



Camera di Commercio  
Roma

ASSET - CAMERA  
Azienda Speciale

# Le Aspettative delle Imprese della Provincia di Roma per il Primo Quadrimestre 2013

Febbraio 2013

**Indagine congiunturale sulle Imprese della provincia di Roma,  
Primo quadrimestre 2013**



La presente analisi è stata curata da **ASSET Camera**, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma, che si è avvalsa per la realizzazione della **Luiss Business School**

## INDICE

Premessa di Stefano Venditti, Presidente di Asset Camera

Executive summary	4
1. Il quadro d'insieme -	8
2. Specificità e questioni rilevanti nei singoli comparti produttivi	12
3. Specificità e questioni rilevanti nelle diverse classi dimensionali	17
4. Nota Metodologica	20

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di produzione e di adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo sono riservati esclusivamente ad ASSET Camera, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma. Nessuna parte del presente documento può essere riprodotta senza autorizzazione scritta da parte di ASSET Camera.

## PREMESSA

di Stefano Venditti<sup>1</sup>

La scelta di avviare un progetto per l'analisi congiunturale del territorio imprenditoriale romano nasce dalla necessità di conoscere e monitorare gli indicatori macro – economici supportando le imprese, gli operatori e le istituzioni nei processi decisionali che costantemente affrontano nella loro attività. Fornire una base conoscitiva adeguata alle imprese del territorio per la realizzazione delle strategie aziendali, sviluppare la conoscenza del territorio e delle sue potenzialità, definire scenari previsionali monitorando le performance competitive dell'economia locale: sono questi gli obiettivi che Asset Camera, azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma, si propone di raggiungere.

In particolare il costante dialogo sviluppato negli anni con il sistema delle imprese, attraverso le aziende iscritte al CRM della Camera di Commercio di Roma ha permesso agli uffici di costruire un panel d'impresa rappresentativo dell'intera economia romana, determinato in conformità con il criterio di rappresentatività per macro settori e per tipologia giuridica. Da questi presupposti nasce quindi questa prima rilevazione congiunturale a cui faranno seguito nel corso del 2013, rilevazioni a cadenza quadrimestrale e focus tematici.

In questo quadro i risultati dell'indagine, relativa al primo quadrimestre 2013, fotografano una situazione complessa per le aziende, frutto della fase che il sistema economico italiano, *in primis*, ed europeo stanno attraversando, su cui è opportuna una riflessione comune di tutti gli attori del sistema. E' forte infatti la percezione della crisi in atto da parte delle imprese, crisi che morde e morderà ancora nei prossimi mesi. Al contempo però l'indagine mette in luce alcune questioni cruciali, i cosiddetti "driver della ripresa" su cui le istituzioni sono chiamate ad interrogarsi per costruire adeguate politiche di sostegno alla crescita per le imprese, come: la dinamica dei costi, la domanda del lavoro, l'internazionalizzazione, gli investimenti, le leve competitive, le strategie settoriali. L'orientamento delle aziende mostra inoltre significative differenze a livello settoriale evidenziando comparti dove l'aspettativa è positiva e la crisi percepita meno pesantemente; per questo è necessario interrogarsi sui meccanismi di stimolo e le leve competitive da adottare, differenziando gli interventi settorialmente.

L'obiettivo quindi che ci si propone con questa prima indagine non è relativo alla sola rilevazione della situazione economica ed allo studio delle sue dinamiche ma si vuole indagare sui driver della ripresa, sui segnali di reazione del mondo imprenditoriale, per definire un percorso virtuoso. Proprio nei periodi di maggiore difficoltà diviene infatti centrale la comprensione dei fenomeni ed il coinvolgimento di tutti gli attori economici in politiche di sostegno che facilitino un percorso di crescita e sviluppo. Da qui la necessità che il sistema camerale, da sempre al fianco delle imprese, continui nella sua attività di supporto, affiancando gli imprenditori in attività ed azioni che siano di stimolo allo sviluppo.

---

<sup>1</sup> Presidente di Asset Camera, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma.

## Executive summary

### 1. Il quadro d'insieme

- Il 70% delle imprese romane ha un'aspettativa per il prossimo quadrimestre di riduzione del fatturato nel mercato interno. Circa il 25% addirittura di "forte diminuzione"
- Tra le imprese che esportano, la percentuale di quelle che temono una contrazione rimane prevalente, pur scendendo a circa il 50%. È, però, relativamente più consistente (15% del totale) il nucleo delle aziende che si aspetta un incremento.
- È relativamente meno negativa l'aspettativa sull'andamento generale del mercato; si ferma al 63% la percentuale di coloro che ritiene ci sarà una contrazione anche forte, mentre arriva a quasi il 6% la percentuale degli ottimisti.
- Nel prossimo quadrimestre l'occupazione rimarrà stazionaria per il 70-75% delle imprese (con riferimento, rispettivamente agli addetti a tempo indeterminato o determinato).
- Il 27% delle imprese pensa di ridurre i propri addetti a tempo indeterminato e il 23% circa quelli a tempo determinato.
- Il 70% delle imprese non prevede nuovi investimenti nel prossimo trimestre
- Tra il 30% che pensa a nuovi investimenti, circa un terzo investirà in marchio, immagine e comunicazione.
- Solo l'8% circa del campione pensa a nuovi investimenti in innovazione, in capitale umano o in rafforzamento della rete distributiva
- Il 40% circa delle imprese ritiene che rimarranno stazionari sia i costi degli input produttivi (materie prime, semilavorati e lavoro) che i prezzi di vendita degli output
- Tra il 60% che si attende invece delle variazioni è circa doppia la proporzione delle imprese che teme un andamento determinante la forte contrazione dei margini (chi prevede un aumento dei costi è circa il doppio di chi prevede un aumento dei prezzi e chi prevede una diminuzione dei prezzi è circa il doppio di chi prevede un analogo andamento dei costi)
- La visione sulle problematiche finanziarie continua a peggiorare: per il 63% quasi del campione, la disponibilità di finanziamenti bancari sarà nel prossimo quadrimestre peggiore di quanto sia stata nel precedente; per il 58% crescerà il loro costo e per quasi il 57% sarà ancora più difficile la riscossione dei crediti.

