

PMI: UNIONCAMERE, MIGLIORANO LE PROSPETTIVE ECONOMIA TOSCANA PER IL 2011 (4)

Cresce al contrario l'adozione di strategie di risposta di carattere "aggressivo" e di riqualificazione dell'offerta, oltreche' maggiormente proiettate in un orizzonte temporale di medio-lungo periodo. Aumentano infatti le imprese che perseguono non soltanto percorsi di miglioramento della qualita' dei prodotti/servizi offerti (54%), ma anche di ampliamento della gamma di offerta (23%) e di diversificazione dei mercati di sbocco, strategia perseguita dal 44% delle imprese.

Piu' in generale, e' infine necessario sottolineare come un crescente numero di imprese stia cercando di affrontare il dopo-crisi attraverso la realizzazione di programmi di investimento (22%), la cui diffusione appare nel complesso in significativa crescita rispetto agli anni passati (17% tanto nel 2008 che nel 2009). Si tratta di una propensione che non interessa soltanto il manifatturiero (27%), ma anche informatica e servizi avanzati alle imprese (26%). Su livelli leggermente inferiori si collocano invece l'agricoltura (23%) ed il turismo (21%), mentre decisamente al di sotto - seppur anche in questo caso in risalita - si attesta il commercio (15%, era al 12% nel 2009 ed all'11% nel 2008).