



Ricerca promossa da **INTESA SANPAOLO**

Quaderni FNE
Collana Osservatori, n. 102 – novembre 2009

**OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TERZIARIO AVANZATO
QUADRO COMPETITIVO, CONGIUNTURA, STRATEGIE PER LA
CRISI E RAPPORTO CON IL MONDO DEL CREDITO**

a cura di *Silvia Oliva, Gianluca Toschi*

Sommario

INTRODUZIONE

I RISULTATI DELLA TERZA RILEVAZIONE DELL' OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TERZIARIO AVANZATO

Silvia Oliva e Gianluca Toschi

1. Il settore
 - 1.1 Caratteristiche delle imprese
 - 1.2 Il quadro competitivo
2. La congiuntura economica
 - 2.1 Il consuntivo del primo semestre 2009
 - 2.2 Previsioni per il secondo semestre 2009
3. Gli effetti della crisi e le strategie per superarla
4. Il rapporto con il mondo del credito
 - 4.1 Le condizioni generali: accesso al credito, tassi di interesse e commissioni
 - 4.2 Il credito in tempo di crisi

APPENDICE

1. Nota metodologica
2. La classificazione del terziario avanzato
3. I risultati della rilevazione

INTRODUZIONE

Il terziario avanzato rappresenta circa il 15% delle imprese presenti sul territorio italiano e circa il 40% delle attività che operano nell’ambito del settore terziario.

Tuttavia, il dato più importante relativo al settore è la crescita esponenziale in termini di imprese e addetti che il comparto dei servizi alle imprese ha conosciuto nel corso dell’ultimo ventennio. Nel periodo compreso tra i due ultimi Censimenti sulle attività produttive, quello del 1991 e quello del 2001, la crescita del numero di aziende è stata del 118%; mentre quella degli addetti del 90%¹.

Tab. 1 – Terziario avanzato in Italia. Numero di imprese per macroarea di attività, dicembre 2007

	2007 ²	%
Consulenza	274.506	40,1
Ingegneria, territorio e ambiente	208.152	30,4
Information Technology	84.005	12,3
Comunicazione e Marketing	69.129	10,1
Prove, controlli, valutazioni e certificazioni	5.897	0,9
Servizi integrati agli immobili e alle infrastrutture	42.110	6,2
Totali	683.799	100,0

Fonte: elaborazioni Fondazione Nord Est su banca dati ASIA.

Come emerso dalle precedenti edizioni dell’Osservatorio nazionale sul Terziario avanzato, promosso da Intesa Sanpaolo e realizzato dalla Fondazione Nord Est, il settore oggetto dell’indagine evidenzia un legame molto forte con il comparto manifatturiero. La maggioranza delle imprese intervistate, infatti, dichiara che lo sviluppo dei servizi alle imprese è legato alla necessità emergente da parte del settore industriale di esternalizzare alcune funzioni di carattere terziario che non appare più conveniente realizzare all’interno. La forza del legame è tale che gli intervistati si attendono che le prospettive di crescita del terziario avanzato siano strettamente connesse con quelle del manifatturiero.

La crisi internazionale che ha investito l’economia ha determinato forti tensioni sulla produzione e sul fatturato delle imprese industriali. Parallelamente anche le imprese del terziario avanzato hanno subito una pesante contrazione degli ordini/commesse e del fatturato: il 40% circa degli intervistati, infatti, ha indicato una flessione di questi parametri nel primo semestre dell’anno. In questo contesto appare rilevante ricordare che il 34,4% delle attività ha dichiarato che i propri clienti stanno internalizzando servizi che precedentemente acquisivano sul mercato.

¹ F. Guelpa, S. Oliva, A. Rigoni, G. Toschi, *Osservatorio nazionale sul terziario avanzato: servizi, mercati, risorse umane, rapporti con il mondo produttivo, innovazione, rappresentanza, burocrazia, congiuntura, rapporto con il mondo del credito*, Quaderni FNE, Collana Osservatori, n. 95, marzo 2009, Fondazione Nord Est, Treviso

² Nel dato di dicembre 2007 è stato possibile attribuire distintamente le attività rientranti nel codice Ateco '91 74846, per cui occorre tenere in debita considerazione i limiti nella comparabilità dei dati 2001 e 2007.

Il rallentamento congiunturale non ha determinato forti tensioni in termini di occupazione anche in ragione del fatto che questo settore si caratterizza per dimensioni, in termini di addetti, estremamente ridotte: più del 50% delle imprese del campione, infatti, ha uno o due addetti. Viceversa, si sono registrati forti difficoltà per quanto attiene la liquidità aziendale anche a causa dei forti ritardi dei pagamenti rispetto ai termini pattuiti (circa il 70% del campione lamenta un ritardo).

Rispetto al prossimo futuro le attività del terziario avanzato prospettano un rallentamento della flessione, ma mostrano anche una forte attenzione alle strategie da intraprendere nell'immediato per affrontare in modo pro-attivo la crisi. Diversamente da quanto avviene in altri settori l'attenzione si sposta dal contenimento dei costi - che nel terziario avanzato appare difficilmente praticabile dal momento che si dovrebbero tagliare la scarse, ma estremamente importanti e competitive, risorse umane – verso due obiettivi: l'incremento degli spazi di mercato, attraverso nuovi servizi, migliori rapporti con la clientela e ricerca di nuovi mercati, e la ridefinizione del processo produttivo, con nuove forme di organizzazione del lavoro e nuove tecnologie.

Un altro elemento che viene considerato importante per mantenere la competitività, ma ancora poco attuato nell'ambito del settore, è la capacità di crescita dimensionale attraverso la creazioni di reti, la partecipazione ad aggregazioni, ma anche tramite alleanze e fusioni.

La definizione di strategie da intraprendere per ritornare a crescere passa necessariamente per l'analisi del contesto competitivo in cui le imprese del terziario avanzato sono chiamate ad operare. In termini di concorrenza, quasi tre imprese su quattro tra quelle intervistate si confrontano con concorrenti prevalentemente locali. La competizione, sui mercati dei servizi, si basa prevalentemente su fattori come il prezzo, la qualità e l'offerta di nuovi servizi. Per quanto riguarda i fattori meno strettamente legati al "servizio" - ma alla dimensione della relazione con il cliente, alle modalità di erogazione del servizio e all'uso delle tecnologie - prevalgono, come fattori competitivi importanti, la reputazione, la competenza delle risorse umane e l'utilizzo di tecnologie. Nei mercati dei servizi, inoltre, cominciano a diventare rilevanti due fenomeni relativamente recenti: le imprese-clienti stanno, come visto, internalizzando servizi che prima venivano acquistati all'esterno, e acquistano servizi da imprese che hanno sede all'estero. Il primo fenomeno è probabilmente legato alla particolare situazione congiunturale, che spinge le imprese a internalizzare alcuni servizi/processi che in precedenza erano stati esternalizzati per saturare risorse interne, il secondo fenomeno assume, invece, caratteristiche strutturali, e rappresenta, per il futuro, un ulteriore elemento che dovrà essere considerato dalle imprese del terziario in termini di nuove dimensioni della concorrenza.

In prospettiva futura, le aziende del terziario dichiarano di voler agire principalmente su un mix di fattori competitivi quali la qualità, l'introduzione di nuovi servizi, la competenza delle risorse umane e la reputazione. Rispetto ai mercati (intesi in senso fisico/geografico) le imprese del terziario dichiarano di voler puntare prevalentemente sull'ambito provinciale e sulla regione di appartenenza.

Altro elemento di rilievo e in un certo senso critico per le prospettive del settore è il rapporto con il mondo del credito. Come già rilevato nelle precedenti edizioni l'interazione tra terziario avanzato e sistema bancario non è sempre facile perché le aziende lamentano la mancanza di una adeguata preparazione del personale bancario e di specifici servizi/strumenti finanziari coerenti con le particolari esigenze di un settore in cui prevalgono gli elementi immateriali e non esistono forti garanzie patrimoniali da

offrire a sostegno del credito richiesto. Anche in questa terza edizione dell'indagine si sono presi in considerazioni due aspetti del rapporto tra mondo bancario e imprese dei servizi: l'andamento delle condizioni generali che riguardano la possibilità di accesso al credito, i tassi di interesse e le altre commissioni applicate dalle banche e le dinamiche relative a richieste/ottenimento di nuovo credito.

Il primo semestre del 2009 non porta grandi novità sul fronte dell'accesso al credito. Per più di sei imprese su dieci la possibilità di accedere al credito è peggiorata negli ultimi sei mesi, una percentuale sostanzialmente in linea con quella relativa al secondo semestre 2008. E' più positiva, invece, la situazione sul fronte "tassi di interesse": diminuisce sensibilmente la percentuale delle imprese che dichiarano un peggioramento, e la parte più consistente delle imprese dichiara una sostanziale stabilità delle condizioni. Timidi segnali di miglioramento anche per quanto riguarda il costo dei servizi e delle commissioni bancarie, anche in questo caso diminuisce (pur rimanendo maggioritaria) la percentuale delle imprese che dichiarano un peggioramento negli ultimi sei mesi. Rispetto alle aspettative, per i prossimi sei mesi, gli imprenditori del terziario non si attendono grandi cambiamenti per quanto riguarda la possibilità di accesso al credito, tassi di interesse e costi dei servizi. Prevalgono, infatti, per tutti e tre i parametri indagati aspettative di sostanziale stabilità.

Nel secondo trimestre del 2009 più di una impresa su cinque del terziario si è rivolta al sistema creditizio per richiedere nuovo credito. In più di un caso su tre la richiesta non è stata accolta, una percentuale decisamente più elevata rispetto a quella rilevata in un'indagine analoga che coinvolgeva imprese anche del manifatturiero e del commercio³ condotta a maggio 2009. Le difficoltà già evidenziate nelle precedenti rilevazioni dell'Osservatorio potrebbero, almeno in parte, giustificare differenze così marcate negli esiti delle richieste di credito che si registrano confrontando le imprese dei servizi, con un campione più articolato di imprese.

³ D. Marini (a cura di), *L'Italia delle imprese. Rapporto 2009*, Quaderni FNE, Collana Ricerche, n. 55, giugno 2009, Fondazione Nord Est, Treviso

I RISULTATI DELLA TERZA RILEVAZIONE DELL'OSSERVATORIO NAZIONALE SUL TERZIARIO AVANZATO

1. Il settore

1.1 Le caratteristiche delle imprese

Il settore del terziario avanzato presenta una platea molto vasta di piccolissime imprese: il 77% delle imprese, infatti, conta meno di 6 addetti.

Tab. 2 - Quante persone (escluso Lei) lavorano nella Sua azienda? (val. %)

1 addetto	27,0
2 addetti	28,3
3-5 addetti	21,7
6-9 addetti	10,0
10 o più addetti	13,0
Totale	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

La dimensione in termini di addetti trova conferma a livello di classi di fatturato: il 38,2% ha un fatturato fino ai 50mila euro, il 16,9% da 50mila a 99mila e il 12,8% da 100mila a 149mila.

Tab. 3 - In base all'ultimo bilancio approvato, qual è il fatturato della Sua impresa (val. %)

fino a 50mila euro	38,2
da 50mila fino a 99 mila euro	16,9
da 100 mila a 149 mila euro	12,8
da 150 mila a 199mila euro	6,7
da 200 mila a 499 mila euro	12,6
da 500 mila a 749 mila euro	3,5
da 750 mila a 1 milione di euro	3,5
più di un milione di euro	5,9
Totale	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Il terziario avanzato si caratterizza per il suo particolare rapporto con la clientela che, come emerso dalle precedenti indagini⁴, si caratterizza attraverso forti rapporti di fiducia costruiti grazie alle competenze degli imprenditori e dei loro collaboratori, ma anche per la qualità dei servizi offerti. Qualità e valore che si concretizzano anche nella realizzazione di prodotti personalizzati sulle esigenze del singolo cliente. Questa tipologia di servizi rappresenta mediamente il 57,5% del fatturato realizzato dalle aziende intervistate.

⁴ F. Guelpa, S. Oliva, A. Rigoni, G. Toschi, *Osservatorio nazionale sul terziario avanzato: servizi, mercati, risorse umane, rapporti con il mondo produttivo, innovazione, rappresentanza, burocrazia, congiuntura, rapporto con il mondo del credito*, Quaderni FNE, Collana Osservatori, n. 95, marzo 2009, Fondazione Nord Est, Treviso

Tab. 4 - Fatto 100 il Suo fatturato, può indicarci la quota percentuale dalla vendita di... (val. %)

Servizi standardizzati	42,5
Servizi personalizzati per singolo cliente	57,5
Totale	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

La clientela del settore è costituita prevalentemente da altre imprese⁵. Il fatturato del business to business rappresenta il 64,0% del totale. Il 26,2%, invece, deriva da vendite ai privati e “solo” il 9,8% da servizi venduti al settore pubblico.

Tab. 5 - In percentuale del fatturato, i servizi prodotti dalla Sua impresa sono rivolti in percentuale ... (val. %)

Alle imprese	64,0
Ai privati	26,2
Al settore pubblico	9,8
Totale	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Un’altra caratteristica del settore è la ridotta concentrazione del fatturato: il 61,5% del fatturato, infatti, è determinata da più del 50% dei propri clienti. La clientela, quindi, appare in questo settore molto polverizzata e, quindi, il fatturato è realizzato con una quota elevata di clienti.

Tab. 6 - La parte prevalente del Suo fatturato (circa 80%) da quale quota dei Suoi clienti è determinata?

Meno del 10% dei clienti	14,9
Dal 10% al 30% dei clienti	11,1
Dal 30 al 50% dei clienti	12,5
Più del 50% dei clienti	61,5
Totale	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

1.2 Il quadro competitivo

Per quasi tre imprese su quattro (72,1%) del terziario la concorrenza è prevalentemente locale e si concentra nella provincia (53,7%) o nella regione (18,4%) in cui opera l’impresa. Una percentuale che si eleva all’84,5% tra le imprese delle Isole, all’82,7% nel settore della consulenza amministrativa e fiscale e all’82,6% tra le imprese con due addetti.

Sono, invece, le imprese che offrono servizi di ingegneria e progettazione (45,7%), quelle che operano nel settore del marketing e della comunicazione (39,6%) e quelle del Centro (34,5%) a misurarsi con concorrenti nazionali che si collocano al di fuori dei confini regionali. Per il momento la concorrenza da parte di imprese straniere non sembra molto sviluppata: il dato generale si attesta a un 3,9%, anche se vanno rimarcati

⁵ Nella prima rilevazione si era ipotizzata l’esistenza di un network tra le imprese del terziario avanzato in grado di offrire all’economia nel suo complesso un pacchetto completo e variegato di servizi.

i valori notevolmente superiori che si riscontrano tra le imprese con 10 e più addetti (8,5%) e tra quelle dell'informatica e automazione (7,4%).