- La situazione economica generale è considerata peggiore di quella del precedente quadrimestre da oltre il 48% delle aziende e “molto peggiore” da un altro 25%.
- La crescente contrazione del mercato interno è considerato il primo ostacolo allo sviluppo aziendale dalla netta maggioranza del campione (37% del totale); seguono il continuo aumento dei costi di produzione (17% circa) e l’inefficienza della pubblica amministrazione (12%).
- Oltre il 50% delle imprese romane pensa di rispondere alla attuale crisi attraverso il recupero di efficienza e la riduzione delle spese generali. Un altro 20% indica l’aumento di valore percepito dal proprio mercato.
- Sono relativamente poche le imprese che pensano di competere sulla base di alleanze strategiche (5%); internazionalizzazione (3,6%); innovazione (2%). Quasi il 7%, invece, punta sulla vendita della propria attività o sulla sua chiusura!.

## **2. Specificità e questioni rilevanti nei singoli comparti produttivi**

- L’aspettativa decisamente negativa sul fatturato futuro prevale in tutti i comparti; risulta particolarmente accentuata nel “Commercio” (quasi l’80% delle imprese) e, al contrario, relativamente meno forte ne “Servizi alla persona” e in “Agricoltura” (circa 53% delle indicazioni).
- Il minor pessimismo dell’ “Agricoltura” è confermato anche per quanto concerne le aspettative sull’andamento del mercato in generale.
- Sulle aspettative di nuova occupazione prevale nettamente in tutti i comparti e per tutte le figure considerate (laureati, diplomati, non diplomati) l’aspettativa di stazionarietà, con punte particolarmente elevate nell’ “Agricoltura”.
- Il “Commercio” è il comparto dove risulta maggiore la percentuale di aziende che non ha cercato nuovi addetti, con valori compresi tra l’83%(diplomati) e l’86% (laureati). Il “Turismo” mostra con il 71-73% la percentuale in questo senso relativamente più contenuta.
- Le imprese del “Manifatturiero” e dei “Servizi alla persona” sono quelle con atteggiamento relativamente meno negativo sul fronte dei nuovi investimenti (sono meno del 50 - 51%, infatti, quelle che pensano di non fare alcun investimento nel prossimo quadrimestre.
- Il “Commercio” è, al contrario, il comparto dove è nettamente più alta (oltre il 77%) la percentuale delle aziende che nel prossimo futuro non intende investire, seguito dalle “Costruzioni” al 76%.
- L’aspettativa di aumento o forte aumento dei costi di materie prime e semilavorati è particolarmente diffusa tra le imprese del manifatturiero (37,5% rispetto al quasi 34% per quanto riguarda l’intero campione).

- In questo stesso comparto, si ha anche l'insieme relativamente più numeroso di imprese (36% del totale) che prevede invece una diminuzione dei costi degli input produttivi.
- Per quanto riguarda i prezzi di vendita, l'aspettativa di stabilità prevale nettamente tra le imprese dell' "Agricoltura" (oltre il 55% del comparto) e nei "Servizi alle imprese" (quasi il 48%).
- L'aspettativa negativa sulle tre questioni cruciali della gestione finanziaria delle imprese è comune alle imprese in tutti i comparti pur, anche in questo caso, con alcune differenze.
- Il giudizio negativo sulla situazione economica generale risulta particolarmente diffuso nel "Commercio", dove si esprimono in questo senso oltre il 79% delle imprese e quasi un terzo di queste ritiene la situazione attuale "molto peggiore" di quella del precedente quadrimestre.
- Nei "Servizi alla persona e altri servizi" si osserva la percentuale relativamente più bassa di aziende con una visione negativa, pari precisamente al 65,8%.
- La crescente diminuzione del mercato interno è indicato come il principale ostacolo in tutti i comparti. Nel "Manifatturiero" è indicato in proporzione maggiore (oltre il 45% del campione).
- Nel "Manifatturiero" si osserva la presenza relativamente più elevata di aziende focalizzate sull'internazionalizzazione. In valore assoluto, rimane comunque molto modesto il numero di aziende manifatturiere che puntano su questa strategia.
- Il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali è la strategia attuata dalla maggioranza delle aziende in tutti i comparti; con una diffusione superiore alla media nell' "Agricoltura" (oltre il 57% delle aziende) e nelle "Costruzioni" (oltre il 55% delle aziende).
- Nel "Commercio" arrivano ad oltre il 10% le aziende che pensano alla vendita o alla liquidazione dell'azienda quale soluzione dei problemi (rispetto al 6,8% dell'intero campione).

### **3. Specificità e aspetti rilevanti nelle diverse classi dimensionali**

- Le aspettative per il prossimo quadrimestre permangono ancora negative per le imprese di tutte le classi dimensionali. Tuttavia, le "piccole" si distinguono per un orientamento meno pessimista delle altre. Situazione analoga si osserva per quanto riguarda le aspettative sul mercato estero.
- Le piccole hanno un orientamento meno pessimistico anche per quanto riguarda l'andamento del mercato in generale.
- Le imprese medio – grandi hanno, invece, una visione prevalentemente negativa in maniera analoga a quella mostrata dalle micro – aziende. Per quanto riguarda il mercato estero, un orientamento relativamente più positivo emerge anche tra le imprese medio – grandi.

