

Direzione Generale
Servizio statistica e toponomastica

Bollettino mensile di statistica

Giugno 2017
n. 76





Sistema Statistico Nazionale
Comune di Firenze
Ufficio Comunale di Statistica



Servizio Statistica e toponomastica

Dirigente

Riccardo Innocenti

Responsabile Alta Professionalità Statistica

Gianni Dugheri



Composizione

Francesca Crescioli

Luca Pini



Pubblicazione realizzata ai sensi della Legge 16 novembre 1939, n. 1823

Sommario

Presentazione.....	5
Popolazione.....	7
Tabelle demografiche.....	11
Economia.....	15
Ambiente e territorio.....	23
Dati territoriali.....	28
<i>La statistica per la città</i>	
La competitività delle piccole e medie imprese a Firenze.....	31

Presentazione

Sono ormai più di sei anni che il Bollettino ha ripreso le pubblicazioni. La tiratura della versione cartacea è ridotta a qualche decina di copie, con una diffusione pressochè esclusiva via web.

Accanto ai consueti focus demografici che cambiano di mese in mese, per essere poi a volte riproposti a distanza di un anno, alle rassegne sull'andamento dei prezzi al consumo e su quello meteorologico, pubblichiamo ogni mese un report o una ricerca o una rassegna su indagini o banche dati di interesse. Questo mese viene pubblicato il report su competitività delle piccole e medie imprese a Firenze.

Il focus demografico è concentrato sui nomi e sui cognomi dei residenti a Firenze. Vengono inoltre riproposte ogni mese alcune serie di tabelle demografiche comprensive di alcuni dati demografici previsionali per il comune e per la città metropolitana e di dati territoriali.

Parte dei contenuti vengono diffusi dall'account Twitter @FiStatistica.

Il bollettino è disponibile in formato elettronico in rete civica all'indirizzo <http://statistica.fi.it>.

La pubblicazione viene effettuata in ottemperanza alle disposizioni della Legge 16 novembre 1939, n. 1823, art. 3.

Popolazione

In sintesi

- *I residenti a Firenze al 31 maggio 2017 sono 377.569.*
- *Dall'inizio del 2017 il numero dei residenti è diminuito di 29 unità.*
- *I residenti stranieri sono 60.030 pari al 15,9% dei residenti*
- *Il nome maschile più diffuso a Firenze è Andrea con 5.191, seguito da Marco con 4.844 e da Alessandro con 4.720.*
- *Il nome femminile più diffuso è Anna con 3.504 seguito da Francesca con 3.496 e Maria con 3.441 che in anno è passata dal primo al terzo posto.*
- *Tra chi ha meno di un anno, i nomi maschili più diffusi sono Lorenzo con 54, seguito da Leonardo con 43 e Niccolò 37.*
- *Tra chi ha meno di un anno, i nomi femminili più diffusi sono Sofia con 42 seguita da Giulia con 34 e Anna con 28.*
- *Rossi è il cognome più diffuso con 1.415 seguito da Bianchi con 908 e da Innocenti con 864.*
- *Hu è il cognome più diffuso nel quartiere 5 ed è il settimo cognome più diffuso a Firenze, passando dal ventesimo posto del 2011, al sedicesimo posto del 2012, al nono del 2014 e 2015 e ottavo nel 2016.*

I residenti a Firenze al 31 maggio 2017 sono 377.596 di cui 60.183 stranieri (il 15,9%). Dall'inizio dell'anno sono diminuiti di 29 unità.

Il focus demografico di questo mese è concentrato sui nomi e sui cognomi dei residenti a Firenze. In passato era già stato trattato questo argomento che viene adesso riproposto per valutare eventuali differenze. Nella tabella 1 sono riportati i trenta nomi maschili e femminili più frequenti a Firenze sul totale della popolazione.

Il nome maschile più diffuso a Firenze è quindi Andrea: si chiamano così 5.191 residenti alla data del 31 maggio 2017. Seguono Marco con 4.844, Alessandro con 4.720, Francesco con 4.657 e Lorenzo con 4.086, il primo dei nomi che tradizionalmente sono individuati come tipici di Firenze. Per i nomi maschili non si registrano variazioni significative negli ultimi dodici mesi. Tra le femmine il nome più diffuso è Anna con 3.504, seguito da Francesca con 3.496. Passa in terza posizione Maria, con 3.441, che lo scorso anno era il nome femminile più frequente. Da segnalare che al tredicesimo posto tra i nomi femminili c'è il nome composto tra i due nomi più frequenti, cioè Anna Maria.

Tabella 1 - Comune di Firenze. Trenta nomi più frequenti per genere

Nome	Frequenza	Nome	Frequenza
Andrea	5.191	Anna	3.504
Marco	4.844	Francesca	3.496
Alessandro	4.720	Maria	3.441
Francesco	4.657	Laura	3.225
Lorenzo	4.086	Paola	2.655
Paolo	3.489	Elena	2.646
Stefano	3.145	Silvia	2.561
Roberto	3.080	Giulia	2.547
Giovanni	2.997	Chiara	2.145
Leonardo	2.548	Sara	2.115
Giuseppe	2.533	Lucia	1.969
Massimo	2.500	Daniela	1.934
Matteo	2.474	Anna Maria	1.903
Simone	2.203	Patrizia	1.794
Antonio	2.199	Alessandra	1.721
Riccardo	2.058	Carla	1.663
Luca	2.031	Cristina	1.640
Tommaso	1.953	Giovanna	1.622
Niccolò	1.941	Valentina	1.561
Mario	1.908	Barbara	1.481
Franco	1.704	Stefania	1.407
Daniele	1.645	Elisabetta	1.361
Gabriele	1.630	Elisa	1.349
Fabio	1.551	Claudia	1.340
Filippo	1.537	Ilaria	1.337
Alessio	1.483	Martina	1.312
Carlo	1.476	Franca	1.276
Maurizio	1.386	Roberta	1.255
Claudio	1.339	Gabriella	1.248
Alberto	1.295	Antonella	1.207

Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 maggio 2017.

Se si limita l'analisi ai nati negli ultimi dodici mesi, si osserva come Lorenzo sia il nome più utilizzato, seguito da Leonardo e Niccolò (come l'anno precedente). Tommaso si attesta al quarto posto mentre lo scorso anno si trovava al nono e prende il posto di Mattia che scende in settima posizione. Tra le femmine ai primi posti sono presenti i nomi Sofia, Giulia, che sale di due posizioni rispetto al 2016 e Anna in crescita rispetto al tredicesimo posto dello scorso anno.

Tabella 2 - Comune di Firenze. I tredici nomi più frequenti per genere tra i residenti con meno di un anno

Nome	Frequenza	Nome	Frequenza
Lorenzo	54	Sofia	42
Leonardo	43	Giulia	34
Niccolò	37	Anna	28
Tommaso	33	Ginevra	25
Alessandro	31	Matilde	24
Giulio	31	Emma	23
Gabriele	29	Adele	22
Mattia	26	Bianca	21
Pietro	26	Vittoria	21
Edoardo	26	Aurora	21
Samuele	24	Greta	20
Diego	23	Viola	20
Federico	23	Arianna	17
Andrea	22	Alice	16
Matteo	19	Martina	16
Duccio	14	Elena	15
Cosimo	14	Sara	14
Riccardo	14	Rebecca	14
Giovanni	12	Giorgia	11
Davide	12	Carlotta	10
Elia	12	Anita	10
Enea	12	Livia	10
Francesco	12	Olivia	10

Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 maggio 2017.

Nella tabella 3 sono riportati i trenta cognomi più diffusi a Firenze. Il cognome più frequente è Rossi seguito da Bianchi e da Innocenti, il primo dei cognomi più tipici di Firenze. Il primo cognome straniero, Hu, sale dall'ottavo al settimo posto. Era stato al ventesimo posto alla fine del 2011 al sedicesimo posto alla fine del 2012, al nono del 2014 e 2015. Da segnalare l'ingresso di un altro cognome straniero: al trentesimo si trova Chen che sopravanza di Mancini. Alla data del 31 maggio 2017 il cognome Hu è il più diffuso in tutto il quartiere 5, come nel 2015. Segue Rossi e al terzo posto Chen. Complessivamente a Firenze ci sono 68.904 cognomi diversi mentre nel 2016 erano 68.350.

Tabella 3 - Comune di Firenze. I trenta cognomi più frequenti tra i residenti anni 2015, 2016 e 2017

Cognome	Frequenza 2017	Cognome	Frequenza 2016	Cognome	Frequenza 2015
Rossi	1.415	Rossi	1.488	Rossi	1.500
Bianchi	908	Bianchi	933	Bianchi	946
Innocenti	864	Innocenti	884	Innocenti	909
Conti	732	Conti	763	Conti	775
Gori	732	Gori	736	Gori	755
Ricci	671	Martini	679	Martini	689
Hu	655	Ricci	679	Ricci	687
Martini	649	Bartolini	611	Bartolini	625
Bartolini	610	Hu	608	Hu	593
Fabbri	567	Manetti	582	Galli	591
Cecchi	567	Cecchi	579	Cecchi	589
Manetti	560	Fabbri	574	Manetti	588
Berti	555	Galli	574	Fabbri	584
Galli	547	Berti	557	Berti	558
Lombardi	523	Casini	532	Casini	546
Casini	520	Landi	529	Landi	535
Masi	519	Lombardi	529	Lombardi	529
Landi	505	Masi	527	Masi	523
Masini	495	Masini	508	Masini	522
Vannini	478	Vannini	491	Vannini	495
Baldini	464	Baldini	482	Baldini	488
Bini	462	Cappelli	480	Bini	486
Cappelli	462	Bini	473	Cappelli	481
Baldi	461	Bacci	471	Baldi	477
Russo	459	Baldi	470	Bacci	476
Martelli	458	Martelli	459	Degl'Innocenti	468
Bacci	458	Degl'Innocenti	455	Martelli	463
Paoli	439	Paoli	455	Paoli	453
Degl'Innocenti	434	Russo	433	Russo	435
Chen	431	Mancini	423	Mancini	426

Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 maggio 2017.

Tabelle demografiche al 31 maggio 2017*Residenti per quartiere e genere e stranieri per quartiere*

Quartiere	M	F	Totale	Stranieri
1	31.849	35.257	67.106	14.885
2	41.753	49.575	91.328	11.805
3	19.055	22.314	41.369	4.550
4	32.432	36.194	68.626	8.646
5	51.707	57.460	109.167	20.297
Totale	176.796	200.800	377.596	60.183

Residenti per quartiere e classi di età

Classe di età	Quartiere					Totale
	1	2	3	4	5	
0-14	7.532	10.927	5.063	8.643	13.281	45.446
15-64	44.795	55.578	24.737	41.313	68.371	234.794
65 e oltre	14.756	24.805	11.564	18.657	27.494	97.276
Totale	67.083	91.310	41.364	68.613	109.146	377.516

Famiglie residenti per numero di componenti e quartiere

Componenti	Quartiere					Totale
	1	2	3	4	5	
1	22.064	21.563	8.545	13.279	25.208	90.659
2	7.590	11.343	5.217	8.891	13.524	46.565
3	4.335	6.938	3.184	5.385	8.055	27.897
4	2.620	4.523	2.155	3.569	5.141	18.008
5	683	1.028	497	853	1.321	4.382
6	192	204	141	223	416	1.176
7 e oltre	90	124	68	152	251	685
Totale	37.574	45.723	19.807	32.352	53.916	189.372

Residenti in convivenza per quartiere

Quartiere	Residenti in convivenza
1	1.098
2	851
3	373
4	338
5	1.103
Totale	3.763

Saldo naturale e migratorio dal 1 gennaio al 30 aprile 2017

Movimenti anagrafici			
Saldo Naturale	-1.039	Saldo Migratorio	2.041
Nati	1.075	Iscritti	5.437
Morti	2.114	Cancellati	3.396

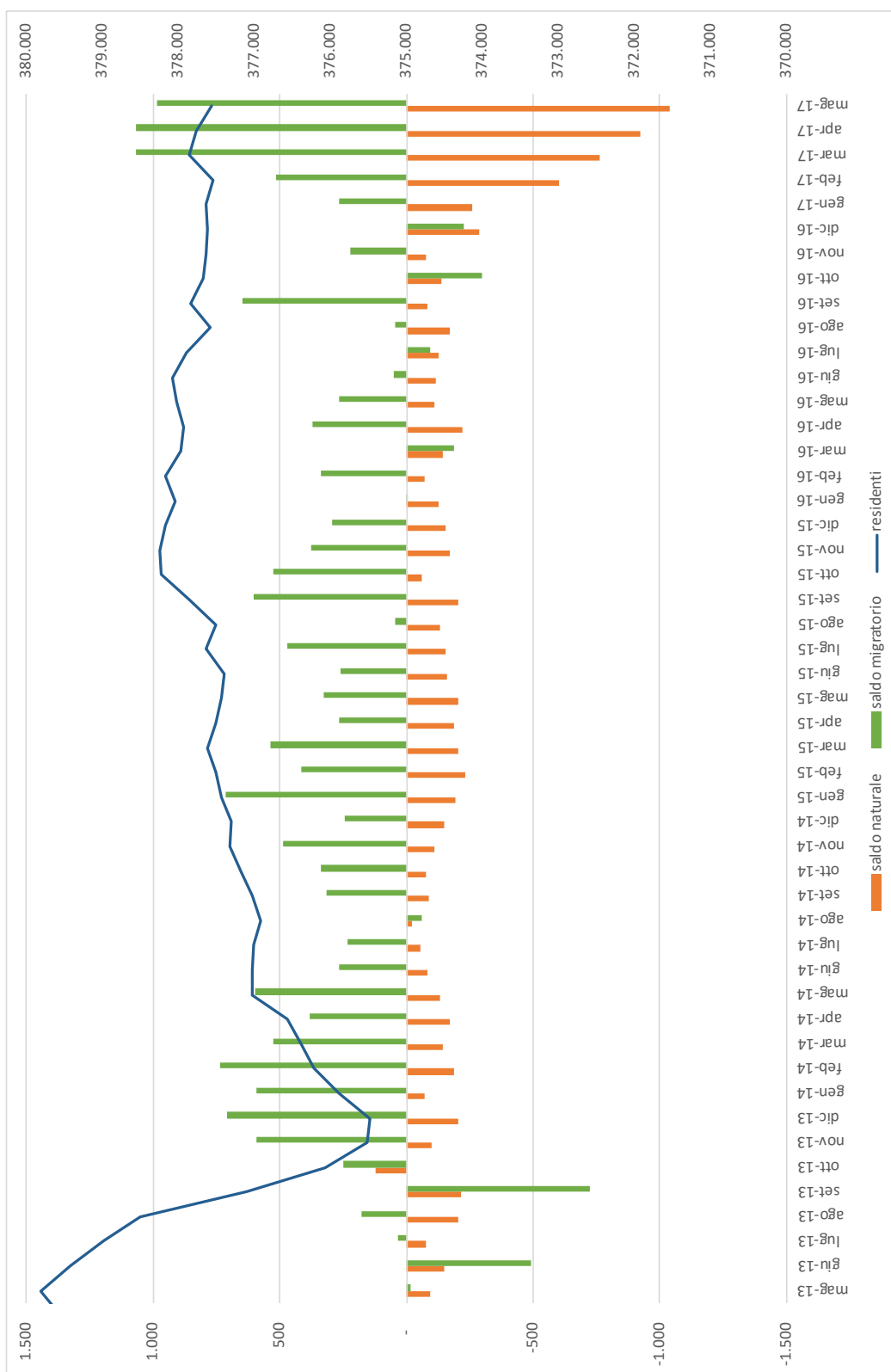
Residenti stranieri per area geografica di cittadinanza e genere e principali cittadinanze presenti

	Maschi	Femmine	Totale
Popolazione straniera europea	4.617	8.630	13.247
Popolazione straniera extraeuropea	22.873	24.063	46.936
Totale	27.490	32.693	60.183
<i>di cui</i>			
Romena	3.241	5.388	8.629
Cinese	3.019	3.072	9.091
Albanese	2.875	2.513	5.388
Peruviana	2.639	3.553	6.192

Residenti per area di nascita

Area di nascita	residenti
Nati nel Comune di Firenze	171.070
Nati nella Provincia di Firenze (escluso il Comune di Firenze)	44.336
- <i>di cui</i> a Bagno a Ripoli	19.074
- <i>di cui</i> a Fiesole	5.505
Nati in altre province della Toscana	26.775
Nati in altre regioni italiane	67.126
Nati all'estero	68.289

Saldi naturale e migratorio e popolazione residente maggio 2013 – maggio 2017



Previsioni demografiche per la Città Metropolitana di Firenze e il Comune di Firenze dal 2015 al 2030

	Città metropolitana			Comune di Firenze		%2030/ anno corrente
	Valore 2014/2015	Valore previsione 2030	Valore 2014/2015	Valore effettivo anno corrente	Valore previsione 2030	
Popolazione totale	1.009.716	1.301.418	379.122	377.625	401.154	106,2
di cui maschi	482.400	496.332	177.111	176.589	189.457	107,3
di cui femmine	527.316	535.086	202.011	201.036	211.697	105,3
di cui stranieri	126.694		58.556	59.697		
di cui maschi	58.454		26.719	27.156		
di cui femmine	68.240		31.837	32.541		
di cui 0-2 anni	25.056	22.097	9.111	8.765	8.767	100,0
di cui 3-5 anni	26.755	22.543	9.160	8.996	8.937	99,3
di cui 6-10 anni	45.408	39.007	15.578	15.431	15.383	99,7
di cui 11-13 anni	26.833	24.708	9.187	9.378	9.635	102,7
di cui 14-18 anni	42.512	46.130	14.762	15.497	17.246	111,3
di cui 19-29 anni	100.735	113.541	37.785	38.099	43.980	115,4
di cui 30-64 anni	492.775	488.740	185.513	184.017	193.891	105,4
di cui 65 anni e oltre	249.642	274.652	98.026	97.442	103.315	106,0
Indice di vecchiaia	188,1	239,8	212,7	213,9	224,5	105,0
Indice di struttura	140,4	142,5	138,5	141,9	137,6	97,0
Indice di ricambio	145,9	171,3	151,5	145,5	179,3	123,3
Indice di dipendenza	60,9	61,9	61,3	61,0	59,3	97,3

Economia

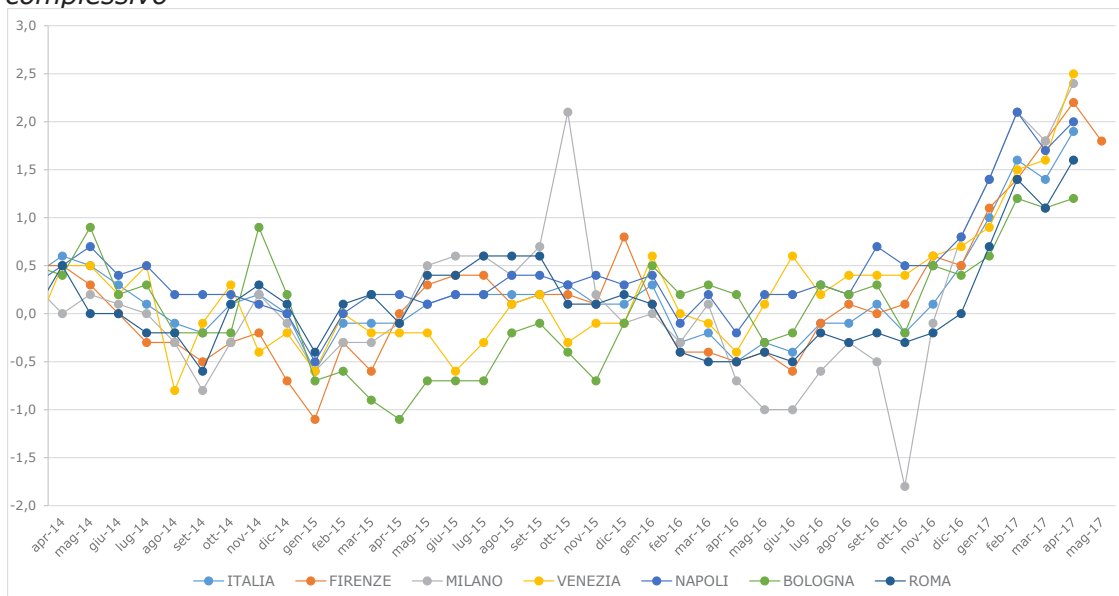
- *A maggio, la variazione mensile dell'indice dei prezzi al consumo è +0,5% mentre ad aprile era +0,9%.*
- *La variazione annuale è +1,8% mentre ad aprile era +2,2%.*
- *Il carrello della spesa è aumentato di +0,7% rispetto ad aprile e +2,5% rispetto a maggio 2016.*
- *Le principali variazioni si sono registrate per le divisioni Servizi ricettivi e di ristorazione (+2,6%), Prodotti alimentari e bevande analcoliche (+1,8%) e Trasporti (-1,0%).*
- *Ad aprile il prezzo medio rilevato del pane è stato 2,11€ al kg, a Napoli 1,91€, a Venezia 4,89€.*
- *Ad aprile il prezzo medio del latte fresco è stato di 1,63€ al litro così come a Grosseto mentre a Trento 1,20€.*

Prezzi al Consumo

A maggio, la variazione mensile è +0,5% mentre ad aprile 2017 era +0,9%. La variazione annuale è +1,8% mentre ad aprile era +2,2%. A contribuire a questo dato sono state, rispetto al mese precedente, principalmente le variazioni registrate per le divisioni Servizi ricettivi e di ristorazione (+2,6%), Prodotti alimentari e bevande analcoliche (+1,8%) e Trasporti (-1,0%). Nella divisione Servizi ricettivi e di ristorazione sono in aumento i Servizi di alloggio (+8,9% rispetto al mese precedente e +4,0% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente). Nei Prodotti alimentari e bevande analcoliche, l'aumento mensile è causato dalle variazioni delle carni (+0,9% rispetto al mese precedente), dei vegetali (2,8% rispetto al mese precedente, +5,9% su base annuale), della frutta (+16,9% rispetto al mese precedente, +4,1% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente), di latte, formaggi e uova (+0,9% rispetto ad aprile 2017) e pane e cereale (+0,2% su base mensile). Si segnala come il più elevato il forte aumento della birra +17,6%.

Nella divisione Trasporti sono in diminuzione il Trasporto aereo passeggeri (-18,9% rispetto al mese precedente, +13,5% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente), gli altri servizi relativi a mezzi di trasporto privati (-0,6% rispetto ad aprile 2017, +0,2% rispetto a maggio 2016) e i carburanti e lubrificanti per mezzi di trasporto privati: -0,4% su base mensile ma +10,2% su base annuale. Nella divisione Abitazione, acqua, elettricità e combustibili sono in aumento gli affitti reali per l'abitazione principale (+0,1% rispetto al mese precedente, -0,1% rispetto a maggio 2016). In diminuzione il gasolio per riscaldamento (-0,9% rispetto ad aprile 2017, +7,2% su base mensile).

Grafico 1 - Variazioni annuali indici prezzi al consumo per le principali città italiane e complessivo



Fonte: elaborazione su dati Istat

I prodotti per frequenza di acquisto¹

Il carrello della spesa:

I prezzi dei prodotti acquistati con maggiore frequenza dai consumatori sono variati di +0,7% rispetto al mese precedente e di +2,5% rispetto a un anno fa.

I prodotti a media frequenza di acquisto registrano una variazione di +0,5% rispetto ad aprile 2017 e di +2,1% rispetto a maggio 2016. I prezzi di quelli a bassa frequenza sono in diminuzione di -0,6% rispetto all'anno scorso e -0,1% rispetto al mese precedente.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO NIC, PER PRODOTTI A DIVERSA FREQUENZA DI ACQUISTO Maggio 2017, variazioni percentuali (base 2010=100)

Tipologia di prodotto	Maggio-17/maggio-16	Maggio-17/aprile-17
Alta frequenza	+2,5	+0,7
Media frequenza	+2,1	+0,5
Bassa frequenza	-0,6	-0,1
Indice generale	+1,8	+0,5

I beni, che pesano nel paniere per circa il 52%, hanno fatto registrare una variazione di +2,1% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. I servizi, che pesano per il restante 48%, hanno fatto registrare una variazione annuale di +1,3%.

