



Camera di Commercio  
Roma

ASSET - CAMERA  
Azienda Speciale

# **Indagine congiunturale sulle aspettative delle imprese di Roma e provincia**

Primo quadrimestre 2014

L'analisi è stata curata da **ASSET Camera, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Roma**, che si è avvalsa per la realizzazione del commento scientifico della **Luiss Business School** e per la rilevazione dell'istituto di ricerca **SWG**.

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 manuale può essere riprodotta senza autorizzazione scritta da parte di ASSET Camera.

## Sommario

1. Executive summary .....	4
1.1 Il quadro d'insieme .....	4
1.2 Specificità e aspetti rilevanti nei singoli comparti produttivi .....	5
1.3 Specificità e aspetti rilevanti nelle diverse classi dimensionali .....	6
2. Il quadro d'insieme .....	7
2.1 Le aspettative sul mercato interno ed estero .....	7
2.2 La domanda di lavoro .....	7
2.3 Le aspettative sugli investimenti .....	8
2.4 Le aspettative su costi di produzione e prezzi di vendita .....	8
2.5 Le aspettative sulle questioni finanziarie .....	8
2.6 La situazione economica generale e i principali fattori negativi che ostacolano l'impresa .....	9
2.7 Le strategie per superare gli ostacoli e recuperare competitività .....	9
3. Specificità e aspetti rilevanti nei comparti produttivi .....	10
3.1 Le aspettative sul mercato interno ed estero .....	10
3.2 La domanda di lavoro .....	10
3.3 Le aspettative sugli investimenti .....	11
3.4 Le aspettative su costi di produzione e prezzi di vendita .....	12
3.5 Le aspettative sulle questioni finanziarie .....	12
3.6 I principali fattori negativi che ostacolano l'impresa .....	13
3.7 Le strategie per superare gli ostacoli e recuperare competitività .....	13
4. Specificità e aspetti rilevanti nelle diverse classi dimensionali .....	14
4.1 Le aspettative sul mercato interno ed estero .....	14
4.2 La domanda di lavoro .....	14
4.3 Le aspettative sugli investimenti .....	14
4.4 Le aspettative su costi di produzione e prezzi di vendita .....	15
4.5 Le aspettative sulle questioni finanziarie .....	15
4.6 La situazione economica generale e i principali fattori negativi che ostacolano l'impresa .....	15
4.7 Le strategie per superare gli ostacoli e recuperare competitività .....	16
5. Nota metodologica .....	16

## 1. Executive summary

### 1.1 Il quadro d'insieme

- Il 45% delle imprese romane ha aspettative di riduzione del fatturato nel mercato interno per il prossimo quadrimestre. Il 13% crede addirittura in una “forte diminuzione”.
- Il 78% delle imprese prevede la completa assenza di un fatturato estero nel prossimo quadrimestre.
- Il 53% dei rispondenti teme in un andamento del mercato in generale peggiore o molto peggiore del precedente quadrimestre.
- Per il primo quadrimestre 2014, poco più dell’8% delle imprese romane prevede una contrazione dei propri addetti a tempo indeterminato e questa riduzione riguarda principalmente i diplomati e non diplomati. Circa il 90% parla di stazionarietà, mentre solo il 2% di un aumento occupazionale (con maggiore frequenza per i diplomati).
- Più stabili sono le aspettative della domanda di lavoro a tempo determinato. Le imprese che prevedono una riduzione del numero di addetti scendono al 4,50% e salgono a circa il 93% quelle che indicano stazionarietà.
- Il 68% circa delle imprese dichiara che nell’arco dei prossimi quattro mesi non pensa di realizzare alcun tipo di nuovo investimento. Tra le imprese pronte a nuovi investimenti, la maggior parte (intorno al 10% del totale) mira a rafforzare rispettivamente il “marchio, comunicazione e immagine”, “ammodernamento/innovazione impianti, macchinari e attrezzature”, “rafforzamento della rete commerciale” e “miglioramento della qualità del capitale umano”.
- Il 50%, 46% e 51% delle imprese facenti parte del campione prevedono una sostanziale stabilità rispettivamente dei prezzi di vendita, dei costi di materie prime e semilavorati e del costo del lavoro.
- Tra chi prevede variazioni è forte il timore di una contrazione dei margini (solo il 20% ritiene che nel prossimo quadrimestre i prezzi possano aumentare, mentre un aumento dei costi è atteso dal 37% del campione).
- Negativa è anche la visione sulle tre questioni cruciali della gestione finanziaria: per quasi il 54,3% del campione, la disponibilità di finanziamenti bancari sarà nel prossimo quadrimestre peggiore di quanto sia stata nel precedente; per il 51,2% crescerà il loro costo e per quasi il 44,3% sarà ancora più difficile la riscossione dei crediti.
- La crescente contrazione del mercato interno è considerata il primo ostacolo allo sviluppo aziendale dal 44% del campione; seguono il continuo aumento dei costi di produzione (28% circa) e l’inefficienza della pubblica amministrazione (17,4%).
- Il 48,4% delle imprese romane pensa di rispondere all’attuale crisi attraverso il recupero di efficienza e la riduzione delle spese generali. La seconda opzione è il miglioramento del valore offerto e percepito dal proprio mercato su cui fa leva il 22,6% delle imprese.