- Le aspettative delle imprese relativamente alla domanda di lavoro a tempo indeterminato non mostrano significative differenze in relazione alla classe dimensionale di appartenenza.
- Differenze significative si osservano riguardo la difficoltà di reperimento di personale corrispondente alle proprie esigenze, difficoltà maggiormente diffusa tra le micro-imprese
- Nel segmento delle micro – imprese si osserva una situazione leggermente peggiore anche sul piano delle aspettative di nuovi investimenti. Al contrario, le piccole imprese hanno la maggiore attitudine ad investire: il 45% si esprime in tal senso.
- Le piccole imprese sono relativamente più orientate delle altre a favore di investimenti nell’ampliamento e/o ammodernamento di impianti e macchinari. Piuttosto consistente anche l’attenzione verso gli investimenti in innovazione e per il miglioramento del capitale umano.
- Le piccole e le medio – grandi imprese hanno una visione molto più centrata sulla stazionarietà sia dei costi che, soprattutto dei prezzi; relativamente a questi ultimi, supera nettamente il 50% la quota di imprese che nel prossimo quadrimestre si aspetta prezzi di vendita stabili.
- Sulle tematiche finanziarie, la diffusione tra le imprese di una aspettativa di peggioramento rispetto al precedente quadrimestre è direttamente collegata alla loro dimensione.
- Le medie e grandi imprese mostrano, invece, una preoccupazione molto più diffusa per quanto concerne la riscossione dei crediti.
- La posizione delle piccole imprese risulta relativamente meno negativa anche per quanto riguarda la visione della situazione economica generale.
- La crescente diminuzione del mercato interno è la prima preoccupazione largamente più diffusa tra le medie e grandi imprese (44% del totale), mentre è segnalata solo dal 28% delle piccole. Tra queste ultime è largamente più diffusa rispetto al totale del campione la preoccupazione relativa all’aumento dei costi di produzione (17,5% del comparto).
- Il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali rimane la strategia più diffusa per le aziende di tutte le categorie dimensionali. Tra le piccole imprese, questa strategia è indicata dal 47% del campione; tra le medie e le grandi, supera, invece il 60%.
- Le imprese di piccola dimensioni mostrano anche una maggiore tendenza verso il rafforzamento della qualità media del capitale umano (strategia indicata da quasi il 14% del comparto).

## 1. Il quadro d'insieme

### ***1.1 Le aspettative sul mercato interno ed estero***

Le aspettative per il prossimo quadrimestre permangono ancora negative per gran parte delle imprese romane.

Quasi il 46% si aspetta una diminuzione del fatturato e il 25% circa addirittura una “forte diminuzione”, complessivamente, oltre il 70% ha una aspettativa negativa dell'andamento del business nel prossimo futuro.

Esiste, ma è davvero esiguo al di sotto del 5%, il nocciolo di imprese “forti” che invece si aspettano un aumento o un forte aumento del proprio fatturato.

Desta ulteriore preoccupazione il prevalere di una aspettativa negativa anche per quanto riguarda il fatturato estero. Sono il 50% circa le imprese che si aspettano una contrazione anche del loro fatturato estero, mentre per un altro 35% l'andamento sarà piuttosto stazionario; per il 15% addirittura in aumento. Le imprese che operano con l'estero tendono dunque ad avere una visione relativamente meno negativa di quelle focalizzate sul solo mercato interno.

Il confronto tra le aspettative relative al proprio fatturato e quelle sull'andamento del mercato in generale offre una indicazione della fiducia delle imprese sulla propria capacità competitiva. Per il prossimo quadrimestre, una parte non irrilevante di imprese romane ha una visione negativa a riguardo.

Si ferma al 63% la quota di coloro che ritengono che il mercato in generale avrà un andamento peggiore o molto peggiore del precedente trimestre; si ricorda che sono oltre il 70% le imprese che, invece, si aspettano una contrazione anche forte del proprio fatturato. In prima approssimazione, si può dunque, stimare un 7% circa di aziende che si aspetta di andare peggio del mercato. Nella stessa direzione va il confronto tra gli “ottimisti”: la percentuale di imprese che ha una visione positiva del mercato arriva a quasi il 6%, rispetto al 4,8% di quelle che hanno un'aspettativa di crescita del proprio fatturato.

La situazione è simile per quanto riguarda l'estero, considerato che circa il 60% di coloro che ha espresso un'opinione su questa domanda, ritiene che il mercato estero rimarrà stazionario o addirittura migliorerà, e solo il rimanente 40% ritiene ci sarà un peggioramento.

### ***1.2 La domanda di lavoro***

Le cattive prospettive relative alle vendite si riflettono inevitabilmente sulla domanda di lavoro che permane molto debole.

Per il primo quadrimestre 2013, circa il 27% delle imprese romane prevede una contrazione dei propri addetti a tempo indeterminato e questo riguarda praticamente nella stessa proporzione laureati, diplomati e non diplomati. Il 71% circa parla di stazionarietà e sono solo il 2-3% le imprese che indicano un aumento di occupazione (con maggiore frequenza per quanto riguarda i laureati).

Leggermente più stabile appare la tendenza della domanda di lavoro a tempo determinato. In questo ambito, scendono al 22-23% le imprese che pensano di ridurre il numero degli occupati e salgono a circa il 75% quelle che indicano stazionarietà; rimangono comunque solo al 2-3% le imprese che pensano di aumentare i propri dipendenti.

Anche per quanto riguarda il lavoro a tempo determinato, la situazione risulta leggermente migliore per le figure con elevati livelli di formazione (laureati)

La stazionarietà della domanda è confermata dal fatto che nel precedente quadrimestre circa l'80% delle imprese non ha cercato nuovi addetti.

Del rimanente 20% di imprese che ha invece cercato nuove risorse umane da inserire nella propria organizzazione, tra il 40% e il 50% (in relazione al livello di formazione) ha indicato di aver incontrato difficoltà o anche “molta” difficoltà a veder soddisfatta la propria domanda di lavoro. Esiste dunque, una discrasia tra le professionalità offerte sul mercato e quelle domandate.

Questo problema è confermato dal fatto che quasi un quarto delle imprese dichiara un peggioramento anche rilevante delle condizioni di reperimento delle risorse umane. Su questo punto, prevale però l'insieme delle aziende che indica una situazione a riguardo stabile (36% del totale) ed è a quasi il 22% la percentuale di coloro che indica addirittura un miglioramento.

### ***1.3 Le aspettative sugli investimenti***

Il “gelo” sul fronte della domanda di lavoro si conferma anche sul piano dei nuovi investimenti.

Il 70% circa delle imprese dichiara che nell'arco del prossimo trimestre non pensa di realizzare alcun tipo di nuovo investimento.

Tra il 30% di aziende che dichiara invece l'intenzione di investire, un terzo circa (pari quindi al 10% del totale) si focalizza su “marchio, comunicazione e immagine” e una percentuale leggermente inferiore sull'ammodernamento di impianti, macchinari e attrezzature. Intorno all'8% del totale sono le imprese che pensano ad investimenti nel rafforzamento del capitale umano; altrettante nel rafforzamento della rete commerciale e praticamente lo stesso in ricerca e sviluppo per l'innovazione dei prodotti offerti.