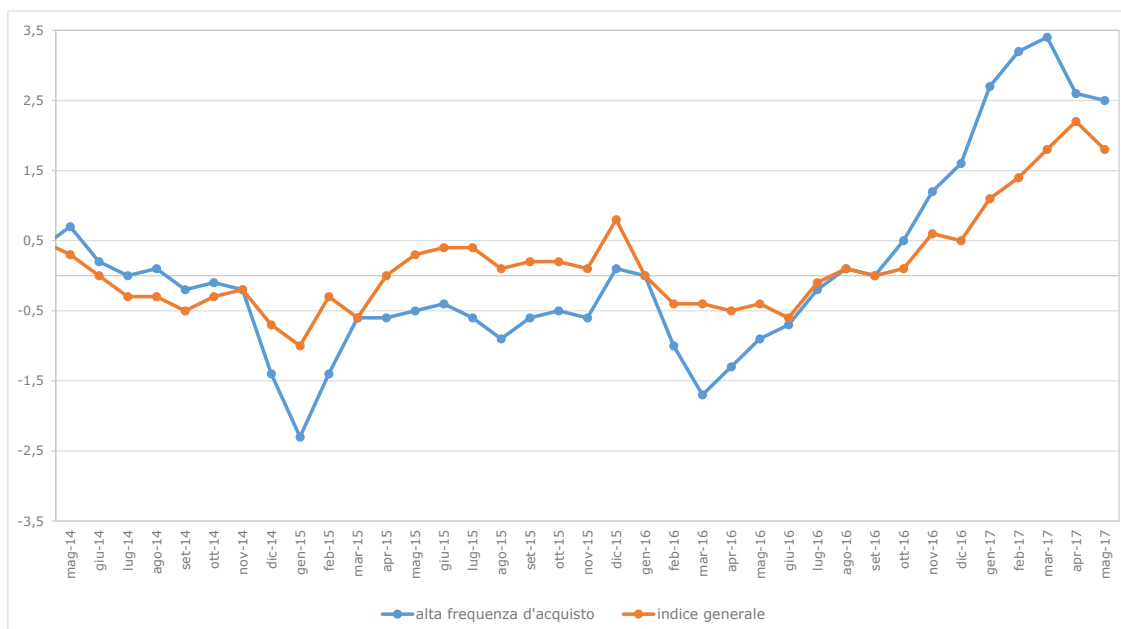
¹ I prodotti facenti parte del paniere Istat per il calcolo dell'indice NIC possono essere suddivisi, rispetto alla loro frequenza d'acquisto, in tre macro categorie:

- *Prodotti ad alta frequenza di acquisto: includono, oltre ai generi alimentari, le bevande alcoliche e analcoliche, i tabacchi, le spese per l'affitto, i beni non durevoli per la casa, i servizi per la pulizia e manutenzione della casa, i carburanti, i trasporti urbani, i giornali e i periodici, i servizi di ristorazione, le spese di assistenza.*
- *Prodotti a media frequenza di acquisto: comprendono, tra gli altri, le spese di abbigliamento, le tariffe elettriche e quelle relative all'acqua potabile e lo smaltimento dei rifiuti, i medicinali, i servizi medici e quelli dentistici, i trasporti stradali, ferroviari marittimi e aerei, i servizi postali e telefonici, i servizi ricreativi e culturali, i pacchetti vacanze, i libri, gli alberghi e gli altri servizi di alloggio.*
- *Prodotti a bassa frequenza di acquisto: comprendono gli elettrodomestici, i servizi ospedalieri, l'acquisto dei mezzi di trasporto, i servizi di trasloco, gli apparecchi audiovisivi, fotografici e informatici, gli articoli sportivi.*

Scomponendo la macrocategoria dei beni, si trova che i beni alimentari registrano una variazione annuale pari a +3,5%. I beni energetici sono in aumento di +8,1% rispetto a maggio 2016. I tabacchi fanno registrare una variazione +0,3% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

La componente di fondo (core inflation) che misura l'aumento medio senza tener conto di alimentari freschi e beni energetici fa registrare una variazione annuale pari a +0,9%.

Grafico 2 - Indici dei prezzi al consumo NIC, per prodotti ad alta frequenza di acquisto e complessivo - variazioni percentuali rispetto allo stesso mese dell'anno precedente



Fonte: elaborazione su dati Istat

Il confronto con i dati nazionali evidenzia come Firenze abbia a maggio 2017 un'inflazione in linea con la media nazionale che è +1,4% su base annuale. Non esistono differenze significative con le altre maggiori città italiane.

Alcuni confronti sul livello dei prezzi al consumo

L'Istat fornisce all'Osservatorio Nazionale Prezzi presso il Ministero dello Sviluppo Economico la media delle quotazioni rilevate di alcuni prodotti di largo consumo per le città che effettuano l'elaborazione autonoma dell'indice.

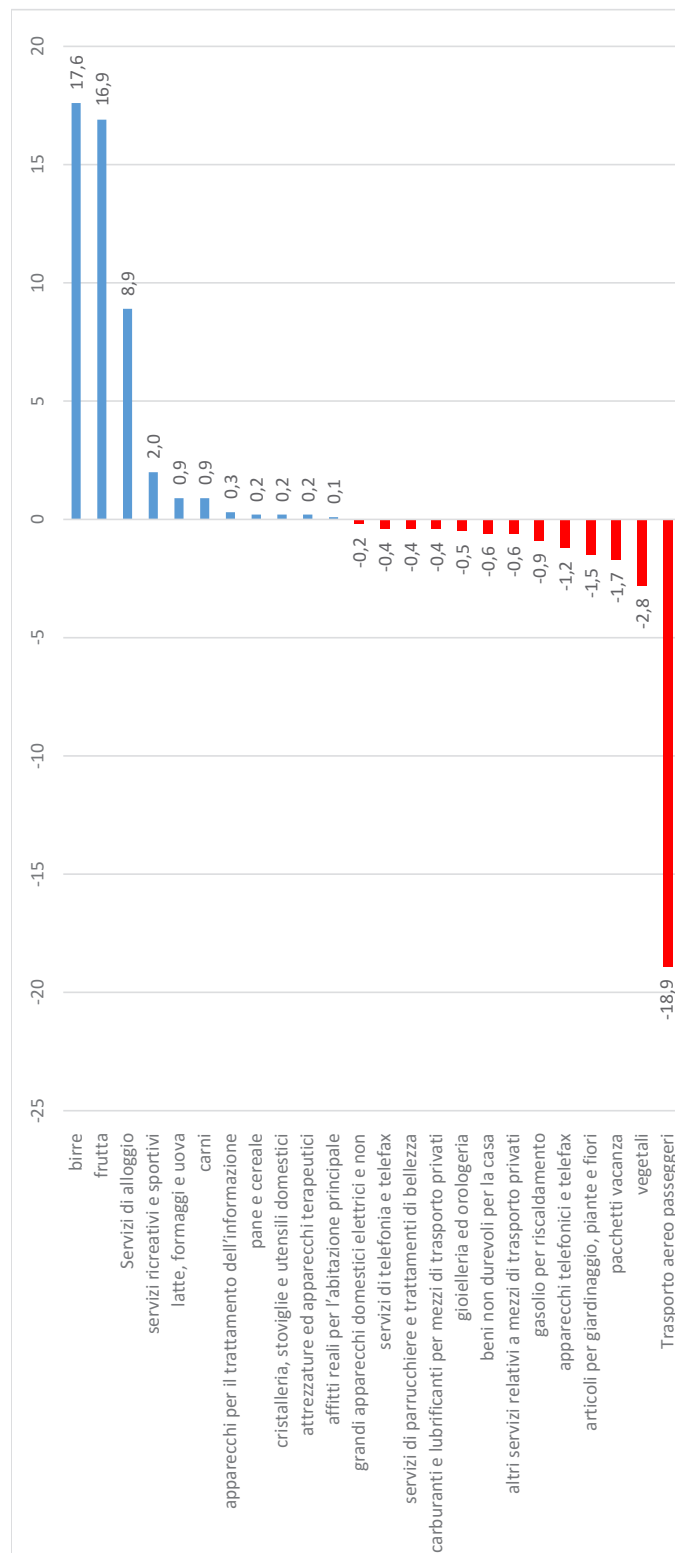
Tabella 1 - Prezzi medi di alcuni prodotti rilevati in alcune città italiane (5,9% del paniere di Firenze); Aprile 2017

Città	Acqua minerale	Biscotti	Caffè espresso al bar	Carta igienica	Dentifricio	Latte intero fresco	Olio e.v.o.	Pane fresco	Parmigiano Reggiano	Riso
Ancona	2,99	3,28	1,00	2,13	3,04	1,42	5,24	3,61	19,73	2,87
Aosta			1,02	1,75	2,44		6,18	3,31	17,94	3,68
Arezzo	1,64	3,61	1,00	2,02	3,35	1,44	6,15	2,27	18,30	1,93
Bari	1,74	2,83	0,76	1,24	1,91	1,39	5,54	2,95	17,67	2,48
Bologna	2,81	3,95	1,08	1,78	2,56	1,23	6,16	4,24	20,31	2,80
Cagliari	3,19	3,38	0,91	1,71	1,56	1,45	5,73	2,90	19,47	2,41
Firenze	2,26	3,52	1,01	2,26	2,80	1,63	6,53	2,11	19,98	2,18
Genova	2,34	4,23	1,00	2,15	2,10	1,55	6,87	3,43	19,30	2,72
Grosseto	2,26	3,72	0,95	1,85	2,87	1,63	5,59	2,36	18,61	2,39
Milano	2,27	4,53	1,00	2,50	2,42	1,44	6,79	3,63	20,58	2,97
Napoli	1,84	3,14	0,86	1,26	1,65	1,56	5,53	1,91	17,93	2,20
Palermo	2,40	3,45	0,92	1,74	2,40	1,44	6,23	2,80	19,15	2,31
Parma	2,80	3,35	1,00	1,79	3,58	1,23	5,44	3,47	18,50	2,52
Perugia	1,70	3,44	0,98	1,09	2,54	1,34	5,13	1,96	18,11	1,90
Pistoia	2,65	4,00	1,01	2,15	2,22	1,62	6,65	2,16	19,45	2,35
Roma	2,66	4,52	0,88	2,44	2,99	1,57	6,02	2,49	18,79	3,07
Torino	2,31	3,44	1,04	1,44	2,22	1,58	5,68	2,69	19,15	2,96
Trento	1,85	3,27	1,10	1,96	1,34	1,20	5,21	2,92	19,10	1,87
Udine	2,07	3,62	1,03	1,83	2,07	1,50	5,58	3,34	19,14	2,32
Venezia	1,61	3,21	1,01	1,70	2,44	1,23	5,74	4,89	18,65	2,85

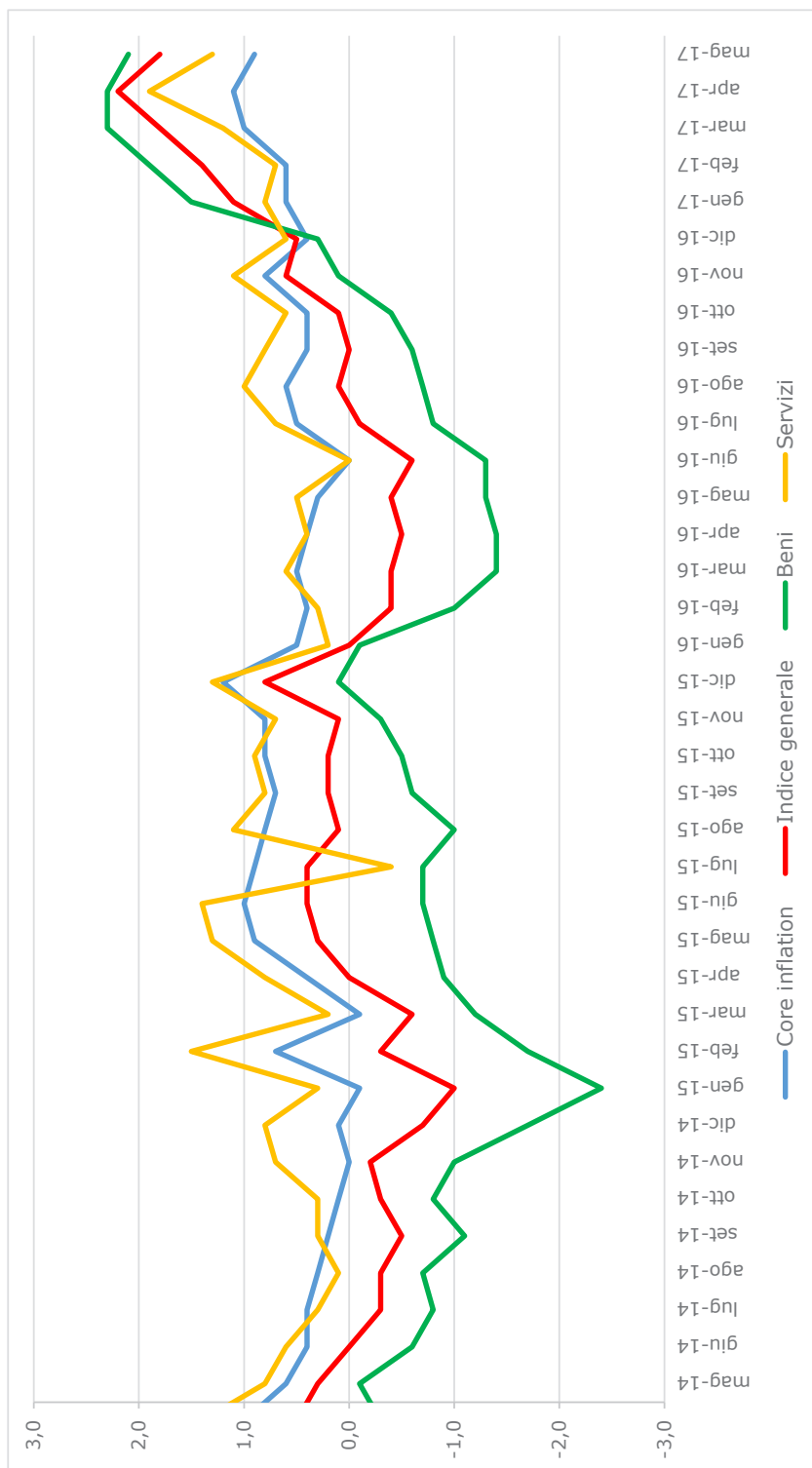
Fonte: Dati forniti da Istat per l'Osservatorio prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico

I prezzi rilevati dall'Istituto Nazionale di Statistica sono raccolti ai fini dell'indagine sui prezzi al consumo; tale indagine ha come obiettivo principale quello di fornire degli indicatori sulle variazioni dei prezzi intervenute nei prodotti appartenenti a un paniere scelto in maniera rappresentativa della spesa per consumi delle famiglie. In altre parole, la rilevazione dei prezzi viene effettuata con criteri metodologici tali da quantificare le variazioni, mentre i dati raccolti non consentono di effettuare confronti spaziali sui livelli dei prezzi. La tabella quindi non può consentire di stabilire quali città siano più care e quali meno.

Variazioni Congiunturali – Maggio 2017



Core inflation, indice generale, beni, servizi – Variazioni Tendenziali - Maggio 2017



Ambiente e territorio

Sono stati utilizzati i dati del Servizio Idrologico Regionale provenienti dalla stazione ubicata presso la Stazione del Genio Civile in Via San Gallo, quota 50 m s.l.m. In tabella 1 sono indicati i valori minimi e massimi della temperatura per ciascun giorno del mese. Si osserva che la temperatura massima mensile, pari a 34,8°C, si è registrata il giorno 29 maggio e la temperatura minima, pari a 8,3°C, il giorno 1.

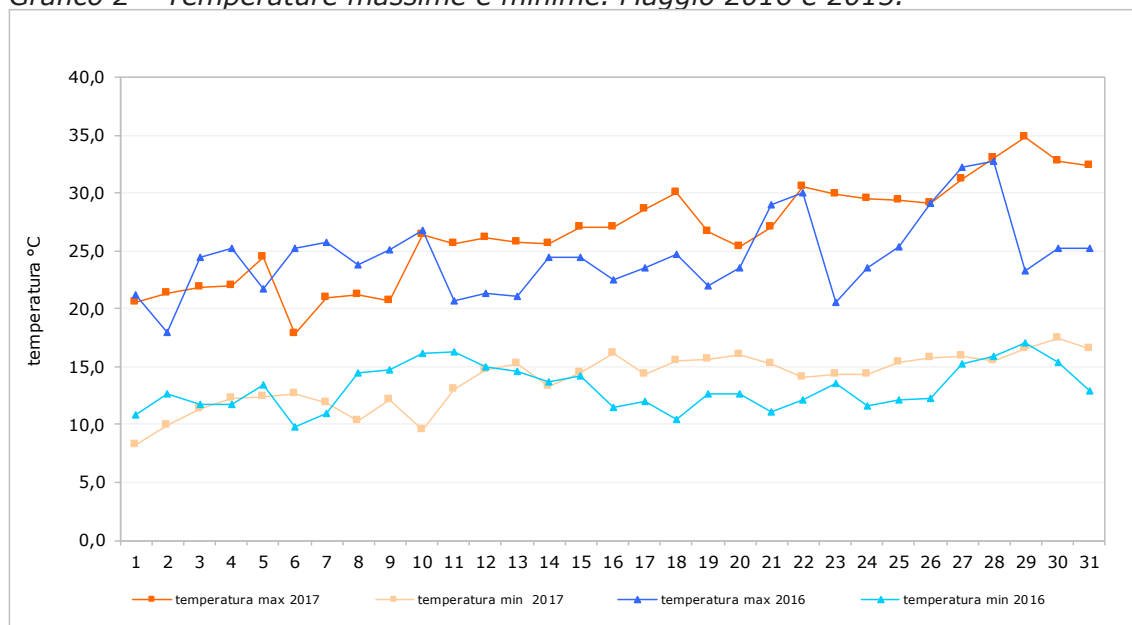
Tabella 1 – Temperature giornaliere minime e massime. Maggio 2017 e 2016

Giorno	Maggio 2017		Maggio 2016	
	Temperatura max.	Temperatura min.	Temperatura max.	Temperatura min.
1	20,6	8,3	21,2	10,9
2	21,4	9,9	18,0	12,6
3	21,9	11,4	24,4	11,8
4	22,0	12,3	25,2	11,8
5	24,5	12,4	21,7	13,4
6	17,9	12,6	25,2	9,8
7	21,0	11,9	25,7	11,0
8	21,2	10,3	23,8	14,5
9	20,7	12,2	25,1	14,7
10	26,4	9,6	26,8	16,1
11	25,6	13,1	20,7	16,3
12	26,2	14,7	21,4	15,0
13	25,7	15,3	21,1	14,6
14	25,6	13,3	24,5	13,7
15	27,0	14,5	24,5	14,2
16	27,0	16,1	22,5	11,5
17	28,6	14,4	23,5	12,0
18	30,0	15,5	24,7	10,5
19	26,6	15,6	22,0	12,6
20	25,3	16,0	23,6	12,6
21	27,1	15,2	29,0	11,1
22	30,5	14,1	30,0	12,1
23	29,9	14,3	20,6	13,6
24	29,5	14,3	23,6	11,6
25	29,4	15,4	25,3	12,2
26	29,1	15,8	29,1	12,3
27	31,2	15,9	32,2	15,2
28	33,0	15,5	32,8	15,9
29	34,8	16,6	23,3	17,1
30	32,7	17,4	25,2	15,4
31	32,3	16,6	25,2	12,9

Fonte: Servizio Idrologico Regionale

Il grafico 2 riporta l'andamento delle temperature massime e minime per il mese di maggio 2017 a confronto con maggio 2016.

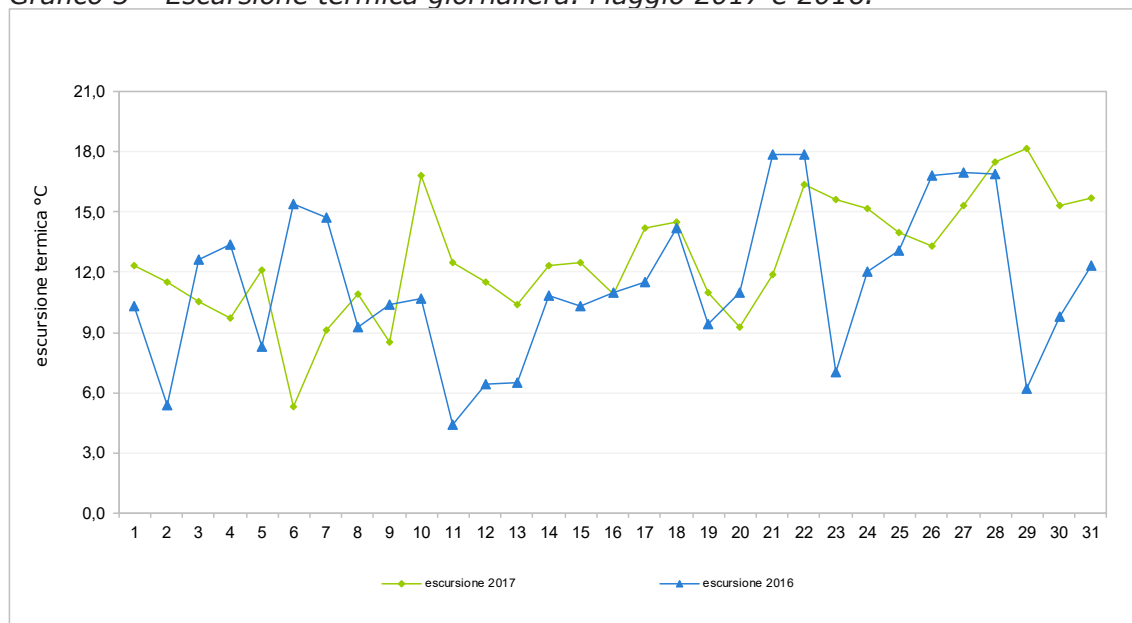
Grafico 2 – Temperature massime e minime. Maggio 2016 e 2015.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

La massima escursione termica si è registrata il 29 maggio con 18,2°C; nel 2016 è stata di 17,9°C registrata il 21 e 22. La temperatura media mensile di maggio 2017 è stata di 20,2°C mentre nel 2016 fu di 18,9°C.

Grafico 3 – Escursione termica giornaliera. Maggio 2017 e 2016.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Nel mese di maggio sono caduti complessivamente 42,6 mm di pioggia in 7 giorni piovosi (giorni con precipitazione maggiore o uguale a 1 mm). Il giorno più piovoso è stato il 7 maggio con 9,8 mm. Nel 2016 erano caduti 107,6 mm di pioggia in 10 giorni piovosi.

La tabella 2 riporta la distribuzione delle piogge per i mesi di maggio 2017 e 2016 e i relativi giorni piovosi.

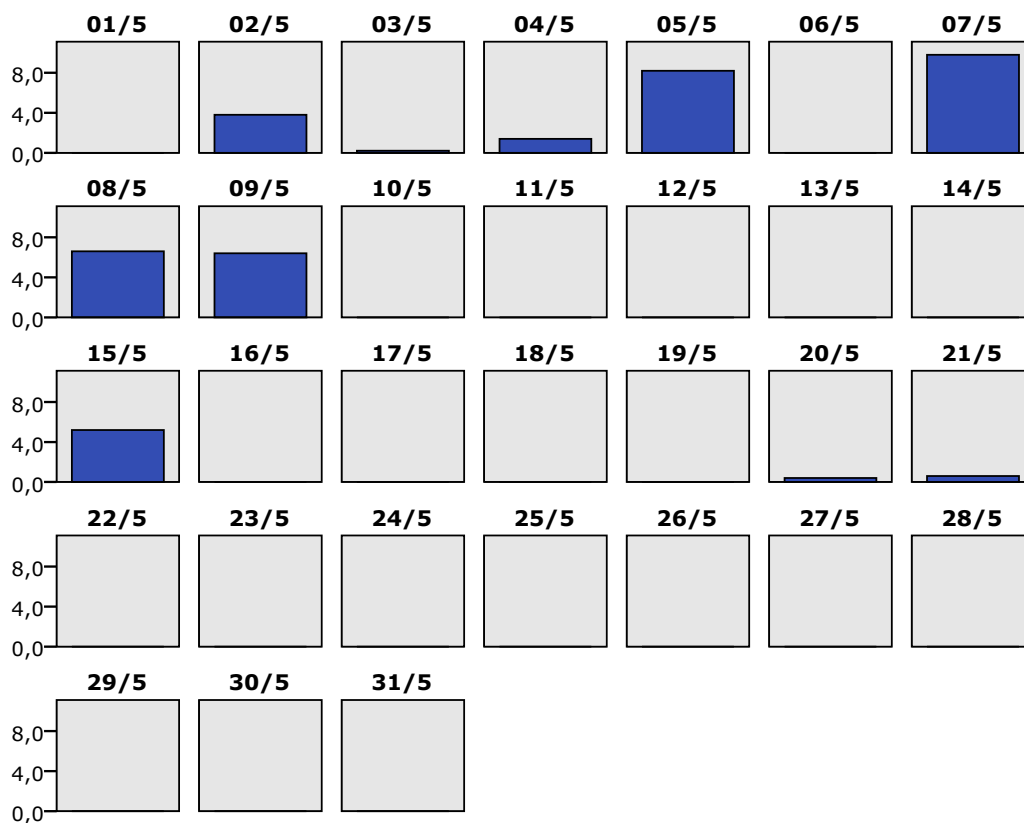
Tabella 2 – Precipitazioni e giorni piovosi. Maggio 2017 e 2016.

Giorno	mm pioggia	
	2017	2016
1	0,0	24,0
2	3,8	0,0
3	0,2	6,0
4	1,4	2,8
5	8,2	0,0
6	0,0	0,0
7	9,8	0,0
8	6,6	0,0
9	6,4	0,8
10	0,0	0,0
11	0,0	0,0
12	0,0	14,4
13	0,0	0,2
14	0,0	22,2
15	5,2	3,4
16	0,0	11,2
17	0,0	0,6
18	0,0	0,0
19	0,0	0,0
20	0,4	4,8
21	0,6	0,0
22	0,0	0,0
23	0,0	0,0
24	0,0	6,4
25	0,0	0,0
26	0,0	0,0
27	0,0	0,0
28	0,0	0,0
29	0,0	0,6
30	0,0	10,2
31	0,0	0,0
Totale	42,6	107,6
gg piovosi	7	10

Fonte: Servizio Idrologico Regionale

Nel grafico 4 viene riportata la distribuzione giornaliera delle precipitazioni.

