

# osservatorio

*emilia-romagna*

Luglio 2014

L'Osservatorio sul credito di Unioncamere Emilia-Romagna



## OSSERVATORIO REGIONALE SUL CREDITO DELL'EMILIA-ROMAGNA

### ANALISI STRUTTURALE

Unioncamere  
Emilia-Romagna

FIDINDUSTRIA  
CONFINI REGIONALE EMILIA-ROMAGNA

#### FOCUS

Tavola Rotonda  
sul credito in Emilia-Romagna

#### CREDITO

Impatto della crisi economico  
finanziaria e credit crunch

#### GARANZIA

Il ruolo dei Confidi  
in Emilia-Romagna



# osservatorio

*emilia-romagna*

OSSERVATORIO  
SULL'ANDAMENTO  
DEL CREDITO  
ALLE AZIENDE  
IN EMILIA-ROMAGNA  
RAPPORTO 2013

Il presente report è stato realizzato da un gruppo di ricerca costituito dall'Unioncamere Emilia-Romagna, Fidindustria Emilia Romagna e dall'Università degli Studi di Parma.

*L'analisi è relativa ad una rilevazione campionaria svolta dal 15 maggio al 31 luglio 2013*

Hanno collaborato:

*per Unioncamere Emilia-Romagna:*

Matteo Beghelli - Centro studi, monitoraggio dell'economia e statistica

Guido Caselli - Direttore del Centro studi, monitoraggio dell'economia e statistica

Ugo Girardi - Segretario Generale

*per Fidindustria Emilia Romagna:*

Emanuel Danieli - Direttore Generale

*per l'Università degli Studi di Parma:*

Prof. Mattia Iotti - Dottore di ricerca

## INDICE

<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>4</b>
<b>TAVOLA ROTONDA.....</b>	<b>5</b>
<b>PARTE PRIMA - IMPOSTAZIONE DELLA RICERCA E METODOLOGIA DI ANALISI ...</b>	<b>15</b>
1.1. OBIETTIVI GENERALI DELLA RICERCA .....	15
1.2. IL CAMPIONAMENTO ED IL CAMPIONE .....	18
<b>PARTE SECONDA.....</b>	<b>24</b>
<b>- ANALISI DESCRITTIVA DEI RISULTATI DELLA RICERCA.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1. Inquadramento del campione - pre.domande .....</b>	<b>24</b>
2.2. INQUADRAMENTO DEL CAMPIONE - CARATTERI QUALITATIVI E QUANTITATIVI AZIENDALI (DOMANDE 1, 2, 3, 4 E 6).....	26
2.3. RAPPORTO AZIENDA E CICLO ECONOMICO - CARATTERI QUALITATIVI E QUANTITATIVI AZIENDALI (DOMANDE 5 E 7) .....	31
2.4. RAPPORTO AZIENDA E BANCHE - CARATTERI QUALITATIVI E QUANTITATIVI AZIENDALI (DOMANDE 8, 9 E 10) .....	37
2.5. ANALISI DEGLI INVESTIMENTI (DOMANDE DALLA 12 ALLA 17).....	45
2.6. DOMANDE DI ATTEGGIAMENTO (DOMANDE DALLA 18 ALLA 24) .....	52
2.7. RELAZIONE TRA AZIENDE E FIDINDUSTRIA - DOMANDA 25 (SUB DOMANDE DA 25-1 A 25- 7) E DOMANDA 26.....	62
2.8. ANALISI DI REGRESSIONE.....	64
<b>PARTE TERZA - CONCLUSIONI.....</b>	<b>73</b>

## INTRODUZIONE

La pubblicazione di questo rapporto, che segna l'inizio della collaborazione tra Unioncamere Emilia-Romagna e Fidindustria Emilia Romagna in tema di monitoraggio ed analisi delle tematiche creditizie, avviene ad oltre cinque anni dall'inizio della crisi finanziaria internazionale che ha dato il via alla recessione più lunga e profonda che il mondo occidentale ricordi dal 1929; crisi caratterizzata da repentine inversioni di tendenza, effetti contagio da un settore all'altro dell'economia e da un'area geo-economica all'altra.

Il 2014 dovrebbe essere l'anno nel quale il prodotto interno lordo riprenderà il suo cammino di crescita anche nel nostro paese, sia pure di un timido 0,3 per cento, questo mentre il PIL mondiale dovrebbe mettere a segno un ben più consistente aumento del 3,0 per cento. La crescita prevista per l'Emilia Romagna dovrebbe evidenziare un risultato leggermente migliore di quello nazionale ma, comunque, simile nell'ordine di grandezza.

Le possibilità per il nostro paese e per la nostra regione di riprendere a crescere più celermente dipendono anche dalle condizioni del credito. Il sistema creditizio, infatti, convoglia il risparmio verso le imprese in modo che l'economia possa prosperare.

Inserito in questo contesto appare chiara l'importanza di questo tipo di studio e della collaborazione, a 360 gradi, di Unioncamere Emilia-Romagna coi soggetti attivi nel mondo del credito, primo fra tutti Fidindustria Emilia Romagna. Questa indagine, infatti, affianca e completa la verifica congiunturale sul credito nella nostra regione che Unioncamere Emilia-Romagna conduce in collaborazione con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne con un'analisi di taglio più strutturale e volta a mettere in evidenza, fra le altre cose, le caratteristiche comuni alle imprese che, anche in questo difficile frangente, hanno continuato a crescere e ad avere buoni rapporti col sistema del credito.

Si tratta di caratteristiche che possono essere prese ad esempio da altre imprese, di buone pratiche che possono diffondersi maggiormente aumentando la capacità del sistema produttivo di far fronte alle avversità ambientali e di trarre vantaggio dalle opportunità che comunque si presentano. Ne derivano indicazioni utili per i policy maker e per gli operatori istituzionali del settore, ma anche per le singole imprese.

## TAVOLA ROTONDA

*Prof. Mattia Iotti - Università degli Studi di Parma*

*Emanuel Danieli - Fidindustria Emilia Romagna*

*Guido Caselli - Unioncamere Emilia-Romagna*

*Matteo Beghelli - Unioncamere Emilia-Romagna*

**Mattia Iotti:** Il tema inerente l'Osservatorio sul Credito che abbiamo sviluppato insieme a più mani, nasce, come spesso accade, dalla costruzione di un'ipotesi teorica da testare attraverso un'analisi empirica, quindi un'analisi sul campo. Il ricercatore, o meglio il gruppo di ricerca che ha partecipato all'impostazione dell'Osservatorio, è padre, in un certo senso, dell'ipotesi iniziale e lo sviluppo di questo tema ha portato a delle riflessioni ulteriori. Dal modello teorico che abbiamo pensato, e che è stato sviluppato attraverso il questionario di indagine, sono emersi diversi temi di interesse fra cui alcune motivazioni del cambiamento del rapporto fra impresa e sistema del credito. Come avviene spesso nei modelli teorici, una parte dei rapporti causa - effetto resta nell'ombra; questo può dipendere da una mancanza del ricercatore nell'aver progettato il modello iniziale, oppure può dipendere da un cambiamento talmente grande della realtà osservata, rispetto ad un momento storico, tale da rendere difficile la lettura attraverso un sistema esclusivamente quantitativo, corrispondente al modello di analisi adottato. Per tradurre al meglio il risultato ottenuto occorre pertanto associare delle riflessioni qualitative. Il nostro incontro di oggi ha proprio questo scopo: fare emergere una serie di considerazioni qualitative per migliorare la capacità dell'analisi svolta di valorizzare al meglio tutti quegli aspetti che il modello non ha ancora indagato. In buona sostanza, possiamo affermare di utilizzare due modelli di analisi; il primo modello, che è il questionario, ha evidenziato e letto una buona parte degli atteggiamenti delle imprese nei confronti del credito e del credito nei confronti delle imprese. Il secondo modello di analisi, che è un modello qualitativo, osserva anche il grande cambiamento che c'è stato nell'assetto del sistema economico degli ultimi anni e cerca di far luce su quegli aspetti che non sono stati adeguatamente letti dal modello quantitativo. Questo rappresenta un interesse di ricerca, perché significa che l'Osservatorio sul Credito, in funzione di come verrà replicato negli prossimi anni, potrà tenere in considerazione non gli aspetti esclusivamente quantitativi come emergenti del nostro primo anno di analisi, ma una serie di ipotesi di lavoro che considerino anche il qualitativo e pertanto, proprio il lavoro che emergerà dal nostro incontro di oggi. Il primo obiettivo che vogliamo porci è evidenziare insieme se ci sono degli elementi, qualitativi o quantitativi, che possono influenzare in futuro, o avere influenzato in passato, quello che è il rapporto fra le imprese e il sistema del credito e che non emergono tra le variabili che sono state inserite come variabili determinanti della ricerca.

**Matteo Beghelli:** faccio riferimento all'evidenza che rileva il Prof. Iotti, cioè il fatto che il modello non riesce a spiegare la maggior parte della variabilità dei risultati raggiunti dalle imprese, sia in termini di impatto della crisi che in termini di andamento del credito. Personalmente credo che su questo fatto influiscano due variabili, anzi tre: in primo luogo il fatto che il questionario, e non poteva essere diversamente, si basa su delle impressioni che le imprese hanno riportato, e non sempre le impressioni sono coerenti tra di loro. In secondo luogo, la variabile più importante da considerare è che il questionario non misura e non poteva misurare, "la qualità" dell'imprenditore o del management delle aziende. La terza variabile è da riportare sicuramente all'entità e alla forza della crisi che può avere sparigliato le chiavi di lettura normalmente utilizzate per interpretare i fenomeni economici. Direi che senza dubbio la seconda variabile è quella più importante: se infatti avessimo trovato un modello in grado di spiegare la differenza di risultati tra le imprese, indipendentemente da considerazioni inerenti la qualità dell'imprenditore o del management, avremmo trovato la dimostrazione del fatto che il management e l'imprenditore non hanno peso nella determinazione dei risultati aziendali, cosa che ovviamente non può essere. Va contro il senso comune e contro le nostre esperienze quotidiane. Bisogna aggiungere che esistono alcuni indizi dell'importanza dell'elemento imprenditoriale e manageriale anche all'interno delle analisi che sono state condotte: per esempio il fatto che vi sia una correlazione positiva fra il buon andamento di risultati dell'impresa, sia in termini di andamento del credito che in termini di capacità di fronteggiare la crisi, con la formazione del personale in azienda, la proprietà brevettuale, l'entità degli investimenti nel tempo, l'utilizzo dei social network o comunque dei nuovi media, ma anche l'introduzione di schemi di pianificazione e controllo. Tutti questi sono degli indicatori di un atteggiamento imprenditoriale e manageriale più dinamico, a parità ovviamente di altre caratteristiche. Altra cosa che evidenzierei è il fatto che questi elementi appena identificati vanno a sottolineare la presenza di buone pratiche che sicuramente possiamo consigliare alle imprese: l'attività di investimento in azienda, l'innovazione, sia brevettuale sia nell'utilizzo dei nuovi media, la formazione, ma anche l'introduzione del controllo di gestione e l'export, anche se questo non può essere consigliato a tutti i tipi di impresa perché non tutte hanno la possibilità di rivolgersi al mercato straniero.

**Emanuel Danieli:** Fidindustria ha pensato e progettato l'Osservatorio sul Credito, insieme al Professor Iotti dell'Università di Parma e Unioncamere ER, dal proprio punto di vista di operatore del mercato del credito affinché potesse avere dei ritorni in termini di lettura di comportamento dei propri associati, attraverso una ricerca specifica sulle determinanti sia del comportamento imprenditoriale che delle aziende di credito in questi tempi di crisi.



Sui risultati della ricerca vogliamo costruire delle politiche di servizi efficaci, attraverso l'erogazione di garanzia, per superare un periodo che certamente è stato tra i più devastanti, soprattutto in termini di rapporto banca-impresa. È evidente che un modello non riesce a cogliere tutti i comportamenti che osserva, e Matteo Beghelli dice che probabilmente è stato così forte l'impatto della crisi che ha scardinato le regole del gioco e stressato oltre misura i rapporti, anche umani, presenti nel mercato del credito. Concordo con questa visione, e lo faccio andando a recuperare alcuni elementi presenti nel rapporto. Se infatti andiamo ad osservare la correlazione tra possibilità di credito, o percezione di aumento del credito, e capitalizzazione delle imprese, vediamo che non sussistono grandi differenze fra imprese che hanno capitalizzato e imprese che non lo hanno fatto. In finanza diciamo che le aziende devono capitalizzare: questo è uno degli aspetti certamente più importanti per ottenere del credito. Nella ricerca non emerge una significativa correlazione in tal senso. Cosa significa? Non è la ricerca che non coglie questo aspetto, ma è un andamento del mercato del credito talmente in crisi che rende difficile trovare degli elementi discriminanti anche di best practice, misurabili in qualche modo per ottenere maggiore credito. D'altra parte ci sono invece delle correlazioni positive delle varianze colte dal modello, lo ricordava Matteo Beghelli: investimenti, controllo di gestione, innovazione e, ovviamente, l'esportazione, ovvero il livello di internazionalizzazione dell'impresa, anche se è un elemento che ci attendavamo in maniera più evidente. Questo, a mio dire, è uno degli aspetti che dobbiamo porre al centro della rivisitazione del modello, sapendo che la contingenza del 2013 è stata terribile, da un punto di vista statistico: rende più difficile la misurazione e l'interpretazione dei dati. Del resto, nella parte introduttiva del lavoro, si ricorda come molti imprenditori da noi intervistati non abbiano voluto rispondere al questionario, motivando spesso attraverso argomentazioni di estrema sfiducia e amarezza, difficilmente canalizzabili in un dato da ricerca, ma che qui voglio ricordare in quanto elemento essenziale. Alla fine dell'erogazione dei questionari i nostri operatori hanno segnalato una sorta di rassegnazione ad un rapporto banche-impresa che non dà le risposte necessarie alle imprese. Ecco: su queste motivazioni dovremo lavorare per migliorare la possibilità di cogliere quegli elementi invece decisivi per la realizzazione di pratiche imprenditoriali più adeguate. Se dovessimo rifare questa analisi in una situazione di mercato più stabile è evidente che dovremmo sperabilmente osservarlo in qualche modo mitigato.

**Mattia Iotti:** un'ipotesi di sviluppo della ricerca in senso qualitativo, potrebbe essere quello di andare a indagare i rapporti e la relazione fra gli aspetti qualitativi della formazione dell'imprenditore del gruppo manageriale. Esiste una discreta letteratura internazionale sul tema: il livello di istruzione dell'imprenditore o del manager, il numero degli anni di esperienza, in alcuni

casi anche il quoziente intellettuale. In pratica una serie di variabili qualitative da mettere in relazione con i risultati di impresa. Questo per vedere se in qualche modo il non misurabile, cioè la capacità e la genialità dell'imprenditore, possono essere modellizzati in termini di risultati. Sarebbe come provare a far entrare il mare dentro a un cappello, però ci si può provare. L'anno prossimo.

**Guido Caselli:** nel tentativo di individuare quali sono quelle imprese che hanno resistito in questi anni di crisi, abbiamo preso tutti i dati che avevamo a disposizione e li abbiamo incrociati con tutte le nostre indagini congiunturali, i dati sull'occupazione, tutti i dati di bilancio. Questo per capire quali erano gli elementi che differenziavano le imprese che resistevano, che abbiamo chiamato imprese "resilienti", da tutte le altre. Viene fuori che le imprese resilienti investono in innovazione di prodotto e di processo aziendale, ma investono soprattutto in innovazione di tipo organizzativo. Investono sul proprio personale, non solo in termini di formazione, ma anche proprio in termini di cura e benessere del dipendente sul posto di lavoro; hanno mediamente più laureati, più dipendenti di sesso femminile, e una forte correlazione con la comunità di appartenenza. Quindi con il territorio e con le altre imprese del territorio. C'è un radicamento maggiore. La cosa interessante è che se andiamo a vedere di classificare le resilienti in termini di settore e dimensione, non vengono fuori delle differenze, nel senso che sono caratteristiche che troviamo indipendentemente dalla dimensione e dal settore di appartenenza.

**Emanuel Danieli:** per l'oggetto e l'obiettivo del nostro lavoro, le considerazioni di Guido Caselli sono particolarmente interessanti, perché mi viene da porre in correlazione questo set di caratteristiche che sono emerse nello studio svolto da Unioncamere, rispetto ai percorsi evolutivi delle banche. Se il valore del radicamento territoriale e della forte continuità di presenza sul territorio nelle banche non è più generato dalla banca stessa, ma da delle organizzazioni intermedie quali le fondazioni, che non si occupano più di credito, da quella parte di welfare che era una volta inglobata nelle banche, ecco che i due modelli tutto sommato sono abbastanza divergenti. Noi non siamo riusciti a proporre in questa analisi una classificazione, un'articolazione delle tipologie di banche perché, al di là di una netta separazione tra banche grandi e banche piccole, se si va sull'elemento locale si fa una grossa confusione nel confondere marchi preesistenti sul territorio, reti distributive e interventi di back-office delle banche organizzati su grandi quando non grandissime dimensioni. Proseguendo su questo ragionamento introdotto da Caselli, probabilmente c'è proprio una differente percezione tra l'istituzione banca e l'istituzione impresa del credito che è diventata, per usare una dicitura che è entrata nel gergo comune - "glocale" -, ovvero radicata sul territorio ma impegnata su mercati internazionali. È una banca che mantiene sì delle reti sul territorio, ma non ha

più quel collegamento che una volta era evidente e non filtrato da organizzazioni intermedie, come possono essere le Fondazioni bancarie.

**Guido Caselli:** quello che ha reso evidente la globalizzazione è che si è ribaltato il paradigma che ci ha accompagnato per tanti anni. Abbiamo sempre detto che imprese competitive fanno il territorio competitivo. Oggi dobbiamo dire che si è competitivi come imprese e come persone se si è inseriti all'interno di un sistema territoriale competitivo. Cambia radicalmente il modo di pensare le politiche, e anche le analisi economiche: per esempio i guru delle strategie aziendali, pensiamo Porter, adesso parlano di creazione di valore condiviso. Quello che crea valore per l'impresa lo crea anche per la società, e viceversa. Ciò vuol dire che le responsabilità sociali, quello che l'impresa fa verso il territorio, non è un atto di filantropia, ma un investimento vero e proprio pari all'internazionalizzazione e all'innovazione. Allora alcune imprese, quelle che abbiamo chiamato resilienti, questo rapporto con il territorio lo stanno portando avanti e probabilmente hanno capito che riescono a crescere se riescono a far crescere il territorio intorno a loro. Quello che mi pare di capire, guardando i dati, è che le banche invece hanno ancora un atteggiamento più da impresa e meno da territorio. Questa cosa sfugge ancora.

**Mattia Iotti:** il secondo tema è un tema più ampio; abbiamo introdotto nel questionario una domanda che chiedesse quale è stato, o non è stato - aggiungo anche quale potrà essere - il ruolo degli operatori pubblici, e Pubblico nel senso in generale. Dei consorzi fidi, di Unioncamere, della politica, delle fondazioni bancarie, diciamo quello che è sopra la stretta individualità banca e la stretta individualità aziendale, con l'obiettivo di agevolare un rapporto fra impresa e sistema del credito per avviare oppure accompagnare la ripresa. Questo in funzione se la si consideri già partita oppure sia ancora da avviare. Potremmo inoltre evidenziare che cosa non è stato fatto e invece avrebbe potuto essere fatto, o se c'è ancora qualche idea che non è stata sviluppata, qualche strada anche di modello generale a livello territoriale che non era ancora stata pensata e che potrebbe essere pensata. Che potrebbe essere poi anche oggetto di una ricerca futura.

**Guido Caselli:** il tema è molto interessante: il punto è che ci troviamo di fronte a un modello di sviluppo che ha mostrato tutti i suoi limiti e necessita di una discontinuità. Per quanto detto prima bisogna crescere con il sistema territoriale, quindi vuol dire che il ruolo del Pubblico deve essere assolutamente integrato con quello delle imprese e viceversa. Per cui un nuovo modello, a mio avviso, dovrebbe passare attraverso l'individuazione di progetti ben definiti dove tutti operano con il proprio ruolo e con le proprie responsabilità. Se per esempio uno dei progetti che ci poniamo è

quello di accompagnare le imprese, aumentare il numero delle imprese sui mercati esteri, è chiaro che deve essere definito il ruolo dell'impresa, deve essere definito il ruolo degli operatori pubblici, così come deve essere anche chiaro e definito il ruolo del sistema creditizio e delle banche per accompagnare territorio e imprese in questo percorso. Possiamo individuare altri ambiti: dal turismo a tutto quello che è il welfare aziendale che poi può diventare il welfare di comunità. Le aree di intervento sono tante; l'importante è che siano affrontate in una logica di sistema territoriale.