### ***1.4 Le aspettative su costi di produzione e prezzi di vendita***

Non è solo la dinamica ancora prevalentemente negativa dei mercati a preoccupare le imprese romane, ma anche la previsione di una contrazione dei margini causata da un aumento degli input produttivi cui non corrisponde un aumento altrettanto generalizzato dei prezzi di vendita.

Pur in un quadro in cui prevale l'attesa di stabilità di costi degli input e prezzi di vendita degli output, si osserva che la percentuale di imprese che si aspetta un aumento dei primi è circa doppia di quella che

prevede un aumento dei secondi; al contrario, la percentuale di coloro che prevede una diminuzione dei prezzi di vendita è doppia di chi prevede una diminuzione dei costi.

Nel dettaglio, tra il 40 e il 43% delle imprese ritiene che saranno stazionari sia i prezzi di vendita che i costi di materie prime dei semilavorati e del costo del lavoro. Solo il 19% ritiene che nel prossimo quadrimestre i prezzi potranno aumentare, mentre un aumento dei costi è atteso da oltre il 36% del campione. La diminuzione dei costi è indicata dal 23% del campione (solo dal 21% per quanto riguarda in particolare il costo del lavoro), mentre una diminuzione dei prezzi è attesa da oltre il 40% delle imprese romane.

### ***1.5 Le aspettative sulle questioni finanziarie***

Prevale decisamente la visione negativa anche sulle tre questioni cruciali della gestione finanziaria delle imprese: i) disponibilità di finanziamenti dalle banche; ii) costo del debito con le banche; iii) riscossione dei crediti.

Un andamento peggiore o molto peggiore del precedente quadrimestre è indicato per la prima parte del 2013, rispettivamente dal: 63%, 58% e 57% circa del campione. Importante rilevare che a queste tre domande una percentuale significativa del campione (tra il 13 e il 17%) ha risposto di “non sapere”. Non è quindi irrilevante l’incremento delle tre percentuali indicate sopra se si considerassero solo coloro che hanno espresso un’indicazione precisa.

Pesano pochi punti percentuali gli insiemi di imprese che sulle tre questioni citate si aspettano un miglioramento per il prossimo quadrimestre.

### ***1.6 La situazione economica generale e i principali fattori negativi che ostacolano l'impresa***

La situazione economica generale è considerata peggiore di quella del precedente quadrimestre da oltre il 48% delle aziende e “molto peggiore” da un altro 25%. Nel complesso, arrivano a quasi il 74% le imprese che percepiscono un andamento ancora negativo dell’economia. Modestissima, di contro, la quota (3,7%) di coloro che indica un tendenziale miglioramento.

Per oltre il 37% delle aziende romane, il principale fattore negativo che si trovano a fronteggiare è la crescente contrazione del mercato interno. È una questione su cui occorre riflettere attentamente, indicativa del venir meno del principale fattore di sviluppo del tessuto produttivo romano, appunto la grande dimensione del mercato locale, per altro in buona parte costituito da domanda pubblica.

Il continuo aumento dei costi di produzione è il secondo ostacolo più citato, ma con una frequenza pari a meno della metà del precedente (quasi il 18% dei rispondenti); al terzo posto con quasi il 12% delle indicazioni, la crescente inefficienza della pubblica amministrazione.

Relativamente meno sentiti i problemi della produttività (poco più del 4% del campione) e delle infrastrutture economiche e dei relativi servizi (quasi il 5% del campione).

### ***1.7 Le strategie per superare gli ostacoli e recuperare competitività***

Il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali è la strategia attuata dalla maggioranza assoluta delle imprese romane per rispondere alle attuali difficoltà competitive, per l'esattezza da quasi il 51% del campione. Sull'incremento del "valore" offerto e percepito dal mercato, attraverso adeguate strategie di differenziazione, punta il 20% delle imprese; la diffusione di quest'ultimo orientamento strategico aumenta se si considerano anche le indicazioni relative alla seconda possibile opzione strategica.

Sono quindi relativamente molto modesti gli insiemi di aziende orientate ad attuare quelle strategie che è frequente osservare nei sistemi produttivi che meglio stanno resistendo nella attuale fase di crisi generale. Solo il 5% pensa ad alleanze strategiche con altre imprese; un dato su cui riflettere anche in considerazione della notevole attenzione posta oramai da diversi anni dalle associazioni imprenditoriali sullo sviluppo delle reti d'impresa. Pesa meno del 4% l'insieme delle imprese orientate verso l'estero e addirittura sono solo il 2% circa quelle che mettono l'innovazione al centro del proprio progetto strategico. Infine, da rilevare un 6% che pensa di puntare sul miglioramento della qualità media del capitale umano.

Tutti numeri per altro inferiori al quasi 7% che pensa di arrendersi, indicando come strategia futura la vendita o la cessazione della propria attività.

L'orientamento verso le alleanze strategiche e l'innovazione aumenta leggermente se si considerano le risposte relative alla "seconda opzione" strategica; rimane molto modesta, invece, l'idea di rafforzare la posizione estera. Aumenta anche la percentuale di coloro che pensano alla vendita dell'azienda.

## 2. Specificità e aspetti rilevanti nei comparti produttivi

### 2.1 *Le aspettative sul mercato interno ed estero*

Tra i diversi comparti si osservano alcune differenze notevoli per quanto riguarda le aspettative future di fatturato, pur prevalendo ovunque un orientamento in senso negativo.

Nel “Commercio” la percentuale di coloro che si aspetta una diminuzione o forte diminuzione del fatturato arriva a quasi l’80%<sup>2</sup>. al contrario, nei “Servizi alla persona e altri servizi” e nell’ “Agricoltura e allevamento”, si ferma addirittura intorno al 53%; nel primo arriva addirittura a quasi il 10% l’insieme delle imprese che si aspetta un incremento delle vendite.

In tutti gli altri comparti, la distribuzione delle imprese rispetto alle aspettative sul fatturato è tendenzialmente più omogenea, con accenti leggermente più negativi della media per il “Manifatturiero” e meno per i “Servizi alle imprese”.

