

PMI: il punto sull'attività negli ultimi 12 mesi

Ricerca Zurich sulle PMI - 2014

17 settembre 2014



Introduzione

- Metodologia pag. 3
- Struttura del campione pag. 4

Risultati

- Sintesi pag. 8
- Risultati per regione pag. 11
- Risultati per paese pag. 16

Metodo	Interviste telefoniche (CATI)
Strumento	Questionario strutturato
Gruppo target	<ul style="list-style-type: none">• Piccole e medie imprese (PMI) con un numero di dipendenti a tempo pieno tra 0 e 250• CEO/Proprietario, Direttore generale, CFO/Tesoriere, COO/Direttore operativo
Paesi	19 paesi: Argentina, Australia, Austria, Brasile, Germania, Hong Kong, Irlanda, Italia, Malesia, Marocco, Messico, Portogallo, Spagna, Sud Africa, Svizzera, Taiwan, Turchia, UAE (Emirati Arabi Uniti), UK (Regno Unito).
Campione	3.800, ovvero 200 imprese in ogni paese
Agenzia incaricata	GfK
Area della ricerca	Ai partecipanti è stato chiesto di scegliere tra 15 possibilità un massimo di 3 attività e sfide che la loro impresa ha affrontato nei 12 mesi precedenti

Struttura del campione – paese 1-10

Funzione e dipendenti a tempo pieno

Distribuzione in % (n=200 per paese)

	Argentina	Australia	Austria	Brasile	Germania	Hong Kong	Irlanda	Italia	Malesia	Marocco
Funzione										
CEO/Proprietario	49,0	42,0	58,0	43,5	56,5	39,5	43,0	74,5	23,5	60,0
Direttore generale	15,0	12,5	12,0	16,5	16,0	20,5	16,5	10,5	24,5	13,0
COO/Direttore operativo	7,5	14,5	19,0	10,0	11,5	13,5	16,5	10,0	19,0	10,0
CFO/Tesoriere	28,5	31,0	11,0	30,0	16,0	26,5	24,0	5,0	33,0	17,0
Dipendenti a tempo pieno										
0 dipendenti	11,0	2,0	3,5	3,0	9,0	2,0	0	14,5	0,5	0
1 - 9 dipendenti	30,0	46,0	54,0	34,0	22,0	31,5	33,5	43,0	51,5	70,5
10 - 19 dipendenti	27,0	12,0	20,0	22,5	22,5	19,0	20,0	18,5	17,0	10,5
20 - 49 dipendenti	12,5	10,5	7,0	17,0	14,5	22,0	16,5	8,5	13,0	8,0
50 - 99 dipendenti	12,0	21,5	9,5	17,5	21,5	14,5	15,5	8,5	9,0	6,0
100 - 249 dipendenti	7,5	8,0	6,0	6,0	10,5	11,0	14,5	7,0	9,0	5,0

Struttura del campione – paese 11-19

Funzione e dipendenti a tempo pieno

Distribuzione in % (n=200 per paese)

	Messico	Portogallo	Spagna	Sud Africa	Svizzera	Taiwan	Turchia	UAE	UK
Funzione									
CEO/Proprietario	44,0	41,5	50,0	44,5	42,0	32,0	39,5	38,0	44,0
Direttore generale	17,0	16,0	16,0	11,5	25,0	16,5	11,5	14,5	12,5
COO/Direttore operativo	24,0	10,0	10,0	9,0	15,5	20,0	30,5	14,0	16,0
CFO/Tesoriere	15,0	32,5	24,0	35,0	17,5	31,5	18,5	33,5	27,5
Dipendenti a tempo pieno									
0 dipendenti	5,0	5,0	14,0	1,0	7,0	1,0	0	3,5	6,0
1 - 9 dipendenti	26,0	46,0	38,0	58,0	40,5	31,5	57,0	42,0	27,5
10 - 19 dipendenti	14,0	16,5	16,5	15,5	14,0	22,5	19,0	16,5	21,0
20 - 49 dipendenti	13,5	11,5	12,0	17,5	15,0	28,0	8,5	13,5	16,0
50 - 99 dipendenti	29,0	16,5	13,0	5,5	17,5	13,5	6,5	13,0	16,5
100 - 249 dipendenti	12,5	4,5	6,5	2,5	6,0	3,5	9,0	11,5	13,0

Struttura del campione – paese 1-10

Settore e ricavi totali

Distribuzione in % (n=200 per paese)

	Argentina	Australia	Austria	Brasile	Germania	Hong Kong	Irlanda	Italia	Malesia	Marocco
Settore										
Agricoltura	12,0	10,5	1,5	11,0	5,5	0	4,5	4,5	2,0	1,5
Manifatturiero e costruzioni	10,0	12,5	8,5	7,0	14,0	10,5	11,5	6,5	6,0	19,0
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	18,5	20,0	13,5	18,5	14,5	5,5	12,5	8,5	17,0	14,0
Informazione e comunicazione	5,0	2,0	9,0	6,5	8,5	3,0	6,0	4,5	1,5	21,5
Attività finanziarie (comprese assicurazioni)	4,0	3,0	9,5	3,0	13,0	21,0	8,0	13,5	12,0	8,5
Servizi amministrativi e di supporto	3,5	1,5	6,0	2,0	3,0	8,5	4,5	2,5	5,5	4,0
Pubblica amministrazione	0	4,5	4,0	1,5	3,5	11,0	2,0	3,0	4,5	2,5
Trasporti e deposito	11,5	15,0	4,0	10,0	5,0	7,5	7,0	3,5	11,5	12,5
Ospitalità e ristorazione	16,5	12,0	27,0	16,0	9,5	9,5	19,0	23,5	20,5	8,5
Servizi al consumo	10,5	12,0	8,5	12,0	7,0	1,5	15,5	15,0	8,0	4,5
Altri servizi	8,5	7,0	8,5	12,5	16,5	22,0	9,5	15,0	11,5	3,5
Totale ricavi 2013										
Meno di 2 milioni di euro	57,5	42,0	66,0	27,5	38,0	34,5	33,0	42,0	29,0	54,5
Tra 2 e 5 milioni di euro	5,5	7,0	6,0	22,5	10,0	22,5	14,0	13,0	24,0	5,5
Tra 5 e 10 milioni di euro	3,0	4,5	3,5	6,0	8,0	5,0	6,5	10,0	4,5	5,5
Tra 10 e 50 milioni di euro	0,5	4,0	3,0	1,0	4,5	6,0	7,0	4,0	4,5	2,5
Più di 50 milioni di euro	0	0	2,5	0	1,0	0,5	2,0	3,5	0	2,0
Non so / non risponde	33,5	42,5	19,0	43,0	38,5	31,5	37,5	27,5	38,0	30,0

Struttura del campione – paese 11-19

Settore e ricavi totali

Distribuzione in % (n=200 per paese)

	Messico	Portogallo	Spagna	Sud Africa	Svizzera	Taiwan	Turchia	UAE	UK
Settore									
Agricoltura	7,0	4,5	9,5	4,5	2,5	1,0	3,5	2,5	3,0
Manifatturiero e costruzioni	11,5	8,5	10,5	17,0	10,0	19,0	10,0	4,5	15,0
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	17,5	9,5	11,0	10,0	15,5	18,0	13,5	16,0	13,5
Informazione e comunicazione	2,5	2,5	4,0	21,0	6,5	3,5	16,0	4,5	6,5
Attività finanziarie (comprese assicurazioni)	3,5	6,0	4,0	5,5	4,0	10,0	8,0	8,5	10,0
Servizi amministrativi e di supporto	4,0	3,0	4,0	6,5	6,0	1,5	2,5	5,0	4,5
Pubblica amministrazione	2,0	1,0	4,0	3,5	5,5	2,5	1,5	2,0	1,5
Trasporti e deposito	4,5	14,5	4,5	2,5	7,5	11,5	17,5	13,5	6,0
Ospitalità e ristorazione	25,5	17,5	12,0	17,5	9,5	22,0	21,5	27,0	18,0
Servizi al consumo	18,0	8,0	24,5	1,0	22,0	9,0	2,5	12,0	10,0
Altri servizi	4,0	25,0	12,0	11,0	11,0	2,0	3,5	4,5	12,0
Totale ricavi 2013									
Meno di 2 milioni di euro	26,0	37,0	41,0	51,5	31,5	43,5	59,0	36,5	39,0
Tra 2 e 5 milioni di euro	14,0	8,0	16,0	8,5	11,5	23,0	6,5	11,0	15,5
Tra 5 e 10 milioni di euro	5,0	7,5	7,0	1,0	8,5	2,5	3,0	6,0	11,0
Tra 10 e 50 milioni di euro	8,5	6,0	4,5	1,0	6,0	2,0	0,5	3,0	7,0
Più di 50 milioni di euro	2,5	1,5	0	0	1,0	0,5	5,0	0,5	0
Non so / non risponde	44,0	40,0	31,5	38,0	41,5	28,5	26,0	43,0	27,5

Sintesi

PMI: il punto sull'attività negli ultimi 12 mesi

Le PMI nella maggior parte dei paesi si sono concentrate nuovamente sull'**espansione dell'attività verso nuovi clienti target sul mercato locale** (23%) e sulla **diversificazione della gamma di prodotti e servizi** (21%).