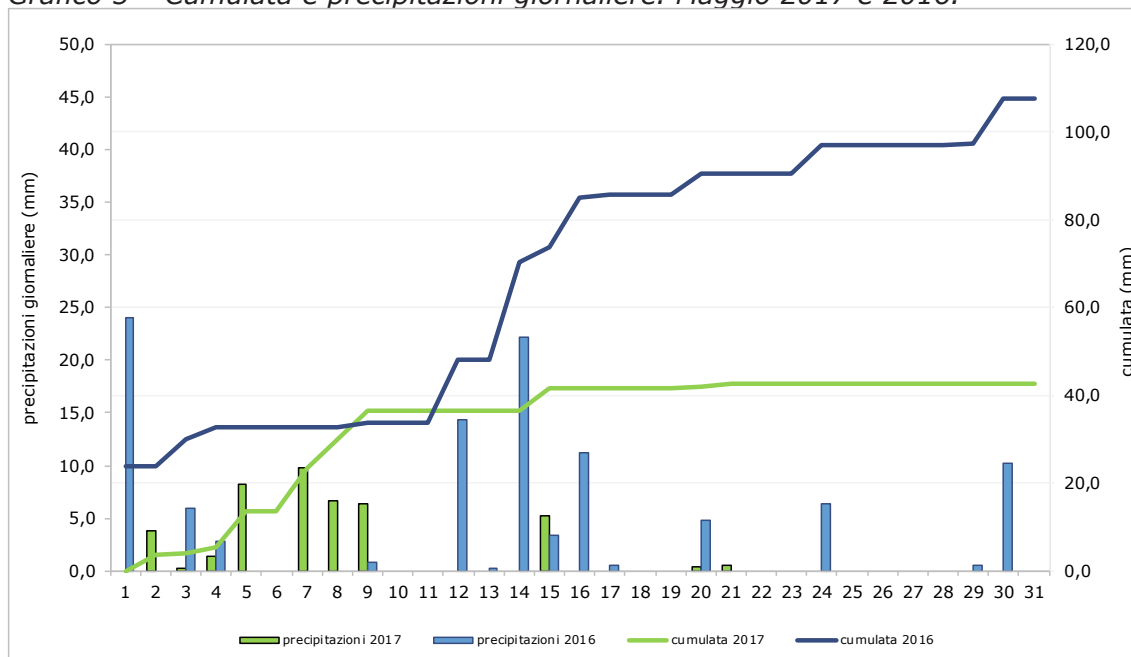
Grafico 4 – Distribuzione giornaliera delle precipitazioni (in mm). Maggio 2017.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

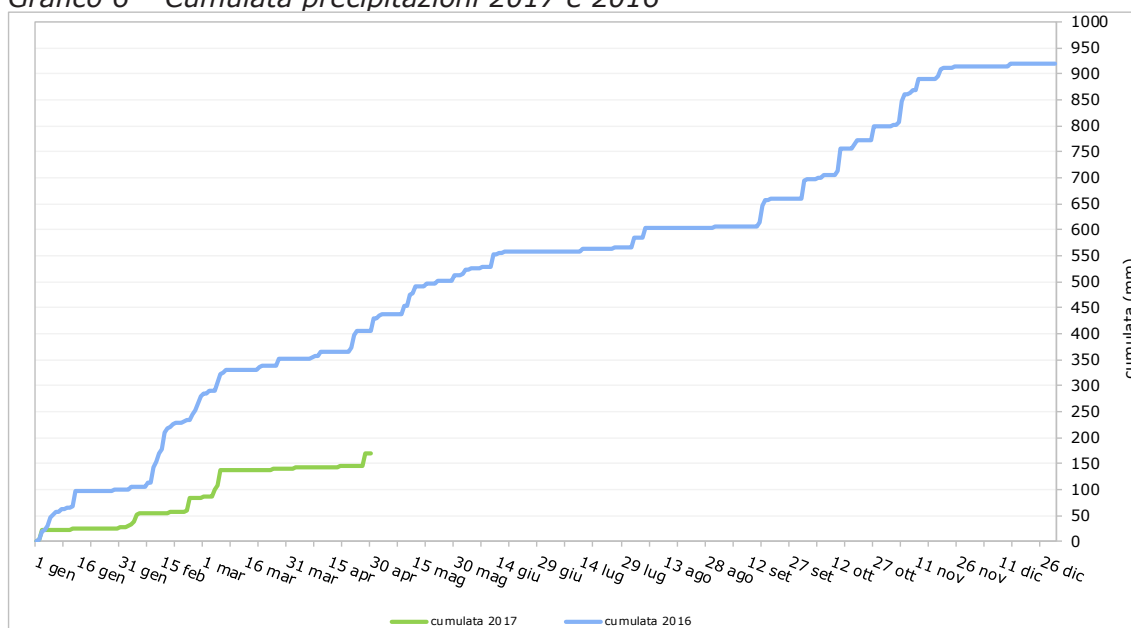
I grafici 5 e 6 rappresentano le cumulate e le precipitazioni giornaliere del mese di maggio (2017 e 2016) e la cumulata annuale delle precipitazioni relativa al 2017 e al 2016.

Grafico 5 – Cumulata e precipitazioni giornaliere. Maggio 2017 e 2016.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Grafico 6 – Cumulata precipitazioni 2017 e 2016



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Dati territoriali**Territorio**

Quota massima		341 metri
Quota minima		20 metri
Quota media		83 metri
Superficie		102 kmq
Lunghezza strade		974 km
la più lunga	Via Bolognese	6.536 metri
la più corta	Volta dei Mazzucconi	13 metri

(Il calcolo della lunghezza delle aree strade è in rapporto al disegno delle stesse, pertanto il conteggio tiene conto di tutte le carreggiate e degli eventuali svincoli)

Sezioni di censimento 2011	2.185
Aree di censimento 2011	21

Verde	ha	%
Q1 – Centro Storico	128,38	22,14
Q2 – Campo di Marte	72,88	12,57
Q3 – Gavinana Galluzzo	82,18	14,17
Q4 – Isolotto Legnaia	155,06	26,75
Q5 – Rifredi	141,23	24,37
Totali aree verdi	579,73	100,00
Giardino	178,46	
Parco	180,32	
Area giochi	7,58	
Area cani	12,27	
Aree sportive in aree pubbliche	164,79	

Strade e numeri civici

Toponimi	2.367
<i>di cui:</i>	
Via	1.805
Piazza	194
Viale	94
Numeri civici	107.917
<i>di cui:</i>	
Neri	84.656
Rossi	23.261
<i>(I numeri rossi sono stati istituiti a partire dal 1938 e fino gli anni '70 per tutti gli accessi diversi da quelli abitativi)</i>	
La strada con più numeri:	Via Pisana
<i>di cui:</i>	
	1.575
	1.241 neri
	334 rossi

Fiumi*(da opendata Autorità di Bacino)*

Lunghezza principali corsi d'acqua nel tratto fiorentino 61,46 km

di cui:

Fiume Arno	14,65 km	Torrente Terzolle	5,96 km
Torrente Mugnone	9,43 km	Fiume Greve	5,87 km
Canale Macinante	7,90 km	Torrente Ema	4,87 km

Edifici con superficie superiore a 20 metri quadrati*(da Anagrafe Comunale Immobili)* 47.812*di cui:*

Residenziale	29.715
Commerciale	1.229
Servizi	1.043

(Tipologie di edifici utilizzate da Istat a fini censuari)

La statistica per la città

La competitività delle piccole e medie imprese a Firenze

*A cura di
Paola Balzamo*

*Hanno collaborato alla progettazione
della ricerca e alla stesura del report
Lucia De Siervo
Veronica Nenci*

Sommario

Introduzione	35
Sintesi dei risultati	37
• Dati generali	38
• Capacità d'impresa	40
• Ostacoli e difficoltà riscontrati dalle aziende	49
• Soluzioni	56
• Rapporti tra imprese e Enti Pubblici	69
Appendice	72
• Il questionario	72
• Risultati - Frequenze delle risposte	79

Introduzione

Questo rapporto presenta i risultati di una rilevazione svolta nell'ambito dei progetti Speed Up e Pure Cosmos, cofinanziati dall'Unione Europea all'interno del programma Interreg Europe, con la finalità di intraprendere attività di ricerca sulle piccole e medie imprese, sulle start up e sugli incubatori di impresa.

L'attività è stata commissionata al Servizio Statistica e toponomastica dalla Direzione Attività Economiche e Turismo del Comune di Firenze; la realizzazione della rilevazione è stata possibile anche grazie al supporto dell'Ufficio Statistica e studi della Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura di Firenze sia nell'adattamento del questionario fornito nell'ambito dei progetti sopra citati alla realtà fiorentina sia nella fornitura degli indirizzi di posta elettronica certificata necessari per la somministrazione del questionario.

L'indagine online, condotta dal 28 novembre 2016 al 31 gennaio 2017, ha coinvolto 30.794 imprese fiorentine, chiamate a esprimere la propria opinione su come migliorare il rapporto con la pubblica amministrazione, per consentire alle imprese stesse di attrezzarsi per una maggiore innovazione e diventare competitive nel mercato locale, regionale, nazionale e internazionale.

L'obiettivo è stato coinvolgere attivamente le imprese nel processo di semplificazione amministrativa, per rendere i processi più essenziali, attuando una riduzione complessiva e uniforme degli oneri amministrativi, permettendo l'accesso alle informazioni e ai dati, identificando ed eliminando gli ostacoli finanziari.

Sulla base delle problematiche identificate e delle proposte emerse dalla rilevazione, il passo successivo del progetto Pure Cosmos sarà determinare quali saranno le buone pratiche da intraprendere per abbattere gli ostacoli e affrontare le sfide specifiche insieme agli altri partner europei del progetto.

Le imprese coinvolte nella rilevazione sono state quelle con meno di 250 dipendenti iscritte alla Camera di Commercio e provviste di un indirizzo e-mail al quale è stato recapitato il link per accedere e compilare il questionario¹ online.

I dati qui presentati sono il risultato di 2.730 questionari pervenuti (tasso di risposta pari a circa il 9%). 1.722 imprese hanno espressamente dichiarato di non voler partecipare all'indagine mentre sono 1.110 i questionari compilati parzialmente.

¹ Il questionario completo è consultabile in appendice

L'analisi è stata organizzata in cinque parti. La prima, introduttiva, descrive i dati generali relativi alla piccola e media impresa, seguono le informazioni sulla capacità di impresa, gli ostacoli incontrati dalle aziende, le possibili soluzioni e, infine, l'analisi del rapporto tra imprese ed Enti Pubblici.

Si presentano approfondimenti sulle "nuove imprese" (aziende nate da meno di 48 mesi) e su alcuni settori di attività² (Manifattura e Costruzioni, Commercio e Trasporti, Attività professionali e Servizi). Non è stato possibile analizzare tutte e sei le macro categorie così come non è stato possibile esaminare i dati per livello di occupazione, micro impresa (1-9 addetti), piccola impresa (10-49 addetti) e media impresa (50-249 addetti), a causa della dimensione esigua dei casi rilevati riscontrata in alcune categorie.

2 Le sei macro-categorie comprendono le seguenti sezioni Ateco:

● **Agricoltura ed Estrazione:**

A – AGRICOLTURA, SILVICOLTURA E PESCA

B – ESTRAZIONI DI MINERALI DA CAVE E MINIERE

● **Manifattura e Costruzioni:**

C – ATTIVITÀ MANIFATTURIERE

F – COSTRUZIONI

● **Commercio e Trasporti:**

G – COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO; RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI

H – TRASPORTO E MAGAZZINAGGIO

● **Pubblica Amministrazione, Istruzione e Sanità:**

O – AMMINISTRAZIONE PUBBLICA E DIFESA; ASSICURAZIONE SOCIALE OBBLIGATORIA

P – ISTRUZIONE

Q – SANITÀ E ASSISTENZA SOCIALE

● **Attività professionali:**

M – ATTIVITÀ PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE

● **Servizi:**

D – FORNITURA DI ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA CONDIZIONATA

E – FORNITURA DI ACQUA; RETI FOGNARIE, ATTIVITÀ DI GESTIONE DEI RIFIUTI E RISANAMENTO

I – ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE

J – SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

K – ATTIVITÀ FINANZIARIE E ASSICURATIVE

L – ATTIVITÀ IMMOBILIARI

N – NOLEGGIO, AGENZIE DI VIAGGIO, SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE

R – ATTIVITÀ ARTISTICHE, SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DIVERTIMENTO

S – ALTRE ATTIVITÀ DI SERVIZI

T – ATTIVITÀ DI FAMIGLIE E CONVIVENZE COME DATORI DI LAVORO PER PERSONALE DOMESTICO; PRODUZIONE DI BENI E SERVIZI INDIFFERENZIATI PER USO PROPRIO DA PARTE DI FAMIGLIE E CONVIVENZE

U – ORGANIZZAZIONI ED ORGANISMI EXTRATERRITORIALI

Sintesi dei risultati

- Il campione delle Piccole e Medie Imprese (PMI) è composto da "Micro imprese (1-9 addetti)" (80,3%), da "Piccole imprese (10-49 addetti)" (12,3%) e da "Medie imprese (50-249 addetti)" (2,2%).
- Il 19,5% delle aziende sono nate da meno di 48 mesi. Tra queste il 18,2% sono imprese innovative.
- Le aziende risultano orientate al miglioramento dell'operatività (con alti e medi livelli di attenzione dichiarati rispettivamente dal 42,3% e dal 38,1% del campione. Poca attenzione all'ingresso in nuovi mercati (un'impresa su quattro dichiara basso livello di interesse). Nessuna esperienza verso i finanziamenti esterni per il 34,3% delle aziende.
- Il 51,9% delle imprese asserisce di fornire i propri prodotti o servizi "Direttamente ai consumatori nel nostro paese" e il 47,9% alle "Piccole e medie imprese".
- Gli aspetti che ostacolano maggiormente le imprese nel raggiungimento del successo sono legati "all' Andamento economico generale" (menzionato dal 68,3% del campione), alla "Tassazione" (64,0%) e alla "Burocrazia" (40,3%).
- Al fine di rimanere competitivi e continuare a sopravvivere in un mercato sempre più globale, più di una impresa su due ha indicato "l'Aumento di fatturato" come azione/strategia da adottare per poter aspirare a una crescita a lungo termine, seguita dalla necessità di "Ricerca nuovi canali di sbocco" (36,6%). Le limitate risorse finanziarie, la burocrazia e la mancanza di tempo sono però i tre aspetti interni all'azienda che rendono difficile il raggiungimento di questi obiettivi. Inoltre, più di un'azienda su quattro non è in grado di trovare una soluzione.
- Il 30% delle aziende del campione asserisce di aver fornito servizi o prodotti agli Enti Pubblici segnalando difficoltà legate alla "Regolamentazione/ Legislazione/Burocrazia" (57,1%) e al "Procurement e procedure di appalto" (49,8%) ritenute troppo onerose in termini di tempo e poco comprensibili. La motivazione principale per le imprese che, invece, dichiarano di non avere un rapporto con le istituzioni pubbliche è perché i "Servizi o prodotti non risultano interessanti per questo tipo di mercato" (affermato dal 46,7% del campione).

I risultati

Dati generali

L'analisi dei dati generali permette di descrivere le caratteristiche del campione che ha partecipato all'indagine. La lista iniziale, formata da 37.548 imprese presenti sul territorio fiorentino è stata fornita dalla Camera di Commercio. Dall'elenco completo sono state scorporate le aziende sprovviste di indirizzo e-mail, o con indirizzo rilevato errato, e le aziende con più di 250 dipendenti. Le piccole e medie imprese (PMI) invitate a partecipare all'indagine sono risultate 30.794.

Sulla base dei 2.730 questionari pervenuti il campione delineato è risultato composto per oltre l'80% da "Micro imprese (1-9 addetti)" (valore che non si discosta dalla percentuale presente all'interno del database di partenza, dove le micro imprese sono il 79% delle aziende), per il 12,3% da "Piccole imprese (10-49 addetti)" e per il 2,2% da "Medie imprese (50-249 addetti)" (cfr. Tabella 1).

Tabella 1. Distribuzione del livello di occupazione.

	Numerosità popolazione	%	Numerosità campionaria	%
Micro impresa (1-9 addetti)	24.328	79,0	2.192	80,3
Piccola impresa (10-49 addetti)	1.717	5,6	335	12,3
Media impresa (50-249 addetti)	206	0,7	59	2,2
Non dichiarato	4.543	14,8	144	5,3
Totale complessivo	30.794	100	2.730	100

Fonte popolazione: elenco delle imprese fornite dalla Camera di Commercio

L'analisi per settori di attività evidenzia che il 40,3% del campione rientra nella categoria dei "Servizi", il 27,7% in quella del "Commercio e Trasporti", il 19,4% nella "Manifattura e Costruzioni" e l'8,2% nelle "Attività professionali". Le altre macro aree "Pubblica Amministrazione, Istruzione e Sanità" e "Agricoltura ed Estrazioni", sono sotto la soglia del 5% (cfr. Tabella 2).

Il 19,5% del campione dichiara che l'azienda si è costituita e ha iniziato la sua attività di impresa da meno di 48 mesi, e tra queste aziende il 18,2% dichiara di avere quale oggetto sociale esclusivo o prevalente lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico.

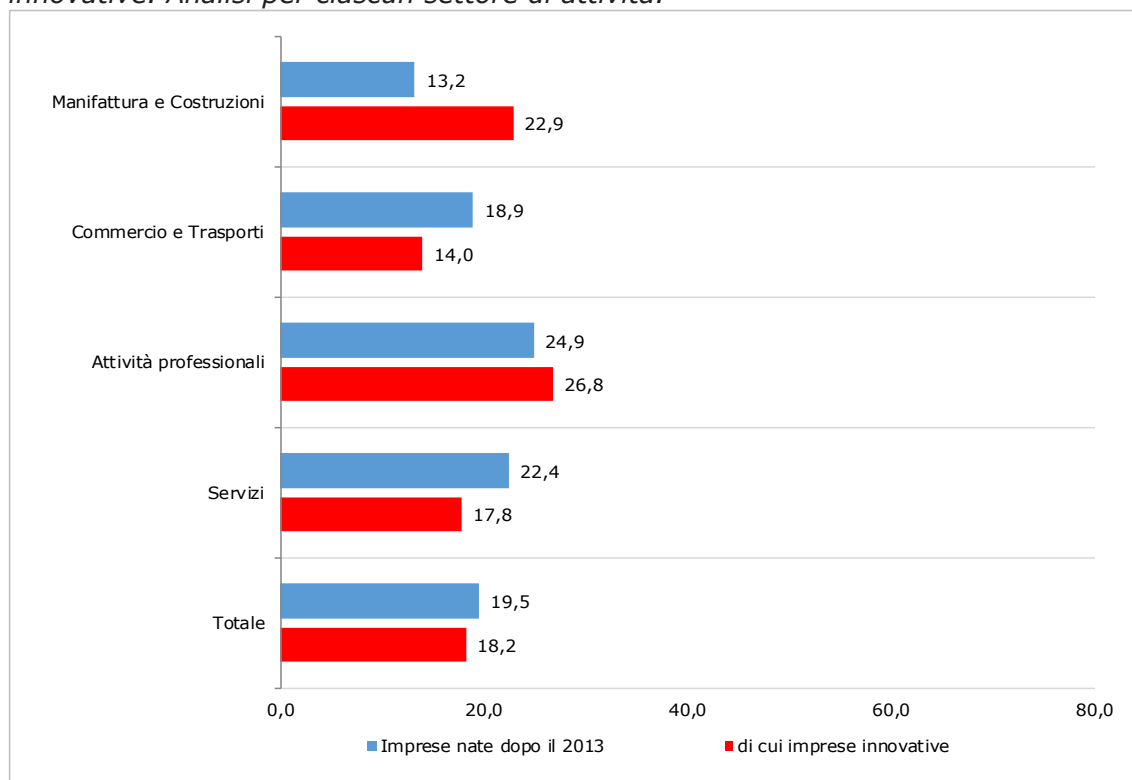
Tabella 2. Distribuzione dei macro settori di attività.

	Numerosità popolazione	%	Numerosità campionaria	%
Agricoltura ed Estrazioni	441	1,4	40	1,5
Manifattura e Costruzioni	6.465	21,0	530	19,4
Commercio e Trasporti	9.859	32,0	755	27,7
Pubblica Amministrazione, Istruzione e Sanità	453	1,5	79	2,9
Attività professionali	1.865	6,1	225	8,2
Servizi	11.704	38,0	1.101	40,3
Nessun settore dichiarato	7	0,0		0,0
Totale	30.794	100	2.730	100

Fonte popolazione: elenco delle imprese fornite dalla Camera di Commercio

L'analisi approfondita per ciascun settore mostra che un'azienda su quattro appartenente alle "Attività professionali" dichiara di essere nata recentemente e, tra queste, il 26,8% rientra tra le imprese innovative. La macro area che ha la più bassa percentuale di imprese nate da meno di 48 mesi è la "Manifattura e Costruzioni" (13,2%), mentre quella con la percentuale più bassa di imprese innovative è il settore "Commercio e Trasporti" (14%) (cfr. Grafico 1).

Grafico 1. Percentuale di aziende nate da meno di 48 mesi e percentuale di imprese innovative. Analisi per ciascun settore di attività.

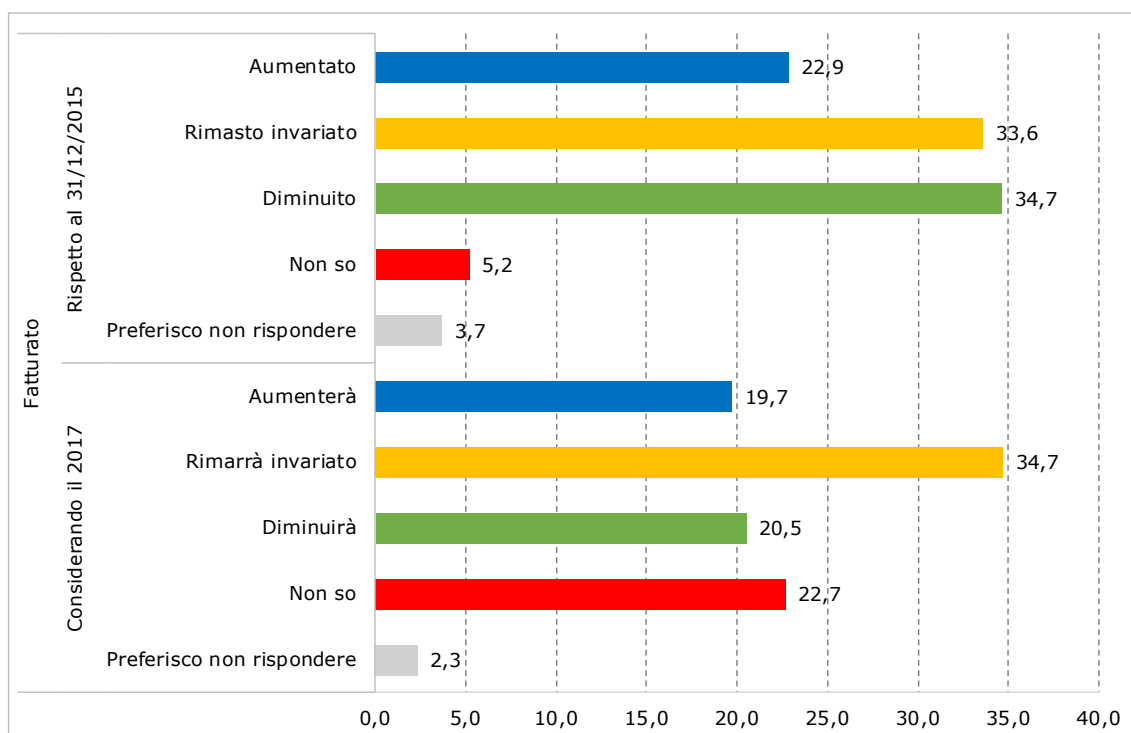


Il questionario è stato compilato nel 76,3% dei casi dal "Titolare, imprenditore o cooperatore" dell'azienda e nel 13,2% dei casi dal "Dirigente, quadro, impiegato". Il 7,8% rientra nella voce "Altro", l'1,4% dichiara di essere il "Coadiuvante familiare" mentre l'1,3% non vuole indicare il ruolo ricoperto all'interno dell'azienda.

Capacità d'impresa

La sezione sulla capacità d'impresa si focalizza sugli ambiti in cui opera l'azienda, sui fattori che concorrono a determinarne il successo, sull'analisi del fatturato e del numero di addetti.