Richiede attenzione il dato delle imprese del “Turismo” che per quasi il 70% si aspettano una diminuzione anche forte del fatturato e solo nel 3,4% dei casi un aumento.

Per quanto riguarda le attese dai mercati esteri, in gran parte dei comparti, il numero molto esiguo di rispondenti rende poco significative le evidenze ottenute. Fanno eccezione in questo senso il “Manifatturiero” e il “Turismo”; in entrambi i casi la netta maggioranza dei rispondenti conferma una visione negativa.

Il minor pessimismo delle imprese dell’ “Agricoltura” è confermato anche per quanto concerne le aspettative sull’andamento del mercato in generale: si ferma al 51% la percentuale di quelle che si aspettano una contrazione (e sono pochissime quelle che in particolare parlano di “forte” contrazione).

Per quanto riguarda, invece le aspettative di incremento del mercato in generale, in tutti i comparti, la percentuale di imprese che si dichiara in tal senso è molto modesta; relativamente maggiore nei “Servizi alle imprese” (8,5% del comparto rispetto al 5,9% del campione totale) e nel “Manifatturiero” (7,8% del comparto).

Nel commercio si osserva la distribuzione peggiore: le imprese “ottimiste” non vanno oltre il 3% del totale, mentre quelle che prevedono una contrazione del mercato in generale arrivano a quasi il 70%.

L’elevato numero di imprese che in ciascun comparto non si esprime circa l’andamento del mercato estero nel prossimo quadrimestre, rende poco significativa l’analisi a livello di singoli comparti. Fa eccezione il turismo in cui circa tre quarti del campione da un’indicazione; prevale nettamente l’ipotesi di stabilità del mercato in generale.

### 2.2 *La domanda di lavoro*

---

<sup>2</sup> Si ricorda che il valore aggregato era di poco superiore al 70%

Le differenze tra i comparti per quanto riguarda l'andamento delle vendite trovano alcune corrispondenze sul piano della domanda di lavoro a tempo indeterminato.

Anche in questo caso prevale nettamente in tutti i comparti l'aspettativa di stazionarietà, con punte particolarmente elevate nell'"Agricoltura". Il dato è abbastanza omogeneo in tutti e tre i sotto-insiemi di figure considerate nell'indagine (laureati, diplomati, non diplomati)-

Nell'"Agricoltura" la percentuale delle aziende che si aspetta una contrazione di occupazione è inferiore a quella dell'intero campione, con un valore particolarmente inferiore per la categoria dei "diplomati". Al contrario, è piuttosto alta, superando il 30% tra le imprese del "manifatturiero" (dove per converso sono relativamente meno quelle che parlano di "stabilità", al 67 -70% del totale di comparto); va segnalato che in questo comparto, addirittura il 13-16% si aspetta una "forte diminuzione", segnale della presenza nella Provincia di Roma di un significativo numero di aziende manifatturiere impegnate in complessi processi di ristrutturazione.

Tra le imprese dei "Servizi alla persona e altri servizi" l'aggregato che ha un'aspettativa di incremento dell'occupazione ha il maggior peso relativo, arrivando nel caso dei "laureati" ad oltre il 7% del totale.

Per quanto riguarda l'occupazione a tempo determinato, la situazione nei vari comparti risulta abbastanza simile anche se con qualche aspetto maggiormente accentuato.

Rispetto al 73 -75% dell'intero campione che prevede una sostanziale stazionarietà degli occupati a tempo determinato (sia nel caso dei laureati, che dei diplomati e dei non diplomati), si differenzia la posizione più incerta delle imprese del manifatturiero: sono intorno al 65-67% quelle che parlano di "stazionarietà" dell'occupazione, mentre arrivano al 31-32% quelle che pensano ad una riduzione anche drastica (a livello di intero campione si è espresso in questo senso il 22-24% del totale).

Anche in questo ambito, nell' "Agricoltura" si registra una diffusione relativamente minore delle imprese con una visione negativa (17-19%) e arrivano intorno all'80% quelle che prevedono una stabilità dell'occupazione.

La percentuale di imprese che pensa di aumentare la domanda di lavoro risulta relativamente più elevata, a quasi il 5% nei "servizi alla persona e altri servizi"; un valore che in senso assoluto rimane comunque molto modesto. Interessante osservare che le previsioni delle imprese nei "servizi alla persona" sono sistematicamente migliori di quelle degli operatori nei "servizi alle imprese".

Il "Commercio" è il comparto dove risulta maggiore la percentuale di aziende che nell'ultimo quadrimestre non ha cercato nuovi addetti, con valori compresi tra l'83%(diplomati) e l'86% (laureati). Il "Turismo" (alberghi e ristorazione) mostra con il 71-73% la percentuale in questo senso relativamente più contenuta.

Tra le imprese che hanno cercato nuovo personale, le maggiori difficoltà a trovare persone con le competenze necessarie sono segnalate con riferimento ai "laureati" dalle aziende del "Manifatturiero"

(12,5% delle imprese del comparto), e per quanto riguarda i diplomati e i non diplomati nel “Turismo” (9-10% delle imprese del comparto).

La preoccupazione sulla reperibilità delle risorse umane necessarie è maggiore nell’ “Agricoltura” (32% del comparto rispetto al 22% dell’intero campione) e nel “Turismo” (35% del comparto). In quest’ultimo settore, tuttavia, sono relativamente più numerose le aziende che hanno un’aspettativa positiva (26% del comparto rispetto a meno del 22% dell’intero campione).

Nei “Servizi alle imprese” e “Servizi alla persona e altri servizi” è, invece, meno sentito il problema in oggetto, dato che solo il 19% circa delle imprese in questi comparti dichiara un peggioramento rispetto al precedente quadrimestre.

### ***2.3 Le aspettative sugli investimenti***

Le imprese del “Manifatturiero” sono quelle relativamente meno negative sul fronte dei nuovi investimenti; in questo comparto, sono meno del 50%, infatti, quelle che pensano di non fare alcun investimento nel prossimo quadrimestre. Relativamente meno “negativo” è anche l’orientamento nei “Servizi alla persona e altri servizi” dove tale percentuale arriva al 51%.