Le PMI di **Germania** e **Italia** rappresentano un'eccezione in quanto non hanno dimostrato una grande propensione alla crescita nei mercati locali (14% e 11%), Le PMI in **Germania** si sono concentrate principalmente sull'investimento negli **strumenti e nell'attività dell'impresa**, oltre che sull'aumento dei **prezzi** e dei **dipendenti**. Le PMI in **Italia** dichiarano di aver **ridotto i prezzi**, oltre ad aver **diversificato la gamma di prodotti e servizi**.

Le imprese dell'America latina, in particolare in **Brasile e Messico** (40% e 33%) ma anche in **Australia** (38%), citano in particolare un **forte aumento degli stipendi** e un **modesto aumento del personale**. I paesi dell'Asia del Pacifico come **Hong Kong, Taiwan e Malesia** dichiarano di aver incrementato molto il **personale** e in misura minore gli **stipendi**.

Hong Kong, Marocco, Taiwan, Turchia e Sud Africa (21% - 26%) hanno cercato soprattutto di **espandersi verso nuovi mercati (esportazioni)**.

In Europa, **Germania** e **Austria** hanno investito soprattutto in **strumenti e attività dell'impresa** (27% e 34%), con un simultaneo **aumento dei prezzi** (20% e 29%) e del **personale** (19% e 33%).

Solo una **minoranza** delle PMI in tutti i paesi oggetto del sondaggio (tra lo 0% e il 10%) ha preso in considerazione di **ridurre l'offerta** o di **chiudere l'attività**. A **Taiwan** nessuna impresa ha preso in considerazione di **chiudere l'attività**, solo l'1,5% in **Austria** e **Marocco**. Invece, in **Spagna, Australia e Messico** quasi **un'impresa su dieci** ha considerato questa eventualità.

Europa

In Europa, la maggior parte delle PMI si è concentrata sull'**espansione dell'attività verso nuovi clienti target sul mercato locale**, tranne Germania, Austria e Italia che rappresentano un'eccezione anche nel 2014. Le imprese europee si sono concentrate anche sulla **diversificare della gamma di prodotti e servizi**.

Le PMI in **Italia, Spagna e Portogallo** hanno continuato a **ridurre i prezzi**. **Italia e Spagna** sono gli unici paesi in cui le PMI appaiono riluttanti ad **assumere nuovo personale** o a **incrementare i prezzi**.

Solo una **minoranza** di PMI in Europa ha preso in considerazione di **ridurre l'offerta** o **chiudere l'attività**. In **Austria**, solo l'1,5% delle imprese ha dichiarato di prendere in considerazione la chiusura dell'attività, in **Spagna** quasi un'impresa su dieci.

Nel **Regno Unito, in Svizzera e Germania** la tendenza all'**aumento dei salari** è scesa leggermente rispetto ai risultati del 2013.

America latina

Le PMI in **Brasile, Messico e Argentina** hanno **umentato gli stipendi**, hanno **espanso l'attività verso nuovi clienti target sul mercato locale** e **diversificato la gamma di prodotti e servizi**.

Poche imprese nella regione hanno preso in considerazione di **ridurre o chiudere l'attività**, mentre quasi un'impresa su dieci in **Brasile e Messico** ha valutato di **ridurre gli stipendi**. In Argentina invece non emerge questo fattore. Un'impresa su cinque in **Brasile** ha **ristrutturato** l'attività negli ultimi 12 mesi.

Medio Oriente e Africa

L'**espansione dell'attività verso nuovi client target sul mercato locale** è uno dei temi principali per le PMI in Medio Oriente e Africa, così come la **diversificazione della gamma di prodotti o servizi**.

Invece in **Sud Africa** pesano di più l'**aumento degli stipendi, del personale e dei prezzi**.

Poche imprese hanno preso in considerazione la **chiusura dell'attività** su questi mercati, in particolare in **Marocco**. Le imprese marocchine **non** hanno cercato di **ottenere nuovi finanziamenti né l'estensione del credito**.

Asia del Pacifico

Le PMI in **Australia** si concentrano principalmente sull'**aumento degli stipendi**, mentre nel resto dell'Asia del Pacifico si punta soprattutto **sull'assunzione di personale** e sull'**espansione dell'attività verso nuovi client target sul mercato interno**. Le imprese di **Taiwan** e **Australia** hanno sottolineato la necessità di **diversificare la gamma di prodotti e servizi**.

Le imprese a **Hong Kong** e **Taiwan** hanno puntato sull'espansione verso nuovi mercati (**esportazioni**).

Sono poche le imprese della regione che hanno preso in considerazione di **ridurre l'offerta**. A **Taiwan** nessuna impresa del campione ha valutato la **chiusura dell'attività**, mentre in **Australia** quasi un'impresa su 12 lo ha fatto.

Risultati per regione

- [Europa](#)
- [America latina](#)
- [Medio Oriente e Africa](#)
- [Asia del Pacifico](#)

PMI – attività negli ultimi 12 mesi - Europa

Riepilogo paesi

■ ≥ 20% ■ < 6%

Distribuzione in % (n=200 per paese)

	Media	Austria	Germania	Italia	Portogallo	Irlanda	Spagna	Svizzera	UK
Espandere l'attività verso nuovi clienti target (mercato locale)	19,9	17,5	14	11	21,5	21,5	28,5	24	21,5
Diversificare la gamma di prodotti e servizi	19,6	21,5	16	21,5	17,5	21	24	18,5	17
Aumentare gli stipendi	11,4	27,5	12	4,5	7,5	6,5	5,5	15,5	12,5
Incrementare il personale	14,6	32,5	18,5	4,5	11,5	17,5	6,5	9,5	16,5
Aumentare i prezzi	13,1	29	20	4	13,5	8	5	7,5	17,5
Investire negli strumenti e nell'attività dell'impresa	17,8	34	26,5	16	9	11,5	13,5	13	19
Espandere l'attività verso nuovi mercati (esportazioni)	11,8	10	10,5	11,5	8,5	12	11,5	17,5	12,5
Diminuire i prezzi	14,1	6,5	7	19,5	19,5	13,5	25,5	8,5	12,5
Ristrutturare completamente l'impresa	10	12	11,5	6,5	9,5	8,5	11	10,5	10,5
Ridurre il personale	11,1	7,5	7	12	16,5	11,5	11,5	13,5	9
Investire nell'analisi e nella valutazione del rischio	8,9	13	7,5	8,5	7,5	8	5,5	8,5	13
Ridurre gli stipendi	9,4	3	6,5	9	11	12	14,5	11,5	8
Ottenere nuovi finanziamenti o ampliare linee di credito	8,3	11,5	8	8,5	9,5	9	5,5	8	6,5
Ridurre l'offerta	5,3	3	5	5	7,5	4,5	5,5	5	7
Valutare la chiusura dell'attività	5,4	1,5	5,5	7,5	7,5	3,5	9	2,5	6

PMI – attività negli ultimi 12 mesi – America latina

Riepilogo paesi

■ ≥ 20% ■ < 6%

Distribuzione in % (n=200 per paese)