Tab. 7 - Dove si collocano, prevalentemente, i concorrenti della Sua impresa? (val. %)

	Nella provincia	All'interno della regione	Provincia + Regione	In Italia	All'estero	Totale
Tutti	53,7	18,4	72,1	24,0	3,9	100,0
Addetti						
1 addetto	49,4	19,3	68,7	27,5	3,8	100,0
2 addetti	66,7	15,9	82,6	16,3	1,1	100,0
da 3 a 5 addetti	54,1	16,5	70,6	23,4	6,0	100,0
da 6 a 9 addetti	47,0	23,0	70,0	28,0	2,0	100,0
da 10 addetti in su	38,8	20,9	59,7	31,8	8,5	100,0
Area geografica						
Nord Ovest	58,7	16,4	75,1	18,6	6,3	100,0
Nord Est	56,8	16,4	73,2	22,9	3,9	100,0
Centro	47,7	15,8	63,5	34,5	2,0	100,0
Sud	43,5	25,2	68,7	29,8	1,5	100,0
Isole	54,9	29,6	84,5	12,7	2,8	100,0
Settore						
Amministrativofiscale, consulenza economica...	66,0	16,7	82,7	15,9	1,4	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	36,7	28,9	65,6	29,5	4,9	100,0
Ingegneria/progettazione	37,1	14,3	51,4	45,7	2,9	100,0
Informatica e automazione	45,3	18,9	64,2	28,4	7,4	100,0
Marketing e comunicazione	37,7	17,0	54,7	39,6	5,7	100,0
Risorse umane	55,7	23,1	78,8	15,4	5,8	100,0
Altre attività di servizi	56,2	12,9	69,1	25,8	5,1	100,0
Cluster⁶						
Servizi per il settore pubblico	34,7	22,9	57,6	33,9	8,5	100,0
Servizi personalizzati per le imprese	42,3	18,9	61,2	34,8	4,0	100,0
Servizi standardizzati per le imprese	60,9	18,8	79,7	16,1	4,2	100,0
Servizi per i privati	61,3	17,1	78,4	20,2	1,4	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

⁶ Cluster: raggruppamenti determinati attraverso la cluster analysis utilizzando il tipo di mercato di riferimento e la tipologia di servizio offerto. Per misurare la similitudine (distanza) tra le variabili è stata utilizzata la distanza euclidea elevata al quadrato, il metodo di aggregazione utilizzato di Ward.

Utilizzando i risultati della *cluster analysis* si evidenzia come siano le imprese che hanno come mercato prevalente il settore pubblico quelle che si trovano a competere maggiormente con concorrenti stranieri (8,5%). Tra le imprese che si rivolgono ad altre imprese offrendo servizi personalizzati si registra, invece, la percentuale più elevata di aziende che competono con concorrenti nazionali che si collocano fuori dai confini regionali (34,8%).

Tab. 8 - Su quali due fattore, in ordine di importanza, agiscono principalmente i Vostri concorrenti?(val. %)

	Prezzo	Rapidità	Qualità	Aampiezza di gamma	Nuovi servizi	Totale
Tutti (1^a scelta)	59,0	6,0	14,1	10,2	10,7	100,0
Tutti (2^a scelta)	17,3	21,0	26,1	16,3	19,3	100,0
Addetti (1^a scelta)						
1 addetto	50,4	6,6	20,5	13,2	9,3	100,0
2 addetti	61,9	7,1	10,1	7,8	13,1	100,0
da 3 a 5 addetti	61,3	6,2	11,9	8,2	12,4	100,0
da 6 a 9 addetti	63,0	3,2	12,0	12,0	9,8	100,0
da 10 addetti in su	64,5	4,2	14,0	10,7	6,6	100,0
Area geografica (1^a scelta)						
Nord Ovest	63,8	7,6	13,8	7,9	6,9	100,0
Nord Est	57,8	4,2	16,0	10,8	11,2	100,0
Centro	58,5	4,9	13,7	12,0	10,9	100,0
Sud	55,7	5,7	11,5	11,5	15,6	100,0
Isole	51,4	10,0	12,9	8,6	17,1	100,0
Settore (1^a scelta)						
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	57,4	6,2	14,5	9,5	12,4	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	61,6	4,4	16,4	6,9	10,7	100,0
Ingegneria/progett.ne	64,7	8,8	11,8	8,8	5,9	100,0
Informatica e automazione	65,6	7,5	8,6	12,9	5,4	100,0
Marketing e comunicazione	63,3		10,2	16,3	10,2	100,0
Risorse umane	54,5	6,8	13,7	6,8	18,2	100,0
Altre attività di servizi	55,8	7,0	15,3	12,1	9,8	100,0
Cluster (1^a scelta)						
Servizi per il settore pubblico	44,0	7,8	18,1	13,7	16,4	100,0
Servizi personalizzati per le imprese	60,2	6,7	12,2	9,7	11,2	100,0
Servizi standardizzati per le imprese	70,9	4,1	10,7	6,1	8,2	100,0
Servizi per i privati	55,1	7,6	14,0	12,1	11,2	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Alle imprese del terziario è stato chiesto di indicare quali siano i due fattori competitivi sui quali agisce principalmente la concorrenza, utilizzando due elenchi di fattori. Il primo set propone una serie strettamente legata al “servizio” - come il prezzo, la rapidità di risposta rispetto alle richieste del mercato, il livello qualitativo, l’ampiezza di gamma, l’innovatività - mentre, il secondo riguarda la dimensione della relazione con il cliente (reputazione, assistenza post-vendita, canali distributivi), le modalità di erogazione del

servizio (collaborazione con altre imprese, competenza delle risorse umane) e le tecnologie (utilizzo tecnologie).

I rispondenti hanno indicato il prezzo come il fattore più rilevante (59,0% delle imprese alle quali va aggiunto il 17,3% che lo indica al secondo posto). Seguono la qualità, indicata dal 14,1% e dal 26,1% come seconda scelta, al terzo posto l'offerta di nuovi servizi (10,7% e 19,3%), al quarto l'ampiezza della gamma dei servizi offerti (10,2% e 19,3%), chiude l'elenco la rapidità (6,0% e 21,0%).

E' possibile approfondire l'analisi utilizzando i dati che si riferiscono al primo fattore competitivo indicato dalle imprese. Il prezzo è stato indicato come fattore più importante soprattutto dalle imprese del mondo dell'informatica e dell'automazione (65,6%), da quelle che offrono servizi di ingegneria e progettazione (64,7%) e dalle imprese più grandi (64,5 tra le imprese con 10 e più addetti). La qualità è indicata come fattore competitivo più importante con maggior intensità rispetto alla media dalle imprese più piccole: 20,5% tra le imprese con un addetto rispetto al 14,1% medio, mentre l'offerta di nuovi servizi risulta un fattore competitivo importante nel settore dei servizi che riguardano le risorse umane. L'ampiezza della gamma interessa soprattutto le imprese del marketing e comunicazione (16,3% contro il 10,2% medio).

Sulle valutazioni che riguardano i fattori competitivi agisce, ovviamente, anche il posizionamento sul mercato, in termini di clientela e di tipologia di servizi offerti. Alla concorrenza basata sul fattore prezzo si dichiarano particolarmente esposte le imprese che si rivolgono ad altre imprese offrendo servizi standardizzati (70,9%). La qualità e l'ampiezza della gamma sembrano invece pesare relativamente di più (dato che comunque il fattore principale di competizione rimane il prezzo col 44,0%) per le imprese che si rivolgono al settore pubblico.

Tra i fattori competitivi che riguardano la dimensione della relazione con il cliente, le modalità di erogazione del servizio e le tecnologie, le aziende del terziario mettono al primo posto la reputazione (24,1% delle indicazioni), segue la competenza delle risorse umane (23,0%), e al terzo posto si colloca l'utilizzo delle tecnologie (15,0%). Il dato è in parziale sintonia con quanto emerso nelle precedenti rilevazioni dell'Osservatorio nazionale sul terziario avanzato, quando alla richiesta di indicare "...la principale leva competitiva sulle quale può agire un'impresa che opera nel suo settore?" le imprese rispondevano che:

La principale leva competitiva viene individuata nella competenza delle risorse umane (37,2%), seguita dalla reputazione (20,7%) e dall'utilizzo delle tecnologie (14,5%)⁷.

Se si considerano complessivamente la prima e la seconda indicazione, i tre fattori competitivi indicati come più importanti rimangono gli stessi, e si registrano solo alcune variazioni in termini di posizioni relative: al primo posto balza la competenza delle risorse umane (49,4%), al secondo l'utilizzo delle tecnologie (40,7%) e al terzo la reputazione (37,5%). Come emerso nelle precedenti rilevazioni, la tecnologia appare come un fattore che abilita nella competizione con i concorrenti.

⁷ F. Guelfa, S. Oliva, A. Rigoni, G. Toschi, *Osservatorio nazionale sul terziario avanzato: servizi, mercati, risorse umane, rapporti con il mondo produttivo, innovazione, rappresentanza, burocrazia, congiuntura, rapporto con il mondo del credito*, Quaderni FNE, Collana Osservatori, n. 95, marzo 2009, Fondazione Nord Est, Treviso

Analizzando in profondità il dato che si riferisce alla prima indicazione ci si accorge come la reputazione pesi in particolare per le imprese che operano nei settori delle risorse umane (44,7%) e del marketing e comunicazione (41,3%). La competenza delle risorse umane è richiamata con una frequenza molto più alta rispetto alla media (34,7% contro 23,0%) dalle imprese che si occupano di consulenza di direzione e management.

Tab. 9 - E fra questi? (val. %)

	Reputazione	Utilizzo tecnologie	Assistenza post-vendita	Disponibilità dei canali distributivi	Collaborazione con altre imprese	Competenza delle risorse umane	Totalle
Tutti (1^a scelta)	24,1	15,0	8,7	14,8	14,4	23,0	100,0
Tutti (2^a scelta)	13,4	25,7	9,4	12,0	13,1	26,4	100,0
Addetti (1^a scelta)							
1 addetto	30,1	15,3	8,5	14,4	13,1	18,6	100,0
2 addetti	16,7	19,7	9,3	19,2	12,1	23,0	100,0
da 3 a 5 addetti	23,7	9,4	12,2	14,4	16,0	24,3	100,0
da 6 a 9 addetti	23,4	16,5	5,9	7,1	21,2	25,9	100,0
da 10 addetti in su	28,4	11,9	5,6	11,9	13,8	28,4	100,0
Area geografica (1^a scelta)							
Nord Ovest	23,1	14,9	9,1	18,0	9,8	25,1	100,0
Nord Est	26,6	18,3	7,9	11,5	15,1	20,6	100,0
Centro	27,4	11,9	7,1	13,7	16,1	23,8	100,0
Sud	14,5	11,7	11,7	16,2	20,7	25,2	100,0
Isole	27,4	16,1	8,2	14,5	16,1	17,7	100,0
Settore (1^a scelta)							
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	25,1	16,7	10,3	8,2	15,2	24,5	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	17,0	13,6	6,1	11,6	17,0	34,7	100,0
Ingegneria/progett.ne	18,8	12,5	12,5	18,8	12,5	24,9	100,0
Informatica e automazione	22,5	15,7	9,0	29,2	12,4	11,2	100,0
Marketing e comunicazione	41,3	15,2	13,0	4,4	10,9	15,2	100,0
Risorse umane	44,7	2,1	8,5	8,5	23,4	12,8	100,0
Altre attività di servizi	21,5	16,6	6,8	22,9	11,2	21,0	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

In prospettiva futura, le aziende dichiarano di voler agire principalmente sul fattore qualità (indicato come principale dimensione sulla quale agire dal 40,4% dei rispondenti e come secondo fattore per importanza dal 30,1%), seguono l'introduzione di nuovi servizi (22,5% e 19,0%), in terza posizione si colloca il prezzo (18,8% e 17,2% come seconda possibilità). In un settore in cui, come sottolineato in precedenza, le imprese stesse riconoscono che il prezzo rappresenta il fattore più importante sul quale agisce la concorrenza, la risposta competitiva dei rispondenti sembra essere caratterizzata dalla volontà di differenziarsi puntando su dimensioni “altri” del servizio come appunto la

qualità e la capacità di introdurre nuovi servizi, rinunciando, almeno in parte, alla competizione su segmenti di mercato in cui il prezzo diventa l'elemento centrale nelle scelte dei clienti.

Tab. 10 - E su quali due fattori agirà, nel prossimo futuro, la Sua impresa? (val. %)

	Prezzo	Rapidità	Qualità	Aampiezza di gamma	Nuovi servizi	Totale
Tutti (1^a scelta)	18,8	11,5	40,4	6,8	22,5	100,0
Tutti (2^a scelta)	17,2	17,7	30,1	16,0	19,0	100,0
Addetti (1^a scelta)						
1 addetto	14,7	10,2	42,8	9,0	23,3	100,0
2 addetti	29,2	11,4	35,6	4,9	18,9	100,0
da 3 a 5 addetti	17,0	17,0	39,1	6,6	20,3	100,0
da 6 a 9 addetti	13,1	11,1	41,4	4,1	30,3	100,0
da 10 addetti in su	13,6	4,8	46,4	8,8	26,4	100,0
Area geografica (1^a scelta)						
Nord Ovest	26,5	10,5	39,5	4,1	19,4	100,0
Nord Est	17,6	11,4	39,5	7,7	23,8	100,0
Centro	15,7	9,8	42,6	8,9	23,0	100,0
Sud	11,9	17,5	39,7	7,9	23,0	100,0
Isole	13,1	8,7	42,0	8,7	27,5	100,0
Settore (1^a scelta)						
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	19,3	11,4	39,5	7,1	22,7	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	12,3	9,9	48,1	5,6	24,1	100,0
Ingegneria/progett.ne	13,9	25,0	30,6	8,3	22,2	100,0
Informatica e automazione	15,4	14,1	33,3	6,4	30,8	100,0
Marketing e comunicazione	7,8	5,9	51,0	5,9	29,4	100,0
Risorse umane	11,3	5,7	52,8	9,4	20,8	100,0
Altre attività di servizi	28,8	12,4	34,7	6,9	17,2	100,0
Cluster (1^a scelta)						
Servizi per il settore pubblico	13,7	13,7	35,8	4,3	32,5	100,0
Servizi personalizzati per le imprese	10,8	13,7	40,7	6,4	28,4	100,0
Servizi standardizzati per le imprese	22,4	10,6	40,2	7,9	18,9	100,0
Servizi per i privati	20,1	10,3	41,7	6,9	21,0	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

I risultati della *cluster analysis* evidenziano come le imprese che rivolgono i propri servizi personalizzati alle imprese intendano agire, in maniera coerente rispetto al quadro strategico nel quale operano, sul fronte dell'innovazione di prodotto/servizio (28,4% contro 22,5% medio), una via che viene condivisa con le imprese che lavorano principalmente con committenti del settore pubblico (32,5%), che in questo modo cercano probabilmente nicchie di mercato non ancora esplorate.