**Emanuel Danieli:** in questa visione generale che ci ha proposto Caselli devo intervenire più limitatamente sul tema del credito. Tale mercato deve evolvere inserendosi in questa logica complessiva di sistema sociale e imprenditoriale in modo da essere attrattivo e contemporaneamente competitivo. Sappiamo di produzioni legislative regionali che stanno cercando di evolvere in questa direzione; il credito deve essere in grado di essere un protagonista di questo intervento di sistema. Per quanto riguarda la nostra esperienza, riteniamo che il problema dell'accesso al credito sia il vero elemento differenziante di questi anni di crisi, iniziata nel 2009, voglio ricordare, non nel 2013. L'anno scorso (2012) c'è stata un'accelerazione della crisi, ma è dal 2009 che il sistema produttivo dell'economia occidentale, in particolare quella italiana, soffre. Il credito, che è certamente in contrazione, dobbiamo considerare che non sarà una torta che si allarga, ma una torta che si restringe. Il credito deve essere pertanto indirizzato a sostenere queste politiche virtuose di sistema territoriale, e quindi privilegiare gli investimenti in innovazione, internazionalizzazione, in efficiente strutturazione dell'offerta territoriale. Il credito non è più infinito, come poteva essere percepito sino alla prima metà degli anni 2000, e per le imprese rimane il problema dell'accesso. Ritengo che politiche volte al contenimento del costo del denaro siano non dico inutili, tutt'altro - un sollievo economico è sempre gradito alle imprese - ma certamente meno efficaci nel sostegno all'impresa in questa ottica di intervento di sistema. Occorre produrre pratiche decisionali, sia nelle aziende che nelle banche, volte a migliorare la comunicazione sugli aspetti più direttamente qualitativi degli investimenti produttivi e innovativi. Per quanto riguarda poi il settore della garanzia: i confidi possono avere un ruolo fondamentale, ma è importante che nel sistema della garanzia, che è utile e fondamentale per consentire l'accesso al credito delle imprese, venga perseguita una sistematizzazione dei modelli di intervento e vengano realizzate robuste filiere europee, nazionali e locali della garanzia. La garanzia è uno strumento efficace, dobbiamo cercare di renderlo anche efficiente, perché può essere molto costoso, ad esempio quando va a sostenere le perdite che le imprese hanno generato in questi anni. Dobbiamo cercare di costruire un sistema efficiente, anche perché la garanzia è sostenuta da denaro pubblico. Esso, come il credito bancario, è una risorsa limitata e quindi bisogna porre tutta l'attenzione possibile nel suo utilizzo.

**Mattia Iotti:** abbiamo adesso le ultime tre domande, che sono poi collegate, un trittico di visione, se volete, che parte dall'analisi della situazione di base delle criticità per pensare una sorta di modello emiliano del rapporto banca-impresa. Il punto di avvio di queste tre riflessioni in sequenza è cercare di capire insieme se ci sono degli elementi di particolarità che posso essere di struttura economica in generale, o di tipo di imprenditorialità, o semplicemente peculiarità del rapporto banca-impresa che fanno sì che nel territorio dell' Emilia Romagna ci sia qualcosa di particolare. Lo pensavo in senso positivo, ma potrebbe essere anche in senso negativo: utilizziamolo come leva per approdare poi ai temi delle buone prassi e dell'efficienza. Il punto d'avvio è l'analisi dello stato di fatto: se in Emilia Romagna c'è qualcosa di particolare che rende il rapporto banca-impresa diverso sul quale far leva per poi costruire il futuro.

**Emanuel Danieli:** anni fa, rispondendo alla medesima domanda, ricordai alcuni elementi strutturali del mercato del credito emiliano romagnolo sensibilmente differenti rispetto al mercato nazionale, in particolar modo due: il primo era che il mercato del credito in Emilia Romagna era distribuito in maniera più equilibrata tra grandi banche, banche locali e piccole banche. Adesso questa divisione non c'è più; l'offerta di credito è stata molto rimescolata da operazioni di fusione o acquisizione di banche, non solo sul territorio emiliano romagnolo, ma sul territorio italiano e spesso con operazioni di respiro internazionale. Quindi, questo primo dato di quota di mercato, significativamente concentrato o più concentrato in banche a forte vocazione locale o di piccole dimensioni, si è perso. Certo ci sono ancora concentrazioni significative in questo tipo di istituti, ma non è più così differenziante come in passato. Il secondo elemento che differenziava il mercato del credito era l'imprenditorialità emiliano romagnola, che sino al 2008-2009 manteneva tassi di sofferenza certamente più contenuti rispetto alle altre regioni a vocazione produttiva del nostro paese. Anche questo è un dato che è cambiato: l'Emilia Romagna non ha maggiori sofferenze rispetto magari ad altre regioni, ma ha avuto tassi di incremento delle sofferenze più alte negli ultimi anni. La crisi ha certamente toccato e coinvolto il nostro sistema imprenditoriale in maniera molto grave. Mi par di poter dire che dal punto di vista strutturale forti elementi di differenziazione non ce ne sono più. In riferimento a quanto diceva Caselli: le imprese investono nei legami con il territorio, ritenendo tale legame un elemento di maggiore competitività. Cosa stanno facendo le banche? Mi pare che abbiano fatto spesso la scelta, non tutte, di aumenti dimensionali perché la logica dei grandi mercati finanziari lascia al territorio un compito di raccolta, più che di investimento e impiego. Durante questa lunga crisi le banche hanno impiegato meno, ma hanno certamente impiegato di più in attività finanziarie non locali, tipicamente le imprese e le famiglie

produttrici, per privilegiare impieghi finanziari collocati o collocabili sui mercati internazionali. Ritengo quindi, per rispondere alla domanda del Professor Iotti, che questi elementi non sussistano più. Rimane del passato una forte richiesta di prossimità, se volete una cosa un po' antica, non molto di moda, ma il rapporto bancario è fatto anche di contiguità e di conoscenza fisica e personale. Quello che ho visto è che progressivamente la cura diretta, la conoscenza diretta tra specialisti, responsabili imprese delle banche e imprese stesse negli anni si è certamente allentata.

**Guido Caselli:** la riflessione è più di carattere generale: per quale motivo l'impresa di media-grande dimensione rimane legata all'Emilia Romagna, al territorio? Perché qui trova ancora un valore aggiunto. Trova ancora ad esempio nel capitale umano delle competenze distintive, un saper fare che è ancora un valore aggiunto e consente, per buona parte delle produzioni che caratterizzano il made in ER, di essere competitivi. Parliamo ovviamente di produzioni di alta qualità, non parliamo di produzioni che possono essere replicate in Cina o da altre parti con minori costi. Per le imprese è così: non restano legate al territorio per questioni filantropiche o per fare beneficenza, ma perché hanno una convenienza. La domanda è: che convenienza hanno le banche? Quale può essere la competenza distintiva, quell'elemento che caratterizza il territorio per cui le banche hanno convenienza anche economica a rimanere legate al territorio?

**Emanuel Danieli:** certamente l'interesse di una banca è il rapporto con il territorio orientato a sviluppare volumi di raccolta adeguati ai propri piani industriali, anche con costi accettabili. In presenza di processi di fusione delle banche, che normalmente hanno come conseguenza: A) delocalizzazione centri decisionali - B) management non espressione del territorio - C) assunzione di modelli organizzativi che privilegiano automatismi piuttosto che relazioni, tutto ciò rende evidente che mantenere il rapporto con il territorio può diventare in certi casi uno svantaggio piuttosto che un vantaggio. Se poi aggiungiamo il fatto che la torta del credito si è ristretta per forza di cose, anche per l'azione di normative di vigilanza e che le banche hanno spostato i loro impieghi verso forme che richiedono meno dotazioni di capitali di vigilanza piuttosto che in impieghi verso le imprese. Il credito all'impresa è certamente più remunerativo per la banca ma richiede dotazioni di capitale di vigilanza più elevati e in questo momento il capitale di rischio non è una risorsa abbondante sul mercato, e perciò è costosa.

**Mattia Iotti:** la chiusura della nostra tavola rotonda deve essere secondo me quanto di più anti accademico possibile; deve essere qualcosa di operativo. La parte accademica l'abbiamo fatta; se vogliamo tirare le fila delle cose e dare un'indicazione alle imprese e un suggerimento alle banche di

buoni comportamenti operativi e di buone pressioni, se dovessimo sintetizzare un decalogo, perché è troppo un pentalogo: che cosa dovrebbero fare le imprese e le banche per migliorare il rapporto fra di loro e cercare di superare la crisi?

**Matteo Beghelli:** possiamo riprendere una parte di quello che abbiamo detto in precedenza, cioè quelle che sono le buone pratiche, che vengono sottolineate anche dalla ricerca e che contribuiscono a spiegare una parte della differenza di risultati ottenuti dalle aziende in questi anni in termini di accesso al credito e di fatturato. Innanzi tutto l'investimento sul personale, sulla formazione del personale, che credo che si accompagni anche a tutta una serie di interventi di empowerment della persona in azienda. Poi investimenti in innovazione, quindi attività brevettuale, uso dei nuovi media, del controllo di gestione e l'investimento dell'imprenditore, della famiglia imprenditoriale, nell'impresa. Infine, per i settori dove questo è possibile, non rimanere chiusi nei confini nazionali ma rivolgersi all'export.

**Emanuel Danieli:** io sono rimasto colpito da uno dei risultati della ricerca che era quello del controllo di gestione, come elemento discriminante in termini positivi, della correlazione rispetto alla concessione di credito. Questo mi conforta, perché da tempo noi sosteniamo che le imprese devono crescere dal punto di vista professionale e gestionale proprio con l'adozione di adeguati modelli di controllo di gestione, lo ricordava prima Matteo Beghelli, e soprattutto di pianificazione finanziaria. Il vero elemento di cambiamento rispetto ad un passato che difficilmente tornerà è che passiamo da una gestione finanziaria con una percezione di mercato pressoché infinito, ad una gestione che fa i conti con disponibilità di credito ridotte. Non più tardi di 5 anni fa le nostre imprese non avvertivano il credito come un problema in termini di scarsità, di disponibilità sul mercato. Oggi dobbiamo far sì che le imprese chiedano al sistema del credito, al credito bancario in particolare, quello che davvero serve, e limitare l'assorbimento di risorse finanziarie nella normale gestione del loro business. Per quanto riguarda le banche, se posso permettermi, la riflessione è tornare all'impresa, in termini di relazione umana e professionale. Le imprese sono dei "libri" scritti sulla pelle, le intuizioni e le debolezze degli imprenditori e del loro management. Questo si vede e si capisce dai piani industriali, dai bilanci, dalla documentazione presentata, ma si capisce molto anche in termini di rapporto umano. Ricordo figure professionali nel settore bancario che erano diventati degli straordinari settoristi, proprio perché frequentavano, mi viene da dire, la strada. Erano sempre in giro per imprese, a vedere come un determinato distretto evolveva o quali problemi presentava. Tutti i sistemi basati su algoritmi numerici rappresentano discretizzazioni della realtà, quindi significa che perdiamo informazioni. Dall'altra parte c'è un'aggravante, che è quella dei sistemi di

rating, che spesso hanno elementi di prociclicità, e non sono in grado di avere un effetto anticipativo. Questo dobbiamo andarlo a cercare nelle imprese sia nel bene che nel male, nel senso che dobbiamo intuire quali possibilità di crescita ci sono nelle imprese o quali elementi di difficoltà futura. Sensibilità professionali così sviluppate saranno in grado di preservare il sistema del credito da rischi impropri se ben orientate e ben organizzate, garantendo però alle banche stesse la vera possibilità di guadagnare nel medio-lungo termine attraverso un'attività di impiego nei settori produttivi, che è il vero elemento per sostenere territori e per sostenere in definitiva anche il loro istituto bancario. Senza le attività produttive non c'è speranza per nessun sistema territoriale.



## **PARTE PRIMA - IMPOSTAZIONE DELLA RICERCA E METODOLOGIA DI ANALISI**

### **1.1. OBIETTIVI GENERALI DELLA RICERCA**

Il progetto dell'Osservatorio sull'andamento del credito alle aziende in Emilia Romagna nasce, in primo luogo, dall'esigenza di disporre di informazioni quali-quantitative aggiornate e statisticamente significative sulla vitalità del tessuto imprenditoriale regionale, quale base di valutazione oggettiva per la definizione di politiche strategiche creditizie in grado di fornire adeguate risposte alle esigenze del territorio. La costruzione di un osservatorio permanente sull'andamento del credito alle aziende in Emilia Romagna consente, infatti, di qualificare e quantificare gli atteggiamenti obiettivi e lo stato di fatto dell'andamento aziendale, delle prospettive di sviluppo e del rapporto con il sistema del credito delle aziende del territorio regionale, rendendo disponibile una base dati qualitativa e quantitativa; tale base dati permette, oltre ad una analisi descrittiva, anche la possibilità di evidenziare le relazioni tra variabili e formare gruppi di aziende.

La significatività del campione individuato, sia in termini numerici (circa 4.700 aziende operanti sul territorio regionali) sia in termini di settori merceologici coinvolti, consente inoltre, di ricavare un spaccato dettagliato del rapporto sistema bancario/aziende nella nostra regione, utilizzabile anche per fini più ampi di politica industriale in genere.

Il tale contesto si è sviluppata la ricerca, svolta in collaborazione tra Fidindustria Emilia Romagna, quale ente coordinatore del progetto, che ha operato direttamente nella progettazione e realizzazione della piattaforma tecnologica permanente, necessaria per garantire un'efficiente e sistematica gestione dei dati, ed Unioncamere Emilia-Romagna, che ha garantito la supervisione operativa e scientifica; la collaborazione con l'Università degli Studi di Parma, ed in particolare con il Laboratorio di Gestione e Contabilità, ha consentito l'elaborazione dei dati raccolti e l'assistenza nella stesura del rapporto di ricerca. L'indagine si è svolta in modo parallelo e coordinato con quella tradizionalmente svolta da Unioncamere Emilia-Romagna al fine di evitare zone d'ombra e sovrapposizioni, nonché incoerenze metodologiche. Il focus dell'indagine presente è costituito dall'analisi delle caratteristiche delle imprese che in questi anni difficili hanno continuato a crescere e ad ottenere credito dalle banche per le proprie attività.

L'obiettivo del progetto, non è solo teorico, con elaborazione di un modello di valutazione, ma anche e soprattutto operativo, in quanto permette di fornire al tessuto imprenditoriale informazioni rilevanti anche ai fini della definizione di consapevoli strategie gestionali.

All'interno di "Finanziamo una gestione d'impresa consapevole", claim non solo comunicazionale, Fidindustria vuole, quindi, ricondurre un doppio concetto di "finanza consapevole": conoscere in modo appropriato e approfondito la propria base imprenditoriale di riferimento consente a Fidindustria di intervenire "consapevolmente" in modo più proattivo e mirato alle effettive esigenze e alle aziende di conoscere il quadro di riferimento regionale in cui operano.

La costruzione dell'Osservatorio sull'andamento del credito alle aziende in Emilia Romagna (che di seguito indicheremo semplicemente come Osservatorio), all'interno del Fidindustria Emilia Romagna (di seguito Fidindustria), si sostanzia nella predisposizione iniziale della piattaforma tecnologica di raccolta ed elaborazione dati, destinata ad essere periodicamente alimentata attraverso operazioni di raccolta dati sul campione di riferimento con le modalità sotto descritte. L'obiettivo della ricerca è, infatti, quello di effettuare l'analisi dell'attuale situazione di accesso al credito e di rapporto con il sistema bancario da parte delle aziende in Emilia Romagna; per fare questo la ricerca ha avuto origine da un database iniziale quanto più possibile ampio, e formato di circa 4.700 aziende socie Fidindustria, operanti sul territorio in Emilia Romagna.

La modalità di raccolta dati ha avuto compimento tramite veicolazione al target, formato dalle aziende socie di Fidindustria, di un sondaggio appositamente progettato e prodotto all'interno del sito internet del Confidi; l'interfaccia prevista per l'impresa prevede un panel di domande a risposta chiusa facilmente fruibile da parte dell'utente.

La raccolta dati prevede l'utilizzo di piattaforme tecnologiche avanzate che consentono la fruibilità del dato, da parte di Fidindustria, in tempo reale attraverso l'accesso riservato al back-end del sito.

Il contatto aziende target avviene in modo personalizzato attraverso l'invio ad ogni azienda dell'invito a partecipare, dove è evidenziata l'importanza ed il valore del progetto, così come la responsabilità di ognuno a dare il proprio contributo. L'invito prevede l'utilizzo di tecnologia DEM (Direct-Email-Marketing) che consente all'utente di accedere direttamente all'interfaccia online in modalità privata e tracciata: la piattaforma tecnologica sottostante consente infatti il collegamento automatico tra il profilo utente residente sulla piattaforma ed i relativi dati di indagine inseriti, nel completo rispetto degli obblighi di riservatezza e privacy previsti dalla legge.

L'azione di veicolazione del sondaggio attraverso la tecnologia DEM viene supportato da una strutturata attività di contact center interno al Confidi, predisposto esclusivamente per l'azione di indagine. I dati così raccolti formano la base dati per le elaborazioni a cura dell'Università degli Studi di Parma.

In sintesi il progetto prevede la seguente organizzazione operativa:

1. Creazione di un gruppo di lavoro finalizzato alla progettazione e realizzazione degli strumenti operativi di base della ricerca (data base e piattaforma tecnologica, sondaggio on line, azione DEM, script standard per le attività di contact center, etc).
2. Formazione delle risorse coinvolte nel progetto ed interessate alle attività di comunicazione diretta: utilizzo della piattaforma tecnologica per l'inserimento dei dati, utilizzo degli strumenti di DEM, comunicazione telefonica in outbound.
3. Test sul questionario ad un numero ridotto di aziende (su un campione di 15 aziende) con eventuale correzione del modello e riproposizione del modello una volta reso definitivo.
4. Applicazione del modello sull'universo di riferimento.
5. Elaborazione dei dati e loro interpretazione.
6. Impostazione rapporto dei risultati in specifico lavoro scientifico.

I tempi della ricerca sono stati di 8 mesi, con avvio nel mese di novembre e termine a giugno 2013 con impostazione e redazione del presente rapporto di ricerca di pubblicazione dei risultati; a questa fase seguirà la veicolazione ai principali stakeholders ai fini della diffusione dei risultati e utilizzo dei risultati stessi in Emilia Romagna.

**Tabella 1 . Cronoprogramma della ricerca**

Mese 1 11 . 2012	Mese 2 12 . 2012	Mese 3 01 . 2013	Mese 4 02 . 2013	Mese 5 03 . 2013	Mese 6 04 . 2013	Mese 7 05 . 2013	Mese 8 04 . 2013
Fase 1	Fase 1						
	Fase 2						
		Fase 3					
			Fase 4	Fase 4	Fase 4	Fase 4	
						Fase 5	
						Fase 6	Fase 6

## 1.2. IL CAMPIONAMENTO ED IL CAMPIONE

Ogni indagine campionaria ha per oggetto lo studio di una popolazione finita (o universo), ossia un insieme finito di unità elementari ben identificabili delle quali interessa studiare una o più caratteristiche ad esse comuni<sup>1</sup>. Tali caratteristiche si suddividono in qualitative o quantitative<sup>2</sup>, a seconda che la loro forma possa essere descritta mediante espressioni verbali oppure mediante numeri (o serie numeriche).

Si definisce popolazione finita un insieme così definito:

$$P = (U_1, U_2, U_3, \dots, U_N)$$

con  $N < +\infty$ .

L'oggetto del campionamento da una popolazione finita  $P$  è la selezione di un qualsiasi sottoinsieme, detto appunto campione, costituito in base ad un preciso disegno di campionamento e relativamente al quale esaminare una o più variabili, tale per cui viene soddisfatto il seguente assunto:

$$C = (U_1, U_2, U_3, \dots, U_n)$$

con  $n \subset N$ .

Una delle scelte essenziali da compiere nella definizione di un disegno di indagine è stabilire la numerosità, ossia la dimensione del campione esaminato in base al grado di variabilità della caratteristica oggetto di studio, alle informazioni disponibili, al budget di ricerca ed alla precisione desiderata.

In effetti, vi sono casi in cui il campione esaminato potrebbe coincidere con la popolazione stessa (in tal caso si parla di indagine totale). Tuttavia questa circostanza, nonostante accresca l'attendibilità, e quindi l'affidabilità dell'indagine<sup>3</sup>, risulta essere poco adoperata in ambito applicativo poiché esaminare l'intera popolazione comporterebbe un'elevata onerosità (vale a dire un notevole dispendio di risorse, in termini di tempo e denaro) ed una minore accuratezza, in

---

<sup>1</sup> G. Cicchitelli - A. Herzel - E. Montanari, *Il campionamento statistico*, Il Mulino, 1992.

<sup>2</sup> Gli attributi quantitativi si distinguono in "continui" e "discreti". I primi possono assumere tutti i valori presenti all'interno di un certo intervallo, i secondi, invece, assumono un numero limitato di valori.

<sup>3</sup> Risulta abbastanza ovvia la relazione diretta tra l'attendibilità e la numerosità del campione scelto, in effetti a campioni più "grandi" corrispondono generalmente risultati più attendibili. Questo implica che i risultati campionari saranno sicuramente privi di errore quando il campione coincide con la popolazione totale.

particolar modo se si hanno di fronte universi di unità molto ampi. In altre parole lo studio dell'intero collettivo implicherebbe dei risultati costosi, poco approfonditi e, a causa dei lunghi tempi necessari alla rilevazione, potrebbe portare a delle conclusioni già divenute obsolete e quindi non più utili alla descrizione fedele del fenomeno preso in esame. È necessario, quindi, risolvere il problema di trade-off tra costo ed attendibilità dell'indagine, identificando un'ampiezza campionaria tale da soddisfare le esigenze di rappresentatività, attenendosi alle risorse disponibili per la realizzazione dell'analisi campionaria.

Esistono due tipi di procedura di scelta (o piani di campionamento) degli elementi del campione:

- **campioni probabilistici**<sup>4</sup>, ossia selezionati mediante meccanismi di natura aleatoria che permettono di valutare e stabilire a priori la precisione dei risultati<sup>5</sup>.
- **campioni non probabilistici**, selezionati mediante processi di natura arbitraria e criteri soggettivi, quindi lontani da valutazioni inferenziali.