## 1.2 Specificità e aspetti rilevanti nei singoli comparti produttivi

- L'aspettativa decisamente negativa sul fatturato futuro prevale in tutti i comparti. Risulta particolarmente accentuata nel "Commercio" (quasi il 70% delle imprese). Di contro, nell' "Agricoltura" e nel "Manifatturiero" si ferma rispettivamente intorno al 34% e al 38%.
- Per quanto riguarda, invece, le aspettative di incremento del mercato italiano in generale, in tutti i comparti, la percentuale di imprese che si dichiara in tal senso rimane anche per questo quadrimestre molto modesta. È, invece, il "Commercio" il comparto con la più alta percentuale di imprese che si attende un peggioramento e forte peggioramento dell'andamento generale del mercato in Italia per il prossimo quadrimestre (63%).
- Sulle aspettative di nuova occupazione prevale nettamente l'aspettativa di stazionarietà in tutti i comparti e per tutte le figure considerate (laureati, diplomati, non diplomati), con punte particolarmente elevate nel "Manifatturiero" per i laureati e nelle "Costruzioni" per i diplomati e i non diplomati.
- Le imprese del "Manifatturiero" sono quelle con atteggiamento relativamente meno negativo sul fronte dei nuovi investimenti (sono il 51% quelle che pensano di non fare alcun investimento nel prossimo quadrimestre).
- L' "Agricoltura" è, al contrario, il comparto dove è nettamente più alta (86,80%) la percentuale delle aziende che nel prossimo futuro non intende investire, seguita dal "Turismo" all'80,70%.
- Investire in "Marchio, comunicazione ed immagine" è la scelta maggiormente perseguita dalle imprese del "Manifatturiero" (35,60%), dei "Servizi alla persona" (31,70%) e delle "Costruzioni" (10,20%). Le imprese dell' "Agricoltura" preferiscono invece "ammodernare gli impianti ed attrezzature" (31,70%).
- L'aspettativa di aumento o forte aumento dei costi di materie prime e semilavorati è particolarmente diffusa tra le imprese dei "Servizi alla persona" (52,80% rispetto al quasi 35,20% dell'intero campione). Per gli altri comparti i valori sono abbastanza omogenei e vicini a quelli medi dell'intero campione.
- Una situazione del tutto simile si osserva per quanto riguarda le attese sul costo del lavoro. Nei "Servizi alla persona", ben il 60,90% delle imprese ritiene che nel prossimo quadrimestre ci sarà un aumento. Le aspettative più alte di diminuzione si riscontrano nell'"Agricoltura" (28,80%), seguita dal "Turismo" (18,50%).
- Per quanto riguarda i prezzi di vendita, l'aspettativa di stabilità prevale nettamente tra le imprese del "Manifatturiero" (il 91,60% del comparto, rispetto al 50% complessivo) e nell' "Agricoltura" (il 71,60%). Sul fronte delle aspettative di aumento, l'ottimismo è relativamente più diffuso tra le aziende del "Commercio" (30,50%) e dei "Servizi alla persona" (23,20%).
- Per le tre questioni cruciali della gestione finanziaria le aspettative sono ancora una volta negative per tutti i comparti anche se con alcune differenze.
- La crescente diminuzione del mercato interno è indicata come il principale ostacolo in tutti i comparti, ad eccezione dell' "Agricoltura e dei "Servizi alla persona".
- Il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali è la strategia attuata dalla maggioranza delle aziende in tutti i comparti. Si distinguono il "Commercio" (52,50% delle aziende rispetto al 48,40% dell'intero aggregato) e il "Turismo" (71,60% delle aziende) con una percentuale superiore alla media.
- In merito alla dismissione, negativi sono i dati dell' "Agricoltura" e dei "Servizi alle imprese", dove questa scelta strategica è adottata rispettivamente dall' 11,40% e dall' 11,80% delle imprese.

### 1.3 Specificità e aspetti rilevanti nelle diverse classi dimensionali

- Anche in relazione alle classi dimensionali le aspettative per il prossimo quadrimestre permangono prevalentemente negative.
- Le “medie e grandi” imprese hanno aspettative esclusivamente stazionarie sull’andamento del fatturato nel prossimo quadrimestre. Guardando alle imprese di minori dimensioni, le “piccole” sono più ottimiste delle “micro”. Il 20,90% delle “piccole” imprese prevede un aumento del fatturato nel prossimo quadrimestre, mentre il 40% una diminuzione e il 36,50% una situazione stazionaria. Solo il 6% delle “micro”, invece, si attende un aumento del fatturato, mentre il 61% una diminuzione.
- Le medio-grandi hanno un orientamento meno pessimistico anche per quanto riguarda l’andamento del mercato in generale dal loro punto di vista. Il 62,90% di queste imprese crede in un miglioramento mentre il 37,10% prevede una situazione analoga alla precedente.
- Le aspettative delle imprese relativamente alla domanda di lavoro a tempo indeterminato non mostrano significative differenze in relazione alla classe dimensionale di appartenenza.
- Come accaduto nel quadrimestre precedente, sono le “micro”, vista anche la loro dimensione e disponibilità, a presentano una situazione leggermente peggiore delle altre sul piano delle aspettative di nuovi investimenti.
- Il 69,90% dichiara di non avere intenzione di effettuare nuovi investimenti (rispetto al 67,80% dell’intero campione). Sono seguite dalle “piccole” (58,40%). Segnali positivi vengono lanciati dalle imprese di medio-grandi dimensioni.
- Le “micro” sono principalmente rivolte ad investimenti nella rete commerciale (9,80%) e nell’ammodernamento degli impianti e macchinari (9,60%). Le “piccole” sono propense ad investire nel miglioramento della qualità delle risorse umane (20,90%), mentre le “medie e grandi” nell’aumento della capacità produttiva (62,90%) e nel miglioramento del capitale umano (37,10%).
- Le “medie e grandi” imprese hanno una visione molto più centrata sulla stazionarietà dei costi delle materie prime e dei semilavorati e dei prezzi di vendita, e sull’aumento del costo del lavoro. Le imprese di minori dimensioni hanno aspettative molto simili su costi e prezzi con una prevalente visione stazionaria.
- Sulle tematiche finanziarie, la diffusione tra le imprese di un’aspettativa di peggioramento rispetto al precedente quadrimestre è direttamente collegata alla loro dimensione.
- Il principale ostacolo alla crescita è differente a secondo della dimensione dell’impresa. È rappresentato dalla crescente diminuzione del mercato interno per le “micro”, dal continuo aumento dei costi di produzione per le “piccole” e dall’inefficienza delle infrastrutture economiche per le “medie e grandi”.
- Il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali rimane la strategia più diffusa per le “micro”, “piccole” e “medio-grandi” imprese.
- Il secondo fattore strategico è differente in funzione della dimensione aziendale. Per le “micro” è rappresentato dal miglioramento del valore dell’offerta (27%), per le “piccole” dalla realizzazione di alleanze (25%) e per le “medio-grandi” dall’entrata in nuovi mercati esteri e dal rafforzamento della posizione estera.