Tab. 11 - E fra questi? (val. %)

	Reputazione	Utilizzo tecnologie	Assistenza post-vendita	Disponibilità dei canali distributivi	Collaborazione con altre imprese	Competenza delle risorse umane	Total
Tutti (1^a scelta)	24,0	18,1	8,7	5,2	17,8	26,2	100,0
Ttti (2^a scelta)	12,2	23,9	15,0	8,6	12,9	27,4	100,0
Addetti							
1 addetto	24,5	18,2	13,0	6,4	21,7	16,2	100,0
2 addetti	30,2	18,1	5,3	4,5	15,7	26,2	100,0
da 3 a 5 addetti	18,3	21,8	9,1	5,6	14,7	30,5	100,0
da 6 a 9 addetti	15,3	19,4	11,2	8,2	22,4	23,5	100,0
da 10 addetti in su	26,2	10,7	4,1	1,6	15,6	41,8	100,0
Area geografica (1^a scelta)							
Nord Ovest	27,1	18,4	9,4	3,4	12,8	28,9	100,0
Nord Est	23,0	18,1	10,6	5,3	20,0	23,0	100,0
Centro	22,3	19,2	6,2	9,3	13,5	29,5	100,0
Sud	21,3	17,2	7,4	2,5	25,4	26,2	100,0
Isole	26,5	16,2	7,4	4,4	27,9	17,6	100,0
Settore (1^a scelta)							
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	27,9	18,4	8,9	4,2	14,8	25,8	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	17,6	10,7	8,2	2,5	22,6	38,4	100,0
Ingegneria/progett. ne	24,2	27,3	9,1	3,0	9,1	27,3	100,0
Informatica e automazione	15,8	21,1	11,8	6,6	18,4	26,3	100,0
Marketing e comunicazione	38,3	19,1	6,4	2,1	12,8	21,3	100,0
Risorse umane	34,7	20,4	4,1	2,0	14,3	24,5	100,0
Altre attività di servizi	20,5	20,0	9,3	9,8	21,8	18,6	100,0
Cluster (1^a scelta)							
Servizi per il settore pubblico	19,1	13,6	10,0	8,2	26,4	22,7	100,0
Servizi personalizzati per le imprese	23,5	19,5	8,5	3,5	20,5	24,5	100,0
Servizi standardizzati per le imprese	29,8	19,3	6,4	5,9	13,4	25,2	100,0
Servizi per i privati	24,2	17,6	10,1	4,0	16,3	27,8	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Sul fronte del prezzo, sono le imprese che offrono servizi standardizzati alle imprese, quelle a dichiarare con maggior frequenza (22,4%) il proprio interesse verso tale dimensione competitiva. Anche in questo caso si denota coerenza rispetto al tipo di mercato in cui operano le imprese, nel quale il fattore prezzo assume la massima importanza.

I risultati che riguardano il secondo set di fattori strategici (quelli che coinvolgono la dimensione della relazione con il cliente, le modalità di erogazione del servizio e le tecnologie) evidenziano che il fattore sul quale le imprese si dichiarano maggiormente disposte ad agire in futuro è la competenza delle risorse umane (indicato dal 26,2% dei rispondenti come primo e dal 27,4% come secondo fattore per importanza), al secondo posto la reputazione (24,0% e 12,2%), al terzo l'utilizzo di tecnologie (18,1% e 23,9%). Sono le imprese di dimensioni maggiori (quelle con 10 e più dipendenti) a sottolineare con maggior insistenza la volontà di intervenire sul fronte della competenza delle risorse umane (41,8%), alta la percentuale anche fra quelle che offrono servizi di consulenza di direzione, management, qualità dell'ambiente (38,4%). Sulla reputazione agiranno con maggior intensità rispetto alla media le imprese dei settori marketing e comunicazione (38,3%) e risorse umane (34,7%), mentre le imprese del settore ingegneria e progettazione si dichiarano interessate ad agire sull'utilizzo delle tecnologie (27,3 contro il 18,1 medio).

Utilizzando come filtro d'analisi i raggruppamenti determinati grazie alla *cluster analysis* è possibile scorgere alcuni risultati interessanti come l'alta propensione (rispetto alla media) delle imprese che rivolgono i propri servizi al settore pubblico a collaborare con altre imprese (26,4% rispetto al 17,8% medio) o come la grande attenzione di quelle che rivolgono i propri servizi standardizzati ad altre imprese rispetto alla reputazione (29,8% contro 24,0%).

Le strategie future sono state indagate anche in termini di mercato sul quale puntare, inteso in senso fisico/geografico. L'ambito provinciale raccoglie il maggior numero di indicazioni (47,8%), segue la regione di appartenenza (18,1%) e il mercato nazionale (16,0%). Chiudono l'elenco l'Ue (7,2%), la macro-area regionale di riferimento (Nord – Centro – Sud Italia - Isole) segnalata dal 6,5% delle imprese e il resto del mondo (4,4%). Ai mercati più prossimi (quelli provinciali) sono maggiormente interessate le imprese del settore amministrativo/fiscale e di consulenza economica (60,1%), verso la Regione si rivolgono principalmente le imprese del settore marketing e comunicazione (25,9% rispetto al 18,1%), che dimostrano anche un rimarchevole interesse verso il mercato nazionale (27,8% contro il 16,0% medio). Il fronte dell'internazionalizzazione (sia verso i mercati UE che verso il resto del mondo) vede impegnate le imprese di dimensioni maggiori (10 dipendenti e più).

Le imprese che si rivolgono a un mercato composto prevalentemente da privati dichiarano di voler puntare sui mercati più vicini (58,9%), quelle che offrono servizi al settore pubblico guardano con interesse al mercato della propria regione e a quello nazionale, che interessa (25,5%) anche le aziende che offrono servizi personalizzati alle imprese. Interessante (11,8% rispetto al 7,2% medio) la propensione verso i mercati europei delle attività che si caratterizzano per l'offerta di servizi standardizzati alle imprese.

Tab. 12 - In quali due aree punterà nel futuro? (val. %)

	Provincia	Regione	Macro-area regionale di riferimento	Mercato nazionale	UE	In tutto il mondo	Totale
Tutti (1^a scelta)	47,8	18,1	6,5	16,0	7,2	4,4	100,0
Tutti (2^a scelta)	8,6	43,7	11,8	16,5	13,2	6,2	100,0
Addetti (1^a scelta)							
1 addetto	49,0	19,2	7,4	15,5	4,1	4,8	100,0
2 addetti	54,5	15,3	3,8	13,2	10,8	2,4	100,0
da 3 a 5 addetti	48,6	19,5	5,5	18,2	4,1	4,1	100,0
da 6 a 9 addetti	42,2	17,6	12,8	17,6	4,9	4,9	100,0
da 10 addetti in su	34,4	19,8	6,9	18,3	13,0	7,6	100,0
Area geografica (1^a scelta)							
Nord Ovest	52,8	12,7	8,6	11,1	10,5	4,3	100,0
Nord Est	50,9	18,9	7,5	12,8	4,6	5,3	100,0
Centro	42,1	20,1	4,3	24,9	4,8	3,8	100,0
Sud	43,0	24,6	3,1	18,5	8,5	2,3	100,0
Isole	38,0	22,5	4,3	19,7	8,5	7,0	100,0
Settore (1^a scelta)							
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	60,1	17,6	6,1	6,9	7,4	1,9	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	38,2	20,4	10,8	22,2	5,4	3,0	100,0
Ingegneria/progett. ne	33,3	11,1	16,7	22,2	11,1	5,6	100,0
Informatica e automazione	42,2	18,6	3,1	20,6	6,2	9,3	100,0
Marketing e comunicazione	25,9	25,9	11,1	27,8	5,6	3,7	100,0
Risorse umane	51,7	16,1	3,6	16,1	7,1	5,4	100,0
Altre attività di servizi	45,0	16,5	3,8	19,4	8,3	7,0	100,0
Cluster (1^a scelta)							
Servizi per il settore pubblico	28,3	27,5	2,5	26,7	10,0	5,0	100,0
Servizi personalizzati per le imprese	38,4	16,3	11,1	25,5	3,4	5,3	100,0
Servizi standardizzati per le imprese	49,8	18,6	8,0	9,1	11,8	2,7	100,0
Servizi per i privati	58,9	15,2	4,7	12,6	4,3	4,3	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Lo strumento principale che le imprese del terziario utilizzeranno per proporsi sul mercato è il miglioramento della qualità dei servizi (27,8% come fattore principale), seguono il migliore rapporto qualità/prezzo e la promozione pubblicitaria (entrambi al 18,5%), a seguire, analisi di mercato e di customer satisfaction (13,0%), una gamma più

ampia di servizi (10,2%), il riposizionamento competitivo (8,6%) e l'investimento in personale dedicato allo sviluppo del mercato (3,4%).

Al miglioramento della qualità dei servizi si dimostrano particolarmente interessate le imprese medio - grandi (34,6% tra quelle con un numero di addetti compreso tra 6 e 9, e 31,5% tra quelle con 10 e più dipendenti), quelle che operano nel settore della consulenza di direzione (35,2%) e della consulenza amministrativo/fiscale ed economica (33,6%).

Tab. 13 - Con quali delle seguenti azioni cercherà di proporsi sul mercato nel prossimo futuro? (val. %, prime 2)

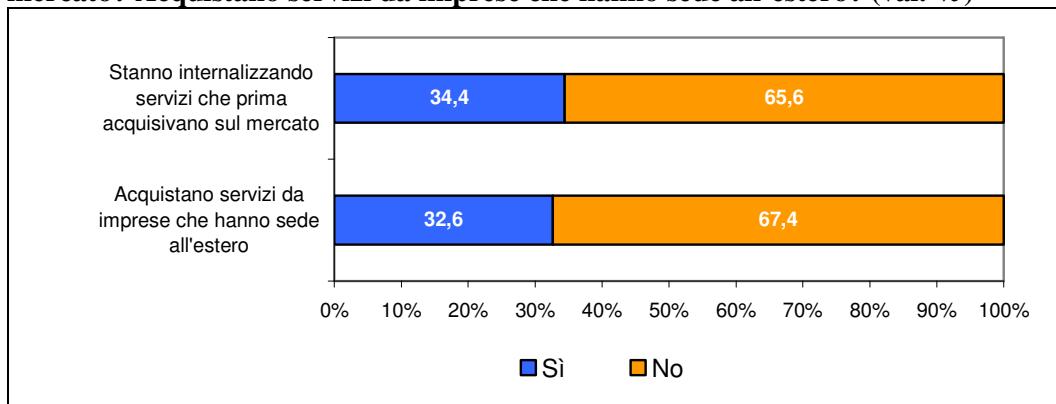
	Analisi di mercato, di customer, ecc.	Promozione pubblicitaria	Miglioramento della qualità dei servizi	Gamma più ampia di servizi	Migliore rapporto qualità/ prezzo	Investimento in personale dedicato allo sviluppo del mercato	Riposizionamento competitivo	Total
Tutti (1^a scelta)	13,0	18,5	27,8	10,2	18,5	3,4	8,6	100,0
Tutti (2^a scelta)	4,2	11,3	23,5	26,3	16,6	8,4	9,7	100,0
Addetti (1^a scelta)								
1 addetto	9,1	21,3	25,5	11,4	23,2	1,9	7,6	100,0
2 addetti	19,3	16,8	29,5	10,9	11,9	2,8	8,8	100,0
da 3 a 5 addetti	11,8	22,3	23,2	12,8	17,1	4,7	8,1	100,0
da 6 a 9 addetti	9,2	16,3	34,6	4,1	23,5	4,1	8,2	100,0
da 10 addetti in su	11,8	11,8	31,5	5,6	22,0	5,5	11,8	100,0
Area geografica (1^a scelta)								
Nord Ovest	17,8	15,3	29,9	8,0	17,2	1,6	10,2	100,0
Nord Est	10,2	23,0	23,3	10,2	23,0	2,6	7,7	100,0
Centro	11,9	17,3	30,7	13,4	14,9	5,4	6,4	100,0
Sud	13,7	15,3	30,6	13,7	9,8	5,6	11,3	100,0
Isole	4,4	25,0	23,5	4,4	32,4	4,4	5,9	100,0
Settore (1^a scelta)								
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	10,3	15,5	33,6	9,5	18,4	3,2	9,5	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	12,7	12,1	35,2	13,3	13,9	3,1	9,7	100,0
Ingegneria/progett.ne	8,6	8,6	20,0	2,9	34,3	17,0	8,6	100,0
Informatica e automazione	33,3	14,6	18,8	7,3	11,5	1,0	13,5	100,0
Marketing e comunicazione	17,6	19,6	13,7	9,8	29,4	4,0	5,9	100,0
Risorse umane	5,4	30,4	14,3	7,1	26,8	8,9	7,1	100,0
Altre attività di servizi	10,3	27,6	25,4	12,1	18,5	0,9	5,2	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Per completare il quadro rispetto all'ambiente competitivo in cui si trovano a operare le imprese del terziario si è scelto di verificare la diffusione di due fenomeni: l'internalizzazione da parte delle imprese clienti di alcuni servizi che prima erano acquistati all'esterno (segnalata con insistenza soprattutto negli ultimi mesi, e legata probabilmente alla particolare situazione congiunturale), e l'acquisto di servizi da imprese che hanno sede all'estero. Più di un'impresa su tre (34,4%) afferma che i

propri clienti stanno internalizzando servizi che prima acquisivano sul mercato, una percentuale di poco superiore rispetto a quelle delle imprese che segnalano l'acquisto, da parte dei propri clienti, di servizi da imprese che hanno sede all'estero (32,6%).

Graf. 1 - I Suoi clienti, stanno internalizzando servizi che prima acquisivano sul mercato? Acquistano servizi da imprese che hanno sede all'estero? (val. %)



Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

2. La congiuntura economica

2.1. Il consuntivo del primo semestre 2009

Nel primo semestre 2009, anche le imprese del terziario avanzato hanno subito gli effetti della crisi che sta colpendo l'economia internazionale a partire da settembre 2008, con il fallimento della banca d'investimento Lehman Brothers.

Nei primi sei mesi dell'anno il 43,8% delle aziende del settore ha registrato una flessione del fatturato contro il 16,3% di imprese che ha, invece, ottenuto una crescita dello stesso. Anche il dato sugli ordini/commesse presenta una situazione di difficoltà che mostra il 36,6% di imprese con ordinativi in calo e il 15,8% con ordinativi in crescita. Nonostante il rallentamento registrato, otto intervistati su dieci dichiarano di aver mantenuto stabili i livelli occupazionali. Tuttavia, il 13,4% delle imprese ha dovuto ridurre gli organici. Infine, più del 50% delle imprese (52,7%) evidenzia un arretramento della liquidità aziendale.

Tab. 14 - Può indicare l'andamento dei seguenti parametri aziendali nel primo semestre 2009, rispetto allo stesso periodo del 2008? (val. % al netto delle NR)

	In forte crescita	In leggera crescita	Stabile	In leggera flessione	In forte flessione	Saldo di opinione
Fatturato	4,2	12,1	39,9	26,8	17,0	-27,5
Ordini/commesse	3,6	12,2	47,6	20,7	15,9	-20,8
Liquidità	1,7	7,0	38,6	28,6	24,1	-44,0
Occupazione	0,7	6,9	79,0	7,0	6,4	-5,8

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Utilizzando come indice di confronto il saldo di opinione, ovvero la differenza tra la percentuale di indicazione di crescita e percentuale di indicazioni di flessione, è

possibile rendere conto di alcuni rilevanti scostamenti in base alla dimensione delle imprese, alla loro collocazione territoriale, alla loro clientela di riferimento e, infine, alla loro appartenenza ad uno dei comparti del terziario avanzato.

