



Ministero dello Sviluppo Economico

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DIREZIONE GENERALE PER LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE E GLI ENTI COOPERATIVI
Divisione VIII PMI e Artigianato

Indagine sulle micro, piccole e medie imprese: sintesi dei primi risultati

Roma, settembre 2013

EXECUTIVE SUMMARY

Nel mese di maggio del corrente anno la Direzione Generale per le piccole e medie imprese e gli enti cooperativi - Divisione VIII PMI e Artigianato - del Ministero dello Sviluppo Economico ha svolto un'Indagine su un campione rappresentativo di 1.000 micro, piccole e medie imprese (MPMI) con la principale finalità di "esplorare" ed approfondire le seguenti tematiche:

- *la recente performance congiunturale e i principali fattori di competitività;*
- *i problemi inerenti la successione e trasmissione di impresa;*
- *il grado di conoscenza e di utilizzazione delle MPMI riguardo alle recenti misure adottate dal Governo a loro favore nell'ambito dell'attuazione dello Small Business Act.*

L'Indagine si è inoltre soffermata su un sub campione di poco più di 300 imprese che hanno aderito ai Contratti di rete cercando di comprendere, in particolar modo, se gli obiettivi legati a questa specifica modalità di aggregazione siano stati effettivamente raggiunti e, in caso negativo, le cause del loro mancato raggiungimento.

- ✓ *L'attuale fase recessiva, in Italia, è ancora intensa ma registra una lieve attenuazione nel corso del 2013. In particolare, si delineano alcuni segnali di recupero riguardo all'andamento del fatturato accompagnati da una politica di sostanziale tenuta dei livelli occupazionali (soprattutto da parte delle imprese di micro e piccole dimensioni).*
- ✓ *Ancora incerti sono i tempi di uscita dalla crisi: circa il 73% delle imprese dichiara, infatti, di non sapere quando uscirà dalla tempesta recessiva. Sono fattori esterni (legati alla congiuntura economica e a problemi di natura economica e finanziaria) ad incidere sulla capacità competitiva delle imprese, in misura sensibilmente superiore a fattori interni all'impresa (di natura organizzativa e/o legati al ciclo produttivo). Tra i fattori esterni: l'eccessiva pressione fiscale, il peso della burocrazia, le barriere nell'accesso al credito a breve e a medio termine assumono un peso rilevante nel limitare il posizionamento competitivo del nostro sistema produttivo.*
- ✓ *Dall'indagine emerge che quasi la metà degli intervistati si è posta il problema della continuità della propria impresa. Nonostante che il problema sia emerso da più anni (quasi il 36% da 4 e più anni), oltre il 53% degli intervistati dichiara di non essere in grado di fare previsioni sulle strategie che saranno messe in atto nel momento in cui il titolare si ritirerà. Per il 26,1% degli intervistati subentrerà un familiare, per il 9,5% l'azienda sarà venduta a terzi esterni alla famiglia, per il 6,3% sarà messa in liquidazione, per il 4,6%, infine, la famiglia manterrà la proprietà ma subentrerà un esterno nella gestione. Nel caso di subentro di un*

familiare emerge che il potenziale successore è maschio (86,7%), giovane (il 57,5% è under 35) ed in possesso di una laurea (55,9%). Le imprese intervistate palesano inoltre un'elevata incertezza sulle modalità che saranno utilizzate nei casi di vendita a terzi o di gestione affidata all'esterno (rispettivamente il 60% e il 50% degli intervistati dichiarano di non avere elaborato, al riguardo, alcuna strategia).

- ✓ *La percezione che le Istituzioni abbiano adottato recentemente una serie di misure a favore soprattutto delle imprese di micro, piccole e medie dimensioni è "colta" dal 5% delle imprese. Il 22% del campione intervistato segnala di conoscere lo Small Business Act; tale quota risulta in lieve miglioramento rispetto a quella (intorno al 18%) emersa da una prima Indagine svolta dal Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) nel luglio dello scorso anno. Ancora elevata risulta, nel contempo, la quota di imprese che dichiara di non conoscere le varie misure di politica industriale adottate negli ultimi anni a favore delle MPMI.*
- ✓ *Tra le agevolazioni messe a disposizione del mondo produttivo, il Contratto di rete e la Comunicazione Unica risultano quelli più utilizzati; sono in particolar modo, le piccole e medie imprese a segnalare di avere utilizzato il Contratto di rete. Elevata risulta, altresì, la quota percentuale di imprese che dichiara di non conoscere le recenti misure tra cui il credito di imposta per le assunzioni di profili altamente qualificati, la SRL con capitale pari a un euro, l'IVA per cassa.*
- ✓ *Le imprese che hanno utilizzato le varie agevolazioni indicano di avere riscontrato, seppure con intensità diverse, un effetto positivo sull'andamento del fatturato; non sembra riscontrarsi alcun effetto sull'occupazione a seguito delle agevolazioni utilizzate. Nuovi investimenti, invece, sono stati favoriti dalle misure che intervengono sulle disponibilità finanziarie delle imprese, in particolare il Fondo di Garanzia.*
- ✓ *Continua l'escalation dei Contratti di rete: dalla fine di marzo 2010 alla fine di marzo 2013 sono stati realizzati 767 Contratti di rete che coinvolgono circa 4.000 imprese distribuite in tutto il territorio italiano. Dall'Indagine MISE emerge che la maggioranza delle imprese dichiara di avere realizzato l'oggetto del Contratto di rete; in particolar modo il 22% e il 57,4% segnalano di avere raggiunto completamente e parzialmente gli obiettivi posti attraverso questa nuova modalità di aggregazione. L'Indagine ha cercato, inoltre, di individuare le cause che non hanno permesso il raggiungimento degli obiettivi prefissati. Tra le principali: il peggioramento del quadro congiunturale, la mancanza di risorse finanziarie e le difficoltà di carattere burocratico.*

- ✓ *L'Indagine ha cercato anche di comprendere che cosa può fare il Sistema bancario per favorire il successo del Contratto di rete; le risposte fornite sembrano attribuire al mondo bancario il ruolo tradizionale finalizzato prevalentemente a fornire adeguati finanziamenti (così si esprime il 38,2% del campione intervistato). Seguono ad una significativa distanza altri interventi auspicabili tra cui: il supporto nell'individuare altre imprese interessate al Contratto di rete, la predisposizione del Business Plan. Minore incidenza sembrano avere altri interventi tra cui, in particolar modo, il supporto nel processo di internazionalizzazione e nel percorso di ricerca e di sviluppo.*
- ✓ *L'adesione delle imprese ai Contratti di rete sembra avere avuto un effetto positivo sulla performance delle principali variabili aziendali: una quota di imprese intervistate segnala un incremento del fatturato e degli investimenti pari al 15,6% e al 22,7%.*
- ✓ *In merito, infine, agli eventuali miglioramenti da apportare al Contratto di rete, le imprese intervistate hanno suggerito tra le principali modifiche: rendere continuativi nel tempo gli incentivi fiscali (una valutazione in tal senso è espressa dal 67,3% del campione intervistato); migliorare l'informazione e la diffusione dello strumento (61,1%). Seguono ad una significativa distanza altri suggerimenti tra cui la necessità di estendere il Contratto agli esercenti di attività professionali (28,7%) e di far riconoscere al Sistema bancario un Rating di rete (28,6%).*