Quest'ultimi possono essere ulteriormente suddivisi in:

- campioni a scelta ragionata (o per testimoni privilegiati). Le unità statistiche non vengono selezionate casualmente, bensì individuate mediante tecniche e logiche di rappresentatività e di conoscenza preliminare e specialistica del problema. Nell'ambito di questo campionamento rientra il campionamento bilanciato che consiste nel selezionare le unità in modo tale che la media nel campione di una o più caratteristiche sia uguale, o vicina, alla media dell'intera popolazione.
- campioni per quota. È la più utilizzata nella pratica statistica in quanto risulta essere, assieme al campionamento bilanciato, la tipologia di campionamento non probabilistico più precisa. In tal caso le unità vengono selezionate dal rilevatore in modo tale da rispettare le proporzioni predefinite da chi ha pianificato l'indagine. In sintesi, dapprima si suddivide l'intera popolazione in classi omogenee<sup>6</sup>, dando ad ogni singolo cluster un determinato peso, successivamente si costituisce il campione in modo tale da rispecchiare le proporzioni relative

---

<sup>4</sup> Per questi campioni si può determinare la probabilità, variabile o costante, di estrarre una determinata unità statistica, in quanto ogni unità ha una probabilità prestabilita e non nulla di essere inserita nel campione. Il calcolo di tale probabilità è alla base dell'inferenza statistica.

<sup>5</sup> La precisione dei risultati è correlata all'errore campionario. Infatti la selezione mediante il campionamento casuale delle unità da esaminare consente di applicare, come in precedenza affermato, il Calcolo delle probabilità e quindi di stabilire ex-ante, attraverso una misura razionale, l'attendibilità dei risultati stessi.

<sup>6</sup> Per classi "omogenee" si intendono sottogruppi di unità costituiti in relazione ad una o più caratteristiche discriminanti tali da rendere: a) conformi le unità appartenenti alla stessa suddivisione, b) diversi tra loro i vari raggruppamenti.

ad ogni singola classe. In questo modo si perviene, quindi, alla definizione delle quote, ossia il numero di interviste da effettuare in ciascuna classe.

- campioni volontari. Le unità statistiche decidono in modo volontario se far parte o meno del campione di riferimento (es. telefonate-sondaggio).
- campioni di convenienza. Si selezionano gli elementi che consentono il minor dispendio di risorse temporali ed economiche. Questa procedura è tipicamente utilizzata nelle ricerche di tipo esplorativo.
- campioni a valanga. Vengono scelte inizialmente solo poche unità con una determinata caratteristica, da queste poi si individuano altre unità con la medesima caratteristica (particolarmente utilizzato per lo studio delle popolazioni clandestine).

Prerogativa del campionamento “discrezionale” (o non probabilistico) è, come precedentemente affermato, la soggettività nel criterio di selezione delle unità, legata all’idea che il ricercatore ha di rappresentatività<sup>7</sup>. In effetti la formazione, mediante tali tecniche, di un campione attendibile e rappresentativo della realtà costituisce una fase piuttosto sensibile e delicata poiché si presta, inevitabilmente, ad un alto grado di arbitrarietà strutturale, dovuta alle impressioni ed al giudizio del ricercatore che potrebbero, in qualche modo, distorcere l’effettiva natura ed immagine del fenomeno preso in considerazione.

Ne consegue che il selezionatore crea, il più delle volte, un campione che è soltanto una copia dell’immagine che egli stesso ha della popolazione e conseguentemente l’attendibilità dei risultati non potrà che essere completamente soggettiva ed impossibile da misurare.

Tuttavia tali procedure di scelta degli elementi, oltre ad essere meno costose e metodologicamente semplici, hanno un vantaggio non indifferente, ossia quello di essere le sole da poter utilizzare nel caso non si disponga di una lista completa della popolazione di riferimento da cui dover estrarre il campione.

Il campione utilizzato nel corso della ricerca dell’Osservatorio è formato in origine da 4.706 aziende dell’Emilia Romagna, cioè il totale delle aziende associate a Fidindustria Emilia Romagna. Di queste aziende hanno risposto complessivamente al questionario, mediante compilazione autonoma e compilazione assistita da operatore, 1.149 aziende. Tra le aziende rispondenti, 424 hanno manifestato la propria intenzione a non rispondere a nessuna delle domande della ricerca; tale percentuale è pari al 36,9% delle aziende del campione. Non è possibile sintetizzare in via

---

<sup>7</sup> Il termine “rappresentatività” esprime la capacità del campione di costituire una miniatura, immagine su scala ridotta, della popolazione, riproducendone fedelmente la composizione.

quantitativa le motivazioni della non risposta da parte delle aziende contattate, in quanto non veniva richiesta ovviamente la motivazione della non risposta, non essendo possibile di fatto ottenere tale risposta. Un'analisi qualitativa delle non risposte è stata tuttavia effettuata in sede di analisi dei questionari raccolti, nella apposita sezione delle note, e nel corso degli incontri periodici con il personale addetto ai rapporti con le aziende. Da questa analisi qualitativa è emerso che molte aziende contattate non intendono rispondere per sfiducia nelle possibilità di ripresa dell'economia o nelle possibilità di miglioramento dei rapporti tra aziende e istituzioni, oppure semplicemente perché stavano chiudendo l'attività. Questo dato, pur limitato alle aziende che sono state disponibili a motivare, anche per semplice sfogo personale dell'intervistato, assume una notevole importanza segnaletica, in quanto motiva la non risposta al questionario, non risposta che è superiore ad 1/3 delle aziende intervistate. I questionari attivi, sui quali sono state condotte le analisi dei dati sono quindi 725, pari al 63,1% delle aziende del campione. Alle aziende del campione è stato somministrato il questionario seguente, composto di 2 domande di inquadramento (pre.domande) e 26 domande di questionario.

### **Questionario a base della ricerca**

- Pre.Domanda a) forma giuridica
- Pre.Domanda b) territorio di riferimento
- Domanda 1) Compilatore questionario
- Domanda 2) Attività prevalente
- Domanda 3) Numero Dipendenti
- Domanda 4) Età media
- Domanda 5) Impatto crisi
- Domanda 6) Classe fatturato
- Domanda 7) Andamento affari 2012
- Domanda 8) Andamento credito
- Domanda 9) Rapporto azienda-banca
- Domanda 10) Credit crunch
- Domanda 11-1) Banca 1
- Domanda 11-2) Banca 2
- Domanda 11-3) Banca 3
- Domanda 12) Entità investimenti
- Domanda 13) Tipologia investimenti
- Domanda 14) Entità investimenti prossimo triennio

Domanda	15) Tipologia investimenti prossimo triennio
Domanda	16) Entità interventi capitalizzazione
Domanda	17) Intenzione capitalizzazione
Domanda	18) Esportazioni
Domanda	19) Pubblica amministrazione
Domanda	20) Brevetti
Domanda	21) Formazione interna
Domanda	22) Controllo di gestione
Domanda	23) Internet
Domanda	24) Social network
Domanda	25-1) Servizio efficace
Domanda	25-2) Servizio efficiente
Domanda	25-3) Servizio professionale
Domanda	25-4) Servizio veloce
Domanda	25-5) Servizio innovativo
Domanda	25-6) Servizio costoso
Domanda	25-7) Servizio cordiale
Domanda	26) Accesso al credito

La domanda 1 ha finalità descrittiva (individua il compilatore del questionario), mentre le domande 2, 3, 4 e 6 sono domande di inquadramento dei caratteri qualitativi e quantitativi aziendali per eventuale segmentazione delle aziende in categorie omogenee (per classe dimensionale, per attività svolta etc); la domande 5 e 7 sono relative al rapporto dell'azienda con il ciclo economico (impatto della crisi, quale domanda qualitativa, e andamento affari 2012, quale domanda quantitativa). Le domande 8, 9 e 10 sono relative al rapporto tra azienda e sistema del credito, e rappresentano le prime domande centrali dell'indagine; in particolare la domanda 8 ha natura quantitativa (andamento del credito), la domanda 9 ha natura qualitativa (rapporto azienda-banca), mentre la domanda 10 ha natura dicotomico / qualitativa (si, no, non rispondo, non so). L'analisi delle domande da 8 a 10 permette di svolgere un primo livello di analisi sullo stato della relazione tra le aziende del territorio regionale e le banche. La domanda 11, articolata in 3 sub.domande (Banca 1, Banca 2, Banca 3) è finalizzata a richiedere alle aziende dell'indagine una graduatoria delle banche con cui sono in essere i migliori rapporti, secondo una graduatoria decrescente (dalla banca "migliore, cioè banca 1, alla banca "terza classificata", cioè banca 3; le banche "extra-classifica" sono giudicate dalle aziende intervistate in rapporti meno positivi rispetto alla banca



“terza classificata”); in sostanza la domanda 11 permette di avere una valutazione della banca “migliore” nella relazione con l’azienda secondo le aziende del campione. Le domande dalla 12 alla 15 riguardano gli investimenti, e sono finalizzate a quantificare gli investimenti effettuati dalle aziende per importo (domanda 12 sulla entità degli investimenti effettuati ) e per tipologia (domanda 13 sulla tipologia degli investimenti effettuati); la domanda 14 chiede invece le intenzioni di investimento per il prossimo triennio (dal punto di vista quantitativo, per entità degli investimenti pianificati), mentre la domanda 15 riguarda gli investimenti per tipologia. Le domande 16 e 17 riguardano gli interventi di capitalizzazione effettuati (domanda 16) distinti per classe di valore, e le intenzioni di capitalizzazioni, con natura dicotomico / qualitativa (sì, no, non rispondo, non so). Le domande dalla 18 alla 24 sono domande c.d. di atteggiamento, cioè esprimono degli atteggiamenti di rapporto tra l’azienda e il sistema socio economico, relativamente ai rapporti commerciali (esportazioni e pubblica amministrazione, domande 18 e 19), al livello “culturale” aziendale (domanda 20 sui brevetti, domanda 21 sulla formazione interna, domanda 22 sul controllo di gestione, domanda 23 sull’uso di internet, domanda 24 sull’uso dei sociale network). La domanda 25, articolata in 7 sub.domande, è volta ad indagare il rapporto tra azienda a Fidindustria, richiedendo alla aziende del campione una valutazione in termini di efficacia (domanda 25-1), efficienza (domanda 25-2), professionalità (domanda 25-3), velocità di risposta (domanda 25-4), innovatività (domanda 25-5), costo (domanda 25-6) e cordialità (domanda 25-7); il questionario si chiude con una domanda sull’accesso al credito tramite Fidindustria (domanda 26) e relativa offerta di servizi finanziari.

## PARTE SECONDA

### - ANALISI DESCRITTIVA DEI RISULTATI DELLA RICERCA

#### 2.1. Inquadramento del campione - pre.domande

Ai fini dell'inquadramento del campione sono state analizzate le pre.domande (1 e 2).

La pre.domanda 1 è relativa alla forma giuridica assunta delle aziende del campione; si evidenzia una prevalenza delle società di capitali, che sono pari al 93,24% delle aziende del campione, con forma giuridica prevalente nelle SRL (76,14%, pari a 552 aziende SRL pluripersonali e 1,10%, pari a 8 aziende attive quali SRL unipersonale). Il dato è interessante in quanto conferma l'evoluzione del tessuto economico regionale "verso" la forma giuridica della società di capitale, anche di dimensioni maggiori, essendo presenti infatti nel campione 116 SPA, pari al 16,00% delle aziende, quale seconda forma giuridica per frequenza campionaria. Le società di persone sono 39, attive in forma di SAS (15) o SNC (24), pari complessivamente al 5,38% delle aziende del campione, quindi decisamente minoritarie nelle frequenza. Sono presenti 1 impresa individuale, 3 consorzi e 6 società cooperative a completare una numerosità campionaria di 725 aziende complessive.

**Tabella 2. Pre.Domanda 1. Forma giuridica dell'azienda**

Categoria	Numero	%
Impresa individuale (II)	1	0,14%
Società Accomandita semplice (SAS)	15	2,07%
Società in Nome Collettivo (SNC)	24	3,31%
Società a responsabilità limitata uni personali (SRLU)	8	1,10%
Società a responsabilità limitata (SRL)	552	76,14%
Società per Azioni (SPA)	116	16,00%
Consorzi (CONS)	3	0,41%
Società Cooperative (COOP)	6	0,83%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

La pre.domanda 2 è relativa alla localizzazione territoriale delle aziende del campione; si evidenzia una prevalenza delle società localizzate nell'area bolognese che sono pari rispettivamente al 56,28% delle aziende del campione, per una numerosità complessiva di 408 aziende. La sede territoriale di Modena (14,48%) e la sede territoriale di Parma (13,66%) sono pressoché analoghe nella frequenza campionaria. Minore presenza si ha per le aziende di Reggio Emilia (9,66%) e Piacenza (5,93%).

**Tabella 3. Domanda 2. Territorio di riferimento dell'azienda**

Categoria	Numero	%
Bologna (BO)	408	56,28%
Modena (MO)	105	14,48%
Parma (PR)	99	13,66%
Piacenza (PC)	43	5,93%
Reggio Emilia (RE)	70	9,66%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Proponendo un'analisi comparata in tabella di contingenza (Tabella 4) della forma giuridica e del territorio; la tabella mette in comparazione, con totale percentuale per colonna, la suddivisione territoriale delle aziende classificate per forma giuridica; l'analisi è finalizzata ad evidenziare la maggiore concentrazione di determinate forme giuridiche in alcuni territori. In tutti i territori analizzati la forma giuridica della SRL è la prevalente, con un massimo di 80,60% delle aziende a Modena, e un minimo del 58,14% a Piacenza (media 72,14%); complessivamente le società di capitali (SRLU, SRL, SPA), che sono il 92,24% delle aziende del campione, sono maggiormente presenti, per frequenza relativa, nel territorio di Reggio Emilia, in cui rappresentano il 98,57% delle aziende, anche a motivo della presenza di 15 SPA del territorio nel campione, pari al 21,43% delle aziende del territorio. Il livello inferiore per presenza di società di capitali si ha nella provincia di Piacenza, con 86,05% di società di capitali, tra cui però sono presenti 12 SPA, pari al 27,91% delle aziende del territorio. La provincia di Piacenza presenta, parimenti, la maggiore frequenza di SNC, pari al 9,30% delle aziende del territorio; all'opposto, questa forma giuridica è pressoché assente nei territori di Parma (1,01% di SNC) e Reggio Emilia (1,43% di SNC).

**Tabella 4. Tabella di contingenza pre.domande 1 e 2**

Forma giuridica	Territori					Totale
	BO	MO	PR	PC	RE	
II	0,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,71%
SAS	2,45%	1,90%	3,03%	0,00%	0,00%	3,57%
SNC	3,43%	3,81%	1,01%	9,30%	1,43%	2,86%
SRLU	0,49%	3,81%	0,00%	0,00%	2,86%	0,71%
SRL	77,70%	78,10%	76,77%	58,14%	74,29%	72,14%
SPA	14,71%	10,48%	18,18%	27,91%	21,43%	20,00%
CONS	0,25%	0,95%	0,00%	2,33%	0,00%	0,00%
COOP	0,74%	0,95%	1,01%	2,33%	0,00%	0,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

## 2.2. INQUADRAMENTO DEL CAMPIONE - CARATTERI QUALITATIVI E QUANTITATIVI AZIENDALI (DOMANDE 1, 2, 3, 4 E 6)

Il questionario che è alla base dell'indagine è stato compilato, nella maggioranza dei casi, da personale o socio (24,55%) o comunque direttivo di funzione (Responsabile amministrativo o finanziario, per il 37,24% dei casi); è interessante notare come nel 6,07% delle aziende del campione la compilazione del questionario sia avvenuta da parte di personale del top management (Amministratore Delegato o Direttore Generale) non socio, evidenziando la presenza, anche per le aziende del territorio regionale, di una certa quota di manager non proprietari, dato questo che indica una separazione (pur con i limiti derivanti dalla base del campione) tra proprietà e controllo per una classe, pur minoritaria, di aziende del territorio regionale.

**Tabella 5. Domanda 1. Compilatore questionario**

Categoria	Numero	%
Titolare/Socio	178	24,55%
Amministratore Delegato o Direttore Generale (non socio)	44	6,07%
Responsabile amministrativo o finanziario	270	37,24%
Ufficio amministrazione	211	29,10%
Segreteria	13	1,79%
Consulente esterno	8	1,10%
Non so	1	0,14%
Non rispondo	0	0,00%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

È possibile quindi ritenere qualificato il soggetto redattore del questionario, essendo nel 67% circa dei casi personale direttivo, sia questo socio, oppure non socio. Di rilievo è anche il ruolo dell'Ufficio Amministrazione (29,10%) e della segreteria (1,79%) nella compilazione del questionario. Il dato evidenzia come una parte delle "incombenze amministrative" siano veicolate ed attribuite dall'azienda al personale operativo di funzione, in questo perdendo potenzialmente una parte della significatività qualitativa del questionario, per maggiore "distanza" tra il personale operativo e il centro delle decisioni strategiche dell'azienda, personale che, quindi, può non essere parte di (solamente) alcune delle informazioni richieste nell'indagine.

La domanda 2 riguarda l'attività prevalente posta in essere dalle aziende del campione; prevale decisamente l'attività metalmeccanica, che conta 269 aziende rispondenti, pari al 37,10% del campione. Nel campione sono presenti in quota considerevole le aziende dei servizi (10,21%), dell'edilizia (8,28%) del commercio (5,52%) e dell'alimentare (5,52% parimenti). Sono in ogni caso

rappresentati sostanzialmente tutti i settori economici di attività, anche se permangono alcune incertezze, essendo presenti aziende non codificate se non come “altro” (cioè altre attività), che rappresentano il 12,55% delle aziende del campione.

**Tabella 6. Domanda 2. Attività prevalente**

<b>Categoria</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Alimentare	40	5,52%
Chimica e farmaceutica	23	3,17%
Commercio	40	5,52%
Edilizia	60	8,28%
Immobiliare	14	1,93%
Informatica	21	2,90%
Legno e carta	21	2,90%
Metalmecanica	269	37,10%
Plastica e vetro	37	5,10%
Servizi	74	10,21%
Tessile	25	3,45%
Trasporti e logistica	7	0,97%
Altro	91	12,55%
Non rispondo	3	0,41%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Una analisi territoriale per provincia evidenzia come alcune province siano caratterizzate da alcuni comparti. In particolare, la metalmecanica caratterizza il territorio di Reggio Emilia, dove le prese del settore sono pari al 48,57% del campione locale; la metalmecanica è particolarmente rappresentata anche nell’area di Bologna, con il 41,42% delle aziende del campione; il settore alimentare è particolarmente rappresentato nelle province di Piacenza e Parma (rispettivamente 13,95% e 9,09% delle aziende del campione).

La domanda 3 riguarda il numero dei dipendenti, ed evidenzia come le aziende del campione siano in prevalenza nella classe tra 10 e 49 dipendenti, che assomma il 54,21% delle aziende del campione. Sono altresì presenti in modo significativo le aziende di minore dimensione, pari al 30,99% delle aziende. Sono in ogni caso presenti anche aziende di dimensione maggiore, di cui 77 nella classe tra 50 e 99 dipendenti (10,62% delle aziende), 28 nella classe tra 100 e 249 dipendenti (3,86% delle aziende), oltre ad 1 azienda nella classe tra 250 e 500 dipendenti.

**Tabella 7. Domanda 3. Numero Dipendenti**

Categoria	Numero	%
Da 0 a 9	224	30,90%
Da 10 a 49	393	54,21%
Da 50 a 99	77	10,62%
Da 100 a 249	28	3,86%
Da 250 a 500	1	0,14%
Non rispondo	2	0,28%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

La localizzazione delle aziende di dimensione maggiore è particolarmente accentuata nel territorio di Bologna (41 aziende tra 50 e 99 dipendenti, 20 aziende tra 100 e 249 dipendenti, 1 azienda tra 250 e 500 dipendenti, su 408 aziende) e nel territorio di Reggio Emilia (15 aziende tra 50 e 99 dipendenti, 2 aziende tra 100 e 249 dipendenti, su 70 aziende). Le aziende di dimensione minore sono maggiormente presenti nelle province di Piacenza (9 aziende tra 0 e 9 dipendenti, 28 aziende tra 10 e 49 dipendenti, su 43 aziende), Parma (41 aziende tra 0 e 9 dipendenti, 48 aziende tra 10 e 49 dipendenti, su 99 aziende) e Modena (45 aziende tra 0 e 9 dipendenti, 49 aziende tra 10 e 49 dipendenti, su 105 aziende). Per quanto riguarda invece la classe dimensionale per settori, le aziende di dimensione maggiore sono presenti nella metalmeccanica, dove si hanno 41 aziende tra 50 e 99 dipendenti e 11 aziende tra 100 e 249 dipendenti, su 269 aziende; anche le aziende commerciali sono di dimensione mediamente elevata, con 6 aziende tra 50 e 99 dipendenti, 1 azienda tra 100 e 249 dipendenti, 1 azienda tra 250 e 500 dipendenti, su 40 aziende. All'opposto abbiamo le aziende di servizi, dove la dimensione aziendale media è minore, avendosi con 33 aziende tra 0 e 9 dipendenti, 32 aziende tra 10 e 49 dipendenti, su 74 aziende.

La domanda 4 riguarda l'età media del soggetto intervistato, ed evidenzia come rispondano al questionario in maggioranza gli appartenenti alle classi centrali di età, rispettivamente 46,21% nella classe da 30 a 40 anni e 46,34% nella classe da 41 a 50 anni. Le altre classi anagrafiche sono scarsamente rappresentate, sia inferiori ai 30 anni che superiori ai 50 anni.

**Tabella 8. Domanda 4. Età media**

Categoria	Numero	%
da 20 a 29 anni	15	2,07%
da 30 a 40 anni	335	46,21%
da 41 a 50 anni	336	46,34%
oltre 50 anni	9	1,24%
Non rispondo	23	3,17%
Non so	7	0,97%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Per indagare la struttura anagrafica delle aziende del questionario si effettua ora una analisi comparata in tabella di contingenza (Tabella 9) della età anagrafica e del ruolo svolto in azienda; la tabella mette in comparazione, con totale percentuale per colonna, l'età anagrafica del soggetto intervistato classificato in colonna per ruolo svolto in azienda, secondo la domanda 1.