	Media	Argentina	Brasile	Messico
Espandere l'attività verso nuovi clienti target (mercato locale)	23,2	23	27,5	19
Diversificare la gamma di prodotti e servizi	22,8	20,5	26,5	21,5
Aumentare gli stipendi	34,3	30	40	33
Incrementare il personale	8,5	7,5	7,5	10,5
Aumentare i prezzi	14,8	27	5,5	12
Investire negli strumenti e nell'attività dell'impresa	14,7	20,5	13,5	10
Espandere l'attività verso nuovi mercati (esportazioni)	9,5	8,5	5,5	14,5
Diminuire i prezzi	12,5	14,5	9,5	13,5
Ristrutturare completamente l'impresa	15,8	10,5	21,5	15,5
Ridurre il personale	9,5	10	7,5	11
Investire nell'analisi e nella valutazione del rischio	7,5	7,5	7,5	7,5
Ridurre gli stipendi	8,2	1,5	10	13
Ottenere nuovi finanziamenti o ampliare linee di credito	10,5	11,5	9,5	10,5
Ridurre l'offerta	8,7	10,5	7,5	8
Valutare la chiusura dell'attività	4,2	2	2,5	8

PMI – attività negli ultimi 12 mesi – Medio Oriente e Africa

Riepilogo paesi

Distribuzione in % (n=200 per paese)

■ ≥ 20% ■ < 6%

	Media	Marocco	Sud Africa	Turchia	UAE
Espandere l'attività verso nuovi clienti target (mercato locale)	27,1	32,5	25	25,5	25,5
Diversificare la gamma di prodotti e servizi	23,4	29,5	16,5	27,5	20
Aumentare gli stipendi	21,0	25,5	26,5	20	12
Incrementare il personale	20,0	19,5	23,5	20,5	16,5
Aumentare i prezzi	16,1	21	20	8,5	15
Investire negli strumenti e nell'attività dell'impresa	14,3	16,5	13,5	16	11
Espandere l'attività verso nuovi mercati (esportazioni)	21,5	25,5	22,5	20,5	17,5
Diminuire i prezzi	9,5	8,5	7,5	10	12
Ristrutturare completamente l'impresa	11,4	13,5	12	12	8
Ridurre il personale	8,5	11	5	10,5	7,5
Investire nell'analisi e nella valutazione del rischio	10,9	12	7	16	8,5
Ridurre gli stipendi	8,1	8,5	11	4	9
Ottenere nuovi finanziamenti o ampliare linee di credito	9,8	1	16,5	11,5	10
Ridurre l'offerta	5,1	6	2,5	6,5	5,5
Valutare la chiusura dell'attività	3,9	1,5	6,5	3,5	4

PMI - attività negli ultimi 12 mesi – Asia del Pacifico

Riepilogo paesi

Distribuzione in % (n=200 per paese)

■ ≥ 20% ■ < 6%

	Media	Australia	Hong Kong	Malesia	Taiwan
Espandere l'attività verso nuovi clienti target (mercato locale)	23,9	20	30	23,5	22
Diversificare la gamma di prodotti e servizi	22,4	23,5	21	17,5	27,5
Aumentare gli stipendi	21,6	37,5	15,5	19	14,5
Incrementare il personale	25,4	12,5	27,5	25	36,5
Aumentare i prezzi	17,9	14,5	23	16	18
Investire negli strumenti e nell'attività dell'impresa	9,5	14,5	14	5,5	4
Espandere l'attività verso nuovi mercati (esportazioni)	17,3	11,5	24,5	10	23
Diminuire i prezzi	7,3	12	5,5	6	5,5
Ristrutturare completamente l'impresa	10,4	13	14	4	10,5
Ridurre il personale	9,4	14,5	6,5	9	7,5
Investire nell'analisi e nella valutazione del rischio	6,5	11,5	8,5	3,5	2,5
Ridurre gli stipendi	7,3	10,5	8,5	5	5
Ottenere nuovi finanziamenti o ampliare linee di credito	5,4	6,5	4,5	4,5	6
Ridurre l'offerta	3,1	3,5	5	1,5	2,5
Valutare la chiusura dell'attività	4,0	8,5	5,5	2	0

Risultati per paese

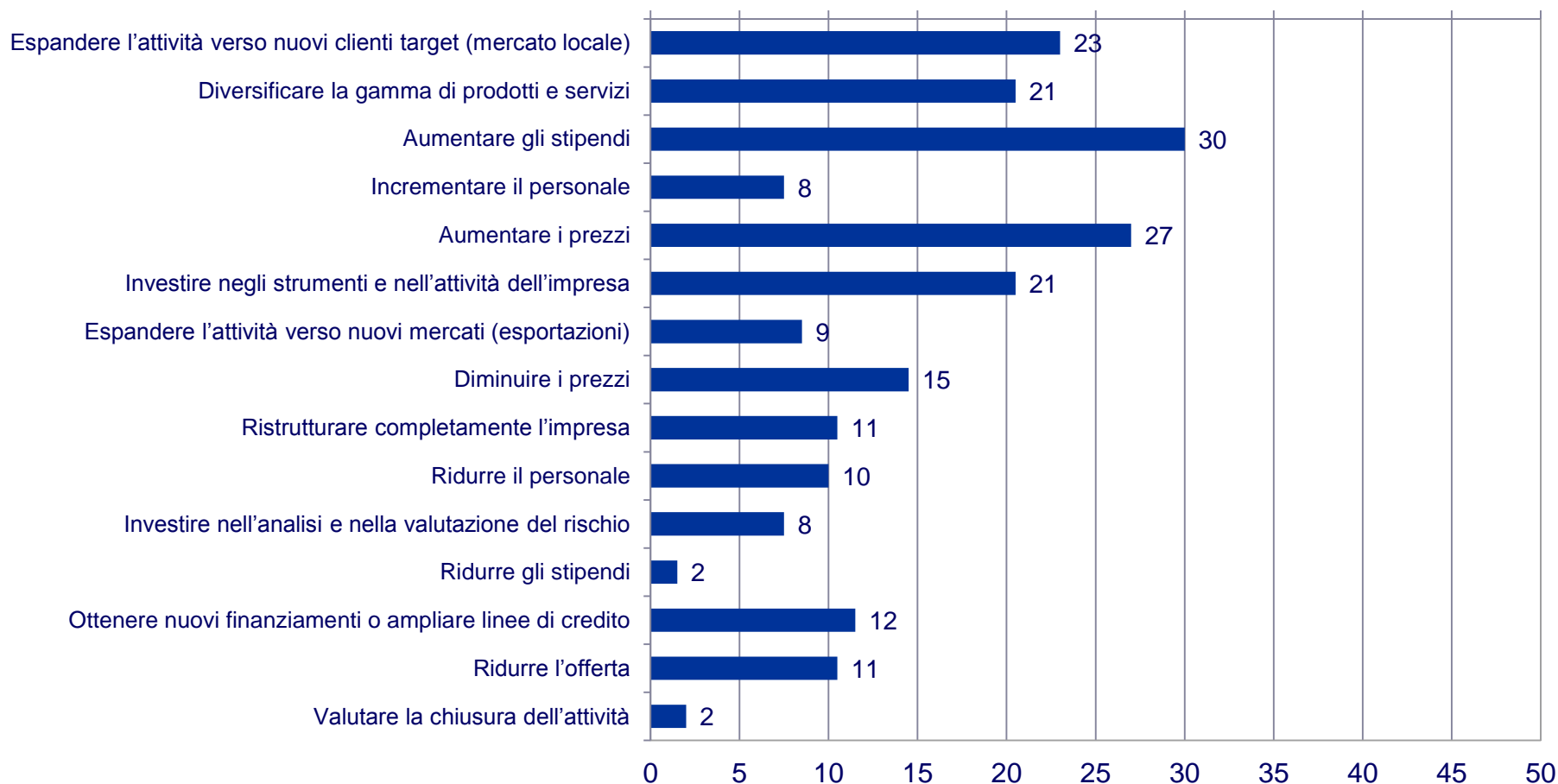
- [Argentina](#)
- [Australia](#)
- [Austria](#)
- [Brasile](#)
- [Germania](#)
- [Hong Kong](#)
- [Irlanda](#)
- [Italia](#)
- [Malesia](#)
- [Marocco](#)
- [Messico](#)
- [Portogallo](#)
- [Spagna](#)
- [Sud Africa](#)
- [Svizzera](#)
- [Taiwan](#)
- [Turchia](#)
- [UAE \(Emirati Arabi Uniti\)](#)
- [UK \(Regno Unito\)](#)

PMI - Attività negli ultimi 12 mesi

Argentina



Le PMI argentine riferiscono di aver aumentato i prezzi e gli stipendi, oltre all'espansione dell'attività verso nuovi clienti target sul mercato locale.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi

Australia



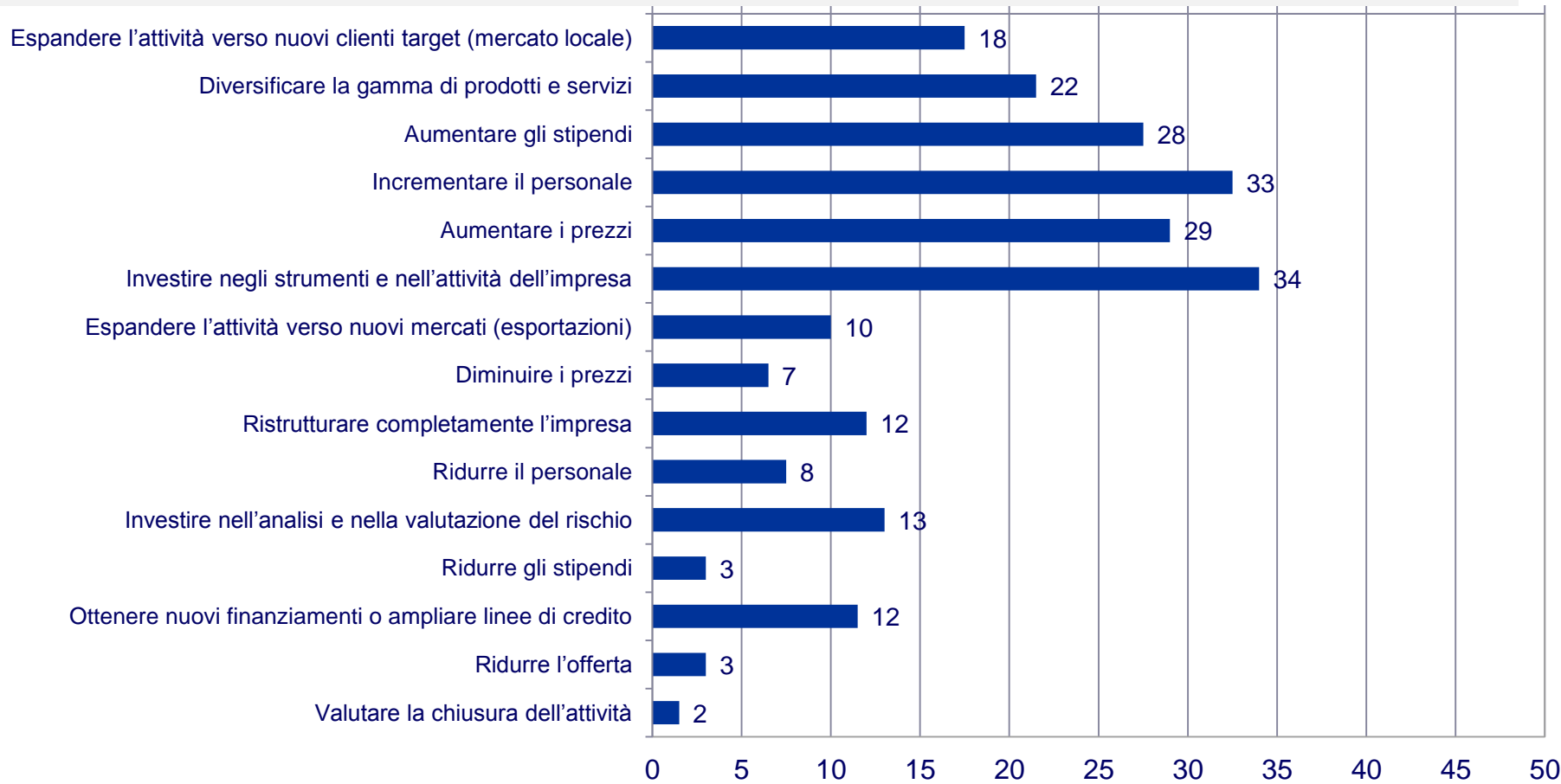
Le PMI australiane hanno aumentato gli stipendi, ma si sono concentrate meno sulla ricerca di nuovi clienti.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Austria



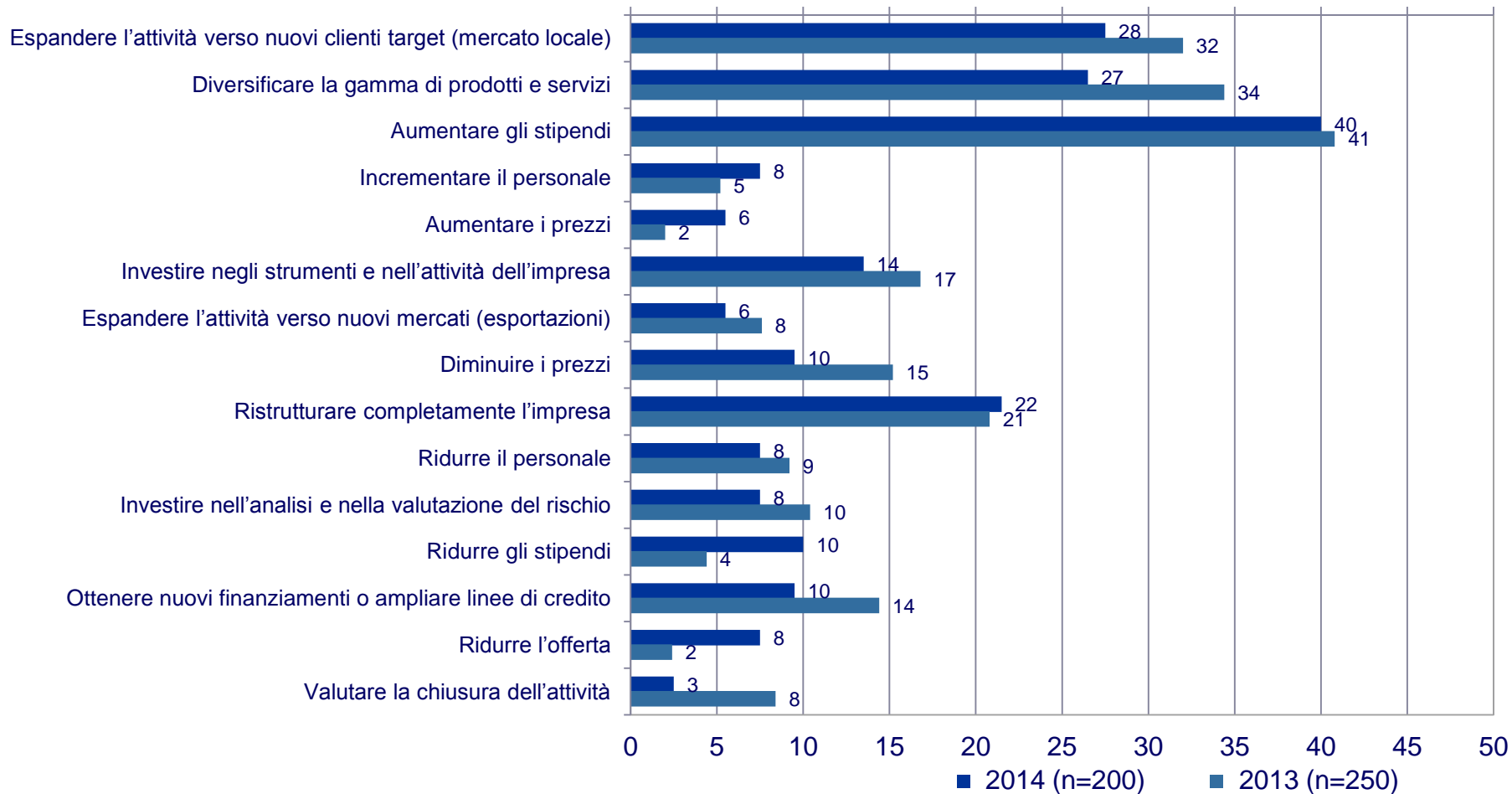
Le PMI austriache hanno investito principalmente negli strumenti e nell'attività dell'impresa, inoltre hanno aumentato il personale, incrementato i prezzi e gli stipendi.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Brasile



Le PMI brasiliane aumentano gli stipendi, cercano di crescere nel mercato locale e di diversificare prodotti e servizi.