ALLEGATO

Indagine sulle micro, piccole e medie imprese: sintesi dei primi risultati

Nel mese di maggio del corrente anno la *Direzione Generale per le piccole e medie imprese e gli enti cooperativi - Divisione VIII PMI e Artigianato* - del Ministero dello sviluppo economico ha svolto un'Indagine su un campione rappresentativo di 1.000 micro, piccole e medie imprese con la principale finalità di "esplorare" ed approfondire le seguenti tematiche:

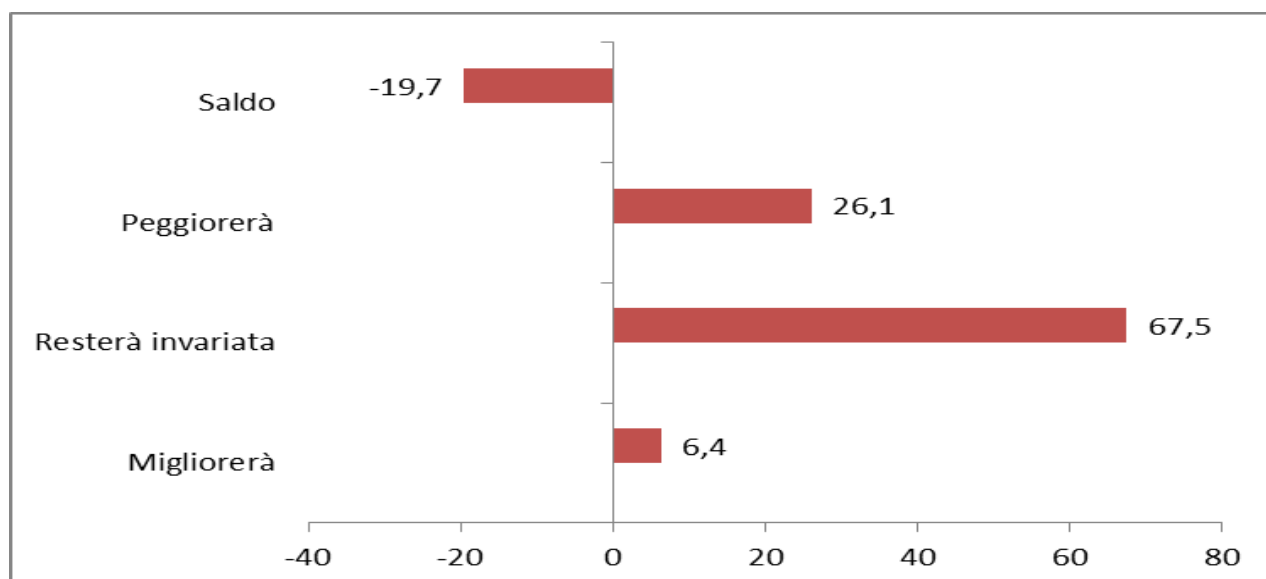
- la recente *performance* congiunturale e i principali fattori di competitività;
- *i problemi inerenti la successione e trasmissione di impresa*;
- il grado di conoscenza e di utilizzazione delle MPMI riguardo alle recenti misure adottate dal Governo a loro favore nell'ambito dell'attuazione dello Small Business Act.

L'Indagine si è inoltre soffermata su un sub campione di poco più di 300 imprese che hanno aderito ai Contratti di rete cercando di comprendere, in particolar modo, se gli obiettivi legati a questa specifica modalità di aggregazione siano stati effettivamente raggiunti e, in caso negativo, le cause del mancato raggiungimento.

A) La recente *performance* congiunturale e i principali fattori di competitività: la crisi economica che investe il nostro Paese si riflette sull'andamento del fatturato delle imprese intervistate (il 52,4% del campione giudica quello relativo al 2012 peggiorato rispetto all'anno precedente e solo l'8,4% migliorato) e genera incertezza nelle aspettative degli imprenditori (il 72,7% non sa quando uscirà dalla crisi).

Tuttavia, considerate le previsioni ancora negative sul futuro immediato della nostra economia, il fatto che il 67,5% delle imprese intervistate non si aspetta un peggioramento del proprio fatturato può essere interpretato come un segnale lievemente positivo. In particolar modo, il saldo tra la percentuale delle imprese che esprime un giudizio positivo e quella delle imprese che esprime un giudizio negativo riguardo all'andamento del fatturato nel 2013 rispetto al 2012 è pari a -19,7 (Graf.1), sensibilmente migliore rispetto a quello relativo all'evoluzione delle vendite nel 2012 sul 2011 (il relativo saldo pari a -44). Sono, soprattutto, le medie imprese e quelle operanti nell'area settentrionale del Paese ad evidenziare migliori prospettive sull'andamento del fatturato.

Graf.1 Previsioni delle imprese sull'andamento del fatturato nel 2013 rispetto al 2012

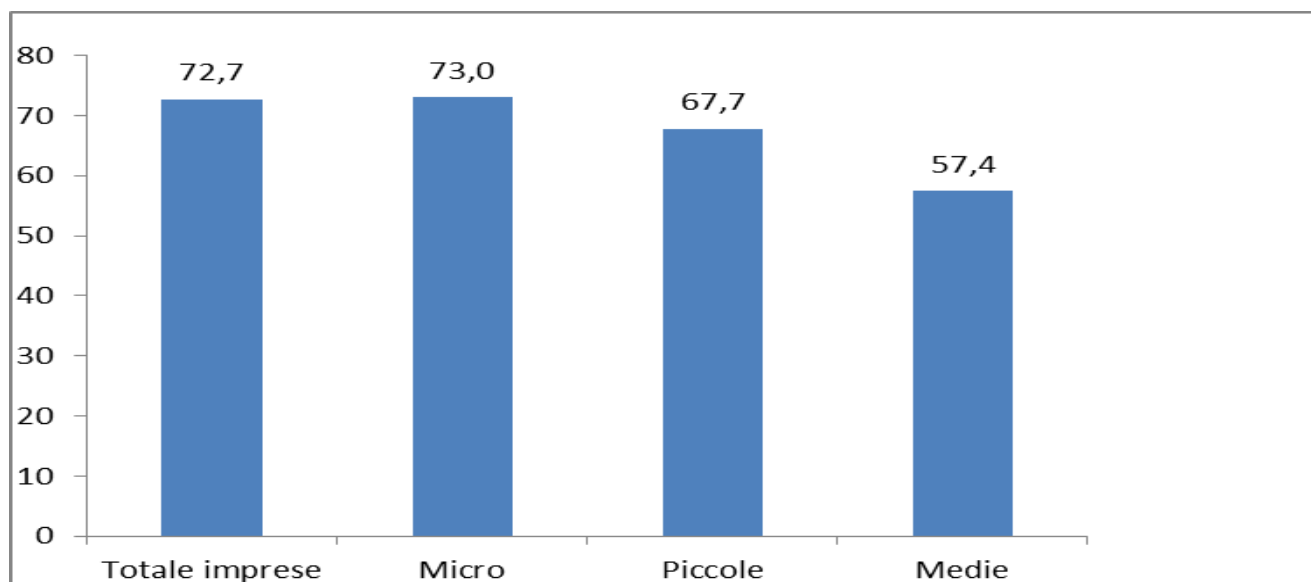


Per il 2013 si conferma da parte delle imprese una politica di sostanziale tenuta dell'occupazione; l'81,9% prevede che nel 2013 non ci saranno variazioni nel proprio organico (tale quota si posiziona intorno all'80% tra le micro e piccole imprese e scende sensibilmente al 46,2% tra le imprese di medie dimensioni).