**Tabella 9. Tabella di contingenza domande 1 e 4**

Età anagrafica (domanda 4)	Territori							Totale
	T/S	AD DG	RA	UA	SE	CE	NS	
Da 20 a 29	3,37%	4,55%	0,37%	2,37%	0,00%	12,50%	0,00%	2,07%
Da 30 a 40	47,19%	36,36%	52,22%	41,23%	38,46%	25,00%	0,00%	46,21%
Da 41 a 50	42,13%	50,00%	43,70%	52,13%	53,85%	37,50%	100,00%	46,34%
Oltre 50	2,81%	4,55%	0,74%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,24%
Non rispondo	4,49%	4,55%	1,48%	2,84%	7,69%	25,00%	0,00%	3,17%
Non so	0,00%	0,00%	1,48%	1,42%	0,00%	0,00%	0,00%	0,97%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

TS: Titolare/Socio; AD/DG: Amministratore Delegato o Direttore Generale (non socio)  
 RA: Responsabile amministrativo o finanziario; UA: Ufficio amministrazione;  
 SE: Segreteria; CE: Consulente esterno; NS: Non so

L'analisi è finalizzata ad analizzare la eventuale maggiore concentrazione dei ruoli direttivi di vertice (T/S e AD/DG) nella classi anagrafiche relativamente avanzate; si evidenzia una situazione interessante per le aziende oggetto del questionario per cui tali ruoli organizzativi di vertice, pur presentando una certa frequenza nelle classi anagrafica superiori per età (comunque sotto al 5% per frequenza relativa) sono concentrate nella classi anagrafiche inferiori per età (da 30 a 50 anni). È quindi interessante notare come le aziende del campione non risentano, almeno per quanto emergente dai dati anagrafici, di una "sclerotizzazione del potere", ma abbiano aperto rilevanti ruoli di vertice nelle organizzazioni alle classi anagrafiche almeno relativamente giovani, dai 30 ai 50 anni.

La domanda 6 riguarda la ripartizione delle aziende del campione per classe di fatturato. Dall'analisi ci si attendeva una prevalenza di aziende piccole e medie, in linea con i dati caratterizzanti il tessuto economico regionale. Il dato è stato in parte confermato, avendosi che il 21,52% delle aziende sono classificate nella classe "fino ad 1,0 milioni di Euro" di fatturato annuo; è interessante tuttavia notare come anche aziende di dimensione relativamente maggiore sono presenti nel campione, ed infatti la classe dimensionale caratterizzata da maggiore frequenza è quella delle aziende con fatturato compreso tra 2,0 e 5,0 milioni di Euro, pari al 26,62% delle aziende del campione. Anche le aziende di dimensione media (fatturato tra 5,0 e 10,0 milioni di Euro, e

fatturato tra 10,0 e 25,0 milioni di Euro) sono rappresentate nella ricerca, e rappresentano complessivamente il 26,21%.

**Tabella 10. Domanda 6. Classe di fatturato**

Categoria	Numero	%
Fino a 1.000.000 di Euro (Classe 1)	156	21,52%
Da 1.000.000 a 2.000.000 di Euro (Classe 2)	125	17,24%
Da 2.000.000 a 5.000.000 di Euro (Classe 3)	193	26,62%
Da 5.000.000 a 10.000.000 di Euro (Classe 4)	114	15,72%
Da 10.000.000 a 25.000.000 di Euro (Classe 5)	76	10,48%
Da 25.000.000 a 50.000.000 di Euro (Classe 6)	27	3,72%
Da 50.000.000 a 250.000.000 di Euro (Classe 7)	10	1,38%
Oltre 250.000.000 di Euro (Classe 8)	4	0,55%
Non rispondo (Classe 9)	18	2,48%
Non so (Classe 10)	2	0,28%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Ai soli fini descrittivi, e in questo senza alcuna pretesa di esattezza scientifica, abbiamo voluto stimare il fatturato delle aziende incluse nel campione; a tale riguardo abbiamo considerato il valore centrale della classe di fatturato (ad es. € 500.000 per la classe 1, € 1.500.000 per la classe 2, e così via) e abbiamo moltiplicato tale valore centrale (che stima il fatturato medio annuo per le aziende della classe di fatturato) per la relativa numerosità di classe. Ad esempio, la classe 1, con fatturato stimato medio di € 500.000, composta da 156 aziende, genera un fatturato annuo stimato di € 78,0 milioni. Abbiamo proceduto nello stesso modo per tutte le classi, ad eccezione della ultima classe (fatturato maggiore di € 250,0 milioni) dove, prudenzialmente, il fatturato medio annuo per azienda è stato stimato pari al valore minimo di classe (appunto € 250,0 milioni). Si è pervenuti così ad una quantificazione di fatturato annuo delle aziende coinvolte nel questionario pari a 6,638 miliardi di Euro, pari ad un fatturato medio per azienda stimato in 9,156 milioni di Euro.

Per indagare la struttura anagrafica delle aziende del questionario si presenta una analisi comparata in tabella di contingenza (Tabella 11) della classe dimensionale per fatturato e della classe dimensionale per numero dei dipendenti. La tabella mette in comparazione, con totale percentuale per colonna, il numero dei dipendenti dell'azienda, espresso in colonna, e la classe dimensionale dell'azienda per fatturato, espressa in riga.



**Tabella 11. Tabella di contingenza domande 3 e 6**

Fatturato (domanda 6)	Dipendenti (domanda 3)						Totale
	Da 0 a 9	Da 10 a 49	Da 50 a 99	Da 100 a 249	Da 250 a 500	Non rispondo	
Classe 1	57,14%	6,87%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	21,52%
Classe 2	25,00%	17,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	17,24%
Classe 3	9,82%	43,26%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	26,62%
Classe 4	1,79%	19,34%	37,66%	10,71%	100,00%	50,00%	15,72%
Classe 5	0,45%	8,40%	40,26%	39,29%	0,00%	0,00%	10,48%
Classe 6	0,89%	1,02%	15,58%	32,14%	0,00%	0,00%	3,72%
Classe 7	0,45%	0,25%	3,90%	17,86%	0,00%	0,00%	1,38%
Classe 8	0,89%	0,51%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,55%
Classe 9	3,57%	2,54%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,48%
Classe 10	0,00%	0,25%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,28%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

L'analisi della Tabella 11 di contingenza evidenzia la relazione generale tra numero di dipendenti e classe dimensionale; sono tuttavia presenti aziende di grande dimensione (da 250 a 500 dipendenti) nella classe 4 per fatturato (da 5.000.000 a 10.000.000 di Euro) e, parimenti, sono presenti nella classe 8 per fatturato (oltre 250.000.000 di Euro) aziende di dimensione modesta per numero di dipendenti, appartenenti alla classe da 0 a 9 dipendenti ed alla classe da 10 a 49 dipendenti; possiamo notare che si tratta in grande parte di aziende operanti nel settore commerciale, per cui si può, pur solamente, ipotizzare, che l'elemento della produzione manifatturiera, e quindi dell'impiego di personale, assuma in queste aziende una importanza relativa nella generazione di fatturato.

### 2.3. RAPPORTO AZIENDA E CICLO ECONOMICO - CARATTERI QUALITATIVI E QUANTITATIVI AZIENDALI (DOMANDE 5 E 7)

Le domande 5 e 7 sono state inserite nel questionario per definire il rapporto esistente tra azienda e ciclo economico; a tale riguardo è stata posta una domanda qualitativa (domanda 5) che chiede di esprimere un giudizio sull'impatto della crisi sull'azienda. A questa domanda si accompagna una richiesta quantitativa (domanda 6) che richiede l'andamento del volume di affari 2012.

La domanda 5, come detto, riguarda l'impatto della crisi sulle aziende del campione; si consideri come questa domanda è di carattere "generale", cioè richiede una valutazione monodimensionale da parte del soggetto intervistato, che effettua in questo modo una propria valutazione a priori, soggettiva, su cosa debba intendersi per impatto della crisi (es. riduzione fatturato, riduzione degli utili, aumento indebitamento, difficoltà di pagamento e incasso etc.); tale valutazione viene poi canalizzata in una risposta sintetica (impatto alto, medio, basso etc.) che il ricercatore analizza "in

se", senza poter considerare quale sia la valutazione fatta dall'intervistato delle variabili espressive dell'impatto della crisi. Svoltata questa considerazione, che evidenzia come si sia reso necessario ridurre ad 1 sola la domanda sull'impatto della crisi, nel tentativo di "catturarne" la multidimensionalità, soggettivamente presente nel compilatore del questionario, si può comunque affermare come l'impatto della crisi, almeno dal punto di vista soggettivo, sia comunque elevato. È infatti prevalente la percezione che la crisi abbia avuto sull'azienda un impatto "alto", e tale classe è la prevalente per frequenza, quale classe modale, con il 48,97% delle frequenze relative. La percezione di un impatto medio conta il 38,90% delle frequenze, mentre solo il 10,34% delle aziende dichiarano un impatto "basso" o "nullo" della crisi.

**Tabella 12. Domanda 5. Impatto della crisi**

Categoria	Numero	%
Alto	355	48,97%
Medio	282	38,90%
Basso	65	8,97%
Nulla	10	1,38%
Non rispondo	10	1,38%
Non so	3	0,41%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Se si intende verificare, con una variabile di controllo oggettiva, l'impatto della crisi sulle aziende, è possibile effettuare tale verifica, pur indiretta, analizzando l'andamento del fatturato aziendale nel corso dell'ultimo anno. A questo proposito è stata avanzata la domanda 7, finalizzata ad esprimere l'andamento del fatturato, nell'ipotesi che tale variabile possa essere espressiva (tra le altre) dell'effetto della crisi sulle aziende; l'andamento del fatturato è stato scelto trattandosi di un dato oggettivo, in genere ben noto anche al personale operativo, e peraltro non reso riservato da temi di privacy dei dati (come, ad esempio, l'andamento dell'utile).

**Tabella 13. Domanda 7. Andamento del fatturato**

Categoria	Numero	%
In aumento	169	23,31%
Stabile	187	25,79%
In diminuzione	357	49,24%
Non rispondo	11	1,52%
Non so	1	0,14%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

L'andamento del fatturato delle aziende del campione conferma, in larga massima, quanto emerso dall'analisi dell'impatto (percepito) della crisi. infatti, il 49,24% delle aziende ha avuto un

calo di fatturato (48,97% delle aziende hanno registrato un “alto” impatto della crisi); il 25,79% delle aziende hanno fatto segnare un fatturato stabile, mentre il 23,31% un fatturato in aumento.

**Tabella 14. Tabella di contingenza domande 5 e 7**

Impatto crisi (domanda 5)	Andamento fatturato (domanda 7)					Totale
	In aumento	Stabile	In diminuzione	Non rispondo	Non so	
Alto	24,26%	38,50%	66,95%	18,18%	100,00%	48,97%
Medio	50,30%	45,99%	29,69%	45,45%	0,00%	38,90%
Basso	20,12%	11,76%	2,52%	0,00%	0,00%	8,97%
Nulla	2,96%	2,14%	0,00%	9,09%	0,00%	1,38%
Non rispondo	1,78%	1,07%	0,84%	18,18%	0,00%	1,38%
Non so	0,59%	0,53%	0,00%	9,09%	0,00%	0,41%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

L’analisi della Tabella 14 di contingenza evidenzia che le imprese caratterizzate da fatturato in aumento dichiarano di risentire (come è plausibile, ma non ovvio) della crisi; infatti, il 20,12% delle imprese con fatturato “in aumento” ha risentito in modo “basso” della crisi, e il 50,30% delle imprese con fatturato “in aumento” ha risentito in modo “medio” della crisi; è da notare tuttavia come il 24,26% delle imprese con fatturato “in aumento” ha risentito in modo “alto” della crisi e non è quindi chiaro se queste aziende, pur in presenza di aumenti di fatturato hanno risentito di altre difficoltà gestionali (riduzione dei margini, dell’utile etc) o finanziarie (difficoltà di accesso al credito, difficoltà di incasso etc.) oppure possa trattarsi di una valutazione soggettiva da parte del compilatore del questionario, che si fonda su elementi di valutazione soggettivi / emozionali non suffragati (o non sintetizzabili) in dati quantitativi / oggettivi. All’opposto le aziende con fatturato in diminuzione hanno dichiarato, quasi nella integralità, di aver “sofferto” la crisi, il 66,95% in modo “alto”, ed il 29,69% in modo “medio”. Sul punto infatti, delle 355 aziende che hanno dichiarato un impatto “alto” della crisi, ben 239 sono aziende in calo di fatturato, e 72 sono aziende con fatturato stabile (solo 41 le aziende con fatturato in aumento).

Per analizzare la relazione che esiste tra caratteri aziendali e effetto della crisi sono state calcolate le tabelle di contingenza che evidenziano la relazione tra, appunto, diversi caratteri aziendali, e l’impatto della crisi. La prima tabella 15 indica la relazione tra attività prevalente (domanda 2) e impatto della crisi (domanda 5). In alcuni settori (edilizia, trasporti e logistica, legno e carta) la maggioranza delle aziende dichiara un elevato impatto delle crisi; solo alcuni settori (informatica, alimentare, immobiliare, plastica e vetro) evidenziano un impatto “alto” della crisi in solo 1/3 delle imprese circa.

**Tabella 15. Tabella di contingenza domande 5 e 2**

Attività prevalente (domanda 2)						
Impatto crisi (domanda 5)	Alimentare	Altro	Chimica e farmaceutica	Commercio	Edilizia	Immobiliare
Alto	32,50%	49,45%	47,83%	50,00%	83,33%	35,71%
Medio	50,00%	40,66%	39,13%	37,50%	15,00%	35,71%
Basso	15,00%	8,79%	13,04%	7,50%	1,67%	14,29%
Nulla	0,00%	1,10%	0,00%	5,00%	0,00%	7,14%
Non rispondo	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,14%
Non so	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

  

Attività prevalente (domanda 2)						
Impatto crisi (domanda 5)	Informatica	Legno e carta	Metal-meccanica	Non rispondo	Plastica e vetro	Servizi
Alto	28,57%	66,67%	45,72%	33,33%	37,84%	44,59%
Medio	47,62%	19,05%	41,26%	66,67%	45,95%	45,95%
Basso	19,05%	0,00%	8,92%	0,00%	10,81%	9,46%
Nulla	0,00%	4,76%	1,49%	0,00%	2,70%	0,00%
Non rispondo	4,76%	4,76%	1,86%	0,00%	2,70%	0,00%
Non so	0,00%	4,76%	0,74%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

  

Attività prevalente (domanda 2)			
Impatto crisi (domanda 5)	Tessile	Trasporti e logistica	Totale complessivo
Alto	60,00%	71,43%	48,97%
Medio	28,00%	28,57%	38,90%
Basso	12,00%	0,00%	8,97%
Nulla	0,00%	0,00%	1,38%
Non rispondo	0,00%	0,00%	1,38%
Non so	0,00%	0,00%	0,41%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Nella Tabella 16 sono calcolati gli indici di associazione tra variabili qualitative delle domande 2 e 5; gli indici (Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza) evidenziano una elevata associazione tra settore e incidenza della crisi, con una significatività statistica del 2,5% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 97,5%); questo risultato conferma i dati della tabella di contingenza 15, evidenziando come sia statisticamente significativa la maggiore incidenza della crisi in alcuni settore e comparti di attività.

**Tabella 16. Analisi associazione variabili domande 2 e 5**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	89,110 <sup>a</sup>	65	,025
Rapporto di verosimiglianza	89,436	65	,024
N. di casi validi	725		

a. 56 celle (66,7%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,01

Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,351	,025
	V di Cramer	,157	,025
	Coefficiente di contingenza	,331	,025
N. di casi validi		725	

L'analisi della relazione che esiste tra caratteri aziendali e effetto della crisi considera poi la tabella di contingenza che evidenzia la relazione tra numero di dipendenti (domanda 3) e impatto della crisi (domanda 5). Le imprese di minore dimensione (da 0 a 9 dipendenti) presentano la maggiore frequenza di impatto della crisi "alto", pari al 55,80%; all'aumentare della classe dimensionale si assiste ad una pur lieve riduzione della frequenza della classe "alto" di incidenza della crisi sulle aziende, pur con un aumento dell'incidenza "media" della crisi. L'incidenza "bassa" o "nulla" permangono comunque modesta, raggiungendo un massimo del 10% circa nelle classi dimensionali maggiori (sopra i 50 dipendenti).

**Tabella 17. Tabella di contingenza domande 5 e 3**

Impatto crisi (domanda 5)	Numero dipendenti (domanda 3)						Totale complessivo
	Da 0 a 9	Da 10 a 49	Da 50 a 99	Da 100 a 249	Da 250 a 500	Non rispondo	
Alto	55,80%	48,09%	38,96%	39,29%	0,00%	0,00%	48,97%
Medio	33,93%	39,19%	46,75%	50,00%	100,00%	50,00%	38,90%
Basso	6,70%	9,41%	11,69%	10,71%	0,00%	50,00%	8,97%
Nulla	0,89%	1,78%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	1,38%
Non rispondo	2,23%	1,02%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	1,38%
Non so	0,45%	0,51%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,41%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Nella Tabella 17 sono calcolati gli indici di associazione tra variabili qualitative delle domande 5 e 3; gli indici (Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza) non evidenziano una associazione tra numero dipendenti e incidenza della crisi; si ha infatti una significatività statistica del 74,2% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 27,5%); questo risultato evidenzia come non si possa affermare che esiste una relazione statisticamente significativa tra i dati della Tabella 17

di contingenza, per cui si possa affermare che in alcune classi dimensionali, di minore dimensione (per numero di addetti) sia statisticamente significativa la maggiore incidenza della crisi.

**Tabella 18. Analisi associazione variabili domande 3 e 5**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	20,094 <sup>a</sup>	25	,742
Rapporto di verosimiglianza	30,598	25	,715
N. di casi validi	725		

a. 23 celle (63,9%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,00

Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,166	,742
	V di Cramer	,074	,742
	Coefficiente di contingenza	,164	,742
N. di casi validi		725	

L'analisi della relazione che esiste tra caratteri aziendali e effetto della crisi considera, relativamente all'analisi per classe dimensionale, anche la tabelle di contingenza che evidenzia la relazione tra classe di fatturato (domanda 6) e impatto della crisi (domanda 5). Le imprese di minore dimensione (nelle classi sino a 5,0 milioni di € di fatturato) presentano la maggiore frequenza di impatto della crisi "alto", con percentuali sino al 50% circa. Nella classi dimensionali superiori appare minore la frequenza di "alto" impatto della crisi, pur con un aumento dell'incidenza di "medio" impatto della crisi. La frequenza di "basso" o "nullo" impatto della crisi permane comunque modesta (sino al 15% circa) sostanzialmente in tutte le classi dimensionali.

Nella Tabella 20 sono calcolati gli indici di associazione tra variabili qualitative delle domande 5 e 6; gli indici (Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza) evidenziano in questo caso una associazione tra classe dimensionale, per fatturato, e incidenza della crisi; si ha infatti una significatività statistica dello 0,1% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 99,9%); questo risultato evidenzia come si possa affermare che esiste una relazione statisticamente significativa tra i dati della Tabella 20 di contingenza, per cui si ha che in alcune classi dimensionali, di minore dimensione (per fatturato) sia statisticamente significativa la maggiore incidenza della crisi.

**Tabella 19. Tabella di contingenza domande 5 e 6**

Classe fatturato (domanda 6)						
Impatto crisi (domanda 5)	Sino 1,0 mil. €	Da 1,0 a 2,0 mil. €	Da 2,0 a 5,0 mil. €	Da 5,0 a 10,0 mil. €	Da 10,0 a 25,0 mil. €	Da 25,0 a 50,0 mil. €
Alto	62,18%	55,20%	47,15%	35,09%	43,42%	29,63%
Medio	26,28%	38,40%	40,93%	50,88%	46,05%	40,74%
Basso	8,97%	5,60%	8,81%	11,40%	7,89%	14,81%
Nulla	0,64%	0,80%	0,52%	1,75%	1,32%	11,11%
Non rispondo	1,28%	0,00%	2,07%	0,88%	1,32%	3,70%
Non so	0,64%	0,00%	0,52%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

  

Classe fatturato (domanda 6)					
Impatto crisi (domanda 5)	Da 50,0 a 250,0 mil. €	Oltre 250,0 mil. €	Non rispondo	Non so	Totale complessivo
Alto	40,00%	50,00%	50,00%	100,00%	48,97%
Medio	30,00%	50,00%	27,78%	0,00%	38,90%
Basso	30,00%	0,00%	5,56%	0,00%	8,97%
Nulla	0,00%	0,00%	5,56%	0,00%	1,38%
Non rispondo	0,00%	0,00%	5,56%	0,00%	1,38%
Non so	0,00%	0,00%	5,56%	0,00%	0,41%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

**Tabella 20. Analisi associazione variabili domande 3 e 6**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	80,134 <sup>a</sup>	45	,001
Rapporto di verosimiglianza	62,542	45	,043
N. di casi validi	725		

a. 41 celle (68,3%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,01

Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,332	,001
	V di Cramer	,149	,001
	Coefficiente di contingenza	,315	,001
N. di casi validi		725	

## 2.4. RAPPORTO AZIENDA E BANCHE - CARATTERI QUALITATIVI E QUANTITATIVI AZIENDALI (DOMANDE 8, 9 E 10)

Il centro dell'indagine sull'accesso al credito riguarda il rapporto tra aziende e sistema bancario; tale rapporto è stato, nel corso degli ultimi anni, reso complesso da una serie di elementi. In primo luogo, le difficoltà delle aziende, per effetto della riduzione della domanda, che si è riverberata sulla riduzione del fatturato e degli utili, hanno reso più rischioso l'accesso al credito. All'opposto, le

difficoltà stesse del sistema bancario, sovente esso stesso caratterizzato da difficoltà che hanno reso difficile l'erogazione del credito, hanno sfavorito il rapporto tra azienda e banca. Tale situazione non ha interessato né tutte le aziende, né tutte le banche, e quindi è di interesse analizzare quanto sia diffusa la difficoltà di relazione tra aziende e banche, e se sia possibile individuare profili di aziende che sfuggono a tale complessità di rapporto e, anzi, siano state in grado, pur in una situazione economica generale di criticità, di instaurare un rapporto positivo, e quindi virtuoso, con il sistema del credito regionale.