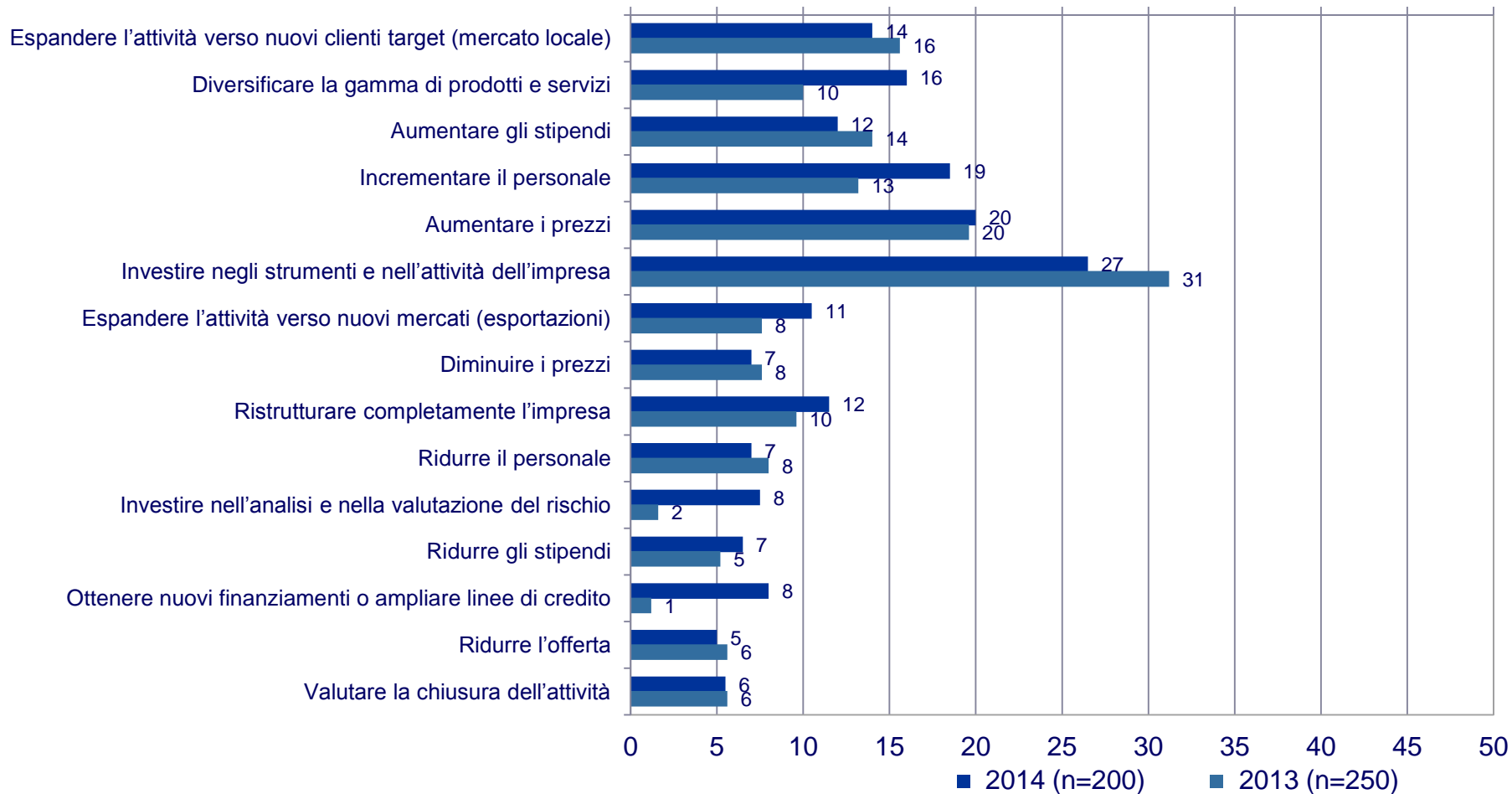


PMI - Attività negli ultimi 12 mesi

Germania



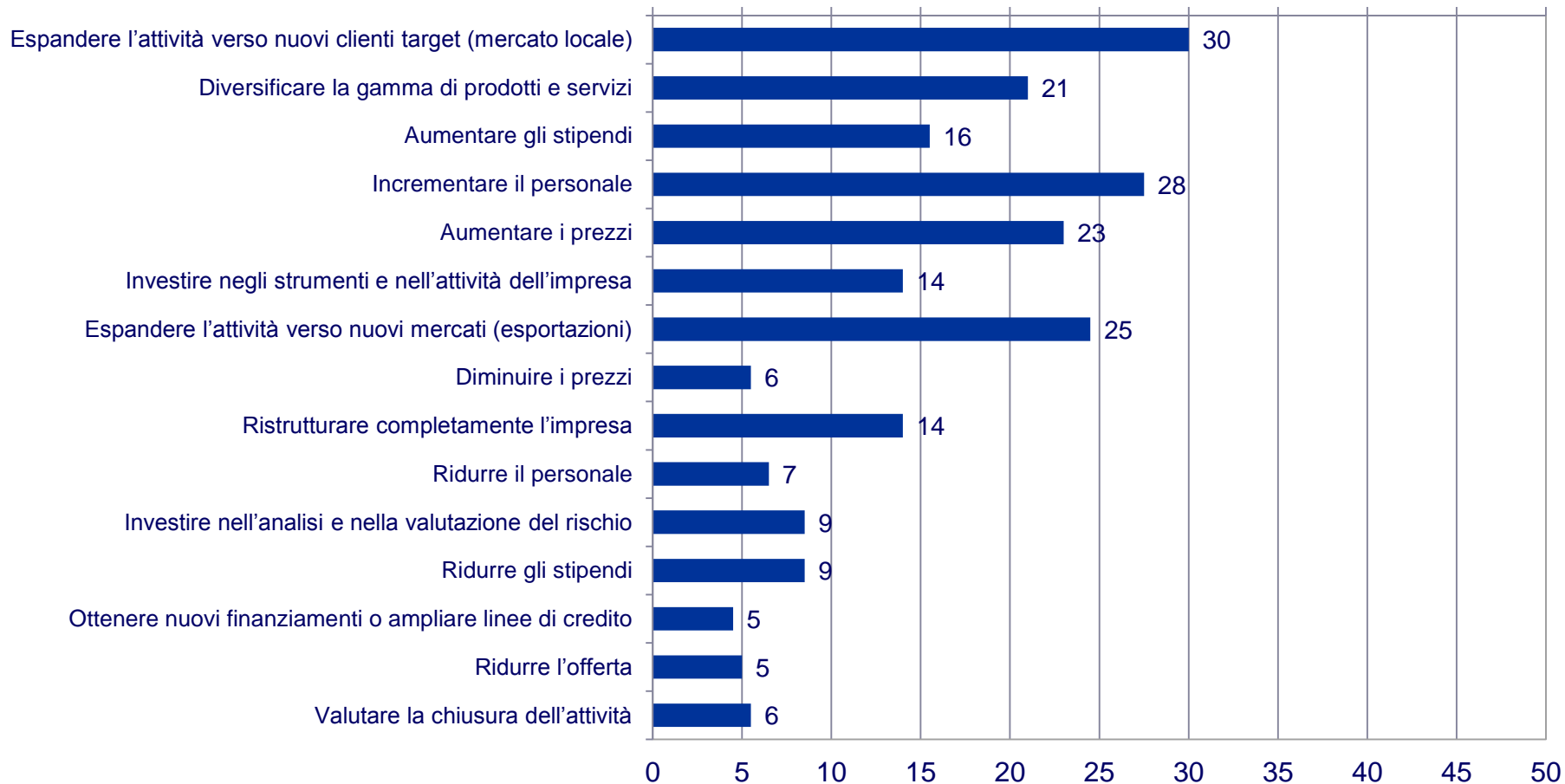
Le PMI in Germania continuano a investire negli strumenti e nell'attività dell'impresa, aumentano i prezzi e diversificano la gamma di prodotti e servizi.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Hong Kong