Il 2013 se, da una parte, risulta l'anno più duro della crisi per le PMI, dall'altra, potrebbe però rappresentare l'anno di svolta, a partire dal quale le imprese potranno iniziare a crescere nuovamente.

Emerge tra le imprese un'elevata incertezza sui tempi di uscita dalla crisi: circa il 73% del campione, infatti, indica di non sapere quando ritornerà ad una situazione di normalità. Tale quota diminuisce al crescere delle dimensioni; sono, in particolar modo, le imprese di medie dimensioni a segnalare una minore incertezza circa i tempi di uscita dalla crisi (Graf.2). E' altresì, opportuno, sottolineare come circa il 7% delle imprese dichiarino di essere uscite dalla crisi (tale quota è pari a poco meno del 19% tra le medie imprese) mentre è pari al 12,2% la quota di imprenditori che prevede di uscire dalle tempeste recessive entro il prossimo anno.

Graf.2 Quote percentuali di imprese che non sanno valutare i tempi di uscita dalla crisi



Una modesta quota delle imprese intervistate (8,1%) giudica alto il proprio posizionamento competitivo: a considerare inadeguato il proprio posizionamento strategico sono, soprattutto, le imprese di micro dimensioni, quelle delle Costruzioni e del Turismo, quelle infine localizzate nell'area meridionale del Paese.

L'Indagine MISE ha cercato inoltre di individuare i principali fattori che limitano la competitività aziendale: a prevalere sono fattori esterni, attribuibili prevalentemente alla congiuntura economica (per il 54,6% del campione; 57,5% delle medie imprese) e a problemi di natura economica e finanziaria (20,7%); segue ad una certa distanza una quota di imprese (14,9%) che considera il *mix* tra fattori interni ed esterni il principale fattore frenante la propria posizione competitiva (Graf.3).

Graf.3 Principali fattori che limitano la competitività dell'impresa (Valori %)

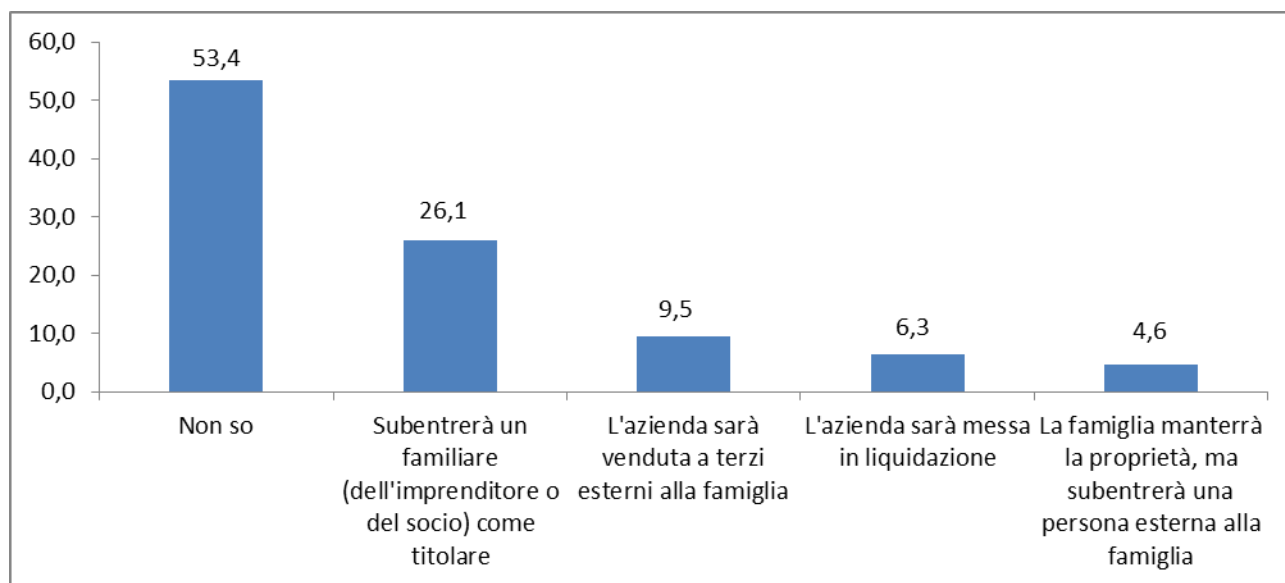


Tra i fattori esterni che incidono maggiormente sulla capacità competitiva aziendale, emergono: l'eccessiva pressione fiscale (secondo il 64,7% delle imprese intervistate), il peso della burocrazia (45,6%), le barriere all'accesso al credito a breve e a medio termine (36,8%; queste barriere risultano particolarmente rilevanti per le micro imprese e per quelle operanti nel comparto delle Costruzioni), i costi elevati delle fonti energetiche e delle materie prime (27,5%; soprattutto tra le micro e le piccole imprese), l'assenza e la scarsa efficienza delle istituzioni locali (18,6%).

B) La successione e trasmissione di impresa: dall'Indagine MISE emerge che quasi **la metà degli intervistati (47,8%) si è posto il problema della continuità della propria impresa**; tale problematica è avvertita maggiormente nel Sud e Isole (69,6%) e nel Centro (57,5%) e, sotto il profilo settoriale, nel Commercio e Turismo (rispettivamente 57,3% e 56,8%).

Nonostante il problema sia emerso da più anni (quasi il 36% da 4 e più anni), oltre il 53% degli intervistati dichiara di non essere in grado di fare previsioni sulle strategie che saranno adottate nel momento in cui il titolare si ritirerà (Graf. 4). Per il 26,1% degli intervistati subentrerà un familiare, per il 9,5% l'azienda sarà venduta a terzi esterni alla famiglia, per il 6,3% sarà messa in liquidazione, per il 4,6%, infine, la famiglia manterrà la proprietà ma subentrerà un esterno nella gestione. Sotto il profilo dimensionale si evidenzia che la scelta di far subentrare un familiare dell'imprenditore o del socio come titolare aumenta al crescere delle dimensioni aziendali (tale opzione è scelta dal 46,8% delle medie, dal 39,5% delle piccole e dal 26,1% delle micro), mentre la vendita a terzi è preferita soprattutto dalle imprese di micro dimensioni (9,5% contro il 3,3% delle piccole e lo 0,8% delle medie).