Per tale obiettivo sono state poste nel questionario 3 domande specifiche, numerata dalla 8 alla 10, e relative al rapporto tra azienda e sistema del credito; queste domande rappresentano le prime domande relative all'oggetto principale del questionario.

La domanda 8 pone al compilatore una richiesta semplice, ma determinante: si richiede quale sia stato l'andamento del credito erogato dalle banche all'azienda. Lo stato del rapporto azienda / banca, nella relazione quantitativa di erogazione del credito, appare stabile, la maggioranza delle aziende (53,52%). Questo evidenzia come, pur in una situazione percepita dalla maggioranza delle aziende come "critica", il credito sia rimasto, almeno per la maggioranza delle imprese stabile. È tuttavia necessario notare come la seconda risposta, per frequenza relativa, sia quella che assegna al credito erogato dalla banche una "diminuzione", e tale frequenza relativa è pari al 32,28% delle aziende intervistate, mentre solo il 10,62% delle aziende hanno riscontrato un aumento del credito concesso dal sistema bancario.

**Tabella 21. Domanda 8. Andamento del credito**

Categoria	Numero	%
In aumento	77	10,62%
Stabile	388	53,52%
In diminuzione	234	32,28%
Non rispondo	20	2,76%
Non so	6	0,83%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Possiamo quindi preliminarmente rilevare come circa i 2/3 delle aziende del campione hanno goduto di una erogazione creditizia almeno stabile, o in aumento, mentre circa 1/3 delle aziende del campione risentono di una riduzione del credito erogato.

La domanda 9 richiede una valutazione qualitativa del rapporto tra azienda e banca; si hanno 3 gradi di giudizio "positivo" (ottimo, soddisfacente e sufficiente) e 2 gradi di giudizio "non positivo" (insufficiente e pessimo). La maggioranza delle aziende risponde che il rapporto è positivo, prevalendo le risposte di rapporto "soddisfacente" (37,38% delle aziende) e sufficiente (36,69%); la



somma dei 3 gradi di rapporto “positivo” è pari al 78,76% delle aziende intervistate, mentre il 19,86% delle imprese definisce “non positivo” il rapporto con la banca, collocandosi per il 14,07% nella classe “insufficiente” e per il 5,79% nella classe “pessimo”.

**Tabella 22. Domanda 9. Rapporto azienda banca**

Categoria	Numero	%
Ottimo	34	4,69%
Soddisfacente	271	37,38%
Sufficiente	266	36,69%
Insufficiente	102	14,07%
Pessimo	42	5,79%
Non rispondo	8	1,10%
Non so	2	0,28%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

L’esito della domanda 9 evidenzia come le imprese del campione godano di un rapporto positivo con le banche del territorio, in questo confermando la valutazione espressa nella domanda 8.

L’analisi della Tabella 23 di contingenza, sviluppata per le domande 8 e 9 (con domande 8 in riga e domande 9 in colonna) permette di indagare la relazione esistente tra andamento del credito e rapporto banca / azienda. Tale analisi cerca di evidenziare, ad esempio, se esiste una relazione tra l’andamento del credito e la qualificazione del rapporto banca / azienda. Emerge che le imprese caratterizzate da rapporto positivo con la banca (“ottimo” oppure “soddisfacente”, ma anche “sufficiente”) hanno di preferenza una relazione di credito giudicata “stabile” (in maggioranza), oppure “in aumento” (questo in particolare per le aziende con “ottimo” rapporto bancario). Di contro, le imprese con rapporto bancario “non positivo”, sia questo insufficiente, oppure pessimo, lamentano in maggioranza (67,65% per le imprese con rapporto “insufficiente” e 85,71% per le imprese con rapporto “pessimo”) una riduzione del credito bancario.

**Tabella 23. Tabella di contingenza domande 8 e 9**

Rapporto azienda banca (domanda 9)								
Andamento credito (domanda 8)	Ottimo	Soddis.te	Suff.te	Insuff.te	Pessimo	Non rispondo	Non so	Totale
In aumento	23,53%	15,87%	8,65%	2,94%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Stabile	67,65%	65,68%	58,27%	24,51%	11,90%	12,50%	50,00%	53,52%
In diminuzione	8,82%	14,39%	30,83%	67,65%	85,71%	50,00%	50,00%	32,28%
Non rispondo	0,00%	2,95%	2,26%	3,92%	0,00%	25,00%	0,00%	2,76%
Non so	0,00%	1,11%	0,00%	0,98%	2,38%	12,50%	0,00%	0,83%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Il dato della tabella di contingenza 23 evidenzia come sia arduo individuare un nesso di causalità di tale relazione eventuale; infatti, è possibile che l'intervistato giudichi negativamente il rapporto con la banca proprio perché ha patito una riduzione di credito, ma è parimenti possibile che la riduzione del credito derivi da un rapporto negativo banca / azienda (rapporto che quindi è negativo non tanto perché la banca ha ridotto il credito, ma per effetto di altre variabili - quali perdite, riduzione del fatturato, crisi di settore - che, a loro volta, hanno determinato il deterioramento del rapporto con la banca che è alla base della riduzione del credito). Non è quindi possibile, almeno in questa fase dell'analisi, evidenziare nessi causali, ma è pur possibile evidenziare relazioni eventuali emergenti nella tabella di contingenza.

Relativamente alla riduzione drastica e repentina del credito (c.d. "credit crunch") di cui alla domanda 10, il 57,93% delle aziende lamenta di aver patito il credit crunch, mentre il 26,07% non sa, e il 9,38% non risponde.

**Tabella 24. Domanda 10. Credit crunch**

Categoria	Numero	%
Si	420	57,93%
No	48	6,62%
Non rispondo	68	9,38%
Non so	189	26,07%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

L'analisi della Tabella 25 di contingenza, sviluppata per le domande 8 e 10 (con domande 8 in riga e domande 10 in colonna) permette di indagare la relazione esistente tra andamento del credito e (percezione e / o idea) del credit crunch. La tabella assume interesse in quanto emerge come il 64,69% delle imprese, pur denunciando credito "in aumento", affermano di aver subito "credit crunch", percentuale sostanzialmente analoga (62,82%) a quella delle imprese che, con credito "in diminuzione" affermano (correttamente, in questo caso) di aver subito "credit crunch".

**Tabella 25. Tabella di contingenza domande 8 e 10**

Credit crunch (domanda 10)	Andamento credito (domanda 8)					Totale
	In aumento	Stabile	In diminuzione	Non rispondo	Non so	
Si	64,94%	55,41%	62,82%	35,00%	16,67%	16,67%
No	2,60%	6,96%	7,69%	5,00%	0,00%	0,00%
Non rispondo	6,49%	9,54%	8,12%	30,00%	16,67%	16,67%
Non so	25,97%	28,09%	21,37%	30,00%	66,67%	66,67%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

L'analisi della tabella di contingenza pone quindi nel ricercatore il dubbio che la domanda (o più probabilmente la terminologia "credit crunch") non sia stata intesa da una parte degli intervistati.

I dati raccolti tramite questionari permettono di analizzare la relazione che esiste tra caratteri aziendali e rapporti tra banca ed aziende. In particolare sono state calcolate le relazioni esistenti tra caratteri qualitativi aziendali (settore e classe dimensionale per numero addetti e fatturato) e rapporto banca impresa (in termini di andamento della quantità di credito e qualità generale del rapporto con la Banca). Per indagare queste relazioni sono state calcolate le relative tabelle di contingenza e calcolati gli indici di associazione.

La Tabella di contingenza 26 espone il rapporto tra andamento del credito (domanda 8) e attività prevalente (domanda 2); obiettivo della domanda è analizzare se siano presenti relazioni tra andamento del credito, in aumento o in diminuzione, e settore di appartenenza delle aziende. Una analisi preliminare qualitativa evidenzia, sui dati della tabella, che i comparti dell'edilizia e del legno e carta sono stati maggiormente interessati da riduzioni di credito. Altri settori, tra cui chimica e farmaceutica, informatica e servizi presentano le migliori performance nell'andamento del credito.

**Tabella 26. Tabella di contingenza domande 8 e 2**

Attività prevalente (domanda 2)						
Andamento credito (domanda 8)	Alimentare	Altro	Chimica e farmaceutica	Commercio	Edilizia	Immobiliare
In aumento	15,00%	6,59%	13,04%	10,00%	6,67%	14,29%
Stabile	55,00%	56,04%	73,91%	55,00%	30,00%	35,71%
In diminuzione	27,50%	31,87%	13,04%	30,00%	63,33%	42,86%
Non rispondo	0,00%	3,30%	0,00%	2,50%	0,00%	7,14%
Non so	2,50%	2,20%	0,00%	2,50%	0,00%	0,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
Attività prevalente (domanda 2)						
Andamento credito (domanda 8)	Informatica	Legno e carta	Metal-meccanica	Non rispondo	Plastica e vetro	Servizi
In aumento	14,29%	4,76%	11,90%	8,11%	10,81%	14,29%
Stabile	57,14%	33,33%	55,39%	64,86%	56,76%	57,14%
In diminuzione	19,05%	57,14%	28,62%	27,03%	31,08%	19,05%
Non rispondo	9,52%	4,76%	3,35%	0,00%	1,35%	9,52%
Non so	0,00%	0,00%	0,74%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
Attività prevalente (domanda 2)						
Andamento credito (domanda 8)	Tessile	Trasporti e logistica	Totale complessivo			
In aumento	60,00%	71,43%	48,97%			
Stabile	28,00%	28,57%	38,90%			
In diminuzione	12,00%	0,00%	8,97%			
Non rispondo	0,00%	0,00%	1,38%			
Non so	0,00%	0,00%	1,38%			
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Nella Tabella 27 sono calcolati gli indici di associazione tra variabili qualitative delle domande 8 e 2; sono stati nuovamente calcolati gli indici (Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza) che evidenziano una elevata associazione tra settore e andamento del credito, con una significatività statistica del 4,5% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 95,5%). Il settore di appartenenza delle aziende si conferma quindi una variabile statisticamente significativa in relazione all'andamento del credito, evidenziando come l'appartenenza ad alcuni settori, colpiti in misura particolare dall'andamento negativo del ciclo economico (ad esempio edilizia) è in associazione con una diminuzione dell'accesso al credito o, perlomeno, con una diminuzione maggiore rispetto a quanto fatto registrare da altri settori e comparti

**Tabella 27. Analisi associazione variabili domande 8 e 2**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	70,518 <sup>a</sup>	52	,045
Rapporto di verosimiglianza	71,529	52	,037
N. di casi validi	725		
a. 42 celle (60,0%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,02.			
Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,312	,045
	V di Cramer	,156	,045
	Coefficiente di contingenza	,298	,045
N. di casi validi		725	

L'analisi della relazione che esiste tra caratteri aziendali e effetto della crisi considera poi la tabelle di contingenza che evidenzia la relazione tra numero di dipendenti (domanda 3) e andamento del credito (domanda 8). Le imprese di minore dimensione (sino a 99 dipendenti) presentano la maggiore frequenza di riduzione del credito, e minori frequenze di aumento del credito. Sono solo le imprese di maggiore dimensione, superiori a 99 dipendenti, a registrare percentuali di aumento del credito superiori a percentuali di riduzione del credito. Le imprese maggiori, oltre i 249 dipendenti, presentano invece una stabilità del credito acquisito. Tali relazioni non sono tuttavia statisticamente significative, come dimostrato dal calcolo degli indici di associazione.

**Tabella 28. Tabella di contingenza domande 8 e 3**

Andamento credito (domanda 8)	Numero dipendenti (domanda 3)						Totale complessivo
	Da 0 a 9	Da 10 a 49	Da 50 a 99	Da 100 a 249	Da 250 a 500	Non rispondo	
In aumento	7,14%	12,21%	7,79%	25,00%	0,00%	0,00%	10,62%
Stabile	54,91%	52,67%	51,95%	53,57%	100,00%	100,00%	53,52%
In diminuzione	32,14%	32,06%	38,96%	21,43%	0,00%	0,00%	32,28%
Non rispondo	4,46%	2,29%	1,30%	0,00%	0,00%	0,00%	2,76%
Non so	1,34%	0,76%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,83%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Nella Tabella 29 sono calcolati gli indici di associazione tra variabili qualitative delle domande 8 e 3; gli indici (Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza) non evidenziano una associazione tra numero dipendenti e incidenza della crisi con significatività statistica del 45,6% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 54,4%); questo risultato evidenzia come non si possa affermare che esiste una relazione statisticamente significativa tra i dati della tabella di contingenza 29, per cui si possa affermare che in alcune classi dimensionali, di minore dimensione (per numero di addetti), vi sia maggiore incidenza della crisi.

**Tabella 29. Analisi associazione variabili domande 8 e 3**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	20,030	20	,0456
Rapporto di verosimiglianza	21,399	20	,0374
N. di casi validi	725		
a. 17 celle (56,7%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,01.			
Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,166	,0456
	V di Cramer	,083	,0456
	Coefficiente di contingenza	,164	,0456
N. di casi validi		725	

L'analisi della relazione che esiste tra caratteri aziendali e effetto della crisi considera, relativamente all'analisi per classe dimensionale, anche la tabella di contingenza che evidenzia la relazione tra classe di fatturato (domanda 6) e andamento del credito (domanda 8). Le imprese di minore dimensione (nelle classi sino a 5,0 milioni di € di fatturato) presentano la maggiore frequenza di riduzione del credito, con percentuale sino del 37,82%. Nella classi dimensionali superiori appare minore la frequenza diminuzione del credito, pur con un aumento dell'incidenza

alla stabilità del credito concesso. La frequenza di aumento del credito permane comunque modesta (sino al 20% circa), in lieve crescita all'aumentare della classe dimensionale.

**Tabella 30. Tabella di contingenza domande 8 e 6**

Classe fatturato (domanda 6)						
Andamento credito (domanda 8)	Sino 1,0 mil. €	Da 1,0 a 2,0 mil. €	Da 2,0 a 5,0 mil. €	Da 5,0 a 10,0 mil. €	Da 10,0 a 25,0 mil. €	Da 25,0 a 50,0 mil. €
In aumento	7,05%	10,40%	12,44%	9,65%	13,16%	18,52%
Stabile	51,28%	51,20%	57,51%	60,53%	51,32%	55,56%
In diminuzione	37,82%	32,80%	27,98%	27,19%	35,53%	22,22%
Non rispondo	3,21%	4,00%	1,55%	2,63%	0,00%	3,70%
Non so	0,64%	1,60%	0,52%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

  

Classe fatturato (domanda 6)					
Impatto crisi (domanda 5)	Da 50,0 a 250,0 mil. €	Oltre 250,0 mil. €	Non rispondo	Non so	Totale complessivo
In aumento	20,00%	25,00%	0,00%	0,00%	10,62%
Stabile	40,00%	25,00%	27,78%	0,00%	53,52%
In diminuzione	40,00%	50,00%	44,44%	100,00%	32,28%
Non rispondo	0,00%	0,00%	16,67%	0,00%	2,76%
Non so	0,00%	0,00%	11,11%	0,00%	0,83%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Nella Tabella 31 sono calcolati gli indici di associazione tra variabili qualitative delle domande 8 e 6; gli indici (Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza) evidenziano in questo caso una associazione tra classe dimensionale, per fatturato, e concessione del credito, con significatività elevata; si ha infatti una significatività statistica dello 0,1% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 99,9%) della associazione tra classe dimensionale e andamento del credito; questo risultato evidenzia come si possa affermare che esiste una relazione statisticamente significativa tra i dati della tabella di contingenza, per cui si ha che in alcune classi dimensionali, di minore dimensione (per fatturato) sia statisticamente significativa la maggiore riduzione del credito.

**Tabella 31. Analisi associazione variabili domande 8 e 6**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	66,663	36	,001
Rapporto di verosimiglianza	50,143	36	,059
N. di casi validi	725		

a. 29 celle (58,0%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,02.

Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,303	,001
	V di Cramer	,152	,001
	Coefficiente di contingenza	,290	,001
N. di casi validi		725	

## 2.5. ANALISI DEGLI INVESTIMENTI (DOMANDE DALLA 12 ALLA 17)

Le domanda del questionario dalla 12 alla 17 analizzando l'andamento degli investimenti effettuati dalle imprese, le intenzioni di investimento e l'atteggiamento di capitalizzazione delle aziende del campione.

Questa sezione ha un interesse particolare in quanto analizza due tra le variabili di maggiore rilievo dell'attività aziendale, e cioè gli investimenti e l'apporto di capitale di rischio; entrambe le variabili hanno importanza in se, e nella relazione tra banca ed azienda. In primo luogo infatti gli investimenti hanno un ruolo in quanto rappresentano uno dei "motori" di attivazione del sistema economico. Allo stesso modo gli investimenti in capitale di rischio sono un elemento importante delle scelte imprenditoriali, in quanto rappresentano un vincolo stabile di capitale dei soci a favore del finanziamento dell'attività di impresa, anche per finanziare gli investimenti in beni durevoli. Sia gli investimenti sia gli apporti di capitali di rischio sono influenzati dalle aspettative degli imprenditori sui redditi futuri derivanti dalla gestione d'impresa; solo infatti in una situazione in cui il soggetto imprenditoriale intende sviluppare nel lungo periodo l'attività d'impresa, per scelte personali soggettive, o per aspettative di reddito o capital gain, risulta razionalmente motivato l'investimento e / o la capitalizzazione dell'azienda. Conoscere quindi le intenzioni di investimento e capitalizzazione delle aziende permette di individuare alcune delle determinanti fondamentali dello sviluppo di un sistema economico. Tale conoscenza è importante anche per la relazione che esiste tra azienda e banca; infatti, le aziende hanno nelle banche uno dei principali, o persino il principale, finanziatore degli investimenti strutturali, per effetto della concessione del credito a medio / lungo termine, garantito con garanzie reali, di firma, oppure non garantito. Proprio in tali forme di garanzia assumono un ruolo fondamentale i Consorzi Fidi, per l'attività di concessione di garanzie a favore della banche, di cui garantiscono il credito erogato a favore delle aziende del territorio. Anche le intenzioni di capitalizzazione da parte dei soci hanno un rilievo notevolissimo nella relazione tra azienda e banca; infatti il capitale di rischio è il principale presidio di garanzia del capitale di finanziamento e, ove tale presidio risulti, o sia giudicato, adeguato, risulta parimenti favorito l'accesso al credito delle imprese, proprio per effetto del miglioramento equilibrio patrimoniale strutturale. Conoscere quindi le capitalizzazioni effettuate, o le intenzioni di capitalizzazione, oltre a dare informazioni sulla volontà degli imprenditori di investire il proprio capitale personale nel futuro delle imprese del territorio, permette anche di valutare la solidità patrimoniale delle aziende stesse che, proprio per effetto di tale solidità strutturale, potranno con maggiore probabilità (questo a parità di altre condizioni) avere accesso al credito bancario.

Avviando l'analisi dall'entità degli investimenti effettuati dalle aziende, emerge una relativa vitalità del tessuto economico regionale, per come emergente dall'analisi del campione; la

maggioranza delle aziende ha infatti effettuato investimenti; la classe caratterizzata dalla maggiore frequenza è quella degli investimenti compresi tra 100.000 e 500.000 Euro (29,38% delle aziende del campione); complessivamente sono 80,14% delle aziende del campione quelle che hanno effettuato investimenti, mentre solo il 15,86% delle aziende non ha effettuato investimenti.

**Tabella 32. Domanda 12. Entità investimenti**

Categoria	Numero	%
Zero	115	15,86%
Fino a 100.000 euro	201	27,72%
Da 100.000 a 500.000 euro	213	29,38%
Oltre 500.000 euro	167	23,03%
Non rispondo	20	2,76%
Non so	9	1,24%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

La tabella di contingenza 33 evidenzia la relazione tra entità degli investimenti (domanda 12) e andamento del credito (domanda 8); le imprese che hanno effettuato investimenti sono state sostenute da un aumento del credito nella maggioranza dei casi. Le imprese con credito in diminuzione non hanno effettuato per il 40% investimenti, mentre le imprese con investimenti superiori a 500 mila € hanno avuto nel 14,97% dei casi un aumento del credito concesso. Pare in ogni caso che l'aumento del credito concesso sia in misura molto modesta rispetto agli investimenti effettuati per frequenza di numero di aziende.

**Tabella 33. Tabella di contingenza domande 12 e 8**

Andamento credito (domanda 8)	Entità investimenti (domanda 12)						Totale complessivo
	Zero	Fino a 100.000 euro	Da 100.000 a 500.000 euro	Oltre 500.000 euro	Non rispondo	Non so	
In aumento	6,09%	8,46%	11,74%	14,97%	5,00%	22,22%	10,62%
Stabile	47,83%	56,72%	56,34%	54,49%	30,00%	22,22%	53,52%
Diminuzione	40,00%	32,34%	28,64%	28,14%	50,00%	55,56%	32,28%
Non rispondo	5,22%	1,99%	2,35%	1,80%	10,00%	0,00%	2,76%
Non so	0,87%	0,50%	0,94%	0,60%	5,00%	0,00%	0,83%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Anche per la tabella 34 sono calcolati gli indici di associazione tra variabili qualitative delle domande 12 e 8. Tale analisi ha la finalità di individuare l'associazione tra entità degli investimenti effettuati e andamento del credito concesso. Infatti, il credito concesso è essenziale per l'effettuazione degli investimenti e la presenza di un aumento del credito concesso favorisce l'effettuazione degli investimenti che, in alternativa, possono essere finanziati solo con



l'autofinanziamento accantonato o con l'immissione di nuovo capitale di rischi. Al fine dell'analisi della associazione sono stati calcolati gli indici Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza; gli indici evidenziano in questo caso una associazione statisticamente significativa tra andamento del credito concesso e investimenti effettuati; si ha infatti una significatività statistica dello 3,4% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 96,4%) della associazione tra investimenti effettuati e andamento del credito. Si conferma quindi l'importanza di propulsione del credito concesso alle aziende per effettuare investimenti, evidenziando dal fatto che le imprese che hanno ricevuto credito sono associate ad una maggiore frequenza della effettuazione degli investimenti.