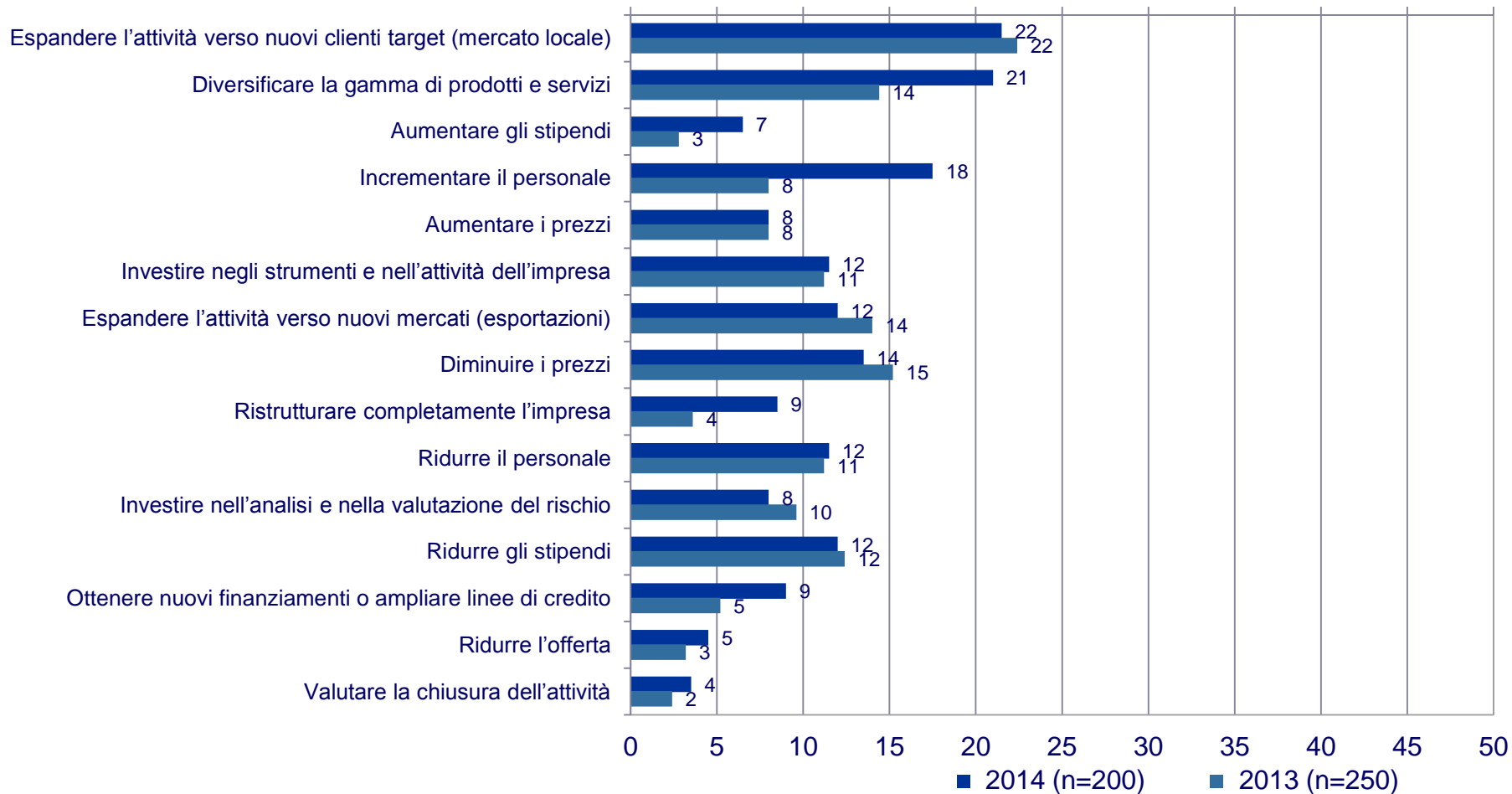
Le PMI a Hong Kong crescono sul mercato locale ed estero, oltre a incrementare il personale e aumentare i prezzi.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Irlanda



Le PMI in Irlanda si concentrano sull'espansione dell'attività verso nuovi client target e sulla diversificazione di prodotti e servizi. Rispetto al 2013 aumentano molto le assunzioni.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Italia



Le PMI italiane si sono concentrate sulla diversificazione dei prodotti, in forte aumento rispetto al 2013, e sulla diminuzione dei prezzi.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Malesia



Le PMI in Malesia assumono e cercano nuovi clienti sul mercato locale.

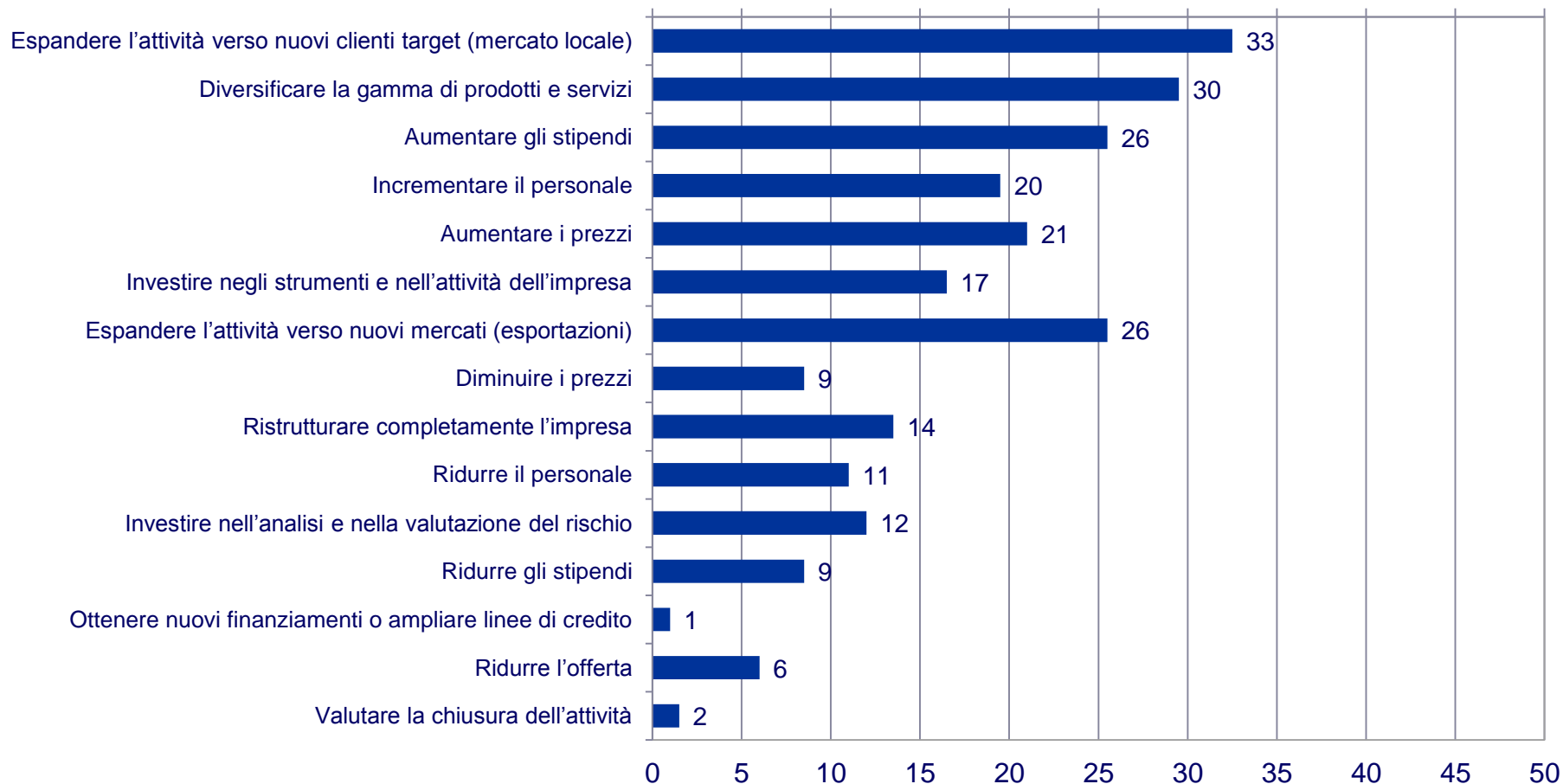


PMI - Attività negli ultimi 12 mesi

Marocco



Le PMI in Marocco si concentrano sull'espansione dell'attività sul mercato locale ed estero, nonché sulla diversificazione e sull'aumento degli stipendi.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Messico



Le PMI in Messico hanno aumentato gli stipendi, continuano a crescere sul mercato locale e diversificano prodotti e servizi.