Graf. 4 Quote percentuali sulle modalità con cui gli imprenditori gestiranno il problema della continuità della propria impresa



Analizzando più nel dettaglio **il caso in cui subentrerà un familiare nella titolarità dell'impresa**, si evidenzia che il potenziale successore è per **l'86,7% dei casi un maschio**. Nei **Servizi alle persone** emerge una maggiore propensione a identificare in una donna il potenziale successore (31,5%), data anche la peculiarità dei servizi resi, rispetto a settori quali il Manifatturiero e i Servizi alle imprese dove tale percentuale scende a poco più dell'8%. Nel 90% dei casi, gli altri figli lavoreranno, comunque, nell'azienda di famiglia (tutti i figli secondo il 63,7% degli intervistati, alcuni dei figli per il 27,1%). Il 9,2% dei figli non intende invece lavorare nell'impresa di famiglia.

La principale motivazione per cui i figli non intendono subentrare in azienda è attribuibile alla volontà degli stessi di dedicarsi ad altre professioni non essendo interessati all'attività imprenditoriale nel 57,5% dei casi; seguono la mancanza di competenze (10,7%) e l'indisponibilità dei figli ad affrontare i sacrifici che un'azienda spesso richiede (9,3%).

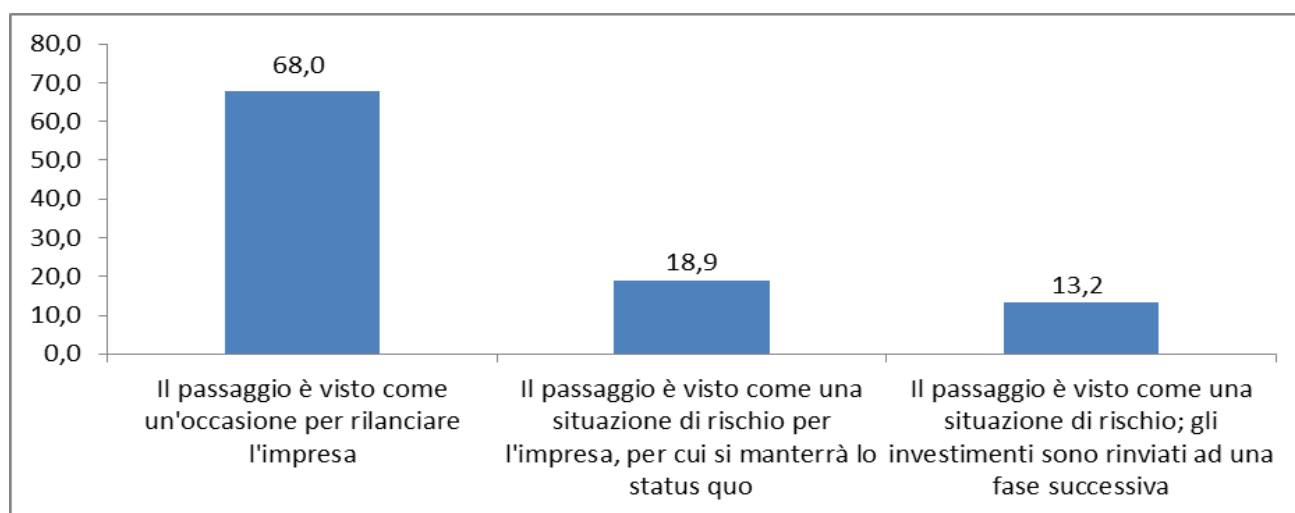
L'età attuale del potenziale successore è, per il 57,5% dei casi, inferiore ai 35 anni. Sussiste, nel contempo, una quota ragguardevole di potenziali successori (42,5%) avente un'età tra i 35 e i 55 anni, a conferma della riluttanza degli imprenditori "anziani" a lasciare il comando della propria azienda ai propri figli.

Il potenziale successore nel 55,9% dei casi è in possesso di una laurea, nel 38,2% di un diploma di scuola superiore e nel 5,7% di un titolo di licenza media.

Per gestire il passaggio generazionale il 45,4% degli intervistati dichiara di voler agire in completa autonomia o, al massimo, di volersi affidare al proprio commercialista (35,9%); la percentuale di coloro che si affideranno a consulenti specializzati nella gestione dei passaggi generazionali, pari al 12,5%, cresce al crescere della dimensione (12,1% in caso di micro, 17,6% per le piccole e 28,5% per le medie). **Modesta appare la quota di imprese (6,1%) che intende avvalersi dei servizi offerti dalle Associazioni di categoria o delle Camere di Commercio**.

Per il 68% degli intervistati il passaggio generazionale è visto come un'occasione per rilanciare l'impresa, tant'è vero che il titolare ha in corso o sta per realizzare nuovi investimenti e/o sviluppare nuove linee di *business*; il 18,9% vede, invece, il passaggio come una situazione di rischio per l'impresa, per cui cercherà di mantenere lo *status quo*, mentre il 13,2% è "attendista" considerando il passaggio come una situazione di rischio rinviando di conseguenza gli investimenti in una fase successiva (Graf. 5). E' interessante rilevare che una quota significativa di imprenditori "anziani" (aventi un'età oltre i 65 anni) evidenzia un atteggiamento più cauto; in particolare il 32,1% di essi valuta il passaggio come una situazione di rischio per l'impresa per cui si pone in una situazione di attesa, in vista di tempi migliori.