## 2. Il quadro d'insieme

### 2.1 Le aspettative sul mercato interno ed estero

Le aspettative per il primo quadrimestre del 2014 permangono prevalentemente negative. Rispetto al quadrimestre precedente sono diminuite le attese per un andamento stazionario ed aumentate quelle per una riduzione del fatturato delle imprese romane nel mercato italiano.

In particolare, il 45% attende una diminuzione del fatturato e il 13% circa una "forte riduzione". Complessivamente il 58% degli intervistati ha prospettive negative sull'andamento futuro del *business* rispetto al 53% del quadrimestre precedente. Sono diminuiti al 33% coloro che si attendono un andamento stabile (rispetto al 34% della precedente indagine). Si indebolisce, inoltre, il nocciolo di imprese "forti" che credono in un aumento del proprio fatturato, attestandosi sul 7,50% rispetto al 12,50% del quadrimestre precedente.

Continua, come accaduto anche in passato, a destare notevoli preoccupazioni lo scenario estero. Il 78% delle imprese, infatti, attende la completa assenza di un fatturato estero nel prossimo quadrimestre. Tra le restanti prevale una visione stabile. Il 9,80% vede un andamento stazionario del fatturato estero (16% nel quadrimestre precedente), mentre per il 4,70% sarà in diminuzione e per il 3,8% in forte diminuzione. La percentuale di imprese con aspettative di crescita rimane molto modesta con il 2,50% che spera in un aumento dell'*export* e lo 0,80% in un forte aumento.

Rivolgendo lo sguardo al confronto tra le aspettative relative al proprio fatturato e quelle sull'andamento del mercato in generale, visto come *proxy* della fiducia delle imprese sulla propria capacità competitiva, per il prossimo quadrimestre prevale una visione negativa.

Il 53% crede in un andamento del mercato in generale peggiore o molto peggiore rispetto al precedente quadrimestre. Come già evidenziato, il 57% delle imprese crede in una contrazione anche forte del proprio fatturato. Si può dunque affermare che vi è un 4% di aziende con previsioni di *performance* peggiori di quelle del mercato in generale<sup>1</sup>. Nella stessa direzione va il confronto tra gli "ottimisti": la percentuale di imprese con una visione positiva arriva all' 8,60%, rispetto al 7,50% di quelle con un'aspettativa di crescita del proprio fatturato.

Per quanto riguarda l'estero il 33,50% crede nella stazionarietà del mercato, mentre il 46,80% non sa dare una risposta precisa alla domanda. Il 12% ritiene ci sarà un peggioramento e il 7,80% un miglioramento.

### 2.2 La domanda di lavoro

Inevitabilmente le negative prospettive di vendita hanno riflessi sulla domanda di lavoro che permane molto debole.

Per il primo quadrimestre 2014, poco più dell'8% (20% nell'indagine precedente) delle imprese romane prevede una contrazione dei propri addetti a tempo indeterminato e questa riduzione riguarda principalmente i non diplomati. Circa il 90% parla di stazionarietà, mentre solo il 2% di un aumento occupazionale (con maggiore frequenza per i diplomati).

---

<sup>1</sup> Questo valore va considerato come un'approssimazione perché deriva dal confronto di due insiemi indistinti. Per stimare correttamente il dato sarebbe necessario confrontare caso per caso, le risposte ai due quesiti delle singole imprese.

Più stabili sono le aspettative della domanda di lavoro a tempo determinato. Le imprese, che prevedono una riduzione del numero di addetti, scendono al 4,50% (con una maggiore incidenza per i non diplomati) e salgono a circa il 93% quelle che indicano stazionarietà. Il 2% crede, invece, in un aumento dei propri dipendenti (con maggiore frequenza per i laureati e i non diplomati). Anche nel primo quadrimestre del 2014 si può affermare l'assenza di sostanziali differenze occupazionali tra i livelli di formazione considerati (non diplomati, diplomati e laureati).