**Tabella 34. Analisi associazione variabili domande 12 e 8**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	32,930	20	,034
Rapporto di verosimiglianza	29,334	20	,081
N. di casi validi	725		
a. 14 celle (46,7%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,07			
Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,213	,034
	V di Cramer	,107	,034
	Coefficiente di contingenza	,208	,034
N. di casi validi		725	

Relativamente alle intenzioni di investimento (domanda 14) prevale una maggiore prudenza (o incertezza); infatti, il 26,90% delle aziende non sanno se effettueranno investimenti nel prossimo triennio; solo il 52,97% delle aziende ha intenzione di effettuare investimenti nel prossimo triennio (rispetto all'80,14% di azienda che ha effettuato in passato investimenti).

**Tabella 35. Domanda 14. Entità investimenti prossimo triennio**

Categoria	Numero	%
Zero	104	14,34%
Fino a 100.000 euro	144	19,86%
Da 100.000 a 500.000 euro	137	18,90%
Oltre 500.000 euro	103	14,21%
Non rispondo	42	5,79%
Non so	195	26,90%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Sono stati calcolati gli indici di associazione anche relativamente alla domanda 8 (andamento del credito concesso) e alla domanda 14 (entità degli investimenti nel prossimo triennio). Tale analisi ha la finalità di individuare l'associazione tra entità degli investimenti pianificati e andamento del credito concesso. Si cerca di analizzare se esiste una associazione tra quantità del credito ricevuto in passato dalle imprese e intenzione di effettuare in futuro nuovi investimenti. Anche per questa analisi, al fine dell'analisi della associazione sono stati calcolati gli indici Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza; gli indici evidenziano in questo caso una associazione di elevata significativa tra andamento del credito concesso e investimenti da effettuarsi nel prossimo triennio; si ha infatti una significatività statistica dello 0,1% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 99,9%) della associazione tra investimenti effettuati e andamento del credito. Questo dato evidenzia che le imprese che hanno ricevuto credito sono associate ad una maggiore frequenza di intenzione futura alla effettuazione di nuovi investimenti.

**Tabella 36. Analisi associazione variabili domande 14 e 8**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	47,368	20	,001
Rapporto di verosimiglianza	49,410	20	,000
N. di casi validi	725		
a. 12 celle (40,0%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,35.			
Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,256	,001
	V di Cramer	,128	,001
	Coefficiente di contingenza	,248	,001
N. di casi validi		725	

L'analisi della Tabella 36 di contingenza, sviluppata per le domande 12 e 14 (con domande 12 in riga e domande 14 in colonna) permette di indagare la relazione esistente tra andamento investimenti effettuati in passato (domanda 12) e intenzione di effettuare investimenti nel prossimo triennio (domanda 14). La tabella evidenzia come il 47,12% delle imprese che non hanno effettuato investimenti (49 aziende) non hanno neppure intenzione di effettuarne. All'opposto, le imprese che hanno effettuato investimenti in passato, hanno in grande parte intenzione di effettuarne in futuro; tra queste imprese, il 79,61% delle imprese che hanno intenzione di effettuare investimenti superiori ai 500.000 Euro hanno effettuato investimenti di pari importo in passato.

**Tabella 37. Tabella di contingenza domande 12 e 14**

Entità investimenti (domanda 12)	Entità investimenti prossimo triennio (domanda 14)						Totale
	Zero	Fino a 100.000 euro	Da 100.000 a 500.000 euro	Oltre 500.000 euro	Non rispondo	Non so	
Zero	47,12%	6,94%	2,92%	1,94%	35,71%	17,95%	15,86%
Fino a 100.000 euro	24,04%	56,94%	10,22%	0,97%	16,67%	36,92%	27,72%
Da 100.000 a 500.000 euro	14,42%	25,00%	60,58%	17,48%	19,05%	27,18%	29,38%
Oltre 500.000 euro	10,58%	10,42%	24,82%	79,61%	7,14%	11,28%	23,03%
Non rispondo	2,88%	0,00%	1,46%	0,00%	21,43%	3,08%	2,76%
Non so	0,96%	0,69%	0,00%	0,00%	0,00%	3,59%	1,24%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Proseguendo l'analisi dall'entità degli interventi di capitalizzazione effettuati in termine di capitale di rischio dai soci delle aziende, emerge che tali azioni di rafforzamento patrimoniale delle aziende sono stati relativamente modesti; infatti, nella maggioranza delle aziende del campione (59,72%) non ha sono stati effettuati interventi di aumento del capitale di rischio. Molte delle imprese in cui sono state effettuate capitalizzazioni (13,38% delle risposte e 46,63% delle capitalizzazioni) hanno compiuto operazioni di importo modesto, compreso nella classe tra zero e 100.000 Euro. Tale dato, che deve essere considerato comunque alla luce della ridotta dimensione aziendale media, evidenzia come il taglio medio delle operazioni di rafforzamento patrimoniale (pur ove presenti) sia inferiore rispetto agli investimenti effettuati. Sul punto si può considerare come il 52,41% delle aziende del campione hanno effettuato investimenti superiori a 100.000 Euro, mentre solo il 15,31% delle aziende ha ricevuto capitalizzazioni in termini di capitale di rischio di pari importo.

**Tabella 38. Domanda 16. Entità interventi capitalizzazione**

Categoria	Numero	%
Zero	433	59,72%
Fino a 100.000 euro	97	13,38%
Da 100.000 a 500.000 euro	64	8,83%
Oltre 500.000 euro	47	6,48%
Non rispondo	60	8,28%
Non so	24	3,31%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Si ha quindi conferma che il rapporto con il sistema del credito sia essenziale per le aziende del territorio, che necessitano di capitali, anche ingenti, per finanziare gli investimenti non effettuati mediante copertura di capitale di rischio, come sovente emerge essere accaduto per le imprese del campione.

Al fine di analizzare la relazione esistente tra accesso al credito ed apporto di capitale di rischio è stata calcolata la tabella di contingenza 39, che evidenzia la relazione tra entità degli investimenti di capitalizzazione (domanda 16) e andamento del credito (domanda 8). Si hanno esiti non univoci dall'analisi. Infatti, le aziende che hanno effettuato interventi di capitalizzazione oltre 500 mila euro hanno avuto nel 17,02% dei casi un aumento del credito, rispetto al 9,93% delle imprese che non hanno capitalizzato. Tuttavia, le aziende che hanno capitalizzato con oltre 500 mila euro hanno patito una riduzione del credito nel 38,30% dei casi, contro il 28,64% delle aziende che non hanno capitalizzato. Gli altri valori evidenziano che ad un aumentare della capitalizzazione si associa un miglioramento dell'accesso al credito.

**Tabella 39. Tabella di contingenza domande 16 e 8**

Andamento credito (domanda 8)	Entità investimenti prossimo triennio (domanda 14)						Totale
	Zero	Fino a 100.000 euro	Da 100.000 a 500.000 euro	Oltre 500.000 euro	Non rispondo	Non so	
In aumento	9,93%	13,40%	14,06%	17,02%	5,00%	4,17%	10,62%
Stabile	58,43%	47,42%	48,44%	44,68%	43,33%	45,83%	53,52%
Diminuzione	28,64%	36,08%	37,50%	38,30%	38,33%	41,67%	32,28%
Non rispondo	2,31%	3,09%	0,00%	0,00%	10,00%	4,17%	2,76%
Non so	0,69%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%	4,17%	0,83%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Anche per la tabella 40 sono calcolati gli indici di associazione tra variabili qualitative delle domande 16 e 8. Tale analisi ha la finalità di individuare l'associazione tra entità della capitalizzazione in termini di capitale di rischio e l'andamento del credito concesso. Al fine dell'analisi della associazione sono stati calcolati gli indici Chi-quadrato, Phi, V di Cramer e Coefficiente di contingenza; gli indici evidenziano in questo caso una associazione statisticamente significativa tra andamento del credito concesso e capitalizzazioni effettuate; si ha infatti una significatività statistica dello 0,4% (pari ad una probabilità di corretta previsione del 99,6%) della associazione tra le due variabili. Si conferma quindi l'importanza degli investimenti in capitale di rischio per avere accesso al credito bancario.

Anche relativamente alle intenzioni di capitalizzazione (domanda 16) prevale la prudenza (o incertezza), come emerso nelle previsioni di investimenti; in questo caso, tuttavia, la prudenza è ancora più accentuata (sul punto è da rilevare, peraltro, che a tale domanda avrebbe potuto dare risposta solo la totalità dei soci e, quindi, una risposta avuta da un dipendente, pur qualificato, può determinare una "non risposta" o "non conoscenza" causata non da "incertezza" ma da effettiva non conoscenza, in questo caso delle intenzioni della proprietà.

**Tabella 40. Analisi associazione variabili domande 16 e 8**

Chi quadrato			
	Valore	df	Sig. asint. (2 vie)
Chi-quadrato di Pearson	40,417	20	,004
Rapporto di verosimiglianza	37,314	20	,011
N. di casi validi	725		
a. 13 celle (43,3%) hanno un conteggio atteso inferiore a 5. Il conteggio atteso minimo è ,20.			
Misure simmetriche			
		Valore	Sig. appross.
Nominale per nominale	Phi	,236	,004
	V di Cramer	,118	,004
	Coefficiente di contingenza	,230	,004
N. di casi validi		725	

Questo premesso, si ha che nel 43,45% delle aziende del campione non si sa (con i limiti precedentemente detti) se verranno effettuati immistioni di capitale di rischio. Nel 36,00% delle aziende la proprietà non intende effettuare immissioni di capitale di rischio, intenzione che ha, invece, solo il 14,07% delle aziende del campione.

**Tabella 41. Domanda 17. Intenzione di capitalizzazione**

Categoria	Numero	%
Si	102	14,07%
No	261	36,00%
Non rispondo	47	6,48%
Non so	315	43,45%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

L'analisi della Tabella 42 di contingenza, sviluppata per le domande 16 e 17 (con domande 16 in riga e domande 17 in colonna) permette di indagare la relazione esistente tra andamento delle capitalizzazioni in capitale di rischio effettuate in passato (domanda 16) e intenzione di effettuare nuova capitalizzazioni (domanda 17). La tabella evidenzia come il 28,43% delle imprese che hanno ricevuto capitalizzazioni (29 aziende) non hanno pianificato nuovi apporti di capitale di rischio, mentre il 54,90% delle imprese che hanno ricevuto capitalizzazioni (56 aziende) ha pianificato nuovi apporti di capitale di rischio, pur di vario importo. All'opposto, le imprese che non hanno ricevuto interventi di capitalizzazione in passato sono in maggioranza (77,01%, pari a 201 imprese) nella situazione di non ricevere neppure in futuro apporti di capitale di rischio.

**Tabella 42. Tabella di contingenza domande 16 e 17**

Entità interventi capitalizzazione (domanda 16)	Intenzione capitalizzazione (domanda 17)				Totale
	Si	No	Non rispondo	Non so	
Zero	28,43%	77,01%	36,17%	59,05%	24,51%
Fino a 100.000 euro	24,51%	3,45%	4,26%	8,89%	24,51%
Da 100.000 a 500.000 euro	24,51%	10,34%	6,38%	13,33%	5,88%
Oltre 500.000 euro	5,88%	3,83%	48,94%	6,67%	0,00%
Non rispondo	0,00%	1,92%	2,13%	5,71%	16,67%
Non so	16,67%	3,45%	2,13%	6,35%	28,43%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

L'analisi della Tabella 42 evidenzia quindi una certa tendenza "conservatrice" nell'azione delle imprese; infatti, le imprese che hanno avuto in passato capitalizzazioni sono sovente nella condizione di ricevere nuovamente capitale di rischio, mentre nelle imprese in cui non si sono avuti apporti di capitale di rischio, non si attendono nemmeno nuovi apporti di capitale di rischio, nella maggioranza dei casi.

## 2.6. DOMANDE DI ATTEGGIAMENTO (DOMANDE DALLA 18 ALLA 24)

Nel questionario sottoposto alle imprese sono state incluse, quali domande dalla 18 alla 24, alcune domande c.d. di atteggiamento; tali domande sono finalizzate a richiedere informazioni all'azienda informazioni in merito allo stato qualitativo di certi atteggiamenti che possono esprimere relazioni tra l'azienda e il sistema socio economico e atteggiamenti di apertura, maggiore o minore, verso sviluppo del livello culturale aziende, l'innovazione, le nuove tecnologie. Potrà essere utile porre in relazione tali variabili di atteggiamento con gli esiti delle analisi relative all'accesso al credito, ed all'impatto sulla crisi, al fine di individuare eventuali indicazioni utili ai fini delle politiche territoriali e delle strategie aziendali definibili come virtuose.

In specifico sono state sottoposte alle aziende domande relative ai rapporti commerciali in essere (presenza o assenza di esportazioni e di rapporti commerciali con la pubblica amministrazione, alle domande 18 e 19), livello di innovazione (domanda 20 sui brevetti), attenzione al livello culturale interno (domanda 21 sulla formazione interna), livello adozione di tecniche gestionali (domanda 22 sul controllo di gestione), livello di apertura alle nuove tecnologie e alle relazioni commerciali e/o di comunicazione con canali innovativi (domanda 23 sull'uso di internet e domanda 24 sull'uso dei sociale network).

Relativamente alla propensione all'export le aziende del campione presentano una distribuzione delle frequenze dispersa, avendosi infatti che il 55,86% delle aziende svolge attività di export (in

ambito UE ed extra UE, contemporaneamente, per il 39,45% delle aziende del campione); si riscontra tuttavia come il 43,17% delle imprese non svolga alcuna attività di esportazione, evidenziando come l'apertura ai mercati esteri delle aziende del territorio regionale non sia ancora patrimonio largamente diffuso.

**Tabella 43. Domanda 18. Esportazioni**

Categoria	Numero	%
No	313	43,17%
UE	88	12,14%
Extra UE	31	4,28%
UE + Extra UE	286	39,45%
Non rispondo	7	0,97%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

L'analisi della Tabella 44 di contingenza, sviluppata per le domande 8 e 18 (con domande 8 in riga e domande 18 in colonna), evidenzia che le imprese "non esportatrici" hanno avuto percentuali di aumento del credito bancario (9,58%) lievemente inferiori rispetto alle aziende esportatrici e, ove tale dato si compari con le aziende che esportano solo nei paesi "extra UE", si registra una inversione di segno. Non pare quindi, almeno dall'analisi preliminare condotta con tabella di contingenza, che possa evidenziarsi una relazione significativa tra andamento del credito ed assenza / presenza (e relativa destinazione) dell'attività di export.

**Tabella 44. Tabella di contingenza domande 8 e 18**

Andamento del credito (domanda 8)	Esportazioni (domanda 18)					Totale
	No	UE	Extra UE	UE + Extra UE	Non rispondo	
In aumento	9,58%	11,36%	3,23%	12,59%	24,51%	9,58%
Stabile	50,16%	56,82%	48,39%	55,94%	24,51%	50,16%
In diminuzione	36,42%	26,14%	35,48%	29,72%	5,88%	36,42%
Non rispondo	2,88%	4,55%	9,68%	1,40%	0,00%	2,88%
Non so	0,96%	1,14%	3,23%	0,35%	16,67%	0,96%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Relativamente all'analisi dei rapporti con la Pubblica Amministrazione (PA), si osserva che le aziende del campione sono in grande parte (73,10%) non attive in relazioni commerciali. Solo il 10,07% ha infatti rapporti continuativi con la PA, ed il 15,17% ha attività che saltuariamente entra in relazione con la PA.

**Tabella 45. Domanda 19. Rapporti con la Pubblica Amministrazione**

Categoria	Numero	%
Si, in modo continuativo	73	10,07%
Si, saltuariamente	110	15,17%
No	530	73,10%
Non rispondo	12	1,66%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

L'analisi della Tabella 46 di contingenza, sviluppata per le domande 8 e 19 (con domande 8 in riga e domande 19 in colonna), evidenzia che le imprese che hanno rapporti con la PA sono, pur lievemente, svantaggiate nella relazione di credito; tale dato è interessante in quanto può essere avanzata l'ipotesi che la PA, pur essendo un creditore generalmente solido, sia caratterizzata da tempi lunghi di pagamento che sfavoriscono la relazione tra azienda e banca. Tale ipotesi non è tuttavia verificabile nel presente lavoro, e meriterebbe nel caso un approfondimento specifico, ove di interesse. Si ha tuttavia che le imprese che hanno relazioni continuative con la PA hanno avuto ampliamento del credito nel 6,85% dei casi, e diminuzione del credito nel 45,21%; all'opposto, le imprese che non hanno relazioni continuative con la PA hanno avuto ampliamento del credito nel 11,51% dei casi, e diminuzione del credito nel 29,43%.

**Tabella 46. Tabella di contingenza domande 8 e 19**

Rapporti con la Pubblica Amministrazione (domanda 19)						
Andamento del credito (domanda 8)	Si in modo continuativo	Si saltuariamente	No	Non rispondo	Totale	
In aumento	6,85%	7,27%	11,51%	25,00%	10,62%	
Stabile	43,84%	51,82%	55,28%	50,00%	53,52%	
In diminuzione	45,21%	38,18%	29,43%	25,00%	32,28%	
Non rispondo	4,11%	2,73%	2,64%	0,00%	2,76%	
Non so	6,85%	7,27%	11,51%	25,00%	10,62%	
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	

Relativamente all'attività di sviluppo tecnologico, qui approssimato dalla generazione di brevetti nel ciclo dell'attività dell'azienda, si osserva che le aziende del campione sono in maggioranza (58,34%) non attive nell'attività brevettuale; è possibile che tale dato sia influenzato dai settori di appartenenza delle aziende, avendosi che il 36,83% delle aziende del campione genera brevetti.

**Tabella 47. Domanda 19 . Brevetti**

Categoria	Numero	%
Si	267	36,83%
No	423	58,34%
Non rispondo	17	2,34%
Non so	18	2,48%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>



Al fine di indagare l'influenza del settore di appartenenza sulla attività di produzione brevettuale, è stata sviluppata la Tabella 48, finalizzata a quantificare la frequenza dell'attività brevettuale per settore, in una tabella di contingenza. La Tabella 48 (in questo caso con totali per riga, quindi per settore di appartenenza) evidenzia come la media aritmetica semplice dell'incidenza dell'attività brevettuale nei settori sia il 35,11% (media ponderata il 36,83%); I primi settori per presenza brevettuale sono il tessile (60,00% delle aziende), plastica e vetro (54,05%), informatica (52,38%), chimica e farmaceutica (52,17%) ed alimentare (47,50%); all'opposto Edilizia, servizi ed immobiliare sono i settori con minore attività brevettuale per quanto emergente dal questionario.

**Tabella 48. Tabella di contingenza domande 8 e 20**

Attività prevalente (domanda 2)	Brevetti (domanda 20)				Totale
	Si	No	Non rispondo	Non so	
<b>Alimentare</b>	<b>47,50%</b>	<b>45,00%</b>	<b>5,00%</b>	<b>2,50%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Chimica e farmaceutica</b>	<b>52,17%</b>	<b>43,48%</b>	<b>0,00%</b>	<b>4,35%</b>	<b>100,00%</b>
Commercio	32,50%	57,50%	2,50%	7,50%	100,00%
Edilizia	21,67%	75,00%	1,67%	1,67%	100,00%
Immobiliare	7,14%	92,86%	0,00%	0,00%	100,00%
<b>Informatica</b>	<b>52,38%</b>	<b>42,86%</b>	<b>4,76%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Legno e carta</b>	<b>42,86%</b>	<b>57,14%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Metalmeccanica</b>	<b>39,78%</b>	<b>55,02%</b>	<b>2,60%</b>	<b>2,60%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Plastica e vetro</b>	<b>54,05%</b>	<b>40,54%</b>	<b>2,70%</b>	<b>2,70%</b>	<b>100,00%</b>
Servizi	18,92%	75,68%	2,70%	2,70%	100,00%
<b>Tessile</b>	<b>60,00%</b>	<b>36,00%</b>	<b>4,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>
Trasporti e logistica	28,57%	57,14%	14,29%	0,00%	100,00%
Altro	34,07%	63,74%	0,00%	2,20%	100,00%
Non rispondo	0,00%	100,00 %	0,00%	0,00%	100,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

*In grassetto sopra la media, in corsivo sotto la media dell'attività brevettuale*

Al fine di indagare l'influenza della classe dimensionale per fatturato sulla attività di produzione brevettuale, è stata sviluppata la Tabella 49, finalizzata a quantificare la frequenza dell'attività brevettuale per fatturato, in una tabella di contingenza. La Tabella 49 (anche in questo caso con totali per riga, quindi per classe di fatturato) evidenzia come la media aritmetica semplice dell'incidenza dell'attività brevettuale nei settori sia il 36,92% (media ponderata il 36,83%). La relazione esistente tra classe dimensionale ed attività progettuale emerge in senso qualitativo già dall'analisi della tabella. Si ha infatti che nella prima classe dimensionale (fatturato dell'azienda sino ad 1,0 milione di Euro) la percentuale di aziende con attività brevettuale è del 22,44%, mentre la maggioranza delle aziende non svolge attività brevettuale (73,08%). All'aumentare della classe di fatturato si riscontra

anche un aumento della presenza di attività brevettuale, che risulta sostanzialmente crescente (ad eccezione della 4° classe) all'aumento del fatturato.