Il “Commercio” è, al contrario dove è nettamente più alta (oltre il 77%) la percentuale delle aziende che nel prossimo futuro non intende investire, seguito dalle “Costruzioni” al 76%.

Nel “Manifatturiero”, oltre un terzo delle aziende che ha dichiarato un orientamento positivo verso gli investimenti, è significativa la quota di imprese intenzionate a irrobustire la propria struttura produttiva; oltre un terzo, pensa in particolare di investire nel rinnovo degli asset materiali e un altro 30% circa punta addirittura all’ampliamento della propria capacità produttiva. Relativamente consistente è anche il numero di imprese che intende impegnarsi nello sviluppo del capitale umano, del marchio e dell’immagine e nell’innovazione. Se, dunque, il comparto manifatturiero si osserva, accanto alla rilevante quota di imprese in forte difficoltà sul piano sia del mercato che della dimensione organizzativa, l’esistenza di un nucleo di aziende, pur numericamente limitato, che appare chiaramente orientata verso lo sviluppo di nuove opportunità di business.

Nei “Servizi alla persona e altri servizi”, buona parte delle imprese intenzionate ad investire è focalizzata sul miglioramento della qualità del capitale umano oltre che sul rinnovo di impianti e macchinari. Interessante rilevare nel “turismo” che metà circa delle imprese che prevede di effettuare nuovi investimenti, pensa all’ammodernamento di impianti, attrezzature e macchinari

### ***2.4 Le aspettative su costi di produzione e prezzi di vendita***

L’aspettativa di aumento o forte aumento dei costi di materie prime e semilavorati è particolarmente diffusa tra le imprese del manifatturiero (37,5% rispetto al quasi 34% per quanto riguarda l’intero campione).

Per gli altri comparti i valori sono abbastanza omogenei intorno al valore medio dell'intero campione, con l'eccezione dell' "agricoltura" che mostra valori inferiori, sul 32%.

Interessante rilevare che sempre nel "manifatturiero" si ha l'insieme relativamente più numeroso di imprese (36% del totale) che prevede invece una diminuzione dei costi degli input produttivi; di conseguenza, è molto bassa (inferiore al 27%) la percentuale delle imprese che si aspetta una stabilità dei prezzi. Le imprese con tale aspettativa prevalgono, al contrario, in "agricoltura (47% quasi del totale di comparto) e nei "servizi alle imprese" (47% del totale di comparto).

Una situazione di tutto simile si osserva per quanto riguarda le attese sul costo del lavoro. Nel "Manifatturiero", ben il 44% delle imprese ritiene che nel prossimo quadrimestre ci sarà un aumento; ma oltre il 31% si attende, al contrario, una contrazione.

In tutti gli altri comparti, la distribuzione delle imprese non si discosta troppo da quella osservata a livello dell'intero campione. Uniche eccezioni; l'"Agricoltura", ove è relativamente modesta (a meno del 30%) la percentuale delle imprese che si aspetta un aumento del costo del lavoro e il "Turismo", ove al contrario sono ad oltre il 40% le imprese che hanno tale aspettativa, mentre sono inferiori al 16% quelle che pensano ad una possibile contrazione del costo del lavoro.

Per quanto riguarda i prezzi di vendita, l'aspettativa di stabilità prevale nettamente tra le imprese dell' "Agricoltura" (oltre il 55% del comparto, rispetto al 41% complessivo) e nei "Servizi alle imprese" (quasi il 48%).

Sempre in "Agricoltura" è particolarmente modesto l'insieme delle aziende che attende una contrazione dei prezzi (meno del 28% del comparto, rispetto ad oltre il 40% complessivo); una situazione analoga anche se meno intensa si osserva nei "Servizi alle imprese" (solo il 30% del comparto prevede una diminuzione dei prezzi). Sul fronte delle aspettative di aumento, l'ottimismo è relativamente più diffuso tra le aziende dei "Servizi alla persona ed altri servizi" (22% del comparto, rispetto al 19% complessivo).

## ***2.5 Le aspettative sulle questioni finanziarie***

L'aspettativa negativa sulle tre questioni cruciali della gestione finanziaria delle imprese è comune alle imprese in tutti i comparti pur, anche in questo caso, con alcune differenze.

Per quanto riguarda la disponibilità delle banche ad erogare finanziamenti, la previsione di un peggioramento è particolarmente diffusa, arrivando al 69% del totale nel comparto dei "Servizi alle imprese". Il pessimismo è relativamente meno diffuso tra le aziende dell' "Agricoltura" (55% del totale di comparto) e soprattutto dei "Servizi alla persona e altri servizi" (meno del 49% del totale di comparto). Nell'Agricoltura sono relativamente numerose le imprese che hanno addirittura una aspettativa di miglioramento, arrivando al 6,4% del comparto (rispetto al 3,2% del campione totale).

Sul costo del debito bancario, nel “Turismo” e nei “Servizi alla persona”, si fermano al 51% le imprese che prevedono un loro aumento (rispetto al 58% del campione totale). Al contrario, nel “Manifatturiero”, l’aspettativa di peggioramento è particolarmente diffusa, coinvolgendo oltre il 67% delle aziende.

Anche relativamente al problema della riscossione dei crediti, le imprese del “Turismo” sono tendenzialmente meno pessimiste: meno del 42% si aspetta infatti un quadrimestre peggiore; allo stesso modo, quelle del manifatturiero si confermano quelle con le aspettative peggiori con quasi il 69% del campione che si esprime in questo senso.

## ***2.6 I principali fattori negativi che ostacolano l’impresa***

Il giudizio negativo sulla situazione economica generale risulta particolarmente diffuso nel “Commercio”, dove si esprimono in questo senso oltre il 79% delle imprese e quasi un terzo di queste ritiene la situazione attuale “molto peggiore” di quella del precedente quadrimestre.

Nei “Servizi alla persona e altri servizi” si osserva la percentuale relativamente più bassa di aziende con una visione negativa, pari precisamente al 65,8%.

Gli “ottimisti” sono pochissimi in tutti i comparti; proporzionalmente più presenti nell’ “Agricoltura” e nel “Manifatturiero”, con un valore superiore al 6%.