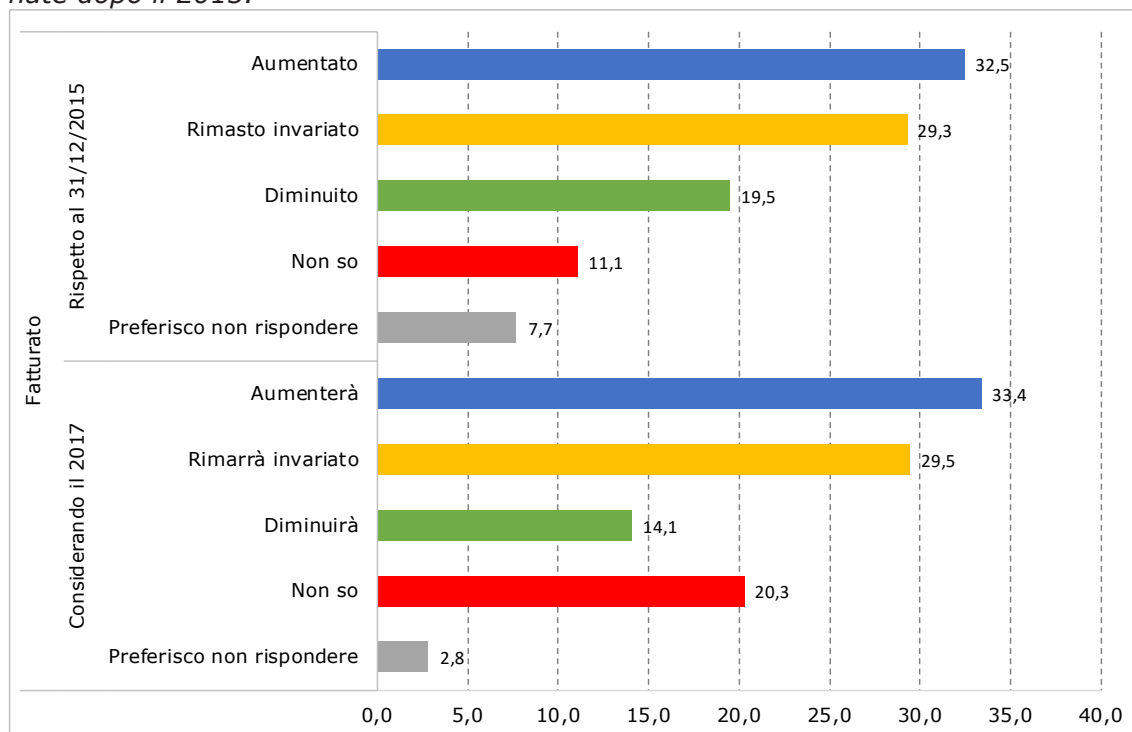
Grafico 2. Distribuzione del fatturato rispetto al 2015 e considerando il 2017. Campione complessivo.



I grafici 2 e 3 analizzano il "Fatturato" rispetto al passato e in un'ottica futura. Lo studio riguarda il campione complessivo e le sole aziende nate dopo il 2013. Il primo grafico mostra che circa un terzo delle aziende che hanno partecipato all'indagine ritiene il fatturato invariato rispetto al 2015, mentre un altro terzo

pensa che sia diminuito. Pari al 22,9% il valore di chi, invece, afferma che sia aumentato, percentuale che raggiunge quasi 10 punti in più (32,5%) se si considerano le sole imprese nate dopo il 2013. Guardando al futuro, il 34,7% delle aziende del campione complessivo non si aspetta cambiamenti, mentre il 22,7% non è in grado di esprimere un giudizio. Intorno al 20% i valori di chi è ottimista, e prevede un aumento, e di chi è pessimista, e prevede una diminuzione. Nel caso delle giovani imprese questi due valori differiscono molto: il 33,4% si aspetta un aumento di fatturato, il 14,1% una diminuzione (cfr. Grafico 3)

Grafico 3. Distribuzione del fatturato rispetto al 2015 e considerando il 2017. Aziende nate dopo il 2013.



L'analisi condotta valutando il numero di addetti non evidenzia particolari differenze analizzando il campione complessivo (cfr. Grafico 4) o le giovani imprese (cfr. Grafico 5). Nel primo caso oltre il 70% dichiara che il numero di addetti non è variato rispetto al 2015 e non si aspetta una variazione neanche in futuro. Tali percentuali diminuiscono intorno al 65% (65,5% numero di addetti invariato rispetto al 2015, 62,3% numero di addetti non varierà nel 2017), rimanendo comunque le voci predominanti, nel caso di imprese nate dopo il 2013.

Grafico 4. Distribuzione del N° di addetti rispetto al 2015 e considerando il 2017. Campione complessivo

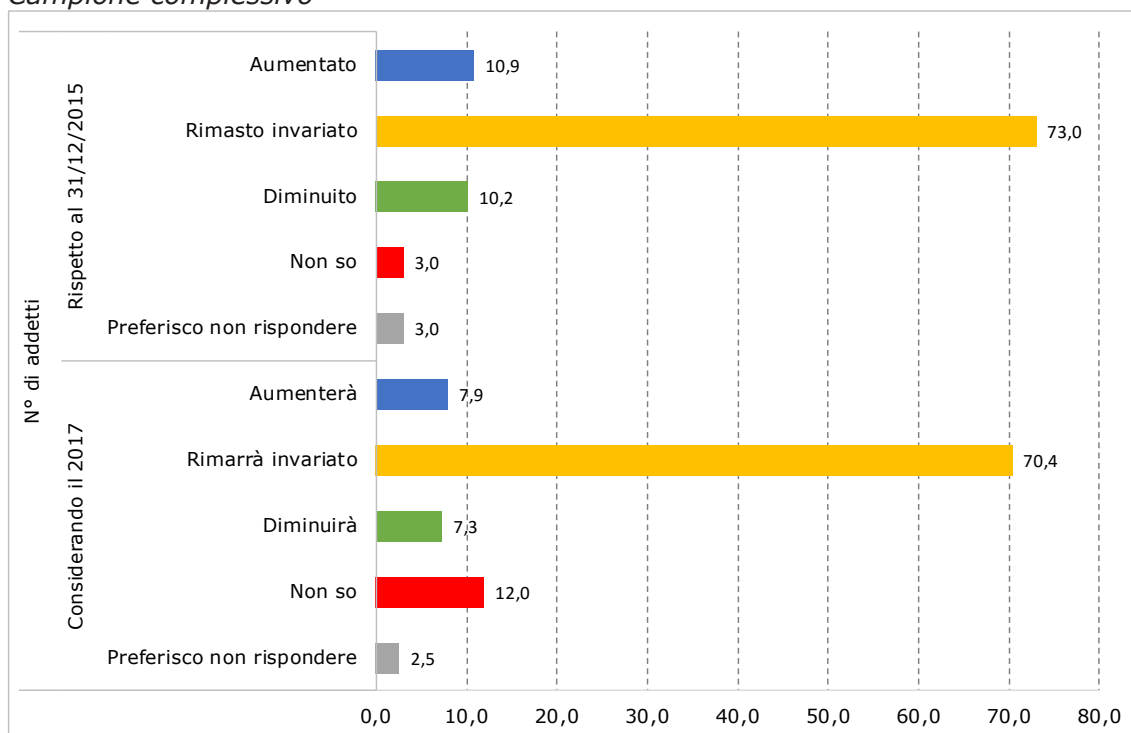
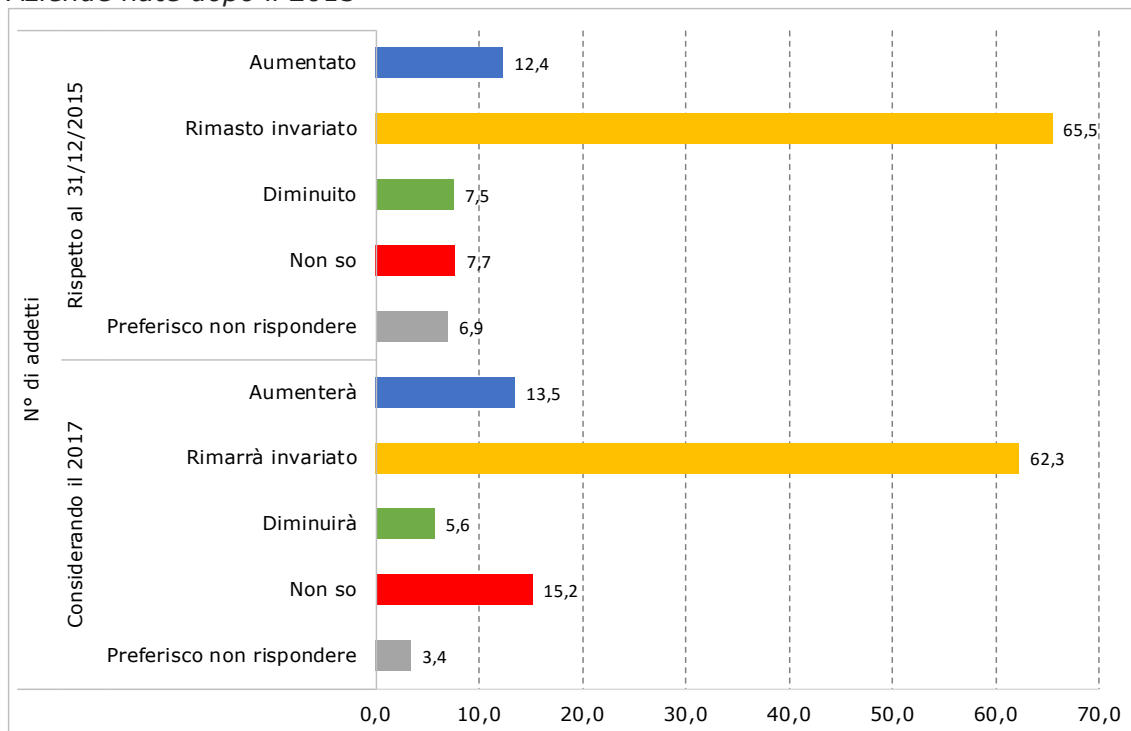


Grafico 5. Distribuzione del N° di addetti rispetto al 2015 e considerando il 2017. Aziende nate dopo il 2013

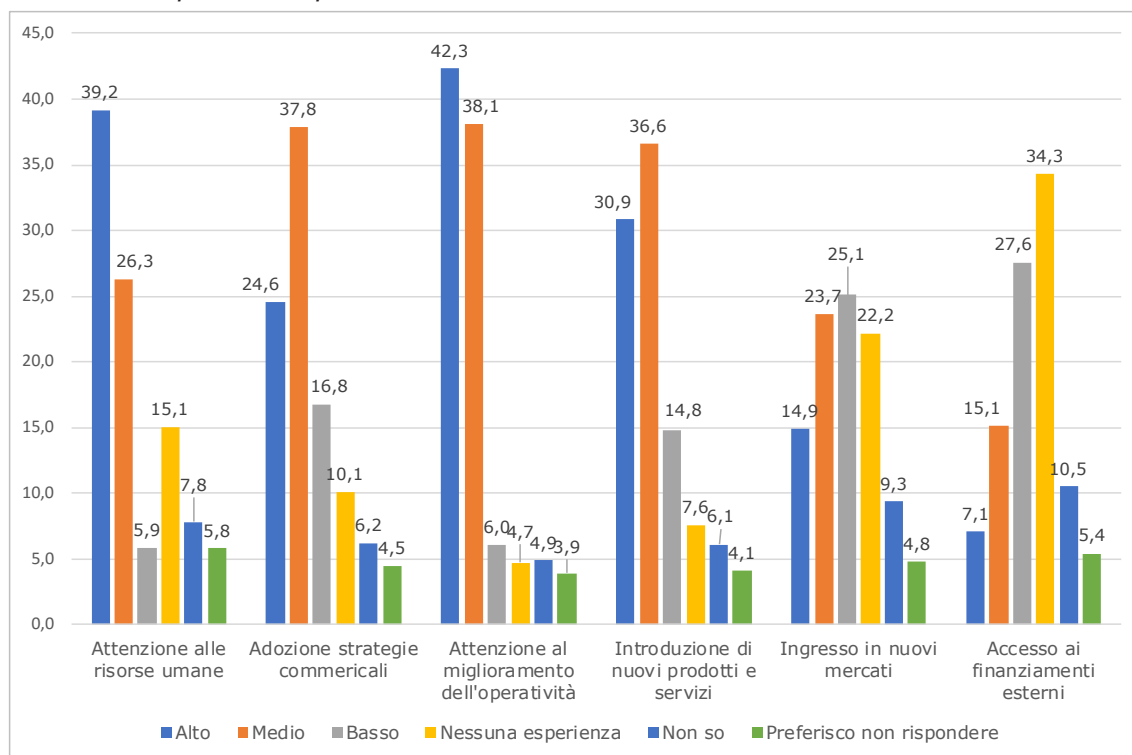


I fattori analizzati nel grafico 6: "Attenzione alle risorse umane", "Adozione di strategie commerciali", "Attenzione al miglioramento dell'operatività", "Introduzione di nuovi prodotti e servizi", "Ingressi in nuovi mercati", "Accesso ai finanziamenti esteri" sono ritenuti gli aspetti che caratterizzano le imprese di successo. Il questionario ha rilevato, per ciascuna delle voci considerate, il livello di presenza all'interno delle aziende.

"L'attenzione al miglioramento dell'operatività" è risultato l'aspetto che ha registrato il più "Alto" e "Medio" livello di presenza con valori pari rispettivamente al 42,3% e 38,1%. Intorno al 40% anche "l'alta Attenzione alle risorse umane".

Un'azienda su quattro dichiara invece un "basso" interesse "nell'Ingresso in nuovi mercati", mentre il 34,3% asserisce di non avere "Nessuna esperienza" "nell'Accesso ai finanziamenti esterni".

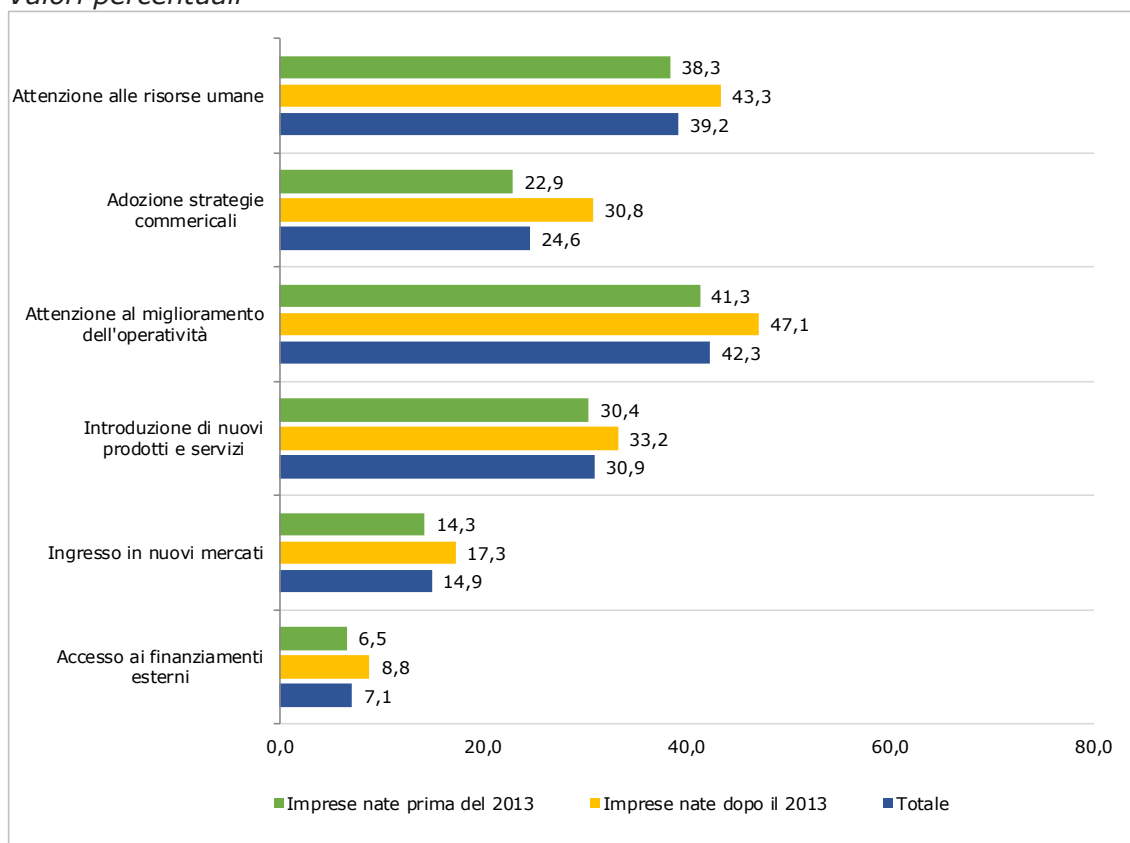
Grafico 6. Distribuzione del livello di attenzione dichiarato dalle aziende per ciascun fattore. Campione complessivo.



Focalizzandosi sugli "alti livelli" e distinguendo i risultati tra aziende nate prima e dopo il 2013, le maggiori differenze percentuali si registrano per la voce "Adozione strategie commerciali" (7,9) e "Attenzione al miglioramento dell'operatività" (5,8). Rispettivamente il 30,8% e il 47,1% delle nuove aziende

dichiara di avere elevati livelli di attenzione per questi due aspetti, percentuali che nelle aziende nate prima del 2013 si attestano rispettivamente al 22,9% e 41,3%.

Grafico 7. Fattori che caratterizzano un'impresa di successo. Analisi per alti livelli di attenzione distinta tra aziende nate prima o dopo il 2013 e campione complessivo. Valori percentuali

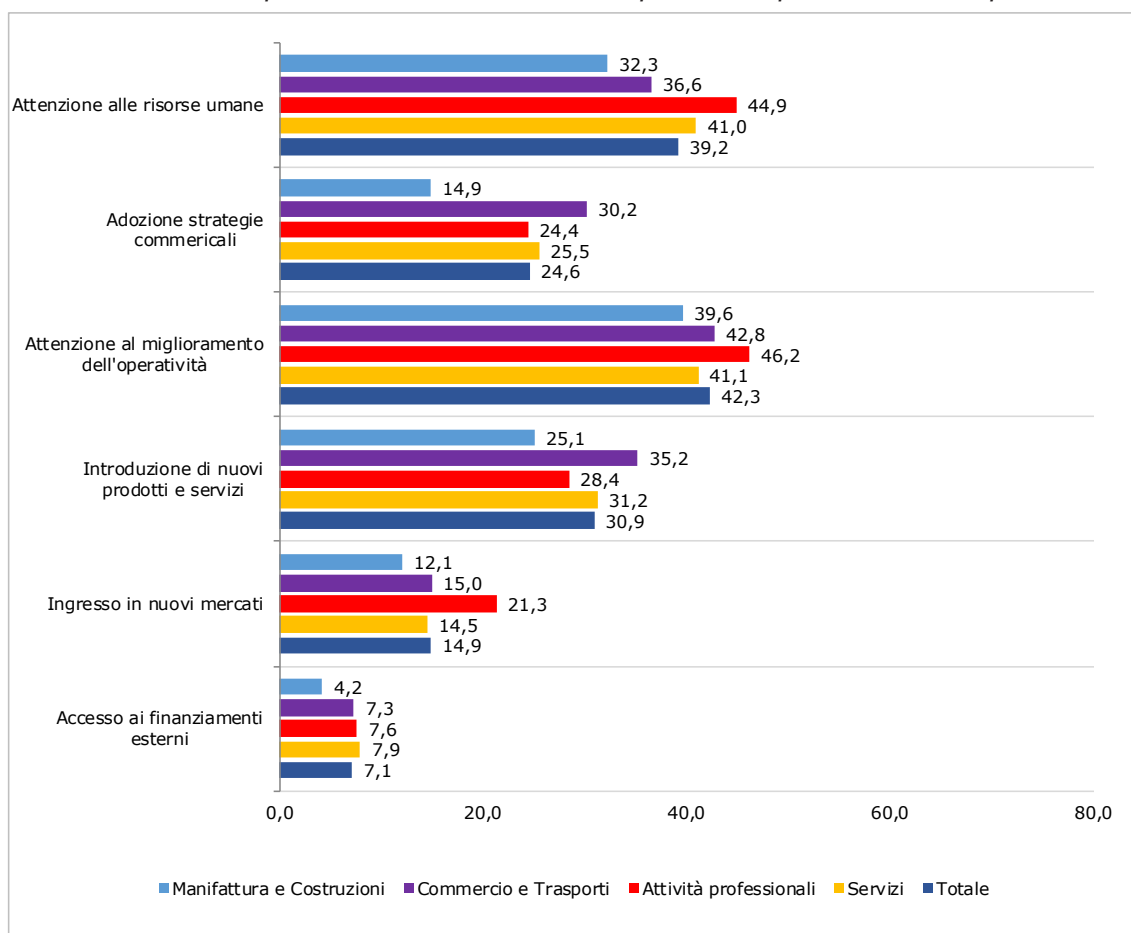


L'analisi condotta confrontando le aree di attività (cfr. Grafico 8) evidenzia come le "Attività professionali" presentino percentuali più elevate, rispetto agli altri settori, per "l'Attenzione al miglioramento dell'operatività", "l'Attenzione alle risorse umane" e "l'Ingresso in nuovi mercati". Rispettivamente il 46,2%, il 44,9% e il 21,3% delle aziende appartenenti a questa categoria dichiara di avere i più elevati livelli di attenzione per questi tre aspetti.

Altri risultati che spiccano, perché presentano valori più alti rispetto a quanto registrato dalle altre categorie, sono relativi al settore "Commercio e Trasporti". Il 35,2% e il 30,2% delle imprese appartenenti a questo settore dichiarano alti livelli di attenzione per "l'Introduzione di nuovi prodotti e servizi" e "Per l'adozione di strategie commerciali".

La "Manifattura e Costruzioni", invece, è il settore che emerge perché riporta, per ciascuna voce, i più bassi valori percentuali legati agli alti livelli di attenzione.

Grafico 8. Fattori che caratterizzano un'impresa di successo. Analisi per alti livelli di attenzione distinta per settore di attività e campione complessivo. Valori percentuali



Nella successiva domanda sono elencate alcune specifiche aree di attività con l'obiettivo di capire in quali di esse le aziende abbiano competenze e se siano aumentate rispetto al 2014³. In entrambi gli anni di analisi emerge che oltre il 50% delle aziende dichiara di avere esperienza anche in altri settori rispetto a quelli presenti nella lista, settori che, in realtà, non registrano percentuali particolarmente elevate. Tra le voci di interesse, la più menzionata è "Commercio e Marketing". Nel 2016 dichiara di operare in questo settore il 25,8% di imprese, erano il 25,6% nel 2014. Tutte le altre voci sono citate da meno del 10% delle aziende che hanno partecipato all'indagine.

³ La distribuzione del 2014 è calcolata al netto delle imprese che hanno dichiarato di non essere attive nel 2014

Un confronto tra i due anni mostra che l'attenzione verso queste aree, eccetto per la voce "Progettazione e design" e "Orientamento all'export", è in generale aumentata, anche se, in termini percentuali, l'incremento è minimo. La maggior variazione si riscontra per l'aspetto "Innovazione di servizi e prodotti". Se nel 2014 dichiaravano di avere esperienza in questo settore il 7,6% delle imprese, nel 2016 la percentuale sale al 9,4% (cfr. Tabella 3).

Tabella 3. Ambiti di attività. Confronto 2014-2016. Campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla)

	2014	2016
Ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove tecnologie di processo	5,5	6,3
Progettazione e design	5,7	5,3
Innovazione di prodotti e servizi	7,6	9,4
Innovazione dei processi	1,8	2,6
Management e pianificazione strategica	2,7	3,3
Orientamento all'export	2,5	2,4
Formazione del personale	4,5	4,6
Commercio e marketing	25,6	25,8
Informatica professionale (software, web design, sistemi informativi aziendali)	6,8	7,1
Altro	57,3	56,7
Non so	3,2	3,7
Preferisco non rispondere	2,6	2,1

Focalizzandosi sui risultati del 2016 e analizzando il dettaglio per settore di attività e nascita dell'impresa emergono risultati interessanti⁴.

Le imprese nate dopo il 2013 hanno percentuali più elevate rispetto a quelle nate prima del 2013 per i seguenti aspetti: "Ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove tecnologie di processo" (8,1% rispetto a 5,9%), "Progetto e design" (6,6% rispetto a 5,1%), "Innovazione di prodotti e servizi" (11,4% rispetto a 9,0%), "Innovazione dei processi" (4,3% rispetto a 2,2%) e "Management e pianificazione strategica" (4,7% rispetto a 2,9%). Per "Orientamento all'export" e "Informatica professionale" le percentuali si equivalgono, 2,4% per la prima voce e 7,1% per la seconda.

⁴ Nei commenti è stata tralasciata l'analisi sulla voce "Altro" descrivendo i risultati delle singole attività

Infine, hanno valori più elevati le imprese nate prima del 2013 per "La formazione del personale" e "Commercio e marketing" rispettivamente 4,6% rispetto a 4,1% e 26,4% rispetto a 23,6%(cfr. Tabella 4).

Tabella 4. Ambiti di attività. Analisi riferita al 2016. Distinta tra aziende nate prima o dopo il 2013 e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla)

	Imprese nate prima del 2013	Imprese nate dopo il 2013	Totale
Ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove tecnologie di processo	5,9	8,1	6,3
Progettazione e design	5,1	6,6	5,3
Innovazione di prodotti e servizi	9,0	11,4	9,4
Innovazione dei processi	2,2	4,3	2,6
Management e pianificazione strategica	2,9	4,7	3,3
Orientamento all'export	2,4	2,4	2,4
Formazione del personale	4,6	4,1	4,6
Commercio e marketing	26,4	23,6	25,8
Informatica professionale (software, web design, sistemi informativi aziendali)	7,1	7,1	7,1
Altro	57,6	54,2	56,7
Non so	3,7	3,2	3,7
Preferisco non rispondere	1,6	3,2	2,1

L'analisi distinta per settore di attività mostra le imprese appartenenti alle "Attività professionali" come quelle che maggiormente affermano di avere competenze in tutti gli ambiti elencati, escluso la voce "Commercio e Marketing" dove la percentuale più alta, pari al 56,7%, è ottenuta dalle imprese appartenenti all'area "Commercio e Trasporto". In particolare, il 20,4% delle "Attività professionali" dichiara di avere esperienza in "Progettazione e design" e il 14,2% in "Innovazione di prodotti e servizi" (cfr. Tabella 5).