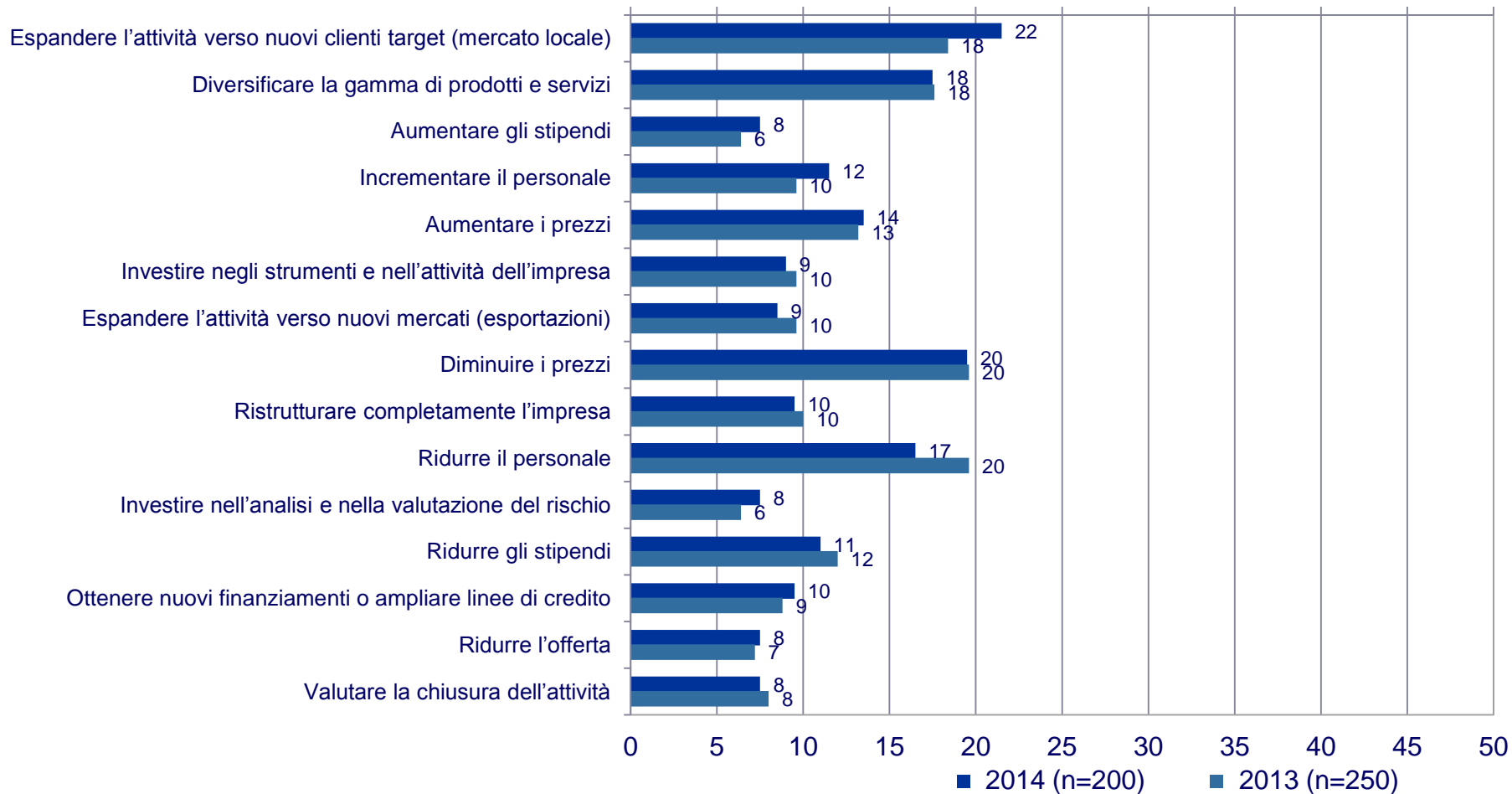


PMI - Attività negli ultimi 12 mesi

Portogallo



Le PMI portoghesi sono impegnate principalmente nell'espansione dell'attività sul mercato locale e nella diversificazione di prodotti e servizi, e riducono i prezzi e il personale.

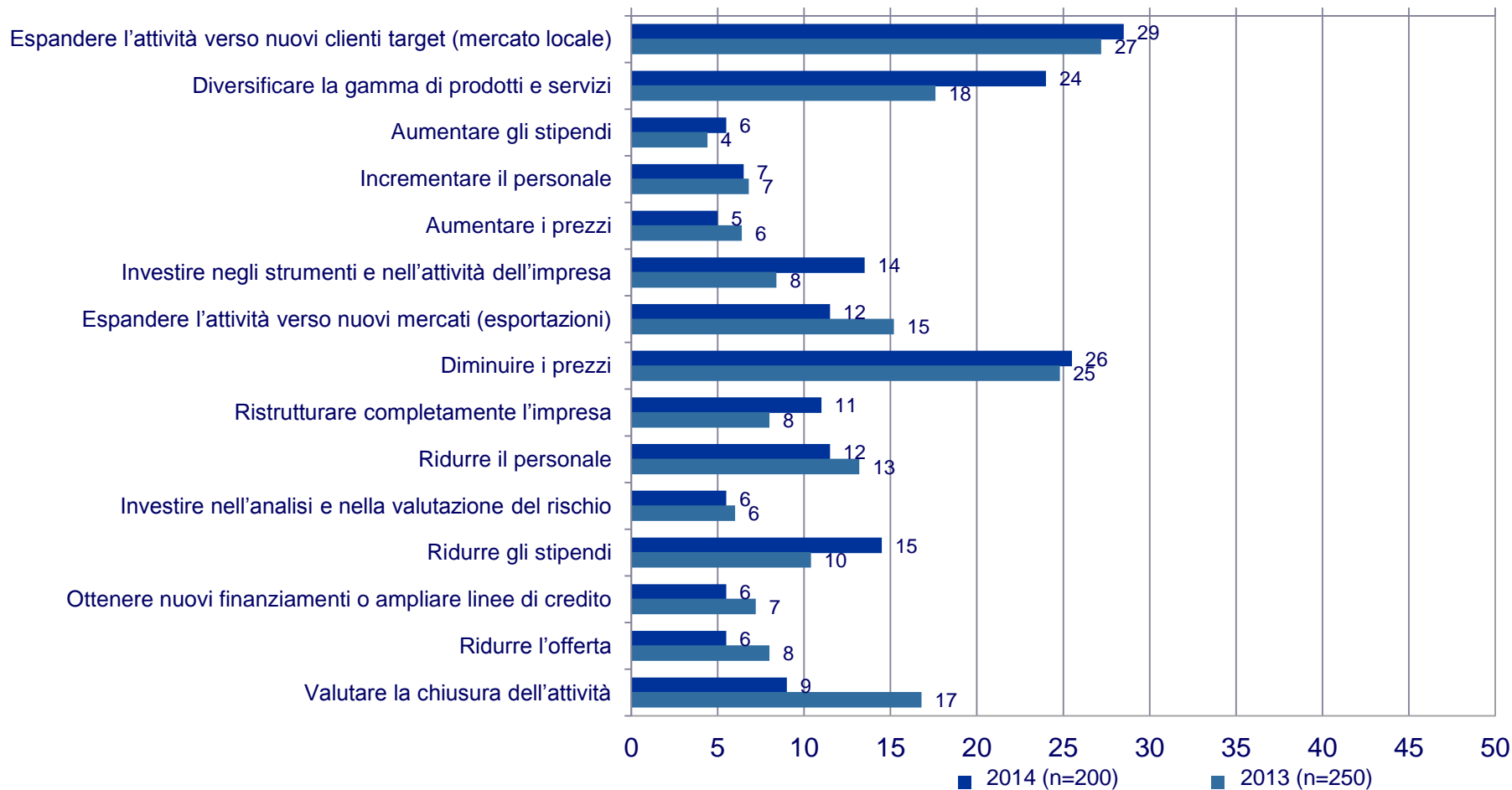


PMI - Attività negli ultimi 12 mesi

Spagna



Le PMI spagnole crescono sul mercato locale, diversificano la gamma di prodotti e servizi e tagliano ancora i prezzi.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Sud Africa



Le PMI sudafricane hanno aumentato gli stipendi e il personale e cercano di crescere sul mercato locale ed estero.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Svizzera