La crescente diminuzione del mercato interno è indicato come il principale ostacolo in tutti i comparti. Tuttavia, nel “Manifatturiero” viene indicato in proporzione maggiore (oltre il 45% del campione. Per le imprese dell’ “Agricoltura” è, invece, particolarmente rilevante il problema del continuo aumento dei costi della produzione (segnalato da quasi il 28% delle aziende). Il problema dell’inefficienza della pubblica amministrazione è, invece, relativamente più sentito nei “Servizi all’impresa” (oltre il 17% delle aziende rispetto a meno del 12% dell’intero aggregato) e nelle “Costruzioni” (14% delle aziende).

## ***2.7 Le strategie per superare gli ostacoli e recuperare competitività***

Il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali è la strategia attuata dalla maggioranza delle aziende in tutti i comparti; con una diffusione superiore alla media nell’ “Agricoltura” (oltre il 57% delle aziende rispetto al valore inferiore al 51% dell’intero aggregato) e nelle “Costruzioni” (oltre il 55% delle aziende).

La seconda opzione strategica più diffusa è “l’aumento del valore dell’offerta percepito dal mercato”. Su questa punta quasi il 30% delle imprese agricole e il 24% di quelle turistiche; al contrario risulta rilevante per meno del 10% di quelle di “Servizi alla persona e altri servizi”. In questo comparto è, invece, relativamente diffusa la sensibilità verso le alleanze strategiche indicate come strategia principale da quasi il 15% delle aziende (contro il 5% dell’intero campione) e verso l’innovazione (7,3% delle aziende rispetto al 2,2% a livello di interno campione).

Nel “Manifatturiero” si osserva la presenza relativamente più elevata di aziende focalizzate sull'internazionalizzazione (9,4%, valore pari a più di 2,5 volte quello relativo all'intero campione). In valore assoluto, rimane comunque molto modesto il numero di aziende manifatturiere che puntano su questa strategia.

Il forte orientamento negativo delle imprese del “Commercio”, rilevato più volte nelle precedenti questioni, trova qui una preoccupante conferma. In questo comparto arrivano infatti ad oltre il 10% le aziende che pensano alla vendita o alla liquidazione dell'azienda quale soluzione dei problemi (rispetto al 6,8% dell'intero campione). Al 9,4% è relativamente alto anche il valore osservato nel “Manifatturiero”; anche in questo caso, a conferma dell'esistenza di un nucleo non irrilevante di aziende in questo settore con prospettive di mercato e competitive particolarmente negative.

### 3. Specificità e aspetti rilevanti nelle diverse classi dimensionali

In considerazione della numerosità degli aggregati, l'analisi considera le seguenti tre classi dimensionali: i) le micro imprese (fino a nove addetti); ii) le piccole imprese (fino a 49 addetti); le medie e grandi imprese (oltre 49 addetti).

È opportuno evidenziare che per il modo in cui è stato costruito il campione, questa terza classe risulta costituita per quasi il 90% da imprese con un numero di addetti compreso tra 50 e 249.

È anche utile ricordare che dovendo essere coerente con la distribuzione delle imprese romane per dimensione, il campione considerato è costituito per l'87% da micro-imprese. ne deriva che i valori di questo aggregato siano tendenzialmente molto vicini a quelli osservati per l'intero campione osservato.

#### ***3.1 Le aspettative sul mercato interno ed estero***

Le aspettative per il prossimo quadrimestre permangono ancora negative per le imprese di tutte le classi dimensionali. Tuttavia, le "piccole" si distinguono per un orientamento significativamente meno pessimista delle altre: quelle che prevedono una diminuzione del fatturato sul mercato italiano sono meno del 47% (rispetto ad un valore complessivo di oltre il 70%); arrivano a quasi il 12% le imprese che prevedono addirittura un aumento, mentre a livello aggregato sono meno del 5%.

Situazione analoga si osserva per quanto riguarda le aspettative sul mercato estero, tenuto conto che quasi il 70% delle aziende non ha dato indicazioni, non avendo fatturato estero.

Le piccole hanno un orientamento meno pessimistico anche per quanto riguarda l'andamento del mercato in generale. L'ipotesi di ulteriore peggioramento è indicata da circa il 53% delle aziende di questo comparto, mentre a livello aggregato si supera il 63%. Al contrario, le piccole imprese che attendono un andamento migliore rispetto al precedente quadrimestre arrivano a quasi il 10% (contro un 5,9% a livello di intero aggregato).

Le imprese medio – grandi hanno, invece, una visione prevalentemente negativa in maniera analoga a quella mostrata dalle micro – aziende.

Per quanto riguarda il mercato estero, un orientamento relativamente più positivo emerge anche tra le imprese medio – grandi.

### **3.2 La domanda di lavoro**

Le aspettative delle imprese relativamente alla domanda di lavoro a tempo indeterminato non mostrano significative differenze in relazione alla classe dimensionale di appartenenza; i valori riscontrati negli aggregati distinti appunto per dimensione risultano abbastanza omogenei a quelli osservati a livello di intero campione. Lo stesso andamento si osserva per quanto riguarda le aspettative di assunzione di personale a tempo determinato.

Sia per quanto concerne gli addetti a tempo indeterminato che quelli a tempo determinato, le piccole imprese mostrano qualche segnale “meno peggiore” delle altre.

Differenze significative si osservano, invece, per quanto riguarda la difficoltà di reperimento di personale corrispondente alle proprie esigenze. Tra le micro-imprese, la percentuale di quelle che dichiara di non aver ricercato alcuna nuova figura professionale è superiore al valore per l'intero campione, superando per i laureati e i non – diplomati l'80%. Tra esse è inoltre minore la percentuale di aziende che dichiara di non avere difficoltà nel reperimento di risorse umane.

### **3.3 Le aspettative sugli investimenti**

Nel segmento delle micro – imprese si osserva una situazione leggermente peggiore anche sul piano delle aspettative di nuovi investimenti: il 72% dichiara di non avere intenzione di effettuare nuovi investimenti (contro meno del 70% dell'intero campione). Al contrario, le piccole imprese hanno la maggiore attitudine ad investire: il 45% si esprime in tal senso.