Dal punto di vista dimensionale, l'ambito meno colpito dalle difficoltà congiunturali sembra quello delle piccolissime dimensioni (1 addetto) che presenta indici sintetici sempre superiori alle altre classi considerate. Viceversa le classi maggiori, soprattutto quella 6 – 9 addetti, presentano valori maggiormente critici. Nello specifico per la classe dai 10 addetti in su, la quota di chi dichiara una flessione è uguale o superiore al 50% per quanto riguarda il fatturato, gli ordini e la liquidità.

Il tema del peggioramento del livello della liquidità colpisce tutte le classi dimensionali. Tuttavia, ancora una volta le piccolissime presentano un grado di difficoltà minore, mentre sopra i 2 addetti la quota di chi lamenta una difficoltà supera il 55%, per raggiungere il 65,7% tra i 6 e i 9 addetti.

A livello territoriale, il Nord Est si evidenzia come la regione con i migliori saldi di opinione per tutti i parametri considerati, anche se tutte le macroaree analizzate presentano valori negativi. Particolarmente sentita la difficoltà congiunturale tra le imprese del Sud e delle Isole, dove il fatturato e gli ordini sono in flessione per più del 50% delle attività intervistate.

Per quanto riguarda la clientela di riferimento soffrono meno le imprese che rivolgono i propri servizi principalmente ai privati e, in parte, anche le attività che offrono servizi standardizzati per le imprese, sebbene sia proprio questo l'ambito che lamenta le maggiori tensioni sulla liquidità.

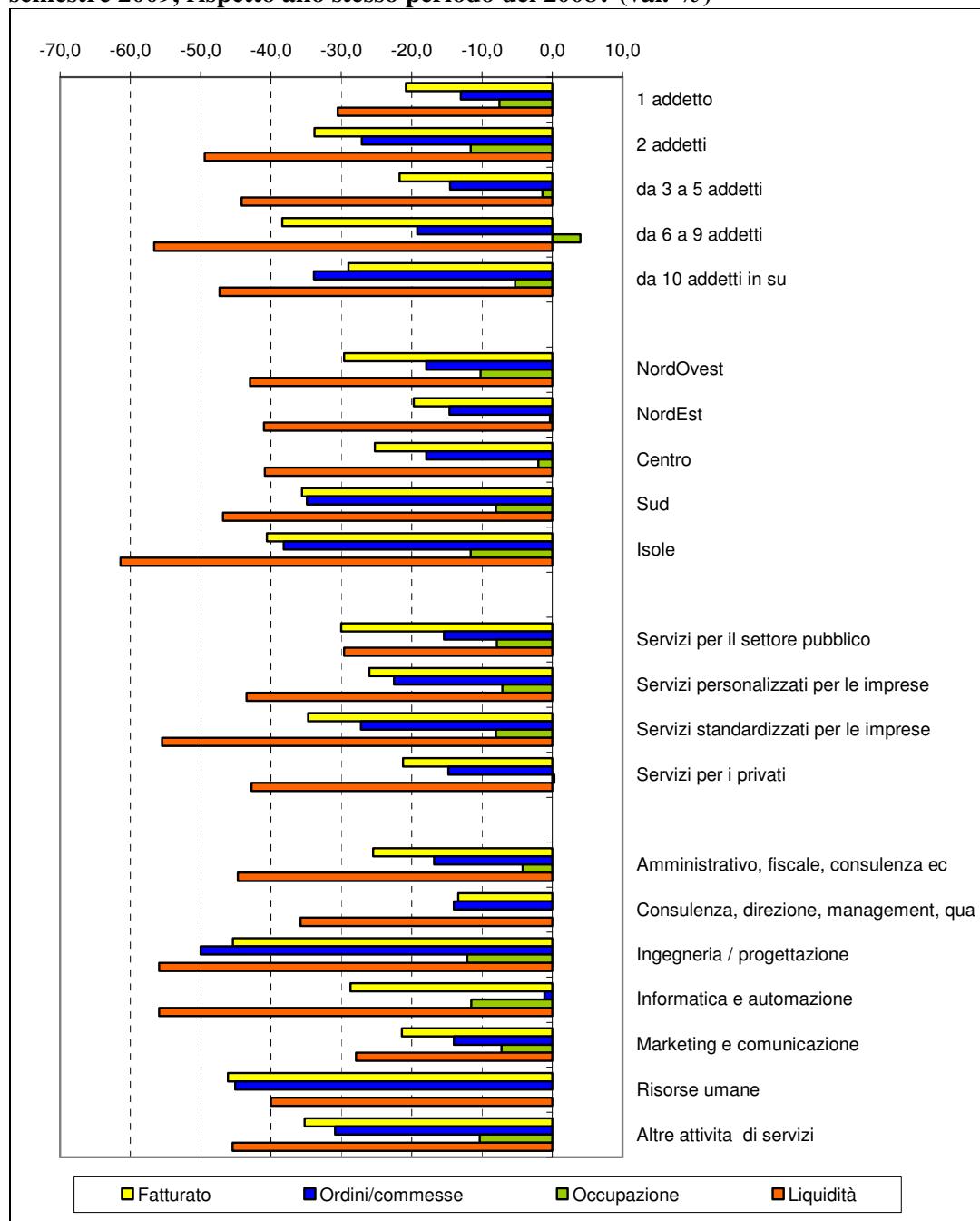
Riguardo ai singoli compatti si osservano rilevanti scostamenti per quanto riguarda sia gli ordini che il fatturato. A mostrare un livello molto elevato di diffusione della flessione di questi due parametri sono, in particolare, l'ambito della ingegneria/progettazione e quello delle risorse umane che, senza dubbio, risentono il primo del forte rallentamento registrato dal settore delle costruzioni e il secondo delle difficoltà occupazionali dell'intero sistema produttivo.

Più contenuto, invece, il rallentamento per il comparto della consulenza favorito, probabilmente, dalle esigenze delle aziende italiane di essere adeguatamente accompagnate nella fase di crisi che tutto il comparto produttivo nazionale sta attraversando.

Un tema molto rilevante in questa fase, in grado di aggravare le difficoltà delle imprese già alle prese con la carenza di ordini, la riduzione del fatturato e una forte tensione sulla liquidità, è la questione relativa al mancato rispetto ai tempi stabiliti contrattualmente per i pagamenti. Per il 68,9% delle imprese, infatti, gli incassi sono in ritardo o forte ritardo.

Il fenomeno colpisce soprattutto le imprese con più di 6 addetti, con indicazioni di sofferenza condivise da almeno tre imprese su quattro; le aziende delle isole (80,3%), e l'informatica/automazione (80,1%). Contrariamente da quanto ci si potrebbe aspettare non sono le imprese che rivolgono i loro servizi al settore pubblico quelle che lamentano più diffusamente il ritardo dei pagamenti (70,0%), bensì quelle che offrono servizi standardizzati alle imprese (80,1%).

Graf. 2 - Può indicare l'andamento dei seguenti parametri aziendali nel primo semestre 2009, rispetto allo stesso periodo del 2008? (val. %)



Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Tab. 15 - Gli incassi, rispetto ai termini di pagamento concordati sono... (val. %)

	Normali	In ritardo	In forte ritardo
TUTTI	31,1	40,0	28,9
Classe dimensionale			
1 addetto	43,8	33,5	22,8
2 addetti	30,2	37,9	31,9
da 3 a 5 addetti	26,2	47,6	26,2
da 6 a 9 addetti	18,8	46,5	34,7
da 10 addetti in su	24,2	40,9	34,8
Area geografica			
Nord Ovest	28,8	38,5	32,7
Nord Est	35,1	43,6	22,1
Centro	34,3	39,6	26,1
Sud	29,2	34,6	36,2
Isole	19,7	36,6	43,7
Cluster			
Servizi per il settore pubblico	30,0	45,8	24,2
Servizi personalizzati per le imprese	31,9	32,9	35,2
Servizi standardizzati per le imprese	19,9	49,8	30,3
Servizi per i privati	37,6	36,7	25,7
Settore			
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	29,0	40,3	30,7
Consulenza, direzione, management	27,7	47,0	25,3
Ingegneria / progettazione	29,4	38,2	32,4
Informatica e automazione	21,4	36,7	41,8
Marketing e comunicazione	31,5	24,1	38,9
Risorse umane	37,0	24,1	38,9
Altre attività di servizi	39,5	40,8	19,7

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

2.2 Le previsioni per il secondo semestre 2009

Le aspettative delle imprese per il secondo semestre dell'anno, sono di un rallentamento della flessione, cui corrisponderà un aumento delle imprese che riusciranno ad incrementare fatturato e commesse. Sale, infatti, al 26,7% dal 16,3% del consuntivo, la quota di chi attende una crescita del fatturato; mentre, cala dal 43,8 al 27,9% quella di chi prospetta un'ulteriore flessione. Stessa dinamica per quanto riguarda gli ordini/commesse che vedono arrivare al 26,5 la percentuale di ottimisti e al 22,0% quella dei pessimisti. In questa prospettiva cresce ulteriormente la quota di chi prevede la stabilità dell'occupazione (83,1%) e si allentano le tensioni in merito alla liquidità, prevista in calo nei prossimi sei mesi solo da tre imprese su dieci. Anche in termini di prospettive emergono alcune significative differenze sulla base della dimensione, della dislocazione geografica, della clientela di riferimento e del comparto di appartenenza. Nello specifico, le microimprese (1 addetto) disegnano prospettive più positive, tanto che in quest'ambito i saldi di opinione sono tutti positivi e la crescita del fatturato è prevista dal 37,0% delle imprese e quella degli ordini dal 32,8%. Questi ultimi sono considerati in aumento anche dal 32,8% delle attività con almeno 10 addetti, tuttavia tra

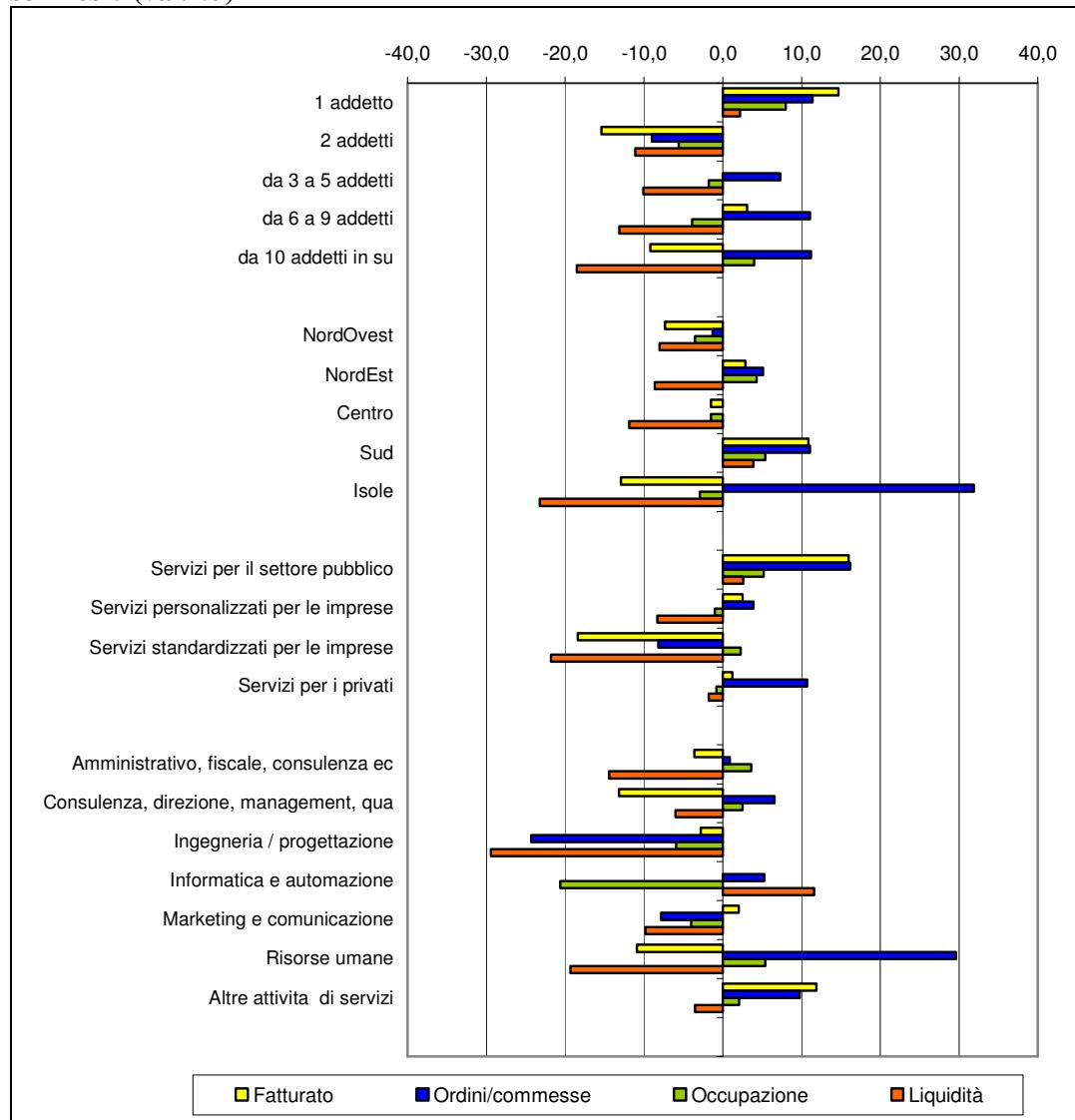
queste prevale ancora la quota di chi prevede una flessione del fatturato rispetto a chi si attende una crescita.

Tab. 16 - Può indicare l'andamento dei seguenti parametri aziendali nei prossimi sei mesi? (val. % al netto delle NR)

	In forte crescita	In leggera crescita	Stabile	In leggera flessione	In forte flessione	Saldo di opinione
Fatturato	4,2	22,5	45,4	20,2	7,7	-1,2
Ordini/commesse	3,2	23,3	51,4	15,7	6,3	-2,6
Liquidità	2,2	18,5	50,2	18,2	10,9	-8,4
Occupazione	1,2	7,4	83,1	5,6	2,7	+0,3

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Graf. 3 - Può indicare l'andamento dei seguenti parametri aziendali nei prossimi sei mesi? (val. %)



Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Attese più ottimiste vengono registrate nel Nord Est e al Sud e tra le imprese che rivolgono i propri servizi al settore pubblico (fatturato in crescita per il 39,5%, ordini per il 35,0%).

In base al comparto di appartenenza, le attese positive sugli ordini superano quelle negative tra le imprese che offrono servizi amministrativi, fiscali e di consulenza economica, tra chi fa consulenza, direzione, management, nell'informatica, nelle risorse umane e nelle altre attività di servizi. Rimane, invece, negativo il saldo di opinione per quanto riguarda il settore ingegneria e progettazione. Saldi quasi tutti negativi, invece, per quanto riguarda il fatturato.