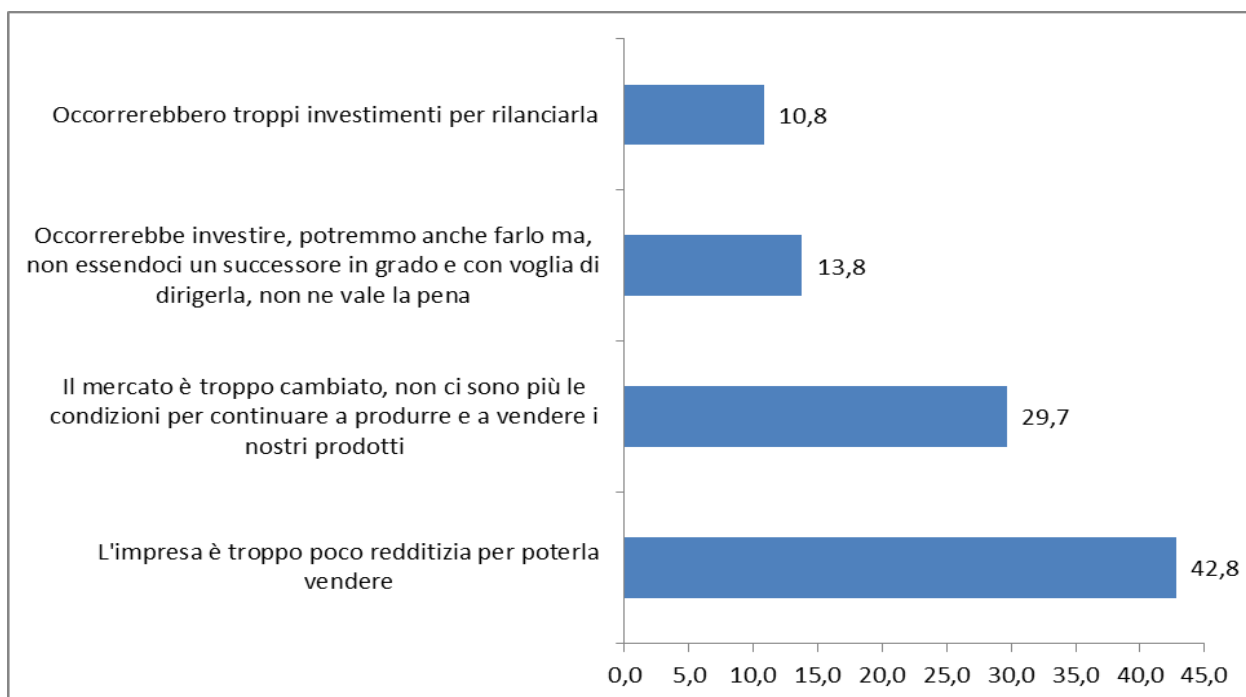
Graf. 5 Quote percentuali sulle modalità con cui gli imprenditori vedono il passaggio generazionale



Nel caso di vendita dell'azienda a terzi, alla domanda sulle procedure che si utilizzeranno per vendere l'impresa, quasi il 60% degli intervistati ha risposto che non ha ancora elaborato alcuna strategia, mentre il 26,5% si rivolgerà al mercato (conoscenti, clienti, inserzioni, etc.), il 10,3% alle Associazioni imprenditoriali o alle Camere di Commercio ed il 3,6% a consulenti. Le maggiori difficoltà che gli imprenditori ritengono di incontrare riguardano, per il 43,1%, la gestione della trattativa, per il 41,8% l'individuazione di contatti e di potenziali interlocutori e, per il 15%, riuscire a valutare il reale valore dell'azienda.

Nel caso di liquidazione dell'impresa, le motivazioni a base di tale scelta sono (Graf. 6): l'impresa è troppo poco redditizia per poterla vendere (42,8% degli intervistati, in particolare le micro); lo pensano soprattutto le micro); il mercato è troppo cambiato, non ci sono più le condizioni per continuare a produrre e a vendere i propri prodotti (29,7%; tale risposta è fornita dal 96,8% delle medie e dal 76% delle piccole). Seguono ad una certa distanza la consapevolezza che sarebbe necessario fare nuovi investimenti per rilanciare l'impresa ma tale decisione appare frenata dalla mancanza di un successore in grado o che desideri dirigerla (13,8%) e l'eccessiva spesa in beni strumentali che dovrebbe essere sostenuta per rendere l'impresa più competitiva (10,8%).

. Graf. 6 Motivazioni per cui l'impresa verrà messa in liquidazione

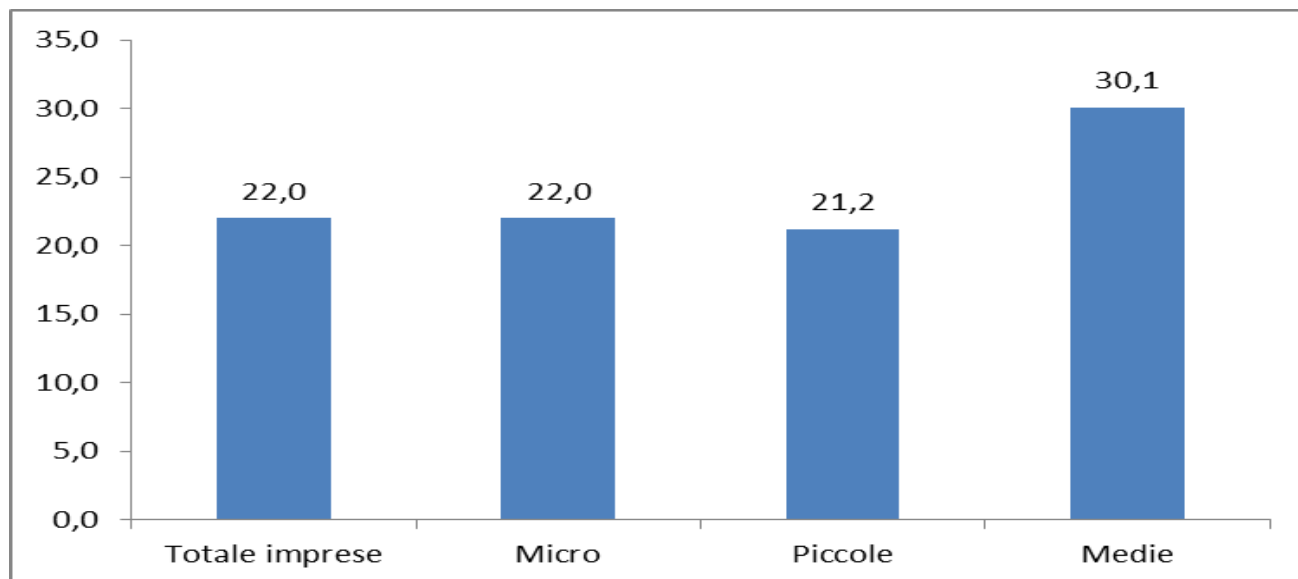


Nell'ipotesi in cui la famiglia manterrà la proprietà, ma subentrerà una persona esterna alla famiglia nella gestione dell'azienda, alla domanda sulle procedure che si utilizzeranno per individuare la persona a cui affidare l'impresa, **oltre il 50% degli intervistati ha risposto che non ci ha ancora pensato**, mentre il 28,5% si rivolgerà al mercato ed il 20,2% alle Associazioni imprenditoriali o alle Camere di Commercio. Le maggiori difficoltà che gli intervistati ritengono di incontrare riguardano, per il 51,4%, la gestione della trattativa (soprattutto per le micro imprese), per il 28,7% riuscire a valutare il reale valore dell'azienda (in particolare le medie) e, per il 19,9%, trovare contatti e potenziali interlocutori (soprattutto le piccole).