**Tabella 49. Tabella di contingenza domande 6 e 20**

Classe fatturato (domanda 6)	Brevetti (domanda 20)				Totale
	Si	No	Non rispondo	Non so	
<i>Fino a 1.000.000 di Euro</i>	22,44%	73,08%	3,85%	0,64%	100,00%
<i>Da 1.000.000 a 2.000.000 di Euro</i>	24,00%	73,60%	2,40%	0,00%	100,00%
<b>Da 2.000.000 a 5.000.000 di Euro</b>	<b>40,41%</b>	<b>54,40%</b>	<b>2,07%</b>	<b>3,11%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Da 5.000.000 a 10.000.000 di Euro</b>	<b>36,84%</b>	<b>56,14%</b>	<b>0,88%</b>	<b>6,14%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Da 10.000.000 a 25.000.000 di Euro</b>	<b>68,42%</b>	<b>27,63%</b>	<b>2,63%</b>	<b>1,32%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Da 25.000.000 a 50.000.000 di Euro</b>	<b>59,26%</b>	<b>37,04%</b>	<b>0,00%</b>	<b>3,70%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Da 50.000.000 a 250.000.000 di Euro</b>	<b>90,00%</b>	<b>10,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>
<i>Oltre 250.000.000 di Euro</i>	0,00%	50,00%	25,00%	25,00%	100,00%
<i>Non rispondo</i>	27,78%	66,67%	0,00%	5,56%	100,00%
<i>Non so</i>	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

*In grassetto sopra la media, in corsivo sotto la media dell'attività brevettuale*

È ora interessante verificare se esiste una relazione tra attività brevettuale e andamento della concessione del credito; a tale scopo è stata sviluppata la Tabella 50 di contingenza per le domande 8 e 20 (con domande 8 in riga e domande 20 in colonna). La Tabella 50 evidenzia che le imprese che svolgono attività brevettuale hanno tassi lievemente superiori di aumento del credito concesso (11,24% rispetto a 9,93%) e fanno registrare anche una minore frequenza di riduzione del credito concesso (29,96% rispetto a 35,29%). Sul punto è tuttavia necessario considerare come la presenza di attività brevettuale, essendo a sua volta influenza (almeno probabilmente) da altre caratteristiche delle aziende (ad esempio il settore o la classe dimensionale), non sia essa stessa la variabile determinate (quindi indipendente o causale) della concessione del credito, ma possa essere considerata a sua volta come variabile dipendente (quindi dipendente o causata) di altre variabili determinanti. È comunque possibile arguire che la presenza di attività brevettuale possa essere considerato un elemento che, ove presente, può evidenziare situazioni di più agevole accesso al credito, pur senza evidenziare in questo un nesso causale.

**Tabella 50. Tabella di contingenza domande 8 e 20**

Andamento del credito (domanda 8)	Brevetti (domanda 20)				Totale
	Si	No	Non rispondo	Non so	
In aumento	11,24%	9,93%	5,88%	22,22%	10,62%
Stabile	56,18%	52,25%	47,06%	50,00%	53,52%
In diminuzione	29,96%	34,04%	35,29%	22,22%	32,28%
Non rispondo	1,87%	2,84%	11,76%	5,56%	2,76%
Non so	11,24%	9,93%	5,88%	22,22%	10,62%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Il questionario sottoposto alle aziende ha indagato anche la formazione e, a tale scopo, è stato richiesto alla aziende partecipanti se svolgessero formazione interna. Si osserva che le aziende del campione sono in maggioranza (68,00%) attive nella formazione interna, e solo il 28,00% delle aziende non svolge tale attività di sviluppo delle competenza del personale. analizzando la base date emerge come tale attività venga svolta in modo crescente all'aumento della classe dimensionale: svolgono infatti formazione interna il 53,21% delle aziende con fatturato sino a 1,0 milione di Euro, dato che aumenta al 79,82% delle aziende con fatturato da 10,0 a 25,0 milioni di Euro ed al 92,59% delle aziende con fatturato da 25,0 a 50,0 milioni di Euro. Anche l'appartenenza settoriale influenza l'attività di formazione interna; alcuni settori (trasporti e logistica, chimico e farmaceutico, informatica) fanno registrare attività di formazione interna che si riscontra nella quasi totalità delle aziende mentre altri settori (tessile ed immobiliare in particolare) evidenziano attività di formazione interna molto modesta.

**Tabella 51. Domanda 21. Formazione interna**

Categoria	Numero	%
Si	493	68,00%
No	203	28,00%
Non rispondo	22	3,03%
Non so	7	0,97%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Anche per la formazione interna, il questionario ha avuto l'obiettivo di verificare se esiste una relazione tra tale attività e la concessione del credito; a tale scopo è stata sviluppata la Tabella 52 di contingenza per le domande 8 e 21 (con domande 8 in riga e domande 20 in colonna). La Tabella 52 evidenzia che le imprese che svolgono attività di formazione interna hanno tassi lievemente superiori di aumento del credito concesso (11,76% rispetto a 8,87%) e fanno registrare anche una minore frequenza di riduzione del credito concesso (30,22% rispetto a 37,93%). Tale situazione conferma quanto emerge per l'attività di formazione interna e permette di ipotizzare, pur con le

necessarie cautele connesse ad una ipotesi che necessita di specifica validazione statistica, che esiste una relazione positiva tra formazione interna e credito concesso.

**Tabella 52. Tabella di contingenza domande 8 e 21**

Andamento del credito (domanda 8)	Formazione interna (domanda 21)				Totale
	Si	No	Non rispondo	Non so	
In aumento	11,76%	8,87%	4,55%	0,00%	10,62%
Stabile	55,38%	47,78%	63,64%	57,14%	53,52%
In diminuzione	30,22%	37,93%	22,73%	42,86%	32,28%
Non rispondo	2,03%	3,94%	9,09%	0,00%	2,76%
Non so	11,76%	8,87%	4,55%	0,00%	10,62%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Il questionario sottoposto alle aziende ha indagato anche la presenza di sistemi di pianificazione e controllo, ed emerge che le aziende del campione, in maggioranza (66,90%), si sono già dotate di sistemi di pianificazione e controllo, e che tali sistemi non sono presenti solo nel 25,10% delle aziende. Anche per l'attività di pianificazione e controllo, analizzando la base date emerge come tale attività venga svolta in modo crescente all'aumento della classe dimensionale: svolgono infatti formazione interna il 53,21% delle aziende con fatturato sino a 1,0 milione di Euro, dato che aumenta al 76,32% delle aziende con fatturato da 10,0 a 25,0 milioni di Euro ed al 85,19% delle aziende con fatturato da 25,0 a 50,0 milioni di Euro. Tali dati confermano quanto emerge dall'analisi della formazione interna. Anche l'appartenenza settoriale influenza, come nel caso della formazione interna, l'attività di controllo di gestione; si conferma infatti che alcuni settori (trasporti e logistica, chimico e farmaceutico, oltre all'alimentare) fanno registrare tassi molto elevati nella presenza dei sistemi di controllo e, parimenti, altri settori (tessile ed immobiliare anche in questo caso) evidenziano il modesto ricorso a sistemi di pianificazione e controllo.

**Tabella 53 Domanda 22. Controllo di gestione**

Categoria	Numero	%
Si	485	66,90%
No	182	25,10%
Non rispondo	35	4,83%
Non so	23	3,17%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Anche per il controllo di gestione, il questionario ha avuto l'obiettivo di verificare se esiste una relazione tra tale attività e la concessione del credito; a tale scopo è stata sviluppata la Tabella 54 di

contingenza per le domande 8 e 22 (con domande 8 in riga e domande 22 in colonna). La Tabella 54 evidenzia che le imprese che hanno adottato il controllo di gestione hanno tassi lievemente superiori di aumento del credito concesso (10,72% rispetto a 9,89%) e fanno registrare anche una minore frequenza di riduzione del credito concesso (32,99% rispetto a 45,71%); è possibile ipotizzare che la presenza di sistemi di controllo di gestione possa agevolare l'accesso al credito o che, almeno, tale attività sia espressiva di una migliore azione di governo dell'impresa che si riflette, tra gli altri, anche nel migliorato rapporto con il sistema del credito, avendo quindi la presenza del sistema di controllo non come variabile esplicativa del positivo rapporto di credito, ma sia essa stessa come variabile dipendente.

**Tabella 54. Tabella di contingenza domande 8 e 22**

Andamento del credito (domanda 8)	Controllo di gestione (domanda 22)				Totale
	Si	No	Non rispondo	Non so	
In aumento	10,72%	9,89%	5,71%	21,74%	10,62%
Stabile	53,20%	57,14%	42,86%	47,83%	53,52%
In diminuzione	32,99%	29,67%	45,71%	17,39%	32,28%
Non rispondo	2,68%	2,20%	5,71%	4,35%	2,76%
Non so	0,41%	1,10%	0,00%	8,70%	0,83%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Proseguendo nell'analisi dei dati, risulta interessante analizzare l'utilizzo da parte delle aziende dei media innovativi, siano questi utilizzati a scopo commerciale, istituzionale o organizzativo interno. A tale scopo è stato chiesto alle imprese se utilizzano internet (in realtà canale di comunicazione ormai consolidato nelle abitudini dei consumatori e delle aziende) ed i social network (canale questo probabilmente caratterizzato da minore diffusione, almeno tra i consumatori "non giovani"). I dati sull'uso di internet evidenziano un quasi "plebiscito" nell'utilizzo; sono infatti il 96,69% del campione le aziende che utilizzano internet, mentre solo il 2,21% delle aziende non utilizzano tale media. È interessante notare, analizzando la base dati, che sono solo le aziende con fatturato inferiore a 1,0 milione di Euro a non utilizzare internet, almeno in percentuale (relativamente) significativa; tali imprese utilizzano internet nel 90,38% dei casi, rispetto ad una media del campione del 96,69%, mentre tutte le altre classi dimensionali di aziende utilizzano "la rete" in sostanza nella totalità dei casi aziendali. Sempre dall'analisi dei dati emerge che le 14 aziende che non utilizzano internet non sono riconducibili (almeno nell'intervistatore) a classi anagrafiche di età elevata, avendosi che tutti gli intervistatori di età superiore ai 50 anni (classe di età più elevata) lavorano in aziende in cui internet viene utilizzato (al riguardo giova ricordare come tale classe di età sia, comunque, rappresentata da un numero ridotto di questionari).

**Tabella 55. Domanda 23. Internet**

Categoria	Numero	%
Si	701	96,69%
No	16	2,21%
Non rispondo	4	0,55%
Non so	4	0,55%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Anche per l'uso di internet, il questionario ha avuto l'obiettivo di verificare se esiste una relazione tra tale attività e la concessione del credito. La Tabella di contingenza 56, sviluppata per le domande 8 e 23 (con domande 8 in riga e domande 23 in colonna), che evidenzia come le imprese che utilizzano internet hanno tassi di aumento del credito concesso superiori (10,98% rispetto a 0,00%) e fanno registrare anche una minore frequenza di riduzione del credito concesso (32,38% rispetto a 37,50%). Sul punto, pur essendo da considerare come la numerosità delle aziende che non utilizzano internet (14) sia ridotta in modo tale da rendere complessa una generalizzazione dei risultati ottenuti, è possibile rilevare, pur in forma qualitativa, che la presenza di nuove tecnologie di comunicazione sia elemento che caratterizza le imprese con più agevole accesso al credito pur non potendosi considerare l'uso di internet come variabile esplicativa del positivo rapporto di credito, vista la scarsità di osservazioni ed il non certo rapporto causale relativo.

**Tabella 56. Tabella di contingenza domande 8 e 23**

Controllo di gestione (domanda 22)					
Andamento del credito (domanda 8)	Si	No	Non rispondo	Non so	Totale
In aumento	10,98%	0,00%	0,00%	0,00%	10,62%
Stabile	53,35%	62,50%	50,00%	50,00%	53,52%
In diminuzione	32,38%	37,50%	0,00%	25,00%	32,28%
Non rispondo	2,43%	0,00%	50,00%	25,00%	2,76%
Non so	0,86%	0,00%	0,00%	0,00%	0,83%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Contrariamente rispetto all'uso di internet, i dati relativi all'uso dei social network mostrano un uso relativamente poco diffuso di tale mezzo di comunicazione; le imprese che utilizzano i social network sono infatti il 24,14% del campione internet, mentre il 68,69% delle aziende non utilizzano tale media. L'uso dei social network non pare influenzato dalla dimensione aziendale, come avviene invece per l'uso di internet; infatti, anche le piccole aziende, con fatturato inferiore a 1,0 milione di Euro, utilizzano tale media con percentuali analoghe (24,36%) alla media del campione, mentre solo le aziende delle classi di fatturato superiore ai 25,0 milioni di Euro utilizzano i social network con

percentuali significative, superiori al 40% delle aziende. Sempre dall'analisi della base dati emerge un dato di rilievo relativamente alle classi anagrafiche, avendosi che l'uso dei social network (come ipotizzabile) è maggiormente diffuso nelle aziende in cui il soggetto intervistato (tuttavia non necessariamente il soggetto direttivo) ha età compresa tra i 20 ed i 29 anni (33,33% delle aziende) e tra i 30 ed i 40 anni (28,96% delle aziende), percentuale che decresce poi all'aumentare dell'età anagrafica del soggetto intervistato.

**Tabella 57. Domanda 24. Social network**

Categoria	Numero	%
Si	175	24,14%
No	498	68,69%
Non rispondo	15	2,07%
Non so	37	5,10%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Anche per l'uso dei social network, come per internet, il questionario ha avuto l'obiettivo di verificare se esiste una relazione tra tale attività e la concessione del credito; a tale proposito è stata sviluppata la Tabella di contingenza 58 per le domande 8 e 24 (con domande 8 in riga e domande 24 in colonna) che evidenzia come le imprese che utilizzano i social network hanno tassi di aumento del credito concesso sostanzialmente uguali (12,43% rispetto a 10,64%) e fanno registrare anche una sostanzialmente uguale frequenza di riduzione del credito concesso (33,71% rispetto a 31,73%). È interessante quindi notare come i social network, pur essendo uno strumento innovativo di comunicazione commerciale, non sono ancora elemento predittivo della capacità delle aziende di avere agevole accesso al credito bancario; su tale situazione è infatti da considerare come l'uso dei social network sia un carattere "trasversale" delle aziende del campione, che interessa tanto le "piccole" aziende quanto le "grandi" (seppur queste in misura superiore), quindi non in grado di essere isolato, almeno in questa fase dello sviluppo economico, come elemento causale, o almeno distintivo, dell'agevole accesso al credito.

**Tabella 58. Tabella di contingenza domande 8 e 24**

Andamento del credito (domanda 8)	Social network (domanda 24)				Totale
	Si	No	Non rispondo	Non so	
In aumento	11,43%	10,64%	13,33%	5,41%	10,62%
Stabile	52,57%	54,22%	46,67%	51,35%	53,52%
In diminuzione	33,71%	31,73%	26,67%	35,14%	32,28%
Non rispondo	2,29%	2,41%	13,33%	5,41%	2,76%
Non so	0,00%	1,00%	0,00%	2,70%	0,83%
<b>Totale</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

## 2.7. RELAZIONE TRA AZIENDE E FIDINDUSTRIA - DOMANDA 25 (SUB DOMANDE DA 25-1 A 25-7) E DOMANDA 26

Il questionario sottoposto alle aziende affronta anche, con la domanda 25, articolata in 7 sub.domande il tema del rapporto tra le aziende e Fidindustria, richiedendo alla aziende del campione una valutazione in termini di efficacia (domanda 25-1), efficienza (domanda 25-2), professionalità (domanda 25-3), velocità di risposta (domanda 25-4), livello di innovazione (domanda 25-5), costo (domanda 25-6) e cordialità (domanda 25-7).

Nel complesso delle 7 sub.domande in cui è articolata la domanda 25 emerge un livello di soddisfazione per le attività svolte da Fidindustria pari al 35,82% delle aziende del campione (calcolando tale percentuale come la media aritmetica semplice della frequenza delle risposte che esprimono soddisfazione, cioè “efficace ...”, “efficiente ...”, “cordiale nel contatto”).

Tale percentuale, che risulta inferiore alla metà delle aziende del campione, non è da interpretarsi come una insoddisfazione generalizzata, quanto piuttosto come una possibile non perfetta conoscenza dei servizi offerti. Complessivamente infatti la maggioranza delle aziende (57,24% in media) “non rispondono” (24,39%) o “non sanno” dire (32,85%) se siano, o meno, soddisfatte della relazione con Fidindustria, mentre solo il 6,94% delle aziende del campione esprimono, pur a vario titolo secondo le sub.domande, una insoddisfazione.

I livelli massimi di soddisfazione delle aziende del campione si hanno relativamente alla cordialità del contatto (51,17%), alla professionalità della risposta (46,21%) ed alla efficienza delle modalità operative (40,28%); per quanto riguarda invece il costo del servizio (probabilmente come sempre avviene quando si tratta di un esborso!) le aziende del campione evidenziano soddisfazione nel 21,52% dei casi (dato comunque superiore alla insoddisfazione, che si ha per il 18,07% dei casi).

Lo stimolo ad innovare l’offerta dei servizi avviene dalla sub.domanda 25-5, che evidenzia come solo il 17,93% delle aziende intervistate giudichi innovativo il servizio offerto (mentre sono il 45,52% le aziende non informate sul punto).



**Tabella 59. Domande da 25-1 a 25-7. Livello del servizio**

<b>Categoria - Efficacia (Domanda 25-1)</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Efficace nel produrre un risultato	304	41,93%
Poco efficace	60	8,28%
Non rispondo	57	7,86%
Non so	304	41,93%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>
<b>Categoria - Efficienza (Domanda 25-2)</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Efficiente nelle modalità operative	292	40,28%
Poco efficiente	32	4,41%
Non rispondo	185	25,52%
Non so	216	29,79%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>
<b>Categoria - Professionalità (Domanda 25-3)</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Professionale nella risposta	335	46,21%
Poco professionale	7	0,97%
Non rispondo	191	26,34%
Non so	192	26,48%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>
<b>Categoria - Velocità (Domanda 25-4)</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Veloce nei tempi	230	31,72%
Lento	63	8,69%
Non rispondo	196	27,03%
Non so	236	32,55%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>
<b>Categoria - Innovazione (Domanda 25-5)</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Innovativo nei contenuti	130	17,93%
Non innovativo	56	7,72%
Non rispondo	209	28,83%
Non so	330	45,52%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>
<b>Categoria - Costo (Domanda 25-6)</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Equilibrato nei costi	156	21,52%
Costoso	131	18,07%
Non rispondo	211	29,10%
Non so	227	31,31%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>
<b>Categoria - Cordialità (Domanda 25-7)</b>	<b>Numero</b>	<b>%</b>
Cordiale nel contatto	371	51,17%
Poco cordiale	3	0,41%
Non rispondo	189	26,07%
Non so	162	22,34%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

**Tabella 60. Domanda 26. Accesso al credito**

Categoria	Numero	%
Si	353	48,69%
No	42	5,79%
Non conosco a sufficienza le opportunità offerte	193	26,62%
Non rispondo	25	3,45%
Non so	112	15,45%
<b>Totale</b>	<b>725</b>	<b>100,00%</b>

Relativamente infine all'accesso al credito tramite Fidindustria (domanda 26) e relativa offerta di servizi finanziari, circa la metà delle aziende intervistate (48,69%) ha avuto accesso al credito tramite i servizi offerti; permane, di contro, una percentuale comunque significativa (26,62%) di aziende che dichiarano di "non conoscere a sufficienza le opportunità offerte".

## 2.8. ANALISI DI REGRESSIONE

I dati raccolti nel corso dell'indagine permettono di fare un quadro sufficientemente ampio dell'accesso al credito nel territorio regionale; può essere poi utile indagare quali siano le determinanti della qualità e quantità di accesso al credito da parte delle imprese, e se esistano variabili esplicative di tale relazione tra banca ed azienda. Per fare questo sono in genere utilizzati modelli di regressione, cioè modelli che mirano a esplicitare la relazione esistente tra una variabile dipendente, cioè oggetto di indagine, e una o più variabili indipendenti, cioè esplicative. I modelli di regressione mirano cioè ad evidenziare quale sia l'impatto di una o più variabili esplicative sulla variabile oggetto di spiegazione. Al fine di tenere conto delle specificità del questionario somministrato alle aziende, che è composto per grande parte da fenomeni nominali, viene utilizzata la tecnica della regressione categoriale, specificamente utile per analizzare fenomeni che presentino anche un andamento di tipo nominale.

In particolare sono stati sottoposti ad indagine le seguenti domande, intese come variabili oggetto di spiegazione, e cioè:

Domanda 5) Impatto crisi - primo modello

Domanda 7) Andamento affari 2012 - secondo modello

Domanda 8) Andamento credito - terzo modello

Domanda 14) Entità investimenti prossimo triennio - quarto modello

Obiettivo dell'analisi è individuare quali siano le variabili esplicative dell'andamento gestione delle aziende del campione, per cui sono considerate quali variabili proxy l'impatto della crisi (domanda 5) e l'andamento del giro d'affari 2012 (domanda 7); l'analisi analizza e mira ad individuare quali siano le variabili esplicative dell'impatto dell'andamento del credito (domanda 8) e della entità di investimenti per il prossimo triennio banca (domanda 14); queste domande sono state individuate come domande di maggior rilievo nel rappresentare la relazione di accesso al credito da parte delle aziende e d'andamento del sistema economico, anche in prospettiva.