Il momento negativo della domanda di lavoro è confermato anche dal fatto che l'88% circa delle imprese non ha cercato nuovi addetti nel 2013 (84% nell'indagine precedente). Inoltre, coloro che hanno ricercato nuove professionalità da inserire nella propria organizzazione, continuano ad incontrare difficoltà nel reperirle (con maggiore frequenza per i laureati).

In relazione alla facilità a reperire risorse umane, il 55% degli intervistati non ha trovato differenze rispetto al quadrimestre precedente, il 14% una diminuzione e il 21% circa un aumento.

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

Negative sono anche le aspettative sugli investimenti, confermando un dato già riscontrato nel quadrimestre precedente.

Il 68% circa delle imprese dichiara che nell'arco dei prossimi quattro mesi non ha intenzione di realizzare alcun tipo di nuovo investimento (nel terzo quadrimestre 2013 era il 58%).

Il 10% di chi intende investire si focalizza rispettivamente su "marchio, comunicazione e immagine", "ammodernamento/innovazione impianti, macchinari e attrezzature", "rafforzamento della rete commerciale" e "miglioramento della qualità del capitale umano". Rispetto al quadrimestre precedente, diminuisce ulteriormente la percentuale di imprese disposte ad aumentare la capacità produttiva, che passa dal 9,6% al 5,10%.

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

Oltre alla dinamica negativa dei mercati, le imprese romane, come accaduto nel quadrimestre precedente, prevedono una contrazione dei margini a causa dell'incremento del costo degli *input* produttivi e il non adeguato aumento dei prezzi di vendita.

È interessante osservare che nonostante prevalga l'attesa di stabilità dei costi degli *input* e dei prezzi di vendita degli *output*, la percentuale di imprese che prospetta un aumento dei primi sia poco meno del doppio di quella che prevede un aumento dei secondi. Al contrario, le imprese sono più propense a credere ad una diminuzione dei prezzi di vendita che dei costi degli *input* produttivi.

Nel dettaglio, la stabilità dei prezzi di vendita, dei costi di materie prime e semilavorati e del costo del lavoro è attesa rispettivamente dal 50%, 46% e 51% delle imprese facenti parte del campione (51%, 48% e 44% nell'indagine precedente). Il 20% ritiene che nel prossimo quadrimestre i prezzi potranno aumentare, mentre un aumento dei costi è atteso dal 37% del campione. Il 15% del campione attende una diminuzione dei costi degli *input*, mentre sono il 12% coloro che credono in una contrazione del costo del lavoro. Infine, la riduzione dei prezzi di vendita è attesa da quasi il 30% delle imprese romane, come riscontrato nel quadrimestre precedente.

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

Ripercussioni negative si riscontrano 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.



Attende un andamento peggiore o molto peggiore del precedente quadrimestre rispettivamente il 54,3%, 51,2% e 44,3% circa del campione (51,5%, 51,5% e 40% nell'indagine precedente). Una percentuale tra il 5 e il 9% del campione non ha saputo dare una risposta precisa ai tre quesiti. Questo comporterebbe un incremento delle tre percentuali qualora venissero considerate solo le imprese che hanno espresso un'indicazione specifica.

Rimane davvero modesto il peso percentuale delle imprese con aspettative migliori per le tre questioni sopraccitate.

Inoltre, in merito alla riscossione dei crediti verso la PA, il 68% circa dei rispondenti prevede un andamento stazionario per il prossimo quadrimestre (64% nella precedente indagine), mentre circa il 17% una diminuzione e il 15,80% un aumento. Leggermente differente è la situazione per i crediti verso altri clienti. Dove il 57% evidenzia una stabilità negli incassi, il 20,80% una diminuzione e il 21,90% un aumento.

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

Circa il 29% del campione considera la situazione economica generale analoga a quella del quadrimestre precedente mentre il 41% peggiore e il 21% molto peggiore. Complessivamente sono il 62% le imprese che percepiscono un andamento negativo dell'economia (era il 20% nell'indagine precedente), a fronte, invece, del 7% circa, che indica un tendenziale miglioramento.

Così come nel quadrimestre precedente, il principale ostacolo alla crescita resta la crescente contrazione del mercato interno (44% del campione). È una questione alquanto critica, che fa venir meno uno dei principali fattori di sviluppo del tessuto produttivo romano, cioè la grande dimensione del mercato locale, per altro in buona parte costituito da domanda pubblica.

Il secondo ostacolo più citato rimane il continuo aumento dei costi di produzione, ma con una frequenza maggiore del precedente (quasi il 28% dei rispondenti); al terzo posto con il 17,4% delle indicazioni, la crescente inefficienza della pubblica amministrazione.

Continuano ad essere poco sentiti i problemi dell'inefficienza delle infrastrutture economiche (4,7% del campione) e della produttività (4%).

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

Il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali risultano essere la strategia maggiormente adottata dalle imprese romane per poter far fronte alle odierne difficoltà competitive (48,40% del campione). La seconda opzione resta il miglioramento del "valore" offerto e percepito dal mercato perseguita dal 22,6% delle imprese.