Il grado di conoscenza delle MPMI sulle recenti misure di politica industriale: dall'Indagine MISE emerge che **il 5% del campione intervistato ha avuto la percezione che le Istituzioni abbiano adottato recentemente una serie di misure a favore soprattutto delle imprese di piccole e medie dimensioni. Tra le agevolazioni messe a disposizione del mondo produttivo, il Contratto di rete e la Comunicazione Unica risultano quelli più utilizzati** (rispettivamente dal 23,9% e dal 10,4% delle imprese). Sono, in particolar modo, le imprese di piccole e medie dimensioni a segnalare di avere utilizzato il Contratto di rete (nella misura del 66,9% e del 71,1%). Elevata risulta altresì la quota percentuale di imprese che dichiara di non conoscere le recenti misure tra cui il credito di imposta per le assunzioni di profili altamente qualificati (per il 66,7% del campione intervistato), la SRL con capitale pari a un euro (62,7%), l'IVA per cassa (59,7%). **Le imprese che hanno utilizzato le varie agevolazioni indicano di avere riscontrato, seppure con intensità diverse, un effetto positivo sull'andamento del fatturato; non sembra riscontrarsi alcun effetto sull'occupazione** a seguito delle agevolazioni utilizzate. Nuovi investimenti, invece, sono stati favoriti dalle misure che intervengono sulle disponibilità finanziarie delle imprese, in particolare il Fondo di Garanzia.

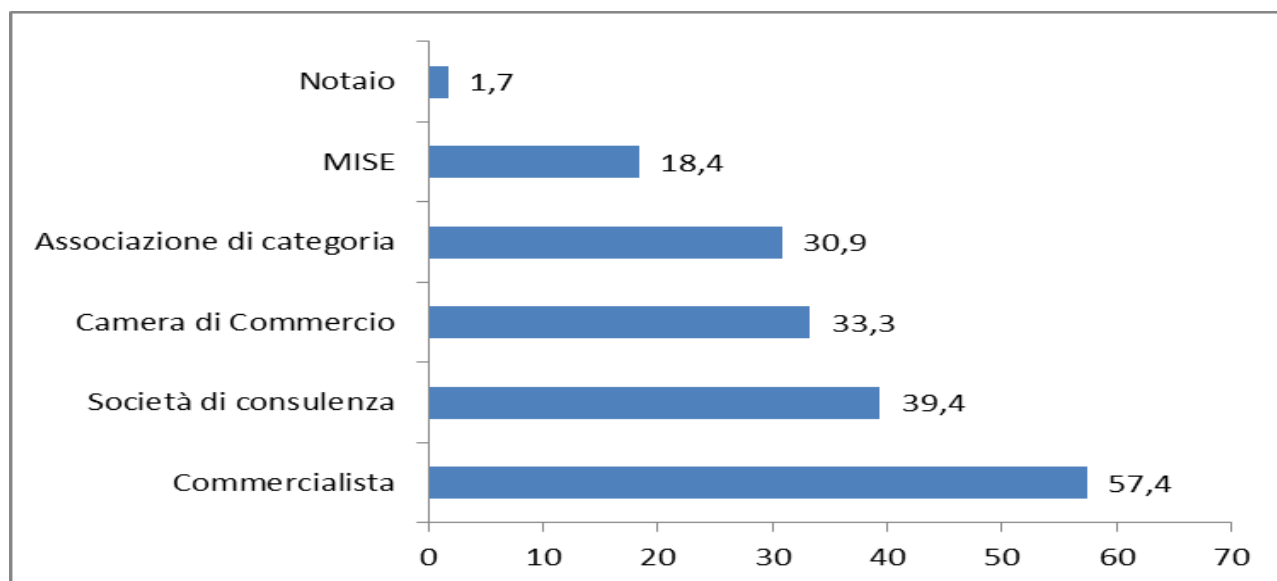
C) Il grado di conoscenza delle MPMI sull'attuazione dello Small Business Act (SBA): il 22% del campione segnala di conoscere lo SBA; tale quota risulta in leggero miglioramento rispetto a quella (intorno al 18%) emersa da un'indagine svolta dal MISE nel luglio dello scorso anno. Tale quota risulta particolarmente rilevante tra le medie imprese (Graf. 7). Sotto il profilo settoriale e territoriale sono, rispettivamente, le imprese di costruzioni (38,8%) e dei servizi alle imprese (28,6%) e quelle localizzate nel Nord Ovest del Paese (35,9%) a segnalare una maggiore conoscenza dello Small Business Act.

Graf. 7 Grado di conoscenza dello SBA (Valori %)



Le principali fonti di informazione sullo SBA sono rappresentate dal Commercialista (57,4%), le Società di consulenza (39,4%), le Camere di Commercio (33,3%) (Graf.8).

Graf.8 Principali canali di informazione dello SBA (Valori %)



Il 18,4% delle imprese dichiara di conoscere lo SBA grazie alle azioni del MISE (era l'11,9% secondo la scorsa Indagine); sono in particolar modo le imprese del Nord – Est e quelle operanti nei settori del Turismo e del Commercio ad indicare di avere acquisito le informazioni dal Ministero dello Sviluppo Economico.

D) Le imprese e i Contratti di rete: dalla fine di marzo 2010 alla fine del mese di marzo 2013, sulla base dei più recenti dati forniti da Unioncamere-Infocamere ed elaborati dall'Osservatorio sui Contratti di rete del MISE, sono stati realizzati **767 Contratti di rete** che coinvolgono circa **4.000 imprese** distribuite in tutto il territorio italiano. I numeri fotografano un'*escalation* dello strumento, segno di un interesse crescente da parte delle imprese per questa particolare forma di aggregazione.

Tale successo ha spinto la Direzione Generale per le piccole e medie imprese e gli Enti Cooperativi del MISE a svolgere una seconda Indagine qualitativa su un campione di circa 300 imprese che hanno aderito al Contratto di rete. La finalità è comprendere, soprattutto, ulteriori aspetti connessi a questa innovativa forma di aggregazione e le principali cause che hanno impedito il raggiungimento dei principali obiettivi prefissati.

Delle 300 imprese del campione, la maggioranza ha aderito ad un Contratto di rete soprattutto nel 2011 (46,4%) e nel 2012 (27,6%). **il Contratto di rete rappresenta la prima modalità di stare insieme per la maggioranza delle imprese intervistate:** l'85,1% di esse dichiara infatti di non far parte di altre forme di aggregazione, mentre una quota percentuale più modesta afferma di aderire ad una Associazione temporanea tra imprese (7,3%) o a un Consorzio con attività esterna (2,3%).

Tra gli obiettivi che le imprese aderenti ai Contratti di rete valutano come prioritari, emergono soprattutto¹: l'innovazione di prodotto e di servizio (per il 67,6% del campione intervistato), la creazione di un marchio comune (65,5%), l'innovazione di processo (60,6%), l'aumento della propria capacità competitiva di penetrazione sul mercato italiano (59,1%), l'attività di ricerca e di sviluppo (55%); seguono ad una significativa distanza altri obiettivi (Graf.9).

¹ A questa domanda, le imprese hanno risposto sulla base di una scala da "0" (assolutamente irrilevante) a "10" (assolutamente rilevante). Le percentuali riportate fanno riferimento alla somma delle "risposte": 8+9+10 e cercano di cogliere le valutazioni positive e molto positive.