3. Gli effetti della crisi e le strategie per superarla

Senza dubbio la crisi avrà un forte impatto sul sistema complessivo delle imprese, così come all'interno alle stesse aziende. L'effetto più rilevante della lunga fase di flessione sarà, nelle opinioni del 45,5% degli intervistati, la chiusura delle imprese non competitive con il risultato di migliorare il sistema produttivo nel suo complesso. Tuttavia, il 25,6% ritiene che necessariamente le imprese che rimarranno, o meglio vorranno rimanere, sul mercato dovranno procedere ad un'importante riorganizzazione interna. Previsti, ma in misura meno rilevante, anche il riposizionamento delle attività produttive sui mercati (15,3%) e la ridefinizione dei rapporti tra imprese (13,6%).

Tab. 17 - A Suo giudizio, nel Suo settore, questa crisi sta determinando soprattutto... (val. %)

La chiusura delle imprese non competitive	45,5
Un'importante riorganizzazione interna delle imprese	25,6
Il riposizionamento delle imprese sui mercati	15,3
Una ridefinizione dei rapporti tra imprese (aggregazioni, partnership...)	13,6

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Se questi saranno gli effetti e medio-lungo termine, nell'immediato le imprese sono chiamate a rispondere ad una riduzione degli ordini e del fatturato importante e di lunga durata. Per superare questa fase critica gli imprenditori del terziario avanzato mostrano una scelta molto ben precisa nel procedere attraverso strategie utili, soprattutto, a far ripartire gli ordini e a ripensare il processo produttivo.

L'obiettivo di acquisire nuove commesse, infatti, trova conferma nelle tre strategie che vengono indicate dal campione come quelle maggiormente applicate a questa particolare fase: lo sviluppo di nuovi servizi (74,3%), migliori rapporti con la clientela (66,8%), la ricerca di nuovi mercati (66,5%).

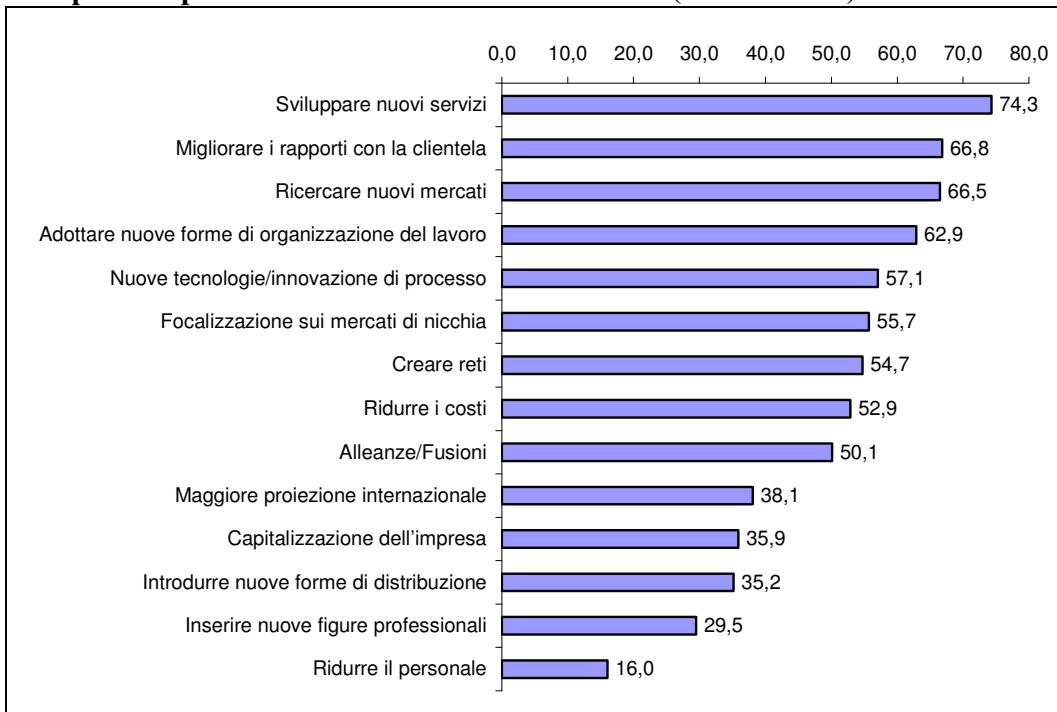
A seguire, invece, emerge l'impegno a migliorare il processo produttivo, attraverso nuove forme di organizzazione del lavoro (62,9%) e l'adozione di nuove tecnologie e l'innovazione di processo (57,1%).

Diversamente da quanto avviene in altri settori⁸, il terziario avanzato pone meno

⁸ Sia a livello nazionale, ma anche ad esempio nella filiera legno-arredo, la riduzione dei costi viene indicata come strategia principale per superare la crisi. D. Marini (a cura di), *L'Italia delle imprese. Rapporto 2009*, Quaderni FNE, Collana Ricerche, n. 55, giugno 2009, Fondazione Nord Est, Treviso. C. Bergamasco, S. Oliva, G. Toschi (a cura di), *Le imprese del Metadistretto Veneto della filiera legno-*

attenzione sulle strategie di contenimento dei costi, percorso seguito da un'impresa su due (52,9%). La motivazione principale risiede certamente nel fatto che per questo comparto i costi principali sono legati alle risorse umane che difficilmente possono essere ridotte (solo il 16% mette in campo come strategia la riduzione del personale) in realtà aziendali di già piccolissime dimensioni, con una forte prevalenza di aziende con un solo o due addetti. In effetti, come vedremo, al crescere della dimensione cresce anche la propensione a rispondere alla crisi attraverso una riduzione dei costi.

Graf. 4 - Attualmente, tra le seguenti quali sono le strategie su cui la Sua impresa deve puntare per affrontare la crisi internazionale? (val. % al NR)



Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Il tema e le difficoltà connesse alla ridotta dimensione delle imprese del terziario avanzato emergono anche nell'importanza attribuita in questa fase alla capacità di creare reti (54,7%) e di realizzare alleanze/fusioni (50,1%).

In linea di massima la scelta delle strategie da adottare per fronteggiare la crisi non mutano al variare della dimensione, sebbene vi siano alcuni scostamenti interessanti da rilevare. Come anticipato, le imprese più grandi sul fronte occupazionale possono agire con più forza, sia quando si tratta di ridurre le risorse umane (23,5% tra le più grandi), sia quando si tratta di focalizzarne meglio la presenza in azienda, attraverso l'ingresso di nuove figure professionali (39,4%). Sempre al crescere della dimensione si osserva un maggiore utilizzo di strategie, quali: ricerca di nuovi mercati, innovazione di processo, riduzione dei costi e creazione di reti.

In base alla clientela si osserva come le imprese che rivolgono i loro servizi al pubblico mostrino una forte propensione a introdurre innovazioni di processo e a ricercare nuovi mercati anche attraverso l'offerta di nuovi servizi.

Tab. 18 - Attualmente, tra le seguenti, quali sono le strategie su cui la Sua impresa deve puntare per affrontare la crisi internazionale? (val. % per comparti)

	Tutti	Amministrativo, fiscale, consulenza ec	Consulenza, direzione, management	Ingegneria / progettazione	Informatica e automazione	Marketing e comunicazione	Risorse umane	Altre attività di servizi
Sviluppare nuovi servizi	74,3	67,5	78,0	77,1	90,7	83,3	82,1	71,2
Migliorare i rapporti con la clientela	66,8	65,3	68,5	62,9	47,9	72,7	81,8	71,2
Ricercare nuovi mercati	66,5	60,5	74,4	54,3	75,3	52,8	85,7	66,8
Adottare nuove forme di organizzazione del lavoro	62,9	56,2	64,3	65,7	69,1	73,1	76,8	63,9
Nuove tecnologie/innovazione di processo	57,1	51,4	64,3	62,9	60,8	54,5	66,1	56,6
Focalizzazione sui mercati di nicchia	55,7	54,5	52,1	76,5	50,0	56,9	78,6	53,4
Creare reti	54,7	49,6	53,3	60	55,9	53,8	96,4	52,6
Ridurre i costi	52,9	62,8	44,6	60	60,8	51,9	58,9	64,7
Alleanze/Fusioni	50,1	44,0	46,1	51,4	63,9	55,6	69,6	50,4
Maggiore proiezione internazionale	38,1	28,5	49,4	51,4	40,2	31,5	39,3	43,5
Capitalizzazione dell'impresa	35,9	33,7	31,9	44,4	51,0	41,5	23,6	36,3
Introdurre nuove forme di distribuzione	35,2	31,7	39,3	17,1	29,5	47,2	28,3	40,9
Inserire nuove figure professionali	29,5	24,5	27,5	44,4	40,6	38,2	37,5	28,1
Ridurre il personale	16,0	16,2	12,7	5,9	33,7	7,7	7,1	16,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Infine, anche in base ai comparti in cui le imprese operano emergono diversi livelli di attenzione rispetto alle strategie proposte al vaglio degli intervistati. In ambito amministrativo, fiscale si punta più che negli altri settori alla riduzione dei costi (62,8%). Nella consulenza, direzione, management, invece, si punta maggiormente a ricercare nuovi mercati (74,4%) e alla proiezione internazionale (49,4%). Nell'ingegneria/progettazione alla focalizzazione sui mercati di nicchia (76,5%), alla proiezione internazionale (51,45) e all'inserimento di nuove competenze (44,4%). Nell'informatica spiccano lo sviluppo di nuovi servizi (90,7%), la ricerca di nuovi

mercati (75,3%) e le alleanze/fusioni (63,9%). Nel marketing e comunicazione, nuovi servizi (83,3%), nuove forme organizzative del lavoro (73,1%), nuove forme di distribuzione (47,2%) e nuove figure professionali (38,2%). Infine, l'ambito delle risorse umane mostra particolare attenzione verso lo sviluppo del mercato con la ricerca di nuovi mercati (85,7%), nuovi servizi (81,2%) e migliori rapporti con la clientela (81,8%).

Il tema dimensionale e quello della capacità di rimanere comunque competitivi nel mercato sono questioni assai rilevanti per le imprese italiane che, come già accennato, nell'ambito del terziario avanzato assume una valenza molto forte in ragione di una dimensione media molto ridotta. Per questo si è chiesto alle aziende intervistate di indicare quale sia il modo migliore con cui una piccola impresa deve stare sul mercato.

La maggioranza delle imprese (65,9%) ha individuato la necessità di una crescita dimensionale, sia essa realizzata attraverso una qualche forma di aggregazione (53,2%) o, piuttosto, attraverso una fusione/acquisizione (12,7%). Solo il 23,5% ritiene, invece, che la strategia migliore per rimanere competitivi sia quella di continuare ad agire da soli. Confrontando i dati con quanto emerso a livello nazionale per il complesso dei settori economici⁹, si osserva come il terziario avanzato mostri una maggiore propensione a trovare forme di collaborazione, più o meno strutturate, con altre aziende. Questa maggior attitudine sembra essere più sviluppata tra le imprese sopra i 6 addetti, dove la partecipazione a qualche forma di aggregazione raggiunge il 70,5% dei consensi tra i 6 e i 9 addetti e il 63,0% oltre i 10 addetti.

Tab. 19 -In questa fase di crisi, a Suo giudizio, una piccola impresa per rimanere competitiva deve: (val. % al netto NR)

	Terziario avanzato	Imprese italiane Maggio '09
Continuare ad agire sola sul mercato	23,5	31,6
Partecipare ad una qualche forma di aggregazione	53,2	42,1
Creare fusioni con altre aziende	12,7	16,7
Acquisire nuove aziende	4,5	5,9
Cedere ad altri l'attività	6,1	3,7

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Nonostante il rilevante interesse che le imprese intervistate mostrano nei confronti della necessità di lavorare insieme per mantenere la competitività, emerge la consapevolezza di come il settore fatichi ancora ad intraprendere questa strada. Infatti, per il 60,2% dei rispondenti il fenomeno delle aggregazioni è ancora poco o per nulla diffuso nell'ambito dei servizi.

⁹ D. Marini (a cura di), *L'Italia delle imprese. Rapporto 2009*, Quaderni FNE, Collana Ricerche, n. 55, giugno 2009, Fondazione Nord Est, Treviso

Tab. 20 - A Suo giudizio, quanto è diffuso il fenomeno dell'aggregazione tra imprese nell'ambito dei servizi?

	Per Nulla	Poco	Abbastanza	Molto	Totale
Tutti	12,8	47,4	31,1	8,7	100,0
Addetti					
1 addetto	10,9	47,4	33,8	7,9	100,0
2 addetti	15,4	36,0	35,7	12,9	100,0
da 3 a 5 addetti	9,0	55,1	30,7	5,2	100,0
da 6 a 9 addetti	13,4	62,9	13,4	10,3	100,0
da 10 addetti in su	16,5	48,0	29,9	5,6	100,0
Area geografica					
Nord Ovest	17,3	33,2	37,4	12,1	100,0
Nord Est	16,2	50,7	26,8	6,3	100,0
Centro	8,5	50,0	34,0	7,5	100,0
Sud	4,7	68,1	20,2	7,0	100,0
Isole	7,5	52,2	31,3	9,0	100,0
Settore					
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	12,3	50,0	27,6	10,1	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	11,4	46,7	35,3	6,6	100,0
Ingegneria/progett.ne	8,8	58,8	32,4		100,0
Informatica e automazione	26,7	45,5	21,1	6,7	100,0
Marketing e comunicazione	6,1	55,1	24,5	14,3	100,0
Risorse umane	3,7	55,6	29,6	11,1	100,0
Altre attività di servizi	13,2	39,5	39,0	8,3	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

4. Il rapporto con il mondo del credito

4.1 Le condizioni generali: accesso al credito, tassi di interesse e commissioni

Il primo semestre del 2009 non porta grandi novità alle imprese dei servizi sul fronte dell'accesso al credito. Più del 60% delle imprese (61,1%) segnala che la possibilità di ottenere finanziamenti nell'ultimo semestre è peggiorata, una percentuale di poco inferiore (2,6 punti percentuali) rispetto a quella registrata nella precedente rilevazione con riferimento al secondo semestre 2008. Il saldo di opinione (la differenza tra quanti hanno indicato un miglioramento e quanti hanno indicato un peggioramento) continua a rimanere in terreno negativo (-57,2 punti percentuali), e peggiora rispetto alla rilevazione che si riferisce al secondo semestre 2008 (-56,5 punti percentuali).

Analizzando il saldo d'opinione in dettaglio, si riscontra come siano le imprese che operano nel settore amministrativo, fiscale, consulenza economica e quelle dell'informatica e automazione a segnalare con un'intensità superiore rispetto alle media un peggioramento per quanto riguarda la possibilità di accedere al credito (saldi di opinione pari, rispettivamente a -68,9 e -64,7 rispetto al -57,2 medio).