Rimangono ancora poco implementate dalle imprese romane (ed in diminuzione rispetto all'indagine precedente) le strategie spesso osservate nella maggior parte dei sistemi produttivi in caso di congiuntura economica negativa. Solo il 7%, infatti, ricorre ad alleanze strategiche. Questo dato spinge a qualche riflessione anche alla luce della considerevole attenzione delle Istituzioni e del sistema confindustriale alla creazione e allo sviluppo di reti di impresa. Il 4% circa ricorre a processi di internazionalizzazione e il 2% crede nell'innovazione. Diminuisce la percentuale di imprese (dall'8% della precedente indagine al 7%), che pensa di arrendersi, indicando come strategia futura la vendita o la cessazione della propria attività.

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

### **3. Specificità e aspetti rilevanti nei comparti produttivi**

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

Tra i diversi comparti emergono anche per il primo quadrimestre 2014 aspettative future di fatturato differenti, nonostante un orientamento negativo di fondo.

Le imprese del "Commercio" sono le più pessimiste, dove la percentuale di chi attende una diminuzione o forte diminuzione del fatturato arriva a quasi il 70%<sup>2</sup> (era il "Manifatturiero" nell'indagine precedente). Di contro, nell'"Agricoltura" e nel "Manifatturiero" le aspettative negative si fermano rispettivamente intorno al 34% e al 38%.

Il maggior aumento è previsto nei "Servizi alla persona" e nel "Turismo" (entrambi al 15%), seguiti dal "Manifatturiero" (13%).

Ancora una volta sulle attese dai mercati esteri il numero molto esiguo di rispondenti rende poco significativi i risultati ottenuti. La maggior parte delle imprese in tutti i comparti prevede l'assenza di fatturato estero nel prossimo quadrimestre con percentuali tra il 56% e il 94%.

Nonostante i pochi dati a disposizione, è possibile affermare che le imprese dell'"Agricoltura" sono le meno pessimiste (0%), seguite dai "Servizi alle imprese" (3%) e dai "Servizi alla persona" (7,7%).

Per quanto riguarda, invece, le aspettative di incremento del mercato italiano in generale, in tutti i comparti, la percentuale di imprese che si dichiara in tal senso rimane anche per questo quadrimestre molto modesta; relativamente maggiore nei "Servizi alla persona" (23% del comparto rispetto all'8,60% del campione totale) e nel "Turismo" (15% del comparto).

Il "Commercio" è il comparto con la più alta percentuale di imprese che attende un peggioramento e forte peggioramento dell'andamento generale del mercato in Italia per il prossimo quadrimestre (63%). Inoltre, solo il 4% di imprese nello stesso settore spera in un miglioramento della situazione. Non vi sono aspettative di crescita nell'"Agricoltura".

Infine, elevato è il numero di imprese che in ciascun comparto non si esprime sul mercato estero, rendendo poco significativa l'analisi. Nonostante questo, prevalgono aspettative stazionarie per il mercato in generale.

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

Quanto osservato sull'andamento delle vendite trova corrispondenza anche sul piano della domanda di lavoro a tempo indeterminato.

Prevale nettamente in tutti i comparti l'aspettativa di stazionarietà, con punte particolarmente elevate nel "Manifatturiero" per i laureati e nelle "Costruzioni" per i diplomati e per i non diplomati.

---

<sup>2</sup> Si ricorda che il valore aggregato era del 57%

Il “Manifatturiero” si contraddistingue per l’assenza di aspettative negative per i laureati, mentre le “Costruzioni” presentano la percentuale più bassa di imprese che prevede una contrazione di occupazione per diplomati (2,80%) e non diplomati (2,30%). Al contrario, è piuttosto alta nell’ “Agricoltura” per i laureati (11,40%), nei “Servizi alla persona” per i diplomati e non diplomati (entrambi al 23%). Va segnalato, inoltre, che sono le imprese dei “Servizi alla persona” ad attendersi una “forte diminuzione” degli addetti a tempo indeterminato per il prossimo quadrimestre in tutti e tre i sotto insiemi di figure considerate (7,70%).

Le imprese hanno poche aspettative di crescita occupazionale a tempo indeterminato nel prossimo quadrimestre. Le più ottimiste sono quelle dei “Servizi alla persona” che attendono un incremento dell’occupazione per tutte e tre le figure considerate (rispettivamente pari al 15,40%).

Spostando l’attenzione all’occupazione a tempo determinato, la situazione nei vari comparti risulta abbastanza simile alla precedente.

Le imprese del “Manifatturiero” sono quelle che presentano le più alte aspettative di stazionarietà dell’occupazione a tempo determinato per tutte e tre le figure considerate pari rispettivamente al 100%. Segue il “Commercio” per i laureati (95,30%), e le “Costruzioni” per i diplomati (100%) e per i non diplomati (97,20%). Le imprese dei “Servizi alla persona” hanno le più alte aspettative di diminuzione dell’occupazione a tempo determinato per tutte e tre le figure considerate e pari rispettivamente al 23%. La percentuale di imprese che pensa di aumentare la domanda di lavoro arriva al 4,70% nelle “Costruzioni” per i laureati, al 5% nel “Commercio” rispettivamente per i diplomati e per i non diplomati.

L’ “Agricoltura” è il comparto dove le aziende non hanno cercato nuovi addetti laureati nell’ultimo quadrimestre del 2013 (92,50%), mentre nelle “Costruzioni” per i diplomati (92,50%) e non diplomati (94,40%). Il “Manifatturiero” mostra la percentuale in questo senso più contenuta 70% per tutte e tre le figure professionali considerate.