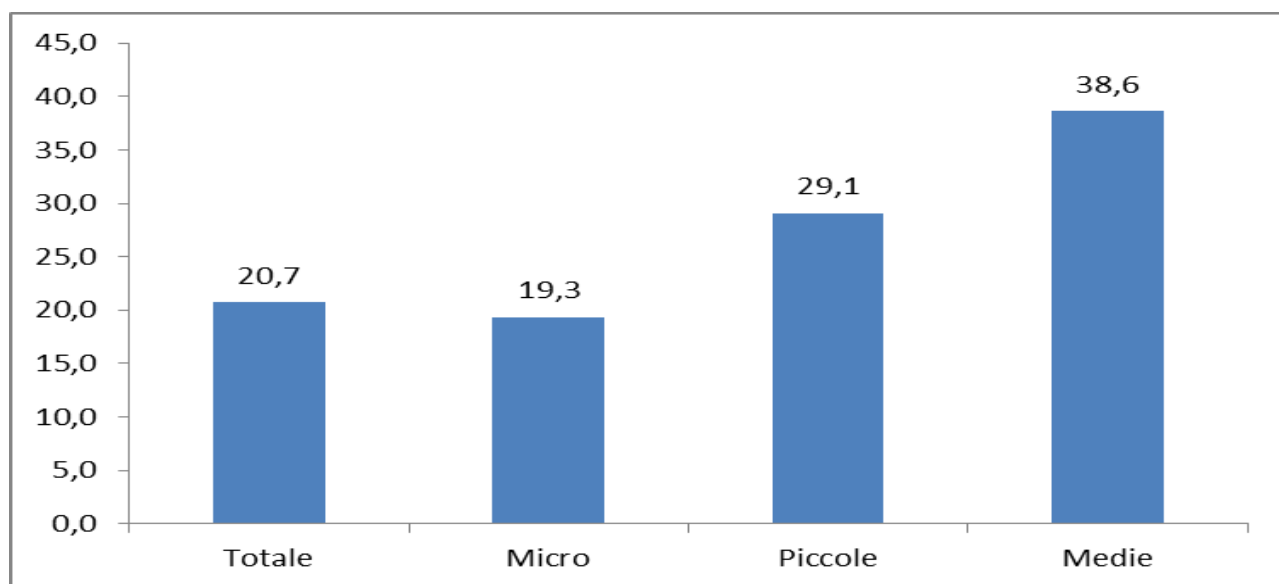
Graf. 9 Principali obiettivi del Contratto di rete



La maggioranza delle imprese intervistate dichiara di avere realizzato l'oggetto del Contratto di rete; in particolare modo il 22% e il 57,4% segnalano, rispettivamente, di avere raggiunto completamente e in parte gli obiettivi posti aggregandosi con altre imprese.

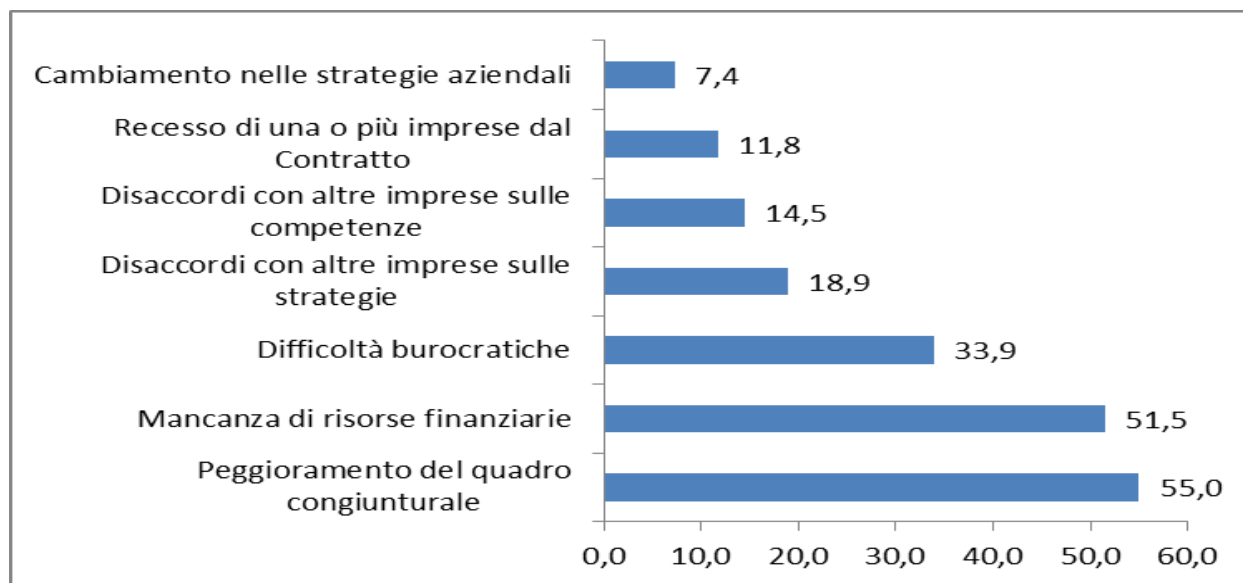
Circa il 21% del campione indica, invece, di non essere stato in grado di avere realizzato l'oggetto del Contratto; tale quota aumenta all'aumentare delle dimensioni aziendali (Graf.10)

Graf.10 Quote percentuali di imprese che non hanno realizzato l'oggetto del Contratto di rete



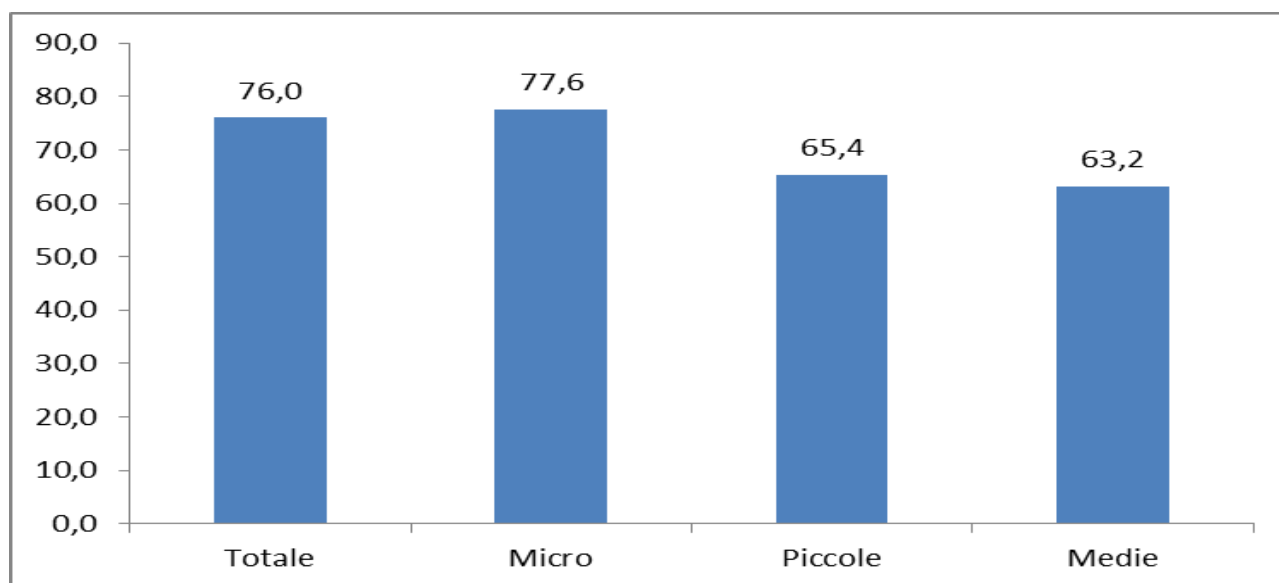
L'Indagine ha cercato di individuare le cause che non hanno permesso il raggiungimento degli obiettivi: il peggioramento del quadro congiunturale, la mancanza di risorse finanziarie e le difficoltà di carattere burocratico sono segnalate dalle imprese intervistate tra i principali fattori che non hanno permesso la realizzazione del progetto (Graf. 11).