Tabella 5. Ambiti di attività. Analisi riferita al 2016. Distinta per settore di attività e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

	Manifattura e Costruzioni	Commercio e Trasporti	Attività professionali	Servizi	Totale
Ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove tecnologie di processo	8,1	4,4	13,3	5,5	6,3
Progettazione e design	7,7	3,7	20,4	2,5	5,3
Innovazione di prodotti e servizi	9,4	7,3	14,2	9,7	9,4
Innovazione dei processi	3,6	1,3	4,9	2,7	2,6
Management e pianificazione strategica	1,5	1,9	10,2	3,6	3,3
Orientamento all'export	2,6	4,1	3,1	0,8	2,4
Formazione del personale	4,0	2,3	7,1	3,8	4,6
Commercio e marketing	10,8	56,7	19,6	15,3	25,8
Informatica professionale (software, web design, sistemi informativi aziendali)	3,6	2,8	8,0	11,9	7,1
Altro	71,7	35,9	49,3	63,7	56,7
Non so	6,2	3,0	0,9	3,8	3,7
Preferisco non rispondere	2,5	1,3	0,4	2,7	2,1

Ostacoli e difficoltà riscontrati dalle aziende

Al campione che ha partecipato all'indagine è stato chiesto di indicare a chi attualmente l'azienda fornisce i suoi prodotti o servizi. Due sono le principali voci emerse: "Direttamente ai consumatori del nostro paese", dichiarato da più di una azienda su due (51,9%), e alle "Piccole e medie imprese", dichiarato dal 47,9% del campione. Seguono, con il 21,7%, le "Grandi aziende private", con il 13,9%, "Direttamente ai consumatori dell'Unione Europea" (le principali nazioni sono Regno Unito, Francia e Germania rispettivamente il 43,3%, 42,0% e 34,8%), con il 13,1% "Direttamente ai consumatori esterni all'Unione Europea" e con l'11,2% "all'Amministrazione territoriale (Regioni, Città Metropolitane, Comuni)". Tutte le altre voci sono sotto la soglia del 10% (cfr. Grafico 9)

Focalizzandosi sulle 6 categorie più menzionate e approfondendo l'analisi tra le aziende nate da meno o più di 48 mesi, la voce maggiormente citata da entrambe le categorie a cui le aziende si rivolgono per fornire i loro prodotti e servizi si conferma "Direttamente ai consumatori del nostro paese" anche se la percentuale di nuove imprese che forniscono questa risposta (55,2%) è maggiore rispetto alle imprese più anziane (51,3%). Le aziende nate dopo il 2013 emergono anche per le voci legate alle esportazioni (si rivolgono "Direttamente ai consumatori dell'Unione Europea", il 15% delle nuove imprese rispetto al 13,5%, e ai "Consumatori esterni all'Unione Europea", il 14,1% delle nuove imprese rispetto al 12,8%). Al contrario, risulta che le imprese nate prima del 2013, sono più numerose in termini percentuali nel fornire prodotti alle "Piccole e medie imprese" (49,4% rispetto a 42,8%), alle "Grandi aziende private" (22,4% rispetto a 19,3%) e alle "Amministrazioni territoriali" (12,2% rispetto a 7,1) (cfr. Grafico 10).

L'analisi per settori di attività mostra che il 70,7% delle aziende appartenenti alle "Attività professionali" asserisce di fornire i suoi prodotti o servizi alle "Piccole e medie imprese" e il 43,6% alle "Grandi aziende private". Un'azienda su due del settore "Manifattura e Costruzioni" afferma di lavorare "Per le piccole e medie imprese" (56,8%) e "Direttamente ai consumatori del nostro paese" (53,8%). Quest'ultima categoria è quella più menzionata anche tra le aziende che rientrano nell'area "Commercio e Trasporti" (57,4%) e "Servizi" (53%) (cfr. Grafico 11).

Grafico 9. Enti a cui le aziende forniscono servizi o prodotti. Campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

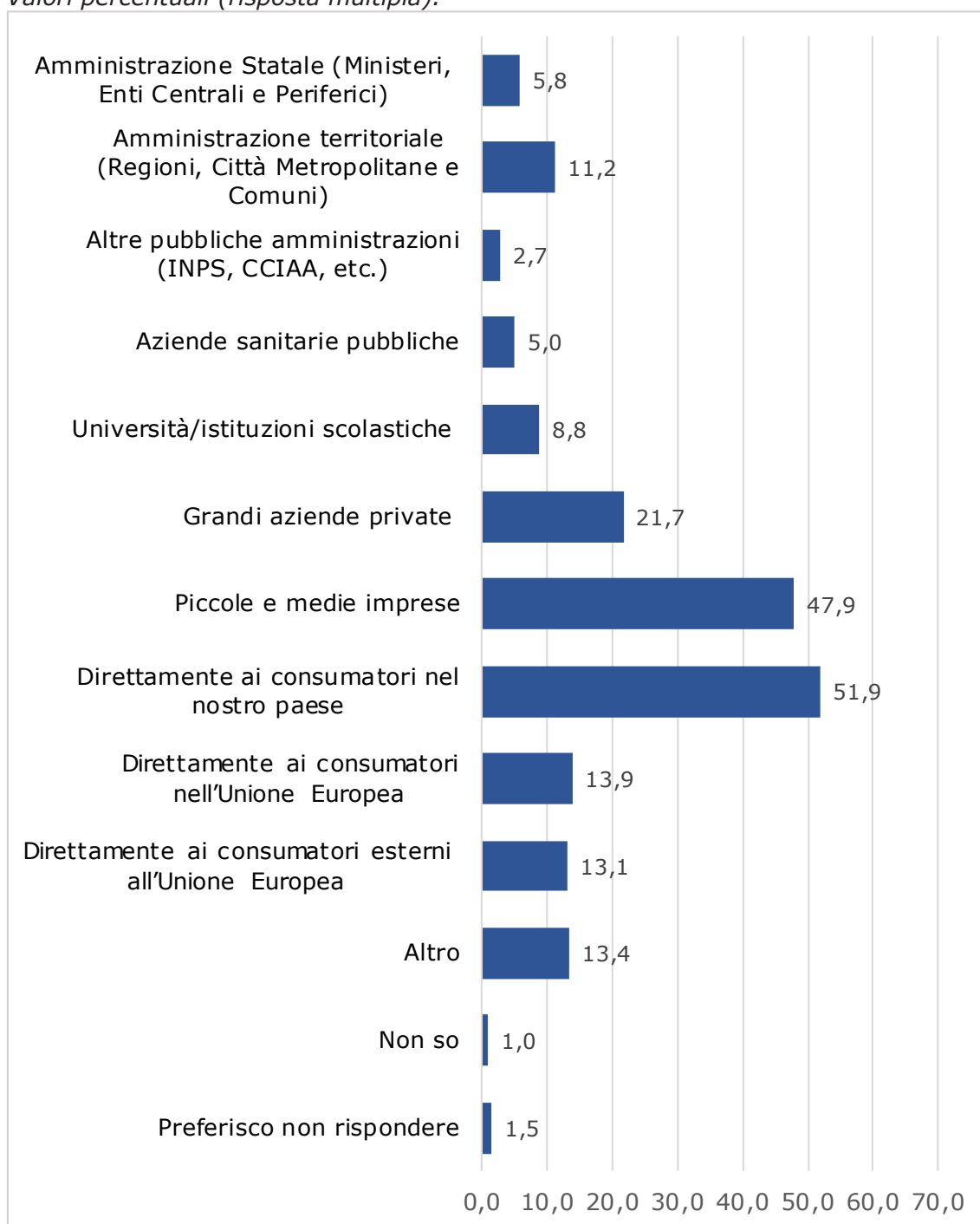
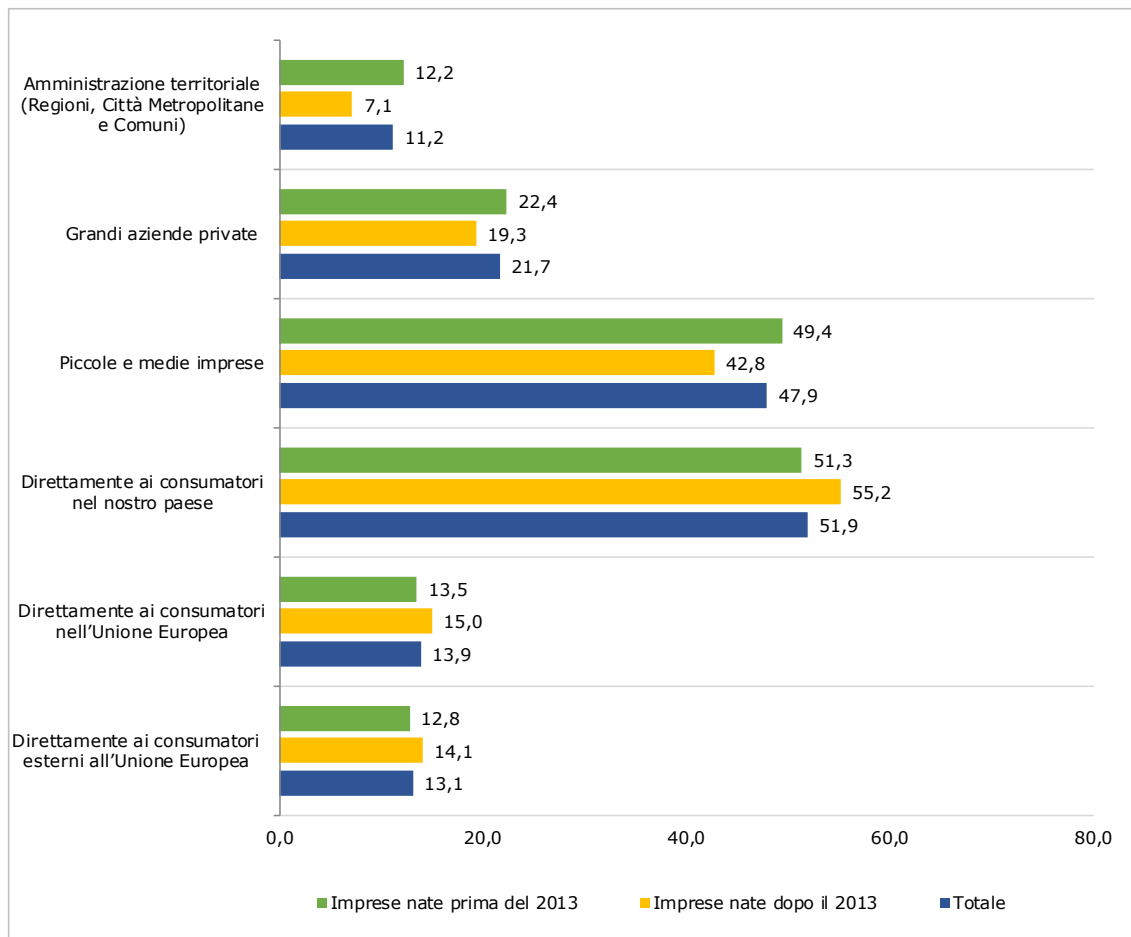
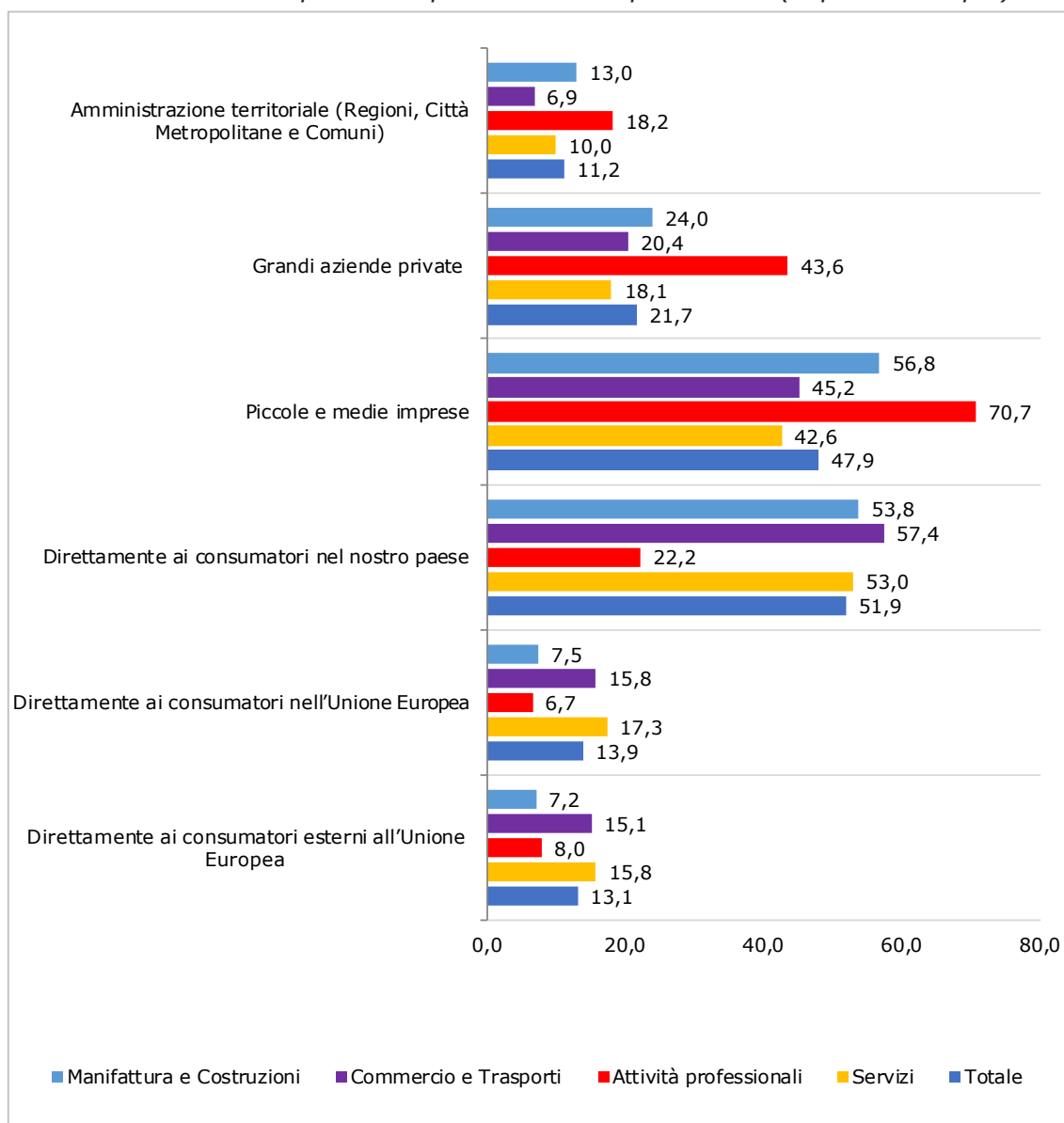


Grafico 10. Enti a cui le aziende forniscono servizi o prodotti. Analisi distinta tra aziende nate prima o dopo il 2013 e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).



Alle aziende è stato chiesto di selezionare i tre aspetti che rendono maggiormente difficile il raggiungimento del loro successo. "L'andamento economico generale" e la "Tassazione" sono state le voci indicate da oltre il 60% del campione. Percentuali elevate anche per "La burocrazia", 40,3%, e "L'inasprimento della concorrenza" 31,7%, valori minori per "L'accesso al credito" (11,3%), "La normativa" (11,0%), "La difficoltà di intervenire sulle variabili prezzi" (9,7%), "La gestione finanziaria" (6,2%) e "La capacità di usare strumenti digitali" (1,5%). Solo un'esigua percentuale, pari al 2,2%, dichiara di non riscontrare ostacoli. (cfr. Grafico 12).

Grafico 11. Enti a cui le aziende forniscono servizi o prodotti. Analisi distinta per settori di attività e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

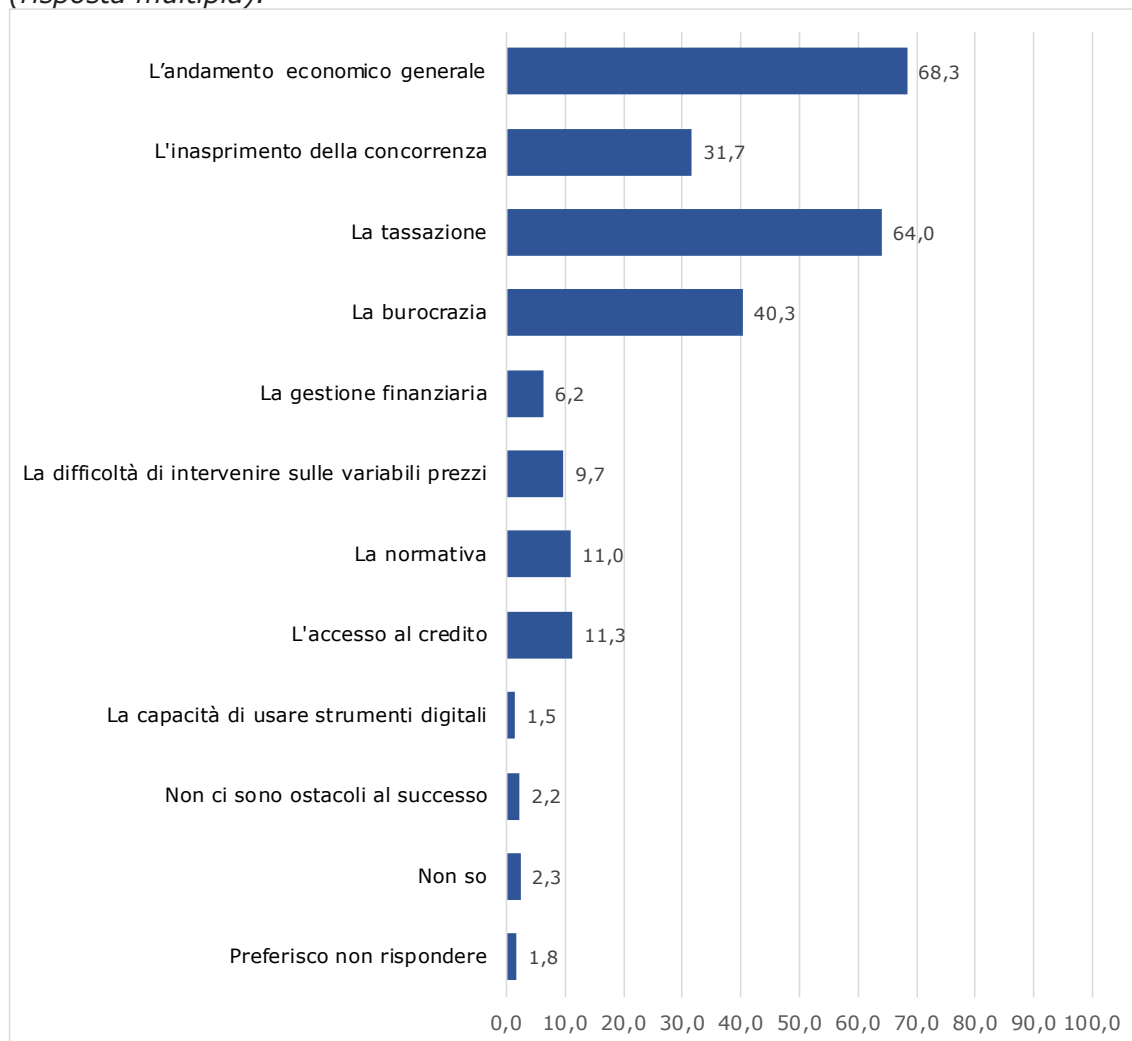


Il confronto dei dati tra le imprese nate prima e dopo il 2013 è descritto nel grafico 13. Se "La tassazione" e "La burocrazia" si confermano un problema per tutte le imprese con percentuali simili, ci sono alcuni aspetti dove gli andamenti si discostano.

Il gap maggiore si riscontra per la voce "L'andamento economico generale". Se per le nuove imprese esso rappresenta un ostacolo per il 59,3% delle aziende, per le imprese più anziane la percentuale sale al 70,8%.

Anche "L'inasprimento della concorrenza" differisce leggermente, 32,7% per le imprese più anziane, 28,7% per le imprese giovani, queste ultime registrano una percentuale più alta in corrispondenza "dell'Accesso al credito". Risulta essere un ostacolo per il 15,9% delle aziende nate da meno di 48 mesi, valore di quasi 6 punti percentuali maggiore rispetto alle altre imprese.

Grafico 12. Ostacoli riscontrati dalle aziende. Campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).



"L'andamento economico generale" e la "Tassazione" si confermano i due ostacoli maggiormente menzionati anche nell'analisi condotta per macro aree. Tre aziende su quattro appartenenti al settore "Commercio e Trasporti" segnala "L'andamento economico generale" come un fattore che incide negativamente. La percentuale più bassa per questo aspetto si registra per i "Servizi", viene menzionata dal 63,3% delle aziende appartenenti a questo

settore. Sette aziende su dieci del "Commercio e Trasporti" segnalano come un problema anche la "Tassazione", in merito a questo aspetto la percentuale più bassa pari al 55,1% si registra in corrispondenza delle "Attività professionali". Il dettaglio di tutte le voci analizzate per ciascun settore è descritto nel grafico 14.

Grafico 13. Ostacoli riscontrati dalle aziende. Analisi distinta tra aziende nate prima e dopo il 2013 e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

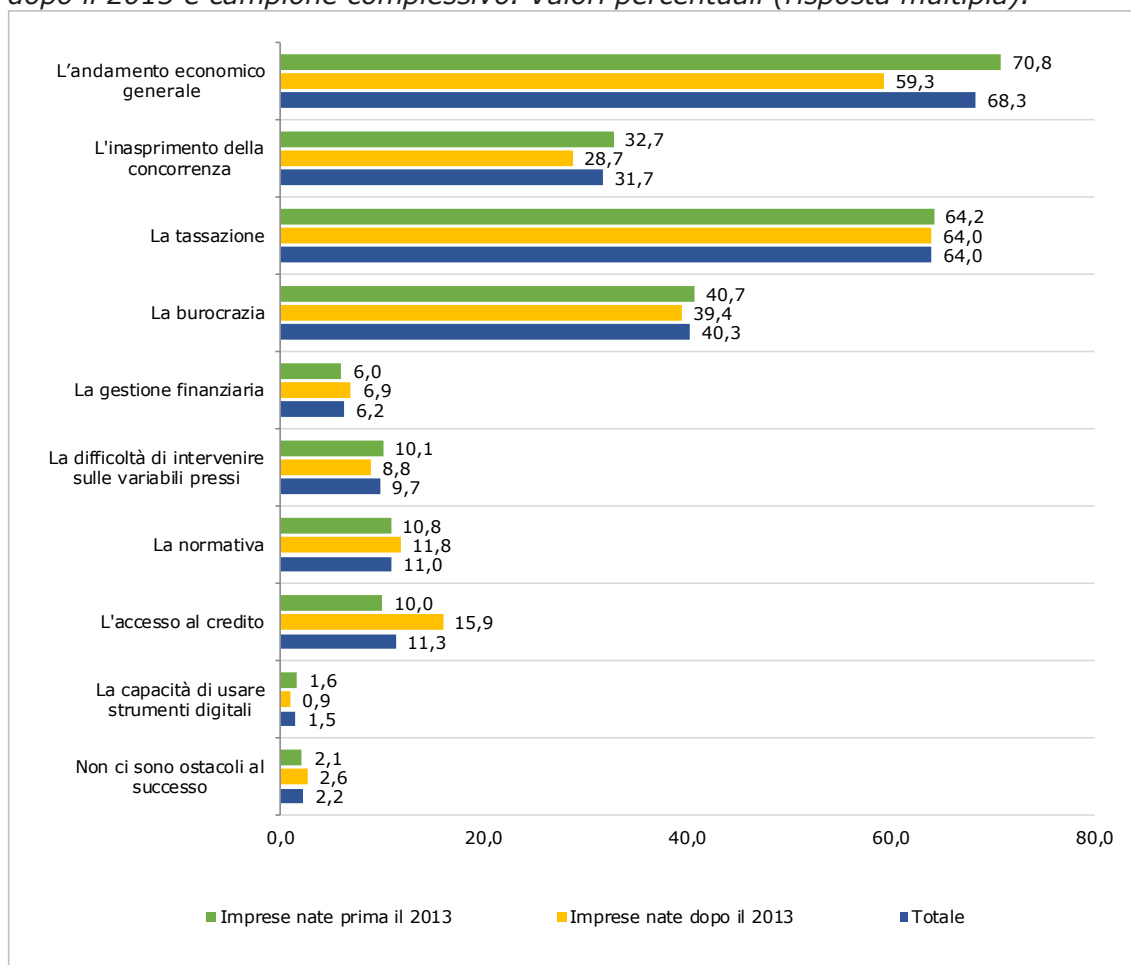
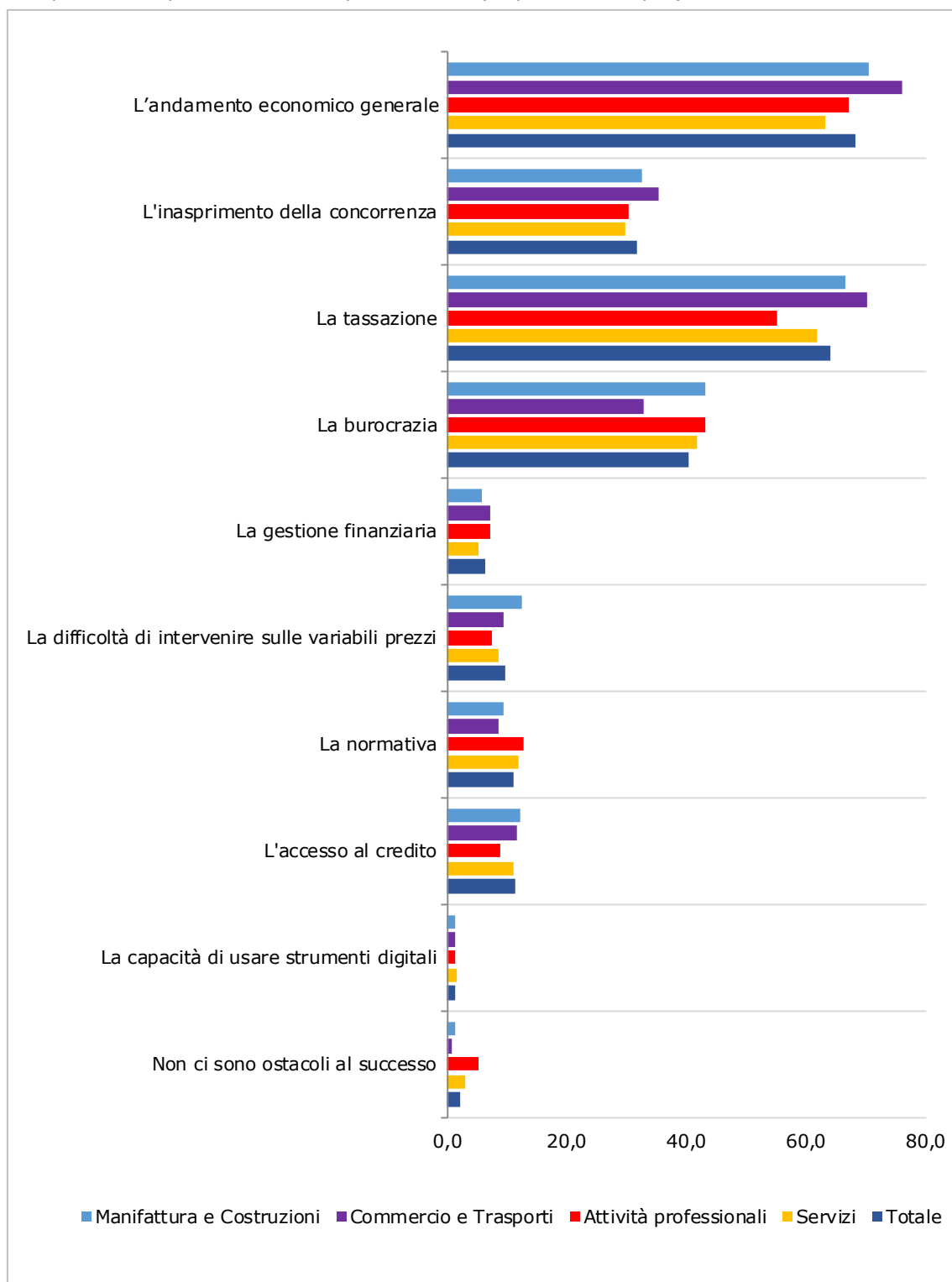


Grafico 14. Ostacoli riscontrati dalle aziende. Analisi distinta per settore di attività e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).