Tab. 21 - Negli ultimi 6 mesi, secondo Lei, le cose sono migliorate, peggiorate o rimaste stabili per quanto riguarda... (val. % al netto delle NR)

	Migliorate	Rimaste stabili	Peggiorate	Saldi di opinione
Possibilità di accesso al credito				
1° sem. 2008	8,2	36,2	55,6	-47,4
2° sem. 2008	3,6	32,7	63,7	-56,5
1° sem. 2009	3,9	35,0	61,1	-57,2
Tassi di interesse				
1° sem. 2008	3,4	26,3	70,3	-66,9
2° sem. 2008	9,9	31,9	58,2	-48,3
1° sem. 2009	19,7	43,1	37,2	-17,5
Costi servizi e commissioni bancarie				
1° sem. 2008	5,4	33,0	61,6	-56,2
2° sem. 2008	3,0	43,3	53,7	-50,4
1° sem. 2009	7,4	42,5	50,1	-42,7

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 1018)

Considerando dimensioni (in termini di numero di addetti) e area geografica vanno segnalati - in quanto negativi e più consistenti rispetto al saldo generale - i saldi di opinione delle imprese che hanno tra i 6 e i 10 dipendenti (-66,0) e di quelle che hanno sede nelle isole (-62,9). Rispetto alla media la situazione sembra essere migliore, pur rimanendo pesantemente negativa, tra le imprese di consulenza, direzione e management (saldo di opinione pari a -48,8), di ingegneria e progettazione (-54,2) e tra quelle del Nord Ovest (-54,8).

Per quanto riguarda i tassi di interesse diminuisce sensibilmente la percentuale delle imprese che lamentano un peggioramento, per il primo semestre 2009, della situazione: erano il 58,2% nella precedente rilevazione e scendono al 37,2% in quella attuale. Il saldo di opinione rimane comunque negativo (-17,5 punti percentuali), ma scende notevolmente (era -48,3 nella precedente rilevazione). Da segnalare come aumenti anche la quota di imprese che dichiarano una stabilità della situazione rispetto al parametro in questione (43,1% rispetto al 31,9%). Rispetto al dato generale spiccano le indicazioni fornite dalle imprese che hanno sede nelle Isole (saldo di opinione pari a -36,3 punti percentuali) e da quelle che operano nel settore marketing e comunicazione (-32,6%) che si dimostrano molto meno propense, rispetto alla media, ad indicare un parziale miglioramento della situazione. Sul fronte opposto, va segnalato che tra le imprese che si occupano di risorse umane e di ingegneria e progettazione, la percentuale di imprese che dichiarano un peggioramento è di poco superiore a quella che dichiara un miglioramento. I due settori registrano quindi, un saldo di opinione prossimo all'equilibrio (rispettivamente -2,0 e -6,2 punti percentuali).

Tab. 22 - Negli ultimi 6 mesi, secondo Lei, l'accesso al credito è ... (val. % al netto delle NR)

	Migliorate	Rimaste stabili	Peggiorate	Saldo di opinione
Tutti	3,9	35,0	61,1	-57,2
Addetti				
1 addetto	4,8	36,1	59,1	-54,3
2 addetti	2,9	32,3	64,8	-61,9
da 3 a 5 addetti	3,3	41,3	55,4	-52,1
da 6 a 9 addetti	5,0	24,0	71,0	-66,0
da 10 addetti in su	4,7	37,0	58,3	-53,6
Area geografica				
Nord Ovest	4,6	36,0	59,4	-54,8
Nord Est	3,0	37,0	60,0	-57,0
Centro	5,2	31,6	63,2	-58,0
Sud	3,9	33,8	62,3	-58,4
Isole	1,4	34,3	64,3	-62,9
Settore				
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	2,3	26,5	71,2	-68,9
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	5,6	40,0	54,4	-48,8
Ingegneria/progett.ne	2,9	40,0	57,1	-54,2
Informatica e automazione	2,3	30,7	67,0	-64,7
Marketing e comunicazione	6,2	29,2	64,6	-58,4
Risorse umane	4,1	30,6	65,3	-61,2
Altre attività di servizi	5,6	47,6	46,8	-41,2

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Tab. 23 - Negli ultimi 6 mesi, secondo Lei, i tassi di interesse sono ... (val. % al netto delle NR)

	Migliorati	Rimasti stabili	Peggiorati	Saldo di opinione
Tutti	19,7	43,1	37,2	-17,5
Addetti				
1 addetto	18,5	39,8	41,7	-23,2
2 addetti	20,8	46,2	33,0	-12,2
da 3 a 5 addetti	20,5	37,6	41,9	-21,4
da 6 a 9 addetti	21,0	43,0	36,0	-15,0
da 10 addetti in su	18,1	51,2	30,7	-12,6
Area geografica				
Nord Ovest	17,5	50,5	32,0	-14,5
Nord Est	21,4	39,1	39,5	-18,1
Centro	20,8	43,3	35,9	-15,1
Sud	22,5	36,4	41,1	-18,6
Isole	13,0	37,7	49,3	-36,3
Settore				
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	22,4	38,8	38,8	-16,4
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	16,1	42,9	41,0	-24,9
Ingegneria/progett.ne	18,8	56,2	25,0	-6,2
Informatica e automazione	15,9	53,4	30,7	-14,8
Marketing e comunicazione	13,5	40,4	46,1	-32,6
Risorse umane	20,4	57,2	22,4	-2,0
Altre attività di servizi	20,7	41,9	37,4	-16,7

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Per quanto riguarda il costo dei servizi e delle commissioni bancarie, si riscontrano dei timidi segnali di miglioramento. Il saldo di opinione scende da -50,4 punti percentuali relativo al secondo semestre 2008, a -42,7 dei primi sei mesi del 2009. Ancora una volta il dato che si riferisce alle imprese di servizi che hanno sede nelle Isole appare peggiore rispetto al dato medio: il saldo di opinione è pari, infatti, a -65,3, con quasi sette imprese su 10 (69,6%) che dichiarano un peggioramento nel costo dei servizi e delle commissioni bancarie. Va rilevato il dato registrato tra le imprese che si occupano di ingegneria e progettazione (-30,2 punti percentuali il saldo di opinione, il migliore tra quelli calcolati a livello settoriale), in cui la percentuale di imprese che dichiarano un miglioramento dei parametri analizzati, è in pratica il doppio rispetto a quella generale (15,2% contro 7,4%).

Tab. 24 - Negli ultimi 6 mesi, secondo Lei, il costo dei servizi e delle commissioni bancarie è ... (val. % al netto delle NR)

	Migliorato	Rimasto stabile	Peggiorato	Saldo di opinione
Tutti	7,4	42,5	50,1	-42,7
Addetti				
1 addetto	7,6	46,0	46,4	-38,8
2 addetti	7,9	43,0	49,1	-41,2
da 3 a 5 addetti	5,9	40,5	53,7	-47,8
da 6 a 9 addetti	11,1	31,3	57,6	-46,5
da 10 addetti in su	5,7	46,8	47,5	-41,8
Area geografica				
Nord Ovest	6,0	45,0	49,0	-43,0
Nord Est	5,6	47,2	47,2	-41,6
Centro	8,5	39,7	51,8	-43,3
Sud	13,7	40,5	45,8	-32,1
Isole	4,3	26,1	69,6	-65,3
Settore				
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	5,9	37,5	56,6	-50,7
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	8,6	49,7	41,7	-33,1
Ingegneria/progettazione	15,2	39,4	45,4	-30,2
Informatica e automazione	4,3	38,3	57,4	-53,1
Marketing e comunicazione	2,1	45,8	52,1	-50,0
Risorse umane	6,2	43,8	50,0	-43,8
Altre attività di servizi	10,3	46,8	42,9	-32,6

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Per i prossimi sei mesi, gli imprenditori si attendono una sostanziale stabilità dei tre parametri indagati: possibilità di accesso al credito, tassi di interesse e costi dei servizi e delle commissioni bancarie. Se si considera la possibilità di accedere al credito tale indicazione rappresenta un'inversione di tendenza rispetto a quanto rilevato nella precedente indagine, quando la parte più consistente dei rispondenti (44,8%) si attendeva un peggioramento. La percentuale di chi pensa che nei prossimi sei mesi sarà più difficile accedere al credito (26,7%) è in concreto uguale a quella di chi si aspetta dei miglioramenti (25,8%), mentre la percentuale più consistente dei rispondenti (47,5%) si dichiara convinta che le condizioni rimarranno stabili.

Tab. 25 - Nei prossimi 6 mesi, secondo Lei, le cose miglioreranno, peggioreranno o rimarranno stabili per quanto riguarda... (val. % al netto delle NR)

	Miglioreranno stabili	Rimarranno stabili	Peggioreranno	Saldi di opinione
Possibilità di accesso al credito				
1° sem. 2008	28,1	39,5	32,4	-4,3
2° sem. 2008	21,8	33,4	44,8	-23,0
1° sem. 2009	25,8	47,5	26,7	-0,9
Tassi di interesse				
1° sem. 2008	21,1	39,8	39,1	-18,0
2° sem. 2008	39,9	36,1	23,9	+16,0
1° sem. 2009	21,2	52,0	26,8	-5,6
Costi servizi e commissioni bancarie				
1° sem. 2008	16,9	42,3	40,9	-24,0
2° sem. 2008	16,1	51,5	32,4	-16,3
1° sem. 2009	17,3	51,2	31,5	-14,2

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Il saldo di opinione (-0,9 punti percentuali) è prossimo alla situazione di equilibrio tra indicazioni di miglioramento e indicazioni di peggioramento. Se si confrontano i saldi sintetici, tra le imprese di dimensioni maggiori (in termini di addetti) le aspettative risultano peggiori rispetto a quelle di dimensioni minori. I saldi di opinione si rilevano ben sopra la media tra le imprese del settore marketing e comunicazione (22,3 punti) e ingegneria e progettazione (11,4).

Anche rispetto ai tassi di interesse prevale l'idea che le condizioni rimarranno stabili (52,0%) e diminuisce sensibilmente (da 39,9% riguardante le previsioni per il primo semestre 2009 a 21,2%) la percentuale di chi si attende miglioramenti. Tra le imprese delle Isole, del Nord Est e tra quelle che si occupano di consulenza, direzione e management si registrano le aspettative meno ottimiste rispetto al dato generale (saldi di opinione pari rispettivamente a -10,1 -9,8, -10,1). Saldo di opinione positivo e ben al di sopra della media (21,8 punti percentuali), invece, tra le imprese del marketing e comunicazione.

Tab. 26 - Nei prossimi 6 mesi, secondo Lei, le cose miglioreranno, peggioreranno o rimarranno stabili per quanto riguarda la possibilità di accesso al credito(val. % al netto delle NR)

	Migliore-ranno	Rimarranno stabili	Peggio-ranno	Saldo di opinione
Tutti	25,8	47,5	26,7	-0,9
Addetti				
1 addetto	30,2	45,8	24,0	6,2
2 addetti	24,4	54,9	20,7	3,7
da 3 a 5 addetti	25,8	39,1	35,1	-9,3
da 6 a 9 addetti	20,2	52,5	27,3	-7,1
da 10 addetti in su	24,6	44,3	31,1	-6,5
Area geografica				
Nord Ovest	28,5	47,9	23,6	4,9
Nord Est	27,2	41,6	31,2	-4,0
Centro	22,2	54,0	23,8	-1,6
Sud	24,0	46,5	29,5	-5,5
Isole	22,9	51,4	25,7	-2,8
Settore				
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	23,2	48,2	28,6	-5,4
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	23,9	45,3	30,8	-6,9
Ingegneria/progett.ne	34,3	42,8	22,9	11,4
Informatica e automazione	35,5	38,7	25,8	9,7
Marketing e comunicazione	40,8	40,8	18,4	22,4
Risorse umane	24,0	54,0	22,0	2,0
Altre attività di servizi	23,4	52,3	24,3	-0,9

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Infine, se la parte più consistente dei rispondenti (51,2%) si aspetta che nel secondo semestre 2009 i costi dei servizi e delle commissioni bancarie rimarranno inalterati, il saldo tra chi si attende un miglioramento del parametro (17,3%) e chi un peggioramento (31,5%) è negativo (-14,2 punti percentuali). Saldo di opinione che assume valori negativi elevati e superiori rispetto alla media, tra le imprese più grandi (-32,6 tra quelle con più di 10 dipendenti), tra quelle che hanno sede nelle Isole (-32,9) e tra quelle che operano nel settore delle risorse umane (-36,8%).

Tab. 27 - Nei prossimi 6 mesi, secondo Lei, le cose miglioreranno, peggioreranno o rimarranno stabili per quanto riguarda i tassi di interesse (val. % al netto delle NR)

	Migliore-ranno	Rimarranno stabili	Peggio-re-ranno	Saldo di opinione
Tutti	21,2	52,0	26,8	-5,6
Addetti				
1 addetto	24,4	51,6	24,0	0,4
2 addetti	22,7	50,7	26,6	-3,9
da 3 a 5 addetti	17,4	49,8	32,8	-15,4
da 6 a 9 addetti	20,2	55,3	24,5	-4,3
da 10 addetti in su	18,3	57,5	24,2	-5,9
Area geografica				
Nord Ovest	26,1	45,5	28,4	-2,3
Nord Est	15,7	58,8	25,5	-9,8
Centro	16,0	61,3	22,7	-6,7
Sud	29,7	39,8	30,5	-0,8
Isole	20,3	49,3	30,4	-10,1
Settore				
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	21,2	51,3	27,5	-6,3
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	17,6	54,7	27,7	-10,1
Ingegneria/progett.ne	20,6	55,9	23,5	-2,9
Informatica e automazione	32,6	32,6	34,8	-2,2
Marketing e comunicazione	34,8	52,2	13,0	21,8
Risorse umane	15,7	72,5	11,8	3,9
Altre attività di servizi	17,8	53,6	28,6	-10,8

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

Tab. 28 - Nei prossimi 6 mesi, secondo Lei le cose miglioreranno, peggioreranno o rimarranno stabili per quanto riguarda il costo dei servizi e delle commissioni bancarie (val. % al netto delle NR)

	Migliore-ranno	Rimarranno stabili	Peggio- ranno	Saldo di opinione
Tutti	17,3	51,2	31,5	-14,2
Addetti				
1 addetto	19,5	52,6	27,9	-8,4
2 addetti	19,9	52,3	27,8	-7,9
da 3 a 5 addetti	14,9	50,0	35,1	-20,2
da 6 a 9 addetti	15,6	55,2	29,2	-13,6
da 10 addetti in su	11,6	44,2	44,2	-32,6
Area geografica				
Nord Ovest	19,0	48,0	33,0	-14,0
Nord Est	14,1	58,4	27,5	-13,4
Centro	15,8	55,1	29,1	-13,3
Sud	22,5	46,5	31,0	-8,5
Isole	16,4	34,3	49,3	-32,9
Settore				
Amm.tivo, fiscale, consul. econom. ...	15,1	49,9	35,0	-19,9
Consul., direz., manag., qualità ambiente	14,3	55,3	30,4	-16,1
Ingegneria/progett.ne	27,3	51,5	21,2	6,1
Informatica e automazione	26,9	40,8	32,3	-5,4
Marketing e comunicazione	29,8	46,8	23,4	6,4
Risorse umane	12,2	38,8	49,0	-36,8
Altre attività di servizi	16,4	58,1	25,5	-9,1

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

4.2 Il credito in tempo di crisi

Nel secondo trimestre del 2009 il 22,6% delle imprese del terziario si è rivolto al sistema creditizio per richiedere nuovo credito. Il dato rilevato per il primo trimestre del 2009 su un campione di 1.227 imprese italiane¹⁰ dimostrava una maggior propensione a rivolgersi al sistema creditizio, poiché la percentuale di imprese che avevano chiesto nuovo credito saliva al 35,4%. I motivi che spiegano una differenza così marcata tra i risultati delle due rilevazioni possono essere diversi: in primo luogo va sottolineato che l'indagine svolta a maggio era rivolta anche a imprese del settore manifatturiero e del commercio che hanno dinamiche ed esigenze diverse rispetto a quelle del mondo dei servizi. A questo si deve aggiungere che anche le dimensioni delle imprese che hanno partecipato alle due rilevazioni appaiono molto diverse: decisamente minori quelle delle imprese che operano nel terziario. Come si avrà modo di evidenziare in seguito, la quota delle imprese che si sono rivolte alle banche aumenta con l'aumentare della dimensione; il fatto che nel settore dei servizi operino imprese di dimensioni molto ridotte può spiegare quindi, almeno in parte, la differenza sottolineata.