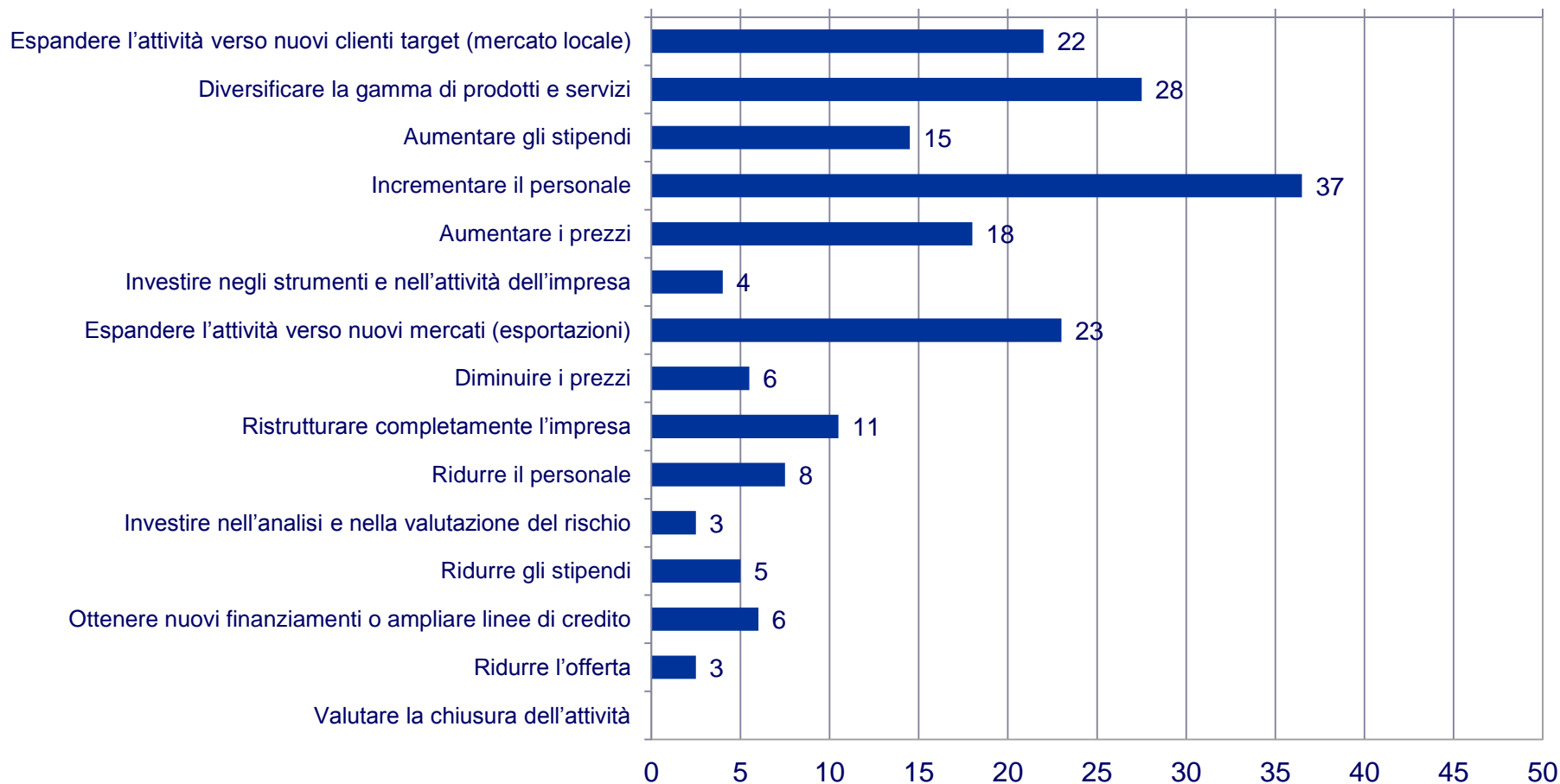
Le PMI svizzere continuano a concentrarsi sulla ricerca di nuovi clienti, ma rispetto al 2013 danno più rilevanza alla riduzione dei salari e del personale.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Taiwan



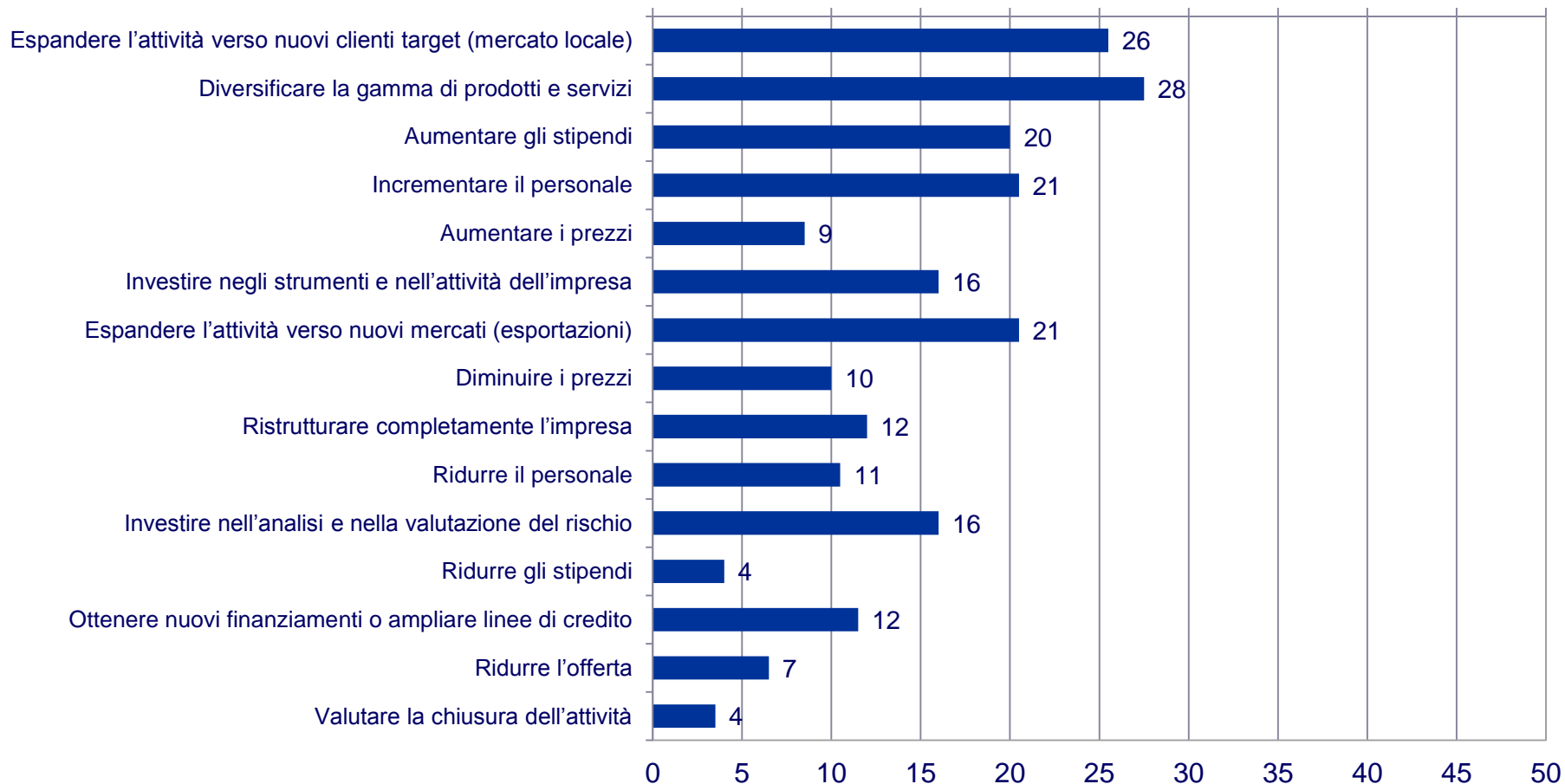
Le PMI a Taiwan hanno aumentato il personale, oltre ad aver diversificato e ampliato l'attività.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Turchia



Le PMI turche si concentrano sulla diversificazione e sull'espansione dell'attività sul mercato locale ed estero, aumentano gli stipendi e il personale.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi UAE (Emirati Arabi Uniti)



Le PMI negli Emirati Arabi Uniti continuano a concentrarsi sulla ricerca di nuovi clienti. Diminuisce la percentuale delle imprese che sono cresciute all'estero o che hanno ridotto i prezzi.



PMI - Attività negli ultimi 12 mesi Regno Unito



Le PMI nel Regno Unito hanno incrementato gli investimenti nell'analisi e nella valutazione del rischio. Rispetto al 2013 diminuisce il numero di imprese che cerca nuovi clienti.



Zurich Insurance Group
Media Relations
www.zurich.com
@Zurich