Soluzioni

Alla domanda se negli ultimi mesi le imprese hanno avuto accesso a consulenza strategica/business mentoring, la risposta affermativa è arrivata dall'8,8% del campione (percentuale che sale all'11,6% nel caso di imprese nate dopo il 2013 ed è pari all'8,2% per le imprese nate prima del 2013). Per chi ha dichiarato di non aver avuto accesso, un'azienda su due ha motivato di non averne avuto bisogno (cfr. Tabella 7).

I tre motivi maggiormente menzionati, da chi invece è ricorso ad aiuti, sono stati: 45% per "Consulenza strategica", 44,2% per "Consulenza commerciale" (valore pari al 53,2% per le nuove imprese) e 43,8% per "Informazioni" (cfr. Tabella 6).

Tabella 6. Aiuto ricevuto dalle imprese. Analisi distinta tra imprese nate prima e dopo il 2013 e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

	Imprese nate prima del 2013	Imprese nate dopo il 2013	Totale
Informazioni	42,9	46,8	43,8
Consulenza strategica	48,6	33,9	45,0
Consulenza commerciale	41,2	53,2	44,2
Consulenza prodotti	18,1	21,0	18,8
Consulenza processi	23,7	21,0	23,3
Altro	9,0	14,5	10,4
Non so	0,6	0,0	0,4
Preferisco non rispondere	0,0	0,0	0,0

Tabella 7. Motivo per il quale le imprese non hanno richiesto consulenza strategica/business mentoring. Analisi distinta tra imprese nate prima e dopo il 2013 e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

	Imprese nate prima del 2013	Imprese nate dopo il 2013	Totale
Non ne ha avuto bisogno	51,7	51,2	51,6
Non sapeva a chi rivolgermi	14,2	17,5	14,7
Altro	16,9	17,7	17,0
Non so	15,0	10,4	14,1
Preferisco non rispondere	4,3	5,3	4,6

Al fine di rimanere competitivi e continuare a sopravvivere in un mercato sempre più globale, è stato chiesto alle imprese di indicare quali azioni/strategie deve adottare l'azienda affinché possa aspirare a una crescita a

lungo termine. "L'aumento del fatturato" è stata la voce più menzionata dal 54,9% delle imprese del campione, raggiungendo la soglia di quasi il 60% tra le aziende nate dopo il 2013. Altro aspetto indicato è stato la "Ricerca di nuovi canali di sbocco", aspetto rilevato dal 36,6% delle imprese. Tutte le altre voci presentano percentuali al di sotto del 20%: "Aumento della produttività del lavoro" (17,7%), "Sviluppo di nuovi prodotti" (16,6%), "Aumento della competenza della forza lavoro" (16,2%), "Aumento della quota nei mercati presidiati" (14,1%) e "Sviluppo tecnologico" (10,7%). Scendono sotto la soglia del 10% il "Concentrarsi sui mercati/settori non esposti alla concorrenza globale" (8,4%), "Innovazione di processo" (6,0%), "Ricerca di nuovi canali di finanziamento per gli investimenti" (5,1%) e "Aumento della capacità di leadership dei manager" (3,7%) (Cfr. Grafico 15).

Non emergono differenze significative se l'analisi viene effettuata distinguendo i risultati tra le aziende nate prima o dopo il 2013.

Lo studio distinto per settori di attività conferma "L'aumento di fatturato" e la "Ricerca di nuovi canali di sbocco" come aspetti da adottare per rimanere competitivi e continuare a sopravvivere ma mostra delle differenze tra le varie categorie visibili nel grafico 16. Gli aspetti più rilevanti indicano come sei aziende su dieci appartenenti al settore "Commercio e Trasporti" imputino come strategia "l'Aumento di fatturato". Le imprese che spiccano maggiormente nella voce "Ricerca di nuovi canali di sbocco" sono le "Attività personali" dove il 45% delle aziende indica questa voce come azione da adottare. Il settore delle "Attività personali" emerge rispetto alle altre aree anche nella segnalazione "dell'Aumento delle competenze della forza lavoro" e nello "Sviluppo di nuovi prodotti", entrambi gli aspetti sono menzionati da oltre il 20% delle aziende appartenenti a questo settore. Le imprese dell'area "Manifattura e Costruzioni" (23,6%) segnalano più di altre la necessità di "Aumentare la produttività del lavoro".

Grafico 15. Azioni/strategie che l'azienda deve adottare per una crescita a lungo termine. Campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

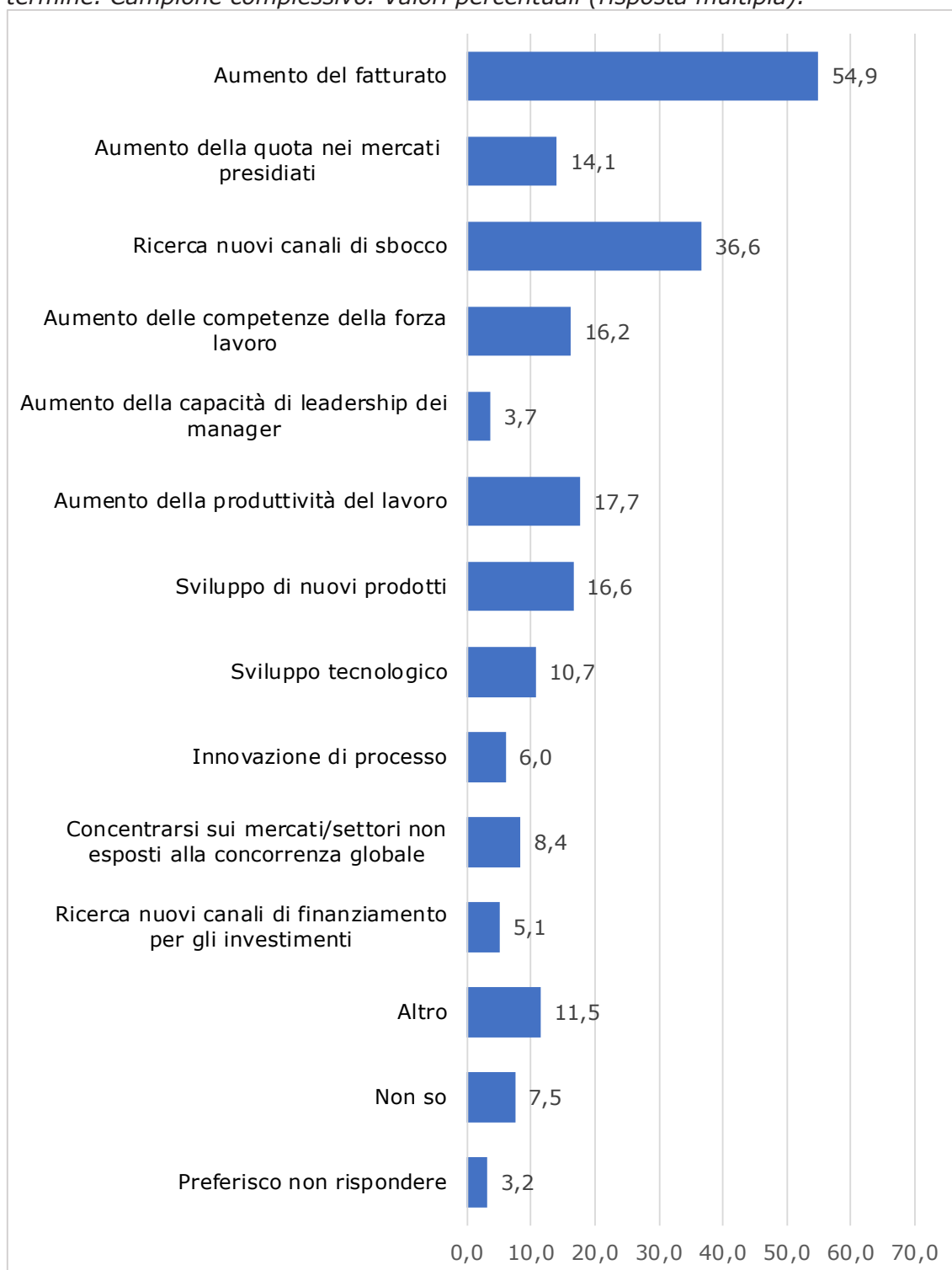
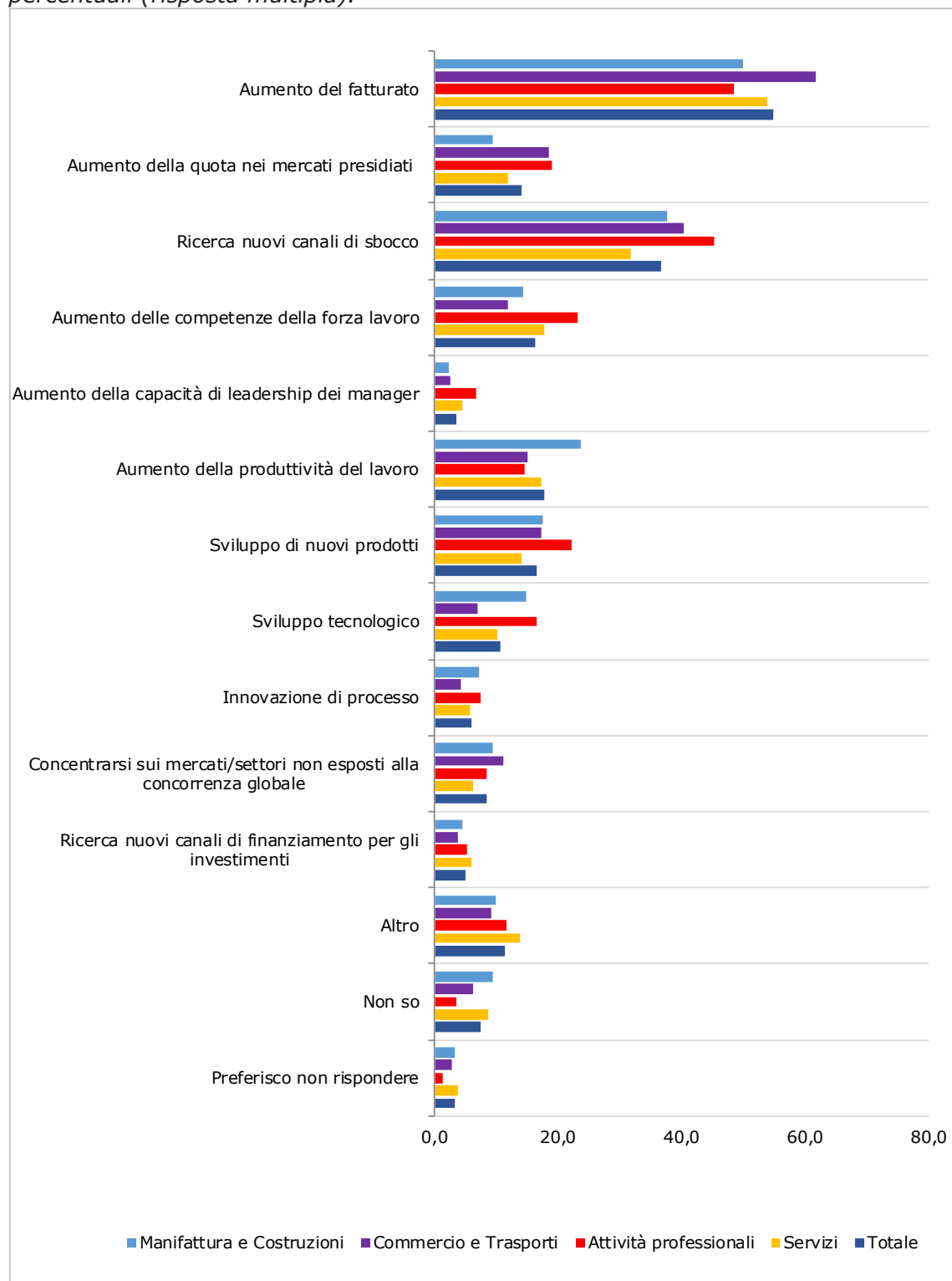


Grafico 16. Azioni/strategie che l'azienda deve adottare per una crescita a lungo termine. Analisi distinta per settore di attività e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).



Una volta delineate le strategie da adottare è importante conoscere quali sono le difficoltà interne all'azienda che ostacolano il raggiungimento di questi obiettivi. Le "Limitate risorse finanziarie", la "Burocrazia" e la "Mancanza di tempo", sono gli aspetti che emergono maggiormente, dichiarati rispettivamente dal 39,8%, 30,8% e 20,5% delle aziende complessive e dal 44,3%, 31,5% e 22,9% delle imprese nate da meno di 48 mesi (38,6%, 30,8% e 20,0% nel caso delle imprese nate da più di 48 mesi).

Ci sono anche aziende che dichiarano di non riscontrare difficoltà interne, valore intorno al 15% nell'analisi complessiva e pari al 16,3% tra le aziende nate prima del 2013 (12,4% nelle aziende nate dopo il 2013) (Cfr. Grafico 17).

L'analisi per settore di attività non evidenzia risultati particolarmente distanti tra le varie aree di attività. Gli unici risultati che spiccano riguardano il 45% circa di aziende del settore "Manifattura e Costruzioni" che segnalano, più di altri settori, le "Limitate risorse finanziarie" come difficoltà interna, mentre le imprese appartenenti alle "Attività professionali" si distinguono, con percentuali più elevate rispetto alle altre imprese, perché evidenziano come difficoltà la "Mancanza di tempo" dichiarata dal 26,7% delle aziende di questo settore e "Personale IT e competenze limitate" dichiarata dall'8,9% delle aziende. Si segnala la percentuale pari al 18,4% delle aziende del settore "Commercio e Trasporti" che dichiarano di non riscontrare nessuna difficoltà (cfr. Grafico 18).

Grafico 17. Difficoltà interne all'azienda. Analisi distinta aziende nate prima o dopo il 2013 e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

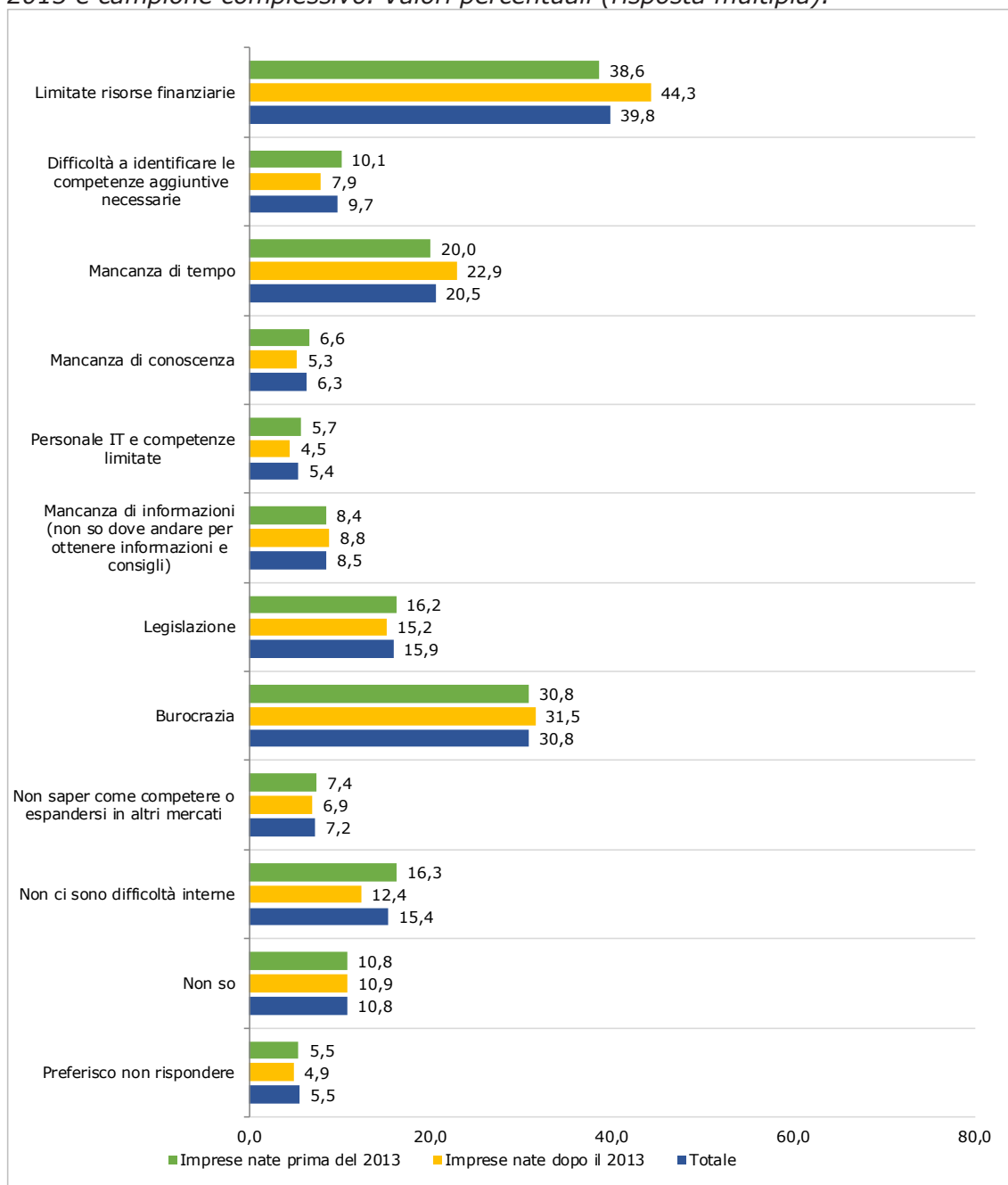
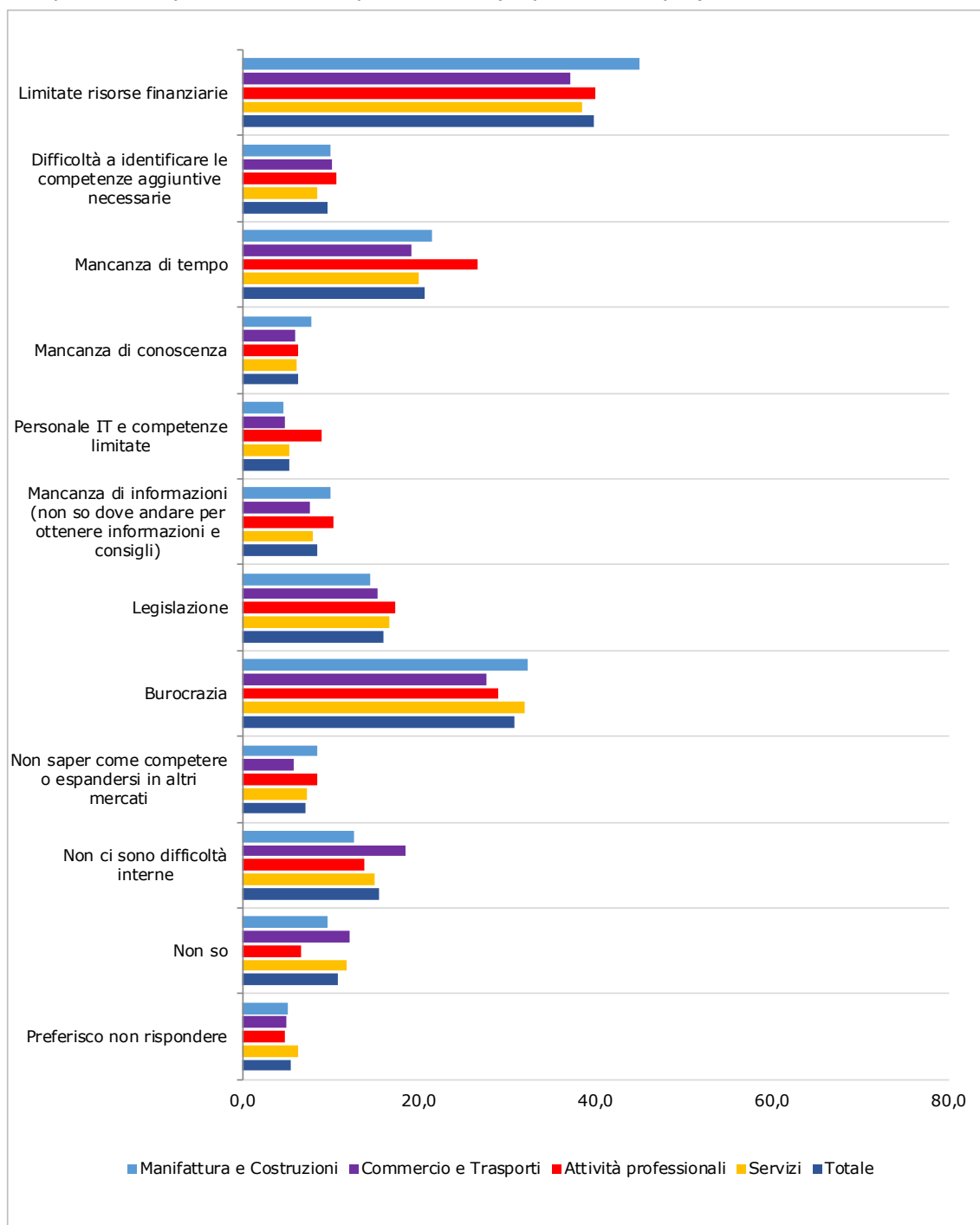


Grafico 18. Difficoltà interne all'azienda. Analisi distinta per settore di attività e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).



