile, che ha offuscato la razionalità degli attori deputati a richiedere e concedere credito, ad un periodo di “austerità creditizia”. L'esito principale di questo repentino cambio di passo nelle logiche sottostanti l'accensione di linee di debito, che ha colto molti di sorpresa e rivelato la vacuità dei rendimenti prospettati, è stato il venir meno di una fiducia costruita nel tempo durante la lunga stagione di crescita dei distretti produttivi di cui le banche erano *partner* strategici.

In questo periodo di transizione dall'esito ancora incerto, dunque, si sono materializzati simultaneamente tutti i “grandi incubi” dei piccoli imprenditori: lo stallo della domanda, il blocco dei pagamenti, l'incertezza circa la continuità del lavoro e la crisi del modello produttivo a rete (in cui l'affidabilità delle controparti e la fiducia tra soggetti sono gangli vitali). Questi “incubi” si sono quindi cristallizzati nell'isterismo legato al blocco del credito. La forza propulsiva con cui dal territorio si sono alzate le istanze verso il mondo degli intermediari finanziari ha messo in evidenza i grandi temi lungo cui si articola la fase di ricostruzione del capitale fiduciario e relazionale, che sono fondamentalmente quattro:

1. continuità nell'erogazione del credito alle imprese;
2. capacità di valutazione dei progetti imprenditoriali e di gestione delle situazioni creditizie critiche;
3. capacità di predisporre strumenti di valutazione e regole di giudizio in grado di superare il trade-off tra standardizzazione del metodo e customizzazione del prodotto;
4. compressione del credito sul breve periodo.

Per quanto concerne la **continuità nell'erogazione del credito alle imprese**, i problemi maggiori si sono verificati allo scoppio della crisi, allorché le banche hanno dovuto puntellare i loro bilanci o comunque assicurarsi sulla bontà dei crediti erogati in periodo espansivo, chiedendo alle imprese di rientrare o di rinegoziare le esposizioni creditizie. Parallelamente consci della necessità di dare continuità alla macchina produttiva attraverso la cinghia creditizia si è cercato di aprire nuovi canali d'erogazione. La principale iniziativa intrapresa dalla banca per assicurare la necessaria continuità d'approvvigionamento creditizio alle PMI si è sostanziata nel Progetto Impresa Italia, nel quale si mettevano a disposizione delle imprese 7 miliardi di Euro. Dopo un primo momento di metabolizzazione, il progetto è entrato nella sua fase più viva a partire da aprile, con 50-60 milioni di euro di allocazioni a settimana, seppur la situazione sul territorio non si presentasse omogenea, soprattutto a seconda degli accordi con i consorzi fidi locali, partner fondamentali di questo progetto. Dopo le prime iniziali difficoltà, quindi, si è riusciti ad attivare questo potente circuito di appoggio all'economia reale e i nuovi affidamenti complessivi fatti dai settori *retail* e *corporate* hanno raggiunto circa i 4 miliardi di Euro, con una percentuale di risposte positive alle richieste di credito superiore al 70%. L'importanza di quest'istanza circa la continuità nell'erogazione deriva anche dalla peculiare struttura del capitalismo italiano. Infatti, data la forte dipendenza da capitali esterni che caratterizza le PMI, il venir meno delle fonti di approvvigionamento di denaro caldo, in un periodo di rallentamento dei flussi dei pagamenti dovuti, comporta il forte rischio di mettere in difficoltà quelle imprese meno strutturate internamente da un punto di vista amministrativo, ma parimenti foriere di un *know how* specifico e difficilmente replicabile. Il venir meno di queste realtà può fare emergere il rischio di ritrovarsi sul fare della ripresa economica con una filiera monca, ovvero priva di quelle imprese, spesso fornitrici di primo o secondo livello, che detengono conoscenze, competenze e *know how* chiave per completare la catena del valore.

Per quanto attiene alla **capacità di valutazione dei progetti imprenditoriali e alla gestione delle situazioni creditizie critiche**, molti imprenditori hanno sottolineato come il giudizio del merito creditizio basato sostanzialmente sul cosiddetto “andamentale” abbia perso d'incisività in una situazione caratterizzata da carenza di liquidità e vischiosità del flusso dei pagamenti. La puntualità e il comportamento storico dell'impresa sono a ragion veduta un elemento fondante del

merito di credito, che concorre a dare certezze e garanzie circa la capacità di un'impresa di tenere fede agli impegni presi. È però altrettanto vero che in una congiuntura economica che ha visto più del 20% delle imprese nazionali entrare in crisi di liquidità, le ripercussioni sul *rating* sono state drammatiche e spesso slegate dal reale potenziale produttivo e commerciale delle aziende.

“ Se la realtà è questa, non posso che concordare con il nostro Ministro dell'Economia ed implorare una moratoria dell'andamentale aziendale. Del resto non solo le banche ma anche il fondo centrale di garanzia deve accogliere la nostra richiesta di moratoria e non considerare i dati del 2009, pena l'assenza di garanzie per chiunque. (Fedart Fidi) ”

“ Le criticità ci sono ancora e si chiamano Tempi Lunghi e Burocrazia Inaggirabile. C'è poi il problema dei respingimenti, assai dolente, che mi trova d'accordo con le cifre presentate precedentemente. Bisogna considerare che i respingimenti sono molto dolorosi se avvengono dopo tempi di collaborazione lunghi. Mi trovo d'accordo con chi ha proposto una moratoria dell'andamentale e segnalo che troppo frequentemente le banche danno dei consigli sbagliati agli imprenditori, che sono gettati contro voglia in orizzonti temporali di breve o brevissimo periodo. (Confcommercio Milano) ”

Si è quindi palesata una forte criticità circa la capacità della banca di valutare le singole situazioni, in un contesto così volatile e atipico. A tal fine, dopo un primo momento di spiazzamento, è stato predisposto un team *ad hoc* per aiutare i referenti territoriali nella valutazione delle imprese entrate in difficoltà. Gli effetti sortiti sono stati positivi, infatti, grazie a questo “team salva impresa” il gruppo è riuscito a mettere *in bonis*, ovvero offrire la possibilità di consolidare il proprio debito a circa 2.500 imprese a settimana, a fronte di una media di richieste che si aggirava intorno alle 3.000 domande. La strategia del consolidamento, che implica una compartecipazione del rischio, è stata adottata anche per stimolare le imprese sotto-capitalizzate ad investire su sé stesse, fornendo un segnale concreto e diretto di tenuta del progetto imprenditoriale. La selezione delle imprese resta tuttavia l'aspetto più critico sia per le istanze dell'oggi, sia per la definizione del sistema economico che verrà. La problematica principale risiede nella mancanza di un soggetto deputato e legittimato a decidere dall'alto a chi destinare risorse limitate. Non le banche, poiché nella crisi hanno visto diminuire la loro leadership. Non la politica, attanagliata in un processo di definizione di un sano riformismo e da qualche limite culturale. Non le sole associazioni di categoria, anch'esse impegnate a comprendere cosa sia la mediazione in tempi di post-fordismo ed economia dei servizi, nonostante abbiano guadagnato molta credibilità grazie al servizio di formazione, accompagnamento e rilascio di garanzie offerto dai consorzi fidi. Si è palesata, quindi, la necessità di socializzare informazioni e conoscenze, nonché sintetizzarle in strumenti d'azione effettivi. Le iniziative in tal senso non mancano e vanno da tavoli concertativi circa la *governance* e i provvedimenti normativi da portare avanti, a politiche comuni di formazione, all'appoggio finanziario (soprattutto grazie alla “catena di garanzie” che dagli enti pubblici, facendo perno sull'associazionismo, consente di liberare risorse sul territorio), alla messa a sistema di informazioni frammentate poiché detenute da soggetti diversi, alla digitalizzazione delle pratiche con standard operativi compatibili etc.

Altro fattore che ha impattato sul rapporto tra istituti di credito e piccole imprese è rappresentato dall'entrata in vigore di **regole troppo stringenti e meccaniciste per la valutazione del merito di credito**, che, da un lato, si presentano mal tarate rispetto alle peculiarità di un'economia che vede la maggior parte del proprio tessuto produttivo composto da PMI e, dall'altro, ha colto molte imprese, poco avvezze ad una gestione finanziario amministrativo oculata e formale, impreparate rispetto ai nuovi dettami normativi, con ripercussioni sul costo dei finanziamenti richiesti. Seppur

fattore esogeno alle scelte operative interne della banca, siffatto schema di giudizio del merito creditizio è stato percepito dalle imprese come eccessivamente stringente e vincolante. Nonostante gli stessi istituti di credito siano soggetti a *ratio* patrimoniali stabiliti *ex lege*, gli attori territoriali hanno percepito questi criteri di valutazioni freddi e rigidi come un pretesto dietro cui si celava la volontà di diminuire gli affidamenti e le esposizioni. Non deve pertanto stupire che la richiesta di maggiori margini di discrezionalità, autonomia e responsabilità ai referenti di territorio sia emersa con forza durante le numerose ricerche effettuate sul campo.

La difficile congiuntura economica ha acuito anche un altro atavico problema delle imprese nostrane, **ovvero la compressione del credito sul breve periodo**. Questa tendenza è sicuramente più forte nelle piccole imprese, dove il capitale di debito è stato troppo spesso utilizzato invece del capitale di rischio per ragioni fiscali e culturali, con l'esito finale di portare ad aziende fortemente sottocapitalizzate. Deficit che pesa sia per la dipendenza verso le risorse di terzi, sia per il costo addizionale che questo sistema di reperimento di capitali implica. La banca, quindi, è diventata nel tempo il soggetto deputato a tenere in vita questa realtà, trasformandosi in ultima istanza in "azionista ombra" di quei territori a forte concentrazione di micro-imprese. L'entrata in vigore di Basilea 2 ha evidenziato alcune criticità nella struttura patrimoniale di molte PMI italiane, a cui si è sommato l'effetto dello svanire dell'età dell'oro, che ha conferito un suono sinistro alle parole della diversificazione e del marketing. Il rapporto relazionale e fiduciario, instauratosi nel corso del tempo a testimoniare la forte interdipendenza di questi due soggetti economici, è stato quindi allentato anche da un'attività di consulenza alle imprese in periodo espansivo che non ha puntato ad affrontare con immediatezza il problema di un rapporto sbilanciato tra risorse proprie e capitale di debito. L'azione congiunta della banca e dei consorzi fidi, entrambi fortemente impegnati dallo scoppio della crisi a consolidare i debiti preesistenti spalmandoli sul medio periodo, inizia a dare i primi frutti e può rappresentare un primo effetto benefico portato dalla recessione, seppur ad un costo notevole.

Come si evince percorrendo il territorio, è già possibile cogliere le prime tracce degli effetti culturali e sistemici propagati dalla crisi. L'impatto di questa repentina variazione dell'andamento economico si è tradotto in un cambio dei comportamenti dei soggetti di mercato e delle logiche culturali a questi sottostanti. Infatti, sia per la volatilità che ancora si registra sui mercati, sia per l'effetto dirompente e pervasivo di questo *shock*, sono emersi bruscamente tutti i vizi comportamentali implicitamente accettabili in periodo espansivo, ma non sostenibili in un'epoca che si apre all'insegna dell'austerità.

Resta, tuttavia, da capire quali degli attori coinvolti abbia capito meglio i propri limiti e sia corso ai ripari per puntellare una difficile situazione presente e porre le basi per il rilancio di domani. Le imprese sotto questo punto di vista pare abbiano capito l'amara lezione, imparata a loro stesse spese. Non è un caso che con l'avanzare di questi mesi burrascosi, le istanze, in un primo momento tutte rivolte a soggetti terzi, si siano gradualmente trasformate in autocritica, analisi delle scelte prese e ri-allineamento dei modelli gestionali. Per quanto concerne le banche, benché non sia possibile definirle sorde rispetto alle tante critiche e richieste di cambiamento piovutegli addosso, il processo di riallineamento si prospetta più lungo e difficile. Nell'impossibilità di derogare unilateralmente ad adempimenti burocratici e amministrativi, che almeno a livello teorico dovrebbero garantire regole certe ed affidabili di giudizio delle controparti e deputate a guidarne il comportamento, stanno cercando di adattare le proprie strutture alla nuova situazione di mercato ed alle richieste dei propri clienti. Sicuramente il repentino declino del capitale fiduciario detenuto dagli istituti di credito verso i territori di riferimento può e deve essere rinsaldato ricominciando a dare credito alle persone e alle imprese, inteso anche come capacità di fidarsi delle persone e scommettere su progetti imprenditoriali. Trovare le modalità operative per farlo però è compito arduo, ancorché imprescindibile. Sino a quando non saranno in grado di capire a chi "somministrare la medicina", infatti, pare difficile ipotizzare una ripresa consistente. Con il rischio ultimo, paventato da alcuni, che

un domani il pendolo, che prima aveva investito gli imprenditori piccoli, familisti, sottocapitalizzati e più in generale inadeguati a rapportarsi con i flussi globali, investa le grandi banche, mondializzate, ma forse non altrettanto empatiche in relazione ai destini dei loro stakeholder territoriali.

3.2 LA CRISI VISTA DAL CAPITALISMO DEI PICCOLI

Quello della “*crisi ormai alle spalle*” è un adagio piuttosto frequente, negli ultimi mesi. La domanda e la produzione industriale mondiale paiono aver arrestato la loro perdurante caduta; in Paesi come Francia e Germania si registrano timidi segnali di ripresa; e anche in Italia si osserva un inversione di rotta negli indicatori relativi ai consumi.

A questo scenario, che offre concreti barlumi di speranza, si contrappongono i timori dei piccoli capitalisti di territorio. Timori, questi, che hanno un duplice fondamento: in primo luogo, dagli effetti del “colpo di coda” della crisi sulle molte realtà imprenditoriali pesantemente indebolite dalla perdurante “gelata” degli ordini, del credito e dei pagamenti. In secondo luogo, dalle grandi incertezze che il dopo crisi già oggi palesa all’orizzonte. Prima fra tutte, la paura che la recessione finisca per intaccare irrimediabilmente la natura e l’articolazione stessa delle filiere produttive territoriali, ponendo seri problemi alle stesse imprese che sopravvivranno allo tsunami economico-finanziario e che si troveranno, al contempo, in uno scenario di reti e relazioni completamente disarticolato. Esempificativo, a tal proposito, è il caso di un’idealtipica multinazionale che produce complessi macchinari destinati “chiavi in mano” al mercato indiano. Cosa succederebbe, dovessero fallire imprese subfornitrici di tale filiera? Eventualità, questa, più che probabile, a causa di una domanda che per tutto il 2009 si è costantemente mantenuta notevolmente più bassa rispetto all’anno precedente.

“*Concordo circa la drammaticità dei mesi che ci attendono. Infatti il variegato range d’imprese che si riferiscono a noi non presenta molte realtà che riusciranno a fatturare più del 40 % di quello che hanno fatturato nel corso del 2008. È chiaro che l’effetto a cascata garantirà che le imprese più colpite saranno quelle piccole che hanno meno grasso per resistere ai periodi di carestia. (Fedart Fidi)*”

All’interno di questo quadro di preoccupazioni generali, in ogni territorio si addensano le nuvole basse delle specifiche problematiche del capitalismo di territorio, le cui specificità fanno da sostrato ai flussi della crisi, mutandone l’intensità, i bersagli, le reazioni e determinandone il ritardo con cui essa si manifesta rispetto al suo decorso globale.

Così, ad esempio, in territori in cui vi è la **centralità di una o più grandi imprese**, è attorno ad esse che ci alimenta il cuore del dibattito. È così, ad esempio, in Piemonte, in cui il nucleo della crisi è indubbiamente il futuro della Fiat nello scenario economico mondiale, anche se, per quanto sia percepita come un attore imprescindibile, la storica azienda automobilistica di Torino non viene più letta come l’attore in grado di “salvare” il sistema territoriale della piccola impresa. Allo stesso modo, nelle Marche, la crisi di un’impresa leader di distretto come la Merloni sta impattando notevolmente sul tessuto delle piccole realtà produttive locali. In questi territori, le reazioni alla crisi si sono concentrate anzitutto sul piano degli interventi congiunturali per tamponare le emergenze: il sistema delle rappresentanze (CCIAA, Confindustria, Sindacati, ecc.) ha puntato - come in molti altri territori - sui confidi per limitare la stretta sul credito, mentre istituzioni locali e fondazioni si sono mosse sul piano degli ammortizzatori sociali. Queste scelte sono probabilmente il riflesso di un sistema locale per molti versi abituato a gestire crisi industriali.

“*Noi aspettiamo una seconda ondata di crisi, o meglio, aspettiamo che questa crisi sferrì il suo colpo più duro su un corpo già provato. Questo secondo colpo non avverrà perché col primo ci si è limitati a far piazza pulita di aziende marginali. La seconda ondata, in questo simile alla prima, colpirà le imprese più virtuose, quelle che si sono aiutate da sole riducendo all'osso tutti i propri margini di guadagno, nel disperato tentativo di portare avanti l'attività senza perdite in termini di lavoro. È a questa tipologia d'impresе che dobbiamo pensare quando parliamo di crisi e di seconda ondata. Pensiamo ad impresе che non hanno una corazza di riserva da usare al posto della prima ormai rotta. Questa situazione si ripresenta in tutto il territorio nazionale con piccole differenze significative da zona a zona. Nei pressi di Roma le aziende sono in crisi perché la pubblica amministrazione non paga. Ad Ancona invece siamo in crisi perché è saltata la Merloni. Al di là della causa ultima, ciò che accomuna le impresе marchigiane a quelle laziali o lombarde è che la selezione è stata fatta e si fa per forze e ragioni esterne all'azienda e non per cause interne. (Confartigianato Ancona)*”

Laddove il tessuto economico locale si caratterizza invece per un **fitto reticolo di piccole e medie impresе manifatturiere** con forte propensione all'export, come ad esempio in Veneto, in Emilia e lungo la Pedemontana lombarda, la crisi morde principalmente per effetto della contrazione della domanda mondiale. In particolare, emergono le difficoltà per tutte quelle filiere che, in qualche modo, sono innervate dalla meccanica strumentale, settore pesantemente penalizzato dalla crisi globale dell'automotive. In questi contesti territoriali, le risposte alla crisi sono state piuttosto eterogenee, a partire dalle diverse specificità socio-culturali di ognuno di essi. Ad esempio, in Emilia, associazionismo e tradizione cooperativa costituiscono, per la maggior parte degli intervistati, il vero e proprio motore che produrrà l'uscita della regione dalla “crisi”. Nel Nord-Est, invece, si segnala in forte crescita l'attività dei consorzi fidi, laddove tuttavia la carenza di integrazione e la frammentazione tra aree locali, genera una governance complessiva tendenzialmente debole.

“*Come artigianfidi abbiamo ormai preventivato che le perdite si protrarranno fino al 2011 perché ci vorrà del tempo prima che l'economia rinasca. Nel settore edile riscontriamo una crescente difficoltà delle piccole aziende. Intendo dire che il singolo elettricista o il singolo idraulico non hanno lavoro a sufficienza, mentre fino a poco tempo fa il lavoro era insufficiente solo per le medie e grosse aziende. (Artigianfidi Vicenza)*”

Diverso ancora è ciò che accade nelle **aree metropolitane** di Milano e Roma, laddove la crisi impatta soprattutto sull'edilizia e sul terziario. Quello qualificato ed avanzato, della cosiddetta “classe creativa” messa al lavoro che si trova spiazzata dal taglio dei budget di ricerca e comunicazione e da contesti urbani caratterizzati da un costo della vita molto elevato. Ma anche quello dequalificato e a basso valore aggiunto che mette al lavoro soprattutto i migranti, che nelle grandi città più che altrove sono considerati tra i soggetti più esposti, dal momento che la perdita del lavoro può tradursi in un'espulsione dal territorio, pregiudicando anche i più avanzati processi di inserimento.

“*Il credito è venuto meno proprio quando ce n'era più bisogno, quando cioè erano in atto molte trasformazioni aziendali e si stava attuando il passaggio delle licenze. Qui si apre un capitolo importante dal punto di vista sociale oltre che economico. Molti titolari d'azienda tendono a mollare la propria attività e chi può rilevarla? Praticamente solo extracomunitari che hanno difficoltà ulteriori ad accedere al credito. Già oggi il 38% delle impresе e il 58% della forza lavoro che vi lavora è extracomunitaria. (Confcommercio Milano)*”

“*I confidi milanesi sono in difficoltà, in grande difficoltà. Il primo settore importante è l’edilizia, quella delle piccole imprese. Infatti, se è pur vero che siamo attraversati da grandi opere connesse ad eventi come l’Expo, è anche vero che queste grandi opere vanno interpretate e giudicate secondo la loro capacità di coinvolgere le piccole imprese sub appaltatrici, che sono quelle che alla fine realizzano anche i progetti più grandiosi. Se l’expo saprà coinvolgere il formicaio imprenditoriale milanese, allora ci saranno buone possibilità per la nostra economia. Le imprese che soffrono di più sono quelle che hanno fatto o possono fare innovazione. (CNA Milano)*”

“*A marzo abbiamo compiuto un’indagine sulle imprese che ci dice che, dato il particolare tessuto delle imprese, non abbiamo ancora subito gli effetti più devastanti della crisi. Non c’è stato panico, almeno di sinora. Le previsioni però non sono rosee. Prevediamo che in autunno le cose peggioreranno. E ciò per due ragioni. Il peso della PA, che a Roma rappresenta il 27% del PIL, e che, essendo allo sfascio, crea problemi ai tanti che vantano crediti. Abbiamo fatto il calcolo che se anche le PPAA onorassero i loro impegni non sarebbe sufficiente per risollevare le sorti del comparto, tenuto conto che ci sono catene di creditori che vantano crediti verso imprese che vantano crediti nei confronti della PA. La seconda ondata di crisi che si presenta all’orizzonte è quella legata all’edilizia. Gli investimenti pubblici si sono dimezzati in un anno. Tutto si ferma o va in sommerso nel caso degli artigiani. Siamo quindi realisticamente pessimisti su quello che ci può accadere da settembre. (CNA Roma)*”

Nel **meridione**, infine, è maggioritaria la convinzione che la crisi non sia ancora arrivata con tutta la sua forza, che gli effetti più gravi non siano (ancora) stati trasmessi a tali sistemi territoriali in ragione della viscosità delle reti che li connettono al resto del Paese e del globo. Ed allo stesso modo - seguendo una logica antitetica rispetto al resto del Paese - si invocano meccanismi di maggiore selettività nell'erogazione di liquidità e aiuti da parte di banche ed istituzioni.

In tutte queste diverse declinazioni della crisi nei territori del sistema Paese, vi è tuttavia un *pattern* che tende a ripetersi in ognuno di essi. In primo luogo, se si immagina la crisi come una sorta di pandemia economica globale è evidente che l’origine del contagio territoriale vada ricercato tra quelle realtà che operano a cavallo tra locale e globale, siano esse grandi banche, multinazionali, player immobiliari, medie imprese con elevata propensione all’export. Fino a due anni fa erano proprio queste realtà le “molle” dell’economia italiana, con la loro capacità di costruire legami tra l’economia-flusso dello spazio competitivo globale e le lunghe filiere produttive localizzate nei territori. Specularmente, sono le medesime realtà - proprio in funzione del loro essere *pipeline* tra locale e globale - che oggi “scaricano a terra” gli effetti della crisi economica. Vale per la banca che si trova nelle condizioni di dover stringere i cordoni della borsa verso le piccole imprese a causa della contrazione dei mercati finanziari. Vale per le multinazionali che bloccano le loro linee produttive, sospendendo gli ordini (e i pagamenti) verso i loro subfornitori. Vale per le aziende in difficoltà che tagliano i budget di comunicazione, mettendo in seria difficoltà i professionisti del terziario creativo - comunicativo.

L’altra faccia della medaglia - altrettanto interessante, a posteriori - è quella che racconta di quel piccolo capitalismo italiano che, piuttosto sorprendentemente, sta superando la crisi in atto senza subire particolari scossoni ed anzi, talvolta, con utili, ordinativi e quote di mercato in crescita. Sarebbe sbagliato derubricare questi piccoli e significativi successi al caso, scomodando la “solita” metafora del calabrone che vola perché non sa che non potrebbe. Dai casi di alcune delle realtà selezionate per il Premio OK Italia è infatti possibile cogliere alcune buone pratiche che possono fornire utili spunti al variegato mondo delle piccole imprese, in un contesto competitivo che sarà sempre più stabilmente instabile.

La prima tendenza che pare importante rilevare è quella di una buona tenuta per quelle imprese che **presidiano la filiera a valle**. Una strategia, questa, evidentemente più difficile da perseguire per le imprese di piccole dimensioni, in quanto l'orientamento al mercato implica una serie di funzioni che incidono pesantemente sulla struttura di costo delle imprese. Allo stesso modo, tuttavia, è una strategia che permette a chi la persegue di trattenere gran parte del valore aggiunto generato dal prodotto venduto. È il caso, ad esempio, della Chocolate and Gianduiotto Srl, azienda artigiana e familiare piemontese che impiega 20 dipendenti e che si occupa di produzioni dolciarie a base cioccolato. Per ammissione stessa dei suoi titolari, la strategia vincente di tale impresa - anche nella complessa fase congiunturale attuale - sta nel possedere alcuni negozi di proprietà nel centro di Torino, che assorbono il 30% della produzione e sono strategici per il presidio della commercializzazione, in funzione dell'aumento dei margini e della capacità di veicolare il marchio. Non solo: tali negozi hanno finora consentito all'azienda di superare agevolmente questo periodo di stretta creditizia, poiché da un lato consentono di massimizzare gli introiti derivanti della vendita (coprendo tutte le fasi legate alla commercializzazione) e dall'altra fungono da vere e proprie garanzie reali, perlomeno in funzione del reperimento della liquidità a breve.

“ Grazie ai nostri negozi non dobbiamo fare affidamento sulle banche per la liquidità a breve, mentre lo facciamo per gli investimenti di lungo termine, dove abbiamo qualche criticità. **”**
(Chocolate and Gianduiotto Srl)

Analogo, anche se appartenente ad un settore merceologico che più lontano non si può, è il caso della Compact Compositi, altra impresa piemontese che opera nel campo della prototipazione per il settore auto, in particolare per quanto riguarda i materiali compositi. Nel corso della sua storia l'azienda ha collaborato con progettisti del calibro di Pininfarina, Giugiaro e Bertone, soprattutto per quelle vetture di prossima generazione che vengono spesso presentate ai saloni dell'automobile. L'impresa, in questi ultimi anni, ha agito sul mercato intuendo la crisi prima che questa si materializzasse, provando ad uscire dal ciclo della sub-fornitura. Così ha avuto inizio un percorso di evoluzione tecnologica in cui si inseriscono anche i progetti di ricerca avviati con le Università e soprattutto con il Politecnico di Torino. Passando a progettare e produrre aerei ultraleggeri - già brevettati e presentati in Germania - e sfruttando i loro saperi sui materiali compositi, la Compact Compositi si è inserita con marchio proprio in un'interessante nicchia di mercato. Attualmente l'azienda ha quindici dipendenti, tra cui molti giovani. La crisi, per l'azienda, si è tradotta in un decremento del fatturato proveniente dalle produzioni tradizionali e ha accelerato il processo di diversificazione già avviato negli anni precedenti.

Vi è infine il caso della Milabb Srl, azienda che produce sacchetti in plastica e carta, destinati al commercio al dettaglio e all'ingrosso. Nel 2000 l'azienda è stata reingegnerizzata, informatizzandola e applicando tecniche manageriale di controllo della gestione, processo imprescindibile, stante i bassi margini per singolo output. Inoltre, sono state ridefinite le politiche commerciali con una riduzione della rete commerciale e un ampliamento della rete di distributori, soprattutto all'estero, dove l'impresa costruisce il 40% del suo fatturato.

Laddove il presidio a valle della filiera non basta, diventa fondamentale riuscire a cogliere le tendenze emergenti nei mercati e nella società, attraverso l'implementazione di **nuovi prodotti e nuovi business**. Un caso interessante, in questo senso, è quello della Nuovi Cittadini srl, impresa di servizi nata per superare le difficoltà che potenziali imprenditori immigrati dell'area milanese trovano in fase di *start up*, valorizzandone professionalità e talento. La Nuovi Cittadini è nata nel luglio del 2008, fondandosi su due importanti intuizioni. La prima, legata alle opportunità offerte dalla nicchia della nuova imprenditoria straniera, mercato tanto vibratile quando scoperto. La seconda nasce

dalla crisi stessa, che, paradossalmente, ma non troppo, si è tradotta in un aumento del numero di richieste di supporto, implementato a mezzo di ricorso al sistema Condifi, reti di mutuo soccorso e bandi agevolativi promossi dagli Enti Locali. Da un'impresa nuova a una che ha saputo rinnovarsi: è il caso della Umpi Group che sta attraversando la crisi senza particolari problemi la crisi economica grazie ad un riposizionamento sul versante della *green economy* ed, in particolare, sul risparmio energetico. Il gruppo è costituito da tre aziende: una di ricerca e sviluppo, una di mercato (che detiene brevetti specifici) e la UMPI elettronica. Il core business si concentra nel mercato della telegestione con interfaccia web delle pubblica illuminazione e dell'illuminazione esterna, attraverso impianti illuminotecnici e di *bulding automation*, dotati di sistemi che puntano al risparmio energetico.

Se il posizionamento a valle consente di accrescere la quota di valore aggiunto trattenuta dall'impresa e l'implementazione di nuovi prodotti e nuovi business permette di sperimentare e presidiare nuove nicchie di mercato, è altrettanto importante la capacità di aumentare l'efficienza dei processi e di ridurre gli sprechi e i costi inutili attraverso **nuove forme di organizzazione** dei fattori produttivi. È questo un ambito di innovazione relativo principalmente a quelle aziende che operano in settori genericamente afferenti al terziario avanzato. Come la Bionat, ad esempio, azienda che opera nell'ambito della ricerca privata occupandosi di biotecnologie applicate alla medicina ed all'ambiente, nata nel 2003 da uno *spin off* di due ricercatori che avevano avuto un'esperienza di ricerca all'Università del Maryland, negli Stati Uniti. L'azienda, negli anni successivi, si è dotata di un'organizzazione "a gruppo", in cui Bionat si occupa della fase di R&S, brevettando la tecnologia sviluppata (ad esempio per l'estrazione rapida del DNA, per le analisi d'intolleranza e in campo oncologico), mentre Biodegene è il comparto dei *business angel* che si occupano della produzione e delle gestione imprenditoriale dei kit sviluppati. Ancora più proiettata verso logiche organizzative flessibili è la Interacom, agenzia di comunicazione nata nel 2007 che produce contenuti digitali per stampa ed editoria. La peculiarità di quest'impresa consiste nell'immaterialità sia del proprio output, sia della struttura organizzativa interna. Questa realtà che si potrebbe definire - mutuando il lessico dal fenomeno dei social network e dei siti internet dai contenuti generati dagli utenti - come un'impresa 2.0. Che si struttura, cioè, come una rete di professionisti, "soggetti virtuali, in cui profitti e bilanci sono individuali", in cui il web, il telelavoro, le video conferenze sono ormai strumenti quotidiani del lavoro. Stesso discorso vale per la Davidia, agenzia di comunicazione la cui peculiarità consiste proprio nel nuovo modello di organizzazione interna scelto per affrontare la crisi di settore che ha avuto luogo agli inizi del 2008.

“Abbiamo capito che per dare questo servizio non è necessario fare un società vera e propria, ma risulta più efficiente una rete di free lance, anche perché molte grandi imprese del nostro settore stanno chiudendo e c'è un mondo sterminato di free lance. Questo per due ordini di motivi: si amplia la possibilità di avvalersi di professionalità diverse e si ha la possibilità di limitare i costi fissi. (Davidia) ”

Di positivo, nel racconto di queste realtà imprenditoriali, c'è la consapevolezza che gli embrioni di una nuova "distruzione creativa" sono già in nuce nel nostro piccolo e medio capitalismo. E che, comunque se e quando si uscirà dalla crisi, sarà probabilmente anche grazie alle buone pratiche messe in circolo nel sistema da queste esperienze.

Fermarsi qui, tuttavia, sarebbe quantomeno riduttivo. Perché se è vero che un buon posizionamento a valle della filiera produttiva, una buona capacità di generare nuovi prodotti e nuove occasioni di business e un'efficace modello organizzativo possono portare a mitigare gli impatti della crisi, è altrettanto vero che tutto questo non costituisce una barriera invalicabile dalle esternalità e dagli *shock* che provengono dallo spazio competitivo globale. Nemmeno per quelle imprese che

nel corso degli ultimi anni hanno compiuto importanti investimenti per crescere in innovazione, internazionalizzazione e diversificazione della produzione e dei mercati di sbocco.

Ne sono testimoni, a loro volta, alcune delle stesse imprese selezionate per il Premio Ok Italia. Ad esempio, la Scanferla Bruno, storica impresa che nasce circa trent'anni fa nell'indotto dell'automotive torinese. Oggi la Scanferla Bruno opera nel mondo degli stampi progressivi, una tecnologia che permette di abbattere i costi e di restare competitivi. Nonostante il comparto auto rappresenti ancora il 60% del fatturato, l'impresa, negli ultimi anni, ha cercato di portare avanti una strategia di diversificazione, provando a posizionarsi anche all'interno del mercato degli elettrodomestici. Nonostante la differenziazione di prodotto, l'innovazione e l'apertura al mondo (il mercato italiano rappresenta un misero 7% del fatturato) la crisi ha impatto sulla Scanferla Bruno, crisi che finora è stata affrontata attraverso una ristrutturazione complessiva delle dimensioni e delle funzioni aziendali, utilizzando lo strumento della Cassa Integrazione Guadagni e dialogando assiduamente con gli istituti di credito.

Discorso simile per la Moulding Service, piccola ed eccellente impresa che opera da dieci anni nel settore dello stampaggio rotazionale di materie plastiche, tecnologia sbarcata in Italia trent'anni fa. Nata per il settore agricolo, ha diversificato nel tempo le proprie produzioni, affacciandosi sul comparto cantieristico (dove collabora con Ferretti e Azimut) e su quello del packaging (con il rapporto con Tetrapak). Una diversificazione settoriale e territoriale, questa, che è servita per poter far fronte alla crisi.

“ *Nonostante questo la crisi l'abbiamo sentita con un 20-30% in meno. Sino a qualche mese fa 36 adesso 28 addetti. Abbiamo fatto qualche settimana di cassa integrazione, poi per fortuna ci sono arrivate delle commesse. (Moulding Service)* **”**

La sensazione che accomuna la maggior parte dei piccoli imprenditori intervistati è che dal nuovo contesto competitivo venuto a crearsi dopo il fallimento di Lehman Brothers né si tornerà indietro, né di conseguenza si potrà competere da soli, sfruttando la sola forza delle proprie, esigue, reti di relazione con lo spazio competitivo globale. La qualificazione del proprio nucleo imprenditoriale, l'evoluzione dell'organizzazione, l'innovazione continua dei prodotti e dei processi non sono né necessari né sufficienti a competere in assenza di reti - materiali o immateriali - che colleghino adeguatamente il piccolo capitalismo italiano ai mercati della finanza, delle idee, delle materie prime e dei compratori. Prima della crisi il problema stava “solamente” nel trovare gli attori in grado di mettere in connessione il piccolo capitalismo al mondo. Oggi il problema è duplice: perché anche laddove tali soggetti esistono, si è sfrangiata la fiducia tra essi e il territorio. La questione cruciale, oggi, sta nel riannodarla.

3.3 TRACCE DI NUOVA FIDUCIA NEI TERRITORI

Il quadro delineato sinora consegna l'immagine di un incedere duale della crisi: da un lato rimane forte e latente la preoccupazione per ciò che accadrà nei prossimi mesi, soprattutto in relazione all'andamento della domanda mondiale. D'altro canto, però, si assiste ad una sorta di metabolizzazione dei processi in atto, quasi una presa di coscienza che il nuovo scenario competitivo trova e troverà sempre più la propria stabilità in una continua e, per certi versi, normale instabilità. Questo processo assume in primo luogo i tratti di un parziale ripensamento rispetto all'iniziale ed orgoglioso risentimento, che mischiava rancore verso le banche e nostalgica rivendicazione di quei modelli produttivi territoriali persi progressivamente nel recente passato e definitivamente tramontati

con l'avvento della crisi. Quel coro pressoché unanime, che si sentiva con vigore nella prima fase della crisi, oggi pare meno compatto. Le scorie del rancore contro le banche rimangono, insieme ai problemi irrisolti, ma si rafforza l'idea che *“da soli non ce la si può fare”* a prendere al volo il treno della crescita globale quando questo ripasserà. Se di ripensamento parziale - e non totale - si tratta, ciò è soprattutto a causa del fatto che è meno chiaro *“come”* ce la si possa fare.

Cresce in molti interlocutori l'idea che alcuni dei tratti di un modello localmente consolidato di fare economia dovrà adeguarsi al paesaggio economico che verrà, a fronte del quale non ci si potrà limitare ad erigere rifugi e barriere in cui trincerarsi per resistere e ricominciare da dove si era rimasti prima del ciclone. Si registra infatti una diffusa inquietudine - se non proprio spaesamento - di fronte alla difficoltà di indicare una direzione condivisa per fare esodo dalla crisi. È opinione diffusa che, a differenza di quanto accadeva nelle precedenti fasi storiche, non vi siano istituzioni capaci di costruire *“dall'alto”* obiettivi unificanti e strumenti operativi in grado di incanalare le diverse forze in un gioco a somma positiva. Allo stato attuale è possibile affermare che nessuna delle classi dirigenti territoriali del Paese è riuscita completamente ad indicare - né tantomeno ad imboccare - la strada del futuro, a delineare i contorni del nuovo modello. Questo, probabilmente, perché non c'è nessun attore in grado di esercitare unilateralmente e in maniera esaustiva questa funzione. Ciò che non manca, dunque, è la *“sete”* di indicazioni. Né tantomeno, mancano le *“fonti”*, tra le quali è sicuramente annoverabile pure il sistema bancario. Ciò che pare mancare - ed è per certi versi giustificabile, visto quanto è successo - è la fiducia che *“l'acqua sia potabile”*.

Fuor di metafora, anche laddove vi sia una reciproca disponibilità a collaborare, emerge un'altrettanto reciproca diffidenza tra i *big player* economici - banche in primis - e il piccolo capitalismo territoriale. Se prima della crisi il problema stava *“solamente”* nel trovare gli attori in grado di mettere in connessione il piccolo capitalismo di territorio con il mondo, oggi si deve riuscire ad individuare gli strumenti per incanalare questo rapporto in un circuito di crescita con ricadute positive su tutti gli attori coinvolti.

La fiducia, del resto, è stata da sempre identificata come un pilastro del sistema di mercato sin dalle prime teorizzazioni della disciplina economica. L'attuale crisi, d'altro canto, è stata anche, se non soprattutto, frutto del venir meno della fiducia e della certezza circa l'attendibilità delle controparti. È accaduto nel mercato interbancario, dove si faceva fatica a capire chi avesse patrimoni troppo sbilanciati in derivati sintetici ad alto rischio. È accaduto nel rapporto tra banche e imprese, dove i primi faticavano a capire quali erano le determinanti per il rilancio e chi le possedesse, mentre i secondi diffidavano dai consigli e precetti ricevuti dall'alto, dopo le difficoltà incontrate nella diversificazione degli investimenti, soprattutto quelli relativi ai derivati e ad altri simili strumenti finanziari.

La ricostruzione del rapporto fiduciario diventa quindi la prioritaria preconditione per rinsaldare i rapporti sfibrati tra gli attori dell'economia locale e i loro driver verso lo spazio competitivo globale. Tale processo passa principalmente attraverso due strade: innanzitutto, dalla creazione di una visione strategica condivisa su dove porta il futuro; e in secondo luogo, più prosaicamente, dagli strumenti operativi per implementare tale visione, mitigando o, addirittura, approfittando degli effetti del recente *shock* globale.

“ *L'essere banca in un contesto di crisi può essere un'opportunità perché spinge a lavorare in modo meno meccanicistico, meno legato ai freddi numeri del rating. In altre parole la crisi spinge ad essere Banche e non banche, spinge ad essere capaci di interpretare l'imprenditore e l'azienda. Parlare più dialetto e meno inglese vuol dire capire la capacità dell'imprenditore di stare sul mercato e mettere tra parentesi la condizione aziendale odierna. (Fedart Fidi)* **”**

Per riuscire a trasformare il cataclisma in “distruzione creativa” si deve tuttavia apprendere dall’esperienza. Ed in particolare, per quanto riguarda le banche, dal dialogo con le imprese e dall’ascolto delle loro istanze. Cosa che, in prima istanza, implica una conoscenza delle imprese che, in generale, pare essersi deteriorata con il passare degli anni, in seguito alla crescita dimensionale ed all’accresciuta proiezione internazionale.

“Le banche hanno perso la conoscenza dell'imprenditore che ormai è depositata nelle associazioni di categoria. Noi abbiamo 3000 soci e di 2/3 di questi conosciamo vita, morte e miracoli. La traccia di sentiero è evidente: dobbiamo collaborare di più e scambiarci informazioni. Se non agiremo in questo modo non faremo altro che avvalorare l'ormai proverbiale inutilità delle banche che danno l'ombrello se c'è il sole e lo tolgono con la pioggia. (Confesercenti Emilia-Romagna)”

È questo un tema che tocca aspetti legati soprattutto all’organizzazione delle grandi banche che, allontanando i centri decisionali dal territorio, le rende più distaccate e meno capaci di leggere e comprendere l’impresa, allungando di conseguenza i tempi decisionali e spersonalizzando il rapporto tra banca e cliente.

L’allungamento della “catena di comando” insieme al costante argomento dell’eccessivo turn-over dei direttori di agenzia, viene indicato come il principale fattore di delegittimazione o comunque di indebolimento della reputazione e del prestigio del personale locale intermedio che finisce così per essere percepito dal cliente come composto da semplici “passacarte”, con conseguente percezione di scarsa professionalità nelle relazioni con gli imprenditori. I commenti raccolti a volte sono anche molto duri e coinvolgono le stesse qualità personali dei funzionari. Tuttavia, il nodo che le interviste portano allo scoperto è del tutto evidente come sia di natura squisitamente organizzativa e culturale: la lamentela ricorrente riguarda il fatto di trovarsi di fronte a persone che non hanno la possibilità di decidere sulla base della loro conoscenza personale del cliente ma sono costretti a riferire a decisori lontani; i quali emetteranno il verdetto obbligatoriamente a partire da criteri formalizzati.

“Le criticità ci sono ancora e si chiamano Tempi Lunghi e Burocrazia Inaggrabile. C'è poi il problema dei respingimenti, assai dolente, che mi trova d'accordo con le cifre presentate precedentemente. Bisogna considerare che i respingimenti sono molto dolorosi se avvengono dopo tempi di collaborazione lunghi. (Confcommercio Milano)”

In questo contesto risulta fondamentale il ruolo di quei soggetti - veri e propri “nodi” di una rete sfrangiata - cui spetta il compito di ritessere la fiducia tra il capitalismo territoriale e i principali *driver* del suo sviluppo, banche in primis.

3.3.1 IL PRIMO NODO: I CONSORZI FIDI

Nel percorso di attraversamento della crisi, il contributo dei **consorzi fidi** è cruciale. Attualmente, questo importante vettore di collegamento tra i flussi globali e il luoghi è ritornato con forza al centro del dibattito economico, sia per la riforma del settore datata 2003, fonte di grande dibattito tra gli attori interessanti, ma nello stesso tempo foriera di nuovi scenari e strumenti d’intervento più incisivi; sia, più recentemente, per l’importante lavoro svolto nell’attuale delicata congiuntura economica.

Il ruolo dei consorzi fidi si è rivelato strategico in tempo di crisi per tutti gli attori coinvolti:

- per gli **enti locali** hanno rappresentato un'efficace vettore di supporto alle imprese attraverso il trasferimento di risorse che si accrescevano grazie all'effetto moltiplicatore che dagli schemi di controgaranzia (art. 107, spesso legate alle finanziarie regionali) si dispiegava passando dai tradizionali consorzi fidi (Art. 106) sino a raggiungere il tessuto produttivo;
- per quanto concerne **le banche**, hanno permesso di liberare liquidità sul territorio, grazie alle garanzie offerte. Inoltre, hanno consentito di sopperire alle lacune informative, mettendo a sistema le informazioni detenute dalle associazioni di categoria e dai comitati di valutazione delle loro strutture, con quelle già a disposizione degli intermediari finanziari;
- per quanto riguarda **le imprese**, hanno svolto un'importante ruolo di formazione nei confronti degli imprenditori.

I consorzi fidi sono altresì risultati fondamentali anche in funzione del delicato processo di riequilibrio del rapporto sbilanciato tra le risorse proprie e risorse di terzi, nonché del ri-allineamento delle scadenze temporali dei fidi concessi. I benefici in questo caso sono indubbi sia per le imprese (che hanno consolidato il loro debito spalmandolo sul lungo periodo e diluendo il peso degli oneri finanziari), sia per le banche (che hanno potuto contare su "debitori" meno esposti e quindi meno "rischiosi").

Il contributo offerto dalle realtà confidi alla tenuta del sistema, quindi, è stato fondamentale. La loro azione ha contribuito sia a dare fiato ad aziende virtuose che *"non meritavano di chiudere per una tensione di cassa a sei mesi"*, scongiurando cioè che venissero meno le realtà imprenditoriali più piccole, ma di importanza strategica per le filiere, sia a riprogrammare la gestione delle passività di aziende che anche in periodo di crisi hanno retto, preparando loro il terreno per la crescita futura. La risposta che hanno fornito al sistema economico italiano, dunque, rappresenta allo stesso tempo sia una risposta immediata alle problematiche contingenti, sia un punto di partenza per il rilancio del domani, in quanto forma di tutela di quelle conoscenze, competenze e *know how* chiave per completare la filiera.

Non solo: la loro opera, infatti, ha aiutato le banche ad andare oltre al famigerato *"andamentale"* nel giudizio del merito creditizio, con inevitabili ricadute positive sulla banca stessa che così ha potuto meglio selezionare i destinatari degli affidamenti. Non a caso, il riconoscimento della loro opera è venuto anche dalla stessa banca, che con il progetto *Impresa Italia* - di cui si dirà tra poche pagine - ha sostanzialmente investito i consorzi fidi di importanti responsabilità, scegliendo de facto il sistema dei confidi come partner operativo strategico.

“ *Bisogna ricominciare ad investire sul territorio. La conoscenza, la relazione stretta tra il sistema finanziario e il sistema economico deve reinnestare un percorso virtuoso che parte da una maggiore conoscenza reciproca ma anche che investe su un cambiamento culturale. Noi stiamo insistendo molto sulla trasparenza, su quali sono i parametri di valutazione della banca verso l'impresa. Se c'è trasparenza, se io so come vengo guardata e conosco i miei punti di debolezza posso intervenire su quelli e quindi non trovarmi poi in balia delle "intemperie" quando c'è una crisi. Innescare un percorso virtuoso è un modo anche perché il sistema finanziario sia più vicino e comunque per aiutare il sistema economico a fare un salto di qualità dal punto di vista della cultura finanziaria. Per avere l'interlocutore finanziario che ti guarda con una certa tranquillità perché non è l'unico a rischiare ma rischia anche l'imprenditore nella sua impresa, bisogna intraprendere questo percorso di trasparenza che tutti noi dobbiamo fare.* **”**
(Confindustria Emilia-Romagna)

Nella crisi, quindi, il sistema dei confidi ha guadagnato una centralità importante, divenendo lo snodo fondamentale dei flussi di risorse veicolati dalle istituzioni e dal mondo bancario.

Inoltre, nel recente passato la loro capillarità e capacità di copertura è stata rinforzata con un processo di semplificazione e accorpamento delle strutture (che spesso ha avuto nel livello regionale il suo fulcro in prospettiva di un accesso al regime di regolazione Art. 107 del T.U.B.) e di informatizzazione degli strumenti di processamento delle pratiche. Si registrano, infatti, numerosi casi di aggregazione, sia su base territoriale (solitamente regionale, anche grazie alla regia delle finanziarie regionali), sia settorialmente, tra cui spicca il processo di riorganizzazione portato avanti in seno alla Coldiretti e la nascita in Emilia-Romagna di Unifidi (struttura comune alle rappresentanze CNA e Confartigianato).

Il crescente ricorso al sistema dei Confidi pone anche alcune criticità che devono essere prese in seria considerazione affinché questi facilitatori del rapporto tra banche e imprese possano continuare ad esercitare il loro ruolo per il territorio così come fatto sinora.

Le questioni aperte sono sostanzialmente tre:

- la prima riguarda il rischio che le banche trasferiscano il rischio sul sistema delle garanzie mantenendo nel proprio portafoglio i clienti più sicuri e remunerativi e appoggiandosi per quelli più rischiosi ai confidi.

“ *Noi abbiamo un sistema di Confidi che tutto sommato funziona molto bene, però le banche tendono a scavalcare tenendosi i clienti migliori come clienti diretti, scaricando sul sistema dei Confidi solo delle aziende in grosse difficoltà. Diventa sostanzialmente una cassa di insoluti. Questa è un po' la preoccupazione di prospettiva che il sistema bancario possa usare il sistema dei Confidi per scaricare tutte le aziende in difficoltà e quelle sane tenersele come clienti diretti. Se ci fosse una ripartizione più corretta del rischio tra il sistema delle aziende di garanzia e il sistema bancario, potrebbero diventare più forti sia il sistema di garanzia che il sistema bancario. Equilibrando di più questo tipo di rapporto, sarebbe più corretto sia nei confronti degli uni che degli altri. L'impressione che si coglie è che si sono allungati i tempi di erogazione del credito tramite i Confidi, mentre per i clienti "buoni" la banca gli apre i cordoni della borsa con grande disponibilità. Questo crea scompensi che rischiano di mettere in difficoltà i Confidi nella prospettiva di prendersi in carico il rischio del sistema bancario.* **”**
(Confesercenti)

Tuttavia, nel corso delle interviste effettuate ai rappresentanti dei consorzi fidi emerge piuttosto che tale tendenza fosse ben più diffusa nel periodo antecedente la crisi che nella fase attuale. L'accresciuta importanza e lo status oggi ricoperto, infatti, non solo hanno contribuito a mutare il rapporto esistente tra sistema di garanzia e istituti di credito, ma ha permesso agli stessi confidi di agire con più potere contrattuale verso le banche, instaurando collaborazioni positive per entrambi i soggetti.

- Un'altra questione aperta rimanda, semmai, ai possibili esiti negativi derivanti dal connubio del processo di trasformazione che interessa il sistema confidi dal varo della Legge Quadro² con l'attuale congiuntura economica.

Infatti, il combinato disposto tra l'incremento esponenziale delle richieste e l'elevato livello delle garanzie richieste per implementare gli accordi banca-confidi rischiano di porre in una situazione di eccessiva esposizione il sistema di garanzia. In sostanza il grande rischio è di spingere il tessuto

² Legge 24 novembre 2003, n. 326.

dei confidi, almeno nella loro attuale configurazione patrimoniale, ad utilizzare un effetto leva troppo accentuato.

“*Ci siamo trovati di fronte ad una esplosione di richieste di intervento a garanzia in gran parte per consolidare redditi o sostituire linee di credito. Questo è un bene e un male. È un bene perché si lavora ma è anche un male perché alla fine ci stiamo portando dentro una rischiosità molto alta e anche nel rapporto con le imprese la qualità del servizio crea un po' di tensione. Noi cerchiamo di fare sì che anche il nostro intervento di garanzia non vada a sostituire in toto il credito bancario. E, quindi abbiamo quotidianamente dei contenziosi sulle percentuali di garanzia. Sennò i confidi diventano la cartolarizzazione del derivato o il derivato italiano. Noi abbiamo un effetto leva molto alto, abbiamo in essere tanto per intenderci alla fine del 2008 avevamo in essere circa 620 - 630 milioni di garanzie prestate con un patrimonio nostro che è inferiore ai 60 milioni il cui apporto pubblico è meno della metà. (Unifidi)*”

- Infine, vi sono le opportunità aperte dalla riforma, che annovera tra i suoi punti di forza la possibilità di aggregarsi e una volta raggiunti certi livelli patrimoniali avviare il procedimento con Banca d'Italia per diventare veri e propri intermediari finanziari. Questo rappresenta sicuramente un'importante opportunità, in quanto consente di liberare maggiore liquidità da distribuire sul territorio, anche in virtù dello sgravio portato al patrimonio di vigilanza della banca, e di predisporre nuovi strumenti operativi. Tuttavia, pone anche il rischio di un'eccessiva finanziarizzazione del sistema che di fatto allontanerebbe i confidi dal loro attuale posizionamento, che li vede come figura di raccordo tra capitalismo e di territorio e capitalismo delle reti, scivolando progressivamente sul versante delle reti. Si deve comunque rilevare come le interviste effettuate abbiano denotato una grande attenzione dei responsabili delle strutture confidi verso questo aspetto e la ferma volontà di continuare sulla strada sinora percorsa, per *“non perdere quel radicamento che ha consentito ai confidi di diventare così importanti per le PMI italiane”*.

3.3.2 IL SECONDO NODO: IL PROGETTO IMPRESA ITALIA

UniCredit è stata una delle prime banche ad appoggiarsi al sistema dei Confidi per arrivare a liberare liquidità sul territorio, avviando già nel novembre del 2008 il **Progetto Impresa Italia**, un piano nazionale di intervento che mette a disposizione un fondo iniziale di 5 miliardi di Euro riservato alle PMI italiane (3 miliardi alle micro-imprese, 2 miliardi alle medio-piccole), poi cresciuti sino a 7 miliardi di euro. Il progetto è stato varato di concerto con le associazioni di categoria che, attraverso i loro sistemi di Confidi, sono partner strategici del progetto.

La finalità è quella di mettere a disposizione delle imprese i finanziamenti necessari per fronte al periodo di crisi, sia per il rafforzamento della gestione del circolante nel breve termine, sia per effettuare investimenti in una prospettiva di medio-lungo termine, sia per consolidare le esposizioni in maniera più sostenibile.

UniCredit ha scelto come veicolo di diffusione i consorzi fidi delle associazioni di categoria. Il progetto è stato infatti avviato dopo la firma delle convenzioni con le associazioni imprenditoriali - più di 130 - che erano investite del compito di diffonderlo tramite le proprie reti, firmando protocolli territoriali quantificati secondo le esigenze delle diverse aree geografiche.

Dopo un primo momento di metabolizzazione, il progetto è entrato nella sua fase operativa a partire da aprile, con 50-60 milioni di euro di allocazioni a settimana, seppur la situazione sul territorio non si presentasse omogenea, soprattutto a seconda degli accordi con i consorzi fidi locali, partner

fondamentali di questo progetto. Dopo le prime iniziali difficoltà, quindi, si è riusciti ad attivare questo potente circuito di appoggio all'economia reale e i nuovi affidamenti complessivi fatti dai settori retail e corporate hanno raggiunto circa i 4 miliardi di Euro, con una percentuale di risposte positive alle richieste di credito superiore al 70%.

È interessante notare come le variabili fondamentali per facilitare la realizzazione del progetto, almeno in questo contesto ambientale, siano rappresentate soprattutto dal grado di concentrazione delle strutture di garanzia ed il "substrato di relazioni" preesistenti.

“Il progetto per consolidarsi ha bisogno di un substrato di relazione sottostante che deve portare velocemente alla chiusura degli accordi. Sento e respiro che in altre zone questi accordi sono ancora lì da firmare e oggettivamente mi sento da questo punto di vista molto fortunato. Qui la rapidità è dovuta al substrato di relazioni che non è mai mancato. Questa storia qui comincia due anni fa dalla riattivazione dei rapporti con tutte le categorie, con tutti i consorzi fidi e quindi dal riattivarsi di un network, di una relazione che non è solo a livello regionale ma che parte e arriva fino al livello non solo provinciale ma comunale. È il riattivarsi di un network. (Rossetti, Dir. Comm. Emilia Est e Romagna)”

Accanto al positivo avvio di Impresa Italia, e alle ricadute in termini di immagine sul gruppo, tuttavia non si può non notare come permangano una serie di problemi che riguardano proprio il funzionamento pratico del progetto stesso; e che sono specchio del persistere di difficoltà più generali nel rapporto tra banca e impresa.

Anzitutto viene lamentata una latente difficoltà nei rapporti reciproci tra banche e confidi che spesso sfocia in rimostranze reciproche tra le due parti. Il mondo dei confidi attribuisce una lentezza eccessiva nelle istruttorie al mondo bancario (soprattutto alle grandi banche) e una tendenza ad aumentare il tasso di rifiuti del credito anche sulle richieste coperte dell'intervento dei consorzi di garanzia.

“Il rapporto che abbiamo constatato fra Cofiter impresa e Banca in questo momento ha delle criticità che sono determinate dal fatto che il sistema bancario è più lento nel dare le risposte e da risposte in maniera negativa in maniera maggiore di una volta. Noi avevamo dei dati per cui circa il 15% delle domande fatte attraverso il nostro confidi non andavano a buon fine perché o l'impresa ritirava la domanda o la banca diceva di no o si trovava tra banca e impresa un sistema diverso. Comunque era il 15%. Oggi, negli ultimi otto-dieci mesi, da quando tutti abbiamo saputo che c'era la crisi, questo 15% è passato al 25%. (Cofiter)”

Vi sono poi interlocutori che sottolineano come nonostante si tratti di “sforzo della banca di dare un prezzo al rischio in maniera più chiara e trasparente anche rispetto al futuro”, avanzano delle perplessità riguardo alle modalità di implementazione. Anzitutto una certa rigidità della banca nel proporre la convenzione di Impresa Italia come sostitutiva di tutte le precedenti convenzioni di finanziamento agevolato. Infine ha suscitato qualche critica la scelta di gestire gli affidamenti in garanzia di Impresa Italia principalmente entro il suo rapporto “privilegiato” con una entità nazionale come Eurofidi percepita dal mondo dei confidi territoriali come concorrenziale e “senza rapporto organico con le imprese associate, con l'associazionismo organizzato, avendo sul territorio soltanto commerciali”. Ciò avrebbe prodotto una ridotta conoscenza del mondo dei confidi territoriali da parte della rete UniCredit dovuta al fatto che proprio in virtù di quel rapporto privilegiato “il commerciale UniCredit ha tra i suoi obiettivi di budget l'operazione con Eurofidi e non con il mio confidi o con

altri. È evidente che non va in giro a vendere, perché i meccanismi premianti della forza vendita privilegiano l'azione con Eurofidi che è lo specialista della garanzia che UniCredit ha in casa".

Vi è poi un altro aspetto sollevato anche da dirigenti interni al gruppo e riguarda le lungaggini burocratiche causate dal mancato coordinamento tra banche di segmento, con la necessità di stipulare una convezione con il mondo dei confidi per ciascuna banca, aspetto che ha prodotto un allungamento dei tempi di applicazione.

3.3.3 IL TERZO NODO: I PATTI DI FILIERA

Un' ulteriore ed importante esperienza tesa a riannodare i fili della fiducia tra big player e territorio è quella relativa ai cosiddetti patti di filiera. Anche in questo caso, non è stato inventato nulla: si tratta infatti di una riproposizione, aggiornata ed adeguata al peculiare contesto congiunturale, di uno strumento di governance economica territoriale sperimentato già più volte in diversi sistemi produttivi del Nord Italia, specialmente in quelli veneti.

Recentemente, il caso più noto e significativo ha però avuto luogo in Emilia-Romagna, laddove CNA e Unindustria Bologna hanno proposto tale strumento per provare a "salvare" la locale filiera del packaging. Succede infatti che una delle grandi aziende del settore che opera sul territorio bolognese, la IMA, si trova in difficoltà durante la crisi. Questo non tanto a causa delle sue cattive performance o della contrazione della domanda - che pure c'è stata - ma soprattutto, indirettamente, a causa delle difficoltà delle piccole realtà imprenditoriali che costituiscono la base di tale filiera produttiva locale. Si tratta prevalentemente di piccole o piccolissime imprese, che occupano al massimo poche decine di dipendenti, e che trovandosi a collassare una dopo l'altra, producono l'effetto di un pavimento che si sgretola sotto i piedi dei leader di filiera come la IMA.

Il patto di filiera è sostanzialmente l'istituzionalizzazione di tutte le relazioni che intercorrono tra l'impresa capofila e, a cascata, tutte le sue subfornitrici. Di tale ragnatela di relazioni vengono definiti i quantitativi, le tempistiche e i costi degli ordinativi. In base ad essi, poi, i partner finanziari del patto - in questo caso UniCredit e UGF Banca - erogano liquidità alle piccole aziende. Grazie a tale pratica, quindi, le piccole imprese possono far fronte alla stretta del credito e ad un'eventuale, ulteriore, contrazione della domanda in funzione della loro appartenenza ad una filiera produttiva.