### Primo modello

Il primo modello di analisi è finalizzato ad indagare quali siano le variabili che hanno inciso sul livello di impatto della crisi sulle imprese in Emilia Romagna; l'impatto della crisi è stato classificato come impatto "nullo", "basso", "medio", "alto", oppure "non so" o "non rispondo"; sono state preliminarmente indagati gli effetti di tutte le variabili sull'impatto della crisi e sono stati isolate e considerate le variabili con impatto potenzialmente significativo sull'andamento del credito, avendosi un modello di regressione categoriale con 13 variabili esplicative, come esposto nella tabella 61. Il modello applicato evidenzia che la variabile che più ha inciso sull'impatto della crisi è il settore di attività, che risulta la variabile di maggiore rilievo e più significativa (valore F 6,178 e significatività 100%); per quali siano i settori caratterizzati da maggior frequenza di situazione di crisi ad impatto "alto" oppure "medio" possiamo fare riferimento alla tabella di contingenza n. 15 denominata "Tabella di contingenza domande 5 e 2" oltre, e cioè edilizia, trasporti e logistica e settore carta e legno in particolare; la statistica F ha valore 15,730 e significatività 100%). Altre variabili significative sono l'età media del titolare (F pari a 7,400 e significatività 100%), l'entità degli investimenti (F pari a 6,851 e significatività 100%) e la classe di fatturato (F pari a 6,472 e significatività 100%). Queste variabili evidenziano in particolare che le imprese che hanno effettuato investimenti e che sono in classi dimensionali maggiori hanno una minore incidenza di crisi severa, cioè "alta" oppure "media". Sul punto è tuttavia da considerare come sia da valutare con particolare senso critico il verso della relazione causale; il modello di regressione evidenzia infatti una relazione causale in senso generale, ma non indica il verso di tale relazione. Infatti, può esservi una situazione per cui non sia l'assenza di investimenti a determinare la crisi dell'impresa, ma sia stata la crisi a determinare l'assenza di investimenti negli anni precedenti a quello di effettuazione del questionario. Tale considerazione deve essere tenuta in conto ove si vogliano proporre soluzioni di intervento pubblico a sostegno delle imprese del territorio considerando gli esiti dell'indagine svolta. Altre variabili che hanno un peso esplicativo statisticamente significativo sono la presenza di

attività di export (F pari a 4,502 e significatività 99,9%) la presenza di formazione interna (F pari a 3,802 e significatività 99,4%); le imprese che presentano tali atteggiamenti unanimemente considerati come virtuosi fanno registrare impatti della crisi significativamente meno accentuati rispetto alla media delle imprese. Parimenti sono significativi anche i rapporti con la pubblica amministrazione (F pari a 3,421 e significatività 99,3%) e l'entità di interventi di capitalizzazione (F pari a 6,851 e significatività 100%)(F pari a 6,851 e significatività 100%) (F pari a 3,163 e significatività 99,2%). Possiamo rilevare che assumono invece un minor peso, quali variabili esplicative dell'impatto sulla crisi, l'uso di internet (F pari a 0,705 e significatività 45,1%), la presenza di sistemi di controllo di gestione (F pari a 0,441 e significatività 27,6%), l'uso dei social network (F pari a 0,314 e significatività 18,5%) e la presenza di brevetti (F pari a 0,125 e significatività 5,5%).

**Tabella 61. Regressione categoriale, variabile dipendente "Impatto crisi" (domanda 5), analisi dei coefficienti**

Coefficienti						
	Coefficienti standardizzati					
	Beta	Stima bootstrap (1000) dell'errore std.	df	F	Sig.	
Attività Prevalente	,237	,060	13	15,730	,000	
Età Media	,156	,057	5	7,400	,000	
Entità Investimenti	,207	,079	5	6,851	,000	
Classe Fatturato	,186	,073	9	6,472	,000	
Esportazioni	,092	,043	4	4,502	,001	
Formazione Interna	,092	,047	3	3,802	,006	
Rapporti PA	,064	,035	3	3,421	,007	
Entità Inv. Capitalizzazione	,066	,037	5	3,163	,008	
Numero Dipendenti	,086	,053	5	2,636	,023	
Internet	,078	,093	3	0,705	,549	
Controllo Gestione	,036	,055	3	0,441	,724	
Social Network	,031	,055	3	0,314	,815	
Brevetti	,024	,069	3	0,125	,945	

Variabile dipendente: Impatto crisi

L'analisi ANOVA della tabella 62 evidenzia che la regressione è statisticamente significativa, con valore F pari a 2,391 e significatività 100%, il modello non è tuttavia in grado di spiegare la maggioranza della variabilità dell'andamento gestionale rilevato, avendosi un valore di R multiplo di 0,459, mentre R quadrato ed R quadrato corretto esprimono una modesta capacità previsionale (valori 0,211 e 0,135 rispettivamente). Tale esito esprime che possono esservi altre variabili latenti, non considerate nel modello, che influenzano l'impatto della crisi e che non emergono dai dati dei questionari.

**Tabella 62. Regressione categoriale, variabile dipendente "Impatto crisi" (domanda 5), analisi ANOVA**

ANOVA					
	Somma dei quadrati	df	Media dei quadrati	F	Sig.
Regressione	153,014	64	2,391	2,759	,000
Residuo	571,986	660	,867		
Totale	725,000	724			

Variabile dipendente: Andamento Credito

R multiplo: 0,459 ; R quadrato: 0,211 ; R quadrato corretto: 0,135

### Secondo modello

Il secondo modello di analisi è finalizzato ad indagare quali siano le variabili che hanno inciso sull'andamento del giro d'affari delle imprese nel 2012 in Emilia Romagna; l'andamento del giro d'affari è stato classificato come è come "in aumento", "stabile", "in diminuzione", oppure con la risposta "non so" o "non rispondo". Anche per il secondo modello sono state preliminarmente indagati gli effetti di tutte le variabili sull'impatto della crisi e sono stati isolate e considerate le variabili con impatto potenzialmente significativo sull'andamento del credito. Il modello ha considerato, nella sua forma estesa esposta, 13 variabili esplicative, con regressione categoriale, come esposto nella tabella 63. Il modello applicato evidenzia che la variabile che più ha inciso sull'andamento è il settore di attività (come già emerso nel precedente modello); il settore di appartenenza risulta la variabile di maggiore rilievo e più significativa (valore F 12,790 e significatività 100%). Altre variabili significative sono la classe di fatturato (F pari a 7,994 e significatività 100%), l'uso dei social network come driver del giro d'affari (F pari a 8,967 e significatività 100%) e l'età media del titolare (F pari a 4,506 e significatività 100%). È interessante notare come vi siano tra le variabili incidenti sull'andamento del giro d'affari, con significatività 100%, l'uso dei social network e l'età media del titolare (impatto positivo per le classi giovanili di età); questo evidenzia, in modo più marcato rispetto a quanto emerso relativamente all'impatto della crisi, che l'uso di nuovi driver d'affari (social network) e l'età giovanile possono essere elementi positivi per espandere il giro d'affari aziendale, anche in situazioni di crisi del sistema economico. Altre variabili che hanno un peso esplicativo statisticamente significativo sono il numero dei dipendenti (F pari a 3,688 e significatività 99,7%), il controllo di gestione (F pari a 3,138 e significatività 97,5%), la formazione interna (F pari a 3,117 e significatività 97,4%). Altre variabili quali la presenza di esportazioni (F pari a 1,101 e significatività 64,4%) e la presenza di brevetti (F pari a 0,824 e significatività 51,9%) appaiono, contrariamente a quanto a volte considerato dal senso

comune, non incidenti in modo statisticamente significativo sull'andamento del giro d'affari delle imprese.

**Tabella 63. Regressione categoriale, variabile dipendente "Andamento (giro) affari 2012" (domanda 7), analisi dei coefficienti**

Coefficients					
	Coefficients standardizzati				
	Beta	Stima bootstrap (1000) dell'errore std.	df	F	Sig.
Attività Prevalente	,367	,103	13	12,790	,000
Età Media	,183	,065	9	7,994	,000
Entità Investimenti	,109	,036	3	8,967	,000
Classe Fatturato	,203	,096	5	4,506	,000
Esportazioni	,086	,045	5	3,688	,003
Formazione Interna	,064	,036	3	3,138	,025
Rapporti PA	,051	,029	3	3,117	,026
Entità Inv. Capitalizzazione	,064	,038	5	2,765	,022
Numero Dipendenti	,075	,046	3	2,655	,041
Internet	,073	,053	5	1,902	,092
Controllo Gestione	,038	,027	3	1,889	,130
Social Network	,033	,031	4	1,101	,355
Brevetti	,034	,038	3	,824	,481

Variabile dipendente: Andamento affari 2012

L'analisi ANOVA della tabella 64 evidenzia che la regressione è statisticamente significativa, con valore F del modello relativamente elevato, pari a 4,249 con significatività 100%, il modello non in grado di spiegare una buona parte della variabilità del giro d'affari delle imprese del campione, avendosi un valore di R multiplo di 0,540, con R quadrato ed R quadrato di valore 0,292 e 0,223 rispettivamente.

**Tabella 64. Regressione categoriale, variabile dipendente "Andamento (giro) affari 2012" (domanda 7), analisi ANOVA**

ANOVA					
	Somma dei quadrati	df	Media dei quadrati	F	Sig.
Regressione	211,548	64	3,305	4,249	,000
Residuo	513,452	660	,778		
Totale	725,000	724			

Variabile dipendente: Andamento Credito

R multiplo: 0,540 ; R quadrato: 0,292 ; R quadrato corretto: 0,223

### Terzo modello

Il terzo modello di analisi è finalizzato ad indagare quali siano le variabili incidenti sull'andamento del credito; sono state preliminarmente indagati gli effetti di tutte le variabili sull'andamento del credito e sono stati isolate e considerate le sole variabili con impatto statisticamente significativo sull'andamento del credito, avendosi un modello di regressione categoriale con 10 variabili esplicative, cioè attività prevalente, classe fatturato, andamento fatturato 2012, entità investimenti, entità investimenti di capitalizzazione, esportazioni, brevetti, formazione interna, controllo di gestione, uso social network. Le altre variabili esplicative non sono risultate statisticamente significative sull'andamento del credito delle imprese, e tra queste non hanno trovato rilevanza, nonostante le aspettative, l'impatto della crisi e il numero dei dipendenti. Questo evidenzia che hanno inciso sull'andamento del credito la classe di fatturato, che risulta la variabile di maggiore rilievo e più significativa (valore F 6,178 e significatività 100%), oltre all'andamento del fatturato 2012 (valore F 5,262 e significatività 100%) e l'entità degli investimenti (valore F 4,724 e significatività 100%) e l'attività prevalente (valore F 3,376 e significatività 100%); risultano significative (con livello di significatività superiore al 5%) la presenza di export, l'attivazione del controllo di gestione, la presenza di brevetti, l'entità degli investimenti di capitalizzazione e l'uso dei social network. Risulta infine incidente (pur con una significatività ridotta ad 88,4%) l'attività di formazione interna, mentre le altre variabili non risultano statisticamente significative nel determinare l'andamento dell'accesso al credito. Anche nel caso del terzo modello è necessario considerare come sia da valutare il verso della relazione causale; il modello di regressione evidenzia, come detto, una relazione causale in senso generale, ma non indica il verso di tale relazione. Il complesso del modello evidenzia che sono influenti sull'andamento del credito sia variabili oggettive, quali la classe di fatturato, sia variabili di orientamento gestionale, quali l'attività di esportazione, la presenza del controllo di gestione, l'attività brevettuale. Sul punto è interessante notare come variabili esplicative potenzialmente considerabili come rilevanti non assumono, ancora, una significatività tale da poter essere evidenziata dal modello statistico, evidenziando una significatività tendenziale o episodica, ma che non può essere considerata significativa per la totalità delle imprese considerate nel campione. Si deve comunque considerare che l'analisi condotta è limitata per effetto, da un lato, del carattere di auspicata eccezionalità dello stato di crisi di questi ultimi anni e, dall'altro, dal numero di imprese che, pur rilevante, non può rappresentare che un campione, per quanto il più fedelmente possibile estratto, dall'universo di riferimento. Può quindi aversi, in futuro, una situazione in cui le variabili qui considerate come non incidenti in modo statisticamente significativo, evidenzino il loro peso, positivo o negativo, in modo maggiormente marcato e, soprattutto, esprimibile tramite un modello che, per quanto attentamente definito, è

comunque solo una rappresentazione schematizzata delle interrelazioni presenti nella realtà fattuale.

**Tabella 65. Regressione categoriale, variabile dipendente "Andamento del credito" (domanda 8), analisi dei coefficienti**

Coefficienti					
Coefficienti standardizzati					
	Beta	Stima bootstrap (1000) dell'errore std.	df	F	Sig.
Classe fatturato	,185	,074	9	6,178	,000
Andamento fatt. 2012	,407	,177	4	5,262	,000
Entità Investimenti	,085	,039	5	4,724	,000
Attività Prevalente	,111	,061	13	3,376	,000
Esportazioni	,102	,050	4	4,211	,002
Controllo Gestione	,167	,087	3	3,703	,012
Brevetti	,065	,035	3	3,392	,018
Entità Inv. Capitalizzazione	,085	,054	5	2,502	,029
Sociale Network	,075	,043	3	3,028	,029
Formazione Interna	,048	,034	3	1,975	,116

Variabile dipendente: Andamento Credito

L'analisi ANOVA della tabella 66 evidenzia che la regressione è statisticamente significativa, con valore F pari a 5,000 e significatività 100%, il modello non è tuttavia in grado di spiegare la maggioranza della variabilità dell'andamento del credito, avendosi un valore di R multiplo di 0,528, mentre R quadrato ed R quadrato corretto sono al di sotto del 30% della capacità previsionale (valori 0,279 e 0,223 rispettivamente).

Si ha quindi una situazione in cui le variabili esplicative del modello sono significative, ma il modello nel suo complesso, e quindi i dati emergenti dall'indagine, non sono in grado di spiegare il posizionamento delle aziende nella diverse categorie di andamento del credito.

La situazione evidenzia quindi come possono esistere altre variabili latenti che influenzano l'accesso al credito (ad esempio politiche creditizie delle singole banche) che non emergono dai dati dei questionari. Tali variabili possono essere oggetto di una futura eventuale analisi di approfondimento.



**Tabella 66. Regressione categoriale, variabile dipendente "Andamento del credito" (domanda 8), analisi ANOVA**

ANOVA					
	Somma dei quadrati	df	Media dei quadrati	F	Sig.
Regressione	202,239	52	3,889	5,000	,000
Residuo	522,761	672	,778		
Totale	725,000	724			
Variabile dipendente: Andamento Credito					
R multiplo: 0,528 ; R quadrato: 0,279 ; R quadrato corretto: 0,223					

#### Quarto modello

Il quarto modello di analisi è finalizzato ad indagare quali siano le variabili incidenti sugli investimenti delle aziende nel prossimo triennio; questa analisi assume rilievo in quanto è opportuno conoscere quali siano le determinanti degli investimenti futuri da parte delle aziende, e parimenti indagare se la relazione con il sistema del credito incide sulle potenzialità di investimento delle aziende. Anche per questo modello sono stati preliminarmente indagati gli effetti di tutte le variabili e sono stati isolate e considerate le sole variabili con impatto statisticamente significativo. L'analisi ha individuato un modello con 4 variabili esplicative, e cioè Impatto della crisi, Esportazioni, Entità investimenti di capitalizzazione ed Andamento del credito. Questo evidenzia che hanno inciso sull'andamento del credito l'impatto della crisi, che risulta la variabile di maggiore rilievo e più significativa (valore F 65,572 e significatività 100%), la presenza di attività di export (valore F 53,645 e significatività 100%), l'entità degli investimenti di capitalizzazione (valore F 39,026 e significatività 100%) e l'andamento del credito (valore F 9,878 e significatività 100%), mentre le altre variabili non risultano statisticamente significative.

**Tabella 67. Regressione categoriale, variabile dipendente "Entità investimenti prossimo triennio" (domanda 14), analisi dei coefficienti**

Coefficienti					
Coefficienti standardizzati					
	Beta	Stima bootstrap (1000) dell'errore std.	df	F	Sig.
Impatto crisi	,280	,035	5	65,572	,000
Esportazioni	,264	,036	4	53,645	,000
Entità inv.capital.ne	,263	,042	5	39,026	,000
Andamento Credito	,107	,034	4	9,878	,000
Variabile dipendente: Entità investimenti prossimo triennio					

L'analisi ANOVA della tabella 68 evidenzia che la regressione è statisticamente significativa, con valore F pari a 15,203 e significatività 100%; il modello è in grado di spiegare una certa quota della intenzione delle imprese di effettuare nuovi investimenti, con un valore di R multiplo di 0,529, con R quadrato ed R quadrato corretto anche in questo caso poco al di sotto del 30% della capacità previsionale (valori 0,279 e 0,261 rispettivamente). Il modello presenta una discreta capacità previsionale ed indica come siano incidenti sulla futura effettuazioni degli investimenti sia gli investimenti di capitalizzazione che l'accesso al credito, oltre all'impatto della crisi, e allo sviluppo dell'attività d'impresa sui mercati esteri.

**Tabella 68. Regressione categoriale, variabile dipendente "Andamento del credito" (domanda 8), analisi ANOVA**

ANOVA					
	Somma dei quadrati	df	Media dei quadrati	F	Sig.
Regressione	202,521	18	11,251	15,203	,000
Residuo	522,479	706	,740		
Totale	725,000	724			

Variabile dipendente: Andamento Credito  
 Predittori: Impatto Crisi, AndamentoFatt2012, Entità Inv. Capitalizzazione  
 R multiplo: 0,529 ; R quadrato: 0,279 ; R quadrato corretto: 0,261

## PARTE TERZA - CONCLUSIONI

Il complesso dell'analisi ha messo in luce come l'accesso al credito in Emilia Romagna sia spesso non agevole. Le aziende intervistate hanno infatti evidenziato nella metà circa dei casi una riduzione del credito concesso dalle banche. Molte aziende hanno riportato difficoltà di fatturato, di impatto della crisi, di sviluppo degli investimenti nei prossimi anni. Questa difficoltà non è tuttavia generalizzata: molte imprese hanno infatti aumentato il loro accesso al credito, effettuando anche investimenti in capitale di rischio, ampliando il proprio mercato all'estero, effettuando investimenti in brevetti, formando il personale interno ed avviando relazioni moderne con il sistema socio economico complessivo, tramite internet ed i social network. L'analisi evidenzia un quadro di accesso al credito variegato, con situazioni positive in un contesto generale difficile. Emerge tuttavia un dato di notevole rilevanza dato dalla volontà di non rispondere al questionario da parte di 424 aziende (pari al 36% circa delle aziende con cui è stato possibile attivare un contatto). Pur non essendo agevole sintetizzare le motivazioni delle non risposte (molte aziende si sono infatti limitate a non rispondere, senza ulteriori commenti) emerge, dal punto di vista qualitativo, che svariate imprese contattate abbiano detto che non intendono rispondere per sfiducia nelle possibilità di ripresa dell'economia o nelle possibilità di miglioramento dei rapporti tra aziende e istituzioni, oppure perché stavano chiudendo l'attività. Questo dato, almeno quanto le risposte ottenute, deve essere considerato nella sua espressione di sfiducia nelle prospettive di miglioramento delle cose, prospettiva senza la quale viene a cadere la spinta stessa all'attività imprenditoriale e, quindi, allo sviluppo di tutte le attività indotte.

Fatta questa doverosa premessa che ci serve per mettere in luce in maniera compiuta quale sia la situazione attuale del credito e delle imprese in Emilia Romagna ed in Italia, è possibile però utilizzare le analisi svolte in queste pagine per fornire indicazioni utili al lavoro delle imprese. In particolare, è possibile focalizzarsi sulle caratteristiche che distinguono quell'insieme di imprese che, anche in questi anni così difficili, hanno riportato risultati aziendali positivi ed hanno continuato ad avere un buon accesso al credito. Questo può permettere di porre in evidenza alcuni comportamenti virtuosi, alcune buone pratiche, da estendere ad altre imprese.

In primo luogo l'investimento sulla formazione del personale. Già in diverse analisi svolte dal Centro studi di Unioncamere Emilia-Romagna è emerso come tutti gli elementi di valorizzazione del personale siano determinanti nell'aumentare la capacità delle imprese di far fronte ad eventi avversi e cogliere le opportunità positive che l'ambiente presenta. Questa ricerca offre una dimostrazione in più dell'importanza dell'investimento sul personale per il successo dell'impresa.

Una seconda area di buone pratiche imprenditoriali è costituita da quelle inerenti l'innovazione, intesa a 360 gradi. Ricadono in quest'area l'attività brevettuale, che può essere considerata come manifestazione della capacità dell'impresa di introdurre innovazioni di prodotto e di processo, ma anche l'introduzione del controllo di gestione che può, a sua volta, essere intesa come la propensione all'innovazione organizzativa e gestionale. Sempre nella stessa area ricade anche l'adozione dei nuovi media, cioè, di tutti i nuovi canali e metodi per interfacciarsi con il mondo esterno.

La terza tipologia di buone pratiche è costituita dall'investimento imprenditoriale in azienda. Le imprese nelle quali l'imprenditore ha investito risorse proprie hanno ottenuto risultati migliori in termini di performance aziendali e di rapporti col sistema del credito.

Ultima buona pratica, ma non meno importanza, l'internazionalizzazione. Nei settori dov'è possibile, è bene non rimanere chiusi all'interno dei confini nazionali anche perché la domanda interna, dati i livelli di disoccupazione prospettica e l'impossibilità di espansione della spesa pubblica, rimarrà probabilmente su livelli bassi ancora per diverso tempo.

Investimento sul personale, innovazione, capitalizzazione e internazionalizzazione. Sono questi gli elementi di maggior rilievo che accomunano le imprese che hanno avuto i migliori risultati e le buone pratiche da consigliare alle imprese che vogliono migliorare le proprie performance ma sono anche, a ben vedere, indicatori di una meta-caratteristica ulteriore: un atteggiamento imprenditoriale e manageriale più dinamico e proattivo.

# osservatorio

*emilia-romagna*

Luglio 2014

L'Osservatorio sul credito di Unioncamere Emilia-Romagna