¹⁰ D. Marini (a cura di), *L'Italia delle imprese. Rapporto 2009*, Quaderni FNE, Collana Ricerche, n. 55, giugno 2009, Fondazione Nord Est, Treviso

Analizzando in dettaglio il dato riguardante le imprese dei servizi emergono differenze molto marcate nel momento in cui si considerano dimensioni (in termini di addetti), l'area geografica e il settore in cui operano le imprese. Tra le imprese più grandi (quelle con un numero di addetti pari o superiore alle 10 unità) la percentuale di quelle che hanno presentato alle banche una nuova richiesta di credito o l'ampliamento di uno esistente sale al 37,2%, raggiunge il 39,3% tra quelle che operano nel settore delle risorse umane. Da segnalare anche la percentuale elevata, 36,8%, registrata tra le imprese dell'informatica e automazione. Rispetto al dato medio, risulta elevata anche la percentuale che si riscontra tra le imprese che hanno sede nelle Isole: 36,6%.

Alle imprese che si sono rivolte al sistema creditizio è stato chiesto di esprimersi circa l'esito della richiesta: le risposte restituiscono un'immagine molto articolata. Al 36,5% dei rispondenti il credito è stato concesso alle condizioni abituali, una percentuale che si eleva in maniera decisa tra le imprese delle Isole (53,8%), del Centro (53,3%), del Nord Est (51,0%) e tra le imprese che offrono consulenza di direzione, management e qualità dell'ambiente (46,7%). Percentuali maggiori rispetto al dato medio si riscontrano anche tra le imprese relativamente più grandi: 61,0% tra quelle che hanno da 3 a 5 dipendenti, 47,6% tra tre e nove dipendenti e 40,6% tra quelle con 10 e più dipendenti. Sul fronte opposto, più di un'impresa su tre (33,7%) si è vista rifiutare il credito, con punte che sfiorano la metà dei rispondenti tra le imprese di servizi amministrativi, fiscali e di consulenza economica (49,2%), tra quelle con dimensioni minori (49,3% tra le imprese con due addetti, 40,6% tra le imprese con un addetto) e tra quelle collocate nel Nord Ovest (47,3%). Quasi un'impresa su quattro (23,8%) è riuscita comunque ad accedere al credito ma a condizioni più gravose rispetto a quelle abitualmente concordate con le banche. Un esito che appare più marcato tra le imprese che operano nel settore informatica e automazione (65,7%), tra quelle di dimensioni maggiori (34,4% nella fascia con 10 e più dipendenti), nel Nord Ovest (35,1%).

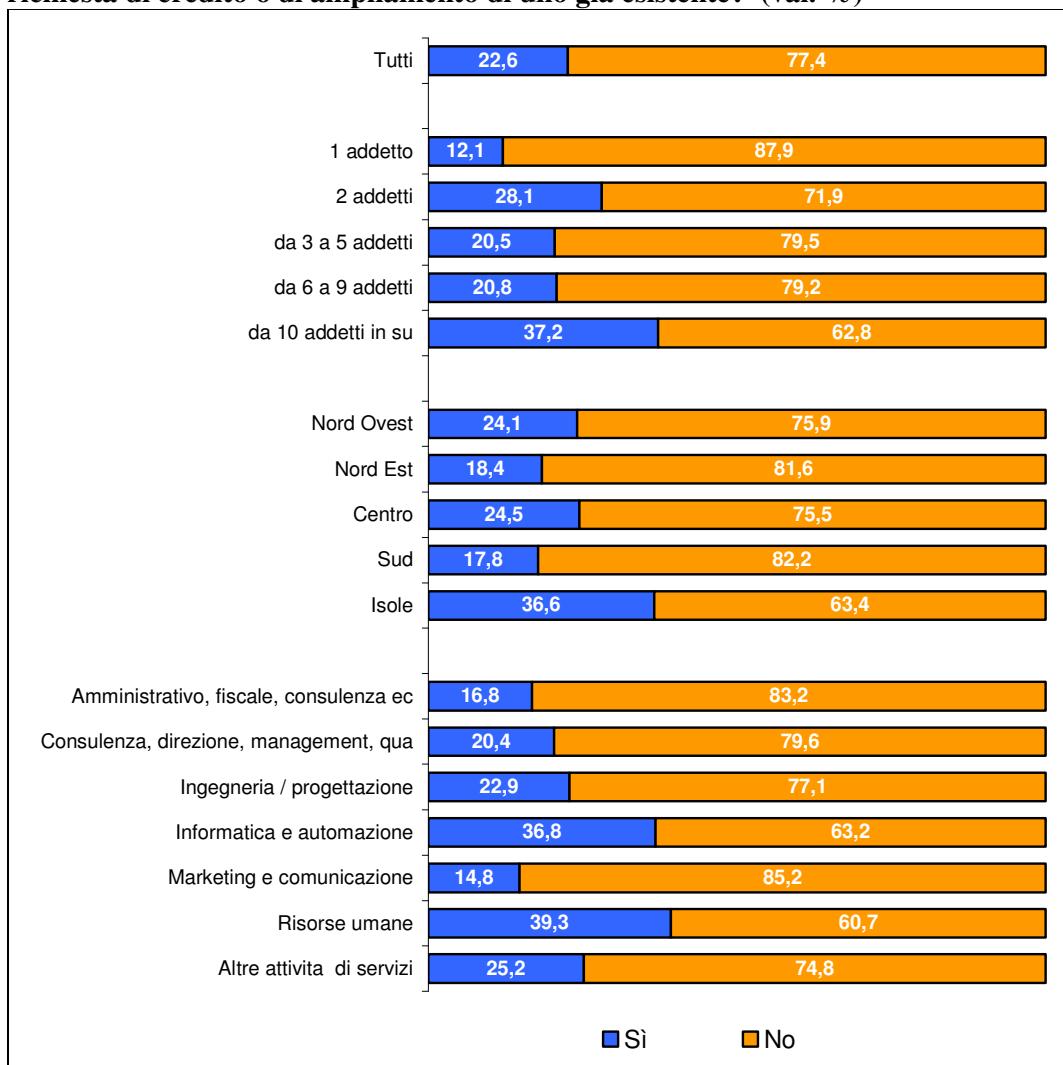
Il 6,0% delle imprese ha ricevuto una proposta da parte del sistema creditizio che ha dovuto rigettare a causa delle condizioni troppo gravose. Una percentuale che aumenta tra le imprese del settore risorse umane (14,3%) e nell'Italia centrale (13,3%).

Ancora una volta è possibile confrontare il dato con quello rilevato attraverso la rilevazione effettuata a maggio del 2009 nell'ambito dell'indagine "L'Italia delle imprese". In quel caso, la quota di imprese che riusciva ad ottenere il credito richiesto alle condizioni usuali saliva al 58,2% (rispetto al 36,5% che si riscontra tra le imprese dei servizi). Decisamente più bassa la percentuale di imprese che si era vista rigettare la richiesta da parte delle banche (20,1% contro 33,7% nel terziario). Il confronto tra i risultati delle due rilevazioni sembra confermare alcune conclusioni delle precedenti rilevazioni sul terziario avanzato:

"...le imprese del terziario avanzato percepiscono il mondo delle banche come assai distante dalle loro specifiche esigenze e necessità a causa essenzialmente di due elementi tra loro collegati: mancata conoscenza del settore e percezione di rischio molto elevata da parte degli istituti di credito.¹¹"

¹¹ F. Guelpa, S. Oliva, A. Rigoni, G. Toschi, *Osservatorio nazionale sul terziario avanzato: servizi, mercati, risorse umane, rapporti con il mondo produttivo, innovazione, rappresentanza, burocrazia, congiuntura, rapporto con il mondo del credito*, Quadreni FNE, N. 95, marzo 2009, Fondazione Nord Est, Treviso

Graf. 5 - Negli ultimi 3 mesi la Sua azienda ha presentato alle banche una nuova richiesta di credito o di ampliamento di uno già esistente? (val. %)



Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963)

La mancata conoscenza del settore e la percezione di rischio molto elevata da parte degli istituti di credito potrebbero, infatti, almeno in parte, giustificare differenze così marcate negli esiti delle richieste di credito che si registrano confrontando le risposte delle imprese dei servizi con quelle di un campione che rappresenta l'insieme di tutti i comparti economici.

Tab. 29 - Se sì, il credito richiesto: (val. %)

	Non e stato concesso	E' stato concesso alle condizioni usuali	E' stato concesso ma a condizioni più gravose	L'azienda ha dovuto rinunciare al prestito per condizioni troppo gravose	Totale
Tutti	33,7	36,5	23,8	6,0	100,0
L'Italia delle imprese*	20,1	58,2	19,5	2,2	100,0
Addetti					
1 addetto	40,6	40,6	12,5	6,3	100,0
2 addetti	49,3	18,2	26,0	6,5	100,0
da 3 a 5 addetti	14,6	61,0	19,5	4,9	100,0
da 6 a 9 addetti	23,8	47,6	23,8	4,8	100,0
da 10 addetti in su	21,9	40,6	34,4	3,1	100,0
Area geografica					
Nord Ovest	47,3	16,2	35,1	1,4	100,0
Nord Est	29,4	51,0	13,7	5,9	100,0
Centro	17,8	53,3	15,6	13,3	100,0
Sud	28,6	28,6	33,3	9,5	100,0
Isole	38,5	53,8	7,7		100,0
Settore					
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	49,2	39,3	8,2	3,3	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	30,0	46,7	13,3	10,0	100,0
Ingegneria/progettazione	25,0	37,5	37,5		100,0
Informatica e automazione	11,4	20,0	65,7	2,9	100,0
Marketing e comunicazione	37,5	25,0	37,5		100,0
Risorse umane	28,6	42,8	14,3	14,3	100,0
Altre attività di servizi	34,5	37,9	19,0	8,6	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963), Fondazione Nord Est – UniCredit Corporate Banking, per Il Sole 24 Ore, maggio 2009 (n. casi 1227)

I motivi che spingono le imprese dei servizi a richiedere credito sono, in primo luogo, legati a esigenze di cassa (63,5% dei casi), in seconda battuta si colloca la necessità di finanziare nuovi investimenti (57,7%). Le esigenze di cassa sembrano guidare prevalentemente le richieste delle imprese del settore marketing e comunicazione (100%), ingegneria e progettazione (87,5%), di quelle che hanno sede nelle Isole (88,0%) e delle imprese più grandi (83,3% con 10 e più dipendenti). La necessità di finanziare nuovi investimenti appare una motivazione più diffusa rispetto alla media tra le imprese del settore “Risorse umane” (86,4%) e tra quelle dell’informatica e automazione (82,9%) che, come già sottolineato in precedenza, sono i raggruppamenti che raccolgono le imprese che richiedono con maggiore intensità nuovo credito. Il confronto con i dati de “L’Italia delle imprese” evidenzia ancora una volta, la forte dinamicità del settore. Le imprese del terziario si dimostrano, anche in una fase difficile del quadro economico caratterizzata da pesanti cadute della domanda, propense a nuovi

investimenti: il 57,7% dichiara, infatti, che le richieste di credito sono motivate dall'esigenza di effettuare nuovi investimenti, una percentuale che scende al 48,6% tra le imprese de "L'Italia delle imprese".

Tab. 30 - Quali sono stati i motivi di tale richiesta di nuovo credito da parte della Sua azienda? (val. %)

	Esigenze di cassa	Nuovi investimenti
Tutti	63,5	57,7
L'Italia delle Imprese	69,8	48,6
Addetti		
1 addetto	66,7	60,6
2 addetti	50,6	55,6
da 3 a 5 addetti	62,2	53,3
da 6 a 9 addetti	66,7	52,4
da 10 addetti in su	83,3	65,3
Area geografica		
Nord Ovest	57,7	50,0
Nord Est	50,0	69,2
Centro	74,5	47,1
Sud	60,9	58,3
Isole	88,0	76,9
Settore		
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	68,9	41,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	58,8	55,9
Ingegneria/progett.ne	87,5	33,3
Informatica e automazione	40,0	82,9
Marketing e comunicazione	100,0	50,0
Risorse umane	77,3	86,4
Altre attività di servizi	61,7	55,7

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963), Fondazione Nord Est – UniCredit Corporate Banking, per Il Sole 24 Ore, maggio 2009 (n. casi 1227)

Nel secondo trimestre del 2009 l'8,2% delle imprese si è visto chiedere, da parte delle banche, un rientro totale (1,6%) o parziale (6,6%) degli affidamenti. Le imprese che hanno subito con maggior frequenza tale richiesta sono quelle con due addetti (12,9%), quelle del settore marketing e comunicazione (11,4%) e le imprese del Nord Ovest (10,3%). Rispetto ai dati raccolti attraverso l'indagine "L'Italia delle imprese", dove si riscontrava una percentuale leggermente più alta (10,1%) di imprese che si è vista richiedere da parte delle banche un rientro degli affidamenti, nel terziario avanzato la situazione appare meno critica.

Tab. 31 - Negli ultimi 3 mesi le banche hanno chiesto alla Sua azienda un rientro degli affidamenti? (val. %)

	Sì	Sì, totale	Sì, ma solo in modo parziale	No	Totale
	A+B	A	B	C	A+B+C
Tutti	8,2	1,6	6,6	91,8	100,0
L'Italia delle imprese	10,1	2,7	7,4	89,9	100,0
Addetti					
1 addetto	6,2	1,5	4,7	93,8	100,0
2 addetti	12,9	2,4	10,5	87,1	100,0
da 3 a 5 addetti	3,7	0,5	3,2	96,3	100,0
da 6 a 9 addetti	7,9	2,0	5,9	92,1	100,0
da 10 addetti in su	9,8	1,5	8,3	90,2	100,0
Area geografica					
Nord Ovest	10,3	0,9	9,4	89,7	100,0
Nord Est	6,0	1,1	4,9	94,0	100,0
Centro	7,2	2,9	4,3	92,8	100,0
Sud	8,3	1,5	6,8	91,7	100,0
Isole	7,1	1,4	5,7	92,9	100,0
Settore					
Amministrativo, fiscale, consulenza economica...	9,4	1,7	7,7	90,6	100,0
Consulenza, direzione, management, qualità dell'ambiente	4,8	0,0	4,8	95,2	100,0
Ingegneria/progett.ne	0,0	0,0	0,0	100,0	100,0
Informatica e automazione	4,1	0,0	4,1	95,9	100,0
Marketing e comunicazione	11,4	5,7	5,7	88,6	100,0
Risorse umane	3,6	1,8	1,8	96,4	100,0
Altre attività di servizi	11,2	2,1	9,1	88,8	100,0

Fonte: Fondazione Nord Est – Intesa Sanpaolo (luglio-agosto 2009, n. casi 963), Fondazione Nord Est – UniCredit Corporate Banking, per Il Sole 24 Ore, maggio 2009 (n. casi 1227)

APPENDICE

1. Nota metodologica

L'indagine, promossa da *Intesa Sanpaolo*, è stata progettata e realizzata dalla Fondazione Nord Est.