Graf. 11 Principali cause che non hanno permesso il raggiungimento degli obiettivi prefissati



Il peggioramento del quadro congiunturale è, del resto, confermato dall'Indagine MISE: i giudizi delle imprese in rete sull'andamento del fatturato e dell'occupazione nel 2012 rispetto al 2011 sono risultati nel complesso negativi; segnali di un parziale recupero emergono per l'anno corrente anche se appare ancora prevalente la percentuale di imprese che indica un peggioramento rispetto alle imprese ottimiste. Elevata risulta, inoltre, la quota di imprese in rete (soprattutto di micro dimensioni) che dichiara di non sapere quando uscirà dalla crisi (Graf.12).

Graf.12 Quote percentuali di imprese in rete che non sanno valutare i tempi di uscita dalla crisi

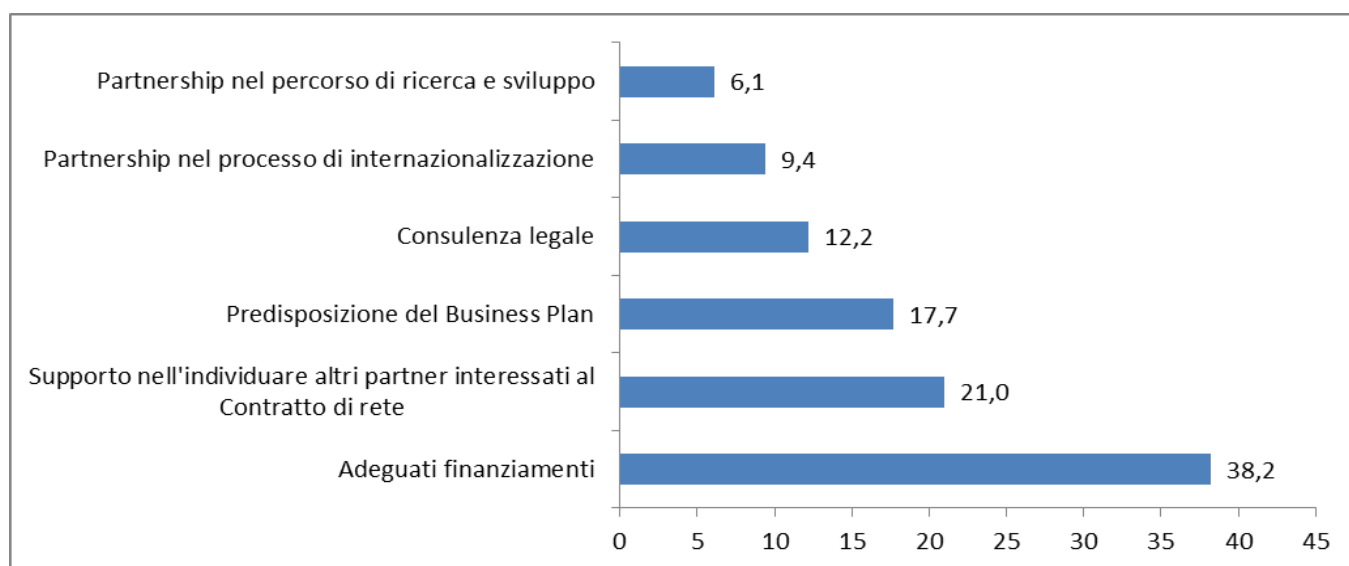


L'Indagine ha inteso approfondire i rapporti tra le imprese che hanno aderito ad un Contratto di rete ed il Sistema bancario: poco più del 47% delle imprese afferma che la Banca dovrebbe

valorizzare adeguatamente la partecipazione dell'impresa alla rete; solamente il 23,7% delle imprese segnala che la Banca principale considera un *plus di merito* la partecipazione dell'impresa al Contratto di rete: ciò è riconosciuto attraverso, in particolare, la riduzione delle garanzie richieste (34,4%), la riduzione dei tempi di istruttoria (30%), le maggiori quantità di credito concesso (27,5%) e la riduzione dei tassi di interesse (14,3%). Vi è una quota percentuale di imprese (29,3%) che non ritiene, invece, necessario che la partecipazione al Contratto sia valorizzata dal sistema creditizio.

Si è cercato di comprendere, inoltre, che cosa possa fare il Sistema bancario per favorire il successo del Contratto di rete. Le risposte fornite sembrano attribuire alle Banche il ruolo tradizionale finalizzato prevalentemente a fornire adeguati finanziamenti (così si esprime il 38,2% del campione intervistato); seguono ad una significativa distanza altri interventi auspicabili tra cui: il supporto nell'individuare altre imprese interessate al Contratto di rete (21%), la predisposizione del Business Plan (17,7% per il totale imprese; 39,3% per le imprese di medie dimensioni). Minore incidenza sembrano avere altri interventi tra cui, in particolar modo, il supporto nel processo di internazionalizzazione e nel percorso di ricerca e di sviluppo (Graf.13).

Graf.13 Interventi del Sistema bancario per favorire il successo del Contratto di rete (Valori %)



L'adesione delle imprese ai Contratti di rete sembra avere avuto un effetto positivo sulla performance delle principali variabili aziendali: una quota di imprese intervistate segnala un incremento del fatturato e degli investimenti pari, rispettivamente, al 15,6% e al 22,7%.

In merito, infine, agli eventuali **miglioramenti da apportare al Contratto di rete**, (Graf.14), le imprese intervistate hanno suggerito **tra le principali modifiche²: rendere continuativi nel tempo gli incentivi fiscali** (una valutazione in tal senso è espressa dal 63,7% del campione intervistato); **migliorare l'informazione e la diffusione dello strumento** (61,1%). Seguono ad una significativa

² Valgono le indicazioni della nota 2.

distanza altri suggerimenti tra cui la necessità di estendere il Contratto agli esercenti di attività professionali (28,7%) e di far riconoscere al sistema bancario un Rating di rete (28,6%).

Graf. 14 Miglioramenti da apportare al Contratto di rete