È un gioco in cui vincono tutti: la banca che, attraverso la formalizzazione dei rapporti, riesce ad accrescere le informazioni in proprio possesso sulle imprese del territorio; l'impresa leader di filiera, attraverso i finanziamenti ai suoi subfornitori, riesce a non perdere pezzi della sua "fabbrica a cielo aperto"; e infine, ovviamente, le piccole imprese subfornitrici che hanno accesso ad ulteriori fonti di finanziamento.

È evidente, in tutto questo, che la fiducia - o meglio, la volontà degli attori di ricostruirla - gioca un ruolo fondamentale. Attraverso il patto di filiera i piccoli subfornitori si fidano maggiormente dell'impresa per cui lavorano e per le banche; e le banche, a loro volta, dimostrano maggior fiducia per le filiere territoriali.

In tutto questo si leggono anche i prodromi per un nuovo ruolo delle associazioni di rappresentanza, sempre meno mediatori tra capitale e lavoro sui tavoli istituzionali e sempre più "nodi" tra locale e globale per i sistemi produttivi territoriali.

04



LA CRISI FINANZIARIA E LE CONSEGUENZE SUL RAPPORTO BANCA-IMPRESA





LA CRISI FINANZIARIA E LE CONSEGUENZE SUL RAPPORTO BANCA-IMPRESA

**RETAIL RESEARCH AND COMPETITORS BENCHMARKING,
UNICREDIT GROUP**

INTRODUZIONE

Questo capitolo si apre con un approfondimento sulle origini della crisi finanziaria nel mercato statunitense. Infatti, prima di comprendere appieno, dalla diretta esperienza delle piccole imprese intervistate, come la crisi finanziaria abbia impattato sulla loro attività (tema a cui è dedicato il capitolo 5), è opportuno indirizzare l'attenzione alle origini della crisi ed ai conseguenti effetti sull'industria bancaria, date le significative connessioni tra il sistema finanziario e bancario da un lato e l'attività economica delle piccole imprese dall'altro.

Successivamente, si cercherà di indagare in quali termini possiamo parlare di stretta creditizia da parte del sistema bancario italiano, mediante l'approfondimento dell'accesso al credito delle piccole imprese nel nostro Paese (sezione 4.2) e facendo in particolare riferimento a quanto sperimentato in UniCredit (sezione 4.3).

Il capitolo si conclude con una analisi di come l'industria bancaria potrà reindirizzare i propri modelli organizzativi nel mutato contesto competitivo (sezione 4.4).

4.1 LE ORIGINI DELLA CRISI E LE IMPLICAZIONI SUL MODELLO DI BUSINESS DELLE BANCHE

4.1.1 LE ORIGINI DELLA CRISI

L'attuale crisi economica ha raggiunto l'apice nel settembre 2008 con il fallimento della banca d'affari Lehman Brothers ma le sue radici più profonde possono essere ritrovate già nel decennio precedente. Alcuni eventi significativi su scala mondiale hanno contribuito a determinare la situazione che è sfociata nel crollo del mercato immobiliare statunitense alla fine del 2007, fino al fallimento di Lehman Brothers il 15 settembre del 2008 e alla ormai ben nota recessione.

La bolla immobiliare negli Stati Uniti è stata il risultato di un lungo periodo di politica monetaria espansiva (tassi di interesse bassi) coniugata ad una inefficiente regolamentazione e supervisione dei mercati e degli intermediari finanziari.

Dalla fine degli anni Novanta al 2001 il mercato azionario statunitense è stato caratterizzato da una bolla speculativa nota come *"dot-com bubble"*, il cui tratto distintivo fu un rapido aumento dei corsi azionari di nuove imprese legate al mondo dell'innovazione tecnologica, dell'high-tech e di Internet (imprese *dot.com*). Gli investimenti in questo settore erano alimentati, in particolare, dall'enorme surplus accumulato dai Paesi asiatici, che per evitare l'apprezzamento del tasso di

cambio nominale hanno investito i loro capitali all'estero. La combinazione di rapida crescita delle quotazioni di borsa delle imprese dot-com e disponibilità di capitali di rischio ha dato origine alla bolla speculativa della *New Economy*: il NASDAQ¹ ha toccato valori record per poi crollare tra il 2001 e il 2002. Dopo i fatti dell'11 Settembre 2001 e a seguito dello scoppio della bolla della *New Economy*, la Federal Reserve ha adottato una politica monetaria fortemente espansiva per controbilanciare il rallentamento dell'economia. Non è da escludere, inoltre, il condizionamento internazionale di Giappone ed Europa, che hanno auspicato tassi bassi per facilitare la lenta ripresa dalla recessione del 2000-2001.

Per queste ragioni, la politica monetaria degli Stati Uniti è rimasta espansiva per un periodo insolitamente lungo. Fra la metà del 2004 e la fine del 2007, poi, i prezzi di petrolio, minerali e risorse alimentari sono cresciuti straordinariamente, sostenuti anche da una domanda crescente di materie prime da parte di Cina e India. Tale shock è stato paragonabile al primo shock petrolifero degli anni Settanta, tanto che l'inflazione ha forzato le autorità monetarie statunitensi ad adottare misure restrittive dalla metà del 2004 a giugno 2006.

A fronte dei bassi tassi di interesse praticati dalla *Federal Reserve* fino al 2004, le famiglie hanno deciso di diminuire i risparmi ed aumentare i consumi presenti, favorendo un incremento dell'indebitamento su livelli insostenibili nel lungo periodo.

¹ *National Association of Securities Dealers Automatic Quotation*, mercato borsistico elettronico dei principali titoli tecnologici della Borsa americana.



Una volta aumentata la liquidità presente nel sistema, il denaro è affluito verso il settore che si stava espandendo più velocemente, quello immobiliare. Le società finanziarie e le banche d'investimento che cartolarizzavano i mutui si sono avvalse dei continui aumenti di prezzo delle case per giustificare i loro prestiti a favore degli acquirenti con reddito limitato e quindi più rischiosi (mutui *subprime*). Le agenzie di rating hanno accettato la validità dell'ipotesi di un continuo aumento del valore delle case, concedendo a ciascuna emissione di titoli garantiti da ipoteche un rating elevato, mentre gli investitori continuavano a comprare questi titoli.

Una politica monetaria estremamente accomodante ha dunque fatto sì che il debito delle famiglie americane aumentasse progressivamente al crescere del valore delle proprietà immobiliari. Ma quando alla fine del 2006 la crescita dei prezzi delle abitazioni negli Stati Uniti si è arrestata bruscamente, riflettendo il rialzo dei tassi di interesse ufficiali e il rallentamento dell'economia, le famiglie il cui mutuo eccedeva il valore della casa sono state obbligate a dichiarare bancarotta. L'inatteso e forte aumento dei tassi di insolvenza ha determinato una assoluta incertezza riguardo al valore delle cartolarizzazioni dei crediti bancari collegati ai mutui *subprime*. Il grosso delle perdite è stato così trasmesso al sistema finanziario, provocandone la paralisi.

L'impatto è stato forte soprattutto per le banche particolarmente esposte al segmento dei mutui e ai prodotti della finanza strutturata, tra cui il colosso bancario statunitense Lehman Brothers, che il 15 settembre 2008 ha dichiarato il fallimento. In quanto banca d'affari, infatti, Lehman Brothers operava esclusivamente scambio di titoli e azioni sui mercati internazionali, non svolgendo pertanto la tradizionale attività di raccolta e prestito presso famiglie e imprese, tipica invece della banca commerciale. Con il fallimento di Lehman Brothers si è soliti indicare il punto di svolta che ha reso la crisi sistemica.

Uno degli effetti della crisi finanziaria è stato quello di obbligare le autorità dei principali Paesi a porre in essere misure per salvaguardare la stabilità delle istituzioni finanziarie, proteggere i depositanti, garantire la provvista delle banche e la loro patrimonializzazione.

La risposta in termini di politica monetaria è stata tempestiva, intensa e coordinata a livello internazionale. I tassi d'interesse ufficiali sono stati ridotti drasticamente in tutte le principali economie, riduzione che si è riflessa sui tassi di mercato. Anche la risposta delle politiche di bilancio è stata nettamente espansiva, con un aumento del disavanzo di bilancio e dell'incidenza del debito pubblico (vedi sezione 4.2).

4.1.2 LE IMPLICAZIONI SUL MODELLO DI BUSINESS DELLE BANCHE²

La crisi economica internazionale ha messo in seria difficoltà il sistema bancario, indebolito dalla mancanza di liquidità, dalle massicce perdite sui prestiti, da problemi di sottocapitalizzazione e dai tassi di interesse ai minimi storici.

Gli attivi dei bilanci bancari sono stati colpiti dalle svalutazioni su prestiti e titoli, legate al fenomeno dei mutui *subprime* e alla diffusione su tutti i mercati dei prodotti di finanza strutturata.

La fiducia reciproca tra gli intermediari finanziari nell'attività di scambio di liquidità sul mercato interbancario è venuta meno, dal momento che gli operatori temevano il ripetersi di fallimenti di banche. Il risultato è stato un forte aumento dei tassi di interesse e quindi del prezzo della liquidità, accompagnato da un intervento massiccio delle Banche Centrali nell'immettere moneta nel sistema. Sul lato dei passivi dei bilanci, dunque, le difficoltà sono dipese da una significativa richiesta di liquidità a fronte di una scarsità di capitali e di un'intensa concorrenza sul mercato interbancario.

² Gran parte di questa sezione è tratta da una ricerca di András Pórá condotta durante il suo stage presso l'ufficio Retail Research and Competitors Benchmarking. Pórá A., 2009, Implications of the Financial Crisis on EU Retail Banking, Occasional Paper, mimeo.

Parallelamente, sebbene i margini sui prestiti si siano ampliati, i crediti inesigibili sono aumentati condizionando la disponibilità di credito e indirizzando l'attenzione anche degli operatori di rete non solo allo sviluppo commerciale, ma anche ad aspetti legati al controllo del rischio del business realizzato, per esempio legando la politica degli incentivi a margini finanziari rettificati per le perdite sui crediti.

Le reazioni immediate del sistema bancario a questi primi effetti della crisi hanno riguardato il recupero dei fondamentali di bilancio. Questo obiettivo è stato ottenuto:

- gestendo le perdite su crediti;
- aumentando il capitale proprio e diminuendo la leva finanziaria;
- cercando potenziali acquirenti e possibilità di fusioni e acquisizioni;
- mantenendo il livello di liquidità desiderato.

Ristabilire solidità e credibilità degli attivi nei bilanci bancari è stato, ed è ancora, lo strumento per far fronte alla generalizzata caduta della fiducia nei confronti del settore, che si è realizzata sia presso le istituzioni sia presso i clienti. Come risultato dell'indebolimento delle performance del mercato, il settore ha infatti perso gran parte della sua capitalizzazione nel 2008 (più del 50% a livello mondiale), distruggendo una quantità significativa del valore per gli azionisti.

A questo punto, nel medio e lungo termine, dopo aver messo in atto tutti i provvedimenti che garantiscono la loro sopravvivenza, le banche dovranno sviluppare nuovi modelli di business sostenibili e ripristinare solidità e fiducia nel loro operato, servendosi anche dell'esperienza maturata nel corso della crisi.

Infatti, l'eccessivo rischio assunto dalle banche e la creazione di prodotti finanziari innovativi e poco regolamentati hanno trasformato i modelli di business prevalenti in una delle cause principali della crisi³.

Le banche più attrezzate per uscire meglio da questo tsunami finanziario sono quelle commerciali, destinate all'attività di prestito e raccolta da clientela ordinaria, considerata in passato meno remunerativa rispetto ad altri tipi di business finanziari. Durante la crisi, infatti, i ricavi delle maggiori banche commerciali a livello internazionale sono rimasti relativamente elevati e questo ha avuto due effetti: le banche con lunga tradizione nel settore retail hanno rafforzato il loro presidio nei confronti di questo target di clientela, mentre le banche con una tradizione più debole in questa area hanno dovuto reindirizzare il proprio modello di business e penetrare pertanto nuovi segmenti di mercato. Dal punto di vista operativo, nel medio e lungo periodo le banche saranno concentrate a:

- riorientare il focus dalla raccolta sui mercati interbancari alla raccolta diretta presso i clienti, privilegiando scelte di preferenza per la liquidità;
- rivedere i criteri di erogazione, cercando nello stesso tempo di contenere la prociclicità dei modelli di rating (vedi sezione 4.4).

A differenza delle banche di investimento, il cui scopo è la compravendita di azioni o obbligazioni, le banche commerciali finanziano gli investimenti produttivi delle imprese. Non si deve dimenticare che il sistema bancario italiano opera in regime privato ed ha attraversato un processo ultradecennale di profonda trasformazione rispetto a quella che in passato era definita una "foresta pietrificata". A tal proposito, vi è ampia evidenza empirica che vi sia stato un profondo effetto positivo sulla produttività delle banche derivante dal processo di privatizzazione e consolidamento del settore bancario⁴.

³ Il modello di business a cui si fa riferimento si definisce *Originate-to-distribute* e consiste nell'erogare prestiti che non vengono tenuti nei bilanci bancari ma confezionati in obbligazioni strutturate e rivendute poi sul mercato. Con questo sistema le banche non svolgono il ruolo tradizionale di intermediazione/monitoring ma sono di fatto dei brokers e quindi non valutano propriamente il merito di credito degli affidati. In secondo luogo, le attività delle banche sono esposte alla valutazione e alle fluttuazioni dei mercati finanziari.

⁴ Fiorentino E., De Vincenzo A., Heid F., Karmann A., Koetter M., Settembre 2009, The effects of privatization and consolidation on bank productivity: comparative evidence from Italy and Germany. Working Papers, Banca d'Italia.

Inoltre, le banche commerciali si fondano su un forte radicamento territoriale, sia in termini di depositi sia in termini di prestiti. Esse svolgono un ruolo fondamentale nel canalizzare i risparmi delle famiglie verso gli investimenti delle imprese. In Italia le imprese sono in prevalenza di dimensione piccola ed hanno sostanzialmente solo due alternative per finanziare la propria attività: ricorrere ai capitali propri o ricorrere ai prestiti bancari.

In sintesi, assisteremo ad una forte rivalutazione del segmento retail da parte delle banche, con un presidio capillare sul territorio e che punti a consolidare e rafforzare la propria base di clienti in un'ottica di business sostenibile.

Alla luce di tutto ciò, le piccole imprese rappresentano una massa critica significativa per il sistema bancario in Europa, ed in particolare in Italia. Vale quindi la pena comprendere in maniera approfondita come questo tipo di clientela abbia vissuto rispetto al settore bancario il passaggio della crisi finanziaria.

Questi aspetti rappresentano il tema delle prossime due sezioni.

4.2 L'ACCESSO AL CREDITO DELLE PICCOLE IMPRESE

In Europa le piccole e medie imprese (PMI), cioè le imprese con meno di 250 addetti, rappresentano la quasi totalità dell'economia reale (99,8 %). In particolare, le micro e piccole imprese (quelle, cioè, con un numero di addetti inferiore a 50) costituiscono il 98,7%, ed occupano circa il 50% della forza lavoro impiegata nel settore non finanziario.

Dato il peso della componente delle piccole imprese nell'economia europea, è importante indagarne le specificità nel finanziamento e le eventuali difficoltà di accesso al credito sperimentate in occasione dell'attuale crisi.

Rispetto alle grandi imprese, le piccole imprese normalmente non sono in grado di ricorrere al mercato dei capitali per le loro esigenze di finanziamento ma dipendono maggiormente dal sistema bancario.

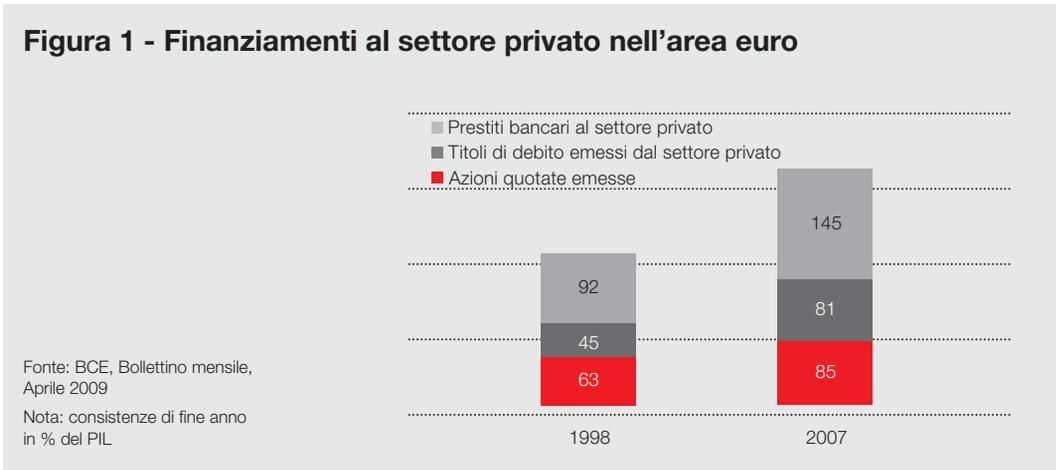
Le piccole imprese, date le loro caratteristiche di maggior opacità dal punto di vista informativo e rischio relativamente più elevato di fallimento⁵, trovano maggiormente costoso finanziare i loro progetti ricorrendo ad intermediari non bancari o direttamente sul mercato, rispetto al credito bancario. Quest'ultimo costituisce dunque la fonte privilegiata di finanziamento per questa classe di imprese.

Rispetto al mercato dei capitali, un sistema finanziario bancocentrico può risultare più efficiente nell'allocazione delle risorse finanziarie in un contesto caratterizzato da un apparato produttivo estremamente frammentato, come quello italiano. Infatti, al fine di garantire un flusso stabile di business futuro con il network di imprese-clienti, i sistemi relazionali di finanziamento incentivano i finanziatori a cooperare con l'impresa finanziata rendendo più stabile il flusso di finanziamenti nel tempo. Inoltre, i sistemi relazionali di finanziamento hanno vantaggi informativi che implicano prestiti meno costosi e *liquidity insurance*: mediante contratti creditizi ripetuti nel tempo la banca ottiene informazioni su business e condizioni finanziarie di imprese opache (vedi sezione 6.2.2).

5 Per quanto riguarda l'Italia, ad esempio, secondo il rapporto Cerved "I fallimenti in Italia e in Europa" (Maggio 2009), le oltre 50 mila società di capitale per cui si è aperta tra il gennaio del 2001 e l'aprile del 2009 una procedura fallimentare erano, prima dell'insorgere della crisi, soprattutto aziende di piccola dimensione. In base ai bilanci di tre annualità precedenti alle procedure risulta infatti che circa il 39% delle imprese generava un volume d'affari compreso tra 200 mila euro e 1 milione di euro e il 24% sotto i 200 mila euro.

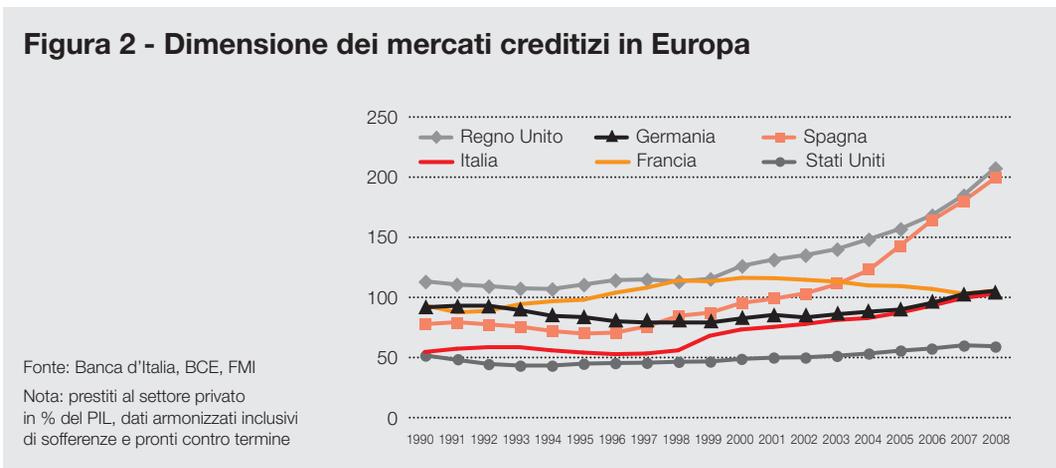
La Figura 1 conferma la bancocentricità del sistema finanziario dell'Europa continentale, diversamente da quello statunitense, maggiormente basato sul mercato dei capitali. Nell'area euro, i prestiti bancari al settore privato corrispondono al 145% del PIL nel 2007, in aumento di circa il 58% dal 1998.

Figura 1 - Finanziamenti al settore privato nell'area euro



In termini di dimensione dei mercati creditizi, misurata dai prestiti al settore privato in percentuale del PIL, l'Italia è allineata a Francia e Germania, distinguendosi da Regno Unito e Spagna, che recentemente hanno sperimentato forme di squilibrio finanziario legate alla bolla immobiliare (Figura 2).

Figura 2 - Dimensione dei mercati creditizi in Europa



Come si evince dalla Figura 2, la dimensione del mercato creditizio in Italia è stata caratterizzata da un notevole aumento a partire dal 1998, in concomitanza della formazione dei principali gruppi bancari di natura privata. Durante questa espansione del mercato creditizio, il sistema bancario italiano ha sviluppato la capacità di finanziare con maggiore intensità le micro e le piccole imprese (Figura 3). In particolare (Figura 4), anche al Sud si è creata una maggiore disponibilità di risorse finanziarie rispetto alla raccolta diretta (depositi): negli ultimi anni il rapporto dei prestiti sulla raccolta bancaria ha superato il 100%, portando l'indicatore su valori mai raggiunti in precedenza.

Figura 3 - Debiti bancari totali in rapporto al fatturato in Italia

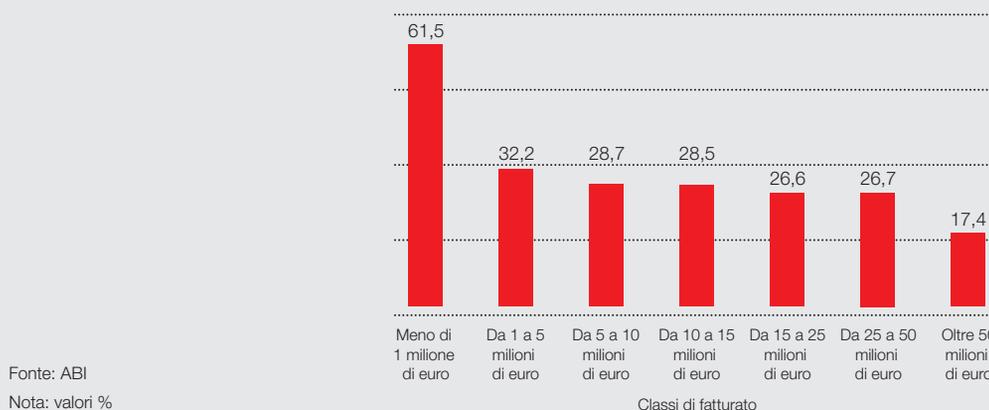
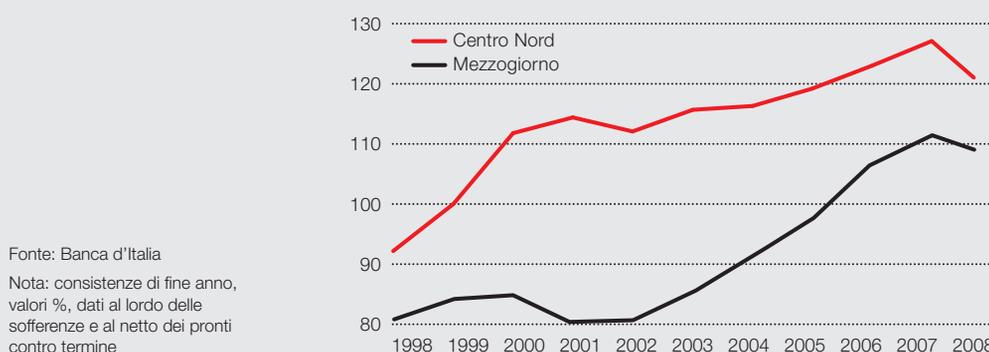


Figura 4 - Rapporto tra prestiti e raccolta bancaria per residenza di controparte della clientela

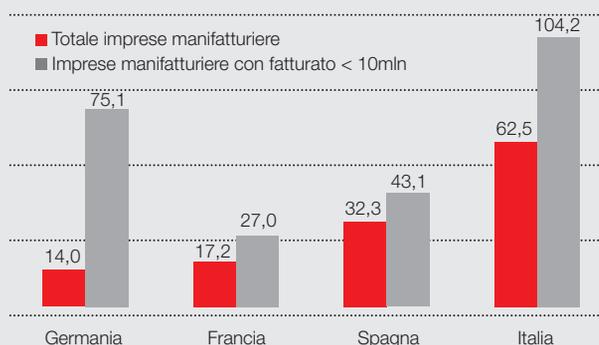


Il processo di concentrazione del sistema bancario ha quindi supportato il finanziamento del sistema produttivo e aiutato le imprese italiane ad avviare, dalla prima metà del decennio corrente, un processo di ristrutturazione volto a migliorare la produttività e la competitività internazionale del sistema produttivo. Come si osserva dalla Figura 5, le PMI italiane sono le più indebitate nei confronti delle banche in Europa: nel nostro Paese l'incidenza dello stock di debiti bancari rispetto al patrimonio risulta piuttosto elevata, raggiungendo valori superiori al 100% per le imprese con fatturato inferiore ai 10 milioni di euro, mentre per Germania, Francia e Spagna tale incidenza è in media del 48%. Pertanto, in assenza di un'adeguata politica di crescita e di patrimonializzazione delle PMI, gli investimenti necessari per ristrutturare l'azienda sono stati sostenuti in maggior parte mediante finanziamenti bancari, determinando l'innalzamento della leva finanziaria.

Figura 5 - Incidenza del debito bancario nelle imprese manifatturiere europee

Fonte: ABI, AFO Rapporto di Previsione 2009-2011, Luglio 2009

Nota: debiti bancari/equity, valori %



A questa situazione di indebitamento si sono aggiunte le improvvise difficoltà prodotte dalla crisi, che ancora adesso sta facendo sentire i propri effetti sull'economia reale. Da una parte, le imprese si attendono finanziamenti paragonabili a quelli dei primi anni duemila, dall'altra la crisi finanziaria ha imposto alle banche maggiore cautela per rispettare i requisiti patrimoniali minimi definiti dagli Organi di Vigilanza. Evidenza di questo comportamento è fornita anche dalle banche italiane che partecipano alla *Bank Lending Survey*, l'indagine sul credito bancario condotta dalla BCE⁶. È stato segnalato un irrigidimento dei criteri adottati per l'erogazione dei finanziamenti nei primi due trimestri dell'anno 2009, anche se di intensità significativamente attenuata rispetto alle rilevazioni di fine 2008. Questo è legato anche al fatto che talune modalità di interpretazione dei criteri di Basilea II da parte delle banche possono aver attenuato il peso della componente relazionale/qualitativa nel rapporto creditizio. Negli ultimi anni, soprattutto presso le grandi banche, si sono diffusi modelli di valutazione basati su informazioni oggettive (*hard information*) a scapito di altre informazioni qualitative (*soft information*). La crisi ha evidenziato l'importanza di quest'ultimo tipo di informazione ed ha posto alle banche la sfida di incorporarle in modelli di valutazione del rischio (*hardening della soft information*)⁷.

Data questa situazione, in quali termini possiamo parlare per le banche italiane di credit crunch (stretta creditizia)? Purtroppo, valutare in tempo reale se una simile situazione si stia verificando o meno non è semplice. Infatti, non è facile ricondurre una contrazione del credito ad un calo della componente di domanda, dovuta ad un indebolimento dell'attività economica durante una recessione, oppure ad un calo della componente di offerta, dovuta alle pressioni poste sulle banche da un peggioramento nella qualità del credito delle imprese e/o una situazione di sottopatrimonializzazione nei bilanci bancari.

Attualmente, la dinamica di rallentamento degli impieghi in Italia è analoga a quella dell'area dell'euro (Abi, Afo Rapporto di previsione 2009-2011, luglio 2009) e riflette l'eccezionale calo dell'attività economica⁸. La sopra citata indagine sul credito bancario in Italia evidenzia altresì un forte calo della domanda di credito nei primi due trimestri dell'anno, determinato principalmente dalla caduta degli investimenti. Tali risultati sono inoltre coerenti con quanto emerge dall'analisi di UniCredit su un campione di oltre 6000 imprese italiane (vedi sezione 5.1).

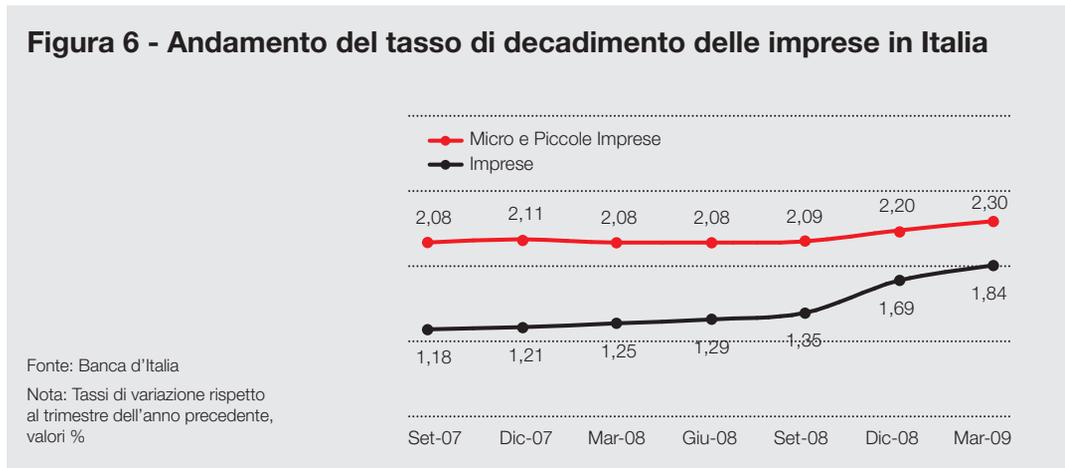
6 L'indagine viene condotta su un campione di 110 banche di tutti i Paesi dell'area dell'euro; per l'Italia partecipano otto tra i principali gruppi creditizi che rappresentano oltre due terzi del mercato dei prestiti nel nostro Paese.

7 L'opportunità di tenere conto di informazioni qualitative accanto a valutazioni di carattere oggettivo negli schemi di credit scoring adottati dalle banche sarà discussa nel paragrafo 4.4.

8 Dal picco ciclico dell'espansione più recente, fissato dall'ISAE nel terzo trimestre del 2007, la perdita cumulata del PIL al primo trimestre del 2009, pari a -5,9% in termini reali, è già largamente superiore alle contrazioni registrate nelle due più severe recessioni dell'economia italiana del dopoguerra, quelle del '74-'75 e del '92-'93, in corrispondenza, rispettivamente, della prima crisi petrolifera e di quella valutaria (fonte: Banca d'Italia).

Oltre al calo della componente di domanda di investimento, occorre considerare la cautela del sistema bancario dinanzi al rapido peggioramento della qualità del credito: come mostra la Figura 6, il rapporto tra nuove sofferenze rettificata e impieghi vivi si è portato per le imprese dall'1,35% del terzo trimestre del 2008 all'1,84% del primo trimestre del 2009, il valore più alto dal 1999 se si esclude il picco toccato nel 2003 a seguito del fallimento di Parmalat. Il deterioramento della qualità del credito sta interessando soprattutto le piccole e micro-imprese (a marzo 2009 il tasso di decadimento relativo è stato del 2,30%). In questo caso, l'irrigidimento delle condizioni di offerta relative al margine della banca sul costo dei prestiti riflettono il progressivo peggioramento della qualità del credito ed una conseguente maggiore attenzione nel processo di selezione, che vede le banche responsabili dell'allocazione sicura e produttiva del risparmio delle famiglie.

Figura 6 - Andamento del tasso di decadimento delle imprese in Italia



Per valutare più da vicino la componente di offerta nella restrizione del credito, è utile considerare l'andamento degli impieghi al settore privato italiano in occasione delle principali crisi dagli anni settanta ad oggi (Bassanetti A., Cecioni M., Nobili A., Zevi G., 2009, Le principali recessioni italiane: un confronto retrospettivo. Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers), Banca d'Italia. Ultimo aggiornamento disponibile all'indirizzo www.dt.tesoro.it/it/eventi/dettaglio.html?resourceType=/modules/eventi/elem_0122.html). Se si considerano la crisi petrolifera del '74-'75 e la crisi valutaria del '92-'94, la crisi corrente è caratterizzata da un minor calo degli impieghi al settore privato in termini reali.

Per una valutazione corretta della stretta creditizia, l'analisi deve tuttavia essere approfondita mediante una misurazione dello scostamento del rapporto impieghi/PIL rispetto alla dinamica di lungo periodo (ovvero il trend). Questo indicatore può essere infatti utilizzato validamente per comparare le fasi di forte rallentamento dell'offerta degli impieghi.

Dal confronto delle restrizioni dell'offerta di credito registrate nelle principali crisi del dopoguerra emerge che, nella fase attuale, il rallentamento del credito risulta sinora pari, sia in termini di intensità che di durata, a poco più della metà di quello rilevato in media nelle crisi precedenti accompagnate da una restrizione dell'offerta di credito (Tabella 1).

Tabella 1 - Intensità e durata degli episodi di rallentamento degli impieghi bancari in rapporto al PIL

FASI DI FORTE RALLENTAMENTO DEGLI IMPIEGHI BANCARI IN ITALIA	VARIAZ. DEL RAPPORTO IMPIEGHI/ PIL DAL TREND (PUNTI PERCENTUALI)	DURATA DEL CALO DEL RAPPORTO IMPIEGHI/PIL (TRIMESTRI)	RESTRIZIONI DAL LATO DELL'OFFERTA
1974-75	-6	5	si
1976-78	-4	7	si
1981-82	-1	4	si
1984-86	-3	6	no
1989-91	0	1	no
1992-94	-7	15	si
2000-02	-2	7	no
2007-2009 (II trim.)	-3	5	si
Media dei casi con restrizione dell'offerta	-5	8	
Media dei casi senza restrizione dell'offerta	-2	7	

Fonte: Bassanetti A., Cecioni M., Nobili A., Zevi G., 2009, Le principali recessioni italiane: un confronto retrospettivo. *Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers)*, Banca d'Italia. Ultimo aggiornamento disponibile all'indirizzo www.dt.tesoro.it/it/eventi/dettaglio.html?resourceType=/modules/eventi/elem_0122.html

Nota: dati trimestrali aggiornati a giugno 2009. In grigio sono evidenziate le principali recessioni del dopoguerra; le durate e le variazioni dei rallentamenti sono calcolati rispetto al picco e al minimo ciclico delle variabili considerate, cioè dello scostamento del rapporto impieghi/ PIL rispetto al trend; il trend di lungo periodo è calcolato con un filtro di Hodrick-Prescott. La media dei casi con restrizione dell'offerta non include la crisi presente

Questo risultato è particolarmente sorprendente se si tiene conto del fatto che la flessione del PIL complessiva durante la presente crisi potrebbe risultare fra le più profonde attraversate dall'economia italiana. Secondo stime di Banca d'Italia⁹, la contrazione già registrata nel 2008 e quella prevista per il 2009 determinerebbero infatti una perdita cumulata simile a quella stimata per la crisi successiva al 1929.

Sulla base dell'esperienza storica italiana, dunque, l'intensità della restrizione creditizia, pur in presenza di una delle più gravi crisi finanziarie, non è tuttavia paragonabile a quella delle maggiori recessioni del dopoguerra.

Al momento questo è stato scongiurato dalle banche italiane con costi relativamente contenuti per il settore pubblico, al contrario del resto dell'Europa dove l'impatto degli interventi governativi a sostegno del settore bancario sulle finanze pubbliche è stato pesante: il debito generato da tali interventi in percentuale del PIL è stato pari al 2,9 in Germania, all'1,8 in Spagna, al 3,8 in Francia e al 18,2 nei Paesi Bassi, mentre in Italia è praticamente nullo¹⁰.

⁹ Bassanetti A., Cecioni M., Nobili A., Zevi G., 2009, Le principali recessioni italiane: un confronto retrospettivo. *Questioni di Economia e Finanza (Occasional Papers)*, Banca d'Italia.

¹⁰ Fonte: BCE, Bollettino mensile Luglio 2009.

4.3 UNO SGUARDO SULLE PICCOLE IMPRESE

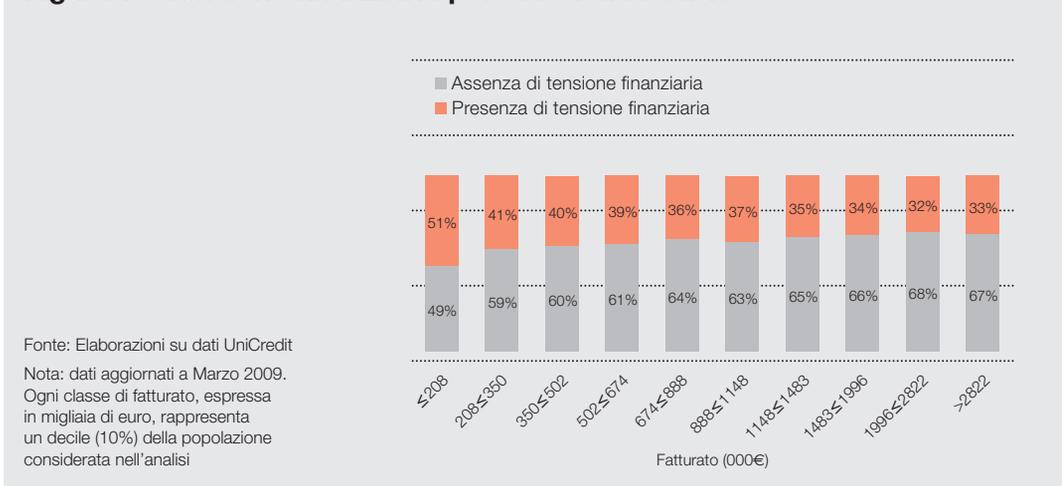
Anche se, come emerso dalla sezione precedente, non ci sono evidenze empiriche di una maggiore stretta creditizia rispetto alle più importanti crisi del passato, è innegabile che il mercato italiano stia sperimentando un rallentamento del credito. Infatti, il tasso di crescita tendenziale degli impieghi è in rallentamento e ha raggiunto valori inferiori all'1% ad agosto 2009 in ragione d'anno¹¹. La decelerazione del ritmo di crescita dei prestiti alle imprese è comune a tutte le macroaree, anche se più marcata al Centro-Nord, dove sono concentrate le imprese che operano nel settore manifatturiero, con maggiore vocazione all'esportazione e all'innovazione tecnologica, e per questo più vulnerabili al passaggio della crisi che come abbiamo visto si è generata su mercati internazionali. Il rallentamento del credito è più forte per le imprese di minori dimensioni, in tutte le aree geografiche.

Data la gravità del fenomeno ed il bisogno di comprensione delle dinamiche in atto, è stata condotta un'analisi statistica su un campione di piccole imprese clienti UniCredit. In particolare, si è cercato di evidenziare quali sono le caratteristiche delle imprese che hanno maggiormente risentito della crisi, in termini di stress finanziario.

Dal punto di vista metodologico, l'analisi statistica è stata condotta su un campione rappresentativo del segmento Piccole Imprese della Divisione Retail Italia, composto da circa 17.600 imprese, il cui fatturato è compreso tra 25 mila e 5 milioni di euro¹².

La dimensione dell'impresa (approssimata dal fatturato) sembra essere un fattore importante nel determinare situazioni di tensione finanziaria¹³. Come mostrato dalla Figura 7, all'aumentare del fatturato la percentuale di imprese che si trova in situazione di tensione finanziaria si riduce sensibilmente, indicando che le imprese più piccole sono quelle che hanno maggiormente risentito della crisi (il 51% delle imprese appartenenti alla prima classe di fatturato si trova in condizioni di stress finanziario, contro il 33% di quelle appartenenti all'ultima classe di fatturato).

Figura 7 - Tensione finanziaria per classi di fatturato



11 Fonte: Banca d'Italia.

12 Per la costruzione del dataset e l'interpretazione dei dati su cui è stata condotta l'analisi statistica si ringraziano i colleghi del Marketing Piccole Imprese, Letizia D'Abbondanza, Roberto Parafioriti, Maurizio Piccoli, Bruno Gasparroni e i colleghi della Direzione Crediti Piccole Imprese, Federica Guarnieri e Marilena Lacertosa.

13 La tensione finanziaria è misurata mediante un indicatore dicotomico, che assume valore 1 se il rapporto tra fido utilizzato e fido globale accordato nel 2008 è maggiore al 70% e lo stesso rapporto nel 2009 è maggiore al 80% (cioè se l'affidato ha registrato un incremento di almeno il 10% della quota di utilizzato su accordato dal 2008 al 2009) e 0 in caso contrario.

Anche la struttura finanziaria delle imprese ha rilevanza: un'elevata leva finanziaria, calcolata come rapporto tra debiti finanziari totali rispetto alla somma di patrimonio netto e debiti finanziari totali, aumenta la probabilità che l'impresa venga a trovarsi in situazione di tensione finanziaria, come anche un elevato volume di debito rispetto alla dimensione (vedi Figura 8 e Figura 9).

Figura 8 - Tensione finanziaria per classi di leva finanziaria

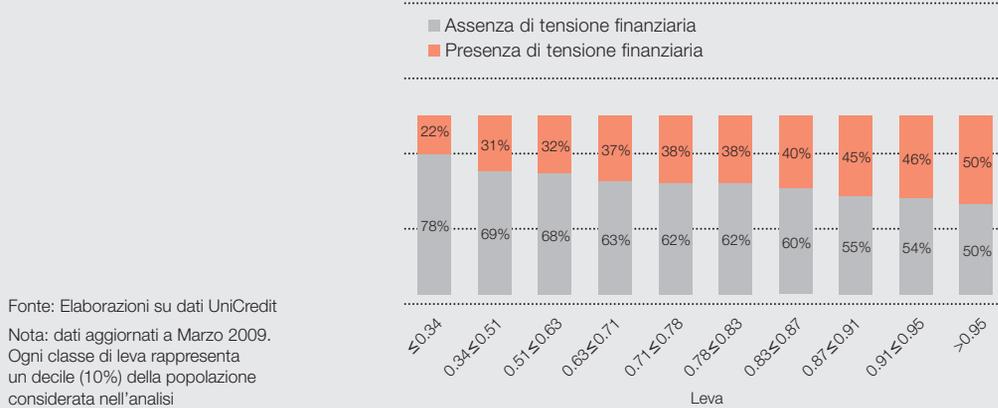
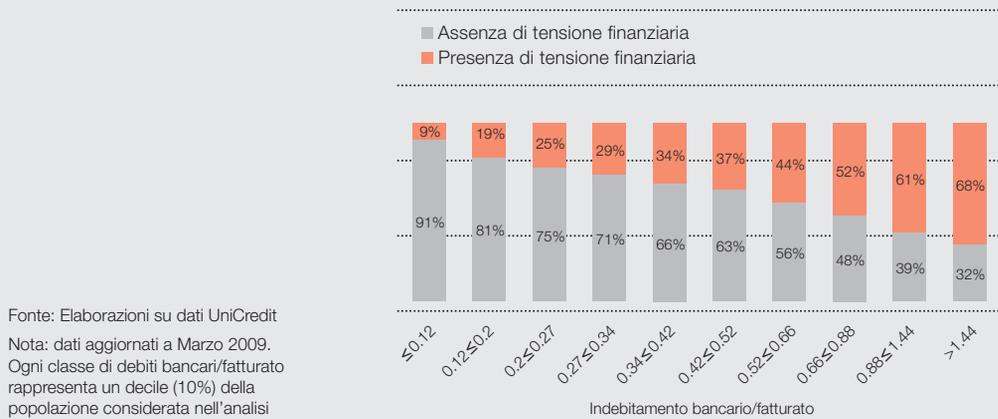
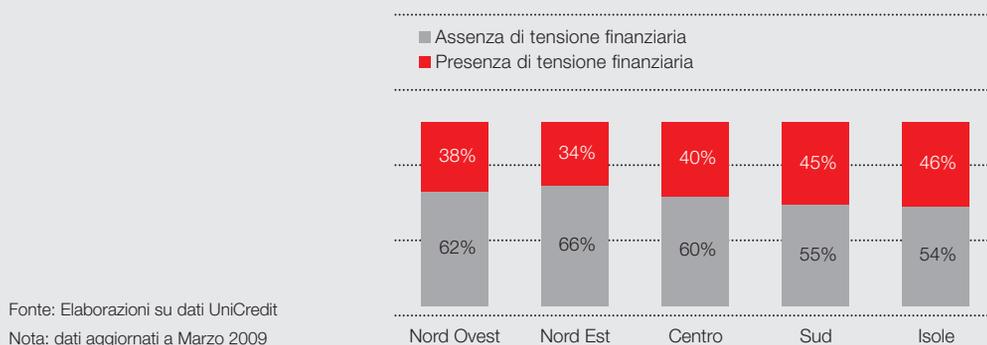


Figura 9 - Tensione finanziaria per classi di debiti bancari in rapporto al fatturato



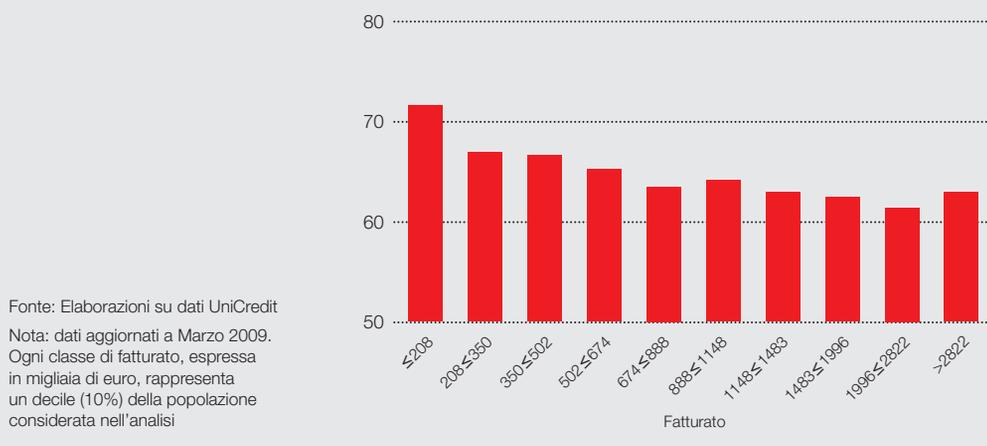
Distinguendo per aree geografiche, la percentuale di imprese che si è trovata in situazione di tensione finanziaria è sensibilmente maggiore al Sud e nelle Isole, dove è pari al 45% e al 46% rispettivamente (Figura 10). Tuttavia, l'utilizzo ampio della linea di credito è una caratteristica strutturale delle imprese del Mezzogiorno e, in quanto tale, non è del tutto legata alla situazione contingente della crisi. Infatti, l'attività economica meridionale, essendo concentrata nel settore del commercio e dei servizi, si è mostrata più inerziale al passaggio della crisi.

Figura 10 - Tensione finanziaria per ripartizione territoriale



Nel campione di imprese considerato la percentuale di fido globale (ovvero, di Sistema) utilizzato sul fido globale accordato risulta aumentare al diminuire della dimensione (fatturato) e della redditività dell'impresa¹⁴, e all'aumentare della leva finanziaria e del grado di indebitamento rispetto alla dimensione (Figure 11-14).

Figura 11 - Quota % di fido globale utilizzato sul fido globale accordato di breve termine per classi di fatturato



14 Anche i dati di agosto 2009 confermano che UniCredit ha scelto di sostenere le piccole imprese non basandosi unicamente sulla lettura dei bilanci. Lo testimoniano alcuni dati: il 39% delle piccole imprese finanziate a breve termine (di cui molte sottopatrimonializzate) nei primi 8 mesi dell'anno presenta un Roe inferiore al 2% e il 24% presenta un risultato netto in perdita, le quali in prevalenza sono sottopatrimonializzate. Un punto di PIL, 15 mld di euro, in otto mesi è stata la risposta di UniCredit, in particolare, 7.8 miliardi di euro per le esigenze di credito delle piccole imprese (Small Business). Il progetto "Impresa Italia", dopo l'attivazione delle convenzioni con oltre 450 Confidi locali, procede con le nuove delibere di finanziamento ad un ritmo di 45 milioni alla settimana. Il plafond stanziato ad hoc, pari a 7 mld, è in grado di garantire erogazioni a condizioni agevolate almeno per altri 18 mesi. Nello specifico, il progetto ha avuto un vero e proprio boom nella regione Emilia-Romagna, seguita dalla Sicilia, dal Piemonte e dal Lazio. Da gennaio a settembre, considerando anche i canali ordinari, il finanziamento alle PMI sale a 15 miliardi, tra breve e medio-lungo termine, per circa 140 mila pratiche: la Banca ha risposto positivamente alle richieste di tre piccole imprese su quattro (a fine agosto il tasso di accettazione delle richieste di credito era pari al 77%, in crescita rispetto al 74% di novembre 2008).

Figura 12 - Quota % di fido globale utilizzato sul fido globale accordato di breve termine per classi di ROE

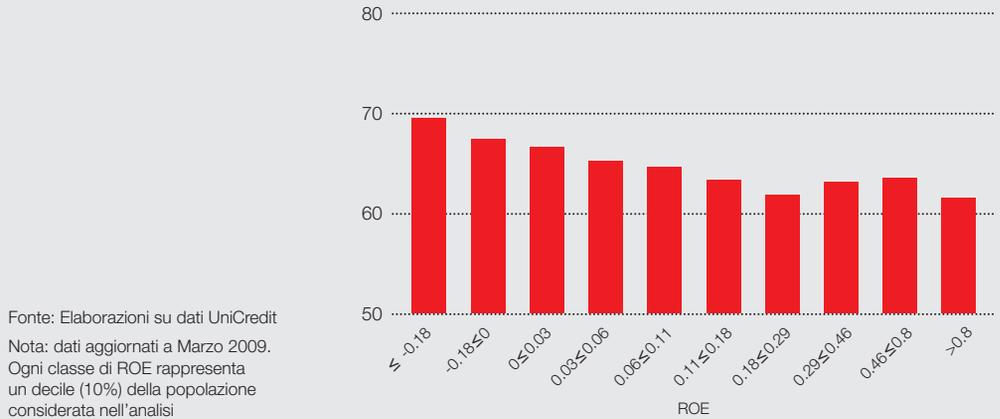


Figura 13 - Quota % di fido globale utilizzato sul fido globale accordato di breve termine per classi di leva

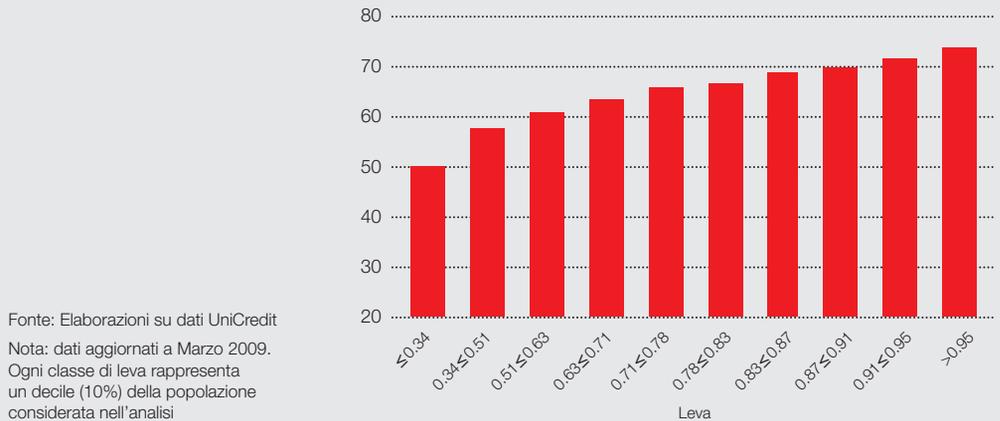
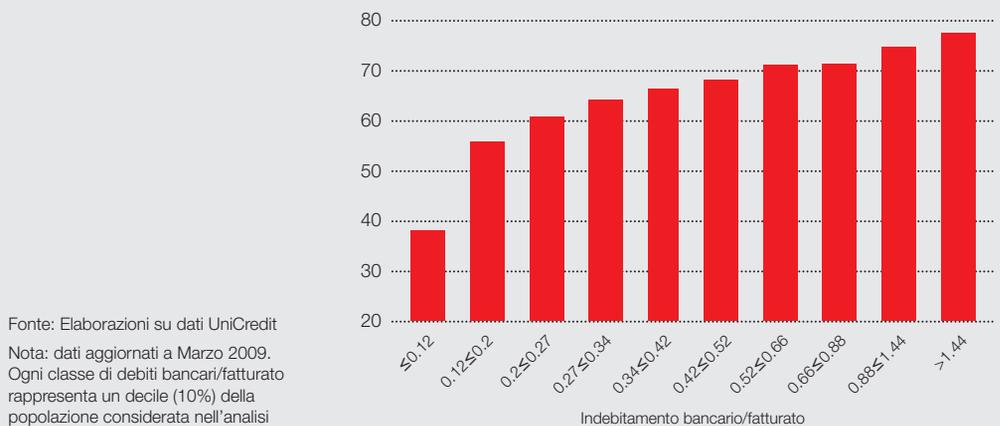
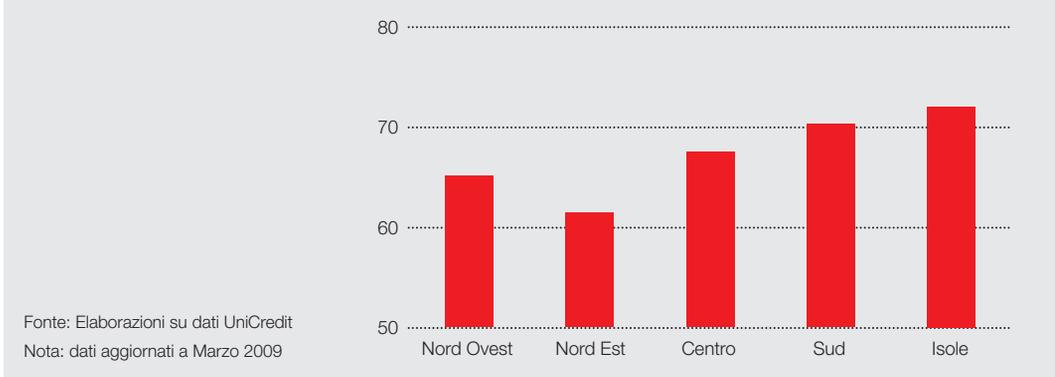


Figura 14 - Quota % di fido globale utilizzato sul fido globale accordato di breve termine per classi di debiti bancari/fatturato



Il rapporto di utilizzo del credito è superiore tra le imprese meridionali (70% al Sud e 72% nelle Isole, contro il 61% nel Nord-Est e il 65% nel Nord-Ovest).

Figura 15 - Quota % di fido globale utilizzato sul fido globale accordato di breve termine per ripartizione



In conclusione, tra le piccole imprese considerate nell'analisi, emerge un maggior valore del rapporto tra utilizzato e accordato a livello di Sistema, da parte delle imprese caratterizzate da una minore redditività e sottopatrimonializzazione (sia in termini di leva finanziaria, sia in termini di rapporto tra debiti finanziari e fatturato). Tale risultato implica che durante la crisi, tale tipologia di imprese è stata soggetta ad un peggioramento della tensione finanziaria, accrescendone la vulnerabilità rispetto a temporanee situazioni di illiquidità, con elevato rischio di trasformarsi in situazioni di insolvenza. Il grado di patrimonializzazione è pertanto una componente cruciale del rapporto banca - impresa (vedi sezione 6.2.2). Una maggiore trasparenza di tale rapporto presuppone uno sforzo che il sistema bancario deve compiere nel chiarire le condizioni che determinano la concessione del credito ed i costi connessi. Alla luce dei criteri di erogazione del credito, tale processo implica un impegno analogo anche da parte del piccolo imprenditore, che può essere talora più patrimonializzato come persona fisica che come persona giuridica.

4.4 IL MODELLO DI BUSINESS BANCARIO DOPO LA CRISI

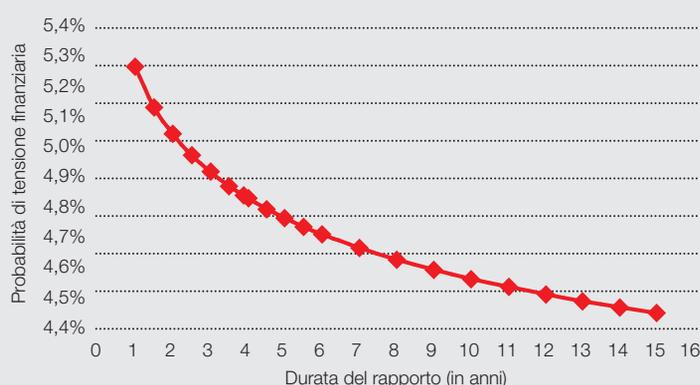
Come indicato dalle sezioni precedenti, la crisi finanziaria ha fatto emergere la necessità di tornare ad un modello di banca più tradizionale, che ponga le relazioni di clientela al centro dell'attività bancaria. Infatti, lo sviluppo di relazioni stabili e durature tra banca e impresa (*Relationship Banking*) consente l'accumulazione di informazioni non pubbliche, di tipo qualitativo, definite "soft" in contrapposizione alle informazioni oggettive e quantificabili contenute nei documenti contabili dell'impresa (definite invece "hard").

Nel rispetto dei modelli di rating interni e delle procedure di scoring, tradizionalmente adottati dalle banche in ottemperanza della normativa di vigilanza, è inoltre possibile conciliare questi due aspetti con un processo di *hardening* di *soft information*, cioè di inserimento di informazioni qualitative sull'impresa nei modelli di *credit scoring*. Sia l'introduzione di informazioni qualitative nei modelli di credit scoring che il rafforzamento del rapporto tra le banche e le imprese, ottenuto anche mediante i Confidi e le Associazioni di Categoria, quali partner del territorio, possono ridurre le asimmetrie informative, diminuendo anche la probabilità che imprese sane escano dal mercato, non perché i fondamentali siano a rischio, ma perché viene a mancare liquidità da parte dei clienti, che ritardano nei pagamenti, e/o dei finanziatori che non le ritengono sufficientemente meritevoli.

La logica del *Relationship Banking* permette dunque alla banca e ai suoi partner sul territorio di ammortizzare gli effetti di eventuali shock negativi nei confronti dell'impresa. La banca, cioè, è indotta, dalla stabilità del rapporto e dall'approfondita conoscenza del cliente, a svolgere un ruolo di "shock absorber", cioè ad attenuare gli effetti di tensioni finanziarie che altrimenti comporterebbero minore concessione del credito e/o innalzamento dei tassi d'interesse proprio in un momento in cui l'impresa si trova più in difficoltà¹⁵. In questo modo, migliora la capacità della banca di selezionare i progetti meritevoli e si evita il rischio di peggiorare le condizioni di tutte le imprese in difficoltà, con conseguenti rischi di selezione avversa. I benefici derivanti dal *Relationship Banking* sono maggiori per le imprese più piccole, che verosimilmente sono quelle che risentono di più delle difficoltà legate a dimostrare in modo oggettivo la bontà dei propri progetti.

L'analisi empirica condotta sul campione di piccole imprese clienti UniCredit¹⁶ conferma, tra gli altri risultati, che la stabilità del rapporto bancario riveste un ruolo importante nel ridurre la tensione finanziaria delle imprese. Il grado di tensione finanziaria risulta cioè fortemente influenzato dalla vicinanza informativa tra banca e impresa, approssimata dalla durata della relazione bancaria. In particolare, la durata del rapporto è in grado di ridurre la probabilità di tensione finanziaria, come emerge confrontando rapporti bancari di durata più o meno elevata, grazie appunto alla minore asimmetria informativa tra datore e prestatore di fondi (vedi Figura 16).

Figura 16 - Durata del rapporto banca - impresa e tensione finanziaria



Fonte: Elaborazione su dati UniCredit

Sebbene, a seguito dell'entrata a regime di Basilea II, le grandi banche abbiano attribuito maggiore rilevanza ai sistemi interni di rating e di credit scoring rispetto alla *soft information*, con la crisi qualcosa è cambiato. I risultati empirici dell'analisi condotta indicano che, presa coscienza della gravità della situazione, presso le banche ha prevalso la strategia di focalizzare l'attenzione sui clienti caratterizzati da minori asimmetrie informative ex-ante, cioè su quelle imprese con cui esiste maggiore vicinanza informativa, approssimata dalla durata della relazione banca-impresa.

Il ritorno al *Relationship Banking* porta con sé implicazioni rilevanti per il modello organizzativo delle banche, in quanto le caratteristiche organizzative influenzano la capacità della banca di raccogliere e sfruttare la *soft information*.

15 Bongini P., Di Battista M.L., Nieri L., 2009, Relationship banking: una soluzione antica contro la crisi recente? *Bancaria* n. 5.

16 Ferri G., Riggi M.R., Rotondi Z., 2009, Inside the crisis: the importance of the bank-firm relationship in harsh times. In *After the crisis. Italian Financial Industry between stability and development*, Bracchi G. and D. Masciandaro (ed.) XIV Report of Fondazione Rosselli.

Su questi aspetti, una recente indagine di Banca d'Italia¹⁷ ha messo in luce che per superare il conflitto tra il costo di ottenere *soft information* e la probabilità che si verifichino problemi di azzardo morale, le grandi banche hanno optato per una maggiore delega dei poteri di erogazione del credito ai livelli più vicini al territorio. In questo modo è aumentato l'ammontare del fido concedibile in autonomia da parte del responsabile di filiale, sebbene il grado di autonomia rispetto al Direttore Generale sia inferiore a quello delle banche di piccole dimensioni, data la lunghezza della linea gerarchica di comando (Tabella 2).

Tabella 2 - Poteri di delega e grado di autonomia decisionale

	AMMONTARE DI FIDO CONCEDIBILE IN AUTONOMIA DAL RESPONSABILE DI FILIALE	GRADO DI AUTONOMIA DECISIONALE (AMMONTARE IN % DEL CORRISPONDENTE VALORE DEL D.G.)
Banche medie e grandi	546	5,3
Banche piccole appartenenti a gruppi	202	11
Banche piccole non appartenenti a gruppi	92	13,7
Banche di credito cooperativo	53	19,2
Totale	154	14,7

Fonte: Banca d'Italia

Un modo per esprimere al meglio il modello del Relationship Banking è quello di stabilizzare le figure professionali che si interfacciano con le imprese. La permanenza del responsabile di filiale deve essere sufficientemente duratura per acquisire la *soft information* ma, allo stesso tempo, tale da evitare degenerazioni collusive con l'economia locale (Tabella 3). Lo studio sopra citato evidenzia che la permanenza media del responsabile di filiale nelle banche medio-grandi risulta inferiore rispetto a quella nelle banche piccole.

Tabella 3 - Permanenza media del responsabile di filiale

	MESI (VALORE MEDIO)	TENDENZA ALLA DIMINUIZIONE DELLA PERMANENZA (% DELLE RISPOSTE IN DIMINUIZIONE)
Banche medie e grandi	32	39
Banche piccole appartenenti a gruppi	38	36
Banche piccole non appartenenti a gruppi	49	27
Banche di credito cooperativo	50	42
Totale	45	38

Fonte: Banca d'Italia

17 Albereto G., Benvenuti M., Mocetti S., Pagnini M., Rossi P., 2008, L'organizzazione dell'attività creditizia e l'utilizzo di tecniche di credit scoring nel sistema bancario italiano. Questioni di Economia e Finanza (*Occasional Papers*), Banca d'Italia.

L'analisi fin qui condotta si avvale di numerose e utili fonti informative pubbliche e private, ma per completezza è indispensabile dare voce ai piccoli imprenditori. A tale scopo il capitolo successivo mette in luce i risultati di un'ampia indagine condotta su 6.000 piccoli imprenditori clienti di UniCredit, che come ogni anno vengono intervistati sul loro modo di percepire il mondo dell'economia reale e finanziaria.

CONCLUSIONI

La crisi economica internazionale ha messo in seria difficoltà il sistema bancario, obbligandolo ad abbandonare un modello di business che comporta l'assunzione di rischio eccessivo e la creazione di prodotti finanziari innovativi e poco regolamentati, a favore di nuovi modelli di business sostenibili ed al ripristino della fiducia da parte di istituzioni e clienti.

Il modello della banca commerciale si profila come quello più robusto rispetto agli scossoni della crisi, avendo fatto leva nella fase acuta su masse critiche di clientela rilevanti, che hanno permesso alle banche di accedere mediante i volumi di raccolta diretta a forme di liquidità altrimenti costose.

In questo nuovo contesto, ha assunto particolare rilevanza il monitoraggio del rischio di credito.

Le PMI, che delle banche commerciali sono clienti, in Italia non hanno subito una stretta creditizia pari a quella sperimentata nelle precedenti crisi. Malgrado un calo record del PIL, la contrazione del credito in termini reali è stata in media più contenuta rispetto alle maggiori crisi del passato. Nel nostro Paese ha giocato a favore un settore bancario privatizzato, che dalla fine degli anni Novanta ha saputo sostenere l'economia produttiva a fronte della debolezza in termini di patrimonializzazione delle imprese. Di questo assetto hanno in particolare giovato gli attori più fragili del mercato, cioè le piccole e micro imprese e i territori meno avvantaggiati in termini imprenditoriali come il Mezzogiorno d'Italia.

Le banche italiane di fronte alla crisi hanno saputo dimostrarsi flessibili in termini di valutazione del rischio di credito, quando invece i modelli di valutazione del merito creditizio ispirati a Basilea II si sono dimostrati prociclici.

Anche alla luce dell'esperienza maturata in occasione della crisi, il nuovo modo di "fare banca" deve porre maggiore attenzione alla relazione con il cliente, a porsi come riferimento stabile sul territorio, a stringere accordi significativi con partner strategici quali Confidi e Associazioni di Categoria e ad inserire informazioni di tipo qualitativo all'interno di modelli statistici di valutazione del credito.

05



LA REAZIONE ALLA CRISI: I COMPORTAMENTI DEI PICCOLI IMPRENDITORI





LA REAZIONE ALLA CRISI: I COMPORTAMENTI DEI PICCOLI IMPRENDITORI

**RETAIL RESEARCH AND COMPETITORS BENCHMARKING,
UNICREDIT GROUP**

INTRODUZIONE

Nel capitolo 4 si sono approfondite le condizioni che hanno portato alla crisi, ponendo l'accento sui canali di trasmissione attraverso i quali i suoi effetti hanno investito le piccole imprese. È stata inoltre condotta un'analisi sui dati dei clienti UniCredit per investigare il loro accesso al credito durante questa fase critica. In questo capitolo ci si rivolge direttamente ai piccoli imprenditori, concentrandosi sui vincoli e sulle sfide che stanno fronteggiando. Sono inoltre approfondite le strategie attuate dal singolo imprenditore, distinguendo tra valorizzazione del territorio, internazionalizzazione e innovazione.

Cogliere questo processo è un'operazione molto complessa, che si avvale di un'indagine presso oltre 6.000 piccole imprese clienti della Divisione Retail di UniCredit¹. Le interviste forniscono una fotografia accurata della realtà imprenditoriale e permettono di far luce sulle percezioni degli operatori circa il presente e il futuro della loro attività. Nello specifico, le domande del questionario riguardano:

- le caratteristiche strutturali delle imprese e degli imprenditori;
- il contesto operativo, performance e posizionamento competitivo;
- le strategie imprenditoriali: formazione; innovazione; internazionalizzazione;
- il rapporto con gli altri attori sul territorio: clienti e fornitori, sistema finanziario, Associazioni di Categoria e Confidi.

Il capitolo è così organizzato: dopo un'analisi di come i piccoli imprenditori si sono comportati dinanzi alla crisi (sezione 5.1), si illustrano i risultati dell'indagine seguendo tre percorsi che identificano le leve competitive a disposizione della piccola impresa: la valorizzazione del territorio, inteso in senso relazionale (sezione 5.2), l'internazionalizzazione (sezione 5.3) e l'innovazione (sezione 5.4). Tali fattori, specie se utilizzati insieme, sono cruciali per il successo competitivo della singola impresa; pertanto un'analisi incentrata su questi ambiti permette di effettuare considerazioni sul grado di competitività del sistema produttivo nazionale.

5.1 I PICCOLI IMPRENDITORI E LA CRISI

Nel corso del capitolo 4 è stato dato ampio respiro alle cause della crisi economica del 2007-2008, affrontando il tema dell'accesso al credito da parte della piccola impresa. Si tratta di risultanze sicuramente oggettive, ma che non rendono conto della complessità del fenomeno e dei suoi

¹ L'indagine è basata su interviste CATI (Computer Assisted Telephone Interview) a 6.150 clienti UniCredit, distribuiti su tutto il territorio nazionale. Gli intervistati sono stati individuati secondo uno schema che riconduce il campione alla popolazione delle imprese che esso rappresenta. Le interviste sono state somministrate da Doxa nel periodo luglio-settembre 2009.

effetti così come sono percepiti dagli stessi imprenditori. È a loro che viene espressamente dedicata la consueta indagine UniCredit, con un ampio questionario che comprende una specifica sezione incentrata sull'avvento della crisi come è stata vissuta dalle piccole imprese.

La fase recessiva che ha travolto l'economia in questo ultimo anno ha gettato indubbiamente un velo di profonda incertezza tanto sul presente quanto sul futuro prossimo. Sebbene le prospettive a breve termine dipendano in maniera cruciale dai percorsi di sviluppo delle economie locali, dalla ristrutturazione del mercato del lavoro nazionale e dal grado di fiducia dei consumatori, è importante cogliere il processo di azione e reazione alla crisi da parte della singola impresa. Da questo punto di vista i risultati dell'indagine alle piccole imprese clienti della Divisione Retail di UniCredit, nonché il loro confronto con le risultanze dello scorso anno, permettono di far luce su come la crisi economico-finanziaria abbia modificato la percezione degli operatori circa il presente e il futuro della loro attività.

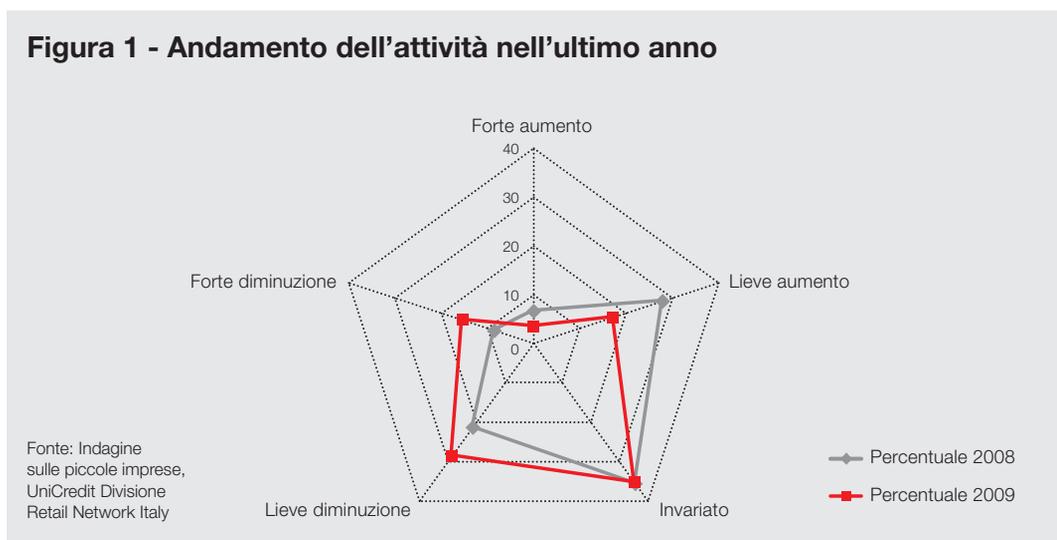
È di dominio comune che la crisi abbia riguardato tutti gli operatori economici, ma dall'indagine è possibile stimare che essa abbia colpito in particolare le piccole imprese: il 68,8% di quelle intervistate dichiarano infatti di avere registrato un peggioramento delle condizioni di mercato nel settore in cui operano.

Il fenomeno viene colto anche nell'andamento dell'attività nell'ultimo anno (Figura 1). Nel 2008 gli imprenditori che avevano registrato una crescita in termini di fatturato o numero di addetti erano



il 34,5%, quota che nel 2009 si attesta al 20,6%, con un calo di circa 14 punti percentuali. Inoltre, tale dinamica è stata interamente a carico di coloro che hanno sofferto una diminuzione (rispettivamente, 29,9% nel 2008 e 44% nel 2009), ripartita equamente tra “lieve” e “forte” entità. Le situazioni di grave difficoltà sono purtroppo in notevole aumento (15,4% al 2009 contro 8,5% al 2008), anche se nella maggioranza dei casi le variazioni negative sperimentate sono state di piccola portata (28,5%). Mentre la quota delle imprese in lieve miglioramento si mantiene relativamente buona (17,2%), la percentuale di coloro che dichiarano stabilità in termini di fatturato o addetti è rimasta elevata ma soprattutto invariata rispetto al 2008: 35,4% contro il 35,6% dello scorso anno, spia di uno zoccolo duro di piccole imprese il cui giro d'affari ha carattere “strutturale” e resistente alla difficile situazione di congiuntura economica.

Figura 1 - Andamento dell'attività nell'ultimo anno



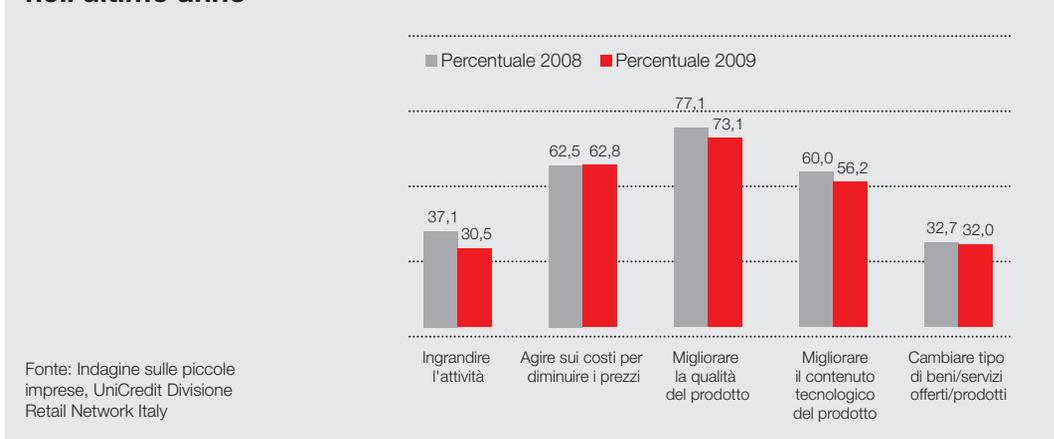
Si consideri ora la Figura 2². Tra le diverse azioni proposte in risposta alla dinamica dell'attività d'impresa (sia essa positiva, negativa o stabile) spiccano anche per il 2009 il miglioramento della qualità e del contenuto tecnologico dei beni e servizi offerti (rispettivamente 73,1% e 56,2%), entrambe tuttavia in calo di circa 4 punti percentuali rispetto ai risultati del 2008. Sostanzialmente invariate le strategie di contenimento dei costi (62,8% al 2009 contro il 62,5% nel 2008) e di modifica del paniere di offerta (32% contro 32,7%), mentre in sensibile calo (quasi 7 punti percentuali) risulta la decisione di ingrandire l'attività (30,5% a fronte di un 37,1% dell'anno precedente).

Tali risultati evidenziano come, al di là dell'inevitabile necessità di controllo sui costi operativi, le piccole imprese italiane siano consapevoli che qualità intesa in senso lato e innovazione siano due delle leve principali per affrontare situazioni di particolare difficoltà come la presente crisi. La reazione è dunque presente, anche se non massima. Un cambiamento radicale nei beni e servizi prodotti o l'ingrandimento dell'attività richiedono d'altra parte notevoli investimenti, che si traducono in ulteriori costi fissi difficilmente recuperabili nel breve periodo. Tali linee di condotta potrebbero non essere alla portata di tutti gli intervistati, e in ogni caso sono indubbiamente rischiose, se non addirittura controproducenti.

2 A ciascuna modalità l'intervistato ha avuto la possibilità di rispondere SI/NO, per cui il totale delle risposte eccede il numero di intervistati. Si considera la percentuale di imprenditori che rispondono "SI" alla domanda.

Per il 2009 il 42,2% degli intervistati segnala inoltre la decisione di aumentare il patrimonio da destinare all'attività d'impresa (opzione non presente nel questionario 2008 e pertanto non evidenziata in figura).

Figura 2 - Azioni intraprese sulla base dell'andamento registrato nell'ultimo anno



Non si dimentichi che, mentre l'andamento dell'attività di impresa in senso stretto (fatturato o numero di addetti) è un dato oggettivo, le azioni intraprese in reazione a tale dinamica sono strettamente collegate alla percezione degli operatori circa la situazione del mercato di riferimento. Come anticipato a inizio paragrafo, nel 2009 il 68,8% degli intervistati lamenta un peggioramento nelle condizioni di mercato nel proprio settore nell'ultimo anno, a fronte di un 41,3% nel 2008³. Di questi ben il 46,5% (32% dell'intero campione) ha effettivamente reagito ripensando o riadattando la propria attività (solo il 17,5% nel 2008, pari al 7,2% dell'intero campione), anche se i dati mostrano purtroppo elevate percentuali di risposta positiva a atteggiamenti di rassegnazione, quali l'accettazione della diminuzione del fatturato o il rinvio di investimenti a tempi migliori (rispettivamente 78,9% e 73%, vedi Tabella 1⁴). In aumento rispetto al passato anche la strategia di riduzione del prezzo (43,2% contro 24,9%), molto probabilmente in azione congiunta con un attento controllo sui costi (vedi Figura 2). La percentuale degli "inattivi", cioè di coloro non ancora colpiti dagli effetti negativi del ciclo economico, diminuisce di quasi 9 punti percentuali rispetto al 2008, ma resta comunque relativamente elevata attestandosi al 23,7%. Non bisogna dimenticare che la domanda sulle strategie di reazione è stata posta solo a coloro che hanno dichiarato un peggioramento delle condizioni di mercato; osservando le percentuali sull'intero campione i dati sono ancora più confortanti: 13,4% di "inattivi" nel 2008 contro il 16,3% del 2009, a conferma dell'esistenza di una nicchia imprenditoriale immune dagli effetti della crisi, come precedentemente evidenziato a commento della Figura 1.

³ Le due domande non sono perfettamente comparabili. Mentre nel 2009 viene chiesto esplicitamente se si sono registrati peggioramenti delle condizioni di mercato nell'ultimo anno, con possibilità di risposta positiva o negativa, nel 2008 si fa riferimento a una generica preoccupazione relativa alla concorrenza, con tre opzioni di risposta possibili ("si da sempre", "si recentemente", "no produco beni/servizi unici/di nicchia"). In particolare, il 22,2% degli intervistati lamentavano una preoccupazione recente, mentre per il 19,1% la preoccupazione era "da sempre". Sebbene la proxy migliore sia la modalità "si recentemente", le domande successive sono filtrate su entrambe le risposte positive, e pertanto si è deciso di commentare la percentuale congiunta. Discorso analogo si applica alle domande di seguito commentate, per le quali si confronta la reazione a condizioni operative sfavorevoli, più che la causa che le ha generate.

⁴ Si considera la percentuale di imprenditori che rispondono "SI" alla domanda sul numero di intervistati che hanno registrato un peggioramento delle condizioni di mercato nel proprio settore (68,8% nel 2009, 41,3% nel 2008).

Tabella 1 - Reazione al peggioramento delle condizioni di mercato (percentuali su validi)

	PERCENTUALE 2008	PERCENTUALE 2009
Non ha fatto niente perché non ha ancora avuto impatti negativi	32,5	23,7
Ha accettato la riduzione del fatturato	16,0	78,9
Ha diminuito i prezzi per non ridurre il fatturato	24,9	43,2
Ha ripensato/riadattato la Sua attività	17,5	46,5
Ha rinviato gli investimenti a tempi migliori	opzione non presente	73,0
Totale di riferimento	2.551	4.232

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: per il 2009, totale rispondenti 4.232, pari alle imprese che hanno registrato difficoltà (68,8% del totale). Per il 2008, totale rispondenti 2.551 (41,3% del totale). Dati percentuali

La Tabella 2 mostra quale è stata l'azione effettivamente intrapresa nel momento in cui l'imprenditore ha deciso di ripensare la propria attività, a seguito del peggioramento delle condizioni di mercato nel proprio settore⁵. I risultati sono coerenti con quanto prima evidenziato: spicca nuovamente il ricorso a processi innovativi, in particolare legati al miglioramento della qualità dei beni e servizi offerti (71,2%). Più del 50% degli intervistati ha puntato sulla specializzazione, vendendo prodotti e servizi specifici, mentre buona parte delle piccole imprese ha comunque percorso la via dell'innovazione seppur in altre forme: aumento del contenuto tecnologico dei beni e servizi offerti (44,6%) e informatizzazione di alcuni processi aziendali, in un'ottica di riduzione costi (43,8%). Presenti anche le innovazioni di prodotto (39,8%) o di processo, quali l'internazionalizzazione di fasi produttive prima affidate all'esterno, decisione anche questa probabilmente guidata da un fattore di costo (34,1%). Meno utilizzate azioni più radicali, quali ad esempio l'esternalizzazione (19,4%) o la delocalizzazione produttiva (17%) (si rinvia alla sezione 5.3 per un'analisi più dettagliata in tema di internazionalizzazione).

Rispetto al 2008 vi è una sostanziale coerenza nella maggiore o minore frequenza delle strategie attuate, ma una più bassa intensità. Su tutte le opzioni proposte le percentuali di risposta nel 2009 risultano infatti inferiori, ma tale risultato non è anomalo: mentre nel 2008 l'imprenditore poteva permettersi di tentare più strade per affrontare le difficoltà di mercato, nel 2009 l'inasprimento delle condizioni operative lo ha costretto con molta probabilità a concentrarsi su poche azioni, se non addirittura una sola⁶.

⁵ Si considera la percentuale di imprenditori che rispondono "SI" alla domanda sul numero di intervistati che hanno dichiarato un ripensamento/riadattamento dell'attività.

⁶ L'intervistato ha avuto infatti la possibilità di rispondere SI/NO a ciascuna delle opzioni presentate.

Tabella 2 - Azione effettiva intrapresa nell'ultimo anno per ripensare/riadattare l'attività (percentuali su validi)

	PERCENTUALE 2008	PERCENTUALE 2009
Si è specializzato nella vendita di beni/servizi specifici	61,7	51,9
Ha cambiato l'organizzazione affidando alcune fasi produttive all'esterno	33,9	19,4
Ha cambiato l'organizzazione rendendo interne alcune fasi produttive prima svolte dall'esterno	opzione non presente	34,1
Ha informatizzato i processi di fornitura, gestione, vendita per ridurre i costi	57,8	43,8
Ha cambiato i beni e servizi offerti	50,9	39,8
Ha allargato i canali di vendita (tramite franchising o commercio elettronico)	47,1	38,3
Ha aumentato la qualità dei beni/servizi forniti	85,9	71,2
Ha aumentato il contenuto tecnologico dei beni/servizi forniti	65,9	44,6
Ha ingrandito attività/aperto un altro punto vendita/acquistato un laboratorio o sito produttivo/costituito una nuova unità locale	37,2	17,0
Totale di riferimento	446	1.967

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

È giunto il momento di gettare uno sguardo al futuro: come reagiranno i piccoli imprenditori al perdurare della crisi? I risultati dell'indagine riportati in Tabella 3⁷ confermano anche in prospettiva quanto visto in precedenza: tra coloro che dichiarano un peggioramento delle condizioni di settore, le pratiche riconducibili alla sfera delle innovazioni sono le più citate. Le intenzioni degli imprenditori sono orientate soprattutto verso il miglioramento della qualità dei beni e servizi offerti (77,9%), processo che presuppone un più alto livello di innovazione e tecnologia nell'attività produttiva, di fatto già messo in atto negli ultimi anni⁸. Seguono la ricerca di nuovi prodotti e servizi (71%) e l'innovazione della forma distributiva (63,4%). Poco più del 60% degli intervistati opterebbero anche per il miglioramento del contenuto tecnologico dei prodotti e per l'adozione di nuove politiche di marketing, comunicazione e pubblicità, mentre il 58,2% è favorevole a innovazioni di processo. La modalità meno citata, sia in termini effettivi che prospettici, è relativa ai cambiamenti nell'organizzazione del lavoro, che potrebbero portare a un aumento della produttività delle piccole imprese (vedi Tabella 2)⁹. La produttività è un nodo cruciale per la competitività del tessuto produttivo italiano e sarà esaminata nella sezione 6.1.1.

7 Si considera la percentuale di imprenditori che rispondono "Sì" alla domanda sul numero di intervistati che hanno registrato nell'ultimo anno un peggioramento delle condizioni di mercato nel proprio settore (68,8%).

8 Un'indicazione in tal senso viene dall'andamento dei flussi di scambio con l'estero di tecnologia non incorporata in beni fisici, registrati nella bilancia dei pagamenti della tecnologia. Il saldo della bilancia dei pagamenti della tecnologia è tornato positivo nel 2006 per la prima volta dal 1992, segnalando scambi di output tecnologici superiori a quelli degli input. Un ruolo rilevante nel passaggio dal deficit al surplus è stato giocato proprio dalle imprese con meno di 20 addetti (vedi Rapporto UniCredit sulle Piccole Imprese, V edizione, capitolo 4).

9 Per come è stata riformulata la domanda da un anno all'altro, un confronto diretto con le percentuali del 2008 non è purtroppo possibile. Tuttavia andando a guardare l'ordinamento, si nota come anche nel 2008 emergesse uno spiccato orientamento all'innovazione di prodotto, tanto in termini di miglioramento della qualità, quanto di ampliamento della gamma offerta. Sempre relativamente scarso il ruolo assegnato alla riorganizzazione interna, sebbene fanalino di coda fossero le innovazioni relative alla forma distributiva.

Nel complesso, dalle risposte emerge la consapevolezza che, al di là della crisi come momento congiunturale, qualcosa è cambiato strutturalmente sui mercati, e che quindi fin da subito bisogna ripensare a una strategia di posizionamento in un contesto sempre più competitivo. Si conferma in tal modo (vedi sezione 1.4) la sensazione che effettivamente il mondo imprenditoriale italiano si accinga ad affrontare un nuovo percorso di trasformazione, tutto ancora da definire.

Tabella 3 - Intenzione future qualora le difficoltà perdurassero (percentuali su validi)

	PERCENTUALE 2009
Migliorare la qualità dei prodotti/servizi offerti	77,9
Ricerca nuovi prodotti/servizi rispetto a quelli già esistenti	71,0
Innovare la forma distributiva per migliorare la commercializzazione dei beni e servizi offerti	63,4
Adottare nuove politiche di marketing, comunicazione, pubblicità	60,8
Migliorare il contenuto tecnologico dei prodotti offerti	60,3
Innovare i processi aziendali (produzione, gestione magazzino)	58,2
Innovare l'organizzazione interna, ad esempio con una più chiara suddivisione dei compiti e/o delle fasi, creando delle funzioni aziendali (es. finanza o amministrazione...)	49,7
Totale di riferimento	4.232

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Nota: per il 2009, totale rispondenti 4.232, pari alle imprese che hanno registrato difficoltà (68,8% del totale). Dati percentuali

Come risaputo, le difficoltà sui mercati si sono accompagnate a situazioni di notevole tensione nella gestione finanziaria dell'azienda di piccola dimensione, tensione riscontrata dal 39,4% degli intervistati. La Tabella 4 riassume le cause che hanno pesato nel determinare le difficoltà finanziarie, così come percepite dalle piccole imprese. Spicca l'allungamento dei tempi di pagamento da parte dei clienti, che per il 76,6% degli intervistati ha pesato "molto" o "abbastanza". Per il 71,8% delle imprese del campione ha inoltre pesato la significativa riduzione delle vendite in Italia, contro un 20,7% che dichiara un calo delle vendite all'estero. È ormai assodato che le origini della crisi sono da ricercare principalmente al di fuori dei confini nazionali e che il crollo della domanda estera è alla base della recessione che ha investito il sistema produttivo italiano in modo anomalo, colpendo in prima battuta le imprese che esportano e che hanno effettuato investimenti. Tuttavia, le imprese industriali oggetto dell'indagine qui presentata appartengono tipicamente a una fitta rete di subfornitura, che vede come capofila le medie e grandi imprese i cui mercati di sbocco sono prevalentemente esteri. Questa peculiarità mette in luce come sia importante considerare in termini di sistema le imprese italiane, superando l'apparente contrapposizione tra imprese piccole e medio/grandi. Occorre dunque oggi più che mai ragionare in un'ottica di filiera in cui sia la piccola che la media e grande impresa sono parti imprescindibili dei processi di sviluppo. Se la catena di piccole, medie e grandi imprese si spezzasse da qualche parte, si metterebbe a rischio la qualità del prodotto finale e ne soffrirebbe l'intero sistema Paese.

Una significativa parte del campione (64,1%) denuncia il costo delle materie prime interessate come "molto" o "abbastanza" rilevante nel determinare le attuali difficoltà. Non è trascurabile la quota di rispondenti (50,4%) che dichiara difficoltà legate ai rendimenti finanziari, elemento pervasivo soprattutto se si considera il labile confine tra patrimonio personale e aziendale per il

piccolo imprenditore. A tali difficoltà si sono aggiunte quelle del sistema creditizio, che nel pieno della tempesta finanziaria ha visto contrarre i mezzi patrimoniali in modo significativo (per un approfondimento in tal senso si rinvia alla sezione 4.2.2). In questo modo, il 35,1% delle imprese intervistate dichiara che la richiesta di rientro dalle linee di fido da parte della banca ha giocato un ruolo molto o abbastanza significativo nelle difficoltà emerse nell'ultimo anno. Dinanzi a tale situazione il sistema finanziario non è rimasto inerte e ha messo in campo risorse e competenze, sia con l'attuazione di iniziative virtuose sul territorio realizzate in sinergia con Confidi ed Associazioni di Categoria¹⁰, sia con un ritorno alle origini, ossia ad un modello bancario di tipo relazionale (il cosiddetto relationship banking)¹¹, più consono nei periodi di crisi, quando le situazioni di illiquidità rischiano di trasformarsi in insolvenza anche per le imprese sane¹².

Tabella 4 - Cause delle difficoltà sopravvenute nell'ultimo anno

	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE	NON SA NON INDICA
Allungamento dei tempi di pagamento dei miei clienti	50,4	26,1	7,7	15,5	0,3
Riduzione significativa delle vendite in Italia	42,2	29,6	11,0	16,7	0,5
Richiesta da parte della banca di rientro dalle linee di fido	18,3	16,8	13,2	51,3	0,4
Riduzione significativa delle vendite all'estero	11,9	8,9	10,2	67,8	1,3
Perdite o minor rendimento degli investimenti finanziari	23,9	26,5	16,0	32,9	0,7
Aumento del costo delle materie prime utilizzate	35,0	29,1	12,9	22,6	0,4

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti 2423, pari alle imprese che hanno registrato sopravvenute difficoltà nell'ultimo anno (39,4% del totale). Dati percentuali

Neanche le piccole imprese sono rimaste inattive dinanzi alle difficoltà finanziarie (Tabella 5). Per oltre il 66% degli intervistati la prima difesa è consistita nel procrastinare gli investimenti pianificati, con conseguenze anche sulla domanda di credito da parte delle stesse (Tabella 5)¹³. Il 63% dei rispondenti inoltre ha allungato i tempi di pagamento ai fornitori, di fatto trasferendo su di loro le proprie difficoltà finanziarie e innescando un effetto domino di mancanza di liquidità e di attendismo. Quasi il 50% delle piccole imprese intervistate ha poi dovuto fare ricorso a mezzi propri, aumentando il patrimonio aziendale. In effetti, la sottopatrimonializzazione, come si vedrà

¹⁰ A tale proposito si rinvia alla sezione 6.2.2 per un approfondimento.

¹¹ Ferri G., M. R. Riggi, Z. Rotondi (2009) "Inside the crisis: the importance of the bank-firm relationship in harsh times", in Bracchi G. e D. Masciandaro (a cura di) "Dopo la crisi. L'industria finanziaria italiana tra stabilità e sviluppo", XIV Rapporto Fondazione Rosselli.

¹² Benché il relationship banking si fondi sulla durata del rapporto finanziario, alcune indicazioni in merito emergono anche osservando il numero di banche con cui l'impresa intrattiene rapporti. Analogamente a quanto rilevato nel 2008, gli intervistati hanno per lo più una (nel 37,9% dei casi) o due (35,8%) banche di riferimento. Resta consistente la percentuale di piccole imprese che ha rapporto con tre banche (16,4%), ma per numerosità superiori i valori diventano trascurabili.

¹³ La contrazione o il rinvio degli investimenti è coerente con quanto riscontrato da altre indagini. In particolare, l'Osservatorio sulla Finanza per i Piccoli Operatori Economici CRIF-Nomisma (13° Workshop Club) mette in evidenza che risultano in netto calo gli investimenti materiali programmati. Discorso differente vale per gli investimenti programmati per il rafforzamento dell'area finanziaria aziendale e la ricerca di nuovi prodotti. Come evidenziato nella Tabella 3, le intenzioni future degli imprenditori qualora le difficoltà perdurassero sono concentrate, oltre che sul miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi esistenti (77,9%), sulla ricerca di nuovi beni e servizi (71%).

di seguito (sezione 6.2.2), costituisce un vincolo non di poco conto nel rapporto tra banca e impresa. Molte, infine, le imprese che hanno fatto ricorso a una rinegoziazione delle scadenze con la banca per rinviare i pagamenti dei debiti.

Tabella 5 - Azioni immediate in risposta all'insorgere delle difficoltà finanziarie

	PERCENTUALE
Rinvio degli investimenti pianificati	66,8
Allungamento dei tempi di pagamento ai fornitori	63,0
Aumento del patrimonio dell'azienda con versamenti personali/dei soci	49,4
Rinegoziazione delle scadenze con la banca	38,5

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Italia

Come discusso nella sezione 4.2, dinanzi a un calo del credito alle imprese è estremamente difficile distinguere la componente di domanda, dovuta ad un indebolimento dell'attività economica, da quella dell'offerta, dovuta alle pressioni poste sul sistema finanziario da un peggioramento nella qualità del credito delle imprese e/o da situazioni di sottopatrimonializzazione nei bilanci bancari.

Nonostante le obiettive difficoltà del sistema finanziario manifestatesi dalla fine del 2008, anche l'indagine UniCredit avvalorava la tesi per cui la domanda di credito ha subito una contrazione significativa. Tra le fonti di finanziamento utilizzate, il credito bancario pesa fino al 30% per circa un quinto degli intervistati, dal 30 al 50% per un altro quinto, mentre poco più del 14% dichiara di far ricorso alla banca per almeno il 70 del proprio fabbisogno finanziario (vedi Tabella 6). Questi risultati sono senza dubbio positivi, anche se è significativa la percentuale di chi dichiara di non fare alcun ricorso al credito bancario, ma piuttosto al capitale personale, utilizzato in via principale o esclusiva dal 40,4% degli intervistati. È poco in uso invece il ricorso a familiari o conoscenti, così come la ricerca di soci d'affari quali partner industriali o finanziari: rispettivamente l'80,6% e il 91,5% degli intervistati dichiarano addirittura di non fare alcun uso dell'uno o dell'altro canale.

Tabella 6 - Quota di finanziamento dalle diverse fonti

QUOTA DI FINANZIAMENTO DALLE DIVERSE FONTI SU UN FABBISOGNO TOTALE DI 100	MEZZI PROPRI	FAMILIARI E/O CONOSCENTI	BANCA	SOCIO D'AFFARI (PARTNER INDUSTRIALE O FINANZIARIO)
Nessun ricorso	14,4	80,6	40,4	91,5
Fino al 30%	15,2	12,0	19,7	5,2
Dal 30% al 50%	21,5	4,4	19,4	1,5
Dal 50% al 70%	7,3	0,4	4,9	0,3
Dal 70% al 100%	40,4	1,5	14,4	0,4

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Il minor ricorso al sistema bancario emerge chiaramente analizzando i dati in un'ottica più generale e osservando i principali canali di finanziamento delle piccole imprese, indipendentemente dal grado di utilizzo (Tabella 7). Nel 2009 la banca è un canale di finanziamento per il 58,4% delle piccole imprese intervistate, con un calo di oltre 16 punti percentuali rispetto al 2008. Tale diminuzione non si traduce peraltro in un maggiore ricorso ad altri canali, che risultano anzi parimenti in diminuzione (fatta eccezione per l'utilizzo di mezzi propri, che passa da 83,1% nel 2008 a 84,4% nel 2009).

Tabella 7 - Canali di finanziamento dell'impresa

	PERCENTUALE 2008	PERCENTUALE 2009
Mezzi propri	83,1	84,4
Familiari e/o conoscenti	25,1	18,2
Banca	74,9	58,4
Socio d'affari	13,4	7,4

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Il minor ricorso al credito si ricollega in maniera diretta alle decisioni di rinvio degli investimenti o di aumento del patrimonio delle piccole imprese; tuttavia potrebbero essere in atto anche meccanismi di contrazione dell'offerta da parte del sistema finanziario. Pertanto, occorre esaminare separatamente il lato della domanda da quello dell'offerta di credito.

Per quanto riguarda la domanda di credito diretta verso il sistema bancario, l'indagine pone in evidenza come il 53,3% delle piccole imprese intervistate stia attualmente utilizzando l'intero ammontare del credito a propria disposizione sotto varie forme (anticipi su fatture, salvo buon fine, etc.). Inoltre, il 26,1% dei rispondenti dichiara che nel corso del 2009 ha ritenuto opportuno ridurre il ricorso al credito bancario rispetto al 2008, mentre l'anno scorso si trattava solo del 19,2%.

Per varie ragioni collegate alla crisi¹⁴, oltre un quarto delle imprese ha ridotto la domanda di credito presso le banche, il che ha significativamente inciso sui volumi dei prestiti erogati nel corso del 2009.

Per quantificare la variazione del credito dal lato dell'offerta, il questionario prevede sia una serie di domande generiche, sia domande specifiche per quantificare il fenomeno del razionamento del credito.

In generale, il 12% degli intervistati dichiara che, rispetto all'anno scorso, nel 2009 la banca ha ridotto i volumi di credito accordato, in consistente aumento rispetto al 7,7% rilevato nel 2008.

Una lettura congiunta delle risposte delle piccole imprese sulla domanda e l'offerta di credito nel 2008 e nel 2009 è riportata nella Tabella 8. Affiancando i risultati si evidenzia una caduta della domanda pari al 6,9%, contro un calo sul fronte dell'offerta del 4,3%. L'effetto netto risulta pertanto, a detta delle piccole imprese, imputabile alla loro decisione di ridurre il ricorso al credito bancario.

¹⁴ Relativamente a quanto rilevato nel 2009, le cause della riduzione della domanda di credito sono: le imprese hanno privilegiato il ricorso a mezzi propri o personali (69,8%), ridotto le scorte (62,7%) e sospeso qualsiasi forma di investimento per timore della crisi (62,5%).

Tabella 8 - Domanda e offerta nella riduzione del credito

	PERC.		PERC.
Nel corso del 2009 ha ritenuto opportuno ridurre il ricorso al credito bancario rispetto al 2008?	26,1	Nel corso del 2008 aveva ritenuto opportuno ridurre il ricorso al credito bancario rispetto al 2007?	19,2
Nel corso del 2009 la banca le ha ridotto l'ammontare del credito a disposizione rispetto al 2008?	12,0	Nel corso del 2008 la banca le ha ridotto l'ammontare del credito disponibile rispetto al 2007?	7,7

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti 6.150. Dati percentuali

Le domande più legate al razionamento del credito sono volte a valutare la percezione del fenomeno da parte delle piccole imprese prima e dopo che si manifestasse la fase acuta della crisi, secondo l'ordine indicato in Tabella 9.

In particolare, la percezione degli intervistati sul fenomeno è rilevabile dalle risposte alla seconda e terza domanda, mentre le risposte positive alla prima domanda non sono di per sé indicative della presenza di razionamento del credito. Nel seguito, si fa riferimento al razionamento del credito in senso "forte" quando le imprese rispondono positivamente a tutte e tre le domande, situazione che consente di individuare una situazione di razionamento del credito effettiva¹⁵.

La percentuale di piccole imprese che avrebbe desiderato disporre di una maggiore quantità di credito al tasso concordato con la banca passa dal 26,7% del 2008 al 44,4% del 2009. Restringendo il campo a coloro che hanno effettivamente fatto domanda per ottenere altro credito senza riceverlo, le percentuali si ridimensionano considerevolmente: 17,1% degli intervistati nel 2009 contro il 10,4% nel 2008. La restrizione del credito in senso forte, infine, riguarda coloro che, tra questi, non hanno ottenuto credito anche se erano disposti a pagare un tasso di interesse più elevato. Si tratta del 7,6% delle piccole imprese nel 2009, con un aumento del 2,6% rispetto al 2008.

Tabella 9 - L'accesso delle imprese al credito bancario

LA DIFFICOLTÀ DI ACCESSO AL CREDITO NEL 2009	LA DIFFICOLTÀ DI ACCESSO AL CREDITO NEL 2008
<i>Nel corso del 2009 avrebbe desiderato disporre di una maggiore quantità di credito al tasso d'interesse concordato con la banca?</i>	<i>Nel corso del 2008 avrebbe desiderato disporre di una maggiore quantità di credito al tasso d'interesse concordato con la banca?</i>
SI: 44,4%	SI: 26,7%
<i>Se SI: nel corso del 2009 ha domandato una maggiore quantità di credito senza ottenerla?</i>	<i>Se SI: nel corso del 2008 ha domandato una maggiore quantità di credito senza ottenerla?</i>
SI: 17,1%	SI: 10,4%
<i>Se SI: nel corso del 2009 pur di ottenere una maggiore quantità di credito, l'impresa sarebbe stata disposta a pagare un tasso di interesse più elevato?</i>	<i>Se SI: nel corso del 2008 pur di ottenere una maggiore quantità di credito, l'impresa sarebbe stata disposta a pagare un tasso di interesse più elevato?</i>
SI: 7,6%	SI: 5%

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti iniziali 6.150

15 Mattesini, F. e Messori, M. (2004). L'evoluzione del sistema bancario meridionale: problemi aperti e possibili soluzioni. Il Mulino, Bologna.

La rilevanza del fenomeno si riduce pertanto in maniera considerevole se si passa dal generico desiderio di avere maggiori risorse creditizie all'effettiva richiesta corredata dalla disponibilità a pagare di più di quanto concordato sulle linee di credito esistenti.

Anche la richiesta di garanzie non sembra essere diventata più stringente. Rispetto al 2008, emerge una ricomposizione tra garanzie personali e immobiliari: le prime aumentano dal 47,8% nel 2008 al 52,8% nel 2009, mentre le seconde diminuiscono di circa tre punti percentuali, passando dal 33,4% dell'anno precedente al 30,2% attuale.

Il rapporto delle piccole imprese col settore bancario non si esaurisce nell'individuazione dei prezzi e delle quantità che equilibrano domanda e offerta dei finanziamenti; tale rapporto si coniuga infatti con aspetti qualitativi che devono essere valutati assieme alle modalità del servizio offerto da parte delle banche. La Tabella 10¹⁶ indaga la percezione degli intervistati circa l'evoluzione del sistema bancario. Una larga parte delle piccole imprese segnala l'esistenza di servizi più innovativi (60,7%), ma molti intervistati rilevano anche miglioramenti sia per la consulenza dedicata che per i tempi di erogazione del credito (rispettivamente 47,1% e 41,7%). È tuttavia decisamente netta la percezione di una banca diventata più cauta nella valutazione di una richiesta di finanziamento (71,1%), mentre è bassa la quota di coloro che dichiarano un aumento della disponibilità del credito (26,7%). La presenza delle recenti tensioni nel rapporto tra banca e piccola impresa si riflette peraltro in un calo delle risposte positive rispetto al 2008; è esemplare in questo senso il fatto che a diminuire siano soprattutto le percezioni relative ai servizi ritagliati sulle esigenze della clientela o al credito.

Inoltre, si noti come la domanda riguardi i cambiamenti avvenuti nel settore bancario negli ultimi 5 anni. Al di là di indicazioni specifiche sulle singole opzioni, quello che emerge è un calo di fiducia generalizzato, che ha alterato la percezione positiva sull'evoluzione già attuata dal sistema bancario (per un approfondimento sul rapporto banca-impresa e sulla necessità di ricostruire la fiducia reciproca, si rinvia alla sezione 2.3).

Tabella 10 - Cambiamenti percepiti nel settore bancario negli ultimi 5 anni

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Esistono servizi di consulenza più adatti alle mie esigenze	47,1	66,1
Si sono accorciati i tempi di erogazione credito	41,7	56,2
È possibile trovare servizi più innovativi	60,7	68,8
È aumentata la disponibilità di credito	26,7	45,0
È aumentata la richiesta di dettagli sulle attività su cui si richiede un finanziamento	71,1	opzione non presente

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Le risposte di coloro che hanno cambiato banca principale negli ultimi 5 anni, tuttavia, intervengono a parziale correttivo di quanto appena rilevato: la percentuale diminuisce dal 13,8% del 2008 all'11% del 2009. Si tratta probabilmente di un fenomeno che riguarda in prima istanza soggetti multibancarizzati che, in momenti di difficoltà come quelli attuali, preferiscono abbandonare rapporti accessori, sui quali in passato erano veicolate richieste di finanziamento marginali, per fare affidamento su un unico soggetto. Tra le motivazioni che hanno spinto al

¹⁶ Si indica la percentuale di imprenditori che rispondono "SI" a ciascuna domanda.

cambiamento (Tabella 11) figurano infatti il miglior servizio offerto (81,6%) dal “nuovo” istituto di credito, nonché un servizio più adeguato alle esigenze specifiche della attività d’impresa (69,3%). Seguono, con quote di poco inferiori alla metà dei rispondenti, la mancanza di una persona di riferimento nel rapporto con la banca non più principale, la riduzione dei volumi concessi e l’allungamento dei tempi di risposta. Le ultime due motivazioni sono più sentite nel 2009, con percentuali in aumento rispetto al 2008 rispettivamente di circa 6 e 10 punti percentuali. Meno rilevante in relazione alle precedenti opzioni la scarsa presenza sul territorio della banca “precedente”.

Tabella 11 - Ragioni per cui si è cambiata la banca principale

	PERCENTUALE 2008	PERCENTUALE 2009
Migliore servizio offerto dalla nuova banca	86,3	81,6
Servizio non abbastanza adeguato alle esigenze specifiche della mia impresa	70,6	69,3
Mancanza di una persona di riferimento dedicata	opzione non presente	49,4
Allungamento dei tempi di risposta nell'erogazione del credito	37,7	47,5
Riduzione dei volumi di finanziamento concessi	39,5	45,4
Scarsa presenza sul territorio	27,4	27,8
Totale di riferimento	851	679

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Nota: si indica la percentuale di imprenditori che rispondono “SI” a ciascuna domanda. Domanda posta a coloro che hanno cambiato banca principale negli ultimi 5 anni. Totale rispondenti per il 2009: 697 (11% del totale); per il 2008: 851 (13,8% del totale).

Dopo aver analizzato alcuni aspetti relativi alle piccole imprese di fronte alla crisi, nelle prossime sezioni si considerano in maniera più approfondita le leve strategiche per la ripresa di cui si è detto in precedenza: valorizzazione del territorio (sezione 5.2), internazionalizzazione (sezione 5.3) e innovazione (sezione 5.4). Il capitolo 6 approfondisce il tema degli attori del territorio (Associazioni di Categoria, Confidi e banche) e il ruolo che essi congiuntamente svolgono nei confronti delle piccole imprese, con particolare attenzione alle iniziative a supporto finanziario delle attività d’impresa in questo delicato momento.

5.2 LE LEVA DELLA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Lo sviluppo economico di una regione nasce e si alimenta sul territorio, inteso non solo come spazio fisico in cui si esplica l’attività produttiva, ma anche e soprattutto come spazio economico e relazionale in cui gli operatori si incontrano, interagiscono e attivano percorsi di crescita sostenibile e duratura. Valorizzare il territorio significa pertanto innescare percorsi virtuosi di sviluppo che coinvolgono dotazioni materiali ma anche risorse immateriali, quali ad esempio le tradizioni storiche, le specializzazioni artigianali e produttive, le vocazioni professionali, il capitale umano. Le competenze sono il nodo cruciale di tali percorsi e risultano particolarmente importanti per i processi innovativi delle imprese. Valorizzare il territorio significa anche e soprattutto porre attenzione all’intensità delle relazioni tra imprese e tra imprese e sistema economico-sociale circostante.

L'indagine UniCredit contempla una serie di domande volte a rilevare gli aspetti propri della valorizzazione del territorio, che vengono di seguito discussi.

Si parte dalla lunghezza delle reti aziendali (Tabella 12). In generale, l'ambito di operatività prevalente è quello provinciale; i mercati provinciali, regionali e interregionali costituiscono il territorio di riferimento per il 93,4% delle imprese intervistate. Rispetto al 2008, si assiste ad un leggero riposizionamento dall'ambito provinciale a quello regionale. Come confermato da altri studi¹⁷, la dimensione degli interscambi regionali connota un forte radicamento territoriale delle imprese.

L'importanza del radicamento territoriale non vuole mettere in secondo piano la rilevanza della dimensione internazionale (sezione 5.3), anzi, i due aspetti si intrecciano e si complementano, e l'equilibrio tra dimensione locale e globale si rafforza la competitività del territorio e alimenta i processi innovativi di cui si discuterà in seguito (sezione 5.4).

Tabella 12 - Ambito dell'attività

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Provinciale	42,7	44,9
Regionale	29,7	26,9
Nazionale	21,2	21,7
Internazionale	6,4	6,5
Totale casi	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Italia

In questa sede, ci si riferisce alle reti lunghe quando clienti e fornitori sono collocati al di fuori dell'ambito regionale¹⁸. Dalla distanza tra impresa e fornitori e tra impresa e clienti si evince in particolare che la rete a monte (con i fornitori) si concentra soprattutto in ambito nazionale (Tabella 13), mostrandosi più lunga della rete a valle, essendo i clienti di riferimento principalmente presenti in ambito regionale (Tabella 14). Rispetto allo scorso anno, si nota un leggero allungamento delle reti di fornitura, con una riduzione dei fornitori collocati in ambito provinciale, ma anche regionale. Aumentano gli imprenditori che dichiarano di avere "molti" fornitori in ambito nazionale, così come in ambito internazionale. Per quanto riguarda i clienti, relativamente alla modalità "alcuni", si riduce la frequenza di imprenditori che dichiarano un ambito provinciale a favore di un aumento dell'ambito regionale. Analogamente, si assiste a un lieve riposizionamento dall'ambito nazionale a quello internazionale. Si tratta di percezioni che, al di là di lievi (e positivi) cambiamenti, confermano essenzialmente i risultati dello scorso anno, segno di sostanziale tenuta delle reti di fornitura e (soprattutto) dei clienti.

¹⁷ Si veda Panas C., M. R. Riggi e Z. Rotondi (2009), "Lo sviluppo territoriale: il ruolo degli interscambi interregionali e con l'estero delle regioni" in AA. VV., Sviluppo, rischio e conti con l'esterno delle regioni italiane: una nuova ipotesi di programmazione delle risorse. Lo schema di analisi della "pentola bucata", a cura di P. Savona e Z. Rotondi, in corso di pubblicazione.

¹⁸ L'accezione teorica dei concetti di rete corta e rete lunga è differente da quella qui proposta, perché qui si privilegia la possibilità di quantificare la dimensione della rete. Si parla di reti corte riferendosi ai tradizionali rapporti di subfornitura che legano le imprese, soprattutto di piccola dimensione, in un contesto territoriale. La rete lunga si intende invece riferita all'insieme di strumenti tramite i quali le imprese sfruttano le risorse locali per conquistare nicchie del mercato globale.

Tabella 13 - Collocazione fornitori

AMBITO PROVINCIALE	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molti	45,8	48,4
Alcuni	18,3	21,7
Pochi	19,5	16,8
Nessuno	15,5	12,6
Non sa - non indica	0,9	0,5
Totale	6.175	6.150
AMBITO REGIONALE	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molti	28,9	27,9
Alcuni	28	34,5
Pochi	24,1	22,3
Nessuno	17,7	14,6
Non sa - non indica	1,2	0,7
Totale	6.175	6.150
AMBITO NAZIONALE	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molti	26,6	22,9
Alcuni	19,5	21,5
Pochi	24,1	26,0
Nessuno	28,4	28,8
Non sa - non indica	1,3	0,7
Totale	6.175	6.150
AMBITO INTERNAZIONALE	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molti	6,2	5,1
Alcuni	8,3	8,7
Pochi	16,9	15,4
Nessuno	66,9	69,8
Non sa - non indica	1,7	1,0
Totale	6.175	6.150

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Italia

Tabella 14 - Collocazione clienti

AMBITO PROVINCIALE	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molti	60,0	65,4
Alcuni	19,4	14,5
Pochi	13,8	13,5
Nessuno	6,3	5,6
Non sa - non indica	0,5	1,0
Totale	6.150	6.175
AMBITO REGIONALE	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molti	28,0	29,2
Alcuni	34,6	29,6
Pochi	23,2	24,4
Nessuno	13,7	15,7
Non sa - non indica	0,6	1,1
Totale	6.150	6.175
AMBITO NAZIONALE	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molti	12,9	15,0
Alcuni	21,7	18,5
Pochi	27,9	27,6
Nessuno	36,9	37,7
Non sa - non indica	0,7	1,1
Totale	6.150	6.175
AMBITO INTERNAZIONALE	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molti	4,5	5,1
Alcuni	8,7	8,0
Pochi	12,3	14,4
Nessuno	73,7	71,2
Non sa - non indica	0,8	1,3
Totale	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Italia

Un altro elemento che contribuisce a definire la densità relazionale del territorio e la sua capacità di supportare le imprese che vi operano è costituito dalla durata del rapporto con i fornitori e clienti. Rapporti solidi e consolidati nel tempo, infatti, indicano un sistema economico maturo e resiliente, che dinanzi a situazioni di crisi sa piegarsi e non spezzarsi. Sia per i clienti che per i fornitori, prevalgono i rapporti storici e consolidati nel tempo (Tabella 15), segno che le piccole imprese costituiscono la spina dorsale dell'economia, non solo per la loro numerosità, ma anche per il reciproco contatto continuo che consolida il tessuto economico di riferimento.

Tale aspetto è più marcato per i fornitori, che per quasi il 60% sono gli stessi da molto tempo. Nonostante la robustezza di tali relazioni, una fonte di preoccupazione rispetto all'indagine dello scorso anno è costituita da un leggero calo nelle risposte degli imprenditori circa i fornitori ed i clienti con cui i rapporti sono storici e consolidati nel tempo. Per quanto riguarda la variazione intercorsa tra il 2009 e il 2008¹⁹, si rileva inoltre un aumento dei rapporti saltuari. Al di là delle differenze nel metodo di rilevazione tra i due anni, questo dato segnala, da un lato, il rischio di disgregazione delle relazioni economiche prestabilite, dall'altro un processo di rinnovamento delle reti di fornitura, come evidenziato anche da un aumento dei rapporti abituali ma recenti.

Su tale punto bisogna riflettere per evitare il rischio della disarticolazione dei territori e delle relative competenze che abitualmente si corre in periodi di crisi. Di tale aspetto si è già detto nel corso del capitolo 3 e in tale direzione va il supporto fornito dagli attori del territorio, Confidi e Associazioni di Categoria in primis, che insieme alle banche hanno risposto con iniziative concrete e momenti congiunti di confronto. Il pericolo da scongiurare era che, quella che per le piccole imprese si era manifestata come crisi di liquidità, si conclamasse come rischio di insolvenza anche per le imprese dotate di progetti produttivi validi (a questo proposito si rinvia alla sezione 6.2).

Tabella 15 - Durata dei rapporti con i fornitori e i clienti

DURATA DEI RAPPORTI CON I FORNITORI		
	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
È un rapporto storico e consolidato nel tempo	60,4	66,1
È un rapporto abituale ma recente	29,8	24,6
È un rapporto saltuario, cambiano spesso	9,8	6,7
Altro - Non sa - Non indica	-	2,6
Totale	5.981	6.175
DURATA DEI RAPPORTI CON I CLIENTI		
	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
È un rapporto storico e consolidato nel tempo	56,8	63,1
È un rapporto abituale ma recente	28,7	23,2
È un rapporto saltuario, cambiano spesso	14,5	12,7
Altro - Non sa - Non indica	-	1,0
Totale	5.875	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Italia

Affinché il territorio, inteso come spazio di relazioni, possa svolgere in maniera efficace il suo ruolo, è inoltre opportuno che siano soddisfatte alcune condizioni di sistema. Se da un lato la proattività delle imprese è alla base del loro successo competitivo, dall'altro alcune condizioni di natura strutturale possono frenare l'azione, soprattutto per le imprese di dimensione minore. Il questionario, a tal fine, indaga la percezione delle piccole imprese circa il potenziale freno che alcune variabili di contesto svolgono rispetto alla vivacità del tessuto produttivo.

¹⁹ Esistono alcune differenze nella formulazione delle domande. In particolare, nel 2008 l'intervistato è stato chiamato a scegliere in maniera esclusiva la durata del rapporto con i clienti e i fornitori principali. Nel 2009, invece, l'intervistato ha risposto con quanti fornitori/clienti (molti, alcuni, pochi, nessuno) intrattiene un rapporto di durata storica, abituale o saltuaria. Per il confronto, del 2009 si sono considerate le modalità di risposta "molti", confrontandole con le risposte fornite nel 2008.

L'obiettivo è quello di raccogliere spunti e considerazioni che possano aiutare ad identificare possibili interventi utili a ridimensionare l'impatto di questi elementi, che condizionano negativamente l'efficienza e la competitività delle imprese italiane.

Le risposte relative alla valutazione qualitativa circa eventuali difficoltà percepite nell'esercizio dell'attività di impresa sono raccolte nella Tabella 16.

I potenziali ostacoli sono riconducibili a quattro aree di priorità:

1. carico fiscale e burocratico per le imprese;
2. certezza del diritto e lunghezza dei tempi della giustizia;
3. carenze nelle infrastrutture e servizi collegati;
4. criminalità.

L'ostacolo maggiore, percepito da circa l'80% degli intervistati, riguarda l'eccessivo carico fiscale e burocratico per le imprese, reputati "molto o abbastanza" importanti nello svolgimento dell'attività imprenditoriale, con un leggero miglioramento intercorso tra il 2008 e il 2009. Questi aspetti sono cruciali per la valorizzazione delle potenzialità offerte dal sistema Paese e dal territorio, e richiedono un impegno programmatico e risorse la cui analisi va oltre lo scopo del presente Rapporto.

L'apparato pubblico si conferma quale fattore chiave anche rispetto alla lunghezza dei tempi della giustizia e la scarsa certezza del diritto. Entrambi i fattori sono percepiti da circa il 66% dei piccoli imprenditori intervistati come un ostacolo allo svolgimento dell'attività d'impresa. Si rileva un lieve miglioramento sui tempi della giustizia, che passano da "molto" ad "abbastanza" importanti. La certezza del diritto registra un miglioramento più accentuato, con una percentuale di rispondenti "molto" che passa dal 34,2% al 28,8%.

Le infrastrutture sociali, di trasporto e i servizi connessi emergono come terza priorità tra gli ostacoli nello svolgimento dell'attività d'impresa, con una percentuale di rispondenti che varia tra il 43% e il 46% che li considera elementi "molto" o "abbastanza" importanti. Per ciascuna tipologia di infrastrutture si segnala un cambiamento nella percezione degli imprenditori, che tendono a considerare le carenze di dotazioni infrastrutturali come "abbastanza" importanti nel 2009, rispetto a una prevalenza di risposte "molto" rilevata nel 2008.

Infine, sebbene meno rilevante dal punto di vista dell'incidenza delle risposte, quasi il 40% dei rispondenti dichiara che la criminalità è un ostacolo "molto" o "abbastanza" importante nello svolgimento dell'attività d'impresa, ma in calo significativo rispetto al 2008 (46,9%).

In generale, pertanto, il piccolo imprenditore considera come ostacoli maggiori aspetti di tipo prettamente "infrastrutturale", quali carico fiscale/burocratico e certezza del diritto/tempi della giustizia; gli aspetti di carattere "infrastrutturale" appaiono invece in subordine.

Dalla Tabella 16 si evince una richiesta di semplificazione burocratica, che per i piccoli imprenditori è rilevante quanto la riduzione del carico fiscale. Si tratta di sfide importanti, da cogliere soprattutto in questa fase di cambiamento che sta interessando il sistema Italia. Questi fattori sono infatti elementi indispensabili per il buon funzionamento della società e dell'economia nel suo insieme.

Su tali punti è in gioco una parte significativa dell'attrattività del Paese e un aspetto fondamentale di come un territorio possa essere valorizzato dal punto di vista economico.

Un ultimo aspetto della valorizzazione del territorio è relativo alla trama di relazioni che le imprese sono in grado di instaurare tra loro. Le Associazioni di Categoria costituiscono la forma più comune di rappresentanza delle istanze imprenditoriali sul territorio, poiché quasi il 40% degli intervistati dichiara di farne parte. Seguono per importanza i gruppi di acquisto o di vendita (13,8%), che rappresentano una modalità con cui le piccole imprese superano l'impossibilità di realizzare economie di scala (tipiche invece delle imprese di medie e grandi dimensioni):

Tabella 16 - Ostacoli che impediscono all'impresa di operare in condizioni competitive

ECESSIVO CARICO BUROCRATICO NELLA GESTIONE DELL'IMPRESA	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molto	40,4	45,8
Abbastanza	37,6	34,3
Poco	10,8	9,1
Per niente	10,3	8,6
Non sa - non indica	0,8	2,1
ECESSIVO CARICO FISCALE SULL'IMPRESA	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molto	45,5	50,3
Abbastanza	36,1	33,3
Poco	9,5	7,0
Per niente	8,2	7,0
Non sa - non indica	0,7	2,4
LUNGHEZZA DEI TEMPI DELLA GIUSTIZIA	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molto	33,9	39,2
Abbastanza	32,7	29,7
Poco	13,2	11,7
Per niente	19,0	16,7
Non sa - non indica	1,2	2,8
POCO RISPETTO DELLE REGOLE, POCA CERTEZZA DEL DIRITTO	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molto	28,8	34,2
Abbastanza	37,4	37,1
Poco	17,0	13,5
Per niente	15,9	12,8
Non sa - non indica	0,8	2,4
CARENZA NELLE INFRASTRUTTURE DI TRASPORTO	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molto	14,0	18,4
Abbastanza	32,7	30,6
Poco	24,0	23,8
Per niente	28,5	24,8
Non sa - non indica	0,8	2,4
CARENZA NEI SERVIZI DI TRASPORTO/LOGISTICA	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molto	14,0	16,0
Abbastanza	32,2	30,8
Poco	23,7	24,1
Per niente	29,4	26,6
Non sa - non indica	0,8	2,5

Continua Tabella 16 - Ostacoli che impediscono all'impresa di operare in condizioni competitive

CARENZA NELLE INFRASTRUTTURE NON DI TRASPORTO (RETE ELETTRICA, FOGNARIA, ACQUA, GAS...)	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molto	12,6	16,0
Abbastanza	30,7	29,8
Poco	24,8	24,0
Per niente	31,1	28,0
Non sa - non indica	0,8	2,3
PRESENZA DELLA CRIMINALITÀ	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Molto	12,6	20,4
Abbastanza	26,0	26,5
Poco	25,0	22,8
Per niente	35,7	28,1
Non sa - non indica	0,7	2,3
Casi totali	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Italia

Note: 6.150 imprese intervistate in totale

l'aggregazione consente di raggiungere più facilmente i mercati di sbocco o di fornirsi dai mercati di approvvigionamento con maggiore efficacia. Parimenti rilevante risulta l'adesione ai Consorzi Fidi (13,1%), grazie alla loro importanza nel dialogo con il sistema bancario per valorizzare l'accesso al credito da parte di piccole imprese che, nonostante la bontà dei loro progetti, necessitano spesso di supporto consulenziale e finanziario. Data la rilevanza di tali attori per il sostegno finanziario delle piccole imprese, ai Confidi è stato dedicato ampio spazio di discussione nella sezione 6.2.2²⁰. Rispetto allo scorso anno, si registra un leggero aumento nell'adesione a consorzi di produzione, cooperative e consorzi fidi. Cala di quasi quattro punti percentuali l'adesione alle Associazioni di Categoria, sebbene si confermino la forma privilegiata di aggregazione tra imprese; diminuisce anche il ruolo del gruppo di acquisto o di vendita come modalità di fare rete.

²⁰ Si noti che la percentuale dichiarata di appartenenza ai Consorzi Fidi (13,8%) è leggermente differente da quella dichiarata dalle imprese sul ricorso agli stessi (16,6% rilevato nella sezione 6.2.2). Tale leggera discrepanza può essere dovuta al fatto che le piccole imprese non sempre collegano il ricorso ai Confidi all'appartenenza al Consorzio Fidi, cosa che in genere avviene.

Tabella 17 - Le reti costituite sul territorio

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Consorzi di produzione	9,6	8,6
Consorzi di distribuzione	8,6	8,2
Consorzi all'esportazione	3,7	3,6
Consorzi fidi	13,1	12,1
Cooperative	8,8	7,9
Gruppo di acquisto o di vendita	13,8	16,0
Associazioni di Categoria	38,8	44,0

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Italia

Note: 6.150 imprese intervistate in totale

Che lezione possiamo trarre dalle risposte al questionario sinora considerate? Mai come durante la crisi attuale il territorio risulta importante. Da un lato, perché esso costituisce una rete di attori che supportano il tessuto di piccole imprese in un momento delicato; dall'altro, perché al calare della domanda estera di beni e servizi, è necessario porre maggiore attenzione al territorio per scongiurarne la disgregazione. I potenziali fallimenti delle piccole imprese sane comportano infatti dei rischi sistemici, date le caratteristiche del modello economico italiano. Gli stretti legami di subfornitura tra imprese sul territorio non riguardano infatti solo lo scambio di merci e servizi commerciali, ma si riferiscono anche a beni intangibili e altrettanto importanti, quali le competenze e il capitale relazionale, su cui si basa il carattere innovativo della piccola imprenditoria, spina dorsale del sistema economico italiano. Il problema dell'insolvenza indotta da situazioni di illiquidità ha infatti conseguenze sulle aziende di piccola dimensione subfornitrici di imprese più grandi. Pertanto, si rischia di perdere non solo le molte piccole imprese che chiudono ma anche il prezioso patrimonio di conoscenze e competenze che esse posseggono sui singoli territori. All'indomani della crisi, è pensabile che ripartano nuove attività imprenditoriali ma non è altrettanto scontato che vi siano ancora competenze che sono tutt'altro che facili da riprodurre. Il supporto al tessuto delle piccole imprese va proprio in questa direzione, poiché il contesto economico che si affermerà sarà caratterizzato quanto mai da una sfida competitiva globale che tutto il sistema economico nazionale dovrà affrontare. Grandi, piccole e medie imprese sono in tal senso parte di un'unica squadra che, per essere vincente, dovrà essere forte in ogni componente.

Sicuramente la valorizzazione del territorio è un aspetto cruciale per lo sviluppo regionale e non si può correre il rischio che la crisi ne provochi una disgregazione. Sostenere le imprese valide che oggi manifestano difficoltà congiunturali è sicuramente un atto dovuto da parte delle istituzioni, del mondo della rappresentanza e delle banche, da alimentare dal basso, partendo dalla vivacità imprenditoriale di chi sul territorio opera quotidianamente. Questi aspetti non sono in contrasto con una visione più ampia del contesto economico globale, a cui le imprese devono fare riferimento in termini competitivi, ma anzi vi si complementano, in quanto è proprio la valorizzazione del territorio che consente di costruire un sistema economico forte e competitivo, che si possa esprimere al meglio sui mercati esteri. Su questi aspetti internazionali ci si concentra di seguito (sezione 5.3). La sezione 5.4 tratta poi il tema dell'innovazione: le competenze e la capacità di generare processi e prodotti sempre nuovi alimentano infatti la competitività dell'impresa e la sua capacità di coniugare la visione locale del territorio e la visione globale dei mercati di sbocco internazionali.

5.3 LA LEVA DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'economia mondiale comincia a manifestare i segnali di una prima, anche se debole, ripresa. Il rilancio della crescita tramite la domanda estera è una sfida importante per l'Italia ed assume un ruolo importante per le sue imprese.

La ripresa (anche se debole) è presente anche tra i partner commerciali dell'Italia e quindi non mancano le opportunità per le imprese italiane, anche se per molte economie avanzate ed alcune economie emergenti la recessione non può dirsi ufficialmente conclusa. Essere attivi su mercati esteri significa potere cogliere le diverse opportunità offerte dal ciclo economico di differenti Paesi. In un contesto economico come quello attuale, dove la domanda interna italiana è in affanno rispetto a quella espressa da economie più dinamiche, non essere presenti nelle aree in cui la ripresa è già iniziata (e in maniera più forte) potrebbe significare il venire meno di una importante leva per uscire efficacemente dalla crisi²¹.

Come illustrato nella Tabella 18, l'area dell'Europa Centrale e Orientale (CEE) è la terza destinazione per quota delle esportazioni italiane (10,4%), dopo Germania (12,75%) e Francia (11,2%). Altre aree, sebbene dinamiche, sono destinatarie di una quota più contenuta delle vendite all'estero italiane: è il caso di Paesi asiatici come Cina (1,8%) e India (0,9%).

Tabella 18 - Esportazioni italiane per destinazione (in % del totale)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Francia	12,29	12,48	12,39	12,28	11,78	11,5	11,2
Germania	13,85	14,07	13,63	13,17	13,23	12,96	12,75
Spagna	6,45	7,15	7,29	7,49	7,37	7,5	6,53
Slovacchia	0,38	0,4	0,39	0,43	0,49	0,53	0,54
R. Ceca	0,8	0,95	0,96	0,98	1,01	1,08	1,09
Polonia	1,59	1,73	1,81	1,88	2,15	2,45	2,62
Romania	1,34	1,46	1,51	1,56	1,67	1,64	1,59
Slovenia	0,82	0,88	0,88	0,91	0,95	1,04	1,04
Bulgaria	0,32	0,35	0,37	0,41	0,47	0,49	0,51
Ungheria	1,01	1,09	0,98	0,97	1,01	1,02	0,97
Turchia	1,52	1,78	2	2,06	2,04	1,97	2,05
CEE*	6,26	6,86	6,9	7,14	7,75	10,22	10,41
Russia	1,41	1,45	1,74	2,03	2,3	2,62	2,86
Cina	1,49	1,46	1,56	1,53	1,71	1,72	1,76
India	0,38	0,41	0,45	0,56	0,65	0,82	0,85

Fonte: Nostre elaborazione su dati ISTAT

Nota: *CEE si riferisce a Polonia, Romania, Repubblica Ceca, Slovenia, Ungheria, Slovacchia, Bulgaria, e Turchia

²¹ L'Osservatorio sulla Finanza per i Piccoli Operatori Economici CRIF-Nomisma (13° Workshop Club) mette in luce come, in un contesto di calo generalizzato degli investimenti programmati, le risorse che le imprese di piccole dimensioni hanno intenzione di destinare alla ricerca di nuovi mercati sono in aumento. L'ampliamento dei mercati di sbocco è così individuato quale possibile via di uscita dalla crisi.

Dalla Tabella 19 si rileva che la crescita annuale della quota di esportazioni italiane verso la Russia (9,5%), la Polonia (7,2%) e la Turchia (4,2%) è superiore da un lato alla quota verso i principali partner dell'area euro, dall'altro a quella verso Cina (2,4%) e India (3,2%).

Tabella 19 - Variazione % annua delle esportazioni italiane

	2003	2004	2005	2006	2007	2008A
Russia	1,2%	29,0%	22,4%	25,5%	25,4%	9,5%
Polonia	7,3%	12,2%	9,4%	26,5%	25,4%	7,2%
Turchia	15,8%	20,5%	8,4%	9,6%	6,4%	4,2%
India	6,1%	16,0%	31,9%	29,0%	38,3%	3,2%
Cina	-4,2%	15,5%	3,5%	23,5%	10,6%	2,4%
Germania	-0,1%	4,1%	1,9%	11,3%	7,6%	-1,3%
Francia	-0,1%	6,7%	4,6%	6,2%	7,3%	-2,5%
UE	0,7%	6,6%	4,4%	10,6%	9,4%	-3,7%
Spagna	7,9%	9,6%	8,4%	8,9%	11,8%	-12,7%
Totale	-1,7%	7,5%	5,5%	10,7%	9,9%	0,3%

Fonte: Nostre elaborazione su dati ISTAT, A = provvisorio

In termini di crescita economica, è prevista nel 2010 una crescita superiore nell'area CEE rispetto ai Paesi dell'Europa Occidentale. Si stima che la CEE registrerà una variazione del PIL dell'1,8% contro lo 0,2% dell'Area Euro (Tabella 20).

Tabella 20 - PIL, variazione percentuale anno su anno

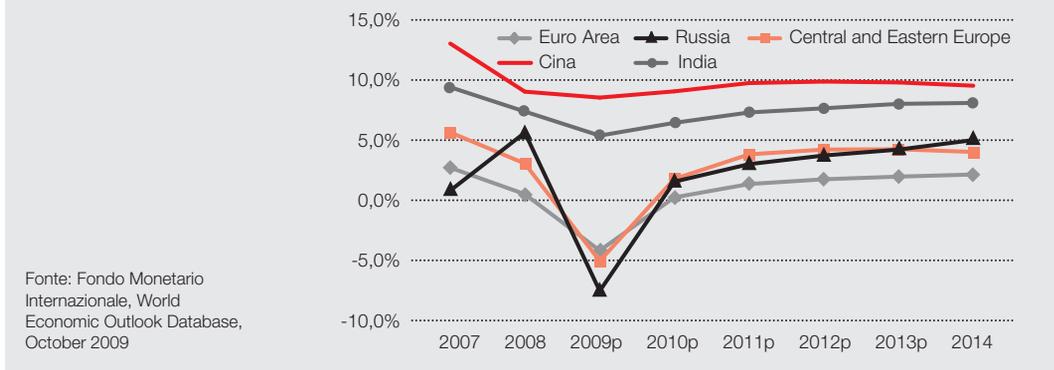
	2007	2008	2009P	2010P	2011P	2012P	2013P	2014P
Euro Area	2,7%	0,5%	-4,2%	0,2%	1,3%	1,7%	2,0%	2,1%
<i>Italia</i>	1,6%	-1,0%	-5,1%	0,2%	0,5%	1,4%	1,6%	1,9%
Europa Centro-Orientale	5,6%	3,0%	-5,0%	1,8%	3,8%	4,2%	4,2%	4,0%
Russia	0,8%	5,6%	-7,5%	1,5%	3,0%	3,7%	4,2%	5,0%
India	9,4%	7,3%	5,4%	6,4%	7,3%	7,6%	8,0%	8,1%
Cina	13,0%	9,0%	8,5%	9,0%	9,7%	9,8%	9,8%	9,5%

Fonte: Fondo Monetario Internazionale, World Economic Outlook Database, Ottobre 2009

Nota: p = stime

È inoltre prevista per alcuni Paesi dell'Estremo Oriente, come Cina e India, una crescita superiore a quella dei principali Paesi dell'Area Euro e CEE; come già evidenziato questi Paesi asiatici sono tuttavia mercati di sbocco meno rilevanti per l'Italia (vedi Tabella 20 e Figura 3).

Figura 3 - PIL, variazione % annua



Le regioni italiane sono eterogenee in termini di interscambio con l'esterno (inteso come scambio tra regioni e scambio verso l'estero). Alcune regioni sono maggiormente propense all'interscambio con l'estero, mentre altre sono più aperte nell'interscambio interregionale. Il grado di apertura con l'estero influisce non solo sulla provenienza principale della domanda finale dei beni e servizi prodotti in una regione, ma anche sulla competitività produttiva del territorio.

In effetti, l'apertura verso l'estero di una regione è legata non soltanto a fattori connessi alla sua posizione fisica, che può rendere più o meno facile il raggiungimento dei mercati internazionali, ma soprattutto al raggio di azione delle imprese collocate nel suo interno. Quanto più le imprese di una regione sono attive sui mercati internazionali, tanto più la regione avrà un grado di apertura con l'estero maggiore.

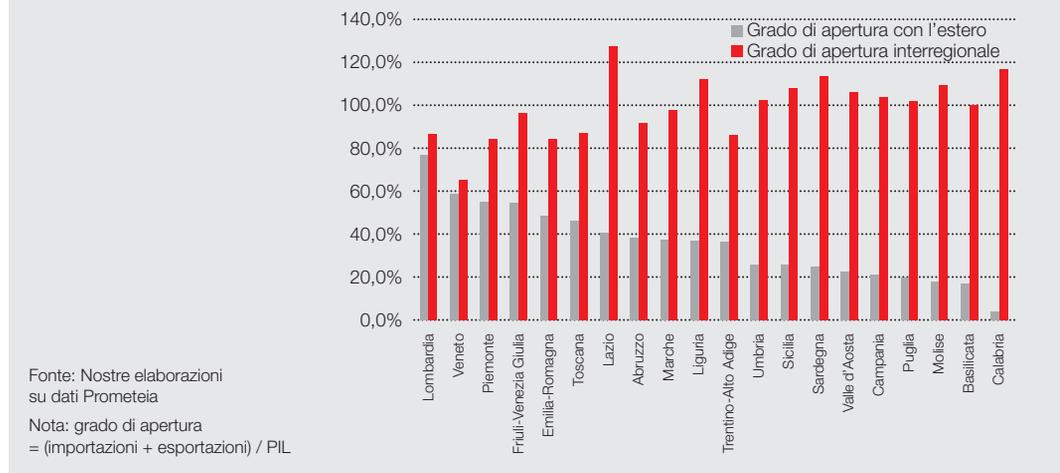
La Figura 4 illustra il grado di apertura dell'interscambio regionale per la media degli anni 1995-2005: l'interscambio interregionale ha sì un peso considerevole per tutte le regioni, ma quelle che sono più integrate con l'estero sono relativamente meno aperte dal punto di vista interregionale e viceversa. Per esempio, il Veneto ha un elevato interscambio con l'estero, ma registra un'apertura interregionale fra le più basse. All'altro estremo la Calabria: per l'economia della regione l'interscambio internazionale ha il minor peso a livello nazionale, mentre è collocata nelle prime posizioni per interscambio interregionale²².

Al tema dell'apertura delle economie regionali è legato il tema della competitività. Le regioni più attive sui mercati internazionali sono anche quelle più competitive²³, in quanto è più difficile per le imprese operare sui mercati esteri in cui la concorrenza è superiore ed è richiesta maggiore efficienza, innovazione e produttività.

22 Per un'analisi più approfondita della relazione tra interscambi commerciali verso l'estero e verso le altre regioni si veda Panas C., M. R. Riggi e Z. Rotondi (2009), "Lo sviluppo territoriale: il ruolo degli interscambi interregionali e con l'estero delle regioni" in *Sviluppo, rischio e conti con l'esterno delle regioni italiane: una nuova ipotesi di programmazione delle risorse*. risorse. Lo schema di analisi della "pentola bucata", a cura di P. Savona e Z. Rotondi, in corso di pubblicazione.

23 Mayer, T. e G.I. P. Ottaviano (2007), *The Happy Few: the Internationalisation of European Firms. New Facts Based on Firm-Level Evidence*, Bruegel Blueprint Series, vol. 3, Bruxelles.

Figura 4 - Grado di apertura dell'interscambio (% , media 1995-2005)



Le imprese devono sopravvivere e ripartire di fronte a un cambiamento ormai strutturale della domanda e del fatturato. La ricetta per tornare alla crescita implica produrre beni esportabili, valorizzando una vocazione tipica dell'industria manifatturiera italiana: in presenza di una domanda interna stagnante, la componente estera diventa cruciale per una pronta ripresa dell'attività economica, con benefici immediati per le regioni le cui imprese sono maggiormente attive nell'interscambio con l'estero.

Sicuramente anche il fattore di specializzazione della regione²⁴ ha un suo ruolo. Se una regione è specializzata nell'esportazione di beni prodotti in un settore per il quale la domanda estera è più forte, allora si riprenderà più velocemente. Naturalmente, più diversificata è la specializzazione di una regione, maggiori sono le possibilità che la regione possa collocare i suoi prodotti sui mercati esteri.

Più in generale, l'internazionalizzazione è una finestra verso nuovi mercati, che consente non solo di vendere beni o prodotti, ma offre anche lo stimolo a raggiungere una maggiore qualità degli stessi e permette di confrontarsi con le molteplici forme di innovazione utilizzate dai concorrenti. Si tratta quindi di una vera e propria fonte di innovazione, specie per le piccole imprese, che costituiscono circa il 93% delle imprese esportatrici italiane²⁵. Bisogna inoltre considerare la rilevanza della piccola impresa nei rapporti di subfornitura verso le medie e grandi aziende esportatrici. In questo senso l'importanza dell'internazionalizzazione per le piccole imprese è sicuramente maggiore rispetto a quella rilevata dalle statistiche. Si tratta pertanto di un fenomeno che presenta forti potenzialità per lo sviluppo della piccola impresa e che in questa sede possiamo analizzare con l'ausilio dell'indagine rivolta alle piccole imprese clienti di UniCredit.

Dalle interviste emerge che solo il 6,4% (6,5% nel 2008) delle imprese intervistate dichiara di svolgere attività in ambito internazionale (Tabella 21). Nonostante l'imperversare della crisi, il grado di apertura verso l'estero delle piccole imprese è rimasto invariato.

²⁴ La specializzazione produttiva di una regione è il risultato della specializzazione delle imprese collocate sul suo territorio.

²⁵ Per piccola impresa si qui intende quella con meno di 50 addetti.

Tabella 21 - Ambito territoriale dell'attività

ITALIA	2009	2008
Provinciale	42,7	44,9
Regionale	29,8	26,8
Nazionale	21,2	21,7
Internazionale	6,4	6,5
Totale	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Inoltre, fra le piccole imprese che esportano, il 55,3% realizza fra il 10% e il 50% del proprio fatturato con l'estero; in particolare il 17,7% realizza fra il 30% e il 50% del fatturato tramite le vendite sui mercati internazionali. In altre parole, chi è già attivo all'estero ricava buona parte del proprio fatturato dai mercati internazionali²⁶.

In presenza di strumenti che facilitino fortemente e rendano meno rischiosa l'operatività con l'estero, su 5.747 piccoli imprenditori che hanno risposto, oltre un terzo (33,1%) si dichiara interessato a operare con l'estero (in calo rispetto al 37% dell'anno scorso); in effetti il mancato interesse verso i mercati esteri deriva dal fatto che i beni e servizi trattati non si prestano agli scambi internazionali (Tabella 22)²⁷.

Tabella 22 - Interesse ad operare con l'estero in caso di supporto

ITALIA	2009
No, perché i beni e servizi che tratta non si prestano (es. barbiere)	38,6
Perché la mia impresa è già presente all'estero	7
Perché il mercato nazionale è sufficientemente ampio per le dimensioni della mia impresa	17,1
Perché l'avvio dell'attività all'estero comporterebbe enormi costi per la mia impresa	12,4
Altri motivi	24,9
Totale	3.754

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

26 Non è possibile quantificare la variazione rispetto alla rilevazione dello scorso anno, in quanto tale domanda non era prevista nel 2008.

27 Una comparazione con il 2008 non è possibile in quanto la domanda è posta in modo differente.

La Tabella 23 mostra le principali modalità utilizzate da coloro che svolgono attività internazionale, sebbene la numerosità del campione costringa a interpretare i risultati con cautela. In generale prevale l'attività di esportazione (in lieve calo dall'anno scorso), ma le piccole imprese ricorrono anche a modalità più complesse, come l'accordo con imprese estere (in aumento dal 2008). Si nota inoltre il leggero calo delle imprese che esercitano attività di importazione dall'anno scorso.

Tabella 23 - Tipologia di attività internazionale

TIPO DI ATTIVITÀ INTERNAZIONALE SVOLTA	PERCENTUALE	
	2009	2008
L'impresa esercita attività di export	63,8	67,1
L'impresa ha accordi con imprese estere	53,3	50,7
L'impresa ha accordi di distribuzione all'estero con soggetti locali	42,2	47,8
L'impresa ha accordi di subfornitura all'estero	37,3	38,1
L'impresa esercita attività di import	32,5	37,9
L'impresa opera all'estero tramite accordi di franchising	15,9	12,9
Possiede un'impresa o una quota di impresa all'estero	11,3	12,1

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Gli intervistati segnalano fra i principali vantaggi dell'operare all'estero, come fattori "molto" o "abbastanza" utili: allargare i mercati di sbocco per i propri prodotti (48,1%); focalizzare le risorse dell'impresa nelle fasi produttive più importanti (43,6%); l'abbattimento sia dei costi di commercializzazione che della produzione (rispettivamente 43,1% e 42,9%) (Tabella 24).

Tabella 24 - Principali vantaggi dell'operare all'estero

ALLARGARE I MERCATI DI SBOCCO PER I PROPRI PRODOTTI	
Molto	21,09
Abbastanza	26,96
Poco	7,92
Per niente	32,72
Totale	6.150

ABBATTERE I COSTI DI PRODUZIONE	
Molto	17,35
Abbastanza	25,53
Poco	9,12
Per niente	36,62
Totale	6.150

ABBATTERE I COSTI DI COMMERCIALIZZAZIONE	
Molto	16,52
Abbastanza	26,53
Poco	9,43
Per niente	36,03
Totale	6.150

FOCALIZZARE LE RISORSE DELL'IMPRESA NELLE FASI PRODUTTIVE PIÙ IMPORTANTI	
Molto	15,00
Abbastanza	28,55
Poco	9,66
Per niente	35,47
Totale	6.150

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

La prima spinta all'internazionalizzazione parte sicuramente dall'impresa, ma la disponibilità di una numerosa serie di servizi connessi alla conoscenza dei Paesi e dei partner commerciali esteri, delle questioni finanziarie e legali connesse con l'attività sui mercati internazionali possono svolgere un ruolo importante.

Il questionario elenca pertanto una serie di servizi potenzialmente utili per l'accesso ai mercati esteri da parte dell'impresa. Sono ritenuti "molto" o "abbastanza" utili soprattutto: ricerca di clienti, informazioni sul mercato/Paese, ricerca di fornitori, consulenza in materia contrattuale e legale, semplificazione delle procedure di accesso ai finanziamenti per l'internazionalizzazione (Tabella 25). Rispetto al 2008 si nota un calo complessivo in tutti i servizi, indubbiamente legato più generale alla situazione economica in atto.

Tabella 25 - Servizi ritenuti utili per l'accesso ai mercati esteri

RICERCA DI CLIENTI		
	2009	2008
Molto	26,6	35,8
Abbastanza	25,8	25
Poco	5,5	5,6
Per niente	29,8	21,1
Totale	6.150	6.175

INFORMAZIONI SUL MERCATO\PAESE		
	2009	2008
Molto	22,1	31,2
Abbastanza	27,3	28
Poco	7,0	6,7
Per niente	31,4	21,6
Totale	6.150	6.175

RICERCA DEI FORNITORI		
	2009	2008
Molto	19,7	25,8
Abbastanza	26,4	27,8
Poco	8,3	9,4
Per niente	33,4	24,6
Totale	6.150	6.175

SEMPLIFICAZIONE DELLE PROCEDURE DI ACCESSO AI FINANZIAMENTI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE		
	2009	2008
Molto	19,0	25,6
Abbastanza	26,3	27,3
Poco	8,8	8,9
Per niente	33,3	24,9
Totale	6.150	6.175

CONSULENZA IN MATERIA CONTRATTUALE E LEGALE		
	2009	2008
Molto	16,7	24,5
Abbastanza	27,3	28
Poco	10,1	9,6
Per niente	33,7	25,1
Totale	6.150	6.175

Continua Tabella 25 - Servizi ritenuti utili per l'accesso ai mercati esteri

PREDISPOSIZIONE DI SERVIZI BANCARI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE		
	2009	2008
Molto	16,9	23,2
Abbastanza	26,9	30
Poco	9,9	8,7
Per niente	33,8	25,1
Totale	6.150	6.175

CONSULENZE IN MATERIA FINANZIARIA\ASSICURATIVA		
	2009	2008
Molto	15,9	21
Abbastanza	27,1	29,2
Poco	10,2	10,8
Per niente	34,5	26,4
Totale	6.150	6.175

RICERCA DI PARTNERS COMMERCIALI E\O INDUSTRIALI		
	2009	2008
Molto	16,0	19,4
Abbastanza	26,1	27
Poco	9,6	11,1
Per niente	35,9	29,9
Totale	6.150	6.175

ORGANIZZAZIONE FIERE E MISSIONI		
	2009	2008
Molto	15,0	19,9
Abbastanza	26,4	28,1
Poco	10,9	10,9
Per niente	35,4	28,5
Totale	6.150	6.175

FORMAZIONE MANAGERIALE SPECIALIZZATA		
	2009	2008
Molto	14,6	20,5
Abbastanza	25,9	26,1
Poco	10,8	11,8
Per niente	36,4	28,9
Totale	6.150	6.175

Continua Tabella 25 - Servizi ritenuti utili per l'accesso ai mercati esteri

COORDINAMENTO DEGLI ENTI PREPOSTI ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE		
	2009	2008
Molto	14,4	18,2
Abbastanza	26,1	28,3
Poco	11,1	11,8
Per niente	35,9	28
Totale	6.150	6.175

CONSULENZA IN MATERIA DI BREVETTI E MARCHI		
	2009	2008
Molto	13,0	16,9
Abbastanza	24,5	24,7
Poco	11,4	12,8
Per niente	38,5	32,5
Totale	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Come mostrato nella Tabella 26, i servizi bancari dedicati all'operatività delle piccole imprese con l'estero sono tutti ritenuti utili, in particolar modo, i pagamenti e bonifici on-line. Rispetto al 2008 tutti i servizi bancari elencati sono stati ritenuti maggiormente utili (aumento delle risposte con modalità "molto" o "abbastanza"), segno di un interesse tuttora vivace verso strumenti che ancora non sono stati pienamente esplorati (finanziamenti per piccole imprese con tempi di risposta ridotti, garanzie internazionali/fideiussioni estero/lettere di credito/credito documentario, assicurazione dei crediti, e servizi di gestione degli incassi sull'estero)²⁸.

²⁸ Quest'anno è stato inserita un'ulteriore modalità, consulenza legale e fiscale. Il 59,2% delle imprese che hanno valutato questo strumento "molto" (24,4%) o "abbastanza" (34,8%) utile. Pertanto, un confronto complessivo sui servizi utili per l'accesso ai mercati esteri con il 2008 non è possibile.

Tabella 26 - Servizi bancari dedicati all'attività delle Piccole Imprese con l'estero

PAGAMENTI E BONIFICI ON-LINE		
	2009	2008
Molto	47,3	42,8
Abbastanza	34,1	30,7
Poco	7,2	7,9
Per niente	10	17,3
Totale	393	404

FINANZIAMENTI PER PICCOLE IMPRESE CON TEMPI DI RISPOSTA RIDOTTI		
	2009	2008
Molto	37,2	27,7
Abbastanza	32,2	31,7
Poco	10,2	11,4
Per niente	18,9	26,5
Totale	393	404

GARANZIE INTERNAZIONALI/FIDEIUSSIONI ESTERO/LETTERE DI CREDITO/CREDITO DOCUMENTARIO		
	2009	2008
Molto	32,8	22,0
Abbastanza	34,6	26,7
Poco	11,1	15,3
Per niente	19,8	33,7
Totale	393	404

ASSICURAZIONE DEI CREDITI		
	2009	2008
Molto	28,5	18,8
Abbastanza	38,5	29,7
Poco	11,6	17,1
Per niente	19,6	32,7
Totale	393	404

Continua Tabella 26 - Servizi bancari dedicati all'attività delle Piccole Imprese con l'estero

SERVIZI DI GESTIONE DEGLI INCASSI SULL'ESTERO		
	2009	2008
Molto	30,1	19,1
Abbastanza	35,8	34,9
Poco	10,2	15,3
Per niente	22,3	29,0
Totale	393	404

SEGNALAZIONI DELLE CONTROPARTI COMMERCIALI		
	2009	2008
Molto	24,2	17,8
Abbastanza	41,3	30,2
Poco	14,1	16,6
Per niente	18,6	32,7
Totale	393	404

SMOBILIZZO PRO-SOLUTO DI IMPEGNI DI PAGAMENTO		
	2009	2008
Molto	24,2	14,6
Abbastanza	39,7	32,4
Poco	22	14,1
Per niente	21,9	34,9
Totale	393	404

ESTRATTI CONTO E CONSULTAZIONI ON-LINE DEI PROPRI CONTI ALL'ESTERO		
	2009	2008
Molto	28,1	23,8
Abbastanza	34,1	25,7
Poco	10,7	11,9
Per niente	25,7	34,9
Totale	393	404

Continua Tabella 26 - Servizi bancari dedicati all'attività delle Piccole Imprese con l'estero

CONSULENZA LEGALE E FISCALE		
	2009	
Molto	24,4	
Abbastanza	34,8	
Poco	16,3	
Per niente	22,8	
Totale	393	

ASSISTENZA ALL'ESTERO PER IL REPERIMENTO DI CREDITO BANCARIO IN LOCO		
	2009	2008
Molto	21,4	17,6
Abbastanza	34,9	25,5
Poco	17,3	15,6
Per niente	25,3	38,6
Totale	393	404

CAMBI ON-LINE		
	2009	2008
Molto	26	17,3
Abbastanza	29,8	26,5
Poco	15,3	16,8
Per niente	27,3	37,9
Totale	393	404

OPPORTUNITÀ DI INVESTIMENTO IN PAESI ESTERI		
	2009	2008
Molto	23,1	14,6
Abbastanza	29,9	25,0
Poco	15,7	17,3
Per niente	29,8	40,8
Totale	393	404

Continua Tabella 26 - Servizi bancari dedicati all'attività delle Piccole Imprese con l'estero

INCONTRI DI AGGIORNAMENTO PER ADDETTI OPERATIVI/AMMINISTRATIVI		
	2009	2008
Molto	18,6	14,4
Abbastanza	31,9	28,0
Poco	19,3	15,1
Per niente	29,1	40,8
Totale	393	404

SERVIZI DI TESORERIA SULL'ESTERO		
	2009	2008
Molto	17	11,1
Abbastanza	31	23,5
Poco	16,9	18,3
Per niente	32,7	43,1
Totale	393	404

SERVIZI RELATIVI A GARE INTERNAZIONALI		
	2009	2008
Molto	18,2	11,6
Abbastanza	29,4	21,0
Poco	17,6	17,8
Per niente	33,8	46,8
Totale	393	404

INCONTRI DI AGGIORNAMENTO PER ADDETTI COMMERCIALI		
	2009	2008
Molto	17,1	14,4
Abbastanza	29,2	28,0
Poco	22	15,1
Per niente	30,2	40,8
Totale	393	404

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Un elemento importante per qualificare l'utilità percepita nei servizi bancari appena discussi è costituito dall'esperienza maturata sui mercati internazionali (Tabella 27). Tra le imprese attive all'estero, più del 90% opera sui mercati internazionali da almeno 1 anno e il 57% da più di 5 anni. Le imprese che solo di recente si sono aperte all'attività internazionale rappresentano invece il 7,3%. Tali risultati sono in linea con quanto rilevato nel 2008, segno che la capacità di presenziare i mercati esteri è rimasta praticamente invariata e che il sistema delle piccole imprese esportatrici ha tenuto.

Tabella 27 - Da quanto tempo la Sua azienda svolge attività internazionale?

	2009	2008
Da meno di un anno	7,3	7,2
Da 1 a 5 anni	33,5	33,9
Da 5 a 10 anni	20,8	21,3
Da oltre 10 anni	36,8	35,9
Non sa - Non indica	1,7	1,7
Totale	393	404

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

I principali mercati esteri in cui operano le piccole imprese intervistate sono i Paesi dell'Europa a 15 (Tabella 28). Le destinazioni più vicine sono predilette dalle piccole imprese soprattutto per i minori costi necessari alla loro penetrazione e per la contiguità di cultura, sia d'impresa che più generale. A differenza dell'anno scorso, i mercati più distanti come l'Estremo Oriente, Cina e India (6,2% nel 2008) nonché Nord Africa e Medio Oriente (6,9% nel 2008) hanno perso moderatamente importanza come destinazione.

Tabella 28 - Qual è il principale mercato straniero in cui opera?

	2009	2008
Europa a 15 (UE15 esclusi Paesi dell'Est)	56,9	56,7
Est Europa (nuovi Membri UE, Balcani e Russia)	16,9	15,8
America settentrionale	7,1	5,9
America centrale e Sud America	6	4,5
Estremo Oriente, Cina, India	3,9	6,2
Nord Africa e Medio Oriente	4,5	6,9
Altro - Non sa - Non indica	4,7	4
Totale	393	404

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

I risultati sin qui commentati sull'accesso ai mercati esteri delle piccole imprese sono conformi a quanto rilevato dall'ISTAT²⁹ che ha individuato un profilo per le imprese con la migliore dinamica delle esportazioni analogo a quanto emerge dalle interviste. Si tratta infatti di imprese scarsamente indebitate, con una dimensione media di 51 addetti per impresa, presenti nelle classi dimensionali delle piccole e medie imprese. La propensione alle esportazioni è medio-alta, e le imprese sono relativamente più presenti nei comparti dell'offerta specializzata. I principali mercati di destinazione sono quelli extra-UE. Queste imprese si caratterizzano per una produttività medio-alta; sostengono un costo del lavoro relativamente alto, ma che non gli impedisce di ottenere una elevata redditività.

Per quanto riguarda gli ostacoli incontrati nel corso del processo di internazionalizzazione (Tabella 29), emergono prima di tutto le difficoltà ad identificare fornitori e clienti all'estero e gestire i rapporti con questi interlocutori. L'onerosità del trasporto, delle trasferte e l'incertezza degli standard produttivi all'estero risultano nel 2009 ostacoli meno importanti e passano al secondo posto rispetto allo scorso anno. Anche la difficoltà nell'ottenere credito bancario all'estero risulta meno vincolante nel 2009 rispetto al 2008.

Tabella 29 - Ostacoli riscontrati nel processo di internazionalizzare l'attività

	2009	2008
È difficile identificare fornitori e clienti all'estero e gestire i rapporti con loro	62,7	n.a.
È oneroso: trasporto, trasferte, incertezza degli standard produttivi all'estero...	61,3	53,15
Barriere tariffarie, burocrazia, vincoli amministrativi e legali...	60	n.a.
Organizzazione interna: non ho risorse e strutture idonee; non ho esperienza nelle differenze culturali e linguistiche, etc.	59,5	33,25
Non conosco strutture e/o servizi e strumenti che mi possano assistere e supportare	54,6	37,225
Situazione politica, congiunturale e legislativa del Paese; prassi degli acquirenti e/o fornitori stranieri; certezza e tempi di pagamento	46,5	33,65
È difficile ottenere credito bancario all'estero	44,8	37,6
Totale	439	

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

A tutte le imprese intervistate è stato inoltre chiesto se hanno mai valutato la possibilità di acquistare o produrre all'estero i fattori di produzione necessari alla loro attività. Sebbene le imprese del campione si dichiarino poco internazionalizzate, quasi il 14% degli intervistati dichiara di aver pensato a questa eventualità (Tabella 30). La principale motivazione è il desiderio di abbattere i costi senza dovere spostare l'attività produttiva, analogamente a quanto rilevato nel 2008 (Tabella 31). Cambiano invece i motivi legati alle materie prime: è meno importante per le piccole imprese la maggiore facilità di reperimento delle stesse, mentre aumentano gli intervistati che ritengono di poter trovare all'estero materie prime di qualità migliore (la percentuale delle risposte sale al 15,5% dal 10,8% del 2008).

29 ISTAT, (2009), *Rapporto Annuale 2008*.

Tabella 30 - Ha mai valutato la possibilità di acquistare o produrre all'estero i fattori produttivi che utilizza?

ITALIA	2009	2008
SI	13,7	15,3
NO	86,3	84,7
Totale	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Tabella 31 - Perché ha valutato questa possibilità?

ITALIA	2009	2008
Costano molto meno	52,9	54,2
La manodopera è abbastanza qualificata	13,8	14,5
Le materie prime sono reperibili con maggiori facilità	8,4	12,4
Le materie prime reperibili sono di qualità migliore	15,5	10,8
Altro - Non sa - Non indica	9,5	8,2
Totale	844	947

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

L'internazionalizzazione dell'attività di impresa è fortemente connessa con l'innovazione e il miglioramento della qualità dei beni e servizi offerti: l'una e l'altro sono infatti leve strategiche anche per la piccola impresa per l'accesso ai mercati esteri. Per approfondire questo tema, il questionario UniCredit prevede un'apposita sezione, i cui risultati sono presentati nelle pagine seguenti.

5.4 LE LEVA DELL'INNOVAZIONE

Partendo dalla convinzione che l'innovazione sia un ingrediente importante del radicamento territoriale dello sviluppo e che rivesta un ruolo centrale anche per quanto riguarda la performance delle imprese sui mercati esteri, un'apposita sezione del questionario è dedicata all'innovazione. Come già sottolineato in precedenza (Figura 2), le piccole imprese italiane riconoscono l'importanza della qualità dei prodotti e dell'innovazione in risposta alla dinamica del fatturato registrata nell'ultimo anno: il miglioramento della qualità dei beni e servizi offerti è la decisione che ha ottenuto maggiori segnalazioni positive (più del 70%), mentre quella di aumento del contenuto tecnologico degli stessi è stata seguita da oltre il 50% degli intervistati³⁰. Tale consapevolezza emerge in maniera pervasiva nel corso dell'intero questionario, e non a caso, tra le strategie che l'impresa è pronta a seguire al di là di eventuali aiuti esterni, "puntare sull'innovazione" risulta essere quella su cui più indirizzarsi per uscire dalla crisi.

³⁰ Si considera la percentuale di piccole imprese che rispondono "SI" alle alternative proposte quali decisioni intraprese data la dinamica del fatturato nell'ultimo anno.

Nonostante questa consapevolezza diffusa e la volontà dichiarata da oltre il 70% di coloro che hanno subito gli effetti negativi della crisi di voler immettere sul mercato nuovi prodotti in futuro (vedi Tabella 3), i dati mostrano come nei fatti vi sia una certa esitazione a vendere nuovi beni o servizi. Negli ultimi due anni solo il 31,1% degli intervistati ha venduto nuovi prodotti o servizi³¹. L'atteggiamento delle piccole imprese in questo ambito pare radicalmente cambiato: nel 2008 ben il 68,7% degli intervistati dichiarava di aver promosso la ricerca di nuovi prodotti e servizi rispetto a quelli esistenti³². Inoltre, tra le piccole imprese che dichiarano di aver fatto innovazione di prodotto negli ultimi due anni il 41,7% ha tratto dalla vendita di nuovi beni e servizi meno del 25% del proprio fatturato e solo il 17,3% una quota del fatturato pari ad almeno il 75% del totale.

In sintesi, sebbene la vendita di nuovi prodotti e servizi non sia stata particolarmente diffusa negli ultimi due anni, le piccole imprese mostrano una certa attenzione ai processi innovativi, sia come potenziale strumento per affrontare un inasprimento delle condizioni di mercato, sia come modalità effettiva per ripensare o riadattare l'attività aziendale in seguito a periodi di maggiore competizione o di crisi.

Il dato sulla scarsa introduzione di nuovi prodotti può essere parzialmente spiegato dalle risposte relative alle difficoltà che le piccole imprese sperimentano nell'innovare (Tabella 32). Il principale ostacolo è costituito dai costi dell'investimento in innovazione, giudicati troppo elevati per la singola impresa (78,4% in aumento rispetto al 74,1% rilevato nel 2008). Inoltre, le piccole imprese ritengono troppo ampio lo scarto temporale tra il momento in cui viene effettuato l'investimento e il momento in cui si realizzano i benefici dello stesso (68,8% delle risposte, sostanzialmente invariato rispetto allo scorso anno). Tra gli ostacoli meno sentiti dai piccoli imprenditori intervistati la mancanza di collaborazione con le altre imprese (clienti, fornitori e concorrenti), un possibile segnale che sul fronte dell'innovazione le piccole imprese sono pronte a coordinarsi, a fare rete. Tuttavia, rispetto all'indagine del 2008 è diminuita la percentuale delle piccole imprese che reputa poco o per nulla rilevante questo ostacolo (è il 36,5% nel 2009, in forte calo rispetto al 56,8% dell'anno precedente)³³. Netta la posizione degli intervistati sul ruolo dei finanziamenti pubblici per l'innovazione: molti imprenditori lamentano la scarsità delle risorse pubbliche disponibili (42,6% delle risposte nel 2009, decisamente superiore al 30,1% del 2008) e al tempo stesso ritengono che i finanziamenti pubblici per l'innovazione non siano né inutili né dannosi (42,7%, sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente)³⁴. Nell'insieme, i giudizi dei piccoli imprenditori intervistati denunciano maggiori difficoltà nell'innovare: rispetto alla precedente rilevazione sono aumentati gli imprenditori che assegnano un ruolo centrale ai finanziamenti pubblici a sostegno dell'innovazione e che segnalano tra i principali ostacoli gli elevati costi connessi ai processi innovativi e la mancanza di collaborazione con altre imprese.

31 Per "nuovi beni e servizi" si intendono beni o servizi che sono stati introdotti negli ultimi due anni o ai quali in tale periodo sono stati apportati cambiamenti significativi.

32 Lo scarso ricorso all'innovazione di prodotto può essere in parte spiegato dalla composizione settoriale del campione, in cui le imprese manifatturiere costituiscono solo il 7% del totale. Tuttavia, tale caratteristica del campione non spiega il mutato atteggiamento delle imprese tra le due rilevazioni, poiché anche nel 2008 le imprese manifatturiere rappresentavano il 7% circa del totale degli intervistati.

33 Sin qui si è considerata la somma delle opzioni "molto" e "abbastanza" sul totale delle risposte.

34 Qui si è considerata solo la modalità di risposta "molto".

Tabella 32 - Principali difficoltà ad innovare

	2009					2008				
	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE	NON SA - NON INDICA	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE	NON SA - NON INDICA
La mancanza di collaborazione con altre imprese (fornitori, clienti, concorrenti)	25,1	37,6	17,9	18,6	0,8	15,0	27,2	24,4	32,4	1,1
I costi elevati connessi all'investimento	39,2	39,2	11,7	9,0	0,8	31,9	42,2	13,7	10,8	1,3
L'innovazione presuppone investimenti i cui benefici sono troppo lontani nel tempo rispetto ai costi	29,3	39,5	17,9	12,1	1,2	30,0	38,5	16,3	13,6	1,6
I finanziamenti pubblici per l'innovazione sono scarsi	42,6	29,0	11,5	14,5	2,3	30,1	22,5	13,5	30,6	3,3
I finanziamenti pubblici per l'innovazione sono inutili/dannosi	13,7	21,2	20,3	42,7	2,1	16,2	19,9	18,3	41,1	4,6
Totale interviste	6.150					6.175				

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy.

Un altro aspetto valutato in termini di innovazione riguarda l'utilizzo di strumenti informatici nello svolgimento dell'attività di impresa, che sono usati da almeno il 75% degli intervistati, analogamente a quanto rilevato nel 2008. Gli strumenti informatici sono usati principalmente per la contabilità e per i pagamenti e gli incassi (Tabella 33)³⁵. Rispetto all'anno precedente si rileva una lieve diminuzione nell'utilizzo di strumenti informatici per la gestione del magazzino.

Tabella 33 - Per cosa utilizza gli strumenti informatici?

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Per i pagamenti/incassi	80,1	81,1
Per il magazzino	47,3	50,6
Per la contabilità	81,2	82,5
Per la vendita (per esempio prenotazioni o ordinazioni)	59,8	60,8
Totale interviste	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

35 Si considera la percentuale di imprenditori che rispondono "SI" alla domanda.

Il commercio elettronico si rivela uno strumento di nicchia, che riguarda meno di un quarto degli intervistati tra operatori abituali e saltuari (Tabella 34). L'utilizzo regolare del commercio elettronico è in flessione rispetto alla rilevazione effettuata nel 2008, mentre risulta più contenuto il calo del numero di intervistati che lo usano in modo saltuario. In netto aumento rispetto all'anno precedente la percentuale di piccole imprese che dichiara di non aver mai utilizzato il commercio elettronico nello svolgimento dell'attività.

Tabella 34 - Ha utilizzato/utilizza il commercio elettronico nella Sua attività?

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Si, lo utilizza regolarmente	10,6	13,2
Si, lo utilizza saltuariamente	10,7	11,9
No, ma l'ha utilizzato in passato	1,6	2,1
No, non l'ha mai utilizzato	76,6	72,5
Non sa - Non indica	0,6	0,4
Totale interviste	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

L'uso del commercio elettronico è principalmente percepito dalle piccole imprese come un fattore che consente loro di mantenere o migliorare la competitività aziendale: secondo il 35% degli intervistati permette di conservare la concorrenzialità della propria attività e per il 20,5% è un mezzo di accesso privilegiato a mercati lontani. Il commercio elettronico si configura pertanto come uno strumento che consente alle piccole imprese di superare ostacoli che potrebbero essere insormontabili a causa della dimensione aziendale. Meno rilevanti i vantaggi legati alla gamma e ai volumi dei beni e servizi (Tabella 35). L'importanza del commercio elettronico come fattore competitivo è cresciuta rispetto al 2008, specie per quanto riguarda la possibilità di accesso a mercati distanti: questo uso del commercio elettronico si qualifica come più rilevante rispetto all'aumento dei volumi dei beni e servizi offerti, contrariamente a quanto rilevato lo scorso anno.

Tabella 35 - Perché utilizza/ha utilizzato il commercio elettronico nella Sua attività?

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Le ha permesso di aumentare i volumi dei beni\servizi offerti	18,7	18,2
Le ha permesso di aumentare la gamma di beni\servizi offerti	16,5	15,6
Le ha permesso di raggiungere mercati lontani	20,5	15,8
Le ha permesso di stare al passo con la concorrenza	35,0	34,6
Non sa - Non indica	9,3	15,8
Totale di riferimento	1.404	1.672

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

In generale, l'innovazione delle imprese è strettamente legata alle competenze professionali che esistono all'interno delle stesse. Stante l'importanza del capitale umano anche per la piccola impresa, una parte del questionario è dedicata ai lavoratori, alle competenze e alla formazione professionale degli stessi.

Gli intervistati hanno assunto i propri addetti da imprese concorrenti con sede nella stessa regione (6,2% di risposte con modalità "molto", in lieve crescita rispetto all'anno precedente) piuttosto che da imprese della stessa regione ma non direttamente concorrenti (5,1%, stabile). Si segnala inoltre una prevalenza di piccole imprese che hanno assunto il proprio personale nelle regioni del Centro-Nord (18% di risposte con modalità "molto" versus 10,5% per il Sud; entrambi i risultati sono sostanzialmente uguali a quanto rilevato lo scorso anno).

Poco presenti tra il personale delle piccole imprese intervistate i neo-diplomati o neolaureati al momento dell'assunzione, così come i lavoratori stranieri: nel 72,2% dei casi gli intervistati non hanno assunto addetti direttamente provenienti da scuole o università, un dato in aumento rispetto 2008 (+5,8)³⁶. Inoltre, solo l'11,6% delle piccole imprese intervistate dichiara che "molto" o "abbastanza" del proprio personale proviene dall'estero³⁷.

A conferma del limitato interesse delle piccole imprese verso figure professionali con caratteristiche e competenze "diverse" da quelle presenti in azienda, gli intervistati propendono più per l'aggiornamento delle competenze del personale già occupato (36,2% del totale) piuttosto che per l'aumento del numero di addetti (28,9% dei casi). In aggiunta, il numero di piccole imprese interessate a potenziare il proprio personale è in flessione rispetto al dato rilevato nel 2008 (32,9%)³⁸.

Le piccole imprese che vorrebbero aumentare i propri occupati o facilitare l'aggiornamento degli addetti già presenti in azienda sono interessate principalmente a competenze commerciali, legate allo sviluppo delle vendite (58,2%) e quasi in ugual misura a competenze tecniche, legate alla produzione (57,6%). Circa il 50% degli intervistati è alla ricerca di competenze organizzative, ad esempio per la gestione del magazzino (Tabella 36)³⁹. Rispetto alla rilevazione del 2008, è aumentato il numero di imprese che vorrebbero potenziare le competenze commerciali (+5%) e soprattutto organizzative (+13%) all'interno dell'azienda, mentre è stabile la percentuale di intervistati che ritiene importante l'aggiornamento o l'estensione delle capacità tecniche del personale. È inoltre cresciuta sensibilmente la domanda di competenze contabili-amministrative (+11%), che rimane tuttavia inferiore alla necessità di avere personale con una buona conoscenza delle lingue straniere (38,3%). Le piccole imprese intervistate esprimono inoltre una forte richiesta di competenze finanziarie (47,3%)⁴⁰.

36 Si considera qui la modalità di risposta "per niente".

37 La risposta relativa alla componente straniera degli addetti delle piccole imprese non era stata prevista nella precedente rilevazione.

38 Nel 2008 la domanda sull'aggiornamento delle competenze degli addetti dell'impresa non era stata posta agli intervistati.

39 Si considera la percentuale di imprenditori che rispondono "SI" alla domanda.

40 La conoscenza delle lingue straniere e le competenze finanziarie non erano state previste nel questionario del 2008 come modalità specifiche di risposta.

Tabella 36 - Di che tipo di competenze necessita?

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Contabili, amministrative, di segreteria	36,5	25,9
Tecniche, legate alla produzione	57,6	58,4
Organizzative (gestione del magazzino,...)	50,2	37,3
Commerciali per lo sviluppo delle vendite (addetti alle vendite, esperti di marketing,...)	58,2	53,2
Finanziarie (personale in grado di redigere progetti da portare in banca, in grado di capire che tipo di finanziamenti chiedere...)	47,3	-
Conoscenza lingue straniere	38,3	-
Altre competenze	18,8	28,5
Totale di riferimento	2.816	2.030

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Tuttavia, non è scontato che per l'impresa sia semplice reperire sul mercato del lavoro le competenze di cui necessita.

In effetti, poco più del 25% delle piccole imprese intervistate dichiara di incontrare difficoltà nel reperire in generale la forza lavoro e non sorprende che il dato sia in miglioramento rispetto alla rilevazione del 2008 (-11,5%).

Come mostrato nella Tabella 37, la principale difficoltà riscontrata è la penuria di lavoratori qualificati presenti sul mercato, associata alla necessità di prevedere per i nuovi addetti lunghi tempi di formazione sul lavoro (49,9% di risposte con modalità "molto", in lieve calo rispetto allo scorso anno). Poco sentita dagli imprenditori invece la scarsa disponibilità dei lavoratori a trasferirsi da altre città o regioni (37,2% di risposte con modalità "per niente"). Si noti che rispetto al 2008 sono aumentate le piccole imprese che rilevano scarsa disponibilità alla mobilità territoriale da parte dei potenziali lavoratori (+4%). Rilevante anche il numero di intervistati che reputa un ostacolo la scarsità di lavoratori qualificati, sommata all'impossibilità di effettuare la formazione dei nuovi addetti all'interno dell'azienda stessa. Tale vincolo è tuttavia percepito come meno stringente rispetto all'anno precedente.

Le piccole imprese lamentano inoltre la richiesta da parte dei potenziali nuovi addetti di retribuzioni troppo elevate (61,8%, sostanzialmente invariato rispetto al 2008)⁴¹. Infine, non risulta essere un ostacolo per la maggior parte delle piccole imprese intervistate la presenza di lavoratori qualificati provvisti però di competenze diverse da quelle ricercate (39,5%)⁴².

41 Si considera qui la somma delle opzioni "molto" e "abbastanza" sul totale delle risposte.

42 Si considera qui la somma delle opzioni "poco" e "per niente" sul totale delle risposte. Questa modalità di risposta non era presente nella precedente rilevazione.

Tabella 37 - Le principali difficoltà nel reperimento della forza lavoro

	2009					2008				
	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE	NON SA - NON INDICA	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE	NON SA - NON INDICA
Ci sono pochi lavoratori qualificati sul mercato e non è possibile formarli in azienda	41,3	28,3	13,5	16,6	0,3	43,6	28,4	13,8	12,9	1,4
Ci sono lavoratori qualificati, ma con competenze differenti da quelle a me necessarie	29,4	30,4	16,7	22,8	0,7	-	-	-	-	-
Ci sono pochi lavoratori qualificati sul mercato e i tempi di formazione sul lavoro sono troppo lunghi	49,9	28,6	8,8	12,4	0,3	51,9	28,2	8,9	9,7	1,3
Le retribuzioni richieste sono troppo elevate	29,7	32,1	13,0	24,6	0,5	26,8	35,4	15,2	21,0	1,6
Scarsa disponibilità dei potenziali lavoratori a trasferirsi da altre città/regioni	26,7	20,4	14,4	37,2	1,3	24,5	23,1	16,4	32,8	3,3
Totale di riferimento	1.688					2.403				

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

La Tabella 38 consente di comprendere come le piccole imprese cercano di contribuire alla formazione del proprio personale⁴³. La formazione è più di frequente relegata alla partecipazione a corsi obbligatori per legge (48,1%). In misura minore, le imprese consentono ai lavoratori di usufruire di corsi di formazione tecnica (40,6%) o più generale (lingue straniere, informatica), tenuti da enti regionali o pubblici.

Meno di un terzo degli intervistati si occupa autonomamente di organizzare corsi di formazione tecnica (32,1%) o di aggiornamento professionale (29,5%) per gli addetti dell'azienda.

Rispetto all'anno precedente, pare esserci meno attenzione da parte delle piccole imprese alla formazione o all'aggiornamento delle competenze del proprio personale: si va da un calo del 2,7% degli intervistati che consentono la partecipazione ai corsi di natura tecnica tenuti da enti pubblici, alla diminuzione dell'1% di rispondenti che dichiarano che i lavoratori partecipano a corsi di formazione obbligatori per legge, come ad esempio quelli relativi alla sicurezza sul lavoro.

43 Si considera la percentuale di imprenditori che rispondono "SI" alla domanda.

Tabella 38 - Come contribuisce alla formazione del proprio personale?

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
I lavoratori partecipano a corsi di formazione obbligatori per legge (es. sicurezza sul lavoro)	48,1	49,1
Organizzo corsi di formazione tecnica per creare competenze che sono specifiche alla mia azienda o al mio settore	32,1	33,8
Organizzo corsi di aggiornamento professionale (per l'uso di nuovi macchinari o di nuovi programmi informatici)	29,5	31,4
Consento al personale di partecipare a corsi di aggiornamento generale tenuti da enti regionali o pubblici (corsi di lingua, informatica)	39,4	41,1
Consento al personale di partecipare a corsi di formazione tecnica tenuti da enti regionali o pubblici (relativi a processi produttivi o aspetti tecnici della mia azienda/settore)	40,6	43,3
Totale interviste	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Sempre in tema di formazione del personale, la Tabella 39 sottolinea le criticità riscontrate dalle piccole imprese. L'aspetto che più ampiamente risulta problematico è l'eccessiva onerosità di tenere i corsi di formazione direttamente all'interno dell'azienda (26,7% di risposte con modalità "molto"), mentre sono relativamente pochi gli intervistati che hanno il timore che il lavoratore che ha beneficiato della formazione abbandoni l'impresa (46,1% di risposte con modalità "per niente"). Rispetto al 2008, l'opinione delle piccole imprese sulla sproporzionata onerosità dei corsi organizzati in proprio è rimasta sostanzialmente la medesima, mentre è decisamente meno diffusa la paura che il lavoratore possa andarsene (-7,5%).

Molte piccole imprese ritengono inoltre che i vantaggi dei corsi di formazione siano inferiori agli investimenti necessari (44,6%), mentre è buono il giudizio degli intervistati sulla presenza di corsi pubblici che siano adatti al ramo di attività dell'azienda (55,5%)⁴⁴. Rispetto allo scorso anno le piccole imprese sono più convinte che i vantaggi dei corsi di formazione siano almeno pari agli investimenti necessari (+2,8%). Tuttavia, sono in aumento le piccole imprese che rilevano la carenza di corsi pubblici appropriati per il ramo di attività aziendale (+4,6%).

44 Si considerano qui rispettivamente la somma delle opzioni "molto" e "abbastanza" e la somma delle opzioni "poco" e "per niente" sul totale delle risposte.

Tabella 39 - Le problematiche connesse alla formazione professionale

	2009					2008				
	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE	NON SA - NON INDICA	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE	NON SA - NON INDICA
Non esistono corsi regionali o pubblici adatti al mio ramo di attività	18,4	18,6	13,7	41,8	7,5	21,4	19,2	15,6	35,3	8,5
I vantaggi dei corsi di formazione sono inferiori agli investimenti necessari	17,9	26,7	13,1	34,6	7,7	18,1	29,3	15,7	27,6	9,3
I corsi da organizzare in azienda sono troppo onerosi	26,7	26,6	8,0	31,2	7,5	27,6	28,5	9,9	24,4	9,6
Ho timore che i lavoratori non restino in azienda una volta formati	13,9	20,8	12,2	46,1	7,0	17,1	21,1	14,7	38,6	8,5
È impossibile sostituire i lavoratori durante i corsi di formazione	18,8	22,1	11,0	40,3	7,8	19,4	23,1	13,5	34,9	9,1
Totale interviste	6.150					6.175				

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Dal punto di vista operativo sembra manifestarsi da un lato l'esigenza di far emergere anche tra le piccole imprese la coscienza che la formazione del personale è effettivamente importante per la loro competitività, dall'altro la necessità di un intervento per ridurre i costi, non solo finanziari, della formazione stessa. La partnership tra istituzioni e aziende può costituire una via efficace per innalzare il livello formativo della forza lavoro occupata nelle piccole imprese, a vantaggio della competitività dell'intero tessuto produttivo.

CONCLUSIONI

L'indagine 2009 alle piccole imprese clienti di UniCredit analizza i comportamenti dei piccoli imprenditori in risposta alla recente crisi. Il peggioramento delle condizioni di mercato è stato accompagnato da situazioni di notevole tensione nella gestione finanziaria dell'azienda, a causa del crollo degli ordinativi, dell'allungamento dei tempi di pagamento da parte dei clienti, del calo delle vendite in Italia e all'estero. Ciò avvalorava la tesi per cui la causa principale della minore crescita degli impieghi sia da ricondurre al congelamento dei piani di investimento.

Emerge la consapevolezza da parte dei piccoli imprenditori di un cambiamento strutturale sui mercati, anche al di là della congiuntura negativa legata alla crisi, per cui si rende necessario azionare tutte le leve competitive disponibili: valorizzazione del territorio, internazionalizzazione e innovazione.

I legami tra imprese sul territorio non riguardano solo lo scambio di merci e servizi ma si riferiscono anche e soprattutto a competenze e capitale relazionale, su cui si basa il carattere innovativo della piccola imprenditoria. Il protrarsi di condizioni dure e la moria di piccole imprese indotta dalla crisi rischia di disgregare tali valori, che necessitano di anni di lavoro e relazioni per essere stabilite: in questo senso il territorio, inteso come spazio di relazioni, deve essere valorizzato per sostenere la competitività delle piccole imprese.

Anche l'attività sui mercati internazionali influisce sulla competitività del territorio: si tratta di valorizzare una vocazione già propria dell'economia italiana e che offre anche lo stimolo ad innovare e a migliorare l'efficienza e la qualità dei beni. La percentuale delle imprese intervistate che dichiara di svolgere attività in ambito internazionale è rimasta stabile rispetto alle rilevazioni precedenti. D'altronde, le opportunità di sviluppo in tal senso sono ancora molte e confermano la rilevanza dell'attività con l'estero per il successo della piccola imprenditoria. Con un adeguato sostegno nell'accesso all'ambito internazionale (ricerca di controparti, assistenza burocratica, fiscale e linguistica, prodotti finanziari dedicati), anche le piccole imprese sono in grado di servire i mercati esteri, specie quelli emergenti dell'Europa Centro Orientale che, per contiguità fisica e culturale, si mostrano particolarmente adatti.

Anche se gli investimenti pianificati sono stati in larga misura congelati per i timori connessi alle difficoltà finanziarie, i piccoli imprenditori intervistati mostrano una certa attenzione ai processi innovativi, sia come potenziale strumento per affrontare un inasprimento delle condizioni di mercato, sia come modalità effettiva per ripensare o riadattare l'attività aziendale in seguito a periodi di maggiore competizione o di crisi. Permangono tuttavia notevoli difficoltà nell'innovare, soprattutto relative ai costi, giudicati troppo elevati per la singola impresa. Inoltre, emerge la necessità di un intervento per ridurre i costi della formazione del personale, data la connessione forte tra l'innovazione e le competenze professionali che esistono all'interno delle imprese stesse. Oltre al contenimento dei costi operativi, qualità e innovazione emergono quali leve principali per affrontare situazioni di particolare difficoltà.

“

**RAPPORTO
UNICREDIT
SULLE
PICCOLE
IMPRESE** ”

VI EDIZIONE 2009-2010

06



GLI ATTORI DEL TERRITORIO E IL SUPPORTO ALLE PICCOLE IMPRESE





GLI ATTORI DEL TERRITORIO E IL SUPPORTO ALLE PICCOLE IMPRESE

**RETAIL RESEARCH AND COMPETITORS BENCHMARKING,
UNICREDIT GROUP**

INTRODUZIONE

Il capitolo precedente ha dato voce ai piccoli imprenditori, con un'attenzione particolare a valorizzazione del territorio, internazionalizzazione e innovazione quali leve strategiche che permettono di innescare dinamiche virtuose, oggi più che mai necessarie per la ripresa economica. Malgrado l'iniziativa individuale sia condizione necessaria per il successo dell'attività d'impresa, la crisi in corso la rende non più sufficiente, soprattutto per quanto riguarda aziende di limitate dimensioni.

A livello settoriale, le difficoltà sono diffuse e generali. Data la vastità del tema, si è deciso in questa sede di focalizzarsi su tre settori che sono il cardine dell'economia italiana e presentano, seppur con caratteristiche differenti, le maggiori potenzialità per l'uscita dalla crisi: la manifattura (6.1), il turismo (6.2) e l'agricoltura (6.3). Il cosiddetto "capitalismo di territorio" è una (o forse addirittura "la") risorsa primaria dell'economia italiana. Una risorsa immateriale e allo stesso tempo estremamente concreta, data da eccellenze produttive, patrimoni culturali e paesaggistici, posizione geografica e offerta pervasiva di qualità e tipicità. Una risorsa su cui puntare per lo sviluppo in generale e che allo stesso tempo potrebbe contribuire al rilancio del marchio "Italia". Una risorsa di cui i tre settori analizzati sono, sopra ogni altro, "portavoce" di elezione: manifattura di qualità, agroindustria e turismo.

Malgrado le indubbie eccellenze settoriali e ferma restando l'assoluta importanza delle leve strategiche prima ricordate, affrontare e vincere la crisi richiede un elemento in più: la concertazione tra gli attori del territorio. Le imprese hanno bisogno oggi più che mai di interlocutori coesi, capaci di attuare interventi concreti e coerenti, che permettano loro di ricominciare ad operare in un assetto profondamente mutato e attualmente ostico. Stiamo parlando delle istituzioni con le quali le imprese interagiscono sistematicamente, ovvero le Associazioni di Categoria e i Consorzi Fidi (Confidi), e il sistema bancario. Ai primi è dedicata la sezione 6.4, dove si presentano i risultati di un'indagine ad hoc condotta a un campione di circa 200 tra Associazioni di Categoria e Confidi. Non solo; data l'importanza, il tema dei Confidi è ripreso anche nella sezione 6.5, in cui si analizza l'evoluzione (auspicata) del rapporto banca-impresa, e si pone l'accento sulla trasparenza quale condizione imprescindibile per l'uscita dalla crisi.

6.1 L'ITALIA MANIFATTURIERA NELLA PROSPETTIVA EUROPEA

Fra le conseguenze della gravissima crisi finanziaria che ha colpito l'Occidente nel 2008-2009 vi è la riscoperta di quella che si è tornati a chiamare l'«economia reale».

Che l'enfasi del discorso economico, dopo gli eccessi dell'«economia di carta», cada nuovamente sulle imprese, i lavoratori e gli imprenditori è, per un Paese come il nostro, un fatto da non sottovalutare. In Italia - ha osservato di recente il ministro dell'Economia, Giulio Tremonti - «abbiamo un enorme stock di risparmio e l'Italia non ha un'economia drogata dalla finanza ma la seconda manifattura d'Europa»¹.

È proprio guardando all'Europa che otteniamo conferma della solidità di fondo del nostro sistema produttivo, che colloca una decina di regioni all'interno di quello che Romano Prodi ha chiamato «il cilindro che va da Amburgo a Firenze», cuore dell'industria manifatturiera².

¹ Si veda l'intervista del Ministro G. Tremonti al *Corriere della Sera* - «Il Pdl discuta sulle idee di Fini. Serve tregua, congresso Pd decisivo» - di A. Cazzullo, 15 settembre 2009, p. 1.

² «Una volta - è l'argomentazione - c'era la famosa banana, mentre adesso in Europa c'è un cilindro che dal Nord Europa (ma soprattutto dalla Germania) arriva a metà dell'Italia: il risultato è che fino a Firenze abbiamo una struttura produttiva che assomiglia a quella tedesca e sotto a quella francese»: si veda l'articolo di F. Locatelli («Industria pilastro del paese», *Il Sole 24 Ore*, 10.9.2009), che dà conto dei lavori del Seminario promosso dal Centro studi Confindustria (9 settembre); sull'immagine del «cilindro», si v. altresì F. Mosconi, *Quale futuro per i sistemi locali oltre la crisi*, CNA, Reggio Emilia, 9 luglio 2009, «Sviluppo locale», vol. XIII, n. 32-33, 2008-09, pp. 187- 190.



È dall'Europa quindi che deve partire la riflessione sulla manifattura, riprendendo e aggiornando le considerazioni a suo tempo espresse nella prima edizione di questo "Rapporto sul Capitalismo dei Piccoli"³; dopodichè volgeremo lo sguardo all'Italia e, in particolare, ai territori che compongono "il cilindro" di cui sopra.

Va anzitutto segnalato che, dal punto di vista dei singoli imprenditori, un'analisi dettagliata dei comportamenti e delle leve strategiche a loro disposizione è contenuta nel precedente capitolo di questo *Rapporto* (cap. 5). Nella presente Sezione diviene pertanto necessario ampliare la prospettiva secondo una duplice traiettoria: geografica (sottolineando appunto la prospettiva europea, ambito competitivo per eccellenza dei nostri imprenditori) e settoriale (considerando la manifattura sia nel suo insieme sia nelle sue aree di prevalente specializzazione).

La nostra attenzione è centrata sulle performance delle economie regionali sui mercati internazionali. È infatti vero che la crisi di questi anni, col calo del Pil mondiale nel 2009 e il tracollo del commercio internazionale di beni e servizi (commercio che è da sempre il motore della crescita), colpisce più duramente proprio le economie regionali e le imprese più innovative e più aperte verso l'estero. Ma è altrettanto vero che da più di dieci anni le nostre imprese si sono abituate a operare in regime di cambi fissi: l'euro infatti le ha spinte a intraprendere profonde ristrutturazioni e crescenti cambiamenti strategici.

È più che probabile che il grande *crac* abbia colto molte imprese in mezzo al guado, creando non poche difficoltà legate a progetti di investimento già avviati e il cui orizzonte temporale di rientro è stato alterato dall'insorgere della crisi. Ci torneremo a conclusione.

6.1.1 LA PROSPETTIVA EUROPEA: UN BREVE AGGIORNAMENTO

Già nel *1° Rapporto* (2004) annotavamo come alcuni atti ufficiali dell'Unione Europea (UE) dimostrassero la crescente attenzione delle Autorità comunitarie - e della Commissione Europea di Bruxelles, in primis - verso le piccole imprese. Oggi vanno menzionati due nuovi fatti di rilievo: (i) l'adozione, da parte della Commissione Europea nel giugno 2008, dello «*Small Business Act*» for Europe (SBA); (ii) l'attivazione, sempre dal 2008, della *SME Performance Review* (SPR), esercizio che rappresenta la continuazione del lavoro svolto in precedenza e fino al 2007 dall'*Osservatorio delle PMI europee*. Esaminiamoli in rapida successione.

Lo SBA europeo si applica alle imprese indipendenti che abbiano meno di 250 addetti (ossia, al 99% del totale)⁴, e persegue essenzialmente tre finalità. La prima - citiamo testualmente dalla Comunicazione della Commissione europea - consiste in:

«una serie di 10 principi per guidare la formulazione e l'attuazione delle politiche sia a livello UE che degli Stati membri. Tale principi (...) sono essenziali per valorizzare le iniziative a livello della UE, creare condizioni di concorrenza paritarie per le PMI e migliorare il contesto giuridico e amministrativo nell'intera UE».

La seconda - citiamo ancora la Comunicazione - è:

«una serie di nuove proposte legislative ispirate al principio 'Pensare anzitutto in piccolo'»⁵.

3 Cfr. F. Mosconi, «La prospettiva europea», in *1° Rapporto UniCredit Banca sul Capitalismo dei Piccoli*, Bologna, dicembre 2004, pp. 25-46.

4 Come già evidenziato nelle precedenti edizioni di questo Rapporto, le nuove soglie previste dalla definizione comunitaria di PMI, in vigore dal 1° gennaio 2005, sono le seguenti: Micro imprese (o imprese di ridotta dimensione) meno di 10 addetti; Piccole imprese da 11 a 50 addetti; Medie imprese da 51 a 250 addetti. La definizione completa comprende poi delle nuove soglie riferite al fatturato annuo (rispettivamente, ≤ 2 milioni di euro; ≤ 10 milioni di euro; ≤ 50 milioni di euro) o all'attivo di bilancio (rispettivamente, ≤ 2 milioni di euro; ≤ 10 milioni di euro; ≤ 43 milioni di euro).

5 Più nel dettaglio, le principali proposte volte a traslare i principi in azione sono: «il regolamento sull'esenzione generale per categoria riguardo agli aiuti di Stato; il regolamento che definisce lo statuto della Società privata europea (SPE); la direttiva sulle aliquote IVA ridotte»

La terza finalità di questa Comunicazione, simbolicamente chiamata «Act», volta a riconoscere il ruolo centrale delle PMI nell'economia europea e - per la prima volta - ad attivare un quadro politico articolato, consiste in:

«una serie di nuovi interventi politici, tesi ad attuare questi 10 principi secondo le esigenze delle PMI a livello sia della Comunità che degli Stati membri».

Se questo è il quadro normativo che fa da cornice, sempre più precisa nei contorni, allo sviluppo delle PMI europee, qual è la loro consistenza numerica, vista anche in chiave comparata? Possiamo utilizzare, per rispondere a questa domanda, i dati pubblicati con la *SME Performance Review*, che a sua volta si compone di due parti principali: *Rapporto Annuale* e *SBA Fact Sheets*.

Conviene partire proprio dalle risultanze di questi ultimi - *Fact Sheets* -, che nelle tabelle comparative che seguono abbiamo semplicemente riorganizzato per singole classi dimensionali di imprese, anziché per singoli Stati membri (come invece appaiono nelle elaborazioni della Commissione europea); la comparazione è limitata ai «quattro grandi» della UE più la Spagna.

In generale va detto che l'universo delle SME nei Ventisette Paesi dell'UE era costituito, a fine 2007, da oltre 20 milioni di imprese (in crescita di 2 milioni nel periodo 2002-2007), mentre i corrispondenti valori per USA e Giappone si fermano, rispettivamente, a 14,7 e 4,7 milioni. Quasi 88 milioni di persone erano occupate, sempre a fine 2007, nelle SME (nelle grandi, 43 milioni): valore in crescita di 8,7 milioni lungo il periodo 2002-2007 (+1,4 milioni l'incremento messo a segno dalle grandi nello stesso arco temporale). Ogni SME dà lavoro, in media, a 4 persone, ma esistono, beninteso, differenze settoriali in queste dimensioni medie: mentre le imprese del commercio, per fare un esempio, hanno una dimensione assai ridotta e inferiore alla media (5 addetti), quelle della manifattura, per fare un esempio di segno opposto, ce l'hanno più ampia e superiore alla media (15 addetti).

Ciò premesso, torniamo alla comparazione fra l'Italia e i grandi della UE.

Tabella 1 - Micro imprese (1-10 addetti): una comparazione europea

	N. IMPRESE			N. PERSONE IMPIEGATE			VALORE AGGIUNTO (MEUR)		
	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26
Italia	3.615.729	94,6%	91,8%	7.066.111	47,1%	29,6%	188.012	31,8%	21,1%
Francia	2.103.795	92,3%	91,8%	3.439.907	23,9%	29,6%	153.425	50,2%	21,1%
Germania	1.373.537	82,5%	91,8%	3.900.504	18,9%	29,6%	164.766	15,9%	21,1%
UK	1.383.311	87,1%	91,8%	3.869.435	21,4%	29,6%	193.123	18,9%	21,1%
Spagna	2.346.173	92,2%	91,8%	5.166.051	38,6%	29,6%	136.404	27,6%	21,1%

Fonte: estratto da Commissione Europea, SBA Fact Sheets, 2009

Tabella 2 - Piccole imprese (11-50 addetti): una comparazione europea

	N. IMPRESE			N. PERSONE IMPIEGATE			VALORE AGGIUNTO (MEUR)		
	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26
Italia	183.662	4,8%	6,9%	3.257.900	21,7%	20,6%	137.145	23,2%	19,0%
Francia	147.410	6,5%	6,9%	3.017.626	21,0%	20,6%	140.268	18,5%	19,0%
Germania	244.016	14,7%	6,9%	4.565.380	22,1%	20,6%	189.009	18,2%	19,0%
UK	171.703	10,8%	6,9%	3.161.903	17,5%	20,6%	162.362	15,9%	19,0%
Spagna	175.716	6,9%	6,9%	3.436.451	25,7%	20,6%	119.678	24,2%	19,0%

Fonte: estratto da Commissione Europea, SBA Fact Sheets, 2009

Tabella 3 - Medie imprese (51-250 addetti): una comparazione europea

	N. IMPRESE			N. PERSONE IMPIEGATE			VALORE AGGIUNTO (MEUR)		
	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26
Italia	19.354	0,5%	1,1%	1.858.001	12,4%	16,8%	94.756	16,0%	17,8%
Francia	23.094	1,0%	1,1%	2.376.895	16,5%	16,8%	118.552	15,6%	17,8%
Germania	39.641	2,4%	1,1%	3.971.022	19,2%	16,8%	199.453	19,2%	17,8%
UK	27.562	1,7%	1,1%	2.755.698	15,2%	16,8%	171.571	16,8%	17,8%
Spagna	20.131	0,8%	1,1%	1.935.282	14,5%	16,8%	82.906	16,8%	17,8%

Fonte: estratto da Commissione Europea, SBA Fact Sheets, 2009

Tabella 4 - Micro e PMI (< 250 addetti): una comparazione europea

	N. IMPRESE			N. PERSONE IMPIEGATE			VALORE AGGIUNTO (MEUR)		
	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26
Italia	3.818.745	99,9%	99,8%	12.182.012	81,3%	67,1%	719.913	70,9%	57,9%
Francia	2.274.299	99,8%	99,8%	8.834.428	61,4%	67,1%	412.245	54,2%	57,9%
Germania	1.657.194	99,5%	99,8%	12.436.906	60,1%	67,1%	553.228	53,2%	57,9%
UK	1.582.576	99,6%	99,8%	9.787.036	54,0%	67,1%	527.055	51,6%	57,9%
Spagna	2.542.020	99,9%	99,8%	10.537.784	78,7%	67,1%	338.988	68,5%	57,9%

Fonte: estratto da Commissione Europea, SBA Fact Sheets, 2009

Tabella 5 - Grandi imprese (> 250 addetti): una comparazione europea

	N. IMPRESE			N. PERSONE IMPIEGATE			VALORE AGGIUNTO (MEUR)		
	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26	VALORE	%	MEDIA EU 26
Italia	2.943	0,1%	0,2%	2.804.688	18,7%	32,9%	172.234	29,1%	42,1%
Francia	5.000	0,2%	0,2%	5.553.907	38,6%	32,9%	347.744	45,8%	42,1%
Germania	8.135	0,5%	0,2%	8.235.305	39,8%	32,9%	486.118	46,8%	42,1%
UK	6.240	0,4%	0,2%	8.323.762	46,0%	32,9%	494.351	48,4%	42,1%
Spagna	3.032	0,1%	0,2%	2.849.049	21,3%	32,9%	155.619	31,5%	42,1%

Fonte: estratto da Commissione Europea, SBA Fact Sheets, 2009

Come si può vedere dalle tabelle sopra riportate, l'Italia - rispetto ai suoi principali partner comunitari (oltre naturalmente alla media UE-26) - presenta una netta prevalenza di microimprese, e ciò emerge considerando tutti e tre i parametri utilizzati. Il 94,6% delle imprese sono micro (contro solo l'82% in Germania); esse danno lavoro al 47,1% degli occupati (il 18,9% in Germania) e generano il 31,8% del valore aggiunto (il 15,9% in Germania). D'altro canto, l'Italia è sottorappresentata, rispetto agli altri Paesi, nelle altre classi dimensionali di impresa; soprattutto, essa si caratterizza per una scarsa presenza, in termini relativi, di imprese medie o, volendo, medio-piccole.

Nel complesso, tuttavia, considerando nel loro insieme le tre classi di imprese censite a livello europeo (Micro, Piccole e Medie, d'ora in avanti SME), la performance del sistema produttivo italiano appare assai significativa. Basti infatti pensare che - come pone in evidenza la Commissione Europea nel suo SBA Fact Sheet riferito all'Italia - vi sono all'incirca 65 SME per 1.000 abitanti, cifra che «è sostanzialmente al di sopra della media UE pari a circa 40». L'incidenza, sempre per 1.000 abitanti, è di 36 SME in Francia, 20 in Germania, 26 nel Regno Unito e 58 in Spagna.

Per approfondire questa comparazione, facciamo riferimento alla Tabella 4. In tutti i Paesi della UE queste tre classi di imprese rappresentano oltre il 99,5% del totale; in Italia addirittura il 99,9%. Dove le cose iniziano a differenziarsi è l'incidenza di queste (numerossime) imprese sugli occupati e sul valore aggiunto prodotto. Qui emerge con nettezza il profilo dell'Italia come Paese della «micro e piccola impresa» per antonomasia: l'81,3% nel caso degli occupati e il 70,9% per il valore aggiunto sono valori ampiamente superiori alla media UE-26 (rispettivamente, il 67,1% e il 57,9%), ma anche superiori ai valori realizzati dagli altri tre grandi, Germania, Francia e Regno Unito (che si muovono fra il 50 e il 60%), mentre più simili ai nostri sono i valori della Spagna.

Se, come abbiamo richiamato in apertura, l'Italia ha la seconda manifattura d'Europa e se il cuore manifatturiero dell'Europa sta dentro un «cilindro» che va da Amburgo a Firenze, la traiettoria di sviluppo della nostra industria non può che iscriversi in un orizzonte autenticamente europeo.

L'UE, se la confrontiamo dal punto di vista strutturale con le altre due maggiori aree economiche del mondo, presenta ancora oggi una base industriale (26,5% del valore aggiunto) che la rende più simile al Giappone (28,5%) che non agli Stati Uniti (21,8%)⁶.

⁶ Il confronto fra i tre Paesi della «Triade» si trova in: European Central Bank, *Statistic Pocket Book*, September 2009: i dati sulla ripartizione del valore aggiunto per attività economica si riferiscono al 2008 per l'UE e al 2007 per USA e Giappone; quelli sull'industria si intendono comprensivi delle costruzioni. Va altresì segnalato, fra gli altri, il dato sul Pil (in Ppa): l'UE-27 è la prima potenza economica del mondo (13,0 trilioni di Euro contro i 12,3 degli USA e i 3,7 del Giappone), ma soprattutto rispetto agli USA sconta un gap nel Pil pro-capite, sempre in Ppa (26.100 Euro, che salgono a 28.300 nell'Area Euro, contro i 40.300 degli Usa e i 29.000 del Giappone). La diversa dinamica della produttività è offerta come principale spiegazione di questa differenza: posta pari a 100 la produttività del lavoro (in Ppa) nell'Area Euro, il valore scende a 91,7 nell'UE (e lo stesso accade per il Giappone) mentre sale a 132,5 negli Usa.

Questa struttura economica può essere sia confrontata con la situazione esistente un decennio prima, sia disaggregata a livello di singoli Stati membri (si veda Tabella 6).

Tabella 6 - Valore aggiunto per l'industria (manifattura e costruzioni)

	INDUSTRIA MANIFATTURIERA		COSTRUZIONI	
	1997	2007	1997	2007
EU-27	23,3	20,2	5,6	6,3
Euro area	22,7	20,4	5,7	6,5
Belgio	23,5	18,9	4,9	5,2
Bulgaria	26,4	24,1	2,7	8,2
Repubblica Ceca ⁽¹⁾	33,0	32,0	7,5	6,2
Danimarca	20,9	20,1	4,8	5,6
Germania	25,1	26,4	6,0	4,0
Estonia	24,9	21,3	6,1	9,1
Irlanda ⁽¹⁾	33,1	25,0	5,6	9,9
Grecia ⁽²⁾	13,9	14,8	7,0	8,3
Spagna	22,2	17,5	7,1	12,3
Francia	18,4	14,1	5,1	6,5
Italia	24,4	20,8	5,1	6,3
Cipro	13,4	9,8	7,9	9,1
Lettonia	25,3	13,6	4,2	8,4
Lituania	23,5	23,3	7,6	10,0
Lussemburgo	14,7	9,3	6,2	5,1
Ungheria	28,1	25,2	4,6	4,2
Malta	22,3	17,7	4,3	3,8
Paesi Bassi	20,6	18,8	5,3	5,6
Austria	23,0	23,5	7,9	7,1
Polonia	26,1	23,2	7,2	7,9
Portogallo	22,0	18,0	7,0	6,5
Romania ^(1, 3)	29,1	27,5	5,6	8,4
Slovenia	29,1	27,5	6,7	7,0
Slovacchia	28,0	30,3	7,3	6,7
Finlandia	27,4	26,2	4,9	6,4
Svezia	25,1	23,7	4,0	5,0
Regno Unito	24,9	16,6	5,0	5,2
Croazia	24,2	23,3	7,1	6,8
Repubblica Ex Jugoslava di Macedonia ⁽¹⁾	28,4	23,5	6,2	6,7
Turchia	24,9	19,3	6,0	4,9
Islanda ⁽¹⁾	20,8	15,5	8,3	10,5
Norvegia	32,5	37,8	4,7	5,2
Svizzera	23,0	22,5	5,5	5,5
Giappone	25,5	23,0*	7,6	6,1*
Stati Uniti ⁽³⁾	20,0	17,3**	4,6	5,1**

Fonte: Estratto da Eurostat YearBook, 2009

Note: (1) 2006 anziché 2007; (2) 2000 anziché 1997; (3) 1998 anziché 1997. * Dato OCSE, 2006; ** Dato OCSE, 2006.

Questi dati suggeriscono l'esistenza di un processo di deindustrializzazione che possiamo definire lieve; in ogni caso, un processo tale da non aver messo a repentaglio la base manifatturiera dell'Europa, che anzi è stata conservata. E ciò almeno nei grandi Paesi - Germania e Italia - che formano le due estremità del «cilindro»⁷.

Significativi, come mostra sempre la Tabella 6, sono i risultati degli altri Paesi europei che possiamo comprendere in una definizione ampia del «cilindro»: un cilindro esteso dalla base superiore - verso Nord - fino a comprendervi certamente la Danimarca (ma anche la Svezia e la Finlandia) e dalla base inferiore - verso Sud - oltre Firenze, ma costeggiando la dorsale adriatica.

Riassumendo, in tutti questi casi siamo in presenza di Paesi che generano fra un quarto e un quinto del loro valore aggiunto *direttamente* nell'industria in senso stretto (quasi un terzo nei Paesi dell'Europa Centro-Orientale), al quale poi va sommato il valore aggiunto nelle costruzioni (dappertutto, nell'intorno del 5-6%). Inoltre, per ottenere la reale portata del contributo offerto dall'industria alla crescita economica di un Paese o di una sua regione, andrebbe stimato anche il valore aggiunto *indirettamente*, cioè il valore aggiunto del settore dei servizi (che valgono oggi, come minimo, il 70% in tutte le economie un tempo definite «industrializzate») che dipende dall'attività manifatturiera. Pensiamo a tutti i servizi di supporto alla produzione (ricerca, design, progettazione, marketing e pubblicità), alla stessa attività finanziaria, alla formazione e alla ricerca, ai trasporti e alla logistica, e così via. Studi di questa natura iniziano a essere elaborati e i risultati sono davvero sorprendenti, come ad esempio nel caso della Catalogna, una delle principali regioni manifatturiere europee⁸.

Lo snodo delle «Regioni d'Europa» appare quello ideale per avvicinarci al nostro caso-Paese.

6.1.2 L'ITALIA E IL CONTESTO DELLE «REGIONI D'EUROPA»

Sono 266, in base al livello 2 della classificazione NUTS 2003, le «Regioni d'Europa». Con due serie di dati, disaggregati appunto su base regionale, otteniamo una fotografia del nostro «cilindro» che, pur essendo solo una prima veduta dall'alto, appare piuttosto nitida. I dati sono di fonte Eurostat e sono stati di recente rielaborati in uno studio condotto dalla Giunta regionale dell'Emilia-Romagna in collaborazione con l'Istat⁹.

La prima serie di dati ha a che fare con i «tassi settoriali di occupazione»: la regione (il *Land*) di Amburgo è saldamente prima con 252,1 addetti alle attività manifatturiere per 1.000 abitanti, mentre, per venire più vicino a noi, Marche, Veneto ed Emilia-Romagna si classificano nelle primissime posizioni, rispettivamente all'8° posto (130,8/1.000), al 9° (128,2/1.000) e al 13° (124,8/1.000).

7 Nella prima, il valore aggiunto generato dall'industria è pari al 30,4% (contro il 31,1% del 1997), col dato sull'industria manifatturiera addirittura in aumento (26,4 contro 25,1); nella seconda - il nostro Paese - il 27,1% di valore aggiunto a fine 2007 continua a rappresentare un eccellente risultato rispetto al 29,5% di dieci anni (in aumento, da noi, sono le costruzioni).

8 Il caso della Catalogna è illustrato da una recente pubblicazione: Tomàs E. B., Muñoz C. V., *La nova indústria: el sector central de l'economia catalana*, "Papers d'economia industrial" N. 26, Generalitat de Catalunya - Observatori de prospectiva industrial, Barcelona, febrer del 2009. La metodologia usata è quella delle tavole input-output a oltre 150 entrate: in Catalogna il peso dell'industria secondo il calcolo tradizionale è del 22% sul Pil, mentre aggiungendo i servizi collegati alla produzione (quindi ciò che nello studio è stato denominato «la nuova industria») si arriva a circa il 63% del Pil.

9 Cfr. Regione Emilia-Romagna-Gabinetto del Presidente della Giunta-Servizio Controllo Strategico e Statistica, *La struttura produttiva dell'Emilia-Romagna - Una lettura attraverso l'Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA)*, Bologna, Clueb, ottobre 2009, cap. 2, pp. 53-70.

La seconda serie di dati fa emergere le «principali regioni manifatturiere europee», così definite in base al verificarsi di tre passaggi successivi¹⁰. Sono soltanto 18, come si evince dalla Tabella 7:

Tabella 7 - Le 18 principali regioni manifatturiere europee - anno 2005

CODICI NUTS2 2003	REGIONI	POPOLAZIONE MEDIA (IN MIGLIAIA)	VALORE AGGIUNTO AI PREZZI BASE (IN MILIONI DI EURO)	RANK DEL VALORE AGGIUNTO TOTALE	RANK DEL VALORE AGGIUNTO INDUSTRIA E COSTRUZIONI	ADDETTI NEL SETTORE MANIFATTURIERO PER MILLE ABITANTI
de11	Stoccarda	4.005,3	118.264	13	3	126,2
de12	Karlsruhe	2.730,1	76.535	31	16	98,5
de21	Oberbayern	4.224,7	148.962	6	5	78,5
de60	Amburgo	1.739,2	74.851	33	41	252,1
dea5	Arnsberg	3.786,6	85.022	24	12	82,2
dk0	Danimarca	5.419,4	169.386	4	10	75,7
es51	Cataluña	6.860,1	152.321	5	4	90,5
es52	Comunidad Valenciana	4.579,7	78.978	27	23	72,1
fi18	Etelä-Suomi	2.588,3	77.826	30	18	74,6
fr51	Paesi della Loira	3.413,4	76.220	32	33	77,5
fr71	Rhône-Alpes	5.981,7	147.792	7	11	75,5
itc4	Lombardia	9.434,1	267.619	2	1	124,7
itc1	Piemonte	4.336,0	103.407	20	13	106,9
itd3	Veneto	4.719,1	121.274	12	7	128,2
itd5	Emilia-Romagna	4.169,5	110.991	16	9	124,8
ite1	Toscana	3.609,1	85.686	23	19	91,8
nl41	Brabante Settentrionale	2.413,7	66.207	40	22	70,2
ukg3	West Midlands	2.592,6	63.707	42	n.d.	72,0

Fonte: Regione Emilia-Romagna, ottobre 2009

«Cinque sono italiane (...) - riporta il Quaderno della regione Emilia-Romagna -; cinque sono tedesche: Stoccarda e Karlsruhe nel Baden-Württemberg, Oberbayern con Monaco nella Baviera, Arnsberg nel Nordrhein-Westfalen, Amburgo. Inoltre troviamo in Francia il polo di Lione (Rhône-Alpes) e la regione atlantica della Loira, e in Spagna i poli di Barcellona (Cataluña) e Valencia. Infine, la regione meridionale dei Paesi Bassi, il Noord-Brabant, la contea di West Midlands con Birmingham nel Regno Unito, la regione meridionale finlandese Etelä-Suomi, che comprende Helsinki, nonché la Danimarca equiparata a regione NUTS a livello 2»¹¹.

¹⁰ *Ibidem*; i tre passi sono i seguenti: a) 266 regioni a livello 2 della classificazione NUTS 2003 (258 regioni più otto piccoli Paesi); b) 50 regioni con l'output economico più rilevante in termini di valore aggiunto totale; c) selezionate quelle con un tasso di addetti nel manifatturiero per 1.000 abitanti superiore alla media europea.

¹¹ *Ibidem*, p. 62.

La consistenza dell'industria italiana, significativa se vista nello scenario europeo, nasconde le numerose e ben note differenze fra le regioni del Nord e del Centro e quelle del Sud. Il «dualismo» dell'economia italiana - fra un Centro-Nord industrializzato e sviluppato e un Sud in ritardo di sviluppo - è da tempo uno dei nodi più problematici, e su di esso esiste una letteratura pressoché sconfinata. E proprio al Mezzogiorno - alle sue risorse sotto-utilizzate e da valorizzare nell'agricoltura, nell'industria e nel turismo - è stato dedicato il *Rapporto* dello scorso anno, e ad esso si rinvia¹². In questa sede va sottolineato invece come la fotografia della composizione settoriale del valore aggiunto per regione offra un'altra evidenza a sostegno della tesi del «cilindro» e, soprattutto, della sua sezione italiana. All'originario sviluppo del «Triangolo industriale» (il Nord-Ovest) si è poi unita la crescita del Nord-Est e del Centro (la «Terza Italia», secondo una fortunata definizione), mentre da qui lo sviluppo si è infine indirizzato lungo la «dorsale adriatica».

Tabella 8 - Valore aggiunto per regioni (quote %), 2007

REGIONI E AREE GEOGRAFICHE	INDUSTRIA (INCL. COSTRUZIONI)
Piemonte	29,6
Valle d'Aosta	24,6
Lombardia	32,9
Liguria	17,7
Nord-Ovest	30,7
Bolzano	22,1
Trento	26,1
Veneto	34,4
Friuli-Venezia Giulia	26,9
Emilia-Romagna	33,2
Nord-Est	32,2
Toscana	26,5
Umbria	27,9
Marche	31,8
Lazio	15,5
Centro	21,7
Centro-Nord	28,6
Abruzzo	30,7
Molise	24,6
Campania	19,5
Puglia	22,7
Basilicata	24,7
Calabria	17,0
Sicilia	16,6
Sardegna	19,0
Sud e Isole	20,3
Italia	26,7

Fonte: Banca d'Italia, L'economia delle Regioni Italiane nell'anno 2008, Collana Economie Regionali, 2009, n. 61 (elaborazione su dati ISTAT, Conti economici regionali).

12 Cfr. UNICREDIT BANCA, UNICREDIT BANCA DI ROMA, BANCO DI SICILIA, *Il Mezzogiorno verso un nuovo modello di sviluppo territoriale. Risorse e sfide per il successo della piccola impresa*, "Rapporto UniCredit sulle piccole imprese", V edizione, 2008-2009.

Il passo successivo consiste nel mettere maggiormente a fuoco i settori dell'industria manifatturiera italiana che più contribuiscono a questa rilevante performance (Tabella 9).

Tabella 9 - Composizione per branca del valore aggiunto dell'industria manifatturiera per regione, 2006

REGIONI E AREE GEOGRAFICHE	ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO	PRODOTTI TESSILI E ABBIGLIAMENTO	INDUSTRIE CONCIARIE, CUOIO, PELLE E SIMILARI	CARTA, STAMPA ED EDITORIA	COKERIE, RAFFINERIE, CHIMICHE, FARMACEUTICHE	LAVORAZIONE DI MINERALI NON METALLIFERI	METALLI E FABBRICAZIONE DI PRODOTTI IN METALLO	MACCHINE, APPARECCHI MECCANICI, ELETTRICI E OTTICI, MEZZI DI TRASPORTO	LEGNO, GOMMA E ALTRI PRODOTTI MANIFATTURIERI	TOTALE INDUSTRIA MANIFATTURIERA
Piemonte	10,1	9,0	0,3	6,1	6,0	3,1	17,2	37,4	10,7	100,0
Valle d'Aosta	15,0	1,7	0,1	2,2	1,6	3,1	29,0	36,1	11,0	100,0
Lombardia	7,1	8,5	0,7	6,8	11,6	2,9	20,6	30,9	10,7	100,0
Liguria	12,7	1,7	0,1	4,6	9,7	6,9	13,6	42,1	8,8	100,0
Nord-Ovest	8,1	8,4	0,6	6,5	10,2	3,1	19,5	32,9	10,7	100,0
Bolzano	17,9	1,1	0,1	5,8	2,5	5,5	19,4	29,2	21,5	100,0
Trento	12,1	4,8	0,7	12,1	6,0	6,7	13,5	28,3	15,9	100,0
Veneto	7,2	9,3	4,2	4,6	5,5	6,2	17,9	30,3	14,9	100,0
Friuli-Venezia Giulia	6,9	2,3	0,6	5,4	2,2	5,9	23,5	30,5	22,8	100,0
Emilia-Romagna	13,3	6,4	1,2	3,9	5,3	10,2	16,5	34,9	8,2	100,0
Nord-Est	10,1	7,2	2,5	4,6	5,1	7,8	17,6	32,1	13,0	100,0
Toscana	7,1	16,6	9,9	6,4	8,5	6,4	11,2	22,5	11,7	100,0
Umbria	12,9	10,8	0,6	5,4	3,5	12,7	22,6	19,3	12,1	100,0
Marche	6,6	8,3	14,7	5,0	3,5	3,4	15,3	24,6	19,2	100,0
Lazio	9,9	4,0	0,2	13,7	22,3	6,1	9,6	26,5	7,8	100,0
Centro	8,3	10,7	7,4	8,1	10,9	6,2	12,6	23,8	12,3	100,0
Centro-Nord	8,8	8,4	2,5	6,2	8,6	5,3	17,6	30,9	11,7	100,0
Abruzzo	10,1	12,7	1,8	7,2	5,5	9,0	14,2	28,9	10,7	100,0
Molise	14,7	13,9	0,4	1,5	7,5	10,5	13,8	28,4	9,1	100,0
Campania	16,1	7,4	4,2	6,1	6,7	6,0	13,3	30,5	9,7	100,0
Puglia	14,2	11,5	3,6	4,0	5,3	7,8	20,5	20,4	12,8	100,0
Basilicata	14,2	8,5	1,4	3,0	3,5	11,3	8,3	34,9	14,5	100,0
Calabria	21,0	8,2	0,4	5,0	8,5	17,1	11,5	18,5	10,0	100,0
Sicilia	17,0	2,5	0,2	4,2	21,8	10,2	12,3	20,3	9,6	100,0
Sardegna	19,6	4,1	0,2	4,4	16,1	11,2	13,4	19,8	10,5	100,0
Sud e Isole	15,4	8,2	2,3	5,0	9,7	8,9	14,5	24,9	10,7	100,0
Italia	9,7	8,4	2,5	6,0	8,8	5,8	17,2	30,1	11,6	100,0

Fonte: Banca d'Italia, L'economia delle Regioni Italiane nell'anno 2008, Collana Economie Regionali, 2009, n. 61 (elaborazione su dati ISTAT, Conti economici regionali)

Queste elaborazioni della Banca d'Italia su dati Istat confermano la posizione di leadership, dappertutto nel Paese, in quella che genericamente viene definita «industria metalmeccanica», e che si compone - com'è noto - di vari segmenti (metalli e prodotti in metallo; macchine apparecchi meccanici, elettrici, ottici; mezzi di trasporto). Posto pari a 100 il valore aggiunto totale dell'industria manifatturiera, la quota della metalmeccanica arriva in Italia quasi alla metà, il 47,3%; quota che supera la metà (il 52,4%) nel Nord-Ovest, la sfiora nel Nord-Est (49,7%), scende al 36,4% nel Centro e al 39,4% nel Sud e isole. Accanto al risultato del Piemonte (legato in misura considerevole alla presenza della Fiat), spicca - fra le regioni del cilindro - quello dell'Emilia-Romagna, forte soprattutto nella meccanica strumentale (il 34,9% deriva infatti dalle macchine e apparecchi meccanici, etc.).

La determinazione del secondo settore per importanza della manifattura italiana è un testa a testa fra l'industria alimentare e il sistema moda, che possiamo ottenere dalla somma di due diversi settori (tessile/abbigliamento e cuoio/pelle). Nella media italiana la moda vale il 10,9% contro il 9,7% degli alimentari, bevande e tabacco. Restando al livello nazionale, risultati significativi sono poi realizzati dalle raffinerie, dall'industria chimica e farmaceutica (8,8% del valore aggiunto); dall'industria della carta, stampa ed editoria (6,0% del valore aggiunto); dall'industria della lavorazione dei minerali non metalliferi (5,8%), mentre legno, gomma e altri prodotti manifatturieri con l'11,6% portano il totale a 100.

Giunti a questo punto, diviene importante esaminare una successiva questione: le performance sui mercati esteri, giacché le nostre regioni più industrializzate presentano un «grado di apertura» (misurato dal rapporto fra valore delle esportazioni e Pil dell'area) di assoluto rilievo: nella media del biennio 2007-2008, un po' meno del 30% nel Nord-Ovest, più del 30% nel Nord-Est; valori che scendono al 16% del Centro e all'11,3% del Sud e Isole; per tutte le quattro ripartizioni geografiche la quota di export verso l'area dell'euro oscilla fra il 41 e il 46% del totale.

L'«Età dell'euro» non è passata invano. Giunta al suo decimo anno di esistenza, ha manifestato i suoi effetti sia sul piano macroeconomico, offrendo un'ancora di stabilità alle economie che ne fanno parte, sia sul piano microeconomico, stimolando un profondo processo, ancora in corso, di ristrutturazione e riorganizzazione delle imprese. Non si spiegherebbero altrimenti, in regime di cambi fissi e in assenza di quelle svalutazioni competitive che caratterizzarono la lira, i risultati conseguiti dalle economie regionali del Centro-Nord sui mercati europei e internazionali.

A titolo riepilogativo, si pensi che a fine 2008, prima del *crac* internazionale, le quote sull'export del Paese per ripartizione geografica erano le seguenti¹³: Italia nord-occidentale 40,3%; Italia nord-orientale 31,4%; Italia centrale 14,7%; Italia meridionale 7,5% e Italia insulare 4,3%¹⁴.

Guardando ora alle singole regioni, balzano agli occhi le performance della Lombardia (che vale da sola circa il 30% sulle esportazioni totali del Paese), di Veneto ed Emilia-Romagna (entrambe intorno al 13%), del Piemonte (circa il 10%) e della Toscana (che sfiora il 7%)¹⁵.

13 In ciò si fa riferimento ai valori indicati nella pubblicazione ISTAT, *Le esportazioni delle regioni italiane, Gennaio - dicembre 2008*, Roma, 12 marzo 2009.

14 *Ibidem*. Il complemento a 100 è dato dal valore di quelle che l'ISTAT chiama: Province diverse e non specificate, con una quota pari a 1,8%. Le quote per il Centro-Nord e il Mezzogiorno diventano, rispettivamente, l'86,4% e l'11,7%.

15 *Ibidem*. Le quote percentuali per tutte le regioni italiane, a fine 2008, erano le seguenti: (I) *Italia nord-occidentale*: Piemonte 10,3; Valle d'Aosta 0,2; Lombardia 28,4%; Liguria 1,4. (II) *Italia nord-orientale*: Trentino-Alto Adige 1,7 (di cui, Bolzano 0,9 e Trento 0,8); Friuli 3,6; Emilia-Romagna 13,0. (III) *Italia centrale*: Toscana 6,9; Umbria 0,9; Marche 2,9; Lazio 4,0. (IV) *Italia meridionale*: Abruzzo 2,1; Molise 0,2; Campania 2,5; Puglia 2,0; Basilicata 0,5%; Calabria 0,1. (V) *Italia insulare*: Sicilia 2,7%; Sardegna 1,6. In data 17 settembre 2009 l'ISTAT ha pubblicato l'aggiornamento al periodo Gennaio - giugno 2009: rispetto al primo semestre 2008 si vince - com'era naturale attendersi con la trasmissione, al principio del 2009, della crisi all'economia reale e col crollo del commercio internazionale (oltre il 10% secondo i dati dell'FMI) - un calo delle esportazioni di circa un quarto (il 24,2%). Nondimeno, al giugno 2009, il contributo delle singole regioni del Paese resta sostanzialmente invariato rispetto all'anno precedente (giugno 2008), con Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna saldamente in testa e Piemonte e Toscana a completare il quintetto che, da solo, vale oltre il 70% di tutto l'export italiano.

Interessante diviene l'analisi dei saldi commerciali. Utilizzando i dati 2008, pubblicati a giugno 2009 nelle *Note Regionali Annuali* della Banca d'Italia dedicate a ogni regione italiana, possiamo guardare al valore sia delle esportazioni sia delle importazioni. Procederemo in due fasi: dapprima comporranno un riepilogo che dia conto, per le regioni a più forte vocazione manifatturiera e maggiormente internazionalizzate (in sintesi, «regioni aperte»), del loro commercio estero per settore (Tabella 10 e Tabella 11); dopodichè calcoleremo il loro surplus o deficit commerciale (Figura 1), visto pertanto come una *proxy* della competitività delle «regioni aperte» del Paese.

Tabella 10 - Esportazioni per settore e regioni, 2008 (milioni di euro)

SETTORI	PIEMONTE	LOMBARDIA	LIGURIA	BOLZANO	TRENTO	VENETO	FRIULI-VENEZIA GIULIA	EMILIA-ROMAGNA	TOSCANA	UMBRIA	MARCHE
Prodotti dell'agricoltura, selvicoltura e pesca	309	356	246	438	68	754	120	823	297	74	50
Prodotti delle industrie estrattive	46	645	11	10	5	54	11	40	176	1	1
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	3.321	4.088	254	552	438	2.780	420	3.241	1.277	296	192
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	2.685	8.610	92	57	116	4.864	197	3.813	3.701	378	589
Cuoio e prodotti in cuoio	289	1.707	26	19	41	4.165	37	912	3.351	72	2.025
Prodotti in legno, sughero e paglia	118	422	8	91	5	253	142	198	83	42	66
Carta, stampa ed editoria	910	2.008	59	65	269	1.174	274	404	873	37	237
Coke, prod. petroliferi e di combustione nucleare	509	845	391	2	2	316	215	55	384	3	49
Prodotti chimici e fibre sintetiche-naturali	2.417	12.524	662	205	329	1.744	331	3.009	1.784	201	1.187
Articoli in gomma e materie plastiche	2.300	4.499	165	91	126	1.477	412	1.119	412	73	372
Prodotti della lavoraz. di min. non metalliferi	496	1.210	118	44	98	1.454	223	3.836	737	102	79
Metalli e prodotti in metallo	3.653	18.557	541	374	134	5.741	2.652	3.834	2.342	1.031	800
Macchine e apparecchi meccanici	7.751	24.221	1.152	513	924	10.889	4.246	16.079	3.856	685	3.157
Apparecchiature elettriche ed ottiche	2.437	11.804	568	165	142	5.531	884	3.242	1.157	169	583
Mezzi di trasporto	9.473	8.017	579	464	94	2.754	1.419	5.651	2.488	143	432
Altri prodotti manifatturieri	1.068	3.612	109	127	33	4.181	1.544	1.144	2.233	89	833
Energia elettrica e gas	7	71	13	/	/	0	/	/	/	/	/
Prodotti delle altre attività	28	533	176	4	1	77	23	66	70	1	4
Totale	37.817	103.727	5.170	3.222	2.924	48.207	13.151	47.464	25.222	3.399	10.656

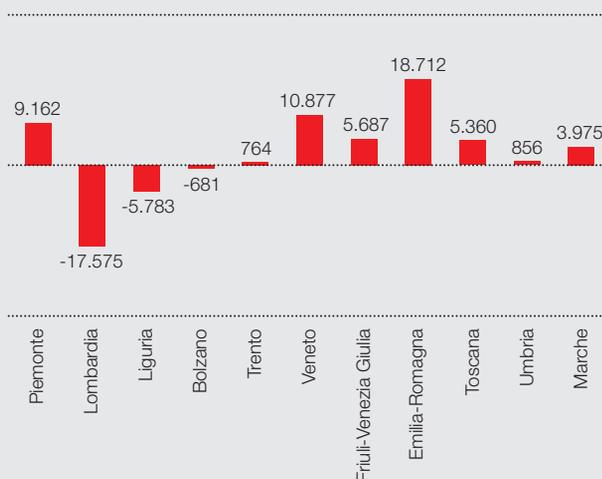
Fonte: Banca d'Italia, L'economia delle Regioni Italiane nell'anno 2008, Collana Economie Regionali, 2009, n. 61 (elaborazione su dati ISTAT, Conti economici regionali).

Tabella 11 - Importazioni per settore e regioni, 2008 (milioni di euro)

SETTORI	PIEMONTE	LOMBARDIA	LIGURIA	BOLZANO	TRENTO	VENETO	FRULI-VENEZIA GIULIA	EMILIA-ROMAGNA	TOSCANA	UMBRIA	MARCHE
Prodotti dell'agricoltura, selvicoltura e pesca	1.652	1.861	360	131	53	1.634	355	1.172	378	67	145
Prodotti delle industrie estrattive	922	10.917	4.711	44	18	1.692	230	480	2.950	15	1.669
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	1.408	6.290	796	736	168	3.027	250	3.593	1.378	329	261
Prodotti tessili e dell'abbigliamento	1.511	5.501	296	174	65	3.756	127	1.853	1.533	140	293
Cuoio e prodotti in cuoio	368	1.306	109	69	14	2.441	42	423	1.014	71	627
Prodotti in legno, sughero e paglia	319	771	37	239	117	706	279	461	148	66	111
Carta, stampa ed editoria	723	2.264	82	91	198	842	217	647	768	41	190
Coke, prod. Petroliferi e di combustione nucleare	182	1.548	476	7	3	255	29	127	159	29	23
Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali	2.896	22.898	329	248	264	2.637	597	3.185	2.360	138	1.359
Articoli in gomma e materie plastiche	1.021	2.515	142	148	71	816	132	754	288	101	127
Prodotti della lavoraz. di min. non metalliferi	362	1.099	106	126	43	527	108	127	167	25	71
Metalli e prodotti in metallo	3.846	18.023	961	526	263	5.484	2.660	4.194	3.942	1.046	547
Macchine e apparecchi meccanici	3.090	10.853	752	510	230	2.808	879	3.359	1.091	254	542
Apparecchiature elettriche ed ottiche	2.922	22.669	567	424	108	2.619	572	2.470	1.149	114	453
Mezzi di trasporto	6.524	9.915	788	287	522	7.290	825	4.889	2.213	76	129
Altri prodotti manifatturieri	852	2.099	98	137	18	755	156	673	278	29	126
Energia elettrica e gas	2	187	34	/	/	0	1	7	/	/	/
Prodotti delle altre attività	55	587	10	7	3	41	4	39	36	2	7
Totale	28.655	121.302	10.953	3.903	2.160	37.330	7.464	28.752	19.862	2.543	6.681

Fonte: Banca d'Italia, L'economia delle Regioni Italiane nell'anno 2008, Collana Economie Regionali, 2009, n. 61 (elaborazione su dati ISTAT, Conti economici regionali)

Figura 1 - Saldi commerciali regionali, 2008 (milioni di euro)



Fonte: Adattato da Banca d'Italia, L'economia delle Regioni Italiane nell'anno 2008, Collana Economie Regionali, 2009, n. 61 (elaborazione su dati ISTAT, Conti economici regionali)

Calcolando i saldi, mostrati in Figura 1, emergono i risultati che era naturale attendersi, con l'unica (ma spiegabile) eccezione della Lombardia¹⁶.

Uno sguardo d'insieme agli «indici di specializzazione delle esportazioni per regione e settore»¹⁷ non fa che confermare la forza del *made in Italy* nelle regioni del Centro-Nord, parte a loro volta del più ampio «cilindro» che rappresenta oggi - come s'è detto - il cuore dell'industria manifatturiera europea. Per ogni regione si riportano, nella Tabella 12, i tre settori che corrispondono ai tre più alti indici di specializzazione.

16 A proposito dell'apparente incoerenza della performance di quella che resta indiscutibilmente la regione italiana leader per esportazioni (quasi il 30% dell'export), va annotato - seguendo la Banca d'Italia nella sua Nota sulla Lombardia - il fatto che il risultato dal lato delle importazioni «risente anche della localizzazione nella regione delle imprese che svolgono attività di import per il resto del Paese». Restando sempre alla Lombardia, il contributo (in un senso o nell'altro) dei singoli settori si può desumere dalle tabelle 10 e 11, più sopra pubblicate. Osservando poi le variazioni 2008 sul 2007, la Banca d'Italia annota che «dal lato delle importazioni hanno pesato positivamente gli acquisti di prodotti energetici, i cui prezzi sono aumentati nel primo semestre. Hanno invece contribuito negativamente soprattutto i prodotti intermedi, quelli metallurgici, i mezzi di trasporto, i macchinari elettrici e i prodotti chimici » (si veda il paragrafo «Gli scambi con l'estero», pp. 17-18).

17 Gli «indici di specializzazione» sono determinati dal rapporto tra la quota settoriale sul totale delle esportazioni della regione e la quota settoriale sul totale delle esportazioni dell'Italia. I valori superiori a 1 dell'indice segnalano che, rispetto alla media del Paese, la regione in oggetto ha un vantaggio comparato nelle esportazioni di quel settore.

Tabella 12 - Specializzazioni manifatturiere per regioni

	I° SETTORE	II° SETTORE	III° SETTORE
Piemonte	Mezzi di trasporto	Prodotti alimentari, bevande e tabacco	Carta stampata ed editoria
Lombardia	Metalli e prodotti in metallo	Prodotti chimici, gomma e plastica	Macchine ed apparecchi meccanici, elettrici e di precisione
Liguria	Coke, prodotti petroliferi ed altri	Prodotti chimici, gomma e plastica	Macchine ed apparecchi meccanici, elettrici e di precisione
Veneto	Cuoio e calzature	Altri manifatturieri, legno e mobili	Prodotti tessili e abbigliamento
Trentino-Alto Adige	Prodotti alimentari, bevande e tabacco	Carta stampata ed editoria	Coke, prodotti petroliferi ed altri
Friuli-Venezia Giulia	Altri manifatturieri, legno e mobili	Metalli e prodotti in metallo	Macchine ed apparecchi meccanici, elettrici e di precisione
Emilia-Romagna	Minerali non metalliferi	Macchine ed apparecchi meccanici, elettrici e di precisione	Prodotti alimentari, bevande e tabacco
Toscana	Cuoio e calzature	Prodotti tessili e abbigliamento	Altri manifatturieri, legno e mobili
Umbria	Metalli e prodotti in metallo	Prodotti alimentari, bevande e tabacco	Prodotti tessili e abbigliamento
Marche	Cuoio e calzature	Altri manifatturieri, legno e mobili	Macchine ed apparecchi meccanici, elettrici e di precisione

Fonte: Adattato da Banca d'Italia, L'economia delle Regioni Italiane nell'anno 2008, Collana Economie Regionali, 2009, n. 61 (elaborazione su dati ISTAT, Conti economici regionali)

Resta, a questo punto, un'ultima considerazione da svolgere per giungere a una conclusione di questa disamina sulle economie regionali italiane nel contesto europeo.

6.1.3 L'EURO, L'ITALIA E LE IMPRESE IN MEZZO AL GUADO

I buoni (in alcuni casi eccellenti) risultati conseguiti non sono il frutto del caso o di una concatenazione di accidenti storici; sono piuttosto il naturale risultato di un insieme di nuovi comportamenti strategici delle imprese italiane, o quanto meno di una frazione significativa di esse. Difatti, come già osservato, l'«Età dell'euro» ha stimolato una profonda ristrutturazione a livello *microeconomico*: di singola impresa e/o di sistemi territoriali ove le imprese più dinamiche nascono e crescono.

Sia l'ISAE che la Banca d'Italia hanno pubblicato negli ultimi anni ampie e approfondite indagini empiriche che aiutano a gettare luce sulla reale portata di questi processi di ristrutturazione e riorganizzazione a livello di singola impresa, vista come unità d'indagine assai più significativa, oggi, del settore industriale. Guarderemo a tre indagini.

La prima indagine è quella dell'ISAE, che ha dedicato ai «Comportamenti di impresa» l'approfondimento del suo rapporto annuale 2008 e a «Ciclo, impresa, lavoro» l'approfondimento del rapporto 2009¹⁸. In entrambi i casi, le conclusioni principali dell'analisi - frutto di elaborazioni su una base di dati congiunta ISAE/ISTAT - puntano nella stessa direzione, che è quella di un sempre più visibile *upgrading* nella qualità dei prodotti dell'industria italiana, in particolare dei prodotti destinati all'esportazione. Scrive l'ISAE nel suo rapporto 2008:

«Il miglioramento della performance italiana sui mercati esteri ha rispecchiato un percorso di causalità che va dalla produttività all'attività di esportazione (...) Ciò suggerisce che si è manifestato negli anni duemila un processo di scrematura degli esportatori italiani, a vantaggio di coloro che erano dotati ex-ante di una più alta produttività. L'analisi su questo punto mostra, inoltre, che la dinamica della propensione a vendere all'estero è andata crescendo all'aumentare delle dimensioni aziendali. Al contempo, sono stati fortemente penalizzati nell'attività di esportazione gli operatori italiani che lavorano per conto terzi (...) Un ulteriore fenomeno interessante è rappresentato dal fatto che la dinamica delle vendite all'estero è stata tanto minore quanto maggiore il numero di produzioni vendute: in altri termini, le imprese più "focalizzate" sono state quelle in grado di accrescere il proprio orientamento verso i mercati internazionali».

Lungo la strada del miglioramento dell'efficienza, cioè di una più alta produttività, si è rivelata fondamentale - secondo l'ISAE - la strategia d'impresa volta all'eliminazione di vecchi prodotti prima destinati all'esportazione («focalizzare») e, a un tempo, all'immissione di nuovi («sostituire»). Di più: l'esistenza dal 1999 dell'Unione Monetaria (UEM) ha consentito non solo di valutare l'impatto complessivo della moneta unica sulle esportazioni, ma anche di verificare - per l'ISAE - la cosiddetta «ipotesi dei beni nuovi». Al riguardo, le conclusioni sono di grande interesse:

«L'euro ha avuto un effetto di stimolo sul fatturato esportato dalle imprese italiane nell'area dell'UEM principalmente attraverso l'entrata di operatori che prima del 1999 vendevano solo nel mercato nazionale. Si riscontra comunque anche un impatto positivo sul fatturato delle imprese che erano già presenti nel mercato euro prima dell'adozione della moneta unica. L'effetto connesso all'entrata di nuovi operatori (che viene comunemente definito margine estensivo) è stato comunque superiore a quello derivante dall'aumento delle esportazioni delle aziende già presenti nel mercato della moneta unica (margine intensivo)»¹⁹.

La conclusione generale è che:

«(...) nonostante l'incidenza favorevole sul fatturato esportato nell'area euro derivante tanto dai nuovi "entranti" che dagli operatori "pre-esistenti", l'analisi del rapporto conferma, tuttavia, che la moneta comune non ha avuto, nel complesso, un impatto di stimolo sulla propensione a esportare nell'UEM delle imprese manifatturiere italiane. Questa apparente incongruenza si spiega col fatto che gran parte delle aziende che non esportavano nell'unione monetaria prima del 1999 hanno continuato a rimanere inattive dopo l'adozione dell'euro; un fenomeno di "mancata reazione" che ha finito col più che compensare gli effetti positivi provenienti dal margine estensivo e da quello intensivo»²⁰.

Un punto sollevato da queste analisi conduce direttamente alla questione dimensionale, ora al nostro esame. Infatti l'ISAE, nel descrivere i nuovi comportamenti strategici di molte imprese, ha attirato la nostra attenzione sul fatto che questi comportamenti di segno positivo, come

18 Cfr. ISAE, *Rapporto ISAE, Previsioni per l'economia italiana - Comportamenti di impresa*, marzo 2008 (si vedano in particolare l'Introduzione e sintesi, pp. 5-10, ed i capitoli 1, 2 e 3, pp. 163-225); *Rapporto ISAE, Previsioni per l'economia italiana - Ciclo, imprese, lavoro*, febbraio 2009 (si vedano in particolare l'Introduzione e sintesi, pp. 5-22, ed il capitolo 1, pp. 175-189).

19 *Ibidem*.

20 *Ibidem*.

la propensione a vendere all'estero, crescono all'aumentare delle dimensioni aziendali. Sono, invece, penalizzati gli operatori che lavorano per conto terzi, dove è ragionevole presumere che si addensino moltissime micro e molte piccole imprese.

Seconda indagine: le *Considerazioni finali* del Governatore della Banca d'Italia, le quali hanno reso evidente il rischio molto alto che, complice la crisi, corrono moltissime imprese²¹. Dalle parole di Mario Draghi possiamo dedurre una suddivisione delle imprese (dell'industria e dei servizi) in tre categorie. Le prime due sono riconducibili alle imprese con almeno 20 addetti, moltissime delle quali sono già state coinvolte in un processo di ristrutturazione. La differenza fra loro risiede nel fatto che a un estremo vi sono le «aziende finanziariamente più solide», mentre all'altro estremo quelle che, per crescere, «si erano indebitate» e ora affrontano il «prosciugarsi dei flussi di cassa, l'irrigidirsi dell'offerta di credito bancario, la forte difficoltà ad accedere al mercato dei capitali».

«A risentire della crisi - prosegue il Governatore - sono soprattutto le imprese piccole, sotto i 20 addetti», quelle che rappresentano la nostra terza categoria:

«Nella sola manifattura se ne contano in tutto quasi 500.000, con poco meno di 2 milioni di occupati. Per quelle che operano in qualità di subfornitrici di imprese maggiori, da cui subiscono tagli degli ordinativi e dilazioni nei pagamenti, è a volte a rischio la stessa sopravvivenza»²².

Terza indagine: un nuovo lavoro del Servizio studi della Banca d'Italia - *L'euro e la ristrutturazione delle imprese*²³ - che, indagando sia sull'area dell'euro sia sul caso italiano, mostra evidenze molto significative.

Partendo dalla constatazione che fra il 1998 e il 2005 la specializzazione produttiva dell'industria manifatturiera non è significativamente mutata né in Italia né nell'area dell'euro, Bugamelli, Schivardi e Zizza dimostrano che una profonda riorganizzazione ha avuto luogo all'interno dei singoli settori. Qui, ciò che emerge restringendo l'analisi al caso italiano (e ciò mediante interviste approfondite con imprenditori nonché l'utilizzo della banca dati INVIND²⁴), è il ruolo delle singole imprese, i loro comportamenti strategici:

«(...)Da quando l'euro è stato adottato, le imprese hanno spostato il focus della loro attività dall'attività di produzione ad attività upstream e downstream, come R&S, design, marketing e distribuzione (...) Lo spostamento è più drastico nelle attività tradizionali a bassa tecnologia (...) E c'è un mercato declino nella quota di operai (i 'colletti blu'), in linea con la tesi che le imprese stanno spostando il loro focus via dalla produzione. Più basso è il contenuto tecnologico del settore, più marcato è il declino. Nell'era pre-euro, in modo interessante, era vero il contrario: le imprese a bassa tecnologia utilizzavano la svalutazione per recuperare competitività di prezzo e intensificavano la loro dipendenza su lavoratori low-skilled. Non abbiamo trovato l'evidenza che i flussi di occupazione (job flows) si siano intensificati dopo l'introduzione dell'euro; il processo di ristrutturazione sembra aver comportato una riallocazione di lavoratori più all'interno delle imprese piuttosto che fra le stesse»²⁵.

21 Cfr. Banca d'Italia, *Considerazioni finali del Governatore*, Assemblea annuale ordinaria dei partecipanti, Roma, 29 maggio 2009.

22 *Ibidem*.

23 Cfr. Bugamelli M., Schivardi F., Zizza R., *The euro and firm restructuring*, Banca d'Italia, "Tema di discussione" n. 716, Roma, giugno 2009; il lavoro è altresì in corso di pubblicazione in: Alesina A., Giavazzi F. (a cura di), «Europe and the Euro», University of Chicago Press, 2009.

24 Va ricordato che la banca dati INVIND (Banca d'Italia) consiste di un campione rappresentativo di imprese italiane con più di 50 addetti; pertanto, i suoi risultati riguardano - per definizione - le imprese italiane di dimensione media e grande.

25 *Ibidem*. Si noti che l'esistenza di quello che viene chiamato «un margine di aggiustamento interno alle imprese (rimescolamento delle linee produttive e aumento delle attività terziarie a monte e a valle di quella manifatturiera vera e propria)» è illustrata anche dall'ISAE nel suo rapporto, *Previsioni per l'economia italiana*, del febbraio 2009, già citato. Questo margine di aggiustamento interno - scrive l'ISAE - è «più rilevante di quello che caratterizza i movimenti "tra" le imprese. La verifica empirica mostra effettivamente che si è realizzata nel periodo esaminato una significativa ricomposizione della forza lavoro delle aziende analizzate, nella direzione di un ridimensionamento del peso degli addetti alla produzione, overosia i c.d. *bluecollar* (...) In questo quadro, un comportamento specifico ha contrassegnato le imprese esportatrici. Questa tipologia di produttori, già caratterizzati strutturalmente per una quota di lavoratori dedicati alla produzione comparativamente minore, ha anche visto nei primi anni duemila una contrazione più marcata di tale quota rispetto a quanto verificato per le imprese che vendono nel mercato domestico».

6.1.4 LA QUESTIONE DELLA PRODUTTIVITÀ PER MICRO E PMI (SME)

Con l'indagine appena citata, siamo dunque in presenza del terzo indizio, dopo quelli contenuti nei *Rapporti ISAE* e nelle *Considerazioni finali*, sul profondo processo di ristrutturazione che ha investito una parte significativa dell'industria italiana.

Ma quanto di questo processo sta interessando anche le imprese di più piccola dimensione? Quali azioni e strategie sarebbero necessarie per far sì che il processo di ristrutturazione, indotto dall'euro e dall'affermazione di nuovi protagonisti nell'economia mondiale (i Paesi Bric²⁶ e gli altri «emergenti»), si diffonda progressivamente dalla parte medio-alta del sistema verso il basso?

Sono domande che un Paese come l'Italia non può trascurare o lasciare senza risposta alcuna. Il nostro è un Paese che nel contesto dei grandi della UE, come si evince dall'analisi condotta in precedenza, ha la struttura di SME con la più alta incidenza di microimprese; nel contempo, è un Paese che ha saputo conservare una spiccata vocazione manifatturiera, seconda per importanza solo alla Germania.

Questa struttura dell'industria italiana si presta a due possibili chiavi di lettura. La prima è quella che sottolinea la modesta presenza delle grandi imprese. I dati in precedenza pubblicati nella Tabella 5 non lasciano dubbi al proposito: abbiamo una grande impresa che vale fra la metà e un terzo di quella dei grandi Paesi del capitalismo europeo (nelle due varianti «anglosassone» e «renano-continentale»)²⁷.

Ma la struttura dimensionale del nostro capitalismo si presta a una seconda chiave di lettura, che si focalizza sull'universo delle SME (Tabella 1, Tabella 2, Tabella 3, Tabella 4) e sul già menzionato sbilanciamento dell'Italia verso la classe delle microimprese.

Perché questo fatto può potenzialmente e in misura crescente rivelarsi un problema? Non è naturalmente in discussione il ruolo economico-sociale né delle piccole, né tanto meno delle microimprese. La loro capillare presenza sul territorio (le piccole imprese sono spesso organizzate in distretti industriali o clusters), ha contribuito a diffondere il benessere e a innalzare la coesione sociale. Il punto critico, oggi più di ieri, risiede nella dinamica della produttività.

Le SME - apprendiamo dall'analisi condotta nel *Rapporto Annuale*²⁸ della *SME Performance Review* - contribuiscono direttamente al 67% dell'occupazione nell'UE, mentre il loro contributo al valore aggiunto al costo dei fattori è più basso (il 58%) di quanto suggerirebbe il dato appena menzionato sull'occupazione. Il contrario accade per le grandi imprese dell'UE che, sebbene diano lavoro al 33% degli occupati, sono capaci di contribuire al valore aggiunto nella misura del 42%. Ne consegue che le SME europee hanno una produttività del lavoro inferiore alla media, come mostra la Tabella 13.

26 BRIC è un acronimo utilizzato in economia internazionale per riferirsi congiuntamente a Brasile, Russia, India e Cina, Paesi caratterizzati (a partire dall'inizio del XXI secolo) da una forte crescita del PIL e della quota di commercio internazionale.

27 Il recupero, almeno parziale, del ruolo della grande impresa italiana nel nuovo oligopolio europeo e internazionale è un processo faticoso, che richiede lungimiranti strategie di impresa e appropriate decisioni di *policy*. Per un approfondimento, si v. la sezione monografica «Il nuovo oligopolio europeo - Teoria ed evidenze», a cura di F. Mosconi, con scritti di Dosi G., Mayer T. e Ottaviano G.M., Motta M. e Ruta M., Santella P., Drago C., Polo A. e Gagliardi E., in *L'Industria*, n. 2/2008, pp. 173-288.

28 Cfr. Audretsch D., van der Horst R., Kwaak T., Thurik R., *First Section of the Annual Report on EU Small and Medium-sized Enterprises*, EIM Business & Policy Research, Zoetermeer, January 12, 2009.

Tabella 13 - Produzione per classe dimensionale secondo varie definizioni, UE-27, 2007

VARIABILE	MICRO	PICCOLE	MEDIE	TOTALE PMI	GRANDI	TOTALE
LIVELLI ASSOLUTI						
Fatturato (milioni di Euro)	4.402.000	4.504.000	4.564.000	13.471.000	9.917.000	23.388.000
Fatturato per impresa (migliaia di Euro)	234	3.213	20.765	660	231.894	1.144
Valore della produzione (milioni di Euro)	2.607.000	2.628.000	2.836.000	8.070.000	7.363.000	15.434.000
Valore aggiunto al costo dei fattori (milioni di Euro)	1.251.000	1.132.000	1.070.000	3.453.000	2.537.000	5.990.000
Numero imprese	18.788.000	1.402.000	220.000	20.409.000	43.000	20.452.000
Numero di occupati	38.890.000	27.062.000	21.957.000	87.909.000	42.895.000	130.805.000
Produttività del lavoro* (migliaia di Euro/occupato)	32	42	49	39	59	46
DISTRIBUZIONE PERCENTUALE						
Fatturato (%)	19	19	20	58	42	100
Valore della produzione (%)	17	17	18	52	48	100
Valore aggiunto al costo dei fattori (%)	21	19	18	58	42	100
Numero di occupati (%)	30	21	17	67	33	100

Fonte: Elaborazioni EIM Business and Policy Research su dati Eurostat, 2009

Nota: * valore aggiunto al costo dei fattori, per occupato

Queste differenze nella produttività del lavoro per classe dimensionale d'impresa - scrivono gli Autori (D. Audretsch et al.) - «sono spiegate solo parzialmente da differenze nella struttura settoriale»; una produttività del lavoro più bassa della media «è una caratteristica intrinseca della tipica SME». Delle due l'una, è il commento conclusivo:

«o la tipica SME è troppo piccola per sfruttare le economie di scala oppure essa è meno capital-intensive. Un'altra spiegazione potrebbe essere l'uso di manodopera meno qualificata nelle SME, tenuto conto del fatto che il costo per unità di lavoro è più basso».

La questione della produttività nelle SME - che pure ha una valenza europea - emerge in tutta la sua importanza, come si accennava, se incentriamo la riflessione sulle imprese italiane. L'Italia, si sa, da oltre un decennio soffre di un gap nella crescita della produttività rispetto agli altri grandi Paesi della UE, dinamica che, a sua volta, è all'origine della bassa crescita economica del Paese su scala europea²⁹.

²⁹ Fra i lavori che hanno indagato il *productivity gap* dell'Italia, si segnalano: Daveri F. e Jona-Lasinio C., *Italy's Decline: Getting the Facts Right*, in «Giornale degli Economisti», Vol. 64(4), pp. 365-410, 2005.

Eppure i positivi risultati conseguiti da molte economie regionali sui mercati esteri (ovvero il surplus della bilancia commerciale) segnalano una forza delle imprese italiane ben radicate sul territorio; imprese che, vale la pena ricordarlo, ricadono al 99,9% nella classe delle SME (meno di 250 addetti). E imprese che operano prevalentemente - per dirla con l'immagine coniata dalla Fondazione Edison - nelle «4 A», ossia, «i quattro macrosettori cardine del 'made in Italy': Abbigliamento-moda, Arredo-casa, Automazione-meccanica-plastica, Alimentari-vini»³⁰.

Come riconciliare queste evidenze? In altri termini: c'è qualcosa che sfugge alle analisi standard sulla (bassa) crescita della produttività e sulla (positiva) performance nel commercio internazionale? Siamo in presenza di un nuovo «paradosso italiano»?

Nel rispondere a queste domande, occorre indagare il nesso fra innovazione e produttività, considerando quindi un insieme di attività innovative più ampio rispetto alle sole spese in R&S. È opportuno ricordare - come evidenziato in precedenza in questo *Rapporto* (vedi sezione 5.2.3) - che le piccole imprese innovano soprattutto in maniera non convenzionale, agendo non tanto sui fattori e processi che possono portare alla conoscenza formalizzata, quanto piuttosto sulla generazione di conoscenza tacita mediante la valorizzazione delle competenze presenti al loro interno.

Un recentissimo studio pubblicato nei «Temi di discussione» della Banca d'Italia, dal titolo *Innovazione e produttività nelle piccole e medie imprese: evidenza empirica per l'Italia*, offre una coerente visione di questo modus operandi delle SME, avvertendo giustamente che:

«È generalmente riconosciuto che la R&S non cattura tutti gli aspetti dell'innovazione, che spesso si realizza attraverso altri canali. Questo è particolarmente vero per le piccole e medie imprese e potrebbe indurre a una gravissima sottostima dell'impatto della produttività. Per superare questo problema, studi successivi si sono spostati da una definizione basata sull'input di attività innovative a favore di un approccio basato sull'output[...]»³¹.

Per cogliere appieno la presenza di variabili «latenti e non osservabili» si dovrebbe pertanto guardare - è l'argomentazione - ai risultati degli investimenti in R&S, vale a dire: «*training, adozione di tecnologia, vendite di nuovi prodotti per il mercato o per l'impresa*». Così facendo si può limitare il rischio di sottostimare le attività innovative delle SME, come invece spesso accade utilizzando solamente le misure ufficiali di spese in R&S. Il passaggio formale dello studio è rappresentato dall'utilizzo del cosiddetto «CDM model»³², che:

«stabilisce un rapporto tra input di innovazione (principalmente R&S, ma non limitato a essa), output di innovazione e produttività. Questo modello strutturale ci permette di avere una visione più ravvicinata della 'scatola nera' (black box) del processo innovativo al livello della singola impresa[...]».

I risultati, anche se preliminari, sono interessanti e originali al tempo stesso, in quanto, da un lato, indicano che la «dimensione d'impresa è negativamente associata con l'intensità della R&S», ma, dall'altro, che essa è «*associata positivamente con la probabilità di avere innovazione di prodotto o di processo*».

Visto in tale luce, anche il paradosso - ben visibile nell'Italia delle SME - dell'«innovazione senza ricerca» può trovare una sua ragionevole spiegazione. L'idea dunque è quella dell'affermazione di un nuovo *knowledge paradigm*, diverso da quello tradizionale fondato su «*un livello minimo di*

30 Fra i numerosi lavori della Fondazione Edison sul tema delle cosiddette «4 A», si v. a titolo esemplificativo: M. Fortis, La crisi mondiale e l'Italia, «Collana della Fondazione Edison», Bologna, Il Mulino 2009 (in particolare il § 14, pp. 93-97 e il § 17, pp. 107-111).

31 Cfr. Hall B. H., Lotti F., Mairesse J., Innovation and productivity in SMEs - Empirical evidence for Italy, Banca d'Italia, Temi di discussione, N. 718, June 2009

32 Acronimo che richiama i nomi dei tre economisti (Crépon, Duguet e lo stesso Mairesse) che, per primi, hanno sviluppato questo modello in un loro lavoro del 1998.

R&S», livello che è «condizione necessaria per beneficiare di spillover e per appropriarsi di public knowledge». Al contrario, il nuovo paradigma è basato su «nuova combinazione e riutilizzo di know practices».

Le piccole imprese italiane - è la conclusione - saranno sì caratterizzate da un sottoinvestimento nelle spese (formali) in R&S, ma non per questo esse sono meno innovative; anzi, come scrivono Hall, Lotti e Mairesse, «sorprensamente, le imprese del nostro campione sono maggiormente produttive, piuttosto che meno, delle imprese in altri Paesi».

Ma, a ben vedere, una possibile risposta alle due domande poste in apertura di questo paragrafo, è venuta anche dalle risposte ai questionari pubblicate al capitolo 5 di questo *Rapporto*; in tale luce, è ragionevole affermare che quello delle micro e piccole imprese rappresenta in Italia un universo in movimento. La domanda conclusiva allora diviene: verso quale direzione?

6.1.5 BREVI OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

Le criticità che contraddistinguono l'universo delle micro e piccole imprese sono maggiori di quelle dell'altro universo (essenzialmente, le medie imprese). Nel caso delle micro e delle piccole imprese c'è un rischio di «asfissia finanziaria»; c'è una loro minore proiezione sui mercati europei e internazionali; c'è una loro insufficiente capacità/possibilità di inserire in azienda capitale umano qualificato, col quale potenziare le attività immateriali poste a monte e a valle della produzione in senso stretto; c'è, come conseguenza di tutto ciò, un minore *upgrading* qualitativo delle produzioni, che richiede investimenti (leggi: costi fissi) di notevole entità.

Pur con queste criticità, i questionari ci dicono che all'interno di questo universo i comportamenti d'impresa vanno differenziandosi sempre più fra chi, innovando (e lo si può fare nei prodotti, nei processi, nei mercati di sbocco, nelle forme di aggregazione con altre micro e piccole imprese, etc.), cerca di incamminarsi lungo un sentiero di crescita e chi resta ancorato all'esistente per una pluralità di ragioni.

Aiutare gli uni e gli altri appare il ruolo di una Politica industriale che voglia porsi come «nuova» in un contesto in cui l'apertura dei mercati e l'integrazione europea rappresentano, come abbiamo visto, potenti motori del cambiamento. Sono tempi nei quali la (nuova) Politica industriale dovrebbe - da un lato - incentivare un certo processo di crescita dimensionale delle micro e piccole imprese, e - dall'altro - stimolarle a sperimentare nuove specializzazioni industriali.

Nel perseguimento di questi obiettivi vanno tenute presenti due questioni.

La prima è che fusioni e acquisizioni sono sì il modo più diretto per conseguire la crescita dimensionale, ma non sono l'unico; rispetto al punto di partenza esiste infatti tutto un ventaglio di forme intermedie (consorzi, gruppi, forme varie aggregazioni, etc.) per aumentare la scala di produzione e/o la massa critica per svolgere con maggiore efficienza determinate funzioni aziendali (si pensi alla R&S o all'espansione su mercati esteri).

La seconda è che, nella sperimentazione di nuove specializzazioni industriali, un sistema deve partire dai propri punti di forza: dal *know-how* e dal «saper fare» che si è venuto accumulando; in questo senso, se la *meccatronica* è già da tempo una realtà di molte aree del Centro-Nord (e, in particolare, dei distretti produttivi che si collocano lungo la Via Emilia), settori come le biotecnologie/scienze della vita e la c.d. *green economy* (energia/ambiente) possono ben rappresentare due delle nuove frontiere per il sistema produttivo italiano.

Così facendo, la «nuova» Politica industriale chiama in gioco altre fondamentali aree di *policy*. Il fisco, innanzitutto, e le tre domande che oggi dominano l'agenda politica: quale regime di tassazione per fusioni e acquisizioni, e altre forme di aggregazione? Quali incentivi per la ricerca

scientifico e l'innovazione tecnologica? Quale riforma per l'Irap, che pesa eccessivamente sul costo del lavoro?

Ma, in verità, la «nuova» Politica industriale, che in questa sede ci siamo semplicemente limitati a richiamare nei suoi tratti di fondo, chiama in gioco anche il sistema finanziario e il suo nesso con lo sviluppo economico, nesso ritornato con forza agli onori della cronaca dopo il grande crac dell'autunno 2008. Ritornano, crediamo, di grande attualità le considerazioni espresse nel III^o Rapporto UniCredit Banca sul Capitalismo dei Piccoli (2006)³³ laddove si affrontava la questione, all'apparenza fuori moda, dei «Consorzi fidi (Confidi)» e del loro ruolo di «ponte fra banca e impresa». Non v'è territorio italiano - città, provincia o regione, che sia - a diffusa presenza imprenditoriale che, dopo l'esplosione della crisi finanziaria, non abbia utilizzato i Confidi come prima leva per riattivare con immediatezza il canale dei prestiti bancari alle nostre piccole imprese (in tal senso va l'iniziativa "Impresa Italia" del Gruppo UniCredit, che è illustrata nel Quadro 1 del presente capitolo).

Ritornando col pensiero sempre al Rapporto UniCredit Banca 2006 c'è un'altra considerazione lì espressa e che, forse oggi più di ieri, assume una valenza strategica: il possibile ingresso - a titolo di capitale proprio (*equity*) - delle banche nelle piccole imprese. Dopo aver compiuto un esame delle principali esperienze europee e internazionali di Private equity e Venture capital e tenendo conto del contesto italiano, ponemmo la questione in termini interrogativi: «Vi è uno spazio nuovo per il capitale di rischio nel 'capitalismo dei piccoli'?»³⁴.

Oggi, passata la fase più acuta della crisi, il momento ci è sembrato propizio per riproporre - con la medesima attitudine positiva - quella domanda, forti di un capitalismo italiano che era ed è «banco-centrico» (si veda il paragrafo 4.2) e che si compone di banche fortemente ancorate al territorio. Le risposte sono pubblicate nel successivo paragrafo 6.5 e confermano le tendenze strutturali allora rilevate, capaci di svelare uno spazio nuovo di manovra per il Private equity.

Le considerazioni che abbiamo espresso in queste pagine dedicate all'industria manifatturiera non esauriscono il tema della struttura produttiva del Paese, che si regge su altri due pilastri: il turismo e l'agricoltura, ai quali volgiamo ora la nostra attenzione.

6.2 IL SETTORE TURISTICO: PROSPETTIVE E SFIDE NELL'ATTUALE CONTESTO ECONOMICO

La fase recessiva che si sta attraversando getta indubbiamente un'aurea di incertezza sul futuro prossimo dell'economia globale. Per quanto le stime dei principali istituti di ricerca internazionali siano, in alcuni casi, contraddittorie, è certo che la crisi economico-finanziaria ha assunto contorni tali da influenzare anche l'industria dei viaggi e delle vacanze, il cui peso è oramai pari al 10,4% del PIL globale.

Le prospettive a breve termine dipendono in maniera diretta dai sentieri di sviluppo delle economie locali e dal grado di fiducia dei consumatori, così come è verosimile supporre che determinati Paesi possano vedere una "via d'uscita" dalla crisi prima di altri³⁵. L'UNWTO World Tourism

33 Cfr. UNICREDIT BANCA, *Il credito del territorio e la banca - L'esperienza dei Consorzi Fidi in Italia*, "Rapporto UniCredit Banca sulle Piccole Imprese - Il Capitalismo dei Piccoli", III^o edizione, Bologna, dicembre 2006.

34 *Ibidem*; si v. in particolare il cap. 6, pp. 167-196.

35 Si pensi ad esempio all'Open-skies agreement Gulf-Maghreb del 2008 che potrebbe generare nuova domanda per il traffico aereo tra le due aree geografiche implicate; alle politiche di deregolamentazione in atto nel continente asiatico, dal Japan's Asia Gateway Plan, che aprirà l'accesso agli aeroporti regionali del Paese, all'accordo di Open Skies tra la Cina e gli stati membri della Association of South-East Asian Countries (ASEAN).

Barometer³⁶, ha previsto un “grado di fiducia” tra gli esperti mondiali del settore turistico per il 2009 pari a 71, ovvero 27 punti in meno rispetto all’indicatore 2008 (pari a 98), già in notevole calo rispetto al 2007 (143). L’Italia, che negli anni di forte sviluppo del turismo internazionale è cresciuta nettamente meno dei suoi concorrenti e del sistema mondiale complessivamente considerato, molto probabilmente soffrirà gli effetti della crisi, data la provenienza e la tipologia della domanda ospitata e i gap di competitività che la caratterizzano. Sarà dunque necessario uno sforzo straordinario - a livello non solo privato (aziende e settore bancario) ma anche pubblico, con interventi di politica economica che inneschino comportamenti virtuosi da parte degli operatori del settore - per trasformare la crisi in un’occasione di recupero di quote di mercato a livello internazionale.

Per il 2009, le stime del *World Travel and Tourism Council* prevedono che il contributo diretto dell’industria “Viaggi & Turismo” al PIL mondiale sarà pari a 1.870 miliardi di dollari, equivalenti al 3,2% del PIL totale, mentre il livello di occupazione associato sarà pari a circa 77 milioni di posti di lavoro ovvero il 2,7% dell’occupazione totale (vedi Tabella 14)³⁷. Considerando il totale dell’economia “Viaggi & Turismo”, il contributo al PIL mondiale sarà nel 2009 pari a 5.474 miliardi di dollari, equivalenti al 9,4% del PIL totale. Per quanto riguarda l’occupazione, i dati parlano di circa 220 milioni di posti di lavoro, pari al 7,6% dell’occupazione totale.

Tabella 14 - Effetti diretti ed indotto del Settore turistico su PIL e occupazione, Mondo, anno 2009

MONDO	
PIL	OCCUPAZIONE
EFFETTI DIRETTI (industria turistica)	
1.870 miliardi di dollari	77,276 milioni di posti di lavoro
3,2% del PIL totale	2,7% dell’occupazione totale
Crescita reale -3,5%	Crescita reale -1,9%
EFFETTI DIRETTI ED INDIRETTI (totale economia)	
5.474 miliardi di dollari	219,81 milioni di posti di lavoro
9,4% del PIL totale	7,6% dell’occupazione totale
Crescita reale -3,5%	Crescita reale -2,8%

Fonte: Elaborazioni Retail Research and Competitors Benchmarking e Nomisma su dati World Travel and Tourism Council

36 L’UNWTO World Tourism Barometer è un indicatore costruito dalla World Tourism Organization sulla base dei pareri di circa 290 esperti in economia del turismo in tutto il mondo. L’imprevedibilità della presente crisi economico-finanziaria è documentata dal fatto che, al momento della validazione dei risultati per il 2007, gli esperti prevedevano un valore dell’indicatore per il 2008 pari a 132, 34 punti in più rispetto a quanto effettivamente verificatosi.

37 I dati del World Travel and Tourism Council distinguono tra industria e economia “Viaggi & Turismo”. L’industria “Viaggi & Turismo” considera solo i dati legati ai consumi dei turisti, distinguendo tra componente diretta (ovvero le imprese turistiche “tradizionali” quali gli alberghi, le compagnie aeree, gli autonoleggi, i tour operator, le agenzie viaggi, ecc ...) e componente indiretta (i fornitori di input intermedi, come ad esempio, le società di catering, i fornitori di carburante, le imprese di pulizie, le società di consulenza e revisione, ecc ..). L’economia “Viaggi & Turismo” comprende, oltre ai consumi dei turisti, anche i beni di investimento del settore pubblico e privato, la spesa pubblica e le esportazioni non-visitor (ovvero i beni di consumo spediti dai turisti all’estero o beni capitali operativi all’estero quali ad esempio aerei e traghetti).

Per il complesso dei Paesi dell'Unione Europea (UE-27) l'industria turistica rappresenta il 3,4% del PIL, coinvolgendo circa 2 milioni di imprese che occupano il 3,9% della forza lavoro, pari a quasi 8,5 milioni di lavoratori. Prendendo in considerazione le interrelazioni con gli altri settori, il peso sul PIL sale al 9,9% e la forza lavoro coinvolta al 10,4% ovvero circa 23 milioni di lavoratori. Per quanto riguarda nello specifico l'Italia, le stime evidenziano la rilevanza che il comparto ha sull'economia nazionale, con un peso sia in termini di PIL che di occupazione analogo ai valori europei ma superiore rispetto agli stessi indicatori a livello globale³⁸. Tuttavia, in termini di crescita reale, la crisi sembra avere avuto conseguenze peggiori sia rispetto al gruppo EU-27 sia rispetto alla media mondiale. In particolare, l'effetto diretto dell'industria sul PIL è del -5,5% rispetto 2008, a fronte di un -4% in Europa e un -3,5% a livello mondo (-4,4% contro -3,5% in Europa e nel mondo per quanto riguarda l'impatto sul PIL del totale economia Viaggi & Turismo).

Tabella 15 - Effetti diretti ed indotto del Settore turistico su PIL e occupazione, EU-27 e Italia, anno 2009

EU-27		ITALIA	
PIL	OCCUPAZIONE	PIL	OCCUPAZIONE
EFFETTI DIRETTI (industria turistica)			
580 miliardi di dollari	8,5 milioni di posti di lavoro	85,8 miliardi di dollari	970 migliaia di posti di lavoro
3,4% del PIL totale	3,9% dell'occupazione totale	3,9% del PIL totale	4,1% dell'occupazione totale
Crescita reale -4%	Crescita reale -3,8%	Crescita reale -5,5%	Crescita reale -5,1%
EFFETTI DIRETTI ED INDIRETTI (totale economia)			
1667,5 miliardi di dollari	23 milioni di posti di lavoro	212,5 miliardi di dollari	2,48 milioni di posti di lavoro
9,9% del PIL totale	10,4% dell'occupazione totale	9,6% del PIL totale	10,6% dell'occupazione totale
Crescita reale -3,5%	Crescita reale -3%	Crescita reale -4,4%	Crescita reale -4,1%

Fonte: Elaborazioni Retail Research and Competitors Benchmarking su dati World Travel and Tourism Council

Dal punto di vista degli arrivi internazionali in Italia, fatta eccezione per un'unica fase di recessione avutasi nel 2003, i flussi sono cresciuti in maniera costante negli ultimi dieci anni, per poi subire un brusco rallentamento tra il 2007 e il 2008. Il calo complessivo ha interessato soprattutto il Sud Italia e in parte il Centro, mentre buona appare la performance del turismo della montagna, con un andamento positivo su tutti i mesi che segnala un passo in avanti verso la destagionalizzazione. Dal punto di vista dei principali Paesi di provenienza, i dati mostrano la riduzione dei flussi lungo raggio (USA) ed extra-euro (Regno Unito), mentre tengono relativamente i bacini tradizionali. Per quanto riguarda la ricettività infine, la crisi ha impattato soprattutto sul settore alberghiero, a fronte di una crescente preferenza accordata a forme di ricettività extra-alberghiere e alternative, meno costose³⁹.

38 Questo dato è coerente con le stime effettuate anche da altri istituti di ricerca, come ad esempio il *Cultural, Tourism and Sport Assets PwC Advisory*.

39 Da questo punto di vista l'Italia sembra essere preparata: tra il 2004 e il 2007 è ulteriormente aumentata la componente "esercizi complementari e bed & breakfast" (+3%, per una quota totale del 74% al 2007), che già presentava una quota su totale decisamente superiore alle strutture alberghiere.

Questa tendenza al risparmio è divenuta ora ancora più evidente. Nei primi sei mesi del 2009 i viaggiatori stranieri alle frontiere italiane sono stati 31,8 milioni, con una variazione tendenziale del -2,8% rispetto allo stesso mese del 2008 (-8,4% sui pernottamenti). Ancora più marcata la riduzione della spesa: -10%, ovvero 12,4 miliardi di euro tra gennaio e giugno 2009 contro i 13,8 milioni realizzati nello stesso arco temporale nel 2008. I dati indicano chiaramente come la crisi abbia influito sui modelli di consumo, con un ridimensionamento della spesa legato alla riduzione della durata del soggiorno o scelte di pernottamento relativamente economiche più che al calo del movimento turistico in sé.

Per capire al meglio quali potranno essere i futuri effetti della crisi economico finanziaria sul settore turistico in Italia e quali le strategie su cui far leva per valorizzare un patrimonio territoriale e culturale di qualità obiettivamente elevata, occorre studiare le dinamiche in atto a livello mondiale ed europeo, e identificare i fattori di competitività che caratterizzano il nostro Paese e quelli che invece, per difetto, lo penalizzano rispetto ai principali concorrenti.

6.2.1 LO SCENARIO INTERNAZIONALE

Il turismo internazionale ha vissuto, per la prima volta dopo anni di espansione continua, un brusco rallentamento dei tassi di crescita (vedi Tabella 16). Nello specifico, due distinte dinamiche hanno caratterizzato il 2008: nella prima metà la crescita è stata pari al 5%, mentre nella seconda si è verificato un -1%, per un valore annuale complessivo del +1,8%, ovvero 5 punti percentuali in meno rispetto alla variazione 2006/2007. Sebbene la riduzione del movimento turistico abbia interessato tutte le aree continentali, particolarmente colpite sono state quella asiatica (+1,6% la crescita al 2008, in calo di circa 9 punti percentuali rispetto a quanto registrato nel 2007) e europea (in calo di 5 punti percentuali e l'unica in sostanziale stagnazione, con un +0,1%). Nonostante il drammatico calo, l'Europa rimane l'area continentale che catalizza la maggior parte del movimento turistico mondiale, con una quota pari al 52,2% sul totale degli arrivi mondiali (Asia e Pacifico 20,3%, Americhe 16%, Africa 5,1% e Medio Oriente 5,7%)⁴⁰.

Tabella 16 - Arrivi turistici internazionali (mondo) e tassi di variazione annui

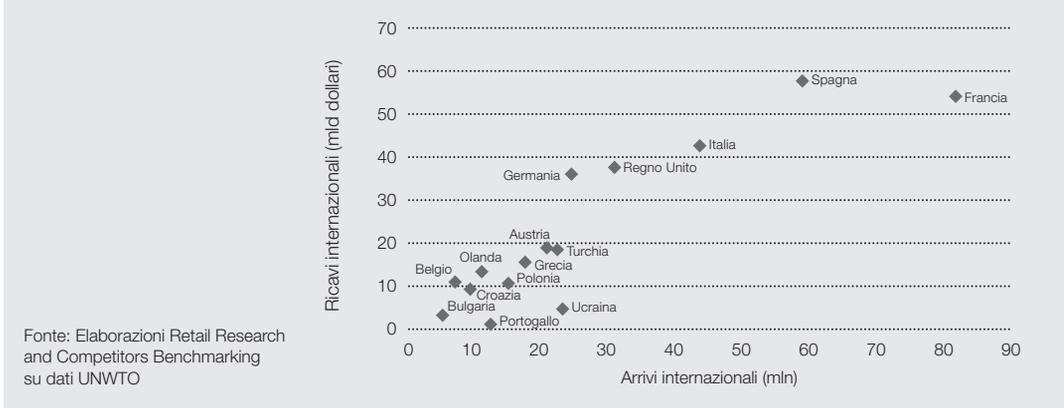
ANNO	ARRIVI TURISTICI INTERNAZIONALI (MILIONI)	TASSI DI VARIAZIONE ANNUI (%)
2000	682	-
2001	682	0,0
2002	702	2,9
2003	692	-1,4
2004	763	10,3
2005	805	5,5
2006	850	5,6
2007	908	6,8
2008	924	1,8

Fonte: UNWTO

⁴⁰ Ferma restando l'indubbia attrattività dell'area, sulla performance europea ha indubbiamente influito l'incremento del movimento intracomunitario seguito all'introduzione della moneta unica europea e agli accordi di Schengen.

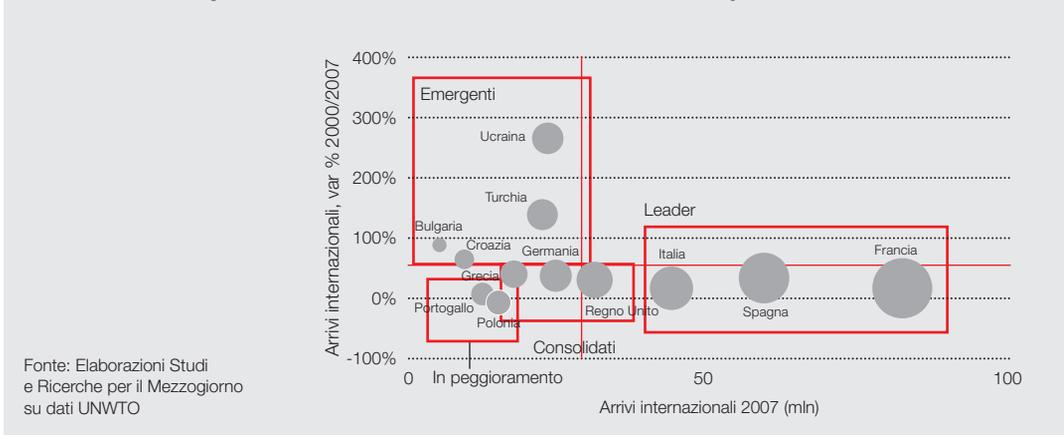
Circoscriviamo l'analisi all'Europa e consideriamo il flusso di arrivi internazionali congiuntamente ai ricavi internazionali per le prime 15 destinazioni, in riferimento all'anno 2007. La Figura 2 evidenzia l'ottimo posizionamento dell'Italia, terza su entrambe le dimensioni, e il notevole divario esistente tra destinazioni leader come appunto Italia Spagna e Francia o consolidate come Germania e Regno Unito, e i restanti Paesi selezionati. Il confronto è però statico, e non permette di individuare alcuni importanti fenomeni in atto, che purtroppo rendono meno ottimista il giudizio sulle performance turistiche italiane.

Figura 2 - Arrivi internazionali e ricavi internazionali nei principali Paesi EU-27, anno 2007



Prendendo in esame la variazione complessiva tra il 2000 e il 2007 in termini di arrivi internazionali e considerando le quote di mercato del 2007 rispetto al totale Europa si hanno alcune informazioni interessanti, soprattutto in chiave prospettica (vedi Figura 3). I singoli Paesi presentano performance variegata, ed è possibile individuare gruppi distinti a seconda del grado di sviluppo del sistema turistico.

Figura 3 - Evoluzione del mercato turistico europeo dal punto di vista degli arrivi internazionali (origini degli assi sui valori medi; dimensione delle bolle = quote di mercato 2007 su totale EU-27)



La Tabella 17 evidenzia in particolare come Italia e Francia abbiano perso quote di mercato a vantaggio della Spagna, dei principali Paesi emergenti e di destinazioni mature quali Grecia e Germania (cresciute in termini di arrivi con tassi 5 volte superiori rispetto all'Italia). L'aumento dei flussi turistici ha invece permesso alla Spagna di mantenere la propria quota di mercato nonostante la minaccia di una fisiologica riduzione legata all'emergere di nuove destinazioni quali Ucraina, Bulgaria, Turchia e Croazia, Paesi questi che hanno registrato tassi di crescita degli arrivi tra il 2000 e il 2007 a due o addirittura tre cifre, e parallele conquiste sulle quote di mercato (+0,4% per Bulgaria e Croazia, + 1,2% per Turchia e +3,1% per Ucraina). Solo Portogallo e Polonia hanno registrato performance peggiori rispetto a quelle italiane, perdendo sia in termini di arrivi (+2% e -13%, rispettivamente) che di quote di mercato (-0,6% e -1,3%, rispettivamente).

Tabella 17 - La performance turistica dei Paesi europei: arrivi internazionali

LEADER				EMERGENTI			
	ARRIVI INTERNAZIONALI (VAR % 2000/2007)	QUOTA DI MERCATO 2000	QUOTA DI MERCATO 2007		ARRIVI INTERNAZIONALI (VAR % 2000/2007)	QUOTA DI MERCATO 2000	QUOTA DI MERCATO 2007
Spagna	23%	12,1%	12,1%	Ucraina	259%	1,6%	4,7%
Francia	6%	19,5%	16,8%	Turchia	132%	2,4%	4,6%
Italia	6%	10,4%	8,9%	Bulgaria	85%	0,7%	1,1%
				Croazia	60%	1,5%	1,9%

DESTINAZIONI MATURE				IN PEGGIORAMENTO			
	ARRIVI INTERNAZIONALI (VAR % 2000/2007)	QUOTA DI MERCATO 2000	QUOTA DI MERCATO 2007		ARRIVI INTERNAZIONALI (VAR % 2000/2007)	QUOTA DI MERCATO 2000	QUOTA DI MERCATO 2007
Grecia	34%	3,3%	3,6%	Portogallo	2%	3,1%	2,5%
Regno Unito	22%	6,4%	6,3%	Polonia	-13%	4,4%	3,1%
Germania	29%	4,8%	5,0%				

Fonte: Elaborazioni Retail Research and Competitors Benchmarking su dati UNWTO

Per quanto riguarda il profilo dei ricavi (vedi Tabella 18), a fronte di una quota di mercato complessiva del 35,6%, i tre Paesi leader (Spagna, Francia e Italia) beneficiano di una spesa per arrivo analoga se non addirittura inferiore a quella registrata negli altri Paesi in esame. L'Italia presenta peraltro un incremento dei ricavi tra il 2000 e il 2007 pari ad appena il 55%, inferiore solo a quello (negativo) del Portogallo e molto distante dai valori a tre cifre realizzati dal gruppo dei Paesi emergenti. Tra questi ultimi, spicca il caso dell'Ucraina: circa 200 euro su ogni arrivo, ma un tasso di crescita tra il 2000 e il 2007 superiore al 100%. Il dato italiano resta il più basso anche considerando gli andamenti più recenti: tra il 2006 e il 2007 l'incremento dei ricavi internazionali è stato pari al 2,5% in termini reali, superiore solo allo 0,6% tedesco.

Tabella 18 - La performance turistica dei Paesi europei: ricavi internazionali

LEADER				EMERGENTI			
	SPESA TURISTICA INTERNAZIONALE (VAR % 2000/2007)	QUOTA DI MERCATO 2000	QUOTA DI MERCATO 2007		SPESA TURISTICA INTERNAZIONALE (VAR % 2000/2007)	QUOTA DI MERCATO 2000	QUOTA DI MERCATO 2007
Spagna	92,9%	13,3%	976,38	Ucraina	1066,8%	1,1%	198,81
Francia	76,3%	12,5%	662,12	Turchia	142,1%	4,3%	830,95
Italia	55,1%	9,8%	977,02	Bulgaria	190,9%	0,7%	607,75
				Croazia	232,6%	2,1%	994,31

DESTINAZIONI MATURE				IN PEGGIORAMENTO			
	SPESA TURISTICA INTERNAZIONALE (VAR % 2000/2007)	QUOTA DI MERCATO 2000	QUOTA DI MERCATO 2007		SPESA TURISTICA INTERNAZIONALE (VAR % 2000/2007)	QUOTA DI MERCATO 2000	QUOTA DI MERCATO 2007
Grecia	68,3%	3,6%	885,55	Portogallo	-80,3%	0,2%	822,34
Regno Unito	72,0%	8,7%	1226,23	Polonia	87,2%	2,4%	709,65
Germania	92,7%	8,3%	1475,39				

Fonte: Elaborazioni Retail Research and Competitors Benchmarking su dati UNWTO

L'Italia negli anni di forte sviluppo del turismo internazionale è dunque cresciuta nettamente meno dei suoi concorrenti e del sistema mondiale complessivamente considerato, dal punto di vista tanto degli arrivi (a pari merito con la Francia) quanto dei ricavi. E molto probabilmente soffrirà particolarmente la crisi dato il calo della domanda statunitense (che da sempre manifesta una predilezione per il prodotto "Italia") e il ritardo accumulato sui principali fattori di competitività dell'industria turistica.

6.2.2 LA COMPETITIVITÀ DEL SISTEMA TURISTICO ITALIANO

Per capire quali sono i problemi all'origine del calo della competitività italiana e soprattutto come intervenire in un contesto reso ancora più difficile dalla congiuntura economica occorre identificare i punti di forza e di debolezza del sistema turistico nostrano.

Nonostante il ruolo fondamentale che il turismo gioca per l'economia nazionale (vedi Tabella 15), l'Italia occupa soltanto il 28° posto (su 133) nel ranking mondiale del *Travel and Tourism Competitiveness Index*, classifica redatta annualmente dal World Economic Forum sulla base di tre categorie (contesto legislativo e regolamentazione; contesto imprenditoriale ed infrastrutturale; livello di risorse naturali, culturali ed umane), ognuna di queste a sua volta composta da sotto-indici. La classifica sui primi 30 Paesi, riportata in Tabella 19, mostra come l'Italia si collochi a notevole distanza dai principali concorrenti europei quali Germania (3°), Francia (4°), e Spagna (6°), ed evidenzia inoltre la sostanziale staticità del Paese, a fronte di un recupero francese di ben 6 posizioni⁴¹.

41 In realtà, l'indicatore nel 2008 era stato costruito tenendo conto di 130 Paesi e non dei 133 attuali, il che si traduce in un miglioramento relativo della posizione del nostro Paese.

Tabella 19 - Travel and Tourism Competitiveness Index, anni 2008 e 2009, primi 30 Paesi

	2009	2008
	RANKING (133 PAESI)	RANKING (130 PAESI)
Svizzera	1	1
Austria	2	2
Germania	3	3
Francia	4	10
Canada	5	9
Spagna	6	5
Svezia	7	8
USA	8	7
Australia	9	4
Singapore	10	16
Regno Unito	11	6
Hong Kong SAR	12	14
Olanda	13	18
Danimarca	14	13
Finlandia	15	12
Islanda	16	11
Portogallo	17	15
Irlanda	18	21
Norvegia	19	17
Nuova Zelanda	20	19
Cipro	21	24
Belgio	22	27
Lussemburgo	23	20
Grecia	24	22
Giappone	25	23
Repubblica Ceca	26	30
Estonia	27	26
Italia	28	28
Malta	29	25
Barbados	30	29

Fonte: World Economic Forum

Al di là del dato generale, la valutazione specifica dei singoli drivers permette di identificare vantaggi competitivi e aree di miglioramento. L'Italia rientra nel novero delle nazioni che si collocano nelle prime tre posizioni solo in riferimento al “contesto imprenditoriale ed infrastrutturale”, alla voce “infrastrutturazione turistica”⁴². Tra i punti di forza del Paese rientrano in ogni caso anche il livello di “salute ed igiene”, l’alto grado di qualificazione delle risorse umane, le esportazioni connesse all’industria della creatività (che contribuiscono a far conoscere il marchio “Italia” nel mondo) e lo straordinario patrimonio culturale⁴³. Di contro, lo stato di salute delle risorse naturali, il basso grado di competitività dei prezzi all’interno del comparto turistico e la deficitaria infrastrutturazione materiale rappresentano gli ostacoli principali a una piena valorizzazione del territorio (vedi Tabella 20).

Tabella 20 - Vantaggi competitivi e punti di debolezza del sistema turistico italiano

	VANTAGGI COMPETITIVI	PUNTI DI DEBOLEZZA
Regole e regolamenti di policy	Tempo necessario per l’avvio di una attività economica (25)	Grado di diffusione della proprietà straniera (106)
		Regolamentazione a riguardo degli investimenti diretti all’estero (122)
		Trasparenza dell’azione governativa di policy making (111)
Sostenibilità ambientale	Ratifica degli accordi ambientali (21)	Sostenibilità dello sviluppo del comparto turistico (119)
		Emissioni di biossido di carbonio (93)
Sicurezza		Incidenti stradali (107)
Salute e igiene	Accesso all’acqua potabile (1)	
	Accesso agli impianti igienici (1)	
	Medici pro-capite (12)	
Grado di priorità sul turismo	Partecipazione alle fiere sul turismo (3)	Grado di priorità assegnato dal governo al comparto turistico (107)
		Efficacia del marketing e del branding (108)
Infrastruttura aeroportuale	Capacità di trasporto passeggeri - tratte nazionali (12)	Rete del trasporto aereo internazionale (89)
	Capacità di trasporto passeggeri - tratte internazionali (14)	
	Numero di compagnie aeree (5)	
Infrastruttura terrestre	Densità stradale - lunghezza di una strada ogni 100 Km ² (20)	Qualità delle infrastrutture portuali (95)
		Qualità della rete di trasporto merci su gomma (99)

42 Voce che include il grado di diffusione delle camere d’albergo, la presenza delle principali compagnie di noleggio di automobili e il numero di ATM che accettano carte di credito del circuito Visa.

43 Con 43 siti, l’Italia detiene il primato mondiale nel numero di siti culturali patrimonio dell’umanità.

Continua Tabella 20 - Vantaggi competitivi e punti di debolezza del sistema turistico italiano

	VANTAGGI COMPETITIVI	PUNTI DI DEBOLEZZA
Infrastruttura turistica	Presenza delle maggiori società di noleggio auto (1)	
	Camere d'albergo (8)	
	ATM che accettano carte di credito Visa (15)	
Infrastruttura ICT	Telefonia mobile (7)	Utilizzo internet nell'attività di impresa (83)
	Telefonia fissa (20)	
	Utilizzatori internet (24)	
	Diffusione internet a banca larga (26)	
Competitività di prezzo nel comparto turistico		Parità dei poteri d'acquisto (117)
		Livello ed effetti della tassazione (128)
		Prezzo del carburante (126)
		Prezzo degli alberghi (102)
Risorse umane	Aspettativa di vita (5)	Livello di formazione del personale (109)
	Istruzione primaria (12)	Procedure di assunzione e licenziamento (133)
	Istruzione secondaria (26)	
	Facilità nell'assunzione di lavoratori stranieri (14)	
Propensione verso il turismo		Grado di apertura verso il turismo (94)
Risorse naturali		Aree protette (91)
Risorse culturali	Numero siti Unesco (1)	
	Esportazioni legate all'industria della creatività (2)	
	Numero di fiere ed esposizioni internazionali (6)	

Fonte: Elaborazioni Retail Research and Competitors Benchmarking e Nomisma su dati World Economic Forum

Dato che, secondo alcuni commentatori, la graduatoria stilata dal World Economic Forum è da considerarsi "approssimata e non omogenea"⁴⁴ in riferimento alle specificità del settore turistico, è utile prendere a riferimento un ulteriore indicatore di performance sul turismo, il Country Brand Index⁴⁵. Secondo la classifica 2008, l'Italia recupera una posizione rispetto al 2007, collocandosi la quarto posto (dopo Australia, Canada e Stati Uniti), prima fra i Paesi europei. Sesta la Francia, dopo tre anni di quarta posizione, e fuori dalla top ten la Spagna, malgrado il settimo posto registrato nel 2006 e 2007. Indubbiamente, il marchio "Italia" esercita una forte attrattività verso

44 Vedi ad esempio il comunicato stampa della XVI edizione del "Rapporto sul Turismo Italiano", Mercury.

45 Il country brand Index è stilato a partire dal 2005 dalle società di consulenza Future Brand e Weber Shandwick, con il contributo di 22 esperti di economia del turismo e/o facenti parte dell'industria dei viaggi e del turismo.

l'estero, e tra i fattori distintivi segnalati emergono anche in questo caso il patrimonio artistico-culturale e quello paesaggistico, cui si aggiungono item specifici quali la gastronomia (categoria nella quale occupa il primo posto) il "desiderio di visitare/ritornare" (secondo posto), lo shopping (settimo posto), la facilità di movimento verso e dentro il paese (nono posto) e la decisione di "prolungare il soggiorno dopo un viaggio di lavoro". Nello stilare un giudizio complessivo sul Paese, viene sottolineato come la destinazione Italia venga scelta in base a fattori cosiddetti di *essence* quali attrazione, autenticità, cultura ed *ethos*⁴⁶, piuttosto che per i suoi *essentials* (geografia, infrastrutture, governance ed economia). Se da un lato emerge dunque ancora una volta il vantaggio competitivo dato dal territorio inteso in senso lato, dall'altro la promozione e comunicazione del marchio "Italia" deve accompagnarsi a mirati interventi di politica economica, (ad esempio sulle infrastrutture materiali, aspetto del resto segnalato come carente anche dagli esperti del World Economic Forum).

Per quanto riguarda i fattori di competitività dunque ci sono indubbiamente spazi di miglioramento, tanto sul segmento *hard* (le infrastrutture, appunto) quanto su quello *soft*, ovvero tutto ciò che attiene a promozione, marketing e commercializzazione. L'altro aspetto che getta alcune ombre sulla capacità del settore turistico italiano di affrontare e uscire indenne dalla crisi è la componente di domanda internazionale.

6.2.3 IL TURISMO INTERNAZIONALE VERSO L'ITALIA

Nonostante il turismo nazionale (regionale ma soprattutto interregionale) sia un importante fattore di sviluppo endogeno per le regioni italiane, l'attuale crisi economico-finanziaria pone l'accento soprattutto sulla componente internazionale⁴⁷. Del resto, analisi a livello regionale⁴⁸ sottolineano come una maggiore incidenza di turisti stranieri si accompagni a un livello di competitività più elevato, come nel caso di Lazio, Veneto e Toscana, con un nesso di causalità che opera molto probabilmente in entrambe le direzioni.

La Tabella 21 mostra la composizione della domanda internazionale verso l'Italia. Come anticipato a inizio di sezione, spicca il calo della componente a lungo raggio (USA) e extra-euro (Regno Unito), la prima perché colpita molto duramente dalla crisi; la seconda, perché svantaggiata dal tasso di cambio. Relativamente stabile si mantengono i bacini tradizionali (Svizzera e Francia), mentre è interessante la performance della Slovenia, destinazione emergente sul fronte della domanda europea.

Malgrado il basso peso percentuale sul totale arrivi internazionali, abbiamo scelto di presentare anche i dati relativi ai principali mercati emergenti a livello extraeuropeo. Tra essi spicca il caso della Russia, in notevole aumento già dal 2004 e con una performance sui flussi tra il 2007 e il 2008 del +43,3%. Al di là del momento contingente, aggredire e conquistare questi nuovi mercati (Russia appunto, ma anche Giappone, Cina e India, nonché le economie emergenti dell'Est Europa) è sicuramente uno degli imperativi per la crescita e lo sviluppo strategico del settore nei prossimi anni.

46 Secondo la definizione indicata dalla FutureBrand, per *ethos* si intendono "le usanze, le credenze, i costumi e la storia che creano un fascino distintivo".

47 Per un'analisi approfondita del ruolo del turismo per lo sviluppo delle regioni, con un focus specifico sulla bilancia turistica verso l'estero e verso l'esterno, si rinvia a Bartoli F., M.R. Riggi, e Z. Rotondi (2009), "La spesa turistica: flussi di scambio interregionali e con l'esterno" AA.VV., in *Sviluppo, rischio e conti con l'esterno delle regioni italiane: una nuova ipotesi di programmazione delle risorse. Lo schema di analisi della "pentola bucata"*, a cura di P. Savona e Z. Rotondi, in corso di pubblicazione.

48 Vedi ad esempio, "Turismo & Mezzogiorno - caratteri strutturali, potenzialità e dinamiche competitive del contesto turistici meridionali", Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno, Giannini Editore, 2009.

Tabella 21 - Viaggiatori alle frontiere per stato di residenza; quote su totale arrivi internazionali e variazione percentuale arrivi

STATO DI RESIDENZA	QUOTA 2007	QUOTA 2008	Δ % ARRIVI 04-08	Δ % ARRIVI 07-08
Germania	16,2%	16,2%	-3,3	0,7
Svizzera	15,7%	17,0%	28,5	9,3
Francia	13,9%	14,1%	22,7	2,3
Austria	9,6%	9,2%	18,6	-3,0
Regno Unito	6,8%	5,8%	8,0	-14,1
Spagna	4,3%	3,9%	87,1	-10,5
Slovenia	4,1%	5,7%	19,0	41,4
USA	4,0%	3,6%	0,4	-10,1
Giappone	0,5%	0,4%	-11,3	-14,4
Russia	0,4%	0,6%	187,5	43,3
India	0,4%	0,3%	1,1	-35,6
Cina	0,2%	0,2%	55,7	-2,4
Totale	100%	100%	20,5	0,7

Fonte: Elaborazioni Retail Research and Competitors Benchmarking e Nomisma su dati Banca d'Italia

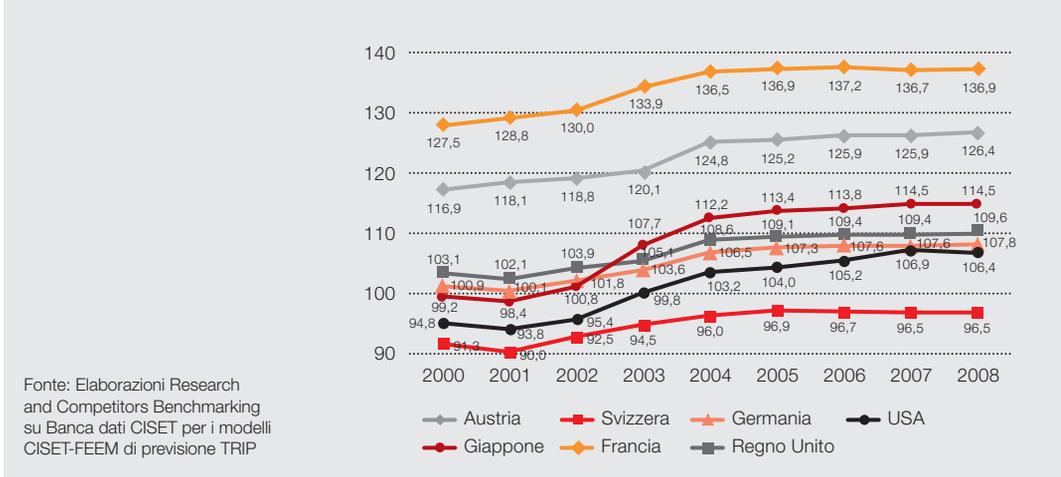
Tra i fattori che negli ultimi anni (e in particolare, negli ultimi due) hanno guidato le scelte di turismo a livello internazionale, un ruolo di primo piano lo ricoprono indubbiamente tasso di cambio e inflazione. Per misurare la competitività dell'Italia dal punto di vista del prezzo il Ciset ha elaborato un indicatore specifico, costruito come rapporto tra l'indice dei prezzi turistici italiano (ITP) e la media ponderata dell'indice dei prezzi turistici dei Paesi concorrenti dell'Italia su ogni mercato di domanda considerato (CCTP)⁴⁹. La Figura 4 considera l'evoluzione dell'indicatore tra il 2000 e il 2008 con riferimento ai principali mercati di provenienza della domanda turistica internazionale verso l'Italia. Nello specifico, valori inferiori indicano un aumento dei prezzi turistici nei Paesi concorrenti superiore a quanto registrato sul mercato italiano, e/o un deprezzamento dell'euro rispetto alle altre valute, tale comunque da più che compensare eventuali differenziali inflazionistici. Di conseguenza, a valori dell'indicatore inferiori corrisponde una maggiore competitività del settore turistico nazionale.

Il progressivo rafforzamento dell'euro e la dinamica inflazionistica che ha caratterizzato l'Italia dopo l'introduzione della moneta unica sono alla base dell'aumento dell'indicatore su tutti i Paesi considerati, a partire dal 2003. In particolare, Francia, Giappone e Stati Uniti mostrano tra il 2002 e 2003 un incremento di 4 punti, gruppo cui si aggiunge l'Austria nel 2004. La perdita di competitività italiana aumenta progressivamente (seppur a un tasso inferiore) fino al 2006, per poi stabilizzarsi tra il 2007 e il 2008. Quale unica eccezione, gli Stati Uniti, a causa di un tasso di cambio euro/dollaro sfavorevole dal punto di vista del turismo in entrata. Alcune preoccupazioni infine per quanto riguarda il confronto con Austria, Germania e Regno Unito, dato un valore dell'indicatore al 2008

⁴⁹ L'indicatore fa parte della banca dati Ciset per i modelli TRIP di previsione del movimento turistico internazionale verso l'Italia. Le serie sono espresse in dollari per tener conto delle differenti condizioni di potere d'acquisto tra Italia e ciascun Paese concorrente, legate alla dinamica dei cambi oltre che a quella inflazionistica. Per approfondimenti sulla metodologia di costruzione dell'indice, si veda Carraio e Manente, 1994; Costa e Manente, 1994; Manente e Minghetti, 1993.

pari rispettivamente a 126,4, 107,8 e 109,6, e un peggioramento di 0,5 nel primo caso e 0,2 negli altri due. Tali valori sembrano indicare strategie di prezzo aggressive da parte di Paesi che tradizionalmente sono bacini di origine della domanda verso l'Italia (vedi Tabella 20), a conferma di come non basti più puntare su una qualità di indubbio alto livello ma occorra prestare un occhio anche al rapporto tra qualità e prezzo.

Figura 4 - Indice di competitività di prezzo dell'Italia sui principali mercati di origine della domanda internazionale (1985=100)



Il calo “patologico” della domanda statunitense e la perdita di competitività sul mercato europeo si ripercuote ovviamente anche sulla bilancia dei pagamenti turistica. In parallelo con la stagnazione dei flussi turistici, i dati Eurostat presentati in Tabella 22 mostrano per l'Europa un calo sul fronte delle uscite ma soprattutto su quello delle entrate, con un deficit complessivo al 2007 pari a 18,6 miliardi di euro (22,2 miliardi di euro il valore provvisorio per il 2008). Il 71% di queste entrate si concentra nelle principali economie continentali (Regno Unito, Francia, Italia, Germania e Spagna), economie che, d'altra parte, totalizzano poco meno del 76% delle uscite. L'Italia occupa la terza posizione nella graduatoria europea per attivo di bilancia, ma risulta in peggioramento rispetto al 2007, a fronte di una Spagna in costante miglioramento (come del resto evidenziato dai dati sulle quote di mercato, vedi Tabella 17).

Tabella 22 - Bilancia dei pagamenti turistica, selezione Paesi UE-27, anno 2007 e valori provvisori anno 2008 (miliardi di euro)

	2007			2008 (VALORI PROVVISORI)		
	ENTRATE	USCITE	SALDO	ENTRATE	USCITE	SALDO
Spagna	42,2	14,4	27,8	41,9	13,8	28,1
Francia	39,6	26,8	12,8	37,0	28,5	8,5
Italia	31,1	19,9	11,2	31,1	20,8	10,3
Grecia	11,3	2,5	8,8	11,6	2,7	9
Austria	13,8	7,7	6,1	14,8	7,7	7,1
Portogallo	7,4	2,9	4,5	7,4	2,9	4,5
Repubblica Ceca	4,8	2,6	2,2	5,2	3,1	2,1
Polonia	7,7	5,7	2,0	8,0	6,5	1,5
Ungheria	3,4	2,1	1,3	4,1	2,7	1,4
Lussemburgo	2,9	2,6	0,3	3,1	2,6	0,4
Finlandia	2,1	2,9	-0,8	2,1	3,0	-0,8
Svezia	8,8	10,2	-1,4	8,6	10,5	-1,9
Danimarca	4,5	6,4	-1,9	4,6	6,6	-2
Irlanda	4,4	6,4	-2,0	4,3	7,2	-2,8
Olanda	9,7	13,9	-4,2	9,0	14,8	-5,7
Belgio	7,9	12,6	-4,6	8,4	12,9	-4,5
Regno Unito	27,5	52,8	-25,3	24,2	49,9	-22,7
Germania	26,3	60,6	-34,3	27,2	62,0	-34,8
EU 27	75,6	94,2	-18,6	73,0	95,2	-22,2

Fonte: Eurostat

6.2.4 QUALI PROSPETTIVE E QUALI AZIONI PER IL FUTURO?

Malgrado il settore si sia mostrato relativamente meno esposto rispetto ad altri alla crisi economico-finanziaria, le condizioni dell'economia mondiale continueranno a guidare l'andamento di flussi e spesa turistica. Fare previsioni di breve periodo è difficile, anche se in termini generali la crescita sarà sicuramente modesta in Europa, dato che quasi tutti i Paesi dell'area sono caratterizzati da recessione e incremento dei tassi di disoccupazione, e anche economie emergenti come Russia, Brasile e, per alcuni segmenti, Cina mostrano segnali di debolezza sul fronte turistico.

In ogni caso, i trend parlano di una preferenza per il turismo a corto raggio, destinazioni domestiche comprese. La propensione al viaggio resta comunque elevata, ma la crisi si rifletterà su permanenza e spesa: la componente di prezzo diviene infatti sempre più determinante nella scelta di destinazioni, tipologia di viaggio (ad esempio, *last minute*) e struttura ricettiva di riferimento.

In questo contesto, fondamentale sarà la capacità dei Paesi di vendersi al meglio sul mercato internazionale, con opportune politiche di marketing e di brand che rilancino l'immagine del territorio.

Nel caso dell'Italia questa strategia è fondamentale. Indubbiamente, il nostro Paese necessita di un intervento sulle infrastrutture materiali, intervento sì necessario, ma che produrrà effetti nel lungo periodo. La perdita di quote di mercato verificatasi negli ultimi anni a vantaggio dei principali Paesi concorrenti quali Spagna e Francia e dei nuovi Paesi emergenti quali ad esempio Turchia e Croazia richiede invece un'azione immediata e di immediato impatto, lavorando sull'esistente per valorizzare al meglio un patrimonio di risorse naturali e culturali unico al mondo.

6.3 L'AGRICOLTURA ITALIANA: I NUOVI SCENARI ALLA LUCE DELLE CRISI ECONOMICO-FINANZIARIA

Quale può essere il ruolo dell'agricoltura nell'affrontare la crisi economica e quali possono essere gli elementi su cui fare leva per uscire dall'attuale momento di stagnazione? Per rispondere a questi interrogativi occorre partire dall'analisi del ruolo che il settore primario ricopre nell'economia nazionale. Storicamente, l'agricoltura ha giocato un ruolo chiave per lo sviluppo del nostro Paese, fungendo da traino per un sistema economico in fase di sviluppo. Al giorno d'oggi, in Italia come in tutte le principali economie avanzate, l'incidenza sul sistema economico appare invece limitata, con un peso del valore aggiunto agricolo sul quello complessivo pari ad appena il 2%.

I tassi di crescita del valore aggiunto presentati in Tabella 23 mettono inoltre in evidenza la maggiore dinamicità dell'industria e dei servizi a fronte di un settore primario strutturalmente più lento a reagire ai cambiamenti di mercato interni ed esterni: nel quinquennio 2003-2008 il valore aggiunto agricolo è infatti diminuito del 6,7%, mentre industria e servizi sono aumentati rispettivamente del 17 e del 18,4%. Un quadro abbastanza simile si può riscontrare nella lettura dei dati sull'occupazione nei tre settori: con circa 1 milione di addetti, l'agricoltura rappresenta circa il 4% dell'occupazione nazionale contro il 28,2% dell'industria e il 67,9% dei servizi.

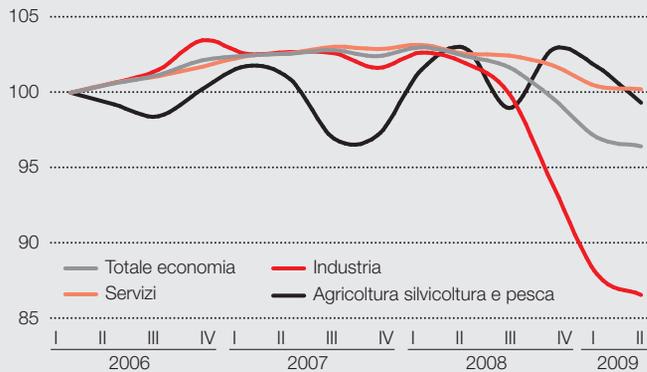
Tabella 23 - Incidenza dell'agricoltura sull'economia nazionale, anno 2008

ITALIA	VALORE AGGIUNTO			OCCUPATI		
	MILIARDI DI EURO	VAR. % 2003/2008	QUOTA % SU TOT.	MIGLIAIA	VAR. % 2003/2008	QUOTA % SU TOT.
Agricoltura	28,4	-6,7	2	991,7	-1,7	3,9
Industria	381,4	17,0	27	7.117,2	1,7	28,2
Servizi	1.003,0	18,4	71	17.154,0	6,3	67,9
Totale	1.412,9	17,4	100	25.262,9	4,6	100,0

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT

L'agricoltura ha dinamiche proprie, spesso differenti da quelle che caratterizzano altri settori economici. La Figura 5 mostra come il valore aggiunto agricolo abbia fatto registrare negli ultimi 3 anni forti oscillazioni, con punte di minimo nell'ultimo semestre del 2007 e punte di massimo nel secondo trimestre 2008, in corrispondenza del picco sui prezzi delle materie prime agricole (vedi Figura 6). Più regolare invece l'andamento nell'industria e nel terziario, che, dopo un periodo tendenzialmente stabile, all'inizio del 2008 hanno cominciato a mostrare qualche segnale di cedimento per poi sfociare in una vera e propria crisi nel corso dell'anno e del primo semestre del 2009 (periodo in cui anche il valore nazionale si è ridotto notevolmente).

Figura 5 - Evoluzione del valore aggiunto per settore dell'economia (valore aggiunto a prezzi di base, valori concatenati, numeri indice I trimestre 2006=100)

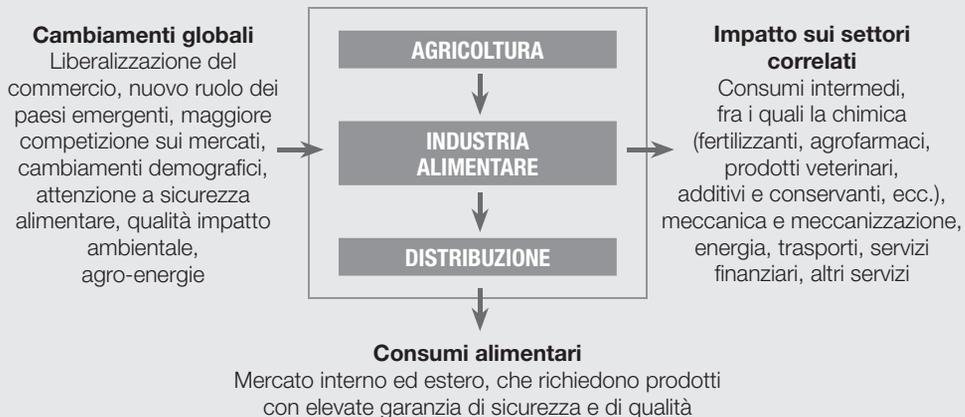


Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT

Al di là degli andamenti specifici, quello che emerge dal grafico è il ruolo anticiclico assunto dall'agricoltura durante la presente crisi economico-finanziaria. A fine 2008 l'agricoltura risultava infatti essere l'unico settore in controtendenza, con una variazione tendenziale del + 4,1% (industria in senso stretto -6,2%; costruzioni -3,5%; servizi -0,1%; totale -1,9%). I dati relativi al secondo semestre 2009 mostrano un peggioramento in termini congiunturali superiore rispetto a quanto registrato negli altri settori (-2,4%, contro il -1,7% dell'industria in senso stretto, il -1,2% delle costruzioni e il -0,2% dei servizi), ma una migliore performance di lungo periodo. Su base tendenziale, il valore aggiunto è infatti diminuito del 17,7% nell'industria in senso stretto, del 5,9% nel settore delle costruzioni, del 3,5% nell'agricoltura, e del 2,3 % nei servizi.

Per fornire un quadro esaustivo del ruolo che il settore primario gioca nel panorama economico nazionale non è sufficiente prendere in esame le statistiche ufficiali su valore aggiunto e occupazione. Occorre comprendere, per quanto possibile, anche il contesto socio-economico in cui operano le imprese agricole, inteso come l'insieme di fattori esterni che determinano le minacce e le opportunità, i trend dei mercati, i legami con gli altri settori, il funzionamento della catena del valore. La Tabella 24 schematizza questa fitta rete di legami.

Tabella 24 - I legami dell'agricoltura all'interno della filiera agroalimentare e rispetto al contesto economico



Fonte: Nomisma

6.3.1 L'IMPATTO DELL'AGRICOLTURA SUL SISTEMA ECONOMICO

Per quanto pesi poco sul totale del valore aggiunto, l'agricoltura ha un altissimo valore strategico, e detiene un ruolo che va ben oltre il compito di garantire la sicurezza alimentare del Paese. Entrano infatti in gioco elementi quali tutela e valorizzazione dell'ambiente, biodiversità, paesaggio, sicurezza idrogeologica, servizi alla popolazione, cultura e tradizioni. Da un punto di vista più propriamente economico non bisogna poi dimenticare l'impatto che l'agricoltura genera sui settori ad essa direttamente e indirettamente collegati: da un lato la forte integrazione con i "fornitori" (industria chimica, meccanica, servizi finanziari, energia, trasporti, ecc.), e con le fasi più a valle della filiera (distribuzione, HoReCa⁵⁰), dall'altro, il profondo legame con l'industria alimentare come fondamento del *Made in Italy*, apprezzato ed imitato in tutto il mondo.

Consideriamo a questo proposito la Tabella 25. Per ciascuna fase della filiera agroalimentare, è riportata la capacità di attivazione sul sistema economico nazionale. I dati mostrano come un milione di euro di domanda rivolta al settore agricolo sia in grado di attivare una produzione complessiva dell'economia di oltre 1,8 milioni di euro, suddivisi tra i diversi settori collegati⁵¹. Nonostante l'agricoltura abbia uno scarso peso sul sistema economico nazionale, il suo l'impatto sull'economia è dunque significativamente elevato, e superiore a settori come quello dell'energia elettrica e gas, dell'intermediazione finanziaria, dei servizi immobiliari, dei servizi sanitari e locali.

L'attore della filiera con la maggior potenzialità di attivazione della produzione economica è l'industria alimentare (2,3 milioni per 1 milione di domanda al settore), dato questo che assume notevole importanza se si considera lo stretto legame che sussiste tra l'industria di trasformazione e le imprese agricole italiane - si stima che circa il 60-70% della produzione agricola sia destinata alla trasformazione da parte dell'industria alimentare. Nel modello italiano, questa sinergia garantisce qualità e controllo del processo produttivo e dei prodotti alimentari e rappresenta un importante fattore di competitività.

Tabella 25 - Attivazione della produzione complessiva dell'economia per comparto del settore agroalimentare, anno 2008

	ATTIVAZIONE DELLA PRODUZIONE COMPLESSIVA DELL'ECONOMIA PER 1 MIL. DI EURO DI DOMANDA
	EURO
Industrie alimentari e bevande	2.258.841
Agricoltura, caccia e servizi connessi	1.815.520
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	1.551.039
Industria del tabacco	1.394.917
Silvicoltura e servizi connessi	1.379.710

Fonte: Elaborazioni e stime Nomisma su dati ISTAT, Contabilità nazionale

50 Horeca è un termine commerciale che fa riferimento al settore dell'industria alberghiera, alle imprese che preparano e servono alimenti e bevande. In particolare, il termine è un acronimo di Hotellerie-Restaurant-Café.

51 Nello specifico, i settori che ricevono la maggiore attivazione dalla domanda agricola sono l'industria alimentare (143.853 euro), i trasporti terrestri (56.034 euro) e il commercio all'ingrosso (45.546 euro), senza dimenticare tuttavia l'industria chimica (ad essa legata per la produzione di fertilizzanti e agrofarmaci), il settore energetico e dei carburanti, il commercio al dettaglio.

Lo sviluppo del sistema agricolo determina effetti positivi su settori collegati, innescando un processo di creazione di valore che apporta benefici all'intera economia. D'altro canto, una crisi del sistema agricolo non si limita a rallentare il tasso di crescita del settore stesso, ma produce ripercussioni sull'intera catena del valore coinvolgendo tutti i settori associati. Caratteristiche strutturali quali la lunghezza e stagionalità dei cicli produttivi, il carattere biologico della produzione, la rigidità dell'offerta di molti fattori come ad esempio la terra, la deperibilità dei prodotti o gli alti costi di conservazione determinano una marcata rigidità di offerta. Allo stesso tempo il settore risente delle sollecitazioni proprie del contesto economico in cui si muove, sebbene con modalità di risposta specifiche e sfasate nel tempo. Ne sono evidenti esempi: lo shock dei prezzi dei cereali manifestatosi tra fine 2007 ed avvio 2008 e poi progressivamente riassorbitosi nel corso del 2009; l'impennata dei costi dei mezzi tecnici (in particolare dei concimi) a seguito della crescita del prezzo del petrolio, poi rientrata a seguito della crisi economica; le crisi di mercato che periodicamente si ripetono per alcuni specifici prodotti, come nel caso delle pesche nel corso di questa estate (vedi sezione seguente).

6.3.2 LE DINAMICHE AGRICOLE DEGLI ULTIMI ANNI E LE TENDENZE IN ATTO

Al di là della crisi economico-finanziaria che sta colpendo con tempi e intensità diverse tutti i settori dell'economia, il settore agricolo mondiale negli ultimi 3 anni ha subito una forte scossa legata all'improvvisa oscillazione dei prezzi agricoli verificatasi tra il 2007 e il 2008. Quando infatti i mercati finanziari non avevano ancora subito il tracollo a cui abbiamo assistito, i prezzi delle principali materie prime agricole (frumento e mais in primis) raggiungevano livelli mai registrati prima sia sul mercato mondiale che su quello nazionale, per poi ritornare nel giro di pochi mesi ai livelli del 2006⁵². Se allora hanno giocato un ruolo rilevante fenomeni congiunturali quali ad esempio la siccità in alcune aree, l'elevato prezzo del petrolio, il forte deprezzamento del dollaro e la speculazione internazionale, nei prossimi anni andranno probabilmente ad affermarsi con un carattere sempre più strutturale la sostituzione di coltivazioni alimentari a vantaggio delle bioenergie⁵³ (vedi Quadro 1) e l'aumento della domanda di beni alimentari di origine animale da parte delle economie emergenti⁵⁴.

Il picco di prezzi raggiunto nel 2008 ha permesso a molte imprese di realizzare alti ricavi, facendo sì che il valore della produzione agricola italiana raggiungesse il massimo storico prossimo ai 50 miliardi di euro (+10% rispetto al 2006). D'altra parte, parallelamente alle improvvise oscillazioni dei prezzi agricoli e in concomitanza con l'aumento delle quotazioni del petrolio, anche i costi di produzione sono progressivamente lievitati, specie per quanto riguarda i concimi e i mangimi (rispettivamente, +78,4% +33,2% rispetto al giugno 2006)⁵⁵.

52 L'aumento dei prezzi ha notevolmente stressato il sistema della produzione a livello mondiale e determinato nei diversi Stati reazioni secondo strategie diversificate e non sempre positive. L'Europa, dopo decenni di politiche finalizzate al contenimento della produzione, nell'ambito dei diversi momenti di revisione della Politica Agricola Comune ha abolito la messa a riposo di parte delle superfici destinate a seminativi ed avviato un percorso di completa liberalizzazione del settore lattiero-caseario (attraverso la progressiva eliminazione delle quote di produzione) e vitivinicolo (con l'eliminazione totale dei diritti d'impianto dal 2015).

53 L'elevata concentrazione dell'offerta di petrolio ha indotto e indurrà i governi di diversi Paesi ad investire massicciamente nel sostegno delle bio-energie. È il caso ad esempio dell'espansione rapidissima dell'industria del bioetanolo da mais negli Stati Uniti e di quello da canna da zucchero in Brasile. Anche nell'Ue, con il biodiesel da colza e, in prospettiva, con il bioetanolo da cellulosa, e negli altri grandi Paesi emergenti dell'Asia e del Sud-America si registra un crescente interesse per tali produzioni.

54 Economie emergenti quali ad esempio Brasile, Russia, India e Cina sono caratterizzate da una popolazione e una capacità di spesa che stanno aumentando parallelamente agli elevati tassi di crescita dei Pil. In particolare, si sta assistendo ad una radicale modifica della composizione della spesa alimentare da prodotti vegetali a prodotti d'origine zootecnica, con l'importazione non tanto di carne e latticini tal quali, ma soprattutto di cereali e oleaginose, fondamentali nell'alimentazione degli animali allevati in loco.

55 A questo rapido incremento non è tuttavia seguito un crollo simile a quello dei prodotti agricoli, tanto è che ancora oggi i prezzi rimangono a livelli superiori al periodo pre-picco. Diverso è stato invece il comportamento dei prezzi per gli altri mezzi tecnici: ad esclusione dei carburanti (che seguono direttamente il trend del petrolio) i prezzi di sementi, salari e agrofarmaci hanno continuato a salire nel corso dell'ultimo triennio facendo segnare mediamente una variazione positiva del 10%.

Quadro 1

AGRICOLTURA E BIOENERGIE

Nel corso degli ultimi decenni il tema del contenimento delle emissioni inquinanti e dei gas ad effetto serra, la necessità di arrestare la crescita della domanda di combustibili fossili e di diversificare le fonti energetiche (dal punto di vista sia della provenienza geografica che della disponibilità in termini di “rinnovabilità”) sono diventati obiettivi prioritari delle politiche energetiche ed ambientali a livello internazionale, soprattutto in seguito alla crescente sensibilizzazione dell’opinione pubblica verso la sostenibilità ambientale. In particolare, negli ultimi anni, l’incremento della domanda di prodotti energetici da parte delle economie emergenti (Cina e India) e la conseguente esplosione dei prezzi del petrolio hanno scatenato a livello internazionale tensioni economiche e politiche.

Tutto ciò ha portato i governi di alcuni Paesi ad investire nel sostegno delle bio-energie: è il caso dell’espansione rapidissima dell’industria del bioetanolo negli Stati Uniti, che ha determinato un’altrettanto rapida ascesa dei prezzi del mais, la materia prima utilizzata per la produzione di tale biocarburante. L’offerta di mais, sebbene notevolmente aumentata, non è stata in grado di mantenere il passo della domanda dei nuovi impianti di trasformazione, e ciò ha portato ad una forte riduzione delle superfici agricole statunitensi dedicate alla soia (impiegata nell’alimentazione animale) e quindi dell’offerta mondiale (gli Stati Uniti sono tra i principali produttori), e un conseguente innalzamento dei prezzi. Data la volontà di molti governi di proseguire su questo sentiero, lo sviluppo delle bio-energie (non solo bioetanolo e biodiesel, ma anche biogas) avrà sicuramente un impatto notevole sull’economia mondiale anche nei prossimi anni.

Gli effetti disastrosi generati dal rapido innalzamento dei prezzi agricoli nei Paesi più poveri e maggiormente dipendenti dalle importazioni alimentari (Africa sub-sahariana in particolare) ha sollevato pesanti critiche da parte di organizzazioni come l’ONU e la FAO. Nell’occhio del ciclone, il forte impulso dato da alcuni governi (specialmente Usa, Brasile e UE) alla produzione di biocombustibili, colpevoli di sottrarre importanti quantitativi di derrate al segmento della produzione alimentare. In particolare, il Rapporto ONU “Sustainable Bioenergy: A Framework for Decision Makers” mette in evidenza i pro e i contro dell’utilizzo delle bioenergie: “a meno che non vengano varate nuove politiche per proteggere il territorio, assicurare un uso accettabile della terra, e guidare lo sviluppo delle bioenergie in una direzione sostenibile, il danno sociale in alcuni casi potrebbe superare i benefici”. Facendo chiaro riferimento all’impiego di alcune coltivazioni cerealicole per la produzione di biocarburanti, l’ONU mette inoltre in evidenza che “in generale, si dovrebbero evitare le colture che richiedono un alto apporto di energia fossile (come i fertilizzanti convenzionali) e di terra agricola di qualità e che hanno un rendimento energetico per ettaro relativamente basso”.

Da un lato, la produzione di biocombustibili potrebbe minacciare l’approvvigionamento alimentare, dal momento che terra, acqua e altre risorse sarebbero sottratte alla produzione alimentare e l’accesso al cibo potrebbe essere compromesso dall’innalzamento dei prezzi determinato dall’aumento della domanda di materie prime per le bioenergie. D’altra parte, la produzione di biocombustibili offre nuove opportunità di profitto per i produttori agricoli e fonti energetiche più economiche e facilmente disponibili anche in remote zone rurali, favorendo un aumento della produttività in agricoltura e in altri settori, con implicazioni positive per la disponibilità e l’accesso al cibo. La competizione nell’uso del territorio e delle risorse tra colture *food* e *no-food* è sicuramente uno dei punti più caldi nel dibattito sulla produzione di bioenergie, anche se, secondo alcuni, esistono ancora ampi margini di crescita, in termini di produttività e disponibilità di risorse, che eviteranno questa concorrenza. Basti pensare a quanto dichiarato dal presidente del Brasile Lula, secondo il quale non esisterebbe nessun *trade-off* cibo-combustibile, dato che nel Paese sudamericano, al netto della non utilizzabile Foresta Amazzonica, solamente un quinto della terra arabile è effettivamente coltivato. O al caso della Russia, dove, in seguito alla fine del regime sovietico, sono stati abbandonati circa 40 milioni di ettari precedentemente coltivati e che l’attuale governo desidera tornare ad utilizzare.

Negli ultimi anni l’Europa ha fortemente sostenuto lo sviluppo delle bioenergie per mezzo di misure e strumenti di intervento, tra cui una serie di obiettivi specifici per l’impiego di biocarburanti come quota del consumo totale di carburanti (5,75% di miscelazione fra gasolio e biocarburante al 2010 e del 10% nel 2020). Questo ha causato un deciso incremento negli investimenti in capacità produttiva con conseguenti effetti diretti e indiretti sul mercato delle materie prime agricole e delle risorse necessarie per produrle. A

continua “Quadro 1”

differenza di altre aree del mondo, il problema delle risorse disponibili appare più sentito in Europa dove non esistono ampi margini di incremento delle aree coltivate da destinare a colture energetiche. Uno studio della Commissione Europea, tuttavia, suggerisce che l'obiettivo del 10% dovrebbe avere un modesto impatto sull'utilizzo delle terre agricole, grazie alla maggiore disponibilità proveniente dall'abbattimento del regime di *set-aside* obbligatorio e agli investimenti che verranno realizzati dai nuovi Paesi membri (soprattutto Romania e Bulgaria).

L'Italia, nello specifico, seppure in ritardo rispetto ad altri Paesi dell'UE, sta cercando di adeguarsi e ha adottato negli ultimi anni efficaci strumenti di incentivazione (come ad esempio i certificati verdi) in grado di stimolare la produzione di bioenergie. Per quanto riguarda la produzione di biocarburanti sul territorio nazionale si è tuttavia stimato che la superficie agricola sarebbe insufficiente a garantire il raggiungimento dell'obiettivo europeo del 5,75%. Servirebbero infatti oltre 2,1 milioni di ettari di superficie coltivabile aggiuntiva rispetto a quella attuale: 1,8 milioni a oleaginose e 0,4 milioni a mais. A fronte di un potenziale teorico di soli 0,6 milioni di ettari, appare dunque inevitabile l'importazione di materie prime da Paesi terzi.

Per meglio comprendere l'entità ed il significato dello shock di mercato che ha colpito alcuni settori dell'agricoltura negli ultimi anni, si osservi la Figura 6, in cui vengono messe a confronto le tendenze generali dei prezzi e dei costi di settore. Le difficoltà in cui attualmente versano molte imprese agricole possono essere in parte spiegate dal rapporto sfavorevole tra prezzi di vendita e costi di produzione. Dopo un periodo particolarmente positivo (giugno 2007-agosto 2008) che ha permesso a molti imprenditori agricoli di sfruttare il picco dei prezzi per realizzare margini elevati, nell'ultimo anno la situazione si è capovolta a causa del ritorno dei prezzi dei prodotti ai livelli del 2006, cui non è seguito un altrettanto rapido calo dei costi dei fattori, in alcuni casi stabilizzatisi su livelli di prezzo significativamente superiori a quelli precedenti la crescita.

Figura 6 - Trend dei prezzi alla produzione e del costo dei fattori (numeri indice, gennaio 2006=100)



Nella storia dell'agricoltura italiana, il 2009 sarà molto probabilmente annoverato tra gli anni di maggior calo dei prezzi all'origine dei prodotti agricoli. Una diminuzione che vede tra i principali responsabili anche la crisi economica in atto a livello internazionale, ma che sicuramente non può essere individuata come l'unica causa della recessione che ha colpito il settore primario. Come era ovvio attendersi, con lo scoppio della crisi i consumatori hanno rivisto i propri panieri di spesa, orientando i propri acquisti su prodotti meno costosi o addirittura rinunciando a comprare quelli ritenuti superflui. Questa ricerca di una maggior efficienza della spesa ha riguardato anche

i beni alimentari, seppur con diversa intensità a seconda del prodotto considerato. Agendo sulla domanda, la crisi ha dunque amplificato problematiche di offerta (come surplus produttivi o ridotta competitività) che sarebbero comunque venute a galla, anche se con effetti forse meno dirompenti sulla redditività delle imprese produttrici.

D'altra parte, la redditività è stata messa sotto pressione anche sul fronte dei costi di produzione. Come prima evidenziato, i prezzi dei fattori, sensibilmente aumentati nel corso del 2008, si stanno infatti riallineando più lentamente rispetto a quanto sta accadendo alle quotazioni dei prodotti agricoli, data la bassa elasticità di breve periodo che contraddistingue l'offerta di alcuni di questi mezzi tecnici (è il caso ad esempio dei fertilizzanti).

Sebbene la caratteristica anti-ciclica del settore primario non sia stata in generale completamente smentita dalla crisi, diversi comparti hanno subito pesanti contraccolpi, data la particolare condizione strutturale e di mercato che li contraddistingue. Nello specifico, ad avere risentito maggiormente della crisi sono stati: cereali (frumento e mais), pesche e nettarine; latte e derivati; vino. Tra le cause, il legame con le quotazioni sulle principali borse internazionali (nel caso di latte e cereali), la rigidità della domanda (nel caso dei cereali, base principale per la produzione di beni alimentari di prima necessità nonché per la fabbricazione dei mangimi per l'alimentazione animale), l'elevata pressione competitiva all'interno del mercato comunitario e internazionale tra le diverse aree di produzione (pesche e vino). Il tema della pressione competitiva viene approfondito nella sezione seguente.

6.3.3 L'ITALIA NEL CONTESTO INTERNAZIONALE: IL CONFRONTO COI PRINCIPALI CONCORRENTI E I FLUSSI DI SCAMBIO CON L'ESTERO

Nonostante gli imprenditori agricoli stiano cercando di adeguarsi agli interventi operati in ambito comunitario dalla Politica Agricola Comune e al maggior livello di competitività richiesto dai mercati e legato all'emergere di nuove "potenze" agricole, il sistema agroalimentare italiano presenta un ritardo strutturale ed economico ben evidente rispetto alla dotazione competitiva degli altri principali sistemi europei (vedi Tabella 26).

Tabella 26 - Numero di aziende e superficie agricola utilizzata (SAU), anno 2007

	AZIENDE		SAU		SAU PER AZIENDA	
	MIGLIAIA	VAR. % 2000/2007	MIGLIAIA DI ETTARI	VAR. % 2000/2007	ETTARI	VAR. % 2000/2007
ITALIA	1.679	-22,0	12.744	-2,4	7,6	25,1
Nord	450	-22,4	4.653	-4,2	10,3	23,6
Centro	269	-28,5	2.316	-4,5	8,6	33,6
Mezzogiorno	961	-19,8	5.775	-0,1	6,0	24,5
Germania	369	-21,4	16.932	-1,3	45,9	25,6
Spagna	1.030	-18,3	24.893	-4,8	24,2	16,4
Francia*	522	-13,9	27.477	-1,1	52,6	14,9
Regno Unito	249	12,0	16.130	2,1	64,8	-8,9

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT

*Per mancanza di dati, le variazioni sono effettuate sull'anno 2003

L'elevata numerosità aziendale denota la forte frammentarietà del tessuto produttivo nazionale rispetto ai principali concorrenti europei, caratterizzati da un numero inferiore di imprese ma soprattutto da una dimensione media aziendale nettamente più elevata. Preoccupante la situazione al Sud, dove operano più della metà delle aziende totali ma la Superficie Agricola Utilizzata (SAU) per azienda è inferiore alla media nazionale (6 ettari contro 7,6). Diversa la situazione al Nord, dove si identificano sistemi agricoli più intensivi e maggiormente rivolti al mercato con un numero di imprese mediamente più basso e valori di superficie coltivata per azienda più alti. È comunque in atto un processo di ristrutturazione del sistema: dai dati riportati in Tabella 26 si osserva infatti come in media dal 2000 al 2007 il numero di aziende agricole sia calato del 22,0%. Alla base, non tanto l'abbandono delle campagne quanto la progressiva aggregazione e uscita dal mercato delle imprese marginali, come confermato dall'incremento medio della SAU per azienda del 25,1%.

L'elevato grado di polverizzazione che caratterizza il tessuto produttivo del settore agricolo italiano rispetto alle principali economie europee appare ancora più evidente andando a considerare nel dettaglio le diverse fasi della filiera agroalimentare (vedi Tabella 27). Fatta forse eccezione per la Spagna, i Paesi considerati presentano un numero di imprese significativamente inferiore, soprattutto se si considerano livelli simili di consumi pro-capite. Un così basso livello di concentrazione rappresenta uno dei punti più critici per il sistema agricolo italiano, compromettendo la redditività delle imprese di piccole dimensioni a causa dell'incapacità di realizzare economie di scala e di esercitare potere di mercato nei confronti degli operatori più a valle della filiera.

Tabella 27 - La filiera agroalimentare italiana a confronto coi principali Paesi europei (migliaia di operatori, anno 2006)

FASE DELLA FILIERA	ITALIA	FRANCIA	GERMANIA	SPAGNA	REGNO UNITO
Agricoltura	1.726,10	567,1	389,9	1.069,80	254,7
Industria alimentare	71,4	68	32,7	29,3	7
Dettaglio all'ingrosso	35	21,1	10,2	43,7	14,1
Dettaglio tradizionale	115,7	47,7	27,3	122,8	31,5
Libero servizio (DM)	57,1	31,2	20,6	31,3	28,6
Ristoranti	224,4	180	120,5	262	115,1
Consumatori (milioni abitanti)	59,6	63,8	82,2	45,3	60,8
Consumi alimentari (Euro pro-capite)	3.800	3.500	3.000	4.400	4.100

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Eurostat

Se da una parte i dati relativi alla struttura produttiva del sistema agricolo italiano dipingono un quadro non particolarmente brillante, dall'altra è fondamentale tenere conto che, in Europa, l'Italia è seconda solamente alla Francia in termini di valore della produzione agricola realizzato. Questo significa che il settore primario, nonostante il deficit strutturale (per il quale sono ancora ampi i margini di miglioramento) riesce comunque ad essere competitivo e a valorizzare le proprie produzioni sui mercati nazionali ed esteri.

La Tabella 28 mostra come la bilancia commerciale agroalimentare italiana presenti al 2008 un saldo complessivamente negativo (-8,7 miliardi di euro). L'etichetta di "importatori netti" è tuttavia limitativa,

e non spiega il ruolo che i nostri prodotti giocano sui mercati esteri. Il deficit commerciale è legato in via principale ad un rapporto tra esportazioni ed importazioni sfavorevole sulle materie prime: se infatti i volumi di prodotti agricoli importati⁵⁶ sono due volte l'export, nel settore alimentare la differenza è sensibilmente inferiore (deficit pari a -3,2 miliardi di euro). Ciò evidenzia la specializzazione produttiva del sistema agroalimentare italiano, in cui gran parte della produzione viene destinata all'industria di trasformazione. L'altra faccia della medaglia è che un'eccessiva dipendenza di materie prime agricole dai mercati esteri, non necessariamente caratterizzati dai medesimi standard qualitativi e di sicurezza richiesti in Italia, rischierebbe di compromettere il sistema di garanzie di qualità, uno dei maggiori punti di forza dell'intera filiera agroalimentare nazionale⁵⁷.

Nel triennio 2006-2008, le performance totali sulle esportazioni sono state molto positive (+16,2%), con un valore complessivo superiore ai 25 miliardi di euro nel 2008. Interessante poi notare come l'incremento dei flussi in entrata nel periodo considerato (+7,4%) sia stato inferiore rispetto a quelli in uscita, nonostante il forte aumento dei prezzi delle materie prime agricole occorso nel 2008 e la progressiva svalutazione del dollaro e di altre valute rispetto all'euro. Il quadro purtroppo cambia considerevolmente andando a guardare la variazione tendenziale al primo 2009. Il crollo dei consumi che ha colpito molti Paesi partner commerciali dell'Italia ha cominciato a mostrare i primi effetti: calano le esportazioni (-6,7%) ma calano in maniera anche più decisa le importazioni (-9,3%) a causa non tanto delle quantità (che per alcuni settori sono addirittura in aumento) quanto del valore unitario delle merci. Il fenomeno è legato in parte al crollo dei prezzi delle materie prime agricole avvenuto nell'ultimo anno (vedi Figura 6) e in parte alla ricomposizione del paniere di consumo a favore di prodotti appartenenti ad una fascia di prezzo inferiore.

Tabella 28 - La bilancia commerciale del settore agroalimentare, anno 2008

	AGRICOLTURA, SILVICOLTURA, PESCA (MILIARDI DI EURO)	PROD. ALIMENTARI, BEVANDE, TABACCO (MILIARDI DI EURO)	TOT. AGROALIMENTARE (MILIARDI DI EURO)	VAR. % 2006/2008	VAR. % I SEM. 2008/2009
Export	5,2	20,6	25,8	16,2	-6,7
Import	10,6	23,9	34,5	7,4	-9,3
Saldo	-5,4	-3,2	-8,7	8,8	-12,4

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT-Coeweb

La Tabella 29 completa il quadro dei risultati commerciali sui mercati internazionali, mostrando quali settori del sistema agroalimentare hanno risentito più di altri delle turbolenze dell'economia mondiale. Anche se la tendenza di medio periodo (2006-2008) mette in luce un andamento crescente delle merci agroalimentari in uscita, nel primo semestre 2009 si è assistito al crollo delle esportazioni in diversi settori, primo fra tutti quello frutticolo (-21,2%) e quello degli oli e grassi (-11%), trascinato verso il basso dalla discesa dei prezzi dell'olio d'oliva. Sembrano invece tenere alcuni dei prodotti di punta del *Made in Italy* come prosciutti e insaccati (+0,3%) e pomodori preparati (+17,6%).

56 Per lo più, commodity realizzate in Paesi dove i costi di produzione sono sensibilmente inferiori e dove, grazie alle ampie dimensioni aziendali, si riescono a mettere in atto grandi economie di scala.

57 Secondo un'indagine Coldiretti-Swg realizzata a ottobre 2009, il 47% degli italiani ritiene che un alimento realizzato con prodotti coltivati o allevati interamente in Italia valga almeno il 30% in più rispetto a quelli importati.

Tabella 29 - Esportazioni settore agroalimentare per comparto, anno 2008

	VALORE 2008 (MILIONI DI EURO)	QUOTA % SU TOTALE	VAR. % 2006/2008	VAR. % I SEM. 2008/2009
Carni e frattaglie commestibili	1.479	5,6	15,6	-6,3
Latte e derivati, uova, miele	1.591	6,1	14,2	-3,0
<i>Formaggi e latticini</i>	<i>1.405</i>	<i>5,4</i>	<i>13,8</i>	<i>-2,7</i>
Piante e fiori	644	2,5	9,9	-10,3
Ortaggi e legumi	1.042	4,0	8,1	-2,4
Frutta	2.858	10,9	18,2	-21,2
Oli e grassi	1.538	5,9	-5,8	-11,0
<i>Olio di oliva</i>	<i>1.156</i>	<i>4,4</i>	<i>-14,6</i>	<i>-13,4</i>
Prodotti a base di carne o pesce	605	2,3	15,7	1,7
<i>Insaccati e prosciutti</i>	<i>323</i>	<i>1,2</i>	<i>12,3</i>	<i>0,3</i>
Prodotti a base di cereali	3.287	12,5	24,2	-5,1
<i>Pasta alimentare</i>	<i>2.017</i>	<i>7,7</i>	<i>44,0</i>	<i>-10,8</i>
Ortofrutta trasformata	2.495	9,5	29,1	0,4
<i>Pomodori preparati</i>	<i>1.220</i>	<i>4,6</i>	<i>39,2</i>	<i>17,6</i>
Preparazioni alimentari diverse	1.245	4,7	20,9	-5,6
Bevande	5.106	19,4	9,4	-8,5
<i>Vino</i>	<i>3.586</i>	<i>13,7</i>	<i>11,8</i>	<i>-7,5</i>
<i>Aceto</i>	<i>164</i>	<i>0,6</i>	<i>7,3</i>	<i>-8,1</i>
Altri prodotti	4.375	16,7	23,9	-7,2
Totale agroalimentare	26.263	100,0	16,2	-7,3

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT-Coeweb⁵⁸

In termini generali, l'ottenimento di buone performance sui mercati esteri è sicuramente un ottimo segnale per definire lo stato di salute di un settore dell'economia. Fatti salvi alcuni prodotti di nicchia e/o di fascia molto alta, l'agricoltura si trova a fronteggiare una crisi sistemica più che congiunturale, e di fatto non ha risentito di un crollo sui consumi se si escludono le produzioni a marchio con sbocco unico sul mercato interno. Per completare il quadro, un ultimo elemento da prendere in considerazione è il rapporto col sistema bancario.

6.3.4 CREDITO E AGRICOLTURA

A torto o a ragione, gli imprenditori agricoli lamentano la despecializzazione delle banche sul tema agricoltura, in termini tanto di strutture quanto di persone. Nel corso degli ultimi anni, in seguito a diversi cambiamenti che hanno riguardato la disciplina del credito agrario, si è effettivamente

⁵⁸ In questa tabella si fa riferimento ai dati ISTAT, Statistiche sul commercio estero, secondo la classificazione CN8 (Nomenclatura Combinata). Tale classificazione differisce da quella utilizzata nella tabella precedente (ATECO) e, per questo motivo, i dati sull'export agroalimentare complessivo presentano una leggera discrepanza.

assistito ad un'evoluzione nei rapporti tra banche e imprese agricole che ha condotto ad una marcata despecializzazione operativa, portando a considerare le aziende agricole alla stessa stregua delle altre imprese economiche (e di conseguenza proponendo prodotti finanziari identici e indistinti) nonché a riorganizzare le funzioni interne, eliminando le sezioni di credito speciale. Una tendenza che, in molti casi, ha visto un'ingiustificata sottovalutazione delle opportunità di mercato derivanti dal settore agricolo, considerato principalmente (se non unicamente) più dal lato dei contributi pubblici che dall'effettiva capacità di investimento aziendale.

I torti non sono solo imputabili al sistema bancario. Complice di tale "sottovalutazione" del settore è stata la stessa situazione strutturale ed organizzativa che connota la stragrande maggioranza delle imprese agricole italiane. La forte polverizzazione e frammentazione delle aziende e la ridotta disponibilità di strumenti organizzativi ed amministrativi (bilanci, budget, business plan, ecc.) in grado di favorire il dialogo e la comprensione dell'esigenze aziendali con gli istituti di credito ha influito in maniera negativa alla definizione dei rapporti contrattuali tra questi due settori. Paradossalmente, ciò è avvenuto in presenza di livelli di capitalizzazione più elevati (rispetto ad altri settori produttivi) e di tassi di insolvenza ridotti.

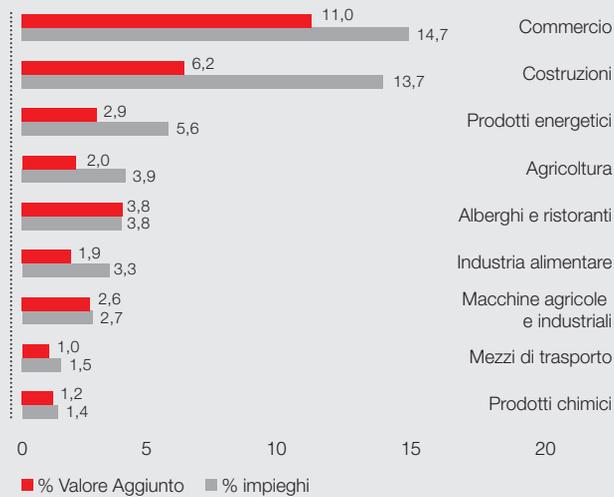
In termini più concreti, c'è da sempre uno sfasamento "strutturale" tra finanziamenti in essere e necessità effettive che si concretizza in un eccessivo orientamento sul breve periodo. Se da un lato gli imprenditori agricoli lamentano carenze nella comprensione da parte delle banche, dall'altro vi è la tendenza a posticipare gli investimenti strutturali e a utilizzare i finanziamenti a medio-lungo termine per il consolidamento delle esposizioni a breve. L'interpretazione in alcuni casi "impropria" della dinamica dei contributi ha indotto alcuni agricoltori ad effettuare investimenti sovradimensionati rispetto alle effettive necessità. In presenza della crisi, gli effetti di queste scelte stanno emergendo, tanto che nell'ultimo anno si è registrato un aumento dell'incidenza delle sofferenze e degli sconfinamenti in un settore in cui tali fenomeni sono sempre stati minimi.

Il sistema bancario si sta attrezzando con prodotti specifici per la ristrutturazione delle esposizioni debitorie e per la liquidità necessaria alla gestione, e sistemi di *rating* tarati sulle peculiarità di aziende "non standard" in termini di dimensioni, documentazione contabile, grado di patrimonializzazione e solvibilità. Occorre integrare il modello matematico del calcolo del rischio con considerazioni qualitative opportunamente ponderate, in modo da arricchire la pratica con elementi discrezionali fondamentali per una più fedele valutazione della realtà aziendale esaminata⁵⁹. L'obiettivo è avvicinarsi sempre più ad un approccio personalizzato, e sotto questo punto di vista, Associazioni di Categoria e Confidi dovrebbero assumere il ruolo fondamentale di cinghia di trasmissione del patrimonio informativo delle aziende agricole, facendo sì che banca e impresa parlino la stessa lingua.

Per inquadrare sinteticamente il livello di sostegno del sistema bancario all'agricoltura in confronto con i principali settori, la Figura 7 presenta il peso che ciascun comparto ha sull'economia e sugli impieghi bancari complessivi. Si osserva immediatamente come il settore primario, a fronte di un'incidenza del 2% sul valore aggiunto italiano, rappresenti circa il doppio (4%, pari a 37,4 miliardi di euro) degli impieghi totali. L'agricoltura riceve dunque supporto dagli istituti di credito, anche se non è tuttavia l'unico settore in cui gli impieghi superano il valore aggiunto generato. Il settore delle costruzioni incide ad esempio per oltre il 13% sugli impieghi totali e solamente per il 6,2% sul valore aggiunto. Diversamente, si nota come sia significativamente più elevata la capacità di generare valore aggiunto in rapporto all'indebitamento verso le banche di settori come quello degli alberghi e ristoranti, macchine agricole e industriali, mezzi di trasporto e prodotti chimici.

59 UniCredit si sta appunto muovendo in questa direzione.

Figura 7 - Peso dei principali settori dell'economia sul Valore Aggiunto e sugli impieghi bancari complessivi, anno 2008



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati ISTAT e Banca d'Italia

L'evoluzione in atto nello scenario normativo e di mercato del settore agricolo a livello internazionale induce comunque a pensare che tale rapporto sia destinato a cambiare radicalmente. Oggi, alla luce delle forti tensioni in atto tra domanda ed offerta di beni alimentari, il settore agricolo sta vivendo una fase di nuova centralità produttiva e strategica, a cui però si deve associare la tendenza verso una maggiore liberalizzazione determinata dagli accordi sul commercio internazionale che, a cascata, dovrebbero portare - seppur dopo il 2013 - ad una riduzione degli aiuti al reddito dell'agricoltore. Dato che, all'opposto, la quota delle risorse comunitarie destinate allo sviluppo rurale (e quindi ai progetti di investimento delle aziende agricole) dovrebbe al contempo aumentare, il ruolo e il supporto creditizio diventerà ancora più importante per l'economia agricola. Un supporto che deve però fare i conti anche con i cambiamenti intervenuti sul fronte della regolamentazione interna e che necessariamente porterà ad un'evoluzione delle competenze necessarie a rinviare il rapporto tra banche e imprese agricole, un rapporto spesso sottovalutato ma di estrema importanza e potenzialità per entrambe le parti.

6.3.5 GLI SCENARI EVOLUTIVI PER L'AGRICOLTURA ITALIANA

Il calo dei prezzi del 2009 è stato principalmente determinato da un eccesso di offerta (rigida) più che dalla riduzione della domanda (elastica, specie su determinati prodotti e in diretta conseguenza della crisi). La gran parte delle imprese agricole presenta ordinamenti produttivi policolturali (e quindi diversificati su più produzioni oppure, all'interno dello stesso comparto, su più tipologie). Di conseguenza, se nel passato le crisi settoriali sono sempre state mitigate da andamenti di mercato favorevoli per altri prodotti, permettendo in tal modo un recupero nella redditività aziendale, oggi le aziende evidenziano forti criticità nel recupero dei costi e degli investimenti effettuati, per via di una crisi che sta toccando, seppur in maniera differenziata, tutti i comparti agricoli.

La crisi economica ha dunque accentuato le problematiche strutturali e di mercato delle quali soffre, da lungo tempo, il sistema agroalimentare italiano. Criticità che, tra le altre cose, si inaspriscono ulteriormente in relazione agli importanti cambiamenti in atto a livello comunitario, che, anche dopo l'ultimo accordo sulla PAC di novembre 2008 (Health Check), confermano la tendenza verso una maggior liberalizzazione di mercato, con conseguente eliminazione degli

strumenti di protezione predisposti in origine⁶⁰. Nonostante l'attuale Politica Agricola Comune sia valida fino al 2013, già da alcuni mesi è iniziato, a livello europeo, il dibattito sul futuro della PAC. Trattandosi di una delle poche politiche fissate per un settore a livello comunitario, gli obiettivi e le modifiche relative rappresentano un compromesso tra diverse istanze produttive, sociali ed economiche.

A differenza di quella attuale, la nuova PAC dovrà essere orientata a garantire un adeguato livello di autoapprovvigionamento agroalimentare (che il mercato e la libera circolazione delle merci non sembrano in grado di assicurare⁶¹), e la sostenibilità ambientale delle produzioni (data l'accresciuta sensibilità verso problematiche quali il cambiamento climatico e la preservazione delle risorse naturali, due obiettivi per i quali l'agricoltura può svolgere un ruolo estremamente importante). Questo scenario porta con sé nuove sfide ma soprattutto nuove opportunità di sviluppo per il sistema agroalimentare italiano. Anche se nel brevissimo periodo potranno verificarsi significativi aggiustamenti nei livelli di produzione e negli investimenti aziendali, le prospettive di medio-lungo sono favorevoli, data una domanda alimentare mondiale comunque in crescita sia a livello generale sia per quanto riguarda le produzioni a più alto valore aggiunto, come quelle del *Made in Italy*. Affinché tali sollecitazioni possano essere colte in modo profittevole occorre però che il tessuto imprenditoriale italiano intraprenda in maniera decisa quel percorso di aggregazione produttiva e sviluppo dell'organizzazione commerciale che è alla base di una maggiore competitività per tutte le produzioni agroalimentari (frutta, lattiero-caseari, vino, olio).

Anche gli stimoli e i condizionamenti collegati alla tutela dell'ambiente e delle risorse naturali potranno offrire nuove opportunità di diversificazione aziendale, anche e forse soprattutto a vantaggio delle imprese marginali. La produzione di agroenergie e energie rinnovabili, oggi in fase di avvio in diverse imprese, troverà sicuramente maggior diffusione nel settore, garantendo in tal modo ulteriori sbocchi di mercato a coltivazioni che attualmente presentano surplus nei livelli di offerta.

In conclusione, le strategie su cui far leva per uscire dalla crisi ma soprattutto per competere nel futuro contesto di mercato vertono su tre punti: la diversificazione della produzione, con possibilità di sviluppo nel campo dell'energia da fonti rinnovabili; l'innovazione di prodotto e di processo, con un'attenzione specifica agli investimenti in logistica, all'accorciamento della filiera e all'aggregazione in consorzi, cooperative, o comunque all'associazionismo in generale; la qualità come percorso obbligato. Tra le vie da percorrere in tal senso non è in secondo piano la realizzazione di un'economia di brand (marketing del territorio) volta all'identificazione del prodotto locale su un marchio specifico che sia anche garanzia di qualità.

6.4 LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E I CONFIDI: REALTÀ E PERCEZIONI

Malgrado le indubbie eccellenze settoriali e ferma restando l'assoluta importanza delle leve strategiche analizzate al capitolo 5, affrontare e vincere le sfide poste dai nuovi assetti di mercato che stanno emergendo richiede un elemento in più: la concertazione tra gli attori del territorio.

60 Alla nascita della PAC, a fine anni '60, erano stati predisposti strumenti quali interventi di crisi, aiuti accoppiati alla produzione, rimozione dei dazi all'import, sovvenzioni all'export, ecc., per supportare il settore primario nello sviluppo delle produzioni agricole necessarie ad assicurare un adeguato reddito agli agricoltori ed un sufficiente livello di autoapprovvigionamento alimentare, in un'Europa segnata da due conflitti bellici mondiali.

61 Ne sono evidente testimonianza le diverse iniziative di "colonialismo" agricolo da parte di Paesi ad economia avanzata, in risposta a una temuta scarsità di cereali collegata alla crescita repentina dei prezzi delle derrate agricole dell'anno passato. Si pensi ai massicci investimenti in terreni nel continente africano da parte del Giappone, della Cina, degli Emirati Arabi o al tentativo della Corea del Sud di prendere in concessione per quasi un secolo circa il 50% della SAU del Madagascar).

Stiamo parlando delle istituzioni con le quali le imprese interagiscono sistematicamente, ovvero le Associazioni di Categoria, i Consorzi Fidi (Confidi) e il sistema bancario. Ai primi due è stata dedicata un'indagine ad hoc, di cui vengono presentati i risultati in questa sezione.

Le Associazioni di Categoria ed i Confidi intervistati sono 201, dislocati su tutto il territorio nazionale, con una prevalenza al Sud (31,8%) e al Centro (23,9%).

Le testimonianze raccolte provengono in larga parte dai Confidi (72,6% del totale), specie di quelli presenti nel Mezzogiorno e nel Nord-Ovest. Le 55 Associazioni di Categoria intervistate hanno invece sede principalmente nelle regioni del Centro e del Nord-Est.

Nella maggioranza dei casi le Associazioni di Categoria e i Confidi intervistati fanno riferimento al mondo artigiano (40,3%) e del commercio (29,9%); in misura minore all'industria in senso stretto (17,4%).

Il campione è composto in prevalenza da Associazioni di Categoria e Confidi che associano piccole imprese (oltre l'80% degli associati nel 74,6% dei casi). Inoltre, la maggior parte degli intervistati ha più di 2.000 imprese associate (59,2% delle risposte).

Quasi il 30% degli intervistati non annovera tra i nuovi iscritti imprese di proprietà di cittadini extracomunitari e per un altro 24,7% la quota di nuove imprese associate di proprietà di stranieri è limitata all'1% del totale. Solo per il 10,0% del campione tale quota è del 10%.

Inoltre, la quasi totalità (98,6%) dei Confidi intervistati fornisce garanzie alle imprese appena avviate.

Come evidenziato nella Tabella 30, il principale cambiamento che ha riguardato Confidi e Associazioni di Categoria negli ultimi 5 anni è stato un ampliamento della sfera di attività, con nuovi servizi offerti agli associati e in generale un aumento dei compiti svolti (63,2%). Più di un quinto delle Associazioni di Categoria e dei Confidi intervistati hanno invece posto maggiore attenzione alle prospettive del mercato o del settore di riferimento, per poter prestare una più adeguata assistenza all'attività dei propri associati. Solo una minima parte degli intervistati (11,4%) non ha rilevato mutamenti nella propria attività negli ultimi 5 anni. Rispetto alla rilevazione precedente, nell'ultimo anno si registra una maggiore importanza dell'attività di monitoraggio delle prospettive del mercato/settore di riferimento degli associati (+8,5%), mentre è diminuita la quota di intervistati che ha rilevato un aumento dei compiti svolti (-4,8%) e un cambiamento nel modo di fare rappresentanza (-4,9%).

Tabella 30 - Come è cambiata l'attività della Vostra associazione/Confidi negli ultimi 5 anni?

Le funzioni che svolgiamo sono rimaste invariate	11,4
C'è stato un aumento dei compiti, la nostra sfera di attività si è ampliata in termini di servizi offerti agli associati	63,2
È cambiato il modo di fare rappresentanza, rappresentiamo gli interessi dei nostri associati verso le istituzioni	4,0
C'è stata una maggiore attenzione alle prospettive del mercato/settore al fine di prestare assistenza all'attività dei nostri associati	21,4

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Meno manifesto, ma certamente in atto, un cambiamento nel rapporto tra Associazioni di Categoria e Confidi. Il legame resta molto forte, sia perché ogni associazione di categoria ha un Confidi di riferimento (e viceversa), sia perché la struttura commerciale dei Confidi si poggia in prevalenza su quella dell'associazione di categoria di riferimento (69,2%). Tuttavia, quasi sempre il Confidi opera

in maniera autonoma rispetto all'associazione e segue l'intero iter procedurale per i propri associati (90,0% dei casi). La disgiunzione tra operatività del Confidi e dell'associazione di categoria di riferimento sembra essere aumentata rispetto alla rilevazione precedente, in cui l'84% dei Confidi intervistati dichiarava di operare in maniera autonoma e completa, un segno del percorso di evoluzione intrapreso dai Confidi.

Come mostrato dalla Tabella 31, le Associazioni di Categoria e i Confidi intervistati forniscono i loro servizi con intensità differenti e per certi aspetti polarizzate. È il caso ad esempio della consulenza contabile e amministrativa, che non viene fornita dal 36,8% del campione mentre un altro 25,9% degli intervistati lo reputa un servizio fondamentale a disposizione degli associati. Un'analogica dicotomia si registra anche per altri servizi, come il disbrigo di pratiche burocratiche e amministrative richieste dalla Pubblica Amministrazione (il 31,8% degli intervistati non lo annovera tra i servizi a disposizione dei propri associati, mentre per il 27,4% costituisce un'attività di spicco), l'acquisizione di informazioni relative alla specificità delle attività imprenditoriali degli associati (24,9% rispetto a 30,3%) e, in modo meno eclatante, per il servizio di aiuto nell'accesso a nuovi mercati (27,9% rispetto a 16,9%). Alquanto concorde il giudizio sulla grande importanza rivestita dalla funzione di aiuto agli associati nell'accesso al credito bancario (80,1% delle risposte con modalità "molto"). Rilevante secondo gli intervistati anche la consulenza economica e finanziaria offerta alle imprese (87,6% delle risposte con modalità "molto" e "abbastanza"), secondo il modello del cosiddetto "business office", che offre un servizio reputato fondamentale dalle piccole imprese (confronta sezione 6.2.2)⁶².

Tabella 31 - Quali servizi fornisce attualmente ai Suoi associati?

	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE
Disbrigo di pratiche burocratiche e amministrative richieste dalla Pubblica Amministrazione	27,4	26,4	14,4	31,8
Consulenza economica e finanziaria	45,3	42,3	7,5	5,0
Consulenza contabile e amministrativa (es. fatturazione)	25,9	17,4	19,9	36,8
Acquisizione di informazioni relative alle specificità di ciascuna attività (corsi di formazione, fiere, realizzazione di ricerche statistiche)	30,3	25,4	19,4	24,9
Aiuto nell'accesso al credito bancario	80,1	15,9	2,5	1,5
Aiuto nell'accesso a nuovi mercati (nazionali ed esteri)	16,9	27,9	27,4	27,9

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Dalle interviste non risultano particolari differenze nell'attività di Associazioni di Categoria e i Confidi di maggiori o minori dimensioni. I 103 intervistati con meno di 3.000 associati (poco più della metà del campione), svolgono con più intensità attività di aiuto nell'accesso al credito bancario (84,5% di risposte "molto" rispetto al 80,1% del campione totale) e sono meno presenti per servizi legati al

⁶² Il business office è un professionista che coadiuva le piccole e medie imprese prive di un'autonoma funzione di Amministrazione, Finanza e Controllo nella gestione integrata dell'attività d'impresa e del patrimonio extra-aziendale, per ovviare al gap tra le crescenti richieste in tema di comunicazione finanziaria aziendale e la scarsa capacità di risposta delle PMI. Per un approfondimento si veda L. Erzegovesi, "Un modello di business per la consulenza finanziaria integrata alle PMI", Bancaria n. 12/2005, pp. 47-52.

rapporto tra impresa e Pubblica Amministrazione (23,3% di risposte “molto” rispetto al 27,4% del campione totale) e alla consulenza contabile e amministrativa (20,4% di risposte “molto” rispetto al 25,9% del campione totale).

L'importanza del ruolo di ponte tra sistema bancario e piccole imprese svolto da Associazioni di Categoria e Confidi emerge anche dalle risposte riportate nella Tabella 32. La funzione di agevolare l'accesso al credito è un servizio che gli intervistati ritengono fondamentale sia per le imprese che da sole non riescono a dimostrare la bontà dei loro progetti (88,1% con modalità “molto”) sia per le imprese che hanno scarsi mezzi patrimoniali (78,1% con modalità “molto”). Entrambe queste attività sono particolarmente preziose per le piccole imprese e sono riconducibili all'ambito del “business office”, cioè di un servizio di consulenza finanziaria integrata.

Un'altra funzione che viene considerata rilevante è l'orientamento e il sostegno alle imprese associate per seguire le tendenze di mercato (79,6% di risposte con modalità “molto” e “abbastanza”). Come già osservato per i servizi effettivamente forniti alle imprese associate, le Associazioni di Categoria ed i Confidi ritengono meno prioritario il compito di disbrigo delle pratiche amministrative (41,3% di risposte con modalità “poco” e “per niente”).

Tabella 32 - Quanto è importante che le Associazioni di Categoria / i consorzi di garanzia svolgano i seguenti compiti?

	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE	NON SA / NON INDICA
Orientamento/sostegno per seguire le tendenze di mercato	44,3	35,3	13,4	4,0	3,0
Servizi di formazione per creare/aggiornare le professionalità richieste dal settore	49,3	27,4	15,9	4,5	3,0
Agevolare l'accesso al credito delle imprese che non riescono da sole a dimostrare la bontà dei loro progetti	88,1	10,9	0,0	0,5	0,5
Aiutare le imprese che hanno scarsi mezzi patrimoniali nel rapporto con la banca	78,1	18,9	2,0	0,5	0,5
Fornire servizi di disbrigo delle pratiche amministrative	28,9	25,9	23,4	17,9	4,0
Essere interlocutori di riferimento presso la Pubblica Amministrazione/istituzioni	43,3	27,9	17,4	8,0	3,5

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Anche per il futuro le Associazioni di Categoria ed i Confidi intervistati intendono investire prevalentemente sul loro ruolo di raccordo tra le imprese associate e il sistema bancario, sia aumentando l'assistenza al credito per le prime (79,6% con modalità “molto”) che rafforzando la partnership con il secondo (78,6% con modalità “molto”) (vedi Tabella 33).

Gli intervistati ritengono inoltre strategica per i prossimi anni una funzione di “guida finanziaria” per i propri associati, sia in termini di consulenza ad esempio nella redazione di bilancio o business plan (62,7% con modalità “molto”), sia in termini di formazione / informazione degli associati sul tema dell'equilibrio patrimoniale / finanziario dell'impresa (60,2% con modalità “molto”).

Tuttavia, meno consenso raccoglie l'idea che sia importante in futuro una maggiore acquisizione di informazioni relative alle specificità delle attività imprenditoriali degli associati (36,3% con modalità "poco" e "per niente").

Meno centrale rispetto ad altre attività pare essere per i rispondenti la possibilità di essere promotori di accordi e collaborazioni tra le imprese associate (28,9% con modalità "poco" e "per niente").

Non sorprende infine che l'attenzione delle Associazioni di Categoria e dei Confidi non sarà nei prossimi anni particolarmente rivolta ad una delle funzioni tipicamente svolte, quella relativa alle attività connesse agli adempimenti amministrativi degli associati (57,7% con modalità "poco" e "per niente").

In sintesi, è evidente la consapevolezza di Associazioni di Categoria e Confidi di rivedere almeno in parte l'ambito principale di operatività, dando spazio anche a funzioni tradizionalmente secondarie.

Tabella 33 - Su quali funzioni la Vostra associazione / Confidi dovrebbe investire nei prossimi 2-3 anni?

	MOLTO	ABBASTANZA	POCO	PER NIENTE
Promozione di accordi e collaborazioni tra gli imprenditori del settore	27,9	43,3	21,9	7,0
Rafforzamento delle attività relative agli adempimenti amministrativi degli associati (gestione delle paghe e dei contributi, gestione della contabilità)	18,9	23,4	27,4	30,3
Acquisizione di informazioni relative alle specificità di ciascuna attività (corsi di formazione, fiere, realizzazione di ricerche statistiche)	24,9	38,8	23,9	12,4
Attività di formazione per gli associati	38,8	38,8	14,4	8,0
Assistenza al credito per gli associati	79,6	17,9	1,5	1,0
Attività di comunicazione (comunicazione istituzionale agli associati, comunicazione esterna sui media, pubblicità)	40,8	46,3	11,9	1,0
Servizi per gli associati più personalizzati	43,3	45,8	7,5	3,5
Informatizzazione dei servizi per gli associati	41,8	45,3	9,5	3,5
Informazione / formazione degli associati sull'importanza di un corretto equilibrio patrimoniale/finanziario dell'azienda (per es. uso dei debiti a breve solo per la gestione corrente)	60,2	36,8	1,5	1,5
Consulenza finanziaria agli associati (per es. redazione di bilanci o business plan corretti e completi)	62,7	33,3	1,5	2,5
Rafforzamento della partnership con il sistema bancario per il sostegno alle piccole e medie imprese	78,6	19,9	1,0	0,5

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

6.4.1 IL MONDO DELLE IMPRESE VISTO DALLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E DAI CONFIDI

Come sottolineato in precedenza, le Associazioni di Categoria e i Confidi intervistati associano in gran parte piccole imprese e costituiscono pertanto un punto di osservazione privilegiato per valutarne, tra l'altro, le prospettive future.

In risposta alla crisi le piccole imprese potrebbero mettere in atto diverse strategie, sostanzialmente riconducibili a tre linee di intervento: specializzazione, diversificazione e collaborazione. A giudizio delle Associazioni di Categoria e dei Confidi intervistati le tre alternative sono tutte alquanto apprezzabili (Tabella 34). Tuttavia, la specializzazione in una nicchia di mercato e la collaborazione con operatori simili sono considerate strategie più efficaci per le piccole imprese associate che non la diversificazione dei beni/servizi offerti.

Rispetto allo scorso anno, le Associazioni di Categoria ed i Confidi intervistati hanno posto maggiore enfasi sulla collaborazione tra imprese simili (+18,2%) a scapito delle strategie di specializzazione in una nicchia di mercato (-5,3%) e di diversificazione dei prodotti (-10,6%), un segnale che la "rete" tra micro e piccole imprese viene ritenuta da questi operatori economici la migliore risposta alla crisi.

Tabella 34 - Quale strategia ritenete debbano intraprendere i Vostri associati con meno di 20 addetti in risposta alla crisi finanziaria?

Specializzazione in una nicchia per differenziarsi dagli altri	35,8
Diversificazione dei beni/servizi offerti	29,9
Collaborazione con operatori simili	34,3

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

In generale, considerando gli strumenti di sostegno alle imprese nell'attuale periodo di crisi, la maggior parte delle Associazioni di Categoria e dei Confidi intervistati ritiene che siano preferibili le controgaranzie / riassicurazioni ai Confidi (75,1% delle risposte) rispetto alle garanzie pubbliche gratuite e dirette alle imprese (13,4%). Sono considerati meno efficaci i finanziamenti pubblici diretti alle imprese (11,4%).

Anche per quanto concerne i destinatari di un eventuale supporto pubblico nei prossimi due anni le Associazioni di Categoria e i Confidi intervistati mostrano una certa unanimità di valutazione: secondo il 56,2% infatti andrebbero sostenute le imprese che soddisfino determinati requisiti (patrimoniali, reddituali, ...) di accesso definiti a priori, anche se non in difficoltà a causa della crisi (confronta Tabella 35). Inoltre, più del 10% degli intervistati sarebbe favorevole al sostegno pubblico a favore di imprese in difficoltà che operano in settori ritenuti fondamentali per la competitività del Paese.

Nell'insieme, dunque, Associazioni di Categoria e Confidi sposano un principio di selettività per quanto concerne i contributi pubblici a favore del tessuto imprenditoriale nazionale, tanto che solo il 17,4% degli intervistati ritiene che andrebbero sostenute le imprese in difficoltà, a prescindere da eventuali requisiti definiti a priori.

In altra ottica, le Associazioni di Categoria e i Confidi non reputano particolarmente importante il sostegno alle imprese fondamentali per la competitività del Paese: solo il 24,3% degli intervistati lo considera strategico.

Tabella 35 - Secondo Lei, a chi tra i seguenti è strategico fornire supporto pubblico nei prossimi due anni?

Alle imprese in difficoltà senza che siano previsti particolari requisiti (patrimoniali, reddituali, etc...) di accesso	17,4
Alle imprese che soddisfano determinati requisiti (patrimoniali, reddituali, etc...) di accesso definiti a priori	56,2
Alle imprese in difficoltà appartenenti a settori definiti a priori come fondamentali per la competitività del Paese	11,4
Alle imprese appartenenti a settori definiti a priori come fondamentali per la competitività del Paese, indipendentemente dal fatto che siano in difficoltà	12,9
Non sa-Non indica	2,0

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

La competitività del sistema Paese è tuttavia un nodo cruciale anche secondo Associazioni di Categoria e Confidi. In particolare, per i prossimi due anni i settori identificati come fondamentali in tal senso sono quelli delle fonti di energia alternativa / rinnovabile (indicato come primo dal 45,8% degli intervistati e come secondo da un altro 22,4%), delle nuove tecnologie per il Made in Italy (indicate come prime nel 20,4% e come seconde in un altro 18,9% dei casi) e delle attività imprenditoriali relative al risparmio energetico (indicate come prime dall'11,9% dei rispondenti e come seconde da un altro 15,9%)⁶³.

Tabella 36 - Quali ritiene che siano i principali settori che saranno fondamentali per la competitività del Paese nei prossimi due anni?

	PRIMO	SECONDO	TERZO
Fonti di energia alternativa / rinnovabile	45,8	22,4	12,1
Risparmio energetico	11,9	15,9	13,6
Mobilità sostenibile (ecologica, sicura, economica, tempestiva)	2,0	5,0	8,5
Nuove tecnologie per la vita / biomediche / per le terapie avanzate	3,0	5,5	5,0
Nuove tecnologie per il Made in Italy (settore della moda, dell'arredamento, alimentare e della meccanica)	20,4	18,9	13,1
Tecnologie innovative per i beni culturali e le attività culturali-turistiche	4,0	9,5	9,0
Tecnologie di nuovi materiali, nanotecnologie, biotecnologie, meccanica / elettronica	9,0	13,4	11,6
Nuove tecnologie dell'informatica	2,0	4,5	8,5
Nuove tecnologie della logistica e dei trasporti	2,0	4,0	18,1
Nessun altro settore	0,0	1,0	0,5

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

⁶³ Si noti che i risultati sui temi del sostegno pubblico alle imprese e dei settori fondamentali per la competitività del Paese sono coerenti con quanto emerge dalle interviste alle piccole imprese, come riportato nella sezione 6.5.1.

6.4.2 I CONFIDI: ANCORA SULLA VIA DEL CAMBIAMENTO?

In larga parte le Associazioni di Categoria e i Confidi intervistati operano in ambito regionale (44,8%) o su una sola provincia (37,3%).

Al tempo stesso, la maggior parte dei Confidi si relaziona in via prioritaria con banche nazionali (47,9%) e in misura minore con banche regionali (40,4%). Rispetto alla rilevazione precedente, il ruolo delle banche nazionali è rimasto sostanzialmente stabile (-2,6), mentre le banche regionali hanno in parte sostituito le banche locali come interlocutori principali dei Confidi (+10,7%).

Pertanto, sembra emergere la ricerca di un ambito più esteso che in passato per le garanzie rilasciate, contestuale all'ampliamento sia settoriale che territoriale della sfera operativa già messo in atto.

Meno avanzato appare invece l'uso degli strumenti di contro-garanzia e riassicurazione.

Infatti, sebbene il 71,9% dei Confidi si avvalga di contro-garanzie pubbliche, la maggior parte degli intervistati le utilizza in misura modesta: il 70,5% dei Confidi che hanno fatto ricorso alle contro-garanzie pubbliche le ha impiegate per meno del 30% del totale delle pratiche.

Ancor meno frequente il ricorso a contro-garanzie o alla riassicurazione da parte di Confidi di secondo livello (41,8% delle risposte). Tuttavia, nel caso in cui il Confido ricorra a questa possibilità, l'uso è di maggiore intensità: il 16,4% utilizza le contro-garanzie o la riassicurazione dei Confidi di secondo livello per oltre il 60% delle pratiche e il 19,7% per una quota compresa tra il 30% e il 60%.

I contributi pubblici più diffusi tra i Confidi intervistati ai fini di contro-garanzia sono i fondi regionali (71,4% dei casi), il Fondo Centrale di Garanzia (60% dei casi) e i fondi messi a disposizione dalle Camere di Commercio (43,8% dei casi). Meno comune l'uso dei fondi europei (24,8% dei casi).

Esiste quindi ampio spazio per aumentare l'efficienza nell'uso delle risorse pubbliche ai fini di meglio equilibrare i rischi del portafoglio dei Confidi, soprattutto alla luce della recente normativa sul Fondo Centrale di Garanzia⁶⁴.

Anche riguardo allo svolgimento dell'attività dall'indagine si rileva un margine di miglioramento. Al momento dell'intervista meno di un quinto dei Confidi non rilevavano criticità particolari nello svolgimento della propria attività, mentre quasi il 60% lamentavano una non soddisfacente valorizzazione della garanzia fornita agli associati (vedi Tabella 37)⁶⁵. Il tema della concorrenza da parte di altri Confidi emerge nel 12,3% dei casi e per meno del 5% si tratta della concorrenza di Confidi non associativi o di dimensioni nazionali. Solo il 6,2% dei Confidi intervistati ritiene che la propria dimensione sia troppo piccola rispetto al mercato in cui opera. Rispetto all'anno precedente, aumentano i Confidi che dichiarano una non soddisfacente valorizzazione della garanzia (+6,7%) e al tempo stesso gli intervistati che non rilevano particolari criticità nello svolgimento della propria attività (+3,6%). Meno significativa sembra essere la concorrenza di altri Confidi (-4,5%), così come una dimensione insufficiente rispetto al mercato in cui si opera (-3,7%). Anche la pressione concorrenziale legata alla presenza di soggetti Confidi non associativi o di dimensioni nazionali sembra essere meno forte (-2,1%).

64 Con la Legge 28 gennaio 2009 n. 2 lo Stato presta garanzia di ultima istanza a favore del Fondo Centrale di Garanzia.

65 Si noti che il deficit di riconoscimento della garanzia denunciato dai Confidi deve essere valutato anche alla luce dell'approccio regolamentare adottato da ciascuna banca.

Tabella 37 - Quali criticità rilevate attualmente nello svolgimento della vostra attività?

Una non soddisfacente valorizzazione della nostra garanzia	58,2
La concorrenza di altri Confidi	12,3
Siamo troppo piccoli per il mercato in cui operiamo	6,2
La concorrenza di soggetti Confidi non associativi o di dimensioni nazionali	4,8
Non rileviamo criticità	18,5

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

Rispetto alla precedente rilevazione la pressione concorrenziale sembra essere diminuita, così come l'inadeguata dimensione del Confidi rispetto al mercato in cui opera, un possibile segnale del percorso di cambiamento intrapreso dal mondo dei Confidi in risposta ai nuovi contesti normativi e di mercato emersi negli ultimi anni⁶⁶.

Tale processo è ancora in atto. Sebbene più della metà degli intervistati (56,8%) non abbia intenzione di modificare il proprio status, il 21,2% dei Confidi intervistati presenterà domanda di iscrizione per diventare intermediario finanziario vigilato (ex art. 107) entro il 2009 e un altro 20,5% entro il 2010⁶⁷. Questi numeri non sono tuttavia trascurabili, dal momento che la trasformazione in intermediario vigilato comporta il rispetto di diversi requisiti, non solo patrimoniali, tali per cui è ipotizzabile che si tratti degli operatori che rappresentano ben più della metà del mercato delle garanzie.

Rispetto alla rilevazione effettuata nel 2008, rimane stabile la percentuale di Confidi che intende rimanere nell'ambito del ex art. 106 (+1,4%), mentre aumenta la quota dei Confidi che intendono trasformarsi in intermediario finanziario vigilato (+6,2%). Inoltre, tra il 2008 e il 2009 alcuni Confidi hanno già concretizzato il passaggio allo status di ex art. 107.

I Confidi intervistati prevedono per il futuro cambiamenti importanti anche sul fronte della struttura organizzativa e della patrimonializzazione: solo il 35,6% dichiara che la propria struttura organizzativa resterà invariata nei prossimi 2-3 anni. Del resto, come mostrato nella Tabella 38, più di un quarto dei Confidi intervistati intende fronteggiare i nuovi scenari di mercato in via prioritaria tramite la fusione con altri Confidi.

Tabella 38 - Cosa prevedete di fare per essere al passo con i nuovi scenari di mercato?

Abbiamo in previsione fusioni con altri Confidi	26,7
Abbiamo in previsione collaborazioni con altri Confidi senza fusioni	41,1
Pensiamo di crescere autonomamente aumentando il volume di garanzie rilasciate	27,4
Pensiamo di specializzarci in una nicchia (es. docus su settore di riferimento)	2,7
Non rileviamo criticità	2,1

Fonte: Indagine sulle Associazioni di Categoria e i Confidi, UniCredit Divisione Retail, Network Italy

66 In particolare, l'applicazione del Nuovo Accordo sul Capitale (noto come Basilea 2) e la promulgazione della L. 326/03 hanno definito un inquadramento giuridico per i Confidi fino ad allora assente. Il nuovo contesto, normativo e di mercato, è caratterizzato da un principio che prevede per i Confidi la necessità e capacità di operare con criteri di efficacia/efficienza, generando i flussi di reddito necessari per l'esercizio della propria tipica attività di impresa, ovvero il rilascio della garanzia, e di attivare le best practices in materia creditizia, con particolare riferimento al monitoraggio del credito garantito e al recupero del credito passato a sofferenza e di cui si è subito l'escussione.

67 Al momento della stesura del presente Rapporto solo 3 Confidi risultavano iscritti nell'apposito albo tenuto da Banca d'Italia come intermediari finanziari ex art. 107. Si noti che per i Confidi 107 la normativa prevede una migliore ponderazione del rischio, che può riflettersi in condizioni più vantaggiose di accesso al credito per i propri associati.

Inoltre, il 75,3% dei Confidi intervistati avverte tuttora la necessità di aumentare la propria patrimonializzazione, principalmente tramite la richiesta di maggiori contributi pubblici (52,7%). Il 16,4% dei Confidi vorrebbe aumentare la propria patrimonializzazione tramite l'ingresso di privati, siano essi soci sostenitori o banche, mentre il 14,5% punta su un aumento di redditività dell'attività.

Dalle interviste risulta quindi l'esistenza di due diversi approcci: da un lato una logica più rivolta al mercato, tramite una gestione "imprenditoriale" dei Confidi, dall'altro una logica più "assistenzialista", con una forte dipendenza dalla finanza pubblica.

Rispetto all'anno precedente è diminuita la percentuale di Confidi che avvertono la necessità di aumentare la propria patrimonializzazione (-6,9%), un possibile segnale di una maggior diffusione di Confidi finanziariamente più solidi. Anche le modalità per migliorare la patrimonializzazione sono cambiate: i Confidi puntano molto di più sull'aumento dei contributi pubblici (+28,6%), mentre risultano meno interessanti l'ingresso di privati (-6,5%) e una maggiore redditività dell'attività (-7,2%).

6.5 IL RAPPORTO BANCA-IMPRESA: LA SFIDA DELLA TRASPARENZA

Come sottolineato nella sezione precedente, i Confidi stanno attraversando ormai da tempo un processo di razionalizzazione in linea con quanto richiesto dal mercato e dal nuovo contesto normativo. Ciò sta avvenendo, in via generale, senza che il sistema dei Confidi abbia perso la caratteristica di mutualità che le è propria.

Il contributo del Confidi non si limita alla garanzia, il cui ruolo è almeno importante quanto la capacità di lettura delle imprese che operano sul territorio e di indirizzo del loro fabbisogno finanziario. In un momento di crisi questo è un prezioso contributo per le banche, che pur continuando ad essere attenti valutatori del rischio creditizio, debbono allo stesso tempo essere in grado di individuare e sostenere le piccole imprese che, malgrado le difficoltà contingenti, possiedono le potenzialità adeguate per contribuire alla prosperità del Paese.

Nel trovare l'equilibrio tra queste due istanze diventa molto importante il "lavoro di squadra": banche, Associazioni di Categoria, Confidi e imprese sono tutti chiamati a fare la propria parte in quella che a pieno titolo può definirsi la sfida per la trasparenza:

- la banca ha il compito di fornire la liquidità necessaria alle imprese meritevoli e/o "strategiche" per il territorio o il distretto, tramite processi valutativi il più possibile corretti e trasparenti; è necessario inoltre che la banca, anche attraverso il supporto di Confidi e Associazioni di Categoria, proponga alle aziende i percorsi virtuosi per ottimizzare il proprio profilo finanziario ed aumentare così la possibilità di ottenere il giusto finanziamento;
- le Associazioni di Categoria e Confidi, forti della loro conoscenza dell'economia reale, devono coadiuvare la banca nel valutare correttamente il merito creditizio delle piccole imprese e nel sostenere il rischio associato;
- le imprese devono facilitare il compito dei finanziatori, presentando con trasparenza la propria posizione patrimoniale e reddituale, e utilizzando il credito in maniera coerente alle finalità aziendali.

Fondamentale è dunque la concertazione tra gli attori del territorio. Per affrontare la crisi le imprese hanno bisogno di interlocutori capaci di attuare interventi concreti e coerenti, che permettano loro di operare in un assetto che si prospetta profondamente mutato. Ciò deve avvenire utilizzando le leve strategiche di cui presentate nel capitolo 5 (valorizzazione del territorio, internazionalizzazione e innovazione). La capacità di supporto del territorio è il vero filo conduttore di questa sezione:

è nel territorio, in particolare grazie ai Confidi e alle Associazioni di Categoria, che risiedono le potenzialità di sviluppo della cultura finanziaria della piccola impresa (sezione 6.5.1); è nel territorio che è possibile prendere coscienza degli ostacoli nel rapporto banca-impresa, in primis quello della sottopatrimonializzazione delle imprese (sezione 6.5.2); è nel territorio che nascono le iniziative congiunte di risposta alla crisi (sezione 6.5.3).

6.5.1 LA CULTURA FINANZIARIA NELLA PICCOLA IMPRESA

La crisi ha reso più difficile il dialogo tra banca e impresa, rischiando di vanificare gli sforzi compiuti da ambo le parti per la costruzione di un rapporto leale e trasparente. Un passo importante in tal senso è costituito dalle buone regole di comportamento finanziario, ovvero una serie di suggerimenti per aiutare l'impresa a "presentarsi meglio alla banca" e la banca a "comprendere a tutto tondo" il *business* dell'impresa, da cui scaturisce in ultima analisi il rating assegnato.

La Tabella 39 riporta alcuni esempi di comportamenti "virtuosi", che sono alla base di un dialogo con la banca che prescindendo dal rispetto esclusivo di rigidi parametri numerici. Come si è argomentato nel capitolo 4, i modelli di valutazione sono sufficientemente flessibili da consentire di tenere conto di informazioni qualitative non presenti nei bilanci aziendali. E d'altra parte la complessità di tali modelli non è incompatibile con una concezione del rapporto banca-impresa di tipo relazionale (a tale proposito si rinvia alla sezione 4.5).

Tabella 39 - Alcune linee guida per costruire una partnership finanziaria tra impresa e banca

Le buone regole creditizie per le imprese. Alcuni esempi

- Utilizzo delle linee di credito secondo le effettive necessità aziendali e proporzionate al fatturato
- Utilizzo delle linee di credito in base ad un corretto equilibrio patrimoniale/finanziario: debiti a breve per finanziare la gestione corrente/circolante, debiti a medio-lungo termine e mezzi propri per finanziare gli investimenti nel fisso
- Utilizzi nei limiti delle linee di credito accordate, su tutti i rapporti presso il sistema bancario: assenza di sconfinamenti in Centrale Rischi di Banca d'Italia, a causa di utilizzi eccedenti rispetto ai fidi accordati
- Adeguata movimentazione dei rapporti bancari: rotazione degli utilizzi in linea con le dinamiche aziendali, cioè movimentazione totale annua sul conto bancario rapportata alle tempistiche di incasso dei clienti e di pagamento dei fornitori
- Regolarità e puntualità negli incassi: è opportuno che gli insoluti su RIBA/assegni all'incasso e/o dilazioni su fatture anticipate si mantengano in limiti fisiologici; è opportuno che gli anticipi su fatture abbiano scadenze coerenti con le effettive attese di incasso
- Puntualità nel pagamento fornitori: regolare presenza di fondi per addebito di assegni/RIBA/RID e/o bonifici ai fornitori
- Puntualità nel pagamento delle rate dei finanziamenti rateali (anche questo ha ripercussioni sulla Centrale Rischi di Banca d'Italia)
- Assenza di pregiudizievoli o note negative in genere a carico dell'azienda o dell'imprenditore o dei garanti (per esempio: protesti, pignoramenti, procedure concorsuali, citazioni)
- Rapporto equilibrato tra fatturato e oneri finanziari (intesi come interessi/commissioni bancarie, interessi per eventuali dilazioni da fornitori): indicativamente una percentuale di oneri finanziari superiore al 5% rappresenta un "livello di guardia"
- Tempestività e completezza nello scambio di informazioni con la banca: si tratta di un aspetto fondamentale affinché la banca possa inserirsi meglio nel contesto dell'azienda, cogliendone con congruo anticipo le eventuali necessità, in particolare di natura finanziaria

Fonte: Impresa Italia, 3-4 marzo 2009, Roma

Due elementi sono di estrema importanza nella sfida per la trasparenza: da un lato, chiarezza da parte della banca sui comportamenti ritenuti chiave nella valutazione dell'impresa; dall'altro, impegno da parte dell'impresa al rispetto di tali *best practice*. In larga parte si tratta di "consuetudini" che tendono a trascurare le forme tecniche su cui si basa l'affidamento e la loro adeguatezza rispetto alle esigenze e peculiarità dell'attività svolta dalle imprese. Anche in questo ambito esiste un ampio margine di collaborazione tra gli attori coinvolti, come emerge altresì dalle indagini condotte presso le piccole imprese e presso le Associazioni di Categoria e i Confidi. Associazioni di Categoria e Confidi si vedono così assegnato un ruolo che va oltre il consueto ambito di attività, per divenire vero e proprio contributo alla diffusione della cultura finanziaria e progettuale tra i propri associati. Del resto, negli ultimi anni è in atto un processo di cambiamento dell'intero sistema dei Confidi, che per certi aspetti investe anche le Associazioni di Categoria e che li sta portando sulla strada di un significativo consolidamento della loro struttura. Questa evoluzione rende il sistema meglio preparato alle sfide di mercato di cui sono protagoniste le piccole imprese: un modello di servizio più articolato e innovativo, compatibile con la mutualità, che non solo esprime attenzione dedicata, ma costituisce soprattutto un punto di riferimento sostanziale per l'accesso al finanziamento di progetti meritevoli.

Quello appena esposto è naturalmente il punto di vista della banca. così come la sezione 6.4.1 ha approfondito il punto di vista delle Associazioni di Categoria e Confidi. Si passa ora alla percezione delle piccole imprese circa il ruolo che i Confidi svolgono per soddisfare i fabbisogni finanziari della loro attività.

La conoscenza dei Confidi tra le piccole imprese è relativamente diffusa, e soprattutto in sensibile aumento (dal 44,3% del 2008 al 50,4% del 2009, vedi Tabella 40).

Tabella 40 - Conoscenza dello strumento del Consorzio Fidi

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Sì	50,4	44,3
No	49,6	55,7
Totale	6.150	6.175

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Al contempo, è aumentato il ricorso allo strumento tra coloro che lo conoscono, (33%, vedi Tabella 41).

Tabella 41 - Utilizzo dello strumento del Consorzio Fidi

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Sì, attualmente (ancora in corso)	33,0	31,3
Sì, l'ho utilizzato in passato	22,9	23,7
No, mai	44,1	44,9
Totale	3.098	2.734

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti 3.098, pari alle imprese che conoscono i Confidi. Dati percentuali

Chi non fa ricorso ai Confidi dichiara di preferire un rapporto diretto con la banca, sebbene si registri un sensibile calo in questo senso (dal 59,9% nel 2008 al 38,7% nel 2009). Una parte non trascurabile degli intervistati (14,7%) confessa di non avere ricevuto alcuna indicazione in merito alla possibilità di avvalersi del sostegno dei Confidi (Tabella 42).

Tabella 42 - Ragioni del mancato ricorso al Consorzio Fidi

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Non mi è stato suggerito	14,7	14,8
Preferisco rivolgermi direttamente alla banca	38,7	59,9
Non sono interessato al servizio	35,4	
Altro - Non sa - Non indica	11,3	25,3
Totale	1.368	1.228

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti 1.368, pari alle imprese che conoscono i Confidi ma che non vi fanno ricorso. Dati percentuali

Nell'ultimo anno tra coloro che hanno fatto ricorso ai Confidi, oltre il 30% ne ha aumentato l'utilizzo, segnale che si è trattato di un partner con cui le imprese hanno impostato una reazione alla crisi (Tabella 43).

Tabella 43 - Ricorso allo strumento del Consorzio Fidi nell'ultimo anno

	PERCENTUALE 2009
Più intenso rispetto al passato	30,8
Come in passato	49,7
Meno intenso rispetto al passato	19,4
Totale	1.023

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti 1.023, pari alle imprese che fanno ricorso ai Confidi. Dati percentuali

Il modo in cui le imprese vengono a conoscenza dei Confidi è riconducibile principalmente a due canali: la banca (33,1%) e l'Associazione di Categoria (31,8%). Anche le Associazioni di Categoria costituiscono dunque un interlocutore importante nel rapporto tra banca e impresa (Tabella 44).

Tabella 44 - Canale di conoscenza del Consorzio Fidi

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Su indicazione della banca	33,1	28,7
Su indicazione dell'Associazione di Categoria	31,8	28,3
Autonomamente	23,5	27,5
Su indicazione di un consulente aziendale	9,7	11,9
Altro - Non sa - Non indica	1,9	3,6
Totale	3.098	2.734

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti 3.098, pari alle imprese che conoscono i Confidi. Dati percentuali

Oltre l'83% di coloro che fanno ricorso ai Confidi reputano utile il servizio ricevuto. Tra le ragioni addotte, la modalità "mi aiuta a superare le difficoltà collegate al patrimonio limitato di cui dispone la mia impresa", introdotta nel 2009, coglie quasi un quarto delle risposte. Come verrà approfondito nella sezione successiva, questa è una debolezza del sistema delle piccole imprese, di cui gli operatori sono coscienti (Tabella 45). Anche l'esser presentato alla banca quale imprenditore serio e affidabile è un importante vantaggio del ricorso ai Confidi. (18,2%).

Tabella 45 - Ragioni per cui il Consorzio Fidi è utile

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Mi aiuta a sbrigare la pratica	20,4	33,7
Mi chiarisce le idee sull'importo, sulle modalità e sulle finalità del finanziamento	9,3	21,3
Mi presenta alla banca come un imprenditore serio e affidabile	18,2	36,8
Fornisce una importante garanzia accessoria	22,6	
Mi aiuta a superare le difficoltà legate al patrimonio limitato di cui dispone la mia impresa	24,9	
Altro - Non sa - Non indica	4,8	8,1
Totale	2.589	2.239

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti 2.589, pari alle imprese che ritengono utili i Confidi. Dati percentuali

Secondo le piccole imprese intervistate ci sono comunque margini di miglioramento nei servizi offerti (vedi Tabella 46). In particolare, gli imprenditori ritengono ancora elevato il costo del servizio, sebbene con una incidenza decisamente minore rispetto al 2008 (dal 36,7% nel 2008 al 23,7% nel 2009). Il costo esplicito in termini di commissioni, tuttavia, è associato ad un costo del credito inferiore, come evidenziato da uno studio della BIS⁶⁸: non solo la garanzia consortile comporta una responsabilità congiunta, ma soprattutto tramite i Confidi si innescano meccanismi reputazionali

68 Colomba F., L. Gambacorta, P. E. Mistrulli, (2009), Mutual guarantee institutions and small business finance, Monetary and Economic Department, BIS working paper n. 290.

capaci di migliorare il processo di selezione e monitoraggio del credito da parte delle banche. Il risultato è quindi un miglioramento delle condizioni di accesso al credito per le piccole imprese. C'è poi anche chi vorrebbe per i Confidi un ruolo più ampio: quasi un quarto degli intervistati è favorevole a un maggiore impegno sulla cultura finanziaria degli associati, non sempre adeguatamente sviluppata nella piccola impresa. Come sottolineato nella sezione 6.4, la consulenza finanziaria si conferma una prospettiva interessante per il futuro dei Confidi. Si tratta di un fabbisogno reale della piccola impresa, che vede nel Confidi un interlocutore naturale, e verso il quale i Confidi si stanno già orientando.

Tabella 46 - Azioni di miglioramento da parte dei Consorzi Fidi

	PERCENTUALE 2009	PERCENTUALE 2008
Offrire sostegno e chiarire le idee agli imprenditori sui finanziamenti da richiedere	27,2	28,2
Migliorare la mia conoscenza delle problematiche finanziarie	24,4	
Niente, sono soddisfatto	16,6	20,0
Non penso che il loro lavoro sia così importante	3,3	3,9
Costare meno	23,7	36,7
Altro - Non sa - Non indica	4,7	11,2
Totale	1.731	2.734

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Nota: totale rispondenti 1.731, pari alle imprese che hanno richiesto finanziamenti tramite Confidi. Dati percentuali

Attualmente, il rapporto banca-impresa sta attraversando una fase delicata, sia per gli aspetti legati alla cultura finanziaria, sia per alcune caratteristiche proprie del sistema produttivo italiano, prima tra tutte la strutturale scarsità di mezzi patrimoniali delle aziende di piccola dimensione. A questo aspetto e alle eventuali risposte a cui anche il sistema bancario può contribuire, è dedicata la sezione successiva.

6.5.2 LA SOTTOPATRIMONIALIZZAZIONE DELLE PICCOLE IMPRESE E LE RISPOSTE DEL SISTEMA BANCARIO

Le piccole imprese costituiscono la spina dorsale dell'economia italiana. Una ricchezza notevole se confrontata con gli altri Paesi europei (vedi sezione 6.1), in cui la dimensione contenuta dei mezzi patrimoniali in relazione all'attività svolta può essere tuttavia di ostacolo nell'operare in maniera efficace ed efficiente. La sottopatrimonializzazione delle imprese, in particolare delle piccole, è un punto d'attenzione per il sistema produttivo italiano, tenuto conto delle sfide competitive in gioco sul campo internazionale. Essa non solo limita le potenzialità di innovazione e internazionalizzazione delle imprese, ma sempre di più ostacola la costruzione di un rapporto banca-impresa mutuamente proficuo.

Sebbene noto, il fenomeno della sottopatrimonializzazione è di difficile quantificazione, soprattutto in riferimento al segmento delle piccole imprese. In occasione dell'indagine UniCredit è stata prevista una sezione specifica sul tema che, pur senza pretese di esaustività, mira a una sua qualificazione basandosi sulle percezioni degli imprenditori.

Considerando il patrimonio dell'impresa e il totale dei finanziamenti bancari attualmente in essere, oltre la metà delle imprese dichiara un patrimonio netto inferiore al 30% (vedi Tabella 47). A ciò corrisponde un livello di indebitamento molto elevato, che rischia di compromettere la stabilità finanziaria dell'impresa, rendendola vulnerabile rispetto a eventi esterni.

Tabella 47 - La leva finanziaria nelle piccole imprese

	PERCENTUALE VALIDA
Rapporto tra patrimonio e debiti inferiore al 10%	20,6
Rapporto tra patrimonio e debiti tra il 10% e il 30%	30,7
Rapporto tra patrimonio e debiti tra il 30% e il 50%	20,5
Rapporto tra patrimonio e debiti tra il 50% e il 70%	4,6
Rapporto tra patrimonio e debiti tra il 70% e il 100%	23,7
Totale casi	3.594

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Ma come giudicano i piccoli imprenditori la solidità patrimoniale della propria azienda? Dalla Tabella 48 emerge come appena il 17,6% degli intervistati dichiara in maniera esplicita una dotazione patrimoniale insufficiente. Tuttavia, a tali risposte vanno aggiunte anche quelle delle imprese che, pur ritenendo di essere dotate di mezzi patrimoniali adeguati, reputano di potere cogliere nuove opportunità di mercato con un maggiore patrimonio. Complessivamente quindi il 58,7% delle imprese opera al di sotto delle proprie potenzialità di mercato a causa di mezzi patrimoniali non adeguati.

Tabella 48 - Valutazione della solidità patrimoniale dell'azienda

	PERCENTUALE
Più che adeguata, dispongo di più mezzi di quanti l'attività non ne richieda	10,1
Adeguata all'attività svolta, ma con maggiore patrimonio avrei maggiori opportunità di mercato	41,1
Adeguata all'attività svolta, e con maggiore patrimonio non avrei maggiori opportunità di mercato	31,2
Insufficiente rispetto all'attività svolta o alle potenzialità del mercato di riferimento	17,6
Totale casi	6.150

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

La sottopatrimonializzazione influenza anche la bontà del rapporto banca-impresa (Tabella 49): il 64,9% dei rispondenti ricollega la scarsa dotazione di mezzi patrimoniali a condizioni bancarie onerose e il 49,3% a una concessione di prestiti inferiori alle necessità aziendali.

Tabella 49 - Problemi connessi al livello di patrimonializzazione della Sua azienda (% di rispondenti SI)

	PERCENTUALE VALIDA
Le banche mi applicano delle condizioni troppo onerose	64,9
Le banche mi concedono meno credito di quanto me ne serve	49,3
Non posso sfruttare i vantaggi legati alla normativa fiscale e/o societaria	45,4

Nota: totale rispondenti 3.608, pari a coloro che reputano insufficiente la propria dotazione patrimoniale (1.082) e coloro che reputano di potere cogliere nuove opportunità con una maggiore solidità patrimoniale (2.526)

La lettura trasversale dei risultati ora esposti impone una riflessione urgente circa i problemi legati alla sottopatrimonializzazione delle piccole imprese: non solo essa vincola la capacità di cogliere opportunità competitive in Italia e all'estero, ma addirittura ostacola il rapporto tra banca e impresa, rendendolo più opaco.

Qualsiasi misura che sia in grado di migliorare tale situazione risulta pertanto auspicabile, anche per rafforzare la competitività del sistema economico nel suo complesso.

Un possibile canale di rafforzamento patrimoniale delle piccole imprese è il ricorso al capitale di rischio. Tuttavia, dagli ultimi dati AIFI (Yearbook 2009) risulta che negli ultimi 10 anni solo il 34% del numero totale di investimenti da parte degli operatori di private equity in Italia si è rivolto alle micro e piccole imprese.

Per capire se esiste realmente un problema di offerta per le micro e piccole imprese occorre tener presente che esse sono tipicamente familiari e pertanto difficilmente disposte a mutare gli assetti proprietari a favore di investitori esterni. È necessario inoltre verificare se sussistono effettivamente le condizioni necessarie per la partecipazione al capitale di rischio delle piccole imprese⁶⁹.

I risultati dell'indagine presentati di seguito cercano di cogliere da un lato l'interesse da parte delle piccole imprese nei confronti del capitale di rischio (Tabella 50), dall'altro di vagliarne l'effettiva propensione in termini di caratteristiche e comportamenti imprenditoriali (Tabella 51). In particolare, è stato proposto agli intervistati una possibile partecipazione al capitale di rischio dell'azienda da parte della banca.

L'interesse alla partecipazione della banca al capitale di rischio è molto alta (44% del campione), con un dato stabile tra il 2008 e il 2009. Analogamente è abbastanza unanime il parere degli intervistati circa la fase in cui è utile che la banca compia questa operazione, ossia la fase di crescita dell'attività (46,6%, in aumento di oltre 4 punti percentuali rispetto al 2008). Per quanto riguarda le altre risposte, nel 2009 diminuisce l'incidenza della fase di avvio e di quella iniziale, mentre aumenta l'interesse per il private equity nel momento della crescita dell'attività d'impresa e in occasione della riorganizzazione e ristrutturazione.

Sebbene in calo, circa metà dei rispondenti si dichiara in linea di principio disponibile ad avere una banca quale socio d'affari, salvaguardando il potere decisionale dell'imprenditore (46,7% nel 2009 contro il 52,4% del 2008). Due le principali motivazioni alla base: una maggiore solidità patrimoniale (in calo dal 42,6% al 38,1% tra il 2008 e il 2009) e un miglioramento delle prospettive di crescita (in crescita dal 41,5% al 45,2% tra il 2008 e il 2009). La gestione d'impresa è d'altronde una questione cruciale: tra coloro che non sono favorevoli alla banca come socio d'affari, la maggioranza rivela una indisponibilità a rinunciare alla propria autonomia decisionale (in crescita dal 52,8% al 58,8% dal 2008 al 2009).

⁶⁹ A tale tema è stata dedicato ampio spazio nel capitolo VI dell'edizione 2006 del Rapporto UniCredit Banca sulle Piccole Imprese. L'indagine alle piccole imprese allora avviata è stata riproposta anche nel 2008 e nel 2009; in questa sezione se ne discutono i principali risultati.

Tabella 50 - L'interesse delle piccole imprese al private equity

L'INTERESSE AL PRIVATE EQUITY NEL 2009	L'INTERESSE AL PRIVATE EQUITY NEL 2008
L'investimento in capitale di rischio è un'attività mediante la quale la banca entra in società con l'imprenditore. La banca fornisce dei capitali e può partecipare ad alcune decisioni della vita aziendale. Secondo Lei questo strumento può essere utile?	
Risponde SI il 44%	Risponde SI il 44,8%
IN CHE FASE DELLA VITA AZIENDALE? (SE ALLA DOMANDA PRECEDENTE HA RISPOSTO SÌ)	
<i>Rispondenti: 2.709</i>	<i>Rispondenti: 2.765</i>
1. Avvio dell'attività d'impresa: 15,3%	1. Avvio dell'attività d'impresa: 18,4%
2. Fase iniziale dell'attività d'impresa: 13,2%	2. Fase iniziale dell'attività d'impresa: 15%
3. Crescita dell'attività d'impresa: 46,6%	3. Crescita dell'attività d'impresa: 42,3%
5. Ristrutturazione/riorganizzazione dell'attività d'impresa: 13,8%	5. Ristrutturazione/riorganizzazione dell'attività d'impresa: 11,8%
6. Accesso ai mercati esteri: 2,2%	6. Accesso ai mercati esteri: 2,2%
7. Investimento in alta tecnologia: 6,8%	7. Investimento in alta tecnologia: 7,5%
8. Altro - Non sa - Non indica: 2,1%	8. Altro - Non sa - Non indica: 2,5%
RITIENE CHE LA BANCA POTREBBE ESSERE UN BUON SOCIO FINANZIARIO (AL 30% CIRCA DEL CAPITALE) DELLA SUA IMPRESA?	
<i>Rispondenti: 6.150</i>	<i>Rispondenti: 6.175</i>
Risponde SI il 46,7%	Risponde SI il 52,4%
QUAL È IL MOTIVO PRINCIPALE PER CUI RITIENE CHE LA BANCA POTREBBE ESSERE UN BUON SOCIO FINANZIARIO (AL 30% CIRCA DEL CAPITALE) DELLA SUA IMPRESA?	
<i>Rispondenti: 2.869</i>	<i>Rispondenti: 3.235</i>
1. Perché la mia azienda diventerebbe più solida dal punto di vista patrimoniale senza intaccare il mio potere decisionale: 38,1%	1. Perché la mia azienda diventerebbe più solida dal punto di vista patrimoniale senza intaccare il mio potere decisionale: 42,6%
2. Perché avrei migliori prospettive di crescita, salvaguardando il mio potere decisionale: 45,2%	2. Perché avrei migliori prospettive di crescita, salvaguardando il mio potere decisionale: 41,5%
3. Perché aumenterebbe la buona reputazione dell'impresa all'esterno, salvaguardando il mio potere decisionale: 14%	3. Perché aumenterebbe la buona reputazione dell'impresa all'esterno, salvaguardando il mio potere decisionale: 13,4%
4. Altro - Non sa - Non indica: 2,7%	4. Altro - Non sa - Non indica: 2,6%
QUAL È IL MOTIVO PRINCIPALE PER CUI RITIENE CHE LA BANCA NON POTREBBE ESSERE UN BUON SOCIO FINANZIARIO (AL 30% CIRCA DEL CAPITALE) DELLA SUA IMPRESA?	
<i>Rispondenti: 3.281</i>	<i>Rispondenti: 2.940</i>
Perché perderei la mia totale autonomia decisionale: 58,8%	Perché perderei la mia totale autonomia decisionale: 52,8%
Perché non risolverebbe i miei problemi: 16,5%	Perché non risolverebbe i miei problemi: 18,8%
Perché preferirei una persona come socio finanziario: 7%	Perché preferirei una persona come socio finanziario: 8,9%
Perché dovrei irrobustire l'organizzazione dell'azienda: 2%	Perché dovrei irrobustire l'organizzazione dell'azienda: 3,9%
Perché esistono sul mercato operatori più qualificati per essere soci finanziari nella mia azienda: 7,1%	Perché esistono sul mercato operatori più qualificati per essere soci finanziari nella mia azienda: 4,8%
Altro - Non sa - Non indica: 8,7%	Altro - Non sa - Non indica: 10,7%

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

Quelle appena illustrate sono preferenze dichiarate, che rispecchiano condizioni soggettive. Come illustrato nella Tabella 51, gli intervistati sono stati via via selezionati per identificare quelli idonei ad interventi di private equity. Le tre condizioni oggettive utilizzate sono:

1. le potenzialità di crescita dell'impresa rispetto al mercato in cui opera
2. la presenza di un imprenditore disposto a rinunciare al pieno controllo dell'azienda pur di avere l'opportunità di crescere
3. la disponibilità a ricorrere a strumenti finanziari compatibili con il private equity.

Il 22% degli intervistati ritiene che le dimensioni della propria impresa siano inferiori rispetto alle potenzialità di crescita offerte dal mercato di riferimento. Si tratta di una caratteristica importante per giudicare la validità della partecipazione nel capitale di impresa di operatori del private equity, partecipazione che in caso di effettivo sottodimensionamento potrebbe permettere di raggiungere obiettivi altrimenti inaccessibili.

Tuttavia, è necessario comprendere qual è la reale attitudine dell'imprenditore rispetto a tale eventualità, ovvero se esiste una propensione a rischiare personalmente o a rinunciare al pieno controllo pur di crescere. Tenuto conto degli intervistati che dichiarano tale propensione, si giunge a definire un sottoinsieme di imprese (il 14,4%) in possesso dei requisiti necessari alla partecipazione delle banche nel capitale di rischio dell'impresa. Di queste, una quota compresa tra il 5% e il 10% evidenzia una propensione significativa a strumenti finanziari compatibili con forme di partecipazione al capitale di rischio.

Tabella 51 - Il mercato di riferimento per la partecipazione al capitale di rischio nelle piccole imprese

PROPENSIONE AL PRIVATE EQUITY NEL 2009	PROPENSIONE AL PRIVATE EQUITY NEL 2008
<p>Come ritiene che siano le dimensioni della Sua azienda rispetto al potenziale del mercato in cui opera?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Superiori rispetto alle potenzialità del mercato 2. Adeguate rispetto al mercato in cui opero 3. Inferiori, la mia attività potrebbe crescere 4. Non sa - Non indica 	
Risponde 3 il 22%	Risponde 3 il 26,2%
<p>Cosa è disposto a fare pur di far crescere la Sua impresa? (se a domanda 84 ha risposto 3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niente, preferisco mantenere il pieno controllo dell'impresa e non fare nulla di rischioso per crescere 2. Mantenere il 100% del controllo e dei rischi e cercare di crescere con i mezzi finanziari a mia disposizione 3. Rinunciare al controllo pieno e totale dell'impresa ed ai rischi connessi pur di avere la possibilità di crescere 4. Niente, non voglio crescere, non rientra tra i miei obiettivi 5. Altro - Non sa - Non indica 	
Risponde 2 o 3 il 14,4%	Risponde 2 o 3 il 17,3%
<p>Per crescere a quali strumenti finanziari è disposto/intenzionato a far ricorso? (Se alla domanda precedente ha risposto 2 o 3) (% di SI)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investire capitale proprio/dei propri familiari 8,3% 2. Aprire a nuovi soci 5,5% 3. Ricorrere ad un prestito bancario 10,3% 4. Ricorrere al mercato obbligazionario 2% 5. Aprire a nuovi soci finanziari 5,8% 	<p>Per crescere a quali strumenti finanziari è disposto/intenzionato a far ricorso? (Se alla domanda precedente ha risposto 2 o 3) (% di SI)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investire capitale proprio/dei propri familiari 9,93% 2. Aprire a nuovi soci 5,9% 3. Ricorrere ad un prestito bancario 12,3% 4. Ricorrere al mercato obbligazionario 2,1%

Fonte: Indagine sulle piccole imprese, UniCredit Divisione Retail Network Italy

È interessante notare come la dinamica intercorsa tra il 2008 e il 2009 abbia comportato un calo di 3 o 4 punti percentuali nelle prime due domande. In altre parole, la crisi ha effettivamente portato a un ridimensionamento delle prospettive di crescita, ma la significatività della domanda delle piccole imprese per il capitale di rischio rimane un dato ormai strutturale, confermando l'elevato interesse e la rilevanza del fenomeno. Nonostante il risultato possa apparire quantitativamente limitato, non bisogna dimenticare che si riferisce al mondo delle micro e piccole imprese, pari a oltre il 98% degli operatori nazionali.

Tuttavia, come rilevato in precedenza e nonostante l'esistenza di una consistente domanda, i volumi che il mercato destina al finanziamento del capitale proprio delle piccole imprese sono contenuti. La spiegazione è legata ad un sostanziale fallimento di mercato, in quanto le piccole imprese sono caratterizzate da un profilo rischio/rendimento difficilmente quantificabile (si pensi ad esempio alla documentabilità dei progetti); inoltre, le professionalità richieste per la valutazione delle singole iniziative d'impresa sono elevate, mentre i volumi unitari sono molto bassi. Tutto ciò non consente la realizzazione di economie di scala da parte degli operatori specializzati e porta di conseguenza a finanziamenti al di sotto del livello desiderato dal mercato.

Una possibile risposta a questo fallimento di mercato è da ricercare in una partnership tra soggetti privati (operatori di private equity, Associazioni di Categoria, Consorzi Fidi e banche) e pubblici (enti locali, nazionali e comunitari), interessati a vario titolo alla nascita e alla crescita di nuove imprese, ciascuno con un ruolo specifico⁷⁰. In particolare, le banche possono sostenere il processo non solo fornendo il capitale di debito, ma soprattutto facendosi promotrici e coordinatrici di questa partnership, data la complementarità dell'attività creditizia con strumenti finanziari innovativi quali appunto il private equity, e il rapporto già consolidato e diffuso con il mondo delle micro e piccole imprese. Al tema delle iniziative congiunte sul territorio è dedicata la sezione successiva.

6.5.3 LE INIZIATIVE VIRTUOSE A FAVORE DELLE PICCOLE IMPRESE

Con l'avanzare della crisi è apparsa subito evidente la necessità di un'azione corale che andasse oltre l'intervento pubblico, per dare sostegno alle imprese in un momento in cui la mancanza di liquidità rischiava di tradursi in rischio di insolvenza, anche nel caso di soggetti meritevoli. Un intervento concreto in tal senso è rappresentato dall'iniziativa UniCredit "Impresa Italia", ampio progetto di dialogo con il territorio (in primis Associazioni di Categoria e Confidi), i cui contenuti sono approfonditi nel Quadro 2.

Dal punto di vista operativo, sono stati stanziati ingenti plafond di finanziamenti, si è proceduto all'ampliamento del catalogo prodotti, all'allungamento dei piani di ammortamento e alla piena valorizzazione della garanzia dei Confidi; inoltre, è stata introdotta una maggiore flessibilità verso le classi di rischio maggiori in presenza della garanzia Confidi.

⁷⁰ In tale direzione si muove l'iniziativa "Il Talento delle Idee", di cui UniCredit è ideatore, che ha già visto il concludersi di un paio di edizioni a livello provinciale.

Quadro 2

IL PROGETTO IMPRESA ITALIA QUALE SOSTEGNO ALLE PICCOLE IMPRESE

LE INIZIATIVE TERRITORIALI VIRTUOSE: IL CASO DI IMPRESA ITALIA

A cura di R. Remondi, D. Bovi, M. G. Barbero - UniCredit Group - Retail Division - Commercial Agreements Confidi

Nel novembre 2008, la crisi scatenata dai mutui sub prime americani e dal fallimento della banca d'affari Lehman Brothers ha raggiunto il suo culmine, portando con sé una sfiducia globale all'interno del sistema finanziario e bancario.

La conseguente grave crisi di liquidità genera gravi ripercussioni nella cosiddetta economia reale, in particolare nella rete delle micro e piccole imprese, tanto da metterne a serio rischio la loro stessa sopravvivenza.

È una crisi che, come un cigno nero, giunge ai più inattesa, di cui soltanto ora a distanza di mesi, e dopo i poderosi interventi dei Governi e delle Autorità monetarie di tutto il mondo, vede ancora cauti e incerti segnali di ripresa.

In tale contesto, e anzi proprio nel momento in cui le banche mostrano segnali di difficoltà in tema di concessione del credito, il Gruppo UniCredit pensa ad una risposta a questa drammatica crisi. Una risposta che sia forte e innovativa e che coinvolga, perché abbia reale impatto, quanti in rapporto di partnership da anni rappresentano un costante punto di riferimento della banca sul territorio di cui costituiscono efficace espressione.

Viene quindi siglata a Roma il 5 novembre 2008, le Associazioni di Categoria e le Federazioni con i Confidi, una Lettera di Intenti, con cui si assume l'impegno reciproco a trovare le soluzioni migliori per supportare le imprese e per offrire un contributo concreto per affrontare la delicata fase.

Nasce Impresa Italia, l'iniziativa con la quale il Gruppo UniCredit mette a disposizione un plafond di finanziamenti aggiuntivi per 7 miliardi di euro (oltre al credito già in essere ed alle sue dinamiche ordinarie) a favore delle imprese italiane, di cui 3 in particolare per le piccole e micro imprese, attraverso i particolari tipi di intervento di sostegno individuati d'intesa con le Associazioni e i Confidi.

Con Impresa Italia viene prima di tutto e soprattutto istituzionalizzata un'attività di ascolto reciproco permanente tra Banca e Confidi e Associazioni attraverso periodici momenti di confronto con i Confidi e le Associazioni per consentire, in una agenda che mette al primo posto la salvaguardia della base produttiva del Paese, la costante verifica delle domande delle imprese, per cercare di individuarne in anticipo le possibili difficoltà. Vengono anche offerti, proprio in un'ottica trasparenza di elementi valutativi, nuovi strumenti informativi a disposizione dei Confidi e delle Associazioni dedicati alla analisi aziendale delle imprese associate.

Durante la crisi sono emerse esigenze di liquidità e si è accentuato il problema della sottocapitalizzazione delle imprese. Per far fronte a ciò, viene quindi ampliata la gamma di destinazione dei finanziamenti, in particolare quelli tesi al riequilibrio dei debiti a breve, alla patrimonializzazione delle aziende ed alla copertura delle necessità finanziarie generate dai maggiori tempi d'incasso. Vengono innalzati i limiti di importo richiedibile e si consente ad allungare i piani di ammortamento per i finanziamenti a medio lungo termine. Infine si amplia la possibilità di ammettere ai finanziamenti o alla loro rimodulazione in funzione della delicata congiuntura anche quelle imprese che, proprio in ragione della crisi, si trovano più esposte e il cui merito creditizio si è indebolito.

Il tutto avviene (o può avvenire) grazie al decisivo supporto prestato dai Confidi e dalle Associazioni di Categoria, che rappresentando uno snodo cruciale nella "filiera della conoscenza" dell'imprenditore, ne favoriscono con il rilascio della propria garanzia l'accesso al credito ovvero un accesso a condizioni più sostenibili.

continua “Quadro 2”

Una garanzia tanto più efficace quanto più tiene conto del nuovo panorama regolamentare previsto da Basilea 2 e che, proprio in tale contesto, trova occasione di rinnovarsi, nei confronti del Gruppo UniCredit, in nuovi testi di convenzione ed in nuove e ancora più efficaci forme di protezione.

Si realizza quindi, con Impresa Italia, una grande azione di sostegno da parte del Gruppo UniCredit e dei Confidi/Associazioni a favore del tessuto imprenditoriale italiano: importante, perché prevede impegni forti e onerosi, concreta, perché frutto di una attenta fase di ascolto delle reali esigenze delle imprese e delle loro rappresentanze, coraggiosa, perché mai sperimentata prima in questi termini.

Il primo bilancio di questi mesi (in cui peraltro sono sorte iniziative - Italia Turismo, SoS Impresa Italia - che si ispirano a tale modello) mostra l'evidenza di quanto di Impresa Italia ci fosse bisogno.

Oltre 400 tra Confidi e Associazioni di Categoria hanno aderito e hanno sottoscritto nuovi testi di convenzione espressamente dedicati (Divisione Retail).

Sono però, soprattutto, gli oltre 675 mln di Euro di nuovi finanziamenti, accordati nei primi 8 mesi del 2009 a quasi 6000 imprese, e garantiti dai Confidi con Impresa Italia, il vero segno della vicinanza del Gruppo UniCredit alle imprese italiane e ne testimonia l'impegno a lavorare fianco a fianco, anche momenti difficili, con chi contribuisce allo sviluppo del Paese.

Confidi aderenti e importi deliberati

	CONFIDI/ASSOCIAZIONI ADERENTI	TOTALE DELIBERATO ALL'11 SETTEMBRE 2009 (MIGLIAIA DI EURO)
UniCredit Banca	161	374.909
UniCredit Banca di Roma	223	142.182
Banco di Sicilia	40	156.953
Totale	424	974.044

Oltre a mettere a disposizione credito, è dunque auspicabile che il sistema bancario apra tavoli di discussione con gli altri attori del territorio (come i Confidi e le Associazioni di Categoria, profondi conoscitori dei fabbisogni delle imprese), con l'obiettivo ultimo di migliorare il rapporto banca-impresa. Requisito fondamentale perché tale processo abbia successo è la trasparenza, intesa in senso lato.

La capacità delle piccole imprese di ottenere finanziamenti dipende infatti dalla conoscenza dei criteri utilizzati dalla banca per valutare la bontà del progetto imprenditoriale e il merito creditizio. Una buona cultura finanziaria e un'adeguata patrimonializzazione delle piccole imprese divengono pertanto cruciali; le Associazioni di Categoria e i Confidi hanno le caratteristiche appropriate per sostenere in maniera efficace le piccole imprese in questo compito.

CONCLUSIONI

I fattori di competitività attinenti alla singola impresa non esauriscono le condizioni che permettono di innescare processi di sviluppo diffuso. Se già in tempi normali occorre allargare la prospettiva al contesto operativo, in situazioni critiche come l'attuale diventa fondamentale la concertazione tra gli attori del territorio: Associazioni di Categoria, Confidi, sistema bancario e naturalmente le stesse imprese.

Le criticità che contraddistinguono l'universo delle micro e piccole imprese sono infatti state accentuate dalla crisi economico-finanziaria. C'è per loro il rischio di «asfissia finanziaria»; c'è una minore proiezione sui mercati europei e internazionali; c'è una insufficiente capacità/possibilità di inserire in azienda capitale umano qualificato, col quale potenziare le attività immateriali poste a monte e a valle della produzione in senso stretto. Per uscire da questa situazione di stallo occorre un *upgrading* qualitativo delle produzioni, che necessita investimenti in capitale fisico e umano di notevole entità.

Tutto ciò trova particolare riscontro nella manifattura, ma la qualità è uno dei punti di attenzione anche per il settore primario, meno colpito dalla presente crisi ma pur sempre in difficoltà a causa di dinamiche di mercato specifiche. Discorso leggermente diverso per quanto riguarda il turismo, settore in cui l'Italia è cresciuta nettamente meno dei suoi concorrenti e del sistema mondiale complessivamente considerato proprio negli anni del forte sviluppo dei flussi internazionali. Per recuperare quote di mercato e valorizzare al meglio il territorio, occorre intervenire sulle infrastrutture materiali (in un'ottica di lungo periodo) e parallelamente adottare opportune politiche di marketing e di brand che rilancino la destinazione "Italia" nel mondo.

In termini generali, viene invocata da più parti una «nuova» Politica industriale costituita da una rinnovata politica fiscale, maggiori incentivi in ricerca e sviluppo, sostegno nella crescita per acquisizioni esterne. Ma occorre anche un rapporto con il sistema finanziario sempre più leale e trasparente, che vede come protagoniste non solo le banche e le piccole imprese, ma anche i Confidi e le Associazioni di Categoria quali partner strategici per lo sviluppo del territorio. In particolare, Confidi e Associazioni di Categoria si stanno impegnando verso un'azione più efficace, grazie a rilevanti cambiamenti negli assetti organizzativi, nella struttura patrimoniale e nei servizi forniti agli associati. Negli ultimi anni sta divenendo sempre più preponderante il loro ruolo di interlocutori qualificati nel rapporto tra banca e impresa, non solo come fornitori di garanzie accessorie ma soprattutto quali diffusori di cultura finanziaria e progettuale tra i propri associati. Per un dialogo tra banca e impresa leale e trasparente è infatti fondamentale che l'impresa si presenti "meglio" e con maggiore consapevolezza alla banca; la banca, dal canto suo, deve "comprendere a tutto tondo" il *business* dell'impresa, per fornire liquidità e offrire soluzioni adeguate.

Graphic design e realizzazione a cura di:
Mercurio S.r.l. Galleria del Corso, 2 - Milano
www.mercurioitaly.it

© UniCredit SpA. Tutti i diritti riservati.

Finito di stampare nel novembre 2009. Printed in Italy.

La riproduzione anche parziale è vietata.

Le informazioni, le opinioni, le valutazioni contenute in questa pubblicazione sono state ottenute o derivano da fonti che UniCredit SpA ritiene attendibili, ma che non costituiscono una forma di garanzia della loro esattezza o completezza e che non implicano responsabilità alcuna da parte di UniCredit SpA.