Focalizzandosi sugli strumenti che potrebbero aiutare l'azienda ad affrontare le sfide, è risultato che più di un'azienda su quattro che ha partecipato all'indagine (27,5%) ha dichiarato di non essere in grado di trovare una risposta (spicca la percentuale pari a 28,4% nel caso delle imprese nate da più di 48 mesi, 30,3% nelle imprese appartenenti al settore del "Commercio e Trasporti"). Tra l'elenco di opzioni presenti nella lista, la voce maggiormente selezionata, oltre all'opzione "Altro", è stata la "Formazione" presentando comunque una percentuale al di sotto del 20% nel campione complessivo (19,6%, questo aspetto, tra i settori di attività, emerge nell'area "Attività professionali" 22,7%), seguita dalla "Consulenza su Finanziamenti - individuare canali di finanziamento specifici" (15,8% campione complessivo, 21% nelle imprese nate da meno di 48 mesi) e "Un SUAP - come unico interlocutore nei rapporti con la Pubblica Amministrazione" (14,9% campione complessivo, 16,1% nelle imprese nate da meno di 48 mesi) (cfr. Grafico 19 e tabelle 8 e 9).

Grafico 19. Strumenti di supporto per l'azienda. Campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).



Tabella 8. Strumenti di supporto per l'azienda. Analisi distinta tra aziende nate prima e dopo il 2013 e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

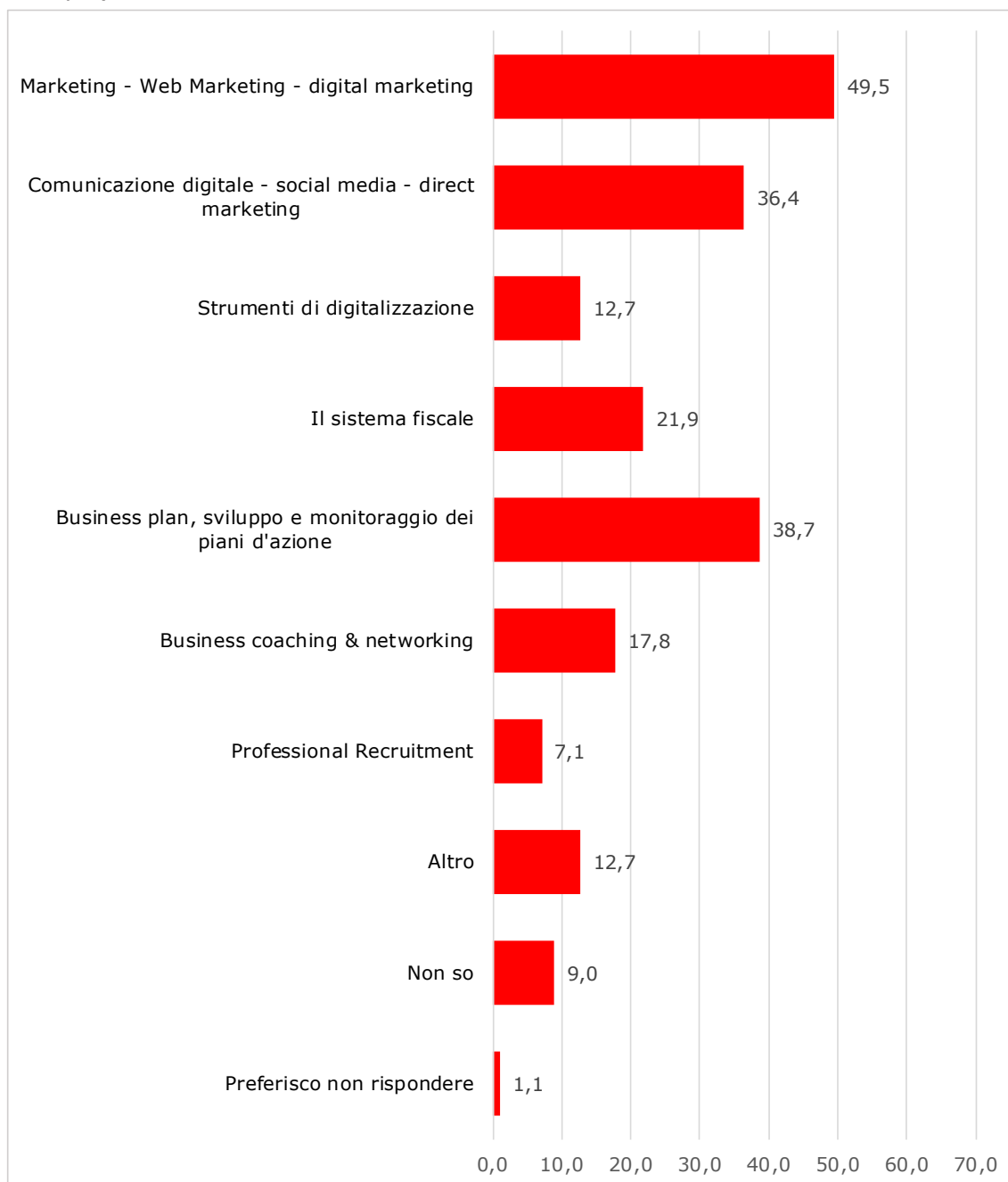
	Imprese nate prima del 2013	Imprese nate dopo il 2013	Totale
Un SUAP - come unico interlocutore nei rapporti con la Pubblica Amministrazione	14,7	16,1	14,9
Business Advisor - consulenti per effettuare un audit del business e per identificare potenziali opportunità e soluzioni per soddisfare le specifiche esigenze	12,3	15,4	12,9
Forum digitali per chiedere e discutere di problemi di business specifici - per esempio come faccio a usare i social media per connettermi con i miei clienti?	6,1	7,3	6,3
Workshop sulla normativa - La gestione di un'impresa riguardo a: imposte, pensione, salute e sicurezza, etc.	7,1	10,1	7,7
Consulenze sulla tecnologia - individuare soluzioni tecnologiche specifiche che possono aiutare a migliorare i processi aziendali e che permettono di connettersi con fornitori e clienti.	9,9	9,4	9,8
Consulenze su Finanziamenti - individuare canali di finanziamento specifici	14,6	21,0	15,8
Formazione - Per capire il mercato che cambia e le competenze necessarie	19,5	20,5	19,6
Altro	22,7	21,8	22,5
Non so	28,4	24,0	27,5
Preferisco non rispondere	7,3	7,3	7,5

Tabella 9. Strumenti di supporto per l'azienda Analisi distinta per settore di attività e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).

	Manifattura e Costruzioni	Commercio e Trasporti	Attività professionali	Servizi	Totale
Un SUAP - come unico interlocutore nei rapporti con la Pubblica Amministrazione	14,7	13,1	14,7	15,4	14,9
Business Advisor - consulenti per effettuare un audit del business e per identificare potenziali opportunità e soluzioni per soddisfare le specifiche esigenze	12,1	10,9	20,0	13,1	12,9
Forum digitali per chiedere e discutere di problemi di business specifici - per esempio come faccio a usare i social media per connettermi con i miei clienti?	4,7	8,7	8,4	4,9	6,3
Workshop sulla normativa - La gestione di un'impresa riguardo a: imposte, pensione, salute e sicurezza, etc.	5,7	6,9	10,7	8,3	7,7
Consulenze sulla tecnologia - individuare soluzioni tecnologiche specifiche che possono aiutare a migliorare i processi aziendali e che permettono di connettersi con fornitori e clienti.	12,3	8,9	8,0	8,8	9,8
Consulenze su Finanziamenti - individuare canali di finanziamento specifici	15,1	14,6	15,6	16,0	15,8
Formazione - Per capire il mercato che cambia e le competenze necessarie	16,4	20,7	22,7	19,2	19,6
Altro	23,0	21,6	25,3	23,4	22,5
Non so	29,8	30,3	20,0	26,3	27,5
Preferisco non rispondere	8,1	8,1	5,8	7,7	7,5

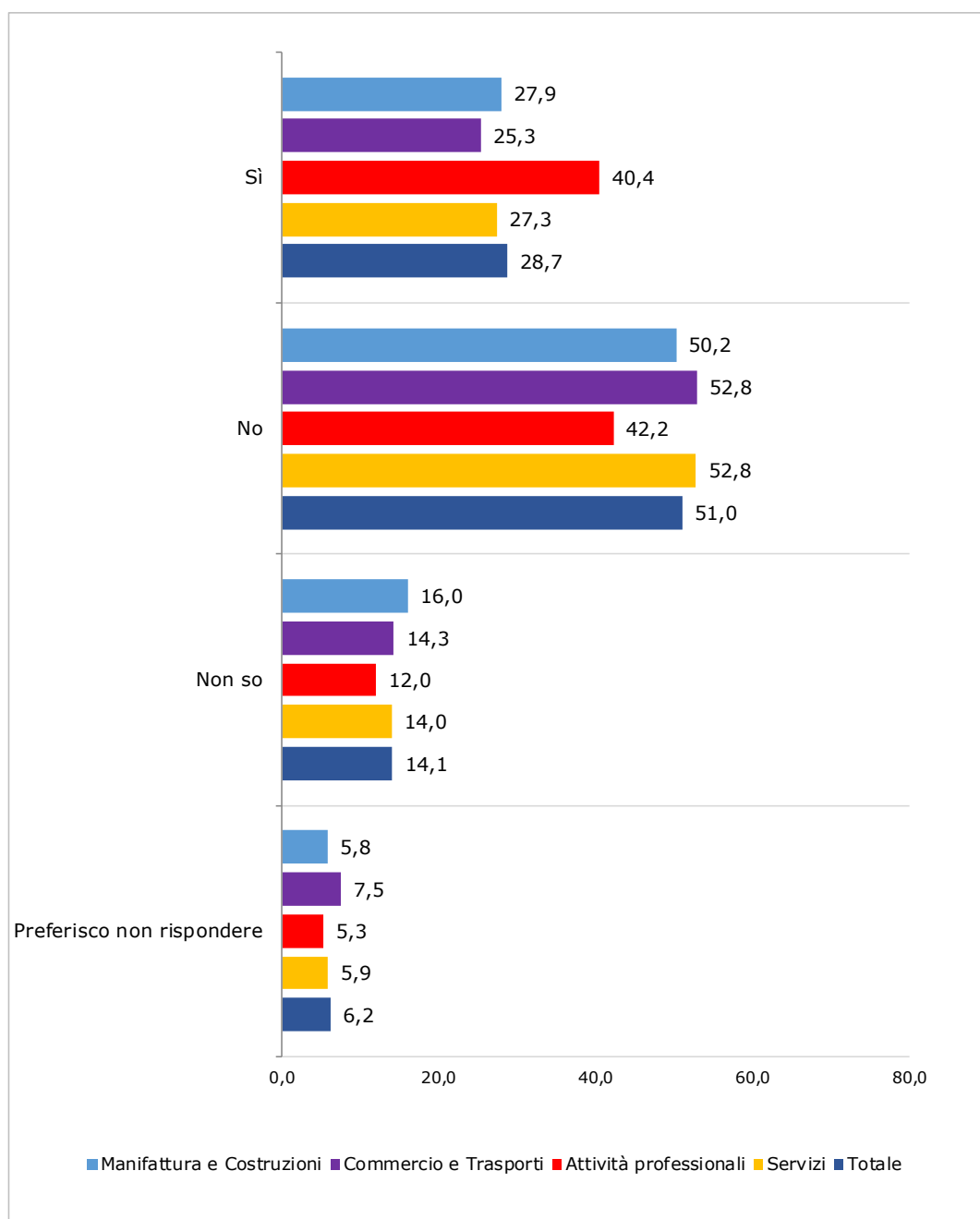
A coloro che hanno risposto la "Formazione" è stato sottoposto un approfondimento chiedendo quali potrebbero essere i principali ambiti di analisi. Le tre voci maggiormente indicate sono state: "Marketing-Web Marketing-digital marketing" (49,5%), "Business plan, sviluppo e monitoraggio dei piani di azione" (38,7%) e "Comunicazione digitale-social media - direct marketing" (36,4%) (cfr. Grafico 20).

Grafico 20. Ambiti di formazione. Campione complessivo. Valori percentuali (Risposta multipla).



Il 28,7% delle aziende che hanno partecipato all'indagine hanno dichiarato di aver attivato nuove procedure e nuove attività, che potrebbero essere definite "buone pratiche", in grado di affrontare sfide specifiche come, per esempio, aumentare le competenze dei lavoratori, le capacità digitali, razionalizzare i processi aziendali del settore pubblico, etc. Nel caso delle "Attività professionali" le aziende che hanno attivato le "buone pratiche" superano il 40% delle imprese appartenenti a quella categoria (cfr. Grafico 21).

Grafico 21. Distribuzione di aziende che hanno attivato le "buone pratiche". Analisi distinta per settore di attività e campione complessivo.



Rapporti tra imprese e Enti Pubblici

I rapporti tra Enti Pubblici e aziende presenti sul territorio mostrano che il 30% delle imprese dichiara di aver fornito loro un servizio/prodotto, il 63,1% dei rispondenti ha avuto rapporti con "Enti Locali (Regione, Città Metropolitana, Comune)", il 52,8% con "Scuola, Sanità, Uffici Centrali o Periferici dello Stato", il 18,4% ha selezionato la voce "Altro".

I valori differiscono se l'analisi viene distinta tra imprese nate prima o dopo il 2013. Sono il 33,1% le aziende nate da più di 48 mesi che dichiarano di avere fornito un servizio/prodotto agli Enti Pubblici, pari al 18,6%, invece, la percentuale delle aziende nate da meno di 48 mesi. Dall'analisi distinta per settori emergono le "Attività professionali" e la "Manifattura e Costruzioni" come le aree maggiormente coinvolte, dichiarando di aver lavorato per gli Enti pubblici il 41,3% delle imprese che rientrano nella categoria delle "Attività professionali" e il 37,5% di quelle della "Manifattura e Costruzioni" (cfr. Tabelle 10 e 11).

Se si indaga sul motivo per il quale non c'è mai stato un rapporto tra imprese ed Enti i risultati, riportati nel grafico 22, mostrano che la voce maggiormente menzionata è i "Servizi o prodotti non risultano interessanti per il tipo di mercato" (46,7% del campione complessivo).

Tabella 10. Distribuzione delle aziende che hanno fornito un servizio/prodotto agli Enti Pubblici. Analisi distinta tra imprese nate prima o dopo il 2013 e campione complessivo.

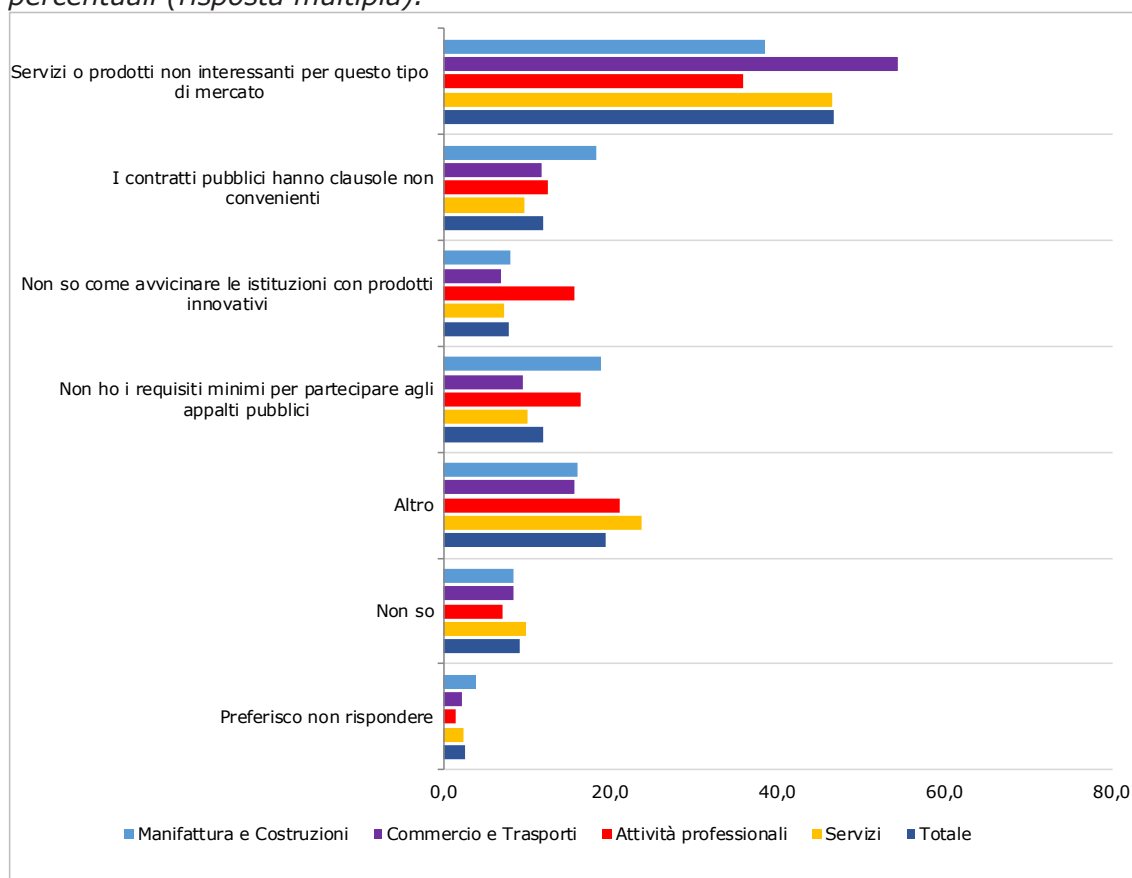
	Imprese nate prima del 2013	Imprese nate dopo del 2013	Totale
Sì	33,1	18,6	30,3
No	63,8	75,6	65,8
Non so	2,4	3,8	2,8
Preferisco non rispondere	0,7	2,1	1,2

Tabella 11. Distribuzione delle aziende che hanno fornito un servizio/prodotto agli Enti Pubblici. Analisi distinta per settore di attività e campione complessivo.

	Manifattura e Costruzioni	Commercio e Trasporti	Attività professionali	Servizi	Totale
Sì	37,5	24,8	41,3	25,8	30,3
No	58,9	70,7	56,9	69,9	65,8
Non so	2,8	3,3	1,3	2,8	2,8
Preferisco non rispondere	0,8	1,2	0,4	1,5	1,2

Non si notano motivazioni particolarmente differenti distinguendo i risultati per nascita di azienda, al contrario della distinzione per settore di attività dove oltre un'azienda su due appartenente al settore "Commercio e Trasporti" segnala di non avere rapporti con le istituzioni pubbliche in quanto offre "Servizi o prodotti non interessanti per questo tipo di mercato". La percentuale più bassa per questa voce pari al 35,9% si ha per le "Attività professionali", categoria che, più delle altre, indica come motivazione "Non so come avvicinare le istituzioni con prodotti innovativi" (15,6%).

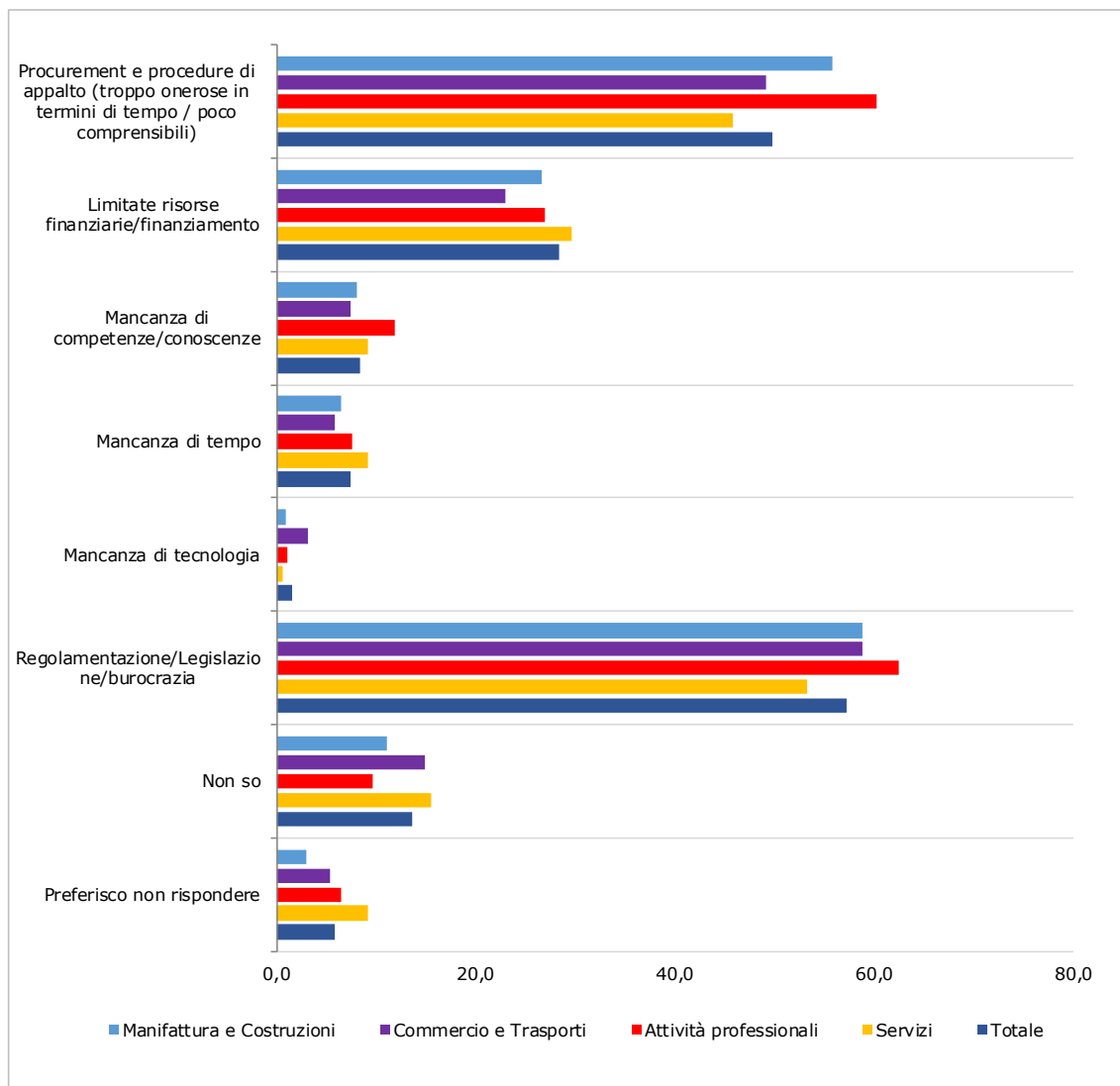
Grafico 22. Motivi per i quali le aziende non hanno fornito un servizio/prodotto agli Enti Pubblici. Analisi distinta per settore di attività e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).



L'approfondimento sugli ostacoli che l'azienda ha incontrato o incontra nell'offrire servizi o prodotti alle istituzioni del settore pubblico mostra che sono due le problematiche principali segnalate dalle imprese: più di una azienda su due dichiara difficoltà legate alla "Regolamentazione/Legislazione/Burocrazia" (57,1%), valori intorno al 50% anche per "Procurement e procedure di appalto (troppo onerose in termini di tempo/poco comprensibili)".

Entrambe le voci sono menzionate da oltre il 60% delle imprese appartenenti al settore "Attività professionali" (Cfr. Grafico 23).

Grafico 23. Difficoltà tra aziende e Enti Pubblici. Analisi distinta per settore di attività e campione complessivo. Valori percentuali (risposta multipla).



Appendice

Questionario

Dati generali

D01. Quale ruolo ricopri all'interno dell'azienda?

- 1 Imprenditore, titolare, cooperatore
- 2 Coadiuvante familiare
- 3 Dirigente, quadro, impiegato
- 4 Altro
- 99 Preferisco non rispondere

D02. Puoi indicare il livello occupazionale dell'azienda al 31-12-2015?

- 1 Micro impresa (1-9 addetti) vai alla domanda D03
- 2 Piccola impresa (10-49 addetti) vai alla domanda D03
- 3 Media impresa (50-249 addetti) vai alla domanda D03
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D03. Puoi indicare il totale degli addetti al 31-12-2015? _____

D03A. L'azienda si è costituita e ha iniziato la sua attività d'impresa dopo il 1-1-2013?

- 1 Sì vai alla domanda D3B
- 2 No vai alla domanda D04
- 98 Non so vai alla domanda D04
- 99 Preferisco non rispondere vai alla domanda D04

D03B. L'azienda ha, quale oggetto sociale esclusivo o prevalente: lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico?

- 1 Sì
- 2 No
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

Capacità di impresa

D04. Rispetto al 31-12-2015 come sono cambiati i seguenti aspetti?

	1 Aumentato	2 Rimasto invariato	3 Diminuito	98 Non so	99 Preferisco non rispondere
Fatturato					
Numero di addetti					

D05. Considerando il 2017 come pensi possano cambiare i seguenti aspetti?

	1 Aumenterà	2 Rimarrà invariato	3 Diminuirà	98 Non so	99 Preferisco non rispondere
Fatturato					
Numero di addetti					

D06. Le "imprese di successo" sono caratterizzate da alcuni fattori. Puoi indicare a quale livello sono presenti nella tua azienda?