Tra le imprese che hanno cercato nuovo personale, le maggiori difficoltà sono segnalate con riferimento alle aziende del “Manifatturiero” per le tre figure considerate (rispettivamente al 13,30%). Difficoltà sono state riscontrate anche dalle imprese dei “Servizi alle imprese” nell’assumere laureati (13%) e diplomati (8,90%).

Rispetto al quadrimestre precedente, le imprese in tutti i comparti hanno riscontrato una situazione analoga nel reperimento delle risorse umane. Si distinguono principalmente le imprese dell’ “Agricoltura” che hanno dichiarato un netto miglioramento (54,50%). Seguono i “Servizi alla persona” (45%) e le “Costruzioni” (29%). Peggioramenti sono stati percepiti nelle “Costruzioni” (20%) e nel “Commercio” (16%).

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

Le imprese del “Manifatturiero” sono quelle relativamente meno negative sul fronte dei nuovi investimenti (dei “Servizi alla persona” nella precedente analisi). In questo comparto, sono il 51% quelle che pensano di non fare alcun investimento nel prossimo quadrimestre. Relativamente meno “negativo” è anche l’orientamento nei “Servizi alla persona” dove tale percentuale arriva al 52,80%.

Di contro, l’ “Agricoltura” si distingue ancora una volta come il comparto dove è nettamente più alta (86,80%) la percentuale di aziende che nel prossimo futuro non intende investire, seguita, a sorpresa, dal “Turismo” all’80,70%.

Investire in “Marchio, comunicazione ed immagine” è la scelta maggiormente perseguita dalle imprese del “Manifatturiero” (35,60%), dei “Servizi alla persona” (31,70%) e delle “Costruzioni” (10,20%). Le imprese dell’

“Agricoltura” preferiscono invece “ammodernare gli impianti ed attrezzature” (31,70%), quelle del “Commercio” “rafforzare la rete commerciale” (11,30%) ed, infine, quelle del “Turismo” e dei “Servizi alle imprese” “migliorare la qualità del capitale umano” con rispettivamente l’11,60% e il 14,70%.

Si osserva, inoltre, come le imprese nel primo quadrimestre 2014 siano intenzionate in quasi tutti i comparti di attività ad investimenti volti a migliorare le loro immobilizzazioni immateriali (marchio ed immagine) piuttosto che la loro capacità produttiva (aumento impianti, macchinari e attrezzature) come avvenuto nei periodi precedenti.

### **3.4 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 dei “Servizi alla persona” (52,80% rispetto al 35,20% dell’intero campione). Per gli altri comparti i valori sono abbastanza omogenei e vicini a quelli medi dell’intero campione, fanno eccezione in negativo il “Turismo” (43,80%) e i “Servizi alle imprese” (41%), e in positivo le “Costruzioni” (22,50%) e l’ “Agricoltura” (22,80%).

L’ “Agricoltura” si contraddistingue per la percentuale più alta di imprese (28,50%) che prevede una riduzione dei costi degli *input* produttivi. Seguono le imprese delle “Costruzioni” e dei “Servizi alla persona” con rispettivamente il 26% e il 23,20%. Di contro, nei “Servizi alle imprese” vi è la percentuale più bassa di imprese che prevede una diminuzione dei prezzi di materie prime e semilavorati con il 4,30%. Le imprese con aspettative stazionarie prevalgono nel “Manifatturiero” (56% del totale di comparto) e nei “Servizi alle imprese” (52% del totale di comparto).

Una situazione del tutto simile si osserva per quanto riguarda le attese sul costo del lavoro. Nei “Servizi alla persona”, ben il 60,90% delle imprese ritiene che nel prossimo quadrimestre ci sarà un aumento, mentre lo 0% una contrazione. Le aspettative più alte di diminuzione si riscontrano nell’ “Agricoltura” (28,80%), seguita dal “Turismo” (18,50%). Sono le imprese delle “Costruzioni”, invece, ad avere le maggiori aspettative stazionarie del costo del lavoro per il prossimo quadrimestre (60,30%).

Per quanto riguarda i prezzi di vendita, l’aspettativa di stabilità prevale nettamente tra le imprese del “Manifatturiero” (il 91,60% del comparto, rispetto al 50% complessivo) e dell’ “Agricoltura” (il 71,60%).

Nel complesso si attende una diminuzione dei prezzi di vendita con punte più elevate nel “Turismo” (40%) e nei “Servizi alle imprese” (36,70%). Sul fronte delle aspettative di aumento, si distinguono le imprese del “Commercio” (30,50%) e dei “Servizi alla persona” (23,20%). Di parere completamente opposto sono le aziende del “Manifatturiero” e dell’ “Agricoltura”.

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

Per le tre questioni cruciali della gestione finanziaria le aspettative sono ancora una volta negative per tutti i comparti. La situazione risulta analoga a quella della precedente indagine se non in peggioramento.

Sul fronte della disponibilità delle banche ad erogare finanziamenti, la previsione di un peggioramento è particolarmente diffusa, arrivando addirittura al 65,50% del totale nell’ “Agricoltura”. Vi è relativamente meno pessimismo tra le aziende del “Turismo” (30,20% del totale di comparto). Nei “Servizi alla persona” si trova la più alta percentuale di imprese che attendono un miglioramento, arrivando a circa il 23,20% del comparto (rispetto al 5,50% del campione totale). Seguono quelle del “Turismo” (22,90%) e dell’ “Agricoltura” (17,10%).