Esse hanno un orientamento relativamente maggiore delle altre a favore di investimenti nell'ampliamento e/o ammodernamento di impianti, macchinari e attrezzature (oltre il 15% del comparto, rispetto al 7-9% del totale). Piuttosto consistente anche l'attenzione verso gli investimenti in innovazione e per il miglioramento del capitale umano.

### **3.4 Le aspettative su costi di produzione e prezzi di vendita**

L'analisi delle previsioni relative a costi di produzione e prezzi di vendita a livello di singoli aggregati dimensionali mostra differenze significative tra questi, utili anche per valutare nella giusta prospettiva il risultato aggregato.

Le piccole e le medio – grandi imprese hanno una visione molto più centrata sulla stazionarietà sia dei costi (materie prime, semilavorati e lavoro) che, soprattutto dei prezzi; relativamente a questi ultimi, supera nettamente il 50% la quota di imprese che nel prossimo quadrimestre si aspetta prezzi di vendita stabili. Per converso, è molto minore rispetto al caso delle micro-imprese la quota delle aziende che prevede una diminuzione dei prezzi, ma anche la diminuzione dei costi.

### **3.5 Le aspettative sulle questioni finanziarie**

Sulle tematiche finanziarie, la diffusione tra le imprese di una aspettativa di peggioramento rispetto al precedente quadrimestre è direttamente collegata alla loro dimensione.

Tra le micro – imprese, infatti, l'indicazione di peggioramento è data da quasi il 64% per quanto riguarda la disponibilità di finanziamenti dalle banche; dal 60% relativamente al costo del debito con le banche; dal 57%, infine, riguardo la riscossione dei crediti commerciali. Sugli stessi temi, si esprimono nel senso di un peggioramento della situazione, rispettivamente il 59%, il 55% e il 56% delle piccole imprese.

Le medie e grandi imprese hanno valori oscillanti intorno al 50%, per quanto riguarda i finanziamenti bancari e il loro costo. Mostrano, invece, una preoccupazione molto più diffusa per quanto concerne la riscossione dei crediti.

### **3.6 La situazione economica generale e i principali fattori negativi che ostacolano l'impresa**

La posizione delle piccole imprese risulta relativamente meno negativa anche per quanto riguarda la visione della situazione economica generale. Sono “solo” il 62% quelle che ritengono tale situazione sia peggiore di quella del precedente quadrimestre (rispetto al 74% del campione totale). Per altro, arrivano a quasi il 9% le piccole imprese che danno invece una valutazione di miglioramento (3,8% il valore a livello di intero campione).

La crescente diminuzione del mercato interno è la prima preoccupazione largamente più diffusa tra le medie e grandi imprese (44%) del totale, mentre è segnalata solo dal 28% delle piccole. Tra queste ultime è largamente più diffusa rispetto al totale del campione la preoccupazione relativa all'aumento dei costi di produzione (17,5% del comparto).

### **3.7 Le strategie per superare gli ostacoli e recuperare competitività**

Il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali rimane la strategia più diffusa per le aziende di tutte le categorie dimensionali. Si osservano, tuttavia, differenze significative: tra le piccole imprese, questa strategia è indicata dal 47% del campione (rispetto ad un valore dell'aggregato pari a quasi il 51%); tra le medie e le grandi, supera, invece il 60%.

Le imprese di piccola dimensioni mostrano anche una maggiore tendenza verso il rafforzamento della qualità media del capitale umano (strategia indicata da quasi il 14% del comparto).

#### 4. Nota metodologica

L'indagine congiunturale ha come obiettivo quello di raccogliere e analizzare, con cadenza quadrimestrale, le aspettative sull'andamento delle principali variabili aziendali formulate dalle imprese che operano nel territorio della provincia di Roma. Il questionario contiene due sezioni: una relativa all'anagrafica d'azienda; l'altra alle aspettative. Le domande prospettiche si riferiscono al fatturato, al numero di addetti, al livello degli investimenti e ai prezzi medi degli input e dei beni e servizi prodotti dall'impresa. I risultati che si riferiscono al primo quadrimestre 2013 sono basati su un campione di 1.014 imprese. **Il campione è rappresentativo dell'universo di aziende operanti sul territorio provinciale.** Il numero e la composizione di imprese intervistate è stato determinato in conformità a un criterio di rappresentatività per macro settori e per tipologia giuridica. La rappresentatività del campione è ottenuta mediante stratificazione. I sette macro settori individuati sono: (a) manifatturiero, energia, estrattivo e minerario; (b) costruzioni; (c) agricoltura e allevamento; (d) commercio; (e) turismo (alberghiero e ristorazione); (f) servizi alle imprese; (g) servizi alla persona e altri servizi. Le quattro tipologie di impresa considerate sono: (a) impresa individuale; (b) società di capitale; (c) società di persone; (d) altra forma. Per ogni incrocio settore-forma giuridica è stata calcolata la proporzione di aziende di quel tipo presenti nel registro delle imprese. Il campionamento è stato poi basato su queste proporzioni. Questo procedimento garantisce la rappresentatività dei risultati rispetto alla popolazione di riferimento, quella di tutte le imprese operanti sul territorio provinciale, sia quando essi siano calcolati sulla totalità delle imprese intervistate sia quando si riferiscano ai sotto-campioni individuati dall'incrocio tra settore di appartenenza e forma giuridica. La Tavola 1 mostra la proporzione di aziende per settore e per tipologia nel campione.

	Altra forma	Impresa Individuale	Società di Capitale	Società di Persone
<b>Agricoltura e allevamento</b>	0.1%	3.5%	0.2%	0.7%
<b>Commercio</b>	1%	19.9%	8.5%	3.74%
<b>Costruzioni</b>	0.1%	7.6%	7.0%	1.6%
<b>Manifatturiero</b>	0.1%	3.2%	2.1%	0.8%
<b>Servizi alla persona</b>	0.1%	1.5%	1.7%	0.7%
<b>Servizi alle imprese</b>	1.3%	10.7%	12.6%	2.2%
<b>Turismo</b>	0.2%	3.4%	3.2%	2.0%

**Tavola 1 Proporzioni di stratificazione. Il valore di ciascuna cella rappresenta la proporzione di imprese nel campione che appartengono ad un determinato settore e ad una determinata tipologia.**