	1 Alto	2 Medio	3 Basso	4 Nessuna esperienza	98 Non so	99 Preferisco non rispondere
Attenzione alle risorse umane						
Adozione strategie commerciali						
Attenzione al miglioramento dell'operatività						
Introduzione di nuovi prodotti e servizi						
Ingresso in nuovi mercati						
Accesso ai finanziamenti esterni						

D07. Nel 2014 la tua azienda in quale dei seguenti ambiti operava?*(Risposta multipla, max 3 risposte)*

- 1 Ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove tecnologie di processo
- 2 Progettazione e design
- 3 Innovazione di prodotti e servizi
- 4 Innovazione dei processi
- 5 Management e pianificazione strategica
- 6 Orientamento all'export
- 7 Formazione del personale
- 8 Commercio e marketing
- 9 Informatica professionale (software, web design, sistemi informativi aziendali)
- 10 Altro
- 11 Azienda non attiva nel 2014
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D08. E nel 2016? *(Risposta multipla, max 3 risposte)*

- 1 Ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove tecnologie di processo
- 2 Progettazione e design
- 3 Innovazione di prodotti e servizi
- 4 Innovazione dei processi
- 5 Management e pianificazione strategica
- 6 Orientamento all'export
- 7 Formazione del personale
- 8 Commercio e marketing
- 9 Informatica professionale (software, web design, sistemi informativi aziendali)
- 10 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

Gli ostacoli per il successo dell'azienda**D09. Puoi indicare i tre aspetti che ostacolano maggiormente il successo della tua azienda?** *(Risposta multipla, max 3 risposte)*

- 1 L'andamento economico generale
- 2 L'inasprimento della concorrenza
- 3 La tassazione
- 4 La burocrazia
- 5 La gestione finanziaria
- 6 La difficoltà di intervenire sulla variabile prezzi
- 7 La normativa
- 8 L'accesso al credito
- 9 La capacità di usare strumenti digitali
- 10 Non ci sono ostacoli
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D10. La tua azienda ha avuto accesso a consulenza strategica/business mentoring negli ultimi 12 mesi?

- | | |
|--------------------------------|-----------------------|
| • 1 Sì | vai alla domanda D10A |
| • 2 No | vai alla domanda D10B |
| • 98 Non so | vai alla domanda D11 |
| • 99 Preferisco non rispondere | vai alla domanda D11 |

D10A. Quale tipo di aiuto hai avuto? *(Risposta multipla, max 3)* vai alla domanda D11

- 1 Informazioni
- 2 Consulenza strategica
- 3 Consulenza commerciale
- 4 Consulenza prodotti
- 5 Consulenza processi
- 6 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D10B. Perché?

- 1 Non ne ho avuto bisogno
- 2 Non sapevo a chi rivolgermi
- 3 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D11. La tua azienda ha mai fornito un servizio/prodotto agli Enti Pubblici?

- 1 Sì vai alla domanda D11A
- 2 No vai alla domanda D11B
- 98 Non so vai alla domanda D12
- 99 Preferisco non rispondere vai alla domanda D12

D11A.**A chi?** (*Risposta multipla*) vai alla domanda D12

- 1 Enti Locali (Regione, Provincia, Città Metropolitana, Comuni)
- 2 Scuola, Sanità, Uffici Centrali o Periferici dello Stato
- 3 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D11B. Perché? (*Risposta multipla*) vai alla domanda D12

- 1 Servizi o prodotti non interessanti per questo tipo di mercato
- 2 I contratti pubblici hanno clausole non convenienti
- 3 Non so come avvicinare le istituzioni con prodotti innovativi
- 4 Non ho i requisiti minimi per partecipare agli appalti pubblici
- 5 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D12. La tua azienda attualmente a chi fornisce i suoi servizi o prodotti?*(Risposta multipla)*

- 1 Amministrazione Statale (Ministeri, Enti Centrali e Periferici) (*attiva solo se D11 è Sì*)
- 2 Amministrazione territoriale (Regioni, Città Metropolitane e Comuni) (*attiva solo se D11 è Sì*)
- 3 Altre pubbliche amministrazioni (INPS, CCIAA, etc.) (*attiva solo se D11 è Sì*)
- 4 Aziende sanitarie pubbliche (*attiva solo se D11 è Sì*)
- 5 Università/istituzioni scolastiche
- 6 Grandi aziende private
- 7 Piccole e medie imprese
- 8 Direttamente ai consumatori nel nostro paese
- 9 Direttamente ai consumatori nell'Unione Europea vai alla D12A
- 10 Direttamente ai consumatori esterni all'Unione Europea
- 11 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D12A. Selezionare i principali paesi (*Risposta multipla, max 3 risposte*)

- 1 Austria
- 2 Belgio
- 3 Bulgaria
- 4 Cipro
- 5 Croazia
- 6 Danimarca
- 7 Estonia
- 8 Finlandia
- 9 Francia
- 10 Germania
- 11 Grecia
- 12 Irlanda
- 13 Lettonia
- 14 Lituania
- 15 Lussemburgo
- 16 Malta
- 17 Paesi Bassi
- 18 Polonia
- 19 Portogallo
- 20 Regno Unito
- 21 Repubblica Ceca
- 22 Romania
- 23 Slovacchia
- 24 Slovenia
- 25 Spagna
- 26 Svezia
- 27 Ungheria
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D13. Puoi indicare i tre maggiori ostacoli che la tua azienda incontra/ha incontrato nell'offrire servizi e prodotti alle istituzioni del settore pubblico?

(*Risposta multipla, max 3 risposte*) Domanda attiva solo se D11 è Sì

- 1 Procurement e procedure di appalto (troppo onerose in termini di tempo / poco comprensibili)
- 2 Limitate risorse finanziarie
- 3 Mancanza di competenze/conoscenze
- 4 Mancanza di tempo
- 5 Mancanza di tecnologia
- 6 Regolamentazione/Legislazione/burocrazia
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D14. Al fine di rimanere competitivi e continuare a sopravvivere in un mercato sempre più globale, puoi indicare quali delle seguenti azioni/strategie deve adottare la tua azienda affinché possa aspirare a una crescita a lungo termine? (Risposta multipla, max 3)

- 1 Aumento del fatturato
- 2 Aumento della quota nei mercati presidiati
- 3 Ricerca nuovi canali di sbocco
- 4 Aumento delle competenze della forza lavoro
- 5 Aumento della capacità di leadership dei manager
- 6 Aumento della produttività del lavoro
- 7 Sviluppo di nuovi prodotti
- 8 Sviluppo tecnologico
- 9 Innovazione di processo
- 10 Concentrarsi sui mercati/settori non esposti alla concorrenza globale
- 11 Ricerca nuovi canali di finanziamento per gli investimenti
- 12 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D15. Quali sono le maggiori difficoltà interne alla tua azienda che ostacolano il raggiungimento di questi obiettivi? (Risposta multipla, max 3)

- 1 Limitate risorse finanziarie
- 2 Difficoltà a identificare le competenze aggiuntive necessarie
- 3 Mancanza di tempo
- 4 Mancanza di conoscenza
- 5 Personale IT e competenze limitate
- 6 Mancanza di informazioni (non so dove andare per ottenere informazioni e consigli)
- 7 Legislazione
- 8 Burocrazia
- 9 Non saper come competere o espandersi in altri mercati
- 10 Non ci sono difficoltà interne
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D16. Quale dei seguenti strumenti potrebbe maggiormente aiutare la tua azienda ad affrontare queste sfide? (Risposta multipla, max 3)

- 1 Un SUAP - come unico interlocutore nei rapporti con la Pubblica Amministrazione
- 2 Business Advisor - consulenti per effettuare un audit del business e per identificare potenziali opportunità e soluzioni per soddisfare le specifiche esigenze
- 3 Forum digitali per chiedere e discutere di problemi di business specifici - per esempio come faccio a usare i social media per connettermi con i miei clienti?
- 4 Workshop sulla normativa - La gestione di un'impresa riguardo a: imposte, pensione, salute e sicurezza, etc.
- 5 Consulenze sulla tecnologia - individuare soluzioni tecnologiche specifiche che possono aiutare a migliorare i processi aziendali e che permettono di connettersi con fornitori e clienti.

- 6 Consulenze su Finanziamenti - individuare canali di finanziamento specifici
- 7 Formazione - Per capire il mercato che cambia e le competenze necessarie D16A
- 8 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D16A. Indica i principali ambiti di formazione: *(Risposta multipla, max 3)*

- 1 Marketing - Web Marketing - digital marketing
- 2 Comunicazione digitale - social media - direct marketing
- 3 Strumenti di digitalizzazione
- 4 Il sistema fiscale
- 5 Business plan, sviluppo e monitoraggio dei piani d'azione
- 6 Business coaching & networking
- 7 Professional Recruitment
- 8 Altro
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D17. La tua azienda ha attivato nuove procedure e nuove attività in grado di affrontare sfide specifiche (esempio come aumentare le competenze dei lavoratori, le capacità digitali, razionalizzare i processi aziendali del settore pubblico, etc.) **che potrebbero essere definite come buone pratiche?**

- 1 Sì vai alla domanda D17A
- 2 No
- 98 Non so
- 99 Preferisco non rispondere

D17A. Saresti disposto a essere contattato per compilare un questionario per rilevare le tue buone pratiche?

- 1 Sì
- 2 No

D18. Saresti disposto a partecipare a gruppi di discussione sulle sfide che oggi le aziende devono affrontare?

- Sì
- No

D19. Saresti disposto ad approfondire l'analisi sulle tematiche riguardanti le Start-Up e Start-Up Innovative secondo quanto disposto dal Dgls.219 del 2012? *(attiva solo se rispondono sì alla D03A)*

- Sì
- No

D20. Ti preghiamo di fornirci i tuoi dati: *(attiva solo se rispondono sì alla D17A, D18 o D19)*

Nominativo:

Numero di telefono:

Indirizzo e-mail:

Risultati – Frequenze delle risposte**Dati generali****1) Quale ruolo ricopri all'interno dell'azienda?**

	Numerosità campionaria	%
Imprenditore, titolare, cooperatore	2.084	76,3
Coadiuvante familiare	38	1,4
Dirigente, quadro, impiegato	361	13,2
Altro	212	7,8
Preferisco non rispondere	35	1,3
Totale	2.730	100,0

2) Puoi indicare il livello occupazionale dell'azienda al 31-12-2015?

	Numerosità campionaria	%
Micro impresa (1-9 addetti)	2.192	80,3
Piccola impresa (10-49 addetti)	335	12,3
Media impresa (50-249 addetti)	59	2,2
Non so	74	2,7
Preferisco non rispondere	70	2,6
Totale	2.730	100,0
NB		

3A) L'azienda si è costituita e ha iniziato la sua attività d'impresa dopo il 1-1-2013?

	Numerosità campionaria	%
Sì	533	19,5
No	2.160	79,1
Non so	21	0,8
Preferisco non rispondere	16	0,6
Totale	2.730	100,0

3B) L'azienda ha, quale oggetto sociale esclusivo o prevalente: lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico? (Attiva solo se rispondono "Sì" alla D3A)

	Numerosità campionaria	%
Sì	97	18,2
No	401	75,2
Non so	30	5,6
Preferisco non rispondere	5	0,9
Totale	533	100,0

Capacità d'impresa

4) Rispetto al 31-12-2015 come sono cambiati i seguenti aspetti?

Fatturato

	Numerosità campionaria	%
Aumentato	624	22,9
Rimasto invariato	917	33,6
Diminuito	946	34,7
Non so	142	5,2
Preferisco non rispondere	101	3,7
Totale	2.730	100,0

N° di addetti

	Numerosità campionaria	%
Aumentato	297	10,9
Rimasto invariato	1.993	73,0
Diminuito	278	10,2
Non so	81	3,0
Preferisco non rispondere	81	3,0
Totale	2.730	100,0

5) Considerando il 2017 come pensi possano cambiare i seguenti aspetti?**Fatturato**

	Numerosità campionaria	%
Aumenterà	539	19,7
Rimarrà invariato	948	34,7
Diminuirà	560	20,5
Non so	619	22,7
Preferisco non rispondere	64	2,3
Totale	2.730	100,0

N° di addetti

	Numerosità campionaria	%
Aumenterà	215	7,9
Rimarrà invariato	1.921	70,4
Diminuirà	198	7,3
Non so	327	12,0
Preferisco non rispondere	69	2,5
Totale	2.730	100,0

6) Le "imprese di successo" sono caratterizzate da alcuni fattori. Puoi indicare a quale livello sono presenti nella tua azienda?**Attenzione alle risorse umane**

	Numerosità campionaria	%
Alto	1.069	39,2
Medio	718	26,3
Basso	160	5,9
Nessuna esperienza	411	15,1
Non so	214	7,8
Preferisco non rispondere	158	5,8
Totale	2.730	100,0

Adozione strategie commerciali

	Numerosità campionaria	%
Alto	671	24,6
Medio	1.033	37,8
Basso	458	16,8
Nessuna esperienza	276	10,1
Non so	170	6,2
Preferisco non rispondere	122	4,5
Totale	2.730	100,0

Attenzione al miglioramento dell'operatività

	Numerosità campionaria	%
Alto	1.155	42,3
Medio	1.041	38,1
Basso	165	6,0
Nessuna esperienza	129	4,7
Non so	133	4,9
Preferisco non rispondere	107	3,9
Totale	2.730	100,0

Introduzione di nuovi prodotti e servizi

	Numerosità campionaria	%
Alto	844	30,9
Medio	998	36,6
Basso	404	14,8
Nessuna esperienza	207	7,6
Non so	166	6,1
Preferisco non rispondere	111	4,1
Totale	2.730	100,0

Ingresso in nuovi mercati

	Numerosità campionaria	%
Alto	407	14,9
Medio	646	23,7
Basso	685	25,1
Nessuna esperienza	606	22,2
Non so	255	9,3
Preferisco non rispondere	131	4,8
Totale	2.730	100,0

Accesso ai finanziamenti esterni

	Numerosità campionaria	%
Alto	193	7,1
Medio	412	15,1
Basso	753	27,6
Nessuna esperienza	937	34,3
Non so	287	10,5
Preferisco non rispondere	148	5,4
Totale	2.730	100,0

7) Nel 2014 la tua azienda in quale delle seguenti ambiti operava? (Risposta multipla, max 3)

	Numerosità campionaria	%
Ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove tecnologie di processo	141	5,2
Progettazione e design	145	5,3
Innovazione di prodotti e servizi	194	7,1
Innovazione dei processi	46	1,7
Management e pianificazione strategica	70	2,6
Orientamento all'export	64	2,3
Formazione del personale	114	4,2
Commercio e marketing	655	24,0

Informatica professionale (software, web design, sistemi informativi aziendali)	175	6,4
Altro	1.468	53,8
Azienda non attiva nel 2014	170	6,2
Non so	81	3,0
Preferisco non rispondere	66	2,4
Totale rispondenti	2.730	

8) E nel 2016? (*Risposta multipla, max 3*)

	Numerosità campionaria	%
Ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e nuove tecnologie di processo	172	6,3
Progettazione e design	146	5,3
Innovazione di prodotti e servizi	256	9,4
Innovazione dei processi	72	2,6
Management e pianificazione strategica	90	3,3
Orientamento all'export	65	2,4
Formazione del personale	125	4,6
Commercio e marketing	705	25,8
Informatica professionale (software, web design, sistemi informativi aziendali)	194	7,1
Altro	1.549	56,7
Non so	101	3,7
Preferisco non rispondere	58	2,1
Totale rispondenti	2.730	

9) Puoi indicare i tre aspetti che ostacolano maggiormente il successo della tua azienda? (Risposta multipla, max 3)

	Numerosità campionaria	%
L'andamento economico generale	1.865	68,3
L'inasprimento della concorrenza	865	31,7
La tassazione	1.747	64,0
La burocrazia	1.099	40,3
La gestione finanziaria	170	6,2
La difficoltà di intervenire sulle variabili prezzi	266	9,7
La normativa	299	11,0
L'accesso al credito	309	11,3
La capacità di usare strumenti digitali	40	1,5
Non ci sono ostacoli al successo	61	2,2
Non so	63	2,3
Preferisco non rispondere	48	1,8
Totale rispondenti	2.730	

10) La tua azienda ha avuto accesso a consulenza strategica/business mentoring negli ultimi 12 mesi?

	Numerosità campionaria	%
Sì	240	8,8
No	2.218	81,2
Non so	196	7,2
Preferisco non rispondere	76	2,8
Totale	2.730	100,0

10A) Quale tipo di aiuto ha avuto? (Risposta multipla, max 3) (Domanda attiva solo se hanno risposto "Sì" alla D10)

	Numerosità campionaria	%
Informazioni	105	43,8
Consulenza strategica	108	45,0
Consulenza commerciale	106	44,2
Consulenza prodotti	45	18,8
Consulenza processi	56	23,3
Altro	25	10,4
Non so	1	0,4
Preferisco non rispondere	0	0,0
Totale rispondenti	240	

10B) Perché? (Risposta multipla) (Domanda attiva solo se hanno risposto "No" alla D10)

	Numerosità campionaria	%
Non ne ha avuto bisogno	1.145	51,6
Non sapeva a chi rivolgermi	327	14,7
Altro	377	17,0
Non so	313	14,1
Preferisco non rispondere	102	4,6
Totale rispondenti	2.218	

11) La tua azienda ha mai fornito un servizio/prodotto agli Enti Pubblici?

	Numerosità campionaria	%
Sì	826	30,3
No	1.796	65,8
Non so	76	2,8
Preferisco non rispondere	32	1,2
Totale	2.730	100,0

11A) A chi? *(Risposta multipla)* (Domanda attiva solo se hanno risposto "Sì" alla D11)

	Numerosità campionaria	%
Enti Locali (Regione, Provincia, Città Metropolitana, Comuni)	521	63,1
Scuola, Sanità, Uffici Centrali o Periferici dello Stato	436	52,8
Altro	152	18,4
Non so	7	0,8
Preferisco non rispondere	7	0,8
Totale rispondenti	826	

11B) Perché? *(Risposta multipla)* (Domanda attiva solo se hanno risposto "No" alla D11)

	Numerosità campionaria	%
Servizi o prodotti non interessanti per questo tipo di mercato	838	46,7
I contratti pubblici hanno clausole non convenienti	215	12,0
Non so come avvicinare le istituzioni con prodotti innovativi	142	7,9
Non ho i requisiti minimi per partecipare agli appalti pubblici	216	12,0
Altro	349	19,4
Non so	164	9,1
Preferisco non rispondere	46	2,6
Totale rispondenti	1.796	

12) La tua azienda attualmente a chi fornisce i suoi servizi o prodotti?
(Risposta multipla)

	Numerosità campionaria	%
Amministrazione Statale (Ministeri, Enti Centrali e Periferici)	157	5,8
Amministrazione territoriale (Regioni, Città Metropolitane e Comuni)	306	11,2
Altre pubbliche amministrazioni (INPS, CCIAA, etc.)	74	2,7
Aziende sanitarie pubbliche	136	5,0
Università/istituzioni scolastiche	239	8,8
Grandi aziende private	592	21,7
Piccole e medie imprese	1309	47,9
Direttamente ai consumatori nel nostro paese	1417	51,9
Direttamente ai consumatori nell'Unione Europea	379	13,9
Direttamente ai consumatori esterni all'Unione Europea	358	13,1
Altro	365	13,4
Non so	26	1,0
Preferisco non rispondere	40	1,5
Totale rispondenti	2.730	

12A) Selezionare i paesi (*Risposta multipla, max 3*) (*Domanda attiva solo se hanno risposto "Direttamente ai consumatori nell'Unione Europea" alla D12*)

	Numerosità campionaria	%
Austria	11	2,9
Belgio	9	2,4
Bulgaria	0	0,0
Cipro	1	0,3
Croazia	2	0,5
Danimarca	6	1,6
Estonia	0	0,0
Finlandia	2	0,5
Francia	159	42,0
Germania	132	34,8
Grecia	7	1,8
Irlanda	5	1,3
Lettonia	1	0,3
Lituania	2	0,5
Lussemburgo	0	0,0
Malta	1	0,3
Paesi Bassi	25	6,6
Polonia	2	0,5
Portogallo	4	1,1
Regno Unito	164	43,3
Repubblica Ceca	1	0,3
Romania	4	1,1
Slovacchia	0	0,0
Slovenia	1	0,3
Spagna	72	19,0
Svezia	9	2,4
Ungheria	3	0,8
Non so	81	21,4
Preferisco non rispondere	46	12,1
Totale rispondenti	379	

13) Puoi indicare i tre maggiori ostacoli che la tua azienda incontra/ha incontrato nell'offrire servizi e prodotti alle istituzioni del settore pubblico?
(Risposta multipla, max 3) (Domanda attiva solo se hanno risposto "Sì" alla D11)

	Numerosità campionaria	%
Procurement e procedure di appalto (troppo onerose in termini di tempo / poco comprensibili)	411	49,8
Limitate risorse finanziarie/ finanziamento	234	28,3
Mancanza di competenze/ conoscenze	70	8,5
Mancanza di tempo	61	7,4
Mancanza di tecnologia	13	1,6
Regolamentazione/ Legislazione/burocrazia	472	57,1
Non so	113	13,7
Preferisco non rispondere	48	5,8
Totale	826	

14) Al fine di rimanere competitivi e continuare a sopravvivere in un mercato sempre più globale, puoi indicare quali azioni/strategie deve adottare la tua azienda affinché possa aspirare a una crescita a lungo termine? (Risposta multipla, max 3)

	Numerosità campionaria	%
Aumento del fatturato	1.499	54,9
Aumento della quota nei mercati presidiati	384	14,1
Ricerca nuovi canali di sbocco	1.000	36,6
Aumento delle competenze della forza lavoro	443	16,2
Aumento della capacità di leadership dei manager	100	3,7
Aumento della produttività del lavoro	482	17,7
Sviluppo di nuovi prodotti	452	16,6
Sviluppo tecnologico	293	10,7

Innovazione di processo	165	6,0
Concentrarsi sui mercati/ settori non esposti alla concorrenza globale	229	8,4
Ricerca nuovi canali di finanziamento per gli investimenti	140	5,1
Altro	314	11,5
Non so	205	7,5
Preferisco non rispondere	88	3,2
Totale rispondenti	2.730	

15) Quali sono le maggiori difficoltà interne all'azienda che ostacolano il raggiungimento di questi obiettivi? (Risposta multipla, max 3)

	Numerosità campionaria	%
Limitate risorse finanziarie	1.086	39,8
Difficoltà a identificare le competenze aggiuntive necessarie	265	9,7
Mancanza di tempo	561	20,5
Mancanza di conoscenza	172	6,3
Personale IT e competenze limitate	147	5,4
Mancanza di informazioni (non so dove andare per ottenere informazioni e consigli)	231	8,5
Legislazione	434	15,9
Burocrazia	842	30,8
Non saper come competere o espandersi in altri mercati	197	7,2
Non ci sono difficoltà interne	420	15,4
Non so	296	10,8
Preferisco non rispondere	151	5,5
Totale rispondenti	2.730	

16) Quale dei seguenti strumenti potrebbe maggiormente aiutare la tua azienda ad affrontare queste sfide? (Risposta multipla, max 3)

	Numerosità campionaria	%
Un SUAP - come unico interlocutore nei rapporti con la Pubblica Amministrazione	408	14,9
Business Advisor - consulenti per effettuare un audit del business e per identificare potenziali opportunità e soluzioni per soddisfare le specifiche esigenze	351	12,9
Forum digitali per chiedere e discutere di problemi di business specifici - per esempio come faccio a usare i social media per connettermi con i miei clienti?	173	6,3
Workshop sulla normativa - La gestione di un'impresa riguardo a: imposte, pensione, salute e sicurezza, etc.	210	7,7
Consulenze sulla tecnologia - individuare soluzioni tecnologiche specifiche che possono aiutare a migliorare i processi aziendali e che permettono di connettersi con fornitori e clienti.	267	9,8
Consulenze su Finanziamenti - individuare canali di finanziamento specifici	432	15,8
Formazione - Per capire il mercato che cambia e le competenze necessarie	535	19,6
Altro	615	22,5
Non so	752	27,5
Preferisco non rispondere	205	7,5
Totale rispondenti	2.730	

16 A) Indica i principali ambiti di formazione: *(Risposta multipla, max 3)*
(Domanda attiva solo se hanno risposto "Formazione" alla D16)

	Numerosità campionaria	%
Marketing - Web Marketing - digital marketing	265	49,5
Comunicazione digitale - social media - direct marketing	195	36,4
Strumenti di digitalizzazione	68	12,7
Il sistema fiscale	117	21,9
Business plan, sviluppo e monitoraggio dei piani d'azione	207	38,7
Business coaching & networking	95	17,8
Professional Recruitment	38	7,1
Altro	68	12,7
Non so	48	9,0
Preferisco non rispondere	6	1,1
Totale rispondenti	535	

17) La tua azienda ha attivato nuove procedure e nuove attività in grado di affrontare sfide specifiche (esempio come aumentare le competenze dei lavoratori, le capacità digitali, razionalizzare i processi aziendali del settore pubblico, etc.) **che potrebbero essere definite come buone pratiche?**

	Numerosità campionaria	%
Sì	784	28,7
No	1.391	51,0
Non so	385	14,1
Preferisco non rispondere	170	6,2
Totale	2.730	100,0

17A) Saresti disposto a essere contattato per compilare un questionario per rilevare le sue buone pratiche? (Domanda attiva solo se hanno risposto "Sì" alla D17)

	Numerosità campionaria	%
Sì	204	26,0
No	580	74,0
Totale	784	100,0

18) Saresti disposto a partecipare a gruppi di discussione sulle sfide che oggi le aziende devono affrontare?

	Numerosità campionaria	%
Sì	664	24,3
No	2.066	75,7
Totale	2.730	100,0

19) Saresti disposto ad approfondire le tematiche riguardanti le Start-Up e Start-Up Innovative secondo quanto disposto dal Dgls.219 del 2012? (domanda attiva solo se hanno risposto "Sì" alla D3A)

	Numerosità campionaria	%
Sì