Sul costo del debito bancario, nei “Servizi alla persona” sono il 68,30% le imprese che prevedono un suo aumento (rispetto al 51,20% del campione totale). Allo stesso tempo, però, nei “Servizi alla persona” si concentra la più alta percentuale di imprese che si attende anche un miglioramento (31,70%). Seguono le imprese dei “Servizi alle imprese (8,70%).

Relativamente al problema della riscossione dei crediti, le imprese del “Turismo” sono tendenzialmente meno pessimiste: circa il 17,50% si aspetta infatti un quadrimestre peggiore del precedente. Al contempo quelle delle “Costruzioni” presentano le aspettative peggiori con quasi il 64% del campione. Le imprese dei “Servizi alla persona” e dell’ “Agricoltura” si attendono un miglioramento della situazione rispettivamente per il 23,20% e il 17,10%.

### **3.6 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 il 72,30% delle imprese e il 22,70% di queste ritiene la situazione attuale “molto peggiore” di quella del precedente quadrimestre.

Nel “Manifatturiero” si osserva la percentuale relativamente più bassa di aziende con una visione negativa, pari precisamente al 34%.

Si riscontra in tutti i settori un aumento degli ottimisti rispetto al quadrimestre precedente, risultato confortante che fa ben sperare per il futuro. In particolare, sono principalmente le imprese dei “Servizi alla persona” (circa il 23,20%) a stimare un miglioramento della situazione economica generale.

Anche per il primo quadrimestre del 2014 la crescente diminuzione del mercato interno è indicata come il principale ostacolo in tutti i comparti, ad eccezione dell’ “Agricoltura” e dei “Servizi alla persona”, dove i principali ostacoli sono rappresentati rispettivamente dal continuo aumento dei costi di produzione e dalla restrizione del credito da parte delle banche. Il secondo ostacolo varia da settore a settore. Si distingue il continuo aumento dei costi della produzione per il “Manifatturiero”, le “Costruzioni”, il “Commercio” e i “Servizi alle imprese”; il costante aumento della competizione dai paesi emergenti per l’ “Agricoltura”; la crescente diminuzione del mercato interno per i “Servizi alla persona”; e l’inefficienza della pubblica amministrazione per il “Turismo”.

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

Anche per il primo quadrimestre del 2014, il recupero di efficienza e la riduzione dei costi generali è la strategia attuata dalla maggioranza delle aziende in tutti i comparti. Si distinguono principalmente il “Commercio” (52,50% delle aziende rispetto al 48,40% dell’intero aggregato) e il “Turismo” (71,60% delle aziende).

Anche qui la seconda opzione strategica più diffusa varia da comparto a comparto. La realizzazione di alleanze strategiche con altre imprese viene indicata dalle imprese del “Manifatturiero” (21,60%) e dell’ “Agricoltura” (26%). Invece, il miglioramento del valore dell’offerta viene percepito come seconda opzione strategica più importante dal “Commercio” (26,60%), dalle “Costruzioni” (25,50%), “Turismo” (57,40%) e “Servizi alle imprese” (22,20%). I “Servizi alla persona”, invece, pensano addirittura alla vendita o dismissione come seconda opzione strategica (45,50%).

In merito alla dismissione, negativi sono i dati relativi all’ “Agricoltura” e ai “Servizi alle imprese”, dove questa scelta strategica è adottata rispettivamente dall’ 11,40% e dall’ 11,80% delle imprese.

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

In considerazione alla 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 utile osservare anche che il campione è costituito per l'88,2% da "micro" imprese così da essere coerente e rappresentativo delle imprese romane per dimensione.

##### 4.1 Le aspettative sul mercato interno ed estero

Anche in relazione alle classi dimensionali le aspettative per il prossimo quadrimestre permangono negative, nonostante qualche segnale positivo inizia ad intravedersi. Le "medie e grandi" imprese hanno aspettative esclusivamente stazionarie sull'andamento del fatturato nel prossimo quadrimestre. Guardando alle imprese di minori dimensioni, come riscontrato nell'indagine precedente, le "piccole" sono più ottimiste delle "micro". Il 20,90% delle "piccole" imprese prevede un aumento del fatturato nel prossimo quadrimestre, mentre il 40% una diminuzione e il 36,50% una situazione stazionaria. Solo il 6% delle "micro", invece, si attende un aumento del fatturato, mentre il 61% una diminuzione.

Le "medio-grandi" hanno un orientamento anche meno pessimistico per quanto riguarda l'andamento del mercato italiano in generale dal punto di vista della loro azienda. Il 62,90% di queste imprese, infatti, crede in un miglioramento del mercato, mentre il 37,10% prevede una situazione analoga a quella del precedente quadrimestre. Soffermando l'attenzione sulle aziende di minori dimensioni, sono le "micro" le più pessimiste, in quanto il 54,70% si attende un peggioramento dell'andamento generale del mercato italiano rispetto al quadrimestre precedente. Di contro, però, soltanto il 6,90% si attende un miglioramento (rispetto all'8,10% a livello di intero aggregato). Per quanto riguarda le "piccole" imprese, l'11,30% crede in un miglioramento mentre il 46,80% un peggioramento.

Sul mercato estero un orientamento relativamente più positivo emerge tra le imprese di "medio-grandi" dimensioni (il 69% circa prevede un aumento).

##### 4.2 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. Si riscontrano valori abbastanza omogenei nelle singole classi dimensionali e per le diverse tipologie di figure professionali considerate con una visione principalmente stazionaria per il prossimo quadrimestre. Lo stesso andamento si osserva per le aspettative di assunzione di personale a tempo determinato.