La popolazione oggetto di campionamento è costituita dall'insieme degli imprenditori, titolari di imprese del Terziario Avanzato, così come definito nell'elenco riportato successivamente, con 1 e più addetti, attivi nel territorio nazionale. Il campione della terza rilevazione ammonta a 963.

Le imprese sono state estratte fra quelle iscritte alle CCIAA.

Il campione è stato stratificato per quote in base alle seguenti variabili: regione, comparto di attività (Comunicazione e Marketing, Ingegneria Territorio e Ambiente, Prove Valutazioni e Controlli, Consulenza, Information Technology, Servizi Integrati agli immobili e alle infrastrutture) e classe dimensionale (1 addetto, 2 addetti, 3-5 addetti, 6-9 addetti, 10 addetti e +)

Al fine di ricondurre la distribuzione delle variabili di stratificazione alla reale struttura dell'universo è stata adottata una procedura di ponderazione post rilevazione.

Le interviste sono state realizzate telefonicamente con il sistema C.A.T.I. (*Computer Assisted Telephone Interviewing*), tra luglio e agosto 2009 dalla società di rilevazione Demetra.

Daniele Marini ha supervisionato la ricerca. Silvia Oliva ha diretto e coordinato l'indagine e insieme a Gianluca Toschi ha impostato l'indagine e realizzato il *report* finale. Fabio Marzella ha seguito la costruzione del campione e l'elaborazione dei dati.

2. La classificazione del terziario avanzato (Ateco '91)

70110 - Valorizzazione e vendita immobiliare (SI)
70310 - Agenzie di mediazione immobiliare (SI)
70320 - Amministrazione e gestione di beni immobili per conto terzi (SI)
72100 - Consulenza per installazione di elaboratori elettronici (IT)
72200 - Fornitura di software e consulenza in materia di informatica (IT)
72300 - Elaborazione elettronica dei dati (IT)
72400 - Attività delle banche di dati (IT)
72601, 72602 - Altri servizi connessi all'informatica (IT)
73100 - Ricerca tecnica nel campo delle scienze naturali e ingegneria (ITA)
74111 - Attività degli studi legali (CONS)
74121 - Servizi di contabilità, cons. societaria, fiscale, incarichi giudiziali (CONS)
74122 - Attività delle società di certificazione di bilanci (CONS)
74123 - Gestione ed amministrazione del personale per conto terzi (SI)
74130 - Studi di mercato e sondaggi di opinione (CM)
74141 - Consulenze finanziarie (CONS)
74142 - Consulenze del lavoro (CONS)
74144 - Amministraz. di società ed enti, consulenza e pianificazione aziendale (SI) (CONS)
74145 - Pubbliche relazioni (CM)
74146 - Agenzie di informazioni commerciali (CONS)
74150 - Attiv. di gest. delle soc. di controllo finanziario (holding operative) (CONS)
74201 - Studi di architettura (ITA)
74202 - Studi di ingegneria (ITA)
74203 - Servizi di ingegneria integrata (ITA)
74204 - Attività di aerofotogrammetria e cartografia (ITA)
74206 - Altre attività tecniche (ITA)
74301 - Collaudi e analisi tecniche di prodotti (PVC)
74302 - Controllo di qualità e certificazione di prodotti (PVC)
74401 - Studi di promozione pubblicitaria (CM)
74402 - Agenzie di concessione degli spazi pubblicitari (CM)
74500 - Servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale (CONS)
74831 - Organizzazione di convegni (CM)
74832, 74834 - Servizi di segreteria (CM)
74833 - Traduzioni e interpretariato (CM)
74835 - Compilaz. e gest. di indirizzi (CM)
74842 - Agenzie di recupero crediti (CONS)
74846 - Call center, Logistica (IT) (ITA) (CM)
80303 - Formazione post universitaria (CONS)
80422 - Formazione professionale (CONS)

CM = Comunicazione e Marketing

ITA = Ingegneria Territorio e Ambiente

PVC = Prove Valutazioni e Controlli

CONS = Consulenza

IT = Information Technology

SI = Servizi Integrati agli immobili e alle infrastrutture

3. I risultati della rilevazione

SEZIONE A – LE CARATTERISTICHE DELL’IMPRESA

QA01 Quante persone (escluso lei) lavorano nella sua azienda?

1 addetto	27,0
2 addetti	28,3
3-5 addetti	21,7
6-9 addetti	10,0
10 o più addetti	13,0
Totale	100,0

QA02 A quale settore del terziario avanzato appartiene la Sua impresa?

1. Amministrativo, fiscale, consulenza economica, finanziaria, assicurativa e revisione contabile	35,8
2. Consulenza, direzione, management, qualità dell’ambiente	16,5
3. Ingegneria / progettazione	3,5
4. Informatica e automazione	9,5
5. Marketing e comunicazione	5,3
6. Risorse umane	5,5
7. Altre attività di servizi	23,9

QA03 Fatto 100 il Suo fatturato, può indicarci la quota percentuale dalla vendita di...

a - Servizi standardizzati	42,5
b - Servizi personalizzati per singolo cliente	57,5

QA04 In percentuale del fatturato, i servizi prodotti dalla sua impresa sono rivolti (verificare che la somma sia il 100%):

a- Alle imprese	64,0
b- Ai privati	26,2
c- Al settore pubblico	9,8

QA05 In base all’ultimo bilancio approvato, qual è il fatturato della sua impresa

1. fino a 50mila euro	38,2
2. da 50mila fino a 99 mila euro	16,9
3. da 100 mila a 149 mila euro	12,8
4. da 150 mila a 199mila euro	6,7
5. da 200 mila a 499 mila euro	12,6
6. da 500 mila a 749 mila euro	3,5
7. da 750 mila a 1 milione di euro	3,5
8. più di un milione di euro	5,9

QD06 La parte prevalente del suo fatturato (circa 80%) da quale quota dei suoi clienti è determinata?

1. Meno del 10% dei clienti	14,9
2. Dal 10% al 30% dei clienti	11,1
3. Dal 30 al 50% dei clienti	12,5
4. Più del 50% dei clienti	61,5

SEZIONE B – CONGIUNTURA

QB01 Può indicare l'andamento dei seguenti parametri aziendali nel primo semestre 2009, rispetto allo stesso periodo del 2008? (in forte crescita, in leggera crescita, stabile, in leggera flessione, in netta flessione)

	In forte crescita	In leggera crescita	Stabile	In leggera flessione	In forte flessione
Fatturato	4,2	12,1	39,9	26,8	17,0
Ordini/commesse	3,6	12,2	47,6	20,7	15,9
Liquidità	1,7	7,0	38,6	28,6	24,1
Occupazione	0,7	6,9	79,0	7,0	6,4

QB02 Può indicare l'andamento dei seguenti parametri aziendali nei prossimi sei mesi?

	In forte crescita	In leggera crescita	Stabile	In leggera flessione	In forte flessione
Fatturato	4,2	22,5	45,4	20,2	7,7
Ordini/commesse	3,2	23,3	51,4	15,7	6,3
Liquidità	2,2	18,5	50,2	18,2	10,9
Occupazione	1,2	7,4	83,1	5,6	2,7

QB03 Gli incassi, rispetto ai termini di pagamento concordati sono:

- | | |
|---------------------|------|
| 1. Normali | 31,1 |
| 2. In ritardo | 40,0 |
| 3. In forte ritardo | 28,9 |

SEZIONE C – EFFETTI DELLA CRISI E STRATEGIE PER SUPERARLA

QC02 A suo giudizio, nel suo settore, questa crisi sta determinando principalmente...

- | | |
|--|------|
| 1. La chiusura delle imprese non competitive | 45,5 |
| 2. Un'importante riorganizzazione interna delle imprese | 25,6 |
| 3. Il riposizionamento delle imprese sui mercati | 15,3 |
| 4. Una ridefinizione dei rapporti tra imprese (aggregazioni, partnership...) | 13,6 |

QC03 Attualmente, tra le seguenti quali sono le strategie su cui la sua impresa deve puntare per affrontare la crisi internazionale?(si, no)

- | | |
|--|------|
| 1. Ridurre i costi | 52,9 |
| 2. Ridurre il personale | 16,0 |
| 3. Creare reti | 54,7 |
| 4. Alleanze/Fusioni | 50,1 |
| 5. Adottare nuove forme di organizzazione del lavoro | 62,9 |
| 6. Inserire nuove figure professionali | 29,5 |
| 7. Capitalizzazione dell'impresa | 35,9 |
| 8. Nuove tecnologie/innovazione di processo | 57,1 |

QC04 E tra queste?(si, no)

- | | |
|--|------|
| 1. Maggiore proiezione internazionale | 38,1 |
| 2. Focalizzazione sui mercati di nicchia | 55,7 |
| 3. Ricercare nuovi mercati | 66,5 |

4. Migliorare i rapporti con la clientela	66,8
5. Introdurre nuove forme di distribuzione	35,2
6. Sviluppare nuovi servizi	74,3

QC05 I suoi clienti... (si, no)

1. Stanno internalizzando servizi che prima acquisivano sul mercato	34,4
2. Acquistano servizi da imprese che hanno sede all'estero (<i>offshoring</i>)	32,6

QC07 In questa fase di crisi, a suo giudizio, una piccola impresa per rimanere competitiva deve:

1. Continuare ad agire sola sul mercato	23,5
2. Partecipare ad una qualche forma di aggregazione tra imprese (consorzio, joint venture...)	53,2
3. Creare fusioni con altre aziende	12,7
4. Acquisire nuove aziende	4,5
5. Cedere ad altri l'attività	6,1

SEZIONE E – QUADRO COMPETITIVO

QE01 Dove si collocano, prevalentemente, i concorrenti della sua impresa?

1. Nella provincia	53,7
2. All'interno della regione	18,4
3. In Italia	24,0
4. All'estero	3,9

QE02a Su quali due fattore, in ordine di importanza, agiscono principalmente i vostri concorrenti? (ruotare)

	Primo	Secondo
1. Prezzo	59,0	17,3
2. Rapidità	6,0	21,0
3. Qualità	14,1	26,1
4. Ampiezza di gamma	10,2	16,3
5. Nuovi servizi	10,7	19,3

QE02b e fra questi? (sempre in ordine di importanza, ruotare)

	Primo	Secondo
1. Reputazione	24,1	13,4
2. Utilizzo tecnologie	15,0	25,7
3. Assistenza post-vendita	8,7	9,4
4. Disponibilità dei canali distributivi	14,8	12,0
5. Collaborazione con altre imprese	14,4	13,1
6. Competenza delle risorse umane	23,0	26,4

QE03a E su quali due fattori agirà, nel prossimo futuro, la sua impresa? In ordine di importanza (ruotare)

	Primo	Secondo
1. Prezzo	18,8	17,2
2. Rapidità	11,5	17,7
3. Qualità	40,4	30,1
4. Ampiezza di gamma	6,8	16,0

5. Nuovi servizi	22,5	19,0
------------------	------	------

<i>QE03b e fra questi? (sempre in ordine di importanza, ruotare)</i>		
	Primo	Secondo
1. Reputazione	24,0	12,2
2. Utilizzo tecnologie	18,1	23,9
3. Assistenza post-vendita	8,7	15,0
4. Disponibilità dei canali distributivi	5,2	8,6
5. Collaborazione con altre imprese	17,8	12,9
6. Competenza delle risorse umane	26,2	27,4

<i>QE04 In quali due aree punterà nel futuro? (1,2)</i>		
	Prima	Seconda
a. Provincia	47,8	8,6
b. Regione	18,1	43,7
c. Nord / Centro/ Sud Italia e Isole, in relazione alla posizione della sede	6,5	11,8
d. Mercato nazionale	16,0	16,5
e. UE	7,2	13,2
f. In tutto il mondo	4,4	6,2

<i>QE05 Con quali delle seguenti azioni cercherà di proporsi sul mercato nel prossimo futuro? (prime 2)</i>		
	Primo	Secondo
a. Analisi di mercato, di customer, ecc.	13,0	4,2
b. Promozione pubblicitaria	18,5	11,3
c. Miglioramento della qualità dei servizi	27,8	23,5
d. Gamma più ampia di servizi	10,2	26,3
e. Migliore rapporto qualità/prezzo	18,5	16,6
f. Investimento in personale dedicato allo sviluppo del mercato	3,4	8,4
g. Riposizionamento competitivo	8,6	9,7

<i>QE06 A suo giudizio, quanto è diffuso il fenomeno dell'aggregazione tra imprese nell'ambito dei servizi?</i>		
Molto		8,7
Abbastanza		31,1
Poco		47,4
Per nulla		2,8

SEZIONE F – RAPPORTO CON IL CREDITO

<i>QF01 Negli ultimi 3 mesi la sua azienda ha presentato alle banche una nuova richiesta di credito o di ampliamento di uno già esistente?</i>		
Sì		22,6
No		77,4

<i>QF02 Se sì, il credito richiesto:</i>		
1. non è stato concesso		33,7
2. è stato concesso alle condizioni usuali		36,5
3. è stato concesso a condizioni più gravose		23,8
4. l'azienda ha rinunciato al prestito per condizioni troppo gravose		6,0

QF03 Quali sono stati i motivi di tale richiesta di nuovo credito da parte della Sua azienda? (sì, no)

1. esigenze di cassa	63,5
2. nuovi investimenti	57,7

QF04 Negli ultimi 3 mesi le banche hanno chiesto alla Sua azienda un rientro degli affidamenti?

1. Sì, totale	1,6
2. Sì, ma solo in modo parziale	6,6
3. No	91,8

QF05 Negli ultimi 6 mesi, secondo Lei le cose sono migliorate, peggiorate o rimaste stabili per quanto riguarda...

	Peggiorate	Rimaste stabili	Migliorate
1. La possibilità di accesso al credito	61,1	35,0	3,9
2. I tassi di interesse praticati dalle banche	37,2	43,1	19,7
I costi dei servizi e delle commissioni bancarie	50,1	42,5	7,4

QF06 Nei prossimi 6 mesi, secondo Lei le cose miglioreranno, peggioreranno o rimarranno stabili per quanto riguarda...

	Peggioreranno	Rimarranno stabili	Miglioreranno
1. La possibilità di accesso al credito	26,7	47,5	25,8
2. I tassi di interesse praticati dalle banche	26,8	52,0	21,2
I costi dei servizi e delle commissioni bancarie	31,5	51,2	17,3