



Survey pmi 2014

“After the storm”: le imprese toscane fra crisi e ripartenza

Unioncamere Toscana - Ufficio Studi

Note e approfondimenti 2014-02

Maggio 2014

Survey pmi 2014

“After the storm”: le imprese toscane fra crisi e ripartenza

INDICE

Sintesi	3
1. Il contesto di riferimento.....	7
2. Evoluzione del mercato, performance ed aspettative per il 2014.....	9
3. Flussi finanziari, gestione della liquidità ed accesso al credito.....	12
4. Comportamenti ed orientamenti strategici delle imprese.....	17
Nota metodologica	21

**Unioncamere
Toscana
Ufficio Studi**

*Note e
approfondimenti
2014-02*

Maggio 2014

A cura di:
Riccardo Perugi

Elaborazioni:
Lauretta Ermini

**Impostazione
metodologica:**
Lauretta Ermini

Coordinamento:
Riccardo Perugi

SINTESI

Dopo una fase di rallentamento che si è protratta fino alla prima metà dello scorso anno, la parte finale del 2013 ha messo in luce un rafforzamento dell'attività economica a livello globale, con un recupero che appare destinato a consolidarsi nel corso del 2014 grazie soprattutto al miglioramento che sta interessando le economie avanzate.

All'interno di un contesto che sta tornando ad essere maggiormente favorevole, l'indagine che viene presentata in questo report – realizzata su un campione di circa 2 mila imprenditori toscani – evidenzia un leggero **miglioramento delle aspettative** da questi formulate circa l'evoluzione attesa per i prossimi mesi: la quota di aziende per le quali si prevede una crescita del volume d'affari nel corso 2014 si porta al 7% (era al 3% nell'indagine dello scorso anno), mentre la quota di quelle che ritengono probabile una diminuzione scende al 37% (era al 44%).

Un "clima di fiducia" maggiormente positivo si respira soprattutto nei settori a più elevato contenuto di conoscenza ed a maggiore intensità tecnologica, come l'ingegneria meccanica ed elettronica (dove la quota di imprese che prevede un aumento del proprio fatturato è pari al 14%), l'informatica (15%) ed i servizi avanzati alle imprese nel terziario (16%).

Come già nel recente passato, i **mercati internazionali** continueranno a rappresentare la principale fonte di stimolo alla ripresa dell'attività: la domanda estera è infatti prevista in crescita dal 12% degli imprenditori, contro una quota più contenuta di coloro che prevedono un'espansione della domanda interna (il 7%).

Anche in questo caso, tuttavia, si notano alcune positive novità rispetto alla precedente indagine, con un recupero di fiducia più marcato proprio riguardo all'andamento della domanda nazionale: un chiaro sintomo del ruolo fondamentale che il mercato interno riveste soprattutto per le piccole e le micro imprese, che hanno spesso nel mercato domestico l'unico sbocco commerciale ai propri prodotti.

La **dinamica dei prezzi** di vendita resterà comunque estremamente contenuta, con solo il 2% degli imprenditori che prevede adeguamenti al rialzo dei prezzi nel corso del 2014 ed il 14% che – al contrario – ritiene probabile una riduzione: l'indagine conferma dunque come, nello scenario attuale, non vadano certamente sottovalutati i rischi di deflazione, il cui eventuale innesco potrebbe compromettere sul nascere l'avvio ed il consolidamento di una fase di ripresa.

Anche su altri fronti l'atteggiamento degli imprenditori rimane estremamente prudente: nel caso degli **investimenti**, la quota di imprenditori che ha programmi per il 2014 sale infatti solo leggermente, portandosi al 7% (dal 5% del 2013, era al 22% nel 2011); sotto l'aspetto occupazionale, la quota di aziende che prevede una situazione di stabilità dei propri organici – già ampia nel 2013 (90%) – cresce ulteriormente nell'anno in corso (92%), mentre le imprese che ritengono probabile un aumento resta ai minimi termini (solo l'1%).

Si tratta di una prudenza che appare giustificata da varie circostanze, in primo luogo dal fatto che circa un'impresa su quattro (il 26%) prevede che l'anno in corso si caratterizzerà per un nuovo peggioramento sul fronte della **gestione della liquidità**, un dato in riduzione rispetto alle precedenti rilevazioni (33% nel 2013, 44% nel 2012) ma pur sempre elevato, soprattutto se

comparato alla quota del tutto marginale (solo l'1%) che ritiene probabile un miglioramento su questo fronte.

Sono soprattutto le imprese più piccole ad avvertire le maggiori difficoltà, dal momento che la gestione della liquidità è prevista in peggioramento dal 27% delle aziende fino a 9 addetti contro il 15% di quelle con almeno 10 addetti; una situazione maggiormente sfavorevole sotto il profilo in esame caratterizza inoltre le imprese artigiane, con aspettative di peggioramento che interessano una quota pari al 30% (contro il 24% delle non artigiane).

Preoccupante è inoltre l'aumento della quota di imprese che, nel ricorso all'indebitamento bancario, hanno destinato tali risorse alla **ristrutturazione del debito** (sono passate dal 18% del 2013 al 33% della presente rilevazione), nella misura in cui a tale motivazione è connesso il diffondersi di situazioni di crisi aziendale.

Nel complesso, tanto i casi di ricorso all'indebitamento bancario come quelli di ricapitalizzazione dell'azienda con mezzi propri restano comunque su livelli contenuti (interessando rispettivamente il 6% ed il 10% delle imprese prese in esame), delineando un quadro in cui i casi di **approvvigionamento di nuove risorse** finanziarie restano – indipendentemente dai canali e dalle modalità utilizzate – di “basso profilo”, ulteriore conferma dell'atteggiamento di attesa già in precedenza segnalato con riferimento all'implementazione dei programmi di investimento ed a quelli occupazionali.

Fra le imprese che esprimono il maggiore fabbisogno di nuove risorse vi sono in primo luogo le imprese di più recente costituzione (quelle avviate fra il 2012 e il 2013 hanno provveduto nel 20% dei casi alla ricapitalizzazione con mezzi propri e nel 16% all'indebitamento bancario), aspetto non sorprendente alla luce delle risorse che i processi di start-up aziendale normalmente assorbono.

Rilevante è inoltre il fabbisogno delle imprese esportatrici (ricapitalizzazione 10%, indebitamento 13%), confermando come il reperimento di risorse costituisca un fattore-chiave nell'intraprendere percorsi di internazionalizzazione e – più in generale – nel realizzare programmi di investimento a sostegno di processi di sviluppo aziendale.

Nonostante il ricorso all'indebitamento bancario rimanga su livelli modesti, l'indagine registra al contempo una qualche attenuazione sul fronte delle difficoltà di **accesso al credito**, e la quota di imprese che giudica le relative condizioni meno favorevoli scende al 33% dopo aver toccato il 60% nel corso delle precedenti due indagini.

La distensione nelle condizioni di erogazione dei prestiti appare tuttavia ancora parziale, dal momento che tale quota, seppur in diminuzione, resta su livelli ancora elevati in senso assoluto, collocandosi al di sopra del dato rilevato nel 2009 (23%) e – dunque – in un anno già fortemente caratterizzato dall'irrigidimento delle condizioni di accesso al credito conseguente ai riflessi della crisi finanziaria.

Le difficoltà più pronunciate sotto il profilo in esame vengono segnalate dai settori del sistema moda (dove il 51% delle imprese giudica meno favorevoli le condizioni di accesso al credito), l'edilizia (44%), i trasporti (38%) e l'informatica (37%), mentre analizzando le caratteristiche strutturali delle imprese le maggiori difficoltà riguardano le imprese artigiane (38%), le imprese subfornitrici/contoterziste (41%) e le aziende prevalentemente esportatrici (37% per quelle che derivano oltre la metà del proprio fatturato dai mercati esteri).

Se l'approvvigionamento di nuove risorse costituisce un'opzione per il momento ancora circoscritta ad un numero relativamente limitato di imprese, è soprattutto dall'analisi dei comportamenti e degli **orientamenti strategici** messi in atto dagli imprenditori che sembra trasparire il ritorno ad un clima di fiducia maggiormente favorevole.

Dopo aver assistito, nel corso delle due precedenti rilevazioni, ad un generalizzato impoverimento delle risposte offerte dalle aziende alla nuova recessione, l'ultima indagine fa infatti registrare un'importante inversione di tendenza sotto il profilo in esame, e l'utilizzo delle diverse leve strategiche a disposizione torna a diffondersi in maniera più ampia all'interno del tessuto imprenditoriale toscano.

Fra i comportamenti qualificati come "difensivi", gli interventi volti ad una razionalizzazione e **contenimento dei costi di produzione/gestione** restano i più diffusi (63%), risultando inoltre in aumento (insieme agli interventi sui costi di approvvigionamento e logistica) rispetto alla precedente rilevazione.

La ricerca di una maggiore efficienza operativa è peraltro ancora una volta giustificata dalla necessità di recuperare adeguati livelli di redditività, a fronte di politiche di prezzo che rimangono – come visto in precedenza – estremamente caute, e che si traducono in pratiche commerciali volte alla **compressione dei margini** (segnalate dal 57% delle imprese).

Più significative ancora appaiono tuttavia le indicazioni che riguardano il gruppo di orientamenti strategici di natura maggiormente "proattiva" e di riqualificazione dell'offerta: in tale ambito aumenta, in particolare, il ricorso ad interventi volti a **migliorare la qualità** dei prodotti/servizi offerti (dal 20% al 39%), con valori particolarmente elevati fra le aziende di sistema manifatturiero (51%), dei servizi avanzati alle imprese (53%) e – soprattutto – del turismo (60%).

Particolare valenza, in tale ambito, assume inoltre la tipologia di clientela servita: le imprese esportatrici, nel caso del manifatturiero, e quelle con clientela anche straniera, nel turismo, riportano infatti valori decisamente superiori rispetto alle imprese che operano esclusivamente sul mercato nazionale (nel manifatturiero, aziende esportatrici 67% vs. 42% delle non esportatrici; nel turismo, aziende con clientela straniera 69% vs. 50% di quelle con clientela solo italiana).

Sostanzialmente stabile (all'11%) resta invece la quota di imprese che stanno ampliando la **gamma dei propri prodotti/servizi**, comportamenti che rimandano a processi di innovazione (di prodotto) maggiormente radicali rispetto ai progressivi adattamenti che sono alla base dei miglioramenti di cui si è detto in precedenza, ed una diminuzione caratterizza l'adesione ad **iniziative di rete** (9%) che – tuttavia – si rivelano più diffuse all'interno del settore dei trasporti/logistica (17%), dei servizi avanzati alle imprese (15%), dell'agricoltura (14%) e del commercio (11%).

Si registra al contrario un ampliamento dei casi volti alla ricerca di **nuovi canali e forme distributive/promozionali**, soprattutto fra le imprese del turismo (41%) e dei servizi avanzati alle imprese (36%), così come si evidenzia una maggiore propensione sia ad operare sui mercati esteri (dal 9% della precedente indagine al 13% della presente rilevazione) che ad aprire nuovi sbocchi all'interno del mercato nazionale (dal 14% al 16%).

Ed è proprio la **ricerca di nuovi sbocchi di mercato** che più sembra “fare la differenza” nel contesto attuale: la quota di imprese che registrano un aumento di fatturato, pari nel complesso al 7%, cresce infatti in maniera significativa nel caso di coloro che hanno posto in essere strategie finalizzate alla ricerca di nuovi sbocchi sul mercato domestico (22%) e delle imprese che si sono rivolte a nuovi mercati esteri (28%), seguite a distanza dalle performance delle aziende che hanno perseguito un ampliamento dei prodotti/servizi realizzati.

In conclusione, l'indagine realizzata restituisce l'immagine di un sistema imprenditoriale che – dopo la seconda dura recessione in soli cinque anni – sta affrontando una nuova fase congiunturale cercando di rialzare la testa, attraverso l'elaborazione di nuove e più complesse strategie di risposta alle difficoltà fin qui incontrate.

Si tratta per il momento di segnali nel complesso ancora deboli, in parte conseguenza anche della necessaria cautela che inevitabilmente origina da prospettive di mercato ancora incerte e da tensioni che, tanto sul fronte della liquidità come su quello dell'accesso al credito, non appaiono ancora superate, ma che rappresentano il necessario punto di ri-partenza per tornare a progettare il futuro.

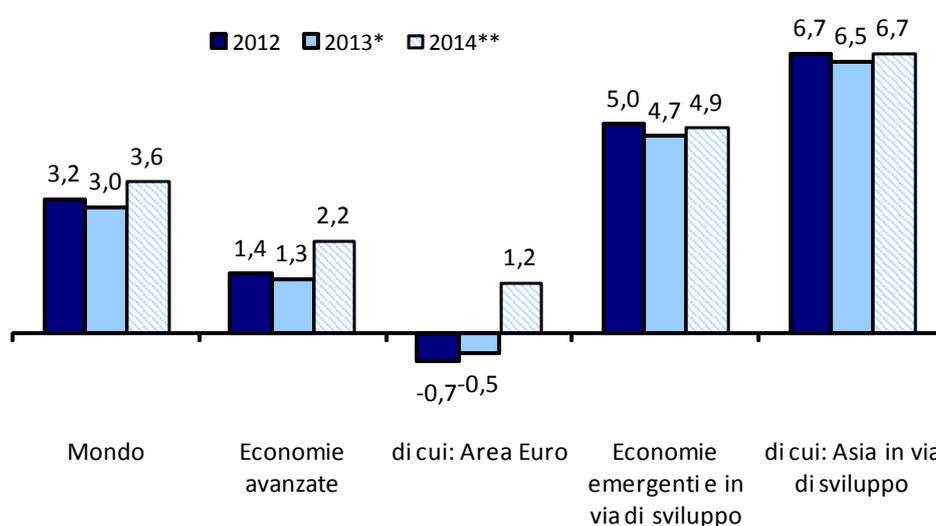
1. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il 2013 è stato caratterizzato da un ulteriore lieve rallentamento della crescita globale, generalizzato tanto alle economie avanzate come a quelle emergenti. La seconda metà del 2013 ha tuttavia visto un rafforzamento dell'attività economica, con un recupero che appare destinato a consolidarsi nell'anno in corso e a tradursi in un'accelerazione sia del pil mondiale (+3,6%) che degli scambi internazionali (+4,0%). Protagoniste di questo rafforzamento, contrariamente a quanto avvenuto nel corso degli ultimi anni, sono le economie avanzate, che nel passaggio dal 2013 al 2014 – secondo le più recenti previsioni del Fondo Monetario – dovrebbero guadagnare quasi un punto percentuale di crescita (fig. 1).

FIGURA 1

Andamento del Pil mondiale

Variazioni % sull'anno precedente



(*) Stime (**) Previsioni

Fonte: FMI, World Economic Outlook, Aprile 2013

Particolarmente importante, in questo contesto, l'inversione del trend che si sta realizzando all'interno dell'Area Euro, dove la recessione del 2012-2013 sta lasciando il posto ad una fase di ripresa. I differenziali territoriali all'interno dell'Eurozona restano comunque ampi: da un lato, nel 2014, la Germania dovrebbe raggiungere una crescita del +1,7% dopo due anni in cui il pur marcato rallentamento (+0,9% nel 2012 e +0,5% nel 2013) non si è tuttavia tradotto in una vera e propria recessione; dall'altro vi sono invece paesi come l'Italia che – dopo un biennio di contrazione dell'attività superiore nel complesso al 4% – si riprendono su tassi che restano tuttavia su livelli ancora modesti (+0,6% nel 2014).

Nel nostro Paese, la ripartenza del 2014 sarà trainata soprattutto dalla riattivazione dei processi di accumulazione del capitale (+1,1% per gli investimenti fissi lordi, dopo tuttavia un crollo del 27,5% fra il 2007 e il 2013) e da un'accelerazione dell'export (+2,9%), quest'ultima peraltro quasi interamente compensata da una crescita delle importazioni di analoga entità. Si arresta inoltre la caduta dei consumi, pur essendo destinati a rimanere su valori sostanzialmente stazionari tanto nella componente delle famiglie (+0,2% sul 2013) che dei consumi pubblici (+0,1%).

È all'interno di tale quadro di riferimento, caratterizzato da una lenta uscita dalla seconda recessione in cinque anni, che vanno pertanto letti i risultati dell'indagine che Unioncamere Toscana ha realizzato nel mese di marzo 2014 su un campione di circa 2.000 imprese toscane rappresentative del tessuto economico regionale, al fine di coglierne *performance* ed aspettative, situazioni di criticità con riferimento alla gestione della liquidità e dell'accesso al credito, comportamenti e strategie messe in atto. Un contesto caratterizzato ancora da molte ombre, ma dove si stanno facendo spazio alcuni spiragli che lasciano intravedere una fase più favorevole rispetto a quella attraversata nel corso degli ultimi anni.

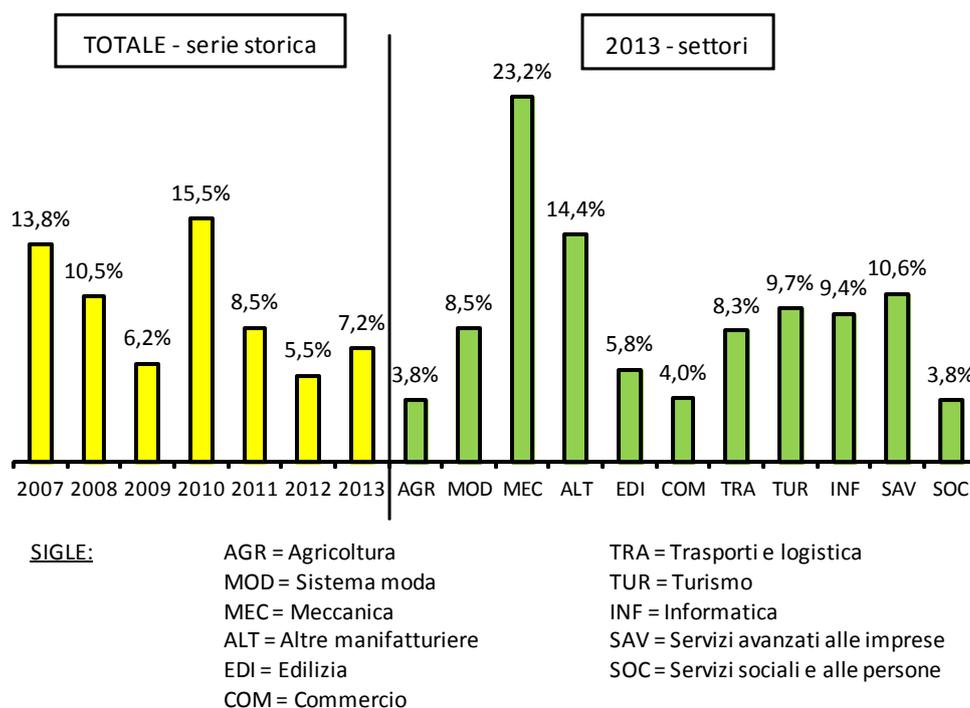
2. EVOLUZIONE DEL MERCATO, PERFORMANCE ED ASPETTATIVE PER IL 2014

L'indagine realizzata testimonia in effetti di come anche per le imprese toscane si stia concretizzando un possibile punto di svolta di un ciclo economico fin qui decisamente negativo. Con riferimento ai consuntivi del 2013, la quota di imprese con fatturato in aumento torna infatti a crescere, seppur in maniera molto modesta, arrestando così la caduta osservata nel precedente biennio. Malgrado ciò, resta comunque ancora ampio il gruppo delle imprese che si caratterizzano per un peggioramento del proprio volume d'affari, ed oltre una impresa su due (il 55,0%) chiude il 2013 in negativo (fig. 2).

FIGURA 2

Andamento del fatturato

Quota % di imprese con fatturato in aumento



Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

La situazione appare tuttavia tutt'altro che omogenea in funzione delle diverse tipologie d'impresa e comparti di attività. I migliori risultati si registrano – a livello settoriale – all'interno del manifatturiero e, in particolare, nell'ingegneria meccanica ed elettronica, mentre nel terziario i migliori risultati sono realizzati dai servizi avanzati alle imprese. Per quanto riguarda invece le principali caratteristiche delle imprese analizzate, una più ampia quota di aziende che hanno messo a segno una crescita del proprio volume d'affari si rileva fra le realtà maggiormente strutturate (il 27,1% delle aziende con almeno dieci addetti riporta un incremento del fatturato), fra le esportatrici (26,8%) e fra le imprese di più recente costituzione (il 21,5% di quelle nate dopo il 2008).

Le maggiori difficoltà si evidenziano invece per agricoltura, edilizia, commercio e servizi sociali/alla persona sotto il profilo settoriale, mentre sotto l'aspetto strutturale sono le

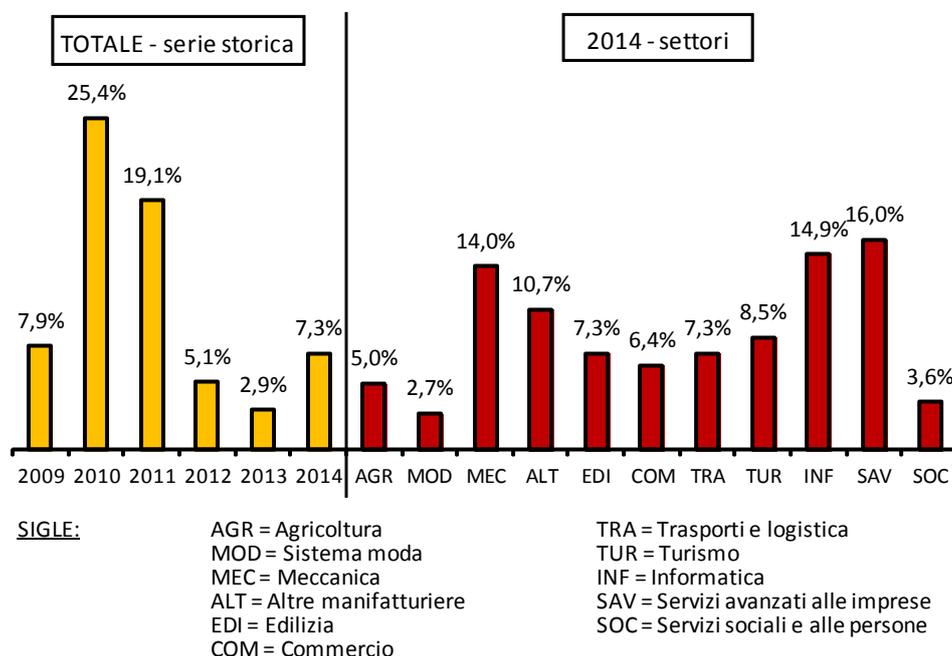
imprese più piccole (solo il 4,1% di quelle fino a 3 addetti riportano un incremento del volume d'affari) e quelle che assumono forme giuridiche maggiormente «semplificate» (il 5,7% delle aziende non costituite come società di capitali, prevalentemente sotto forma di imprese individuali) a far registrare gli andamenti maggiormente negativi. In termini generali, dati relativi al 2013 evidenziano dunque come il peggioramento ciclico osservato nel precedente biennio si sia arrestato, e come anche in una fase che può essere qualificata come recessiva esista una quota non trascurabile di imprese che è stata in grado di mettere a segno risultati positivi, ma come vasti strati del tessuto imprenditoriale abbiano continuato ad accusare un peggioramento dei propri andamenti di mercato

Sono così soprattutto le aspettative per il 2014 ad esprimere un più marcato cambio di percezione relativamente all'evoluzione della situazione in corso. Sebbene la quota di «ottimisti» – di coloro che prevedono cioè di realizzare un incremento del proprio volume d'affari nell'anno corrente – resti su livelli contenuti rispetto a quanto rilevato nel 2010-2011 (prima cioè dell'ultima recessione), il recupero rispetto alle aspettative formulate nella rilevazione dello scorso anno segna infatti una più decisa inversione di tendenza rispetto ai dati di consuntivo (fig. 3)¹. Tale recupero appare poi maggiormente «diffuso» sotto il profilo settoriale, ed interessare – ancora più della meccanica – comparti del terziario a più elevata «intensità di conoscenza» come informatica e servizi avanzati alle imprese.

FIGURA 3

Aspettative sull'andamento del fatturato

Quota % di imprese con previsioni di fatturato in aumento



Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

Come già nel recente passato, i mercati internazionali continueranno a rappresentare la principale fonte di stimolo alla ripresa dell'attività: la domanda estera è infatti prevista in

¹ Anche la quota di imprese che prevedono una diminuzione del proprio fatturato scende inoltre al 37%, dopo che lo scorso anno si attestava al 44%.

crescita dal 12% degli imprenditori, contro una quota più contenuta (il 7%) di coloro che prevedono un'espansione della domanda interna. Anche in questo caso, tuttavia, si notano alcune positive novità rispetto alla precedente indagine. Ad un'attenuazione dell'ottimismo circa l'andamento della domanda estera (nel 2013 gli imprenditori che manifestavano a tale proposito aspettative favorevoli erano pari al 15%), si contrappone infatti un recupero di fiducia sull'andamento di quella nazionale (nel 2013 gli «ottimisti non superavano in questo caso il 3%): un chiaro sintomo del ruolo fondamentale che il mercato interno riveste nel sostenere aspettative imprenditoriali maggiormente favorevoli, soprattutto nel caso di micro e piccole imprese che hanno spesso nel mercato domestico l'unico sbocco commerciale ai propri prodotti. La dinamica dei listini di vendita resterà comunque estremamente contenuta, con solo il 2,2% degli imprenditori che prevede adeguamenti al rialzo dei prezzi nel corso del 2014 ed il 14,0% che – al contrario – ritiene probabile una riduzione. L'indagine conferma dunque come, nello scenario attuale, non vadano certamente sottovalutati i rischi di deflazione, il cui eventuale innesco potrebbe compromettere sul nascere l'avvio ed il consolidamento di una fase di ripresa.

Per il momento, si può comunque osservare come il miglioramento delle aspettative relativamente alle dinamiche di mercato – e, come vedremo meglio oltre, un'attenuazione nelle difficoltà di accesso al credito – induca un leggero miglioramento anche nelle prospettive di investimento delle imprese: il 7% degli imprenditori ha infatti programmi di investimento per il 2014, una quota in rialzo rispetto al 5% della precedente rilevazione anche se ancora decisamente distante dal 22% del 2011. L'atteggiamento rimane dunque, anche in questo caso, estremamente prudente, così come rimangono fondamentalmente di attesa le aspettative circa l'evoluzione occupazionale. La quota di imprese che prevede una situazione di stabilità dei propri organici, già ampia nel 2013 (90%) – cresce ulteriormente con riferimento all'anno in corso (92%); allo stesso tempo, le aziende che prevedono un aumento di tale consistenza resta ancora ai minimi termini (solo l'1%), mentre si assiste ad una diminuzione delle imprese che ritengono probabile una riduzione dei propri addetti (dal 9% al 7%).

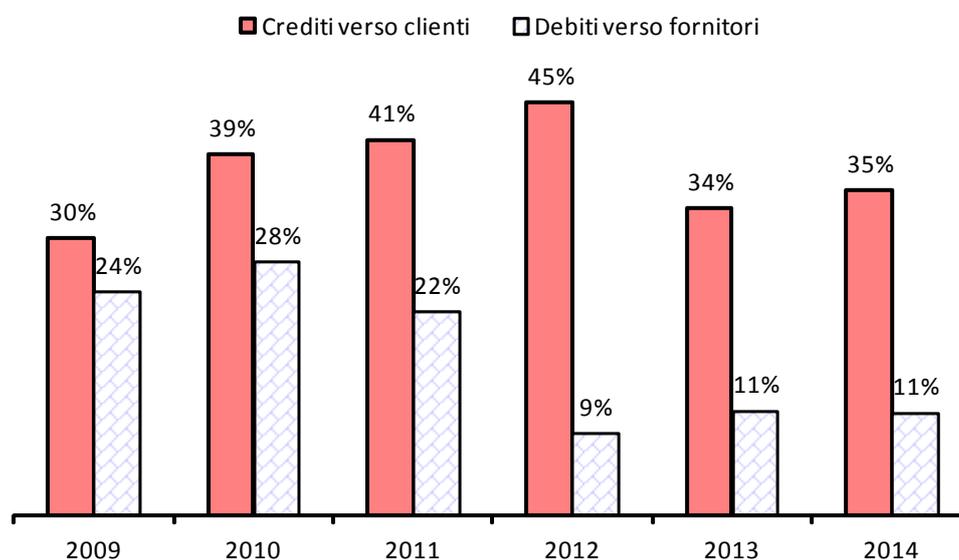
3. FLUSSI FINANZIARI, GESTIONE DELLA LIQUIDITA' ED ACCESSO AL CREDITO

All'inizio del 2014, la quota di imprese che denunciano un aumento dei tempi di riscossione (dai propri clienti/committenti) o dei tempi di pagamento (verso i propri fornitori) è rimasta sostanzialmente invariata sui livelli registrati nella precedente rilevazione (fig. 4). Sebbene si tratti di valori inferiori rispetto ai massimi registrati fra il 2011 e il 2012, il divario che sussiste fra i due gruppi – con un numero molto più ampio di soggetti che hanno segnalato un aumento dei tempi di riscossione – resta ancora ampio, ed evidenzia come per una parte rilevante di imprese la gestione dei crediti e dei debiti commerciali resti problematica, ed un fattore di drenaggio della liquidità aziendale.

FIGURA 4

Crediti e debiti commerciali: andamento dei tempi di riscossione e di pagamento

Quota % di imprese per le quali si è verificato un aumento dei tempi di riscossione (sui crediti) o di pagamento (sui debiti)



N.B.: nel 2009 e nel 2010 il dato si riferiva alla quota di imprese che avevano concesso dilazioni di pagamento (sui crediti) o richiesto dilazioni di pagamento (sui debiti)

Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

Circa un'impresa su quattro (il 26%) prevede del resto che l'anno in corso si caratterizzerà per un nuovo peggioramento sul fronte della gestione della liquidità, un dato in riduzione rispetto alle precedenti rilevazioni (33% nel 2013, 44% nel 2012) ma che resta pur sempre elevato, soprattutto se comparato alla quota del tutto marginale (solo l'1%) che ritiene probabile un miglioramento su questo fronte. Sono soprattutto le imprese più piccole ad avvertire le maggiori difficoltà in tal senso, dal momento che la gestione della liquidità è prevista in peggioramento dal 27% delle aziende fino a 9 addetti contro il 15% di quelle con almeno 10 addetti. Una situazione sfavorevole sotto il profilo in esame caratterizza inoltre le imprese artigiane, con aspettative di peggioramento che interessano una quota pari al 30% (contro il 24% delle non artigiane).

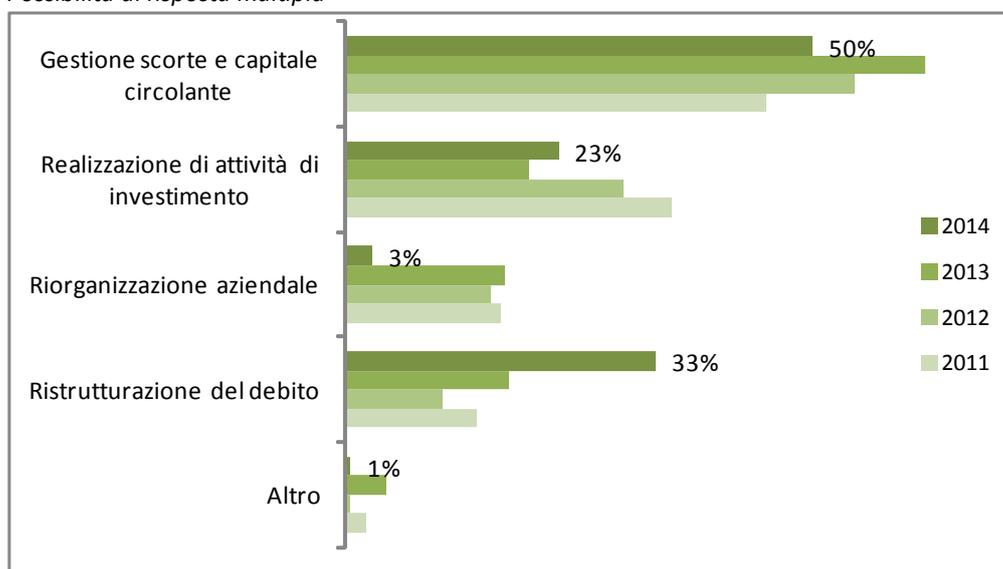
Una certa attenuazione delle difficoltà legate alla gestione della liquidità emerge comunque anche con riferimento alle motivazioni che hanno indotto a ricorrere all'indebitamento bancario: il reperimento di risorse finalizzate alla gestione delle scorte e del capitale circolante mostra infatti una frequenza in deciso calo rispetto a quanto registrato nel 2013, pur restando la principale motivazione addotta dalle imprese sotto il profilo in esame (fig. 5). Altro aspetto positivo, risalgono leggermente le motivazioni legate alla realizzazione di attività di investimento, coerentemente con quanto in precedenza segnalato in merito ai programmi delle imprese per il 2014: tale frequenza resta tuttavia su livelli inferiori a quelli del biennio 2011-2012, confermando l'atteggiamento di attesa che ancora caratterizza sotto tale profilo il comportamento degli imprenditori toscani.

FIGURA 5

Motivi del ricorso all'indebitamento bancario

Quota % di imprese sul totale di quelle che hanno fatto ricorso all'indebitamento bancario

Possibilità di risposta multipla



Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

Fra gli aspetti meno positivi, da segnalare invece che aumenta in maniera sensibile il reperimento di risorse destinate alla ristrutturazione del debito, dato preoccupante nella misura in cui implica il diffondersi di situazioni di crisi aziendale. Ancora più preoccupante è poi il drastico calo dei casi in cui le risorse vengano reperite per scopi di riorganizzazione aziendale, dal momento che ciò denota una rarefazione dei processi di riprogettazione organizzativa e riposizionamento strategico messi in atto dalle imprese toscane.

La diffusione del ricorso all'indebitamento bancario resta comunque su livelli contenuti, così come accade per gli interventi finalizzati alla ricapitalizzazione dell'azienda con mezzi propri (fig. 6). Nel complesso si delinea dunque un quadro in cui i casi di approvvigionamento di nuove risorse finanziarie restano – indipendentemente dai canali e dalle modalità utilizzate – di “basso profilo”, ulteriore conferma dell'atteggiamento “attendista” già in precedenza segnalato con riferimento all'implementazione dei programmi di investimento.

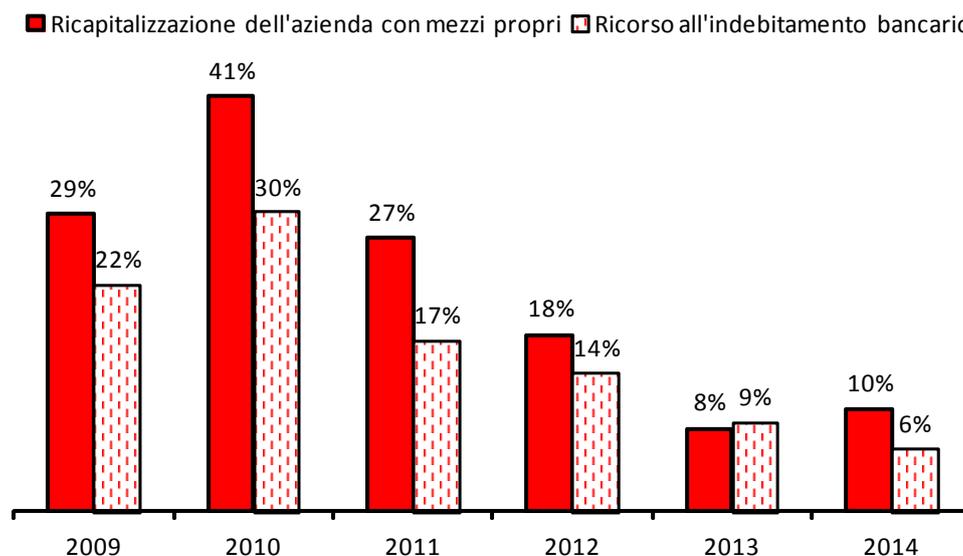
Sintetizzando, si può affermare che le indicazioni ricavate dagli imprenditori configurano il raggiungimento di un “punto di caduta” rispetto alla progressiva, rapida diminuzione dei casi in cui – negli ultimi anni – la riduzione delle risorse immesse in azienda era espressione delle

preoccupazioni e delle difficoltà da questi incontrate sul piano economico-finanziario. Da questo punto di vista, il leggero aumento della quota di imprenditori che stanno decidendo di ricapitalizzare la propria azienda e di avviare nuovi programmi di investimento segnala, se non proprio un'inversione di tendenza, per lo meno un atteggiamento di minore sfiducia rispetto al prossimo futuro, seppur con tutte le cautele imposte da una situazione ancora fragile sia finanziariamente che sotto il profilo degli andamenti di mercato.

FIGURA 6

Approvvigionamento di nuove risorse finanziarie

Quota % di imprese che hanno ricapitalizzato o hanno fatto ricorso all'indebitamento bancario



Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

Ciò detto, i differenziali maggiori nel reperimento e nell'apporto di nuove risorse si registrano, in primo luogo, in funzione dell'anno di costituzione, con le imprese avviate fra il 2012 e il 2013 che hanno provveduto nel 20% dei casi alla ricapitalizzazione con mezzi propri e nel 16% all'indebitamento bancario, contro valori che per quelle attive da almeno cinque anni sono pari rispettivamente al 10% e al 6%. Le imprese neo-costituite evidenziano dunque un fabbisogno finanziario più elevato rispetto alle imprese che hanno superato la fase di primo consolidamento sul mercato, aspetto certo non sorprendente alla luce delle risorse che i processi di start-up aziendale normalmente assorbono.

Rilevante è inoltre il differenziale che si osserva fra imprese esportatrici (ricapitalizzazione 10%, indebitamento 13%) e non esportatrici (10% e 2%), confermando anche su tale fronte come il reperimento di risorse costituisca un fattore-chiave nell'intraprendere percorsi di internazionalizzazione e – più in generale – nel realizzare programmi di investimento a sostegno di processi di sviluppo aziendale. Un ulteriore significativo gap si registra infine fra micro imprese (ricapitalizzazione 10%, indebitamento 5%) ed imprese maggiormente strutturate (11% e 13% per le aziende con almeno dieci addetti): il più elevato apporto di risorse da parte di queste ultime evidenzia un maggior fabbisogno che, come vedremo meglio oltre, appare collegato al perseguimento di strategie maggiormente complesse ed articolate, fra cui quelle per l'internazionalizzazione costituiscono solo uno dei possibili percorsi da intraprendere.

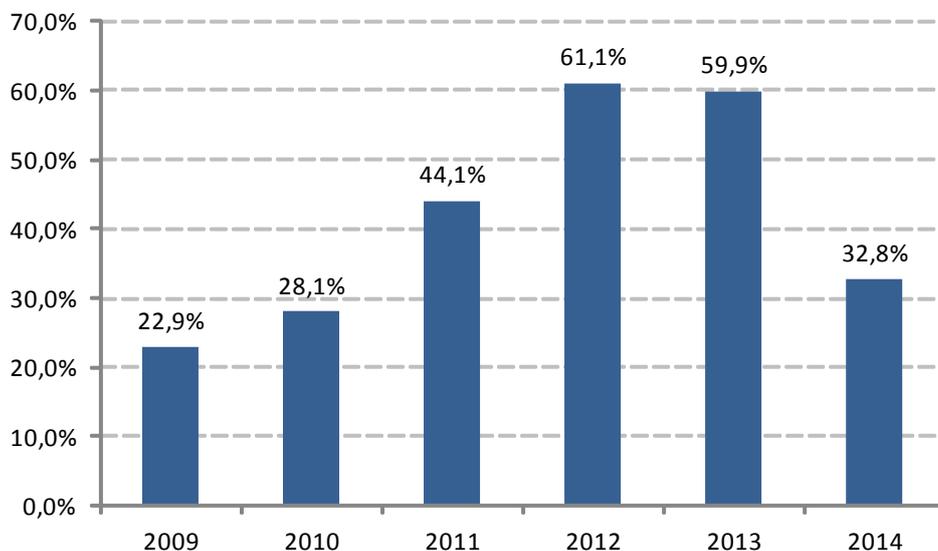
Resta infine da sottolineare come il ricorso all'indebitamento bancario resti su livelli modesti e, contrariamente ai casi di ricapitalizzazione con mezzi propri, in leggera ulteriore diminuzione rispetto all'indagine del 2013, situazione peraltro che appare confermata anche dagli indicatori sui prestiti alle imprese resi disponibili periodicamente dalla Banca d'Italia (a dicembre 2013, in discesa del 2,7% rispetto alla fine del 2012). Va soprattutto evidenziato, a tale proposito, come ciò si realizzi nonostante nell'anno in corso si registri una rilevante diminuzione sul fronte delle difficoltà di accesso al credito, che dopo aver toccato punte particolarmente elevate nel corso delle due precedenti rilevazioni scende con l'ultima in maniera significativa (fig. 7).

In questo senso, l'attuale fase sembra dunque caratterizzarsi per un allentamento delle condizioni di accesso al credito, ed il ridotto ricorso al reperimento di risorse finanziarie presso il sistema bancario originato soprattutto da un'intonazione della domanda che appare per molti versi ancora trattenuta. A parziale integrazione di tale considerazione, occorre d'altra parte osservare come la distensione nelle condizioni di accesso al credito appaia ancora parziale: la quota di imprese che giudica tali condizioni meno favorevoli rispetto allo scorso anno resta infatti su livelli pur sempre elevati in senso assoluto, collocandosi al di sopra di un periodo – il biennio 2009-2010 – già fortemente caratterizzato dall'irrigidimento delle condizioni di accesso al credito conseguente ai riflessi della crisi finanziaria.

FIGURA 7

Difficoltà di accesso al credito bancario

Quota % di imprese che giudica le condizioni di accesso al credito bancario meno favorevoli rispetto all'anno precedente (al netto delle mancate risposte)



Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

Per concludere, differenziali sfavorevoli di accesso al credito interessano in particolare soprattutto alcuni settori, fra cui il sistema moda (dove il 51% delle imprese giudica meno favorevoli le relative condizioni), l'edilizia (44%), i trasporti (38%) e l'informatica (37%). Sotto il profilo delle caratteristiche strutturali delle imprese in esame, maggiori difficoltà riguardano invece le imprese artigiane (38% vs. 30% delle non artigiane), le imprese subfornitrici (41% vs. 26% di quelle che operano interamente in conto proprio) e le imprese prevalentemente esportatrici (37% per quelle che derivano oltre la metà del proprio fatturato dai mercati esteri vs. 30% delle altre), forse in considerazione di una percezione più elevata di rischio da parte

degli istituti bancari. Da osservare infine che le difficoltà di accesso al credito risultano più elevate per le imprese che intrattengono rapporti con più istituti bancari (41% vs. 26% di quelle che hanno rapporti con un solo istituto). Resta la necessità di comprendere, a tale proposito, il rapporto di causalità fra i due fenomeni considerati, se cioè la decisione di intrattenere rapporti con più istituti sia la conseguenza di precedenti problematiche condizioni di accesso al credito o se, viceversa, l'esclusività del rapporto banca-impresa non consenta di stabilire effettivamente una relazione su basi fiduciarie in grado di ridurre le "asimmetrie informative" e di garantire condizioni maggiormente favorevoli ai prenditori.

4. COMPORTAMENTI ED ORIENTAMENTI STRATEGICI DELLE IMPRESE

Malgrado l'approvvigionamento di nuove risorse rappresenti, come visto in precedenza, un'opzione relativamente circoscritta, è soprattutto dall'analisi dei comportamenti e degli orientamenti strategici messi in atto dalle imprese che sembra trasparire il ritorno ad un clima di fiducia maggiormente favorevole. Dopo aver assistito, nel corso delle due precedenti rilevazioni, ad un generalizzato impoverimento delle risposte offerte dalle aziende alla nuova recessione, l'ultima indagine fa infatti registrare un'importante inversione di tendenza sotto il profilo in esame. L'utilizzo delle diverse leve strategiche a disposizione degli imprenditori torna a diffondersi in maniera più ampia fra le imprese toscane, interessando sia quegli atteggiamenti classificati anche nelle precedenti rilevazioni come «difensivi», sia quelli di natura maggiormente «proattiva» (fig. 8).

FIGURA 8

Comportamenti e strategie di risposta degli imprenditori

Valori % al netto delle mancate risposte (possibilità di risposta multipla) e confronto con la precedente indagine

MISURE "DIFENSIVE"	
Razionalizzazione dei costi di produzione/gestione	63% ↑
Compressione dei margini	57% ↑
Razionalizzazione dei costi di approvvigionamento e logistica	32% ↑
Riduzione del personale	7% ↑
Abbandono di alcuni dei mercati fin qui presidiati (1)	4% ↓
Riduzione della gamma dei prodotti/servizi offerti	1% ↓
MISURE "PROATTIVE" E DI RIQUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA	
Miglioramento della qualità dei prodotti/servizi offerti	39% ↑
Ricerca di nuovi canali/forme distributive/promozionali	23% ↑
Ricerca di nuovi sbocchi commerciali in Italia e/o all'estero (1)	21% ↑
Ampliamento della gamma dei prodotti/servizi offerti	11% =
Adesione ad iniziative di rete (con imprese, consorzi, associazioni, ecc.)	9% ↓
Programmi di investimento in corso	7% ↑

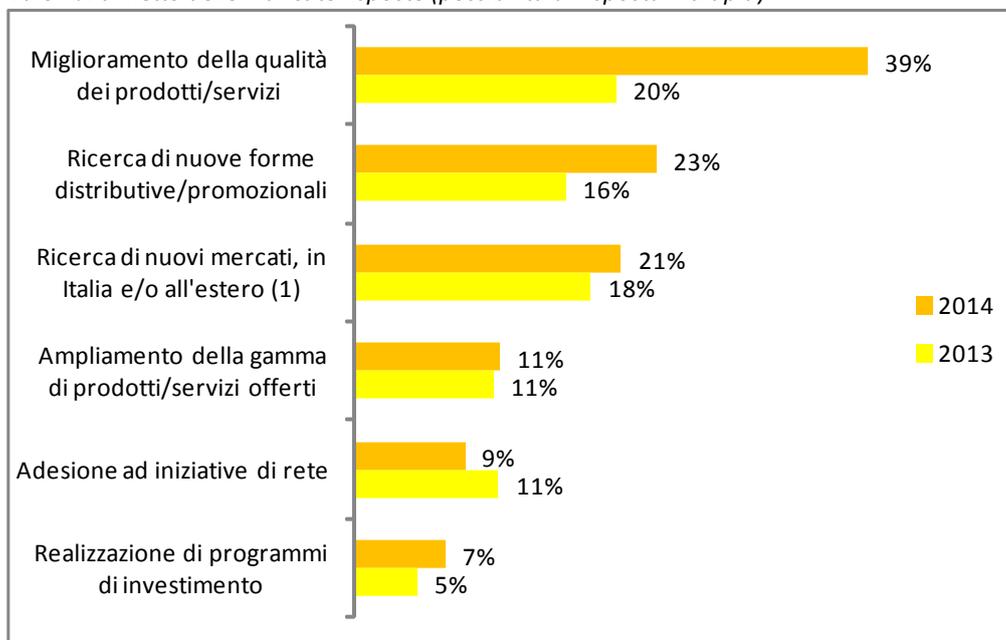
(1) Settore manifatturiero e agricoltura.

Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

Fra gli interventi del primo tipo, quelli volti ad una razionalizzazione e contenimento dei costi di produzione/gestione restano i più diffusi, risultando inoltre in aumento (insieme a quelli rivolti ai costi di approvvigionamento e logistica) rispetto alla precedente rilevazione. La ricerca di una maggiore efficienza operativa è peraltro ancora una volta giustificata dalla necessità di recuperare adeguati livelli di redditività, a fronte di politiche di prezzo che rimangono – come visto in precedenza – estremamente caute e che si traducono in pratiche commerciali volte alla compressione dei margini. Oltre a questi vi sono comunque altri elementi, nei comportamenti “difensivi” analizzati, che rimandano ad un miglioramento delle condizioni in cui si trovano ad operare le imprese, fra cui una quota più limitata di aziende che ritiene opportuna una riduzione del personale – aspetto di grande importanza in prospettiva futura, nella misura in cui il mercato del lavoro continua invece ad evidenziare, almeno per il momento, un peggioramento dei relativi indicatori – ed una minore frequenza di casi in cui si ritiene opportuno abbandonare alcuni dei mercati fin qui presidiati, segnale anche in questo caso di un'attenuazione delle criticità fin qui riscontrate.

Più significative ancora, in tal senso, le indicazioni che riguardano il secondo gruppo di comportamenti ed orientamenti strategici, nella misura in cui si tratta di interventi che implicano generalmente un orizzonte temporale di medio/lungo periodo e comportano – almeno in prospettiva – più elevati livelli di investimento e di risorse dedicate. In tale ambito aumenta, in particolare, il ricorso ad interventi volti a migliorare la qualità dei prodotti/servizi offerti (fig. 9), con valori particolarmente elevati fra le aziende del sistema manifatturiero (51%), dei servizi avanzati alle imprese (53%) e – soprattutto – del turismo (60%). Particolare valenza, in tale ambito, assume inoltre la tipologia di clientela servita: le imprese esportatrici, nel caso del manifatturiero, e quelle con clientela anche straniera, nel turismo, riportano infatti valori decisamente superiori rispetto a quelli delle imprese che operano esclusivamente sul mercato nazionale (nel manifatturiero, aziende esportatrici 67% vs. 42% delle non esportatrici; nel turismo, aziende con clientela straniera 69% vs. 50% di quelle con clientela solo italiana).

FIGURA 9

Comportamenti e strategie di risposta: misure "proattive" e di riqualificazione dell'offerta*Valori % al netto delle mancate risposte (possibilità di risposta multipla)*

(1) Settore manifatturiero e agricoltura.

Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

Sostanzialmente stabile resta invece la quota di imprese che hanno ampliato la gamma dei propri prodotti/servizi, comportamenti che rimandano anche all'introduzione di nuovi prodotti ed a processi di innovazione maggiormente radicali rispetto ai progressivi adattamenti che sono alla base della ricerca di più semplici miglioramenti di prodotto. Anche l'ampliamento della gamma dei prodotti/servizi offerta risulta comunque maggiormente diffusa per il settore dei servizi avanzati (21%) e del turismo (20%), oltre che – sotto il profilo delle caratteristiche strutturali d'impresa – per quelle operanti in conto proprio (18% contro il 10% di quelle che svolgono anche attività di subfornitura), per le esportatrici (21% vs. 12% delle non esportatrici) e per le imprese di maggiori dimensioni (23% per quelle con almeno dieci addetti vs. 10% per le micro-imprese).

Una maggiore diffusione caratterizza inoltre la ricerca di nuovi canali e forme distributive/promozionali, soprattutto fra le imprese del turismo (41%) e dei servizi avanzati alle imprese (36%). Anche in questo caso, come in precedenza si è visto per le strategie legate al miglioramento o all'introduzione di nuovi prodotti, le caratteristiche delle imprese che ricorrono maggiormente a nuove forme di commercializzazione presentano profili per molti versi analoghi, con una maggiore accentuazione del fenomeno fra le imprese più strutturate (34% per quelle con almeno 10 addetti vs. 22% per le micro), per quelle che operano sui mercati internazionali (48% vs. 17% delle non esportatrici) e per le imprese del turismo che intercettano anche segmenti di clientela estera (53% vs. 26% delle imprese con sola clientela nazionale). Un'importante discriminazione nell'adozione di tali strategie è inoltre rappresentato dall'anno di avvio dell'attività: presso le imprese neo-costituite, coerentemente con la necessità di ricercare adeguati spazi di mercato, il ricorso a nuovi canali distributivi/forme promozionali è decisamente più elevato (30% per quelle avviate nel corso dell'ultimo quinquennio) rispetto a quelle maggiormente consolidate (23% per quelle avviate prima del 2009).

Ed una maggiore diffusione caratterizza anche la ricerca di nuovi sbocchi di mercato, con la propensione ad operare sui mercati esteri che progredisce più rapidamente (passando dal 9% della precedente indagine al 13% della presente rilevazione) di quella relativa alla ricerca di nuovi sbocchi sul mercato nazionale (che passa dal 14% al 16%). Ancora una volta, il livello di strutturazione organizzativa sembra contare nella capacità di esplorare nuovi mercati, con le imprese maggiormente dimensionate che evidenziano valori più elevati rispetto alle micro-imprese (49% delle imprese con almeno 10 addetti vs. 16% delle under-10). Meno significativo, ma ancora di un certo rilievo, è poi il differenziale che sussiste fra imprese che operano in conto proprio (30%) da un lato e imprese operanti anche in sub-fornitura (23%) dall'altro, verosimilmente per il ruolo che le imprese committenti esercitano nella definizione degli sbocchi commerciali anche rispetto alle proprie imprese fornitrici e, più in generale, sull'intera filiera di riferimento.

In diminuzione appare invece l'adesione ad iniziative di rete, che tuttavia si rivelano più diffuse all'interno del settore dei trasporti/logistica (17%), dei servizi avanzati alle imprese (15%), dell'agricoltura (14%) e del commercio (11%), così come fra le realtà organizzative maggiormente strutturate (18% per quelle con almeno 10 addetti vs. 8% delle micro), fra le imprese di più recente costituzione (16% per quelle costituite dopo il 2008 vs. 8% di quelle avviate prima di tale anno), per le imprese non artigiane (11% vs. 4% delle non artigiane) e per le società di capitale (12% vs. 8% delle altre forme giuridiche).

Al di là della più o meno ampia diffusione dei diversi orientamenti strategici passati in rassegna, è infine interessante verificare la relazione sussistente fra questi e le *performance* realizzate dalle imprese che hanno adottato l'uno o l'altro intervento. Nel grafico (fig. 10), in particolare, sono stati selezionati i comportamenti maggiormente diffusi (limitatamente a quelli cui hanno aderito almeno il 10% delle imprese); questi sono stati quindi ordinati in ordine decrescente per grado di adozione (passando da un massimo del 63% per quanto riguarda la razionalizzazione dei costi di produzione/gestione ad un minimo dell'11% relativamente all'ampliamento della gamma dei prodotti/servizi offerti), e distinti fra misure «difensive» (istogrammi chiari) e «proattive» (istogrammi scuri).

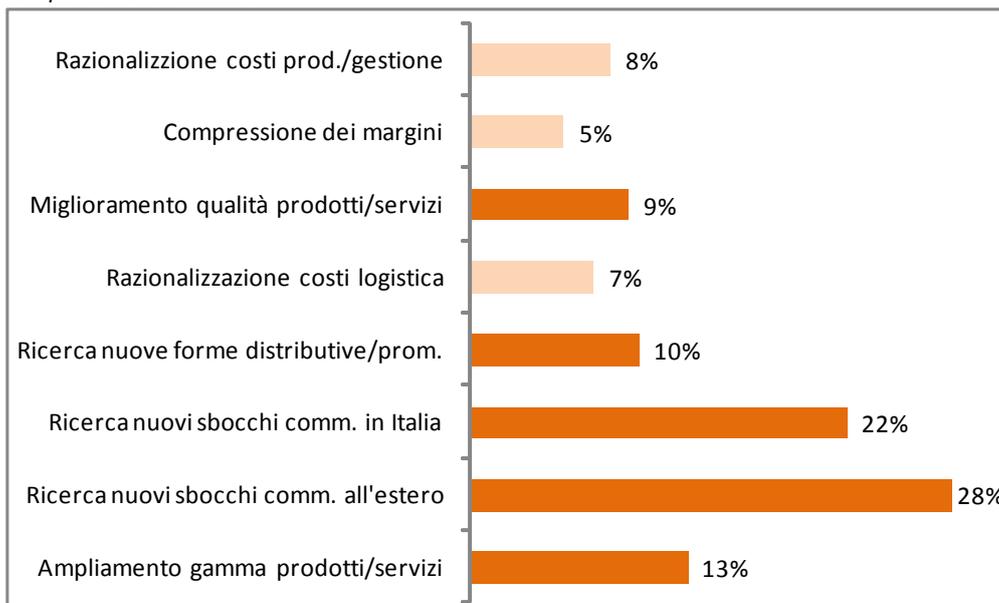
In termini generali, ancora una volta l'esito di tale verifica evidenzia come a queste seconde sia associato un maggior numero di imprese che hanno fatto registrare una crescita dei propri fatturati. Le percentuali più elevate di imprese in crescita si registrano inoltre per gli

istogrammi collocati più in basso nel grafico, ovvero per quelle voci – fra quelle selezionate – cui ha aderito un minor numero di imprese. Gli orientamenti strategici cui sono collegati migliori risultati aziendali si rivelano dunque anche quelli di più difficile adozione, verosimilmente – come già si è accennato in precedenza – per il maggior grado di complessità e, conseguentemente, per le maggiori risorse necessarie ai fini della relativa implementazione.

FIGURA 10

Strategie di risposta delle imprese e performance realizzate

Quota % di imprese con fatturato in aumento (al netto delle mancate risposte) in funzione dei comportamenti adottati



N.B.: Nel grafico sono selezionate le voci cui le imprese hanno fatto maggiormente ricorso (da quelle con la maggiore frequenza, in alto, a quelle con la frequenza più bassa). Gli istogrammi chiari sono riferite alle misure "difensive", quelli scuri alle misure "proattive".

Fonte: Unioncamere Toscana, Survey pmi (2014)

Per le maggiori "probabilità di successo" connesse si distinguono, sopra a tutti gli altri, gli interventi finalizzati alla ricerca di nuovi sbocchi commerciali, in Italia ma soprattutto all'estero, seguiti a distanza da comportamenti orientati all'ampliamento dei prodotti/servizi realizzati e – dunque – all'introduzione di innovazioni di prodotto. La capacità di esplorare nuovi mercati, ed in subordine la propensione innovativa, continua dunque rappresentare l'attività che, più delle altre, costituisce la principale discriminante fra imprese che, pur nelle difficoltà presenti, riescono a conseguire risultati positivi, ed imprese che invece sono ancora alla ricerca di una inversione di tendenza. A queste misure, in maniera complementare, si affianca inoltre l'individuazione di adeguate forme distributive/promozionali, in un mix prodotto-promozione-commercializzazione-mercato che appare costituire l'asse portante delle strategie aziendali orientate alla crescita.

NOTA METODOLOGICA

Obiettivi, modalità e periodo di svolgimento dell'indagine

Obiettivo principale dell'indagine è quello di analizzare la situazione attraversata dalle imprese sul fronte economico-produttivo, di approfondire le tematiche relative alla gestione dei flussi finanziari ed all'accesso al credito, di verificare le strategie di risposta poste in essere dalle stesse a fronte dell'attuale scenario macroeconomico.

In particolare, attraverso il questionario utilizzati sono stati analizzati aspetti riguardanti:

- gli andamenti di mercato delle imprese;
- le aspettative formulate per il 2014 dagli imprenditori;
- l'evoluzione della liquidità aziendale;
- le condizioni di accesso al credito;
- le misure adottate dalle imprese nel quadro dell'attuale contesto competitivo.

L'indagine è stata progettata per fornire informazioni settoriali a livello regionale, mentre per le province toscane la significatività si limita al solo totale provinciale e a due aggregati settoriali (comparti produttori di beni e di servizi).

L'indagine è stata condotta tramite interviste telefoniche condotte con il sistema CATI, affidando apposito incarico ad ISR (Istituto di Studi e Ricerche) – Azienda Speciale della Camera di Commercio di Massa-Carrara). La rilevazione è stata condotta nel periodo compreso tra il 10 marzo e il 1° aprile 2014.

Universo di riferimento e domini conoscitivi

L'universo di riferimento è rappresentato dall'insieme delle imprese attive al 31-12-2013 così come risultanti dagli elenchi del Registro delle Imprese, operanti in vari comparti dell'economia toscana. Gli ambiti di stima sono costituiti da:

- 11 settori di attività economica a livello regionale, così definiti in termini di codifica Ateco 2007:

SETTORE	ATECO 2007
Agricoltura	A01
Sistema moda	da C13 a C15
Meccanica	da C24 a C30 + C33
Altro manifatturiero	da C10 a C12 + da C16 a C23 + C31 + C32
Edilizia	da F41 a F43
Commercio	G45.1 + G47
Trasporti e logistica	H49 + H52
Turismo	I55 + I56 + N79.1
Informatica	J62 + J63.1
Servizi avanzati alle imprese	da M69 a M74 + N78
Servizi sociali e alle persone	P + Q + R + S

- 2 raggruppamenti di forme giuridiche (sempre a livello regionale): società di capitali e altre forme giuridiche;
- 10 aree territoriali (le dieci province toscane);

- 2 raggruppamenti settoriali a livello provinciale: settori produttori di beni (agricoltura, sistema moda, meccanica, altre manifatturiere, edilizia) e settori produttori di servizi (commercio, trasporti e logistica, turismo, informatica, servizi avanzati alle imprese, servizi sociali e alle persone).

La distribuzione delle imprese nell'universo di riferimento, per settore regionale, territorio e forma giuridica, è la seguente:

Imprese attive al 31-12-2013	
<i>Valori assoluti</i>	
SETTORI DI ATTIVITA'	
Agricoltura (A01)	39.178
Manifatturiero (da C10 a C33)	48.145
Sistema moda (da C13 a C15)	18.704
Meccanica (da C24 a C30 + C33)	11.864
Altro (da C10 a C12 + da C16 a C23 + C31 + C32)	17.577
Edilizia (da F41 a F43)	59.808
Commercio (G45.1 + G47)	53.239
Trasporti e logistica (H49 +H52)	9.091
Turismo (I55 + I56 + N79.1)	27.247
Informatica (J62 + J63.1)	5.163
Servizi avanzati alle imprese (da M69 a M74 + N78)	10.593
Servizi sociali e alla persona (P+Q+R+S)	22.797
Totale	275.261
PROVINCE	
Arezzo	26.687
Firenze	69.001
Grosseto	22.010
Livorno	22.143
Lucca	29.066
Massa-Carrara	14.772
Pisa	28.440
Pistoia	21.698
Prato	20.645
Siena	20.799
Totale	275.261
FORMA GIURIDICA	
Società di capitali	43.853
Non società di capitali	231.408
Totale	275.261

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere-Stock-View

Strategia di campionamento, metodologia di riporto all'universo dei dati rilevati e procedure di stima

Dall'universo di riferimento è stato estratto un campione casuale di imprese, sulla base di un disegno di campionamento ad uno stadio con stratificazione della popolazione secondo le seguenti variabili:

- settore di attività
- provincia di localizzazione

- forma giuridica

La stratificazione del campione e le operazioni di riporto all'universo sono state svolte tenendo in considerazione congiuntamente le tre variabili di stratificazione in precedenza elencate: essendo stati considerati 11 settori, 10 province e 2 classi di forma giuridica, gli strati di campionamento sono risultati complessivamente pari a 220. Il campione teorico è risultato pari complessivamente a 2.000 unità.

L'allocazione dello stesso fra gli strati è avvenuta adottando una strategia intermedia fra l'ipotesi di stretta proporzionalità del campione rispetto all'universo di riferimento da un lato, e l'allocazione efficiente del campione dall'altro, in modo tale da limitare gli inconvenienti derivanti dall'una o dall'altra ipotesi (massima variabilità degli errori nel primo caso; equiripartizione del campione fra gli strati nel secondo). Lo schema di campionamento teorico adottato è stato il seguente:

Disegno di campionamento teorico	
<i>Valori assoluti</i>	
SETTORI DI ATTIVITA'	
Agricoltura (A01)	180
Manifatturiero (da C10 a C33)	560
Sistema moda (da C13 a C15)	220
Meccanica (da C24 a C30 + C33)	210
Altro (da C10 a C12 + da C16 a C23 + C31 + C32)	130
Edilizia (da F41 a F43)	200
Commercio (G45.1 + G47)	200
Trasporti e logistica (H49 +H52)	170
Turismo (I55 + I56 + N79.1)	180
Informatica (J62 + J63.1)	170
Servizi avanzati alle imprese (da M69 a M74 + N78)	170
Servizi sociali e alla persona (P+Q+R+S)	170
Totale	2.000
PROVINCE	
Arezzo	205
Firenze	220
Grosseto	195
Livorno	195
Lucca	205
Massa-Carrara	190
Pisa	210
Pistoia	195
Prato	190
Siena	195
Totale	2.000
FORMA GIURIDICA	
Società di capitali	800
Non società di capitali	1.200
Totale	2.000

La numerosità campionaria progettata è risultata di 2.000 imprese ed è stata interamente coperta nel corso della rilevazione, sebbene nel non completo rispetto delle quote settoriali inizialmente previste. Sulla base del numero di osservazioni per strato effettivamente ottenute

con l'indagine sono stati calcolati i pesi effettivi (rapporto fra numerosità della popolazione e numerosità del campione ottenuto nello strato). Le stime sono state ottenute espandendo le misure campionarie con i pesi effettivi; questo metodo permette di tenere conto delle differenze fra il campione progettato e quello effettivamente realizzato e di attenuare la distorsione per mancata risposta. Le elaborazioni dei dati sono state realizzate con il software SPSS 19.

Di seguito si forniscono alcune indicazioni sulla precisione delle stime di percentuali (o proporzioni) per i principali ambiti di stima in termini di semi-intervalli di confidenza al livello di fiducia del 95%, in funzione dell'ambito di stima e del valore osservato della stima.

Precisione delle stime per ambiti di stima e valore della stima puntuale osservata

Valore del semi-intervallo di confidenza al 95%

	Numerosità		Stime puntuali osservate									
	Universo	Campione	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	
SETTORI DI ATTIVITA'												
Agricoltura	39.178	190	4,3%	5,7%	6,5%	6,9%	7,1%	6,9%	6,5%	5,7%	4,3%	
Manifatturiero	48.145	626	2,3%	3,1%	3,6%	3,8%	3,9%	3,8%	3,6%	3,1%	2,3%	
Sistema moda	18.704	235	3,8%	5,1%	5,8%	6,2%	6,4%	6,2%	5,8%	5,1%	3,8%	
Meccanica	11.864	247	3,7%	4,9%	5,7%	6,0%	6,2%	6,0%	5,7%	4,9%	3,7%	
Altro	17.577	144	4,9%	6,5%	7,5%	8,0%	8,1%	8,0%	7,5%	6,5%	4,9%	
Edilizia	59.808	156	4,7%	6,3%	7,2%	7,7%	7,8%	7,7%	7,2%	6,3%	4,7%	
Commercio	53.239	212	4,0%	5,4%	6,2%	6,6%	6,7%	6,6%	6,2%	5,4%	4,0%	
Trasporti-logistica	9.091	171	4,5%	5,9%	6,8%	7,3%	7,4%	7,3%	6,8%	5,9%	4,5%	
Turismo	27.247	144	4,9%	6,5%	7,5%	8,0%	8,1%	8,0%	7,5%	6,5%	4,9%	
Informatica	5.163	168	4,5%	6,0%	6,8%	7,3%	7,4%	7,3%	6,8%	6,0%	4,5%	
Servizi av. imprese	10.593	163	4,6%	6,1%	7,0%	7,5%	7,6%	7,5%	7,0%	6,1%	4,6%	
Servizi soc. e pers.	22.797	176	4,4%	5,9%	6,7%	7,2%	7,4%	7,2%	6,7%	5,9%	4,4%	
Totale	275.261	2.006	1,3%	1,7%	2,0%	2,1%	2,2%	2,1%	2,0%	1,7%	1,3%	
PROVINCE												
Arezzo	26.687	204	4,1%	5,5%	6,3%	6,7%	6,8%	6,7%	6,3%	5,5%	4,1%	
Firenze	69.001	219	4,0%	5,3%	6,1%	6,5%	6,6%	6,5%	6,1%	5,3%	4,0%	
Grosseto	22.010	198	4,2%	5,5%	6,4%	6,8%	6,9%	6,8%	6,4%	5,5%	4,2%	
Livorno	22.143	197	4,2%	5,6%	6,4%	6,8%	7,0%	6,8%	6,4%	5,6%	4,2%	
Lucca	29.066	205	4,1%	5,5%	6,3%	6,7%	6,8%	6,7%	6,3%	5,5%	4,1%	
Massa-Carrara	14.772	191	4,2%	5,6%	6,5%	6,9%	7,0%	6,9%	6,5%	5,6%	4,2%	
Pisa	28.440	211	4,0%	5,4%	6,2%	6,6%	6,7%	6,6%	6,2%	5,4%	4,0%	
Pistoia	21.698	197	4,2%	5,6%	6,4%	6,8%	7,0%	6,8%	6,4%	5,6%	4,2%	
Pratp	20.645	191	4,2%	5,6%	6,5%	6,9%	7,1%	6,9%	6,5%	5,6%	4,2%	
Siena	20.799	193	4,2%	5,6%	6,4%	6,9%	7,0%	6,9%	6,4%	5,6%	4,2%	
Totale	275.261	2.006	1,3%	1,7%	2,0%	2,1%	2,2%	2,1%	2,0%	1,7%	1,3%	
FORMA GIURIDICA												
Società di capitali	43.853	793	2,1%	2,8%	3,2%	3,4%	3,4%	3,4%	3,2%	2,8%	2,1%	
Non soc. capitali	231.408	1.213	1,7%	2,2%	2,6%	2,7%	2,8%	2,7%	2,6%	2,2%	1,7%	
Totale	275.261	2.006	1,3%	1,7%	2,0%	2,1%	2,2%	2,1%	2,0%	1,7%	1,3%	

UNIONCAMERE TOSCANA – UFFICIO STUDI

NOTE E APPROFONDIMENTI (SELEZIONE DELLE PRECEDENTI USCITE)

- 2014-02 Survey pmi 2014. “After the storm”: le imprese toscane fra crisi e ripartenza
Maggio 2014
- 2014-01 Le detrazioni per riqualificazioni energetiche. Una stima dell’impatto economico ed occupazionale per le regioni italiane
Aprile 2014
- 2013-01 Osservatorio sui bilanci delle società di capitali in Toscana. Andamenti economici e situazione patrimoniale 2007-2011 - Previsioni anno 2012.
Gennaio 2013
- 2012-15 Osservatorio sui bilanci delle società di capitali in Toscana. Rapporto 2012
Luglio 2012
- 2012-10 Giornata Economia 2012. Le pmi toscane all’inizio del 2012: una crisi “depressiva”?
Maggio 2012
- 2012-06 Il ruolo dell’agricoltura nel contesto economico, sociale e ambientale. I principali risultati dell’indagine sulle imprese agricole toscane
Marzo 2012
- 2012-05 Scenari agroalimentari globali e agricoltura toscana
Marzo 2012
- 2011-06 Giornata Economia 2011. Le pmi toscane all’inizio del 2011: prove di ripresa
Maggio 2011
- 2010-07 Il settore della logistica in Toscana. Quadro strutturale e dinamiche di medio periodo (2004-2009)
Aprile 2010
- 2009-03 I principali competitors internazionali sui mercati di sbocco della Toscana. Alcuni casi settoriali
Aprile 2009

Per informazioni:

Unioncamere Toscana – Ufficio Studi

Via Lorenzo il Magnifico, 24

50129 Firenze

Tel. 055-4688.1

Mail studi@tos.camcom.it

Web www.tos.camcom.it

Le note sono disponibili sul sito www.starnet.unioncamere.it nell’area territoriale Toscana.