Qualche differenza si individua, invece, in relazione alla difficoltà di reperimento di personale corrispondente alle proprie esigenze. Sono principalmente le "micro", che nel terzo quadrimestre del 2013 non hanno ricercato nuove figure professionali. Tali imprese, però, assumono valori mediamente identici rispetto a quelli dell'intero campione, attestandosi intorno al 90% per laureati, diplomati e non – diplomati.

In tema di facilità nel reperire le risorse umane necessarie, si riscontrano valori simili a quelli dell'intero aggregato. Si distinguono le "medio-grandi" imprese che hanno prevalentemente aspettative migliori per il prossimo quadrimestre, mentre le "piccole" e "micro" prevedono una situazione analoga alla precedente.

##### 4.3 Le aspettative sugli investimenti

Come accaduto nel quadrimestre precedente, sono le "micro" imprese, vista anche la loro dimensione e disponibilità, a prevedere una situazione peggiore delle altre in merito ai nuovi investimenti. Il 69,90% dichiara di

non avere intenzione di effettuare nuovi investimenti (contro il 67,80% dell'intero campione). Sono seguite dalle "piccole" (58,40%). Segnali positivi sono lanciati dalle imprese di medio-grandi dimensione.

Le "micro" sono principalmente rivolte ad investimenti nella rete commerciale (9,80%) e nell'ammmodernamento degli impianti e macchinari (9,60%). Le "piccole" sono propense ad investire nel miglioramento della qualità delle risorse umane (20,90%), mentre le "medie e grandi" nell'aumento della capacità produttiva (62,90%) e nel miglioramento del capitale umano (37,10%).

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

L'analisi delle previsioni dei costi di produzione e dei prezzi di vendita a livello di singole classi dimensionali mostra alcune differenze utili per comprendere meglio i risultati aggregati.

Le "medie e grandi" imprese hanno una visione molto più centrata sulla stazionarietà dei costi delle materie prime e dei semilavorati e dei prezzi di vendita, e sull'aumento del costo del lavoro. Le imprese di minori dimensioni hanno aspettative molto simili su costi e prezzi con una prevalente visione stazionaria.

#### **4.5 Le aspettative sulle questioni finanziarie**

Anche per il primo quadrimestre del 2014, sulle tematiche finanziarie la diffusione tra le imprese di un'aspettativa di peggioramento rispetto al precedente quadrimestre è direttamente collegata alla loro dimensione.

Tra le "micro" imprese, infatti, un peggioramento è atteso da quasi il 55,90% in merito alla disponibilità di finanziamenti dalle banche; dal 51,20% relativamente al costo del debito con le banche; dal 46,80%, infine, riguardo la riscossione dei crediti commerciali. Sugli stessi temi, le "piccole" imprese attendono un peggioramento della situazione con rispettivamente il 47,60%, il 57,60% e il 28,70%.

Le "medie e grandi" imprese mostrano aspettative stazionarie per il costo dei finanziamenti e la riscossione dei crediti commerciali, mentre prevedono un miglioramento (37,10%) per quanto riguarda la disponibilità delle banche ad erogare finanziamenti.

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

Come già osservato nell'indagine precedente, la posizione delle "piccole" imprese risulta relativamente meno negativa per quanto riguarda la visione della situazione economica generale rispetto alle "micro". Il 57,90% ritiene tale situazione peggiore di quella del precedente quadrimestre (rispetto al 63,10% del campione totale). Sono l'11,30% le "piccole" imprese con aspettative di miglioramento (6,80% il valore a livello di intero campione).

Le imprese di "medio-grandi" dimensioni, invece, presentano un maggior ottimismo, auspicando per il 25% un miglioramento e per il 75% una situazione analoga al quadrimestre precedente.

Il principale ostacolo alla crescita è differente a secondo della dimensione dell'impresa. È rappresentato dalla crescente diminuzione del mercato interno per le "micro", dal continuo aumento dei costi di produzione per le "piccole" e dall'inefficienza delle infrastrutture economiche per le "medie e grandi". Il secondo ostacolo, invece, è il continuo aumento dei costi di produzione per "micro" e "medio-grandi" e dalla restrizione del credito per le "piccole".

#### **4.7 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 “micro”, “piccole” e “medio-grandi” imprese. Per le “micro” tale strategia è indicata dal 48,40% (valore identico all’intero campione); per le “piccole” è quasi pari al 47%, mentre per le “medie e grandi” si attesta al 62,90%.

Il secondo fattore strategico è differente in funzione della dimensione aziendale. Per le “micro” è rappresentato dal miglioramento del valore dell’offerta (27%), per le “piccole” dalla realizzazione di alleanze (25%) e per le “medio-grandi” dall’entrata in nuovi mercati esteri e dal rafforzamento della posizione estera.

#### **5. Nota metodologica**

L’indagine congiunturale ha l’obiettivo 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 2014 sono basati, su un campione di 302 imprese, rappresentativo dell’universo di aziende operanti sul territorio provinciale. Nel dettaglio, il campione è costituito dall’88,20% di imprese di “micro” dimensione, dal 10,50% di “piccole” e dall’1,30% da “medie e grandi”. Considerando la natura giuridica, invece, è rappresentato dal 50,70% da “imprese individuali”, dal 35,70% da “imprese di capitale”, dall’11,30% da “società di persone” e dal 2,30% da “altre forme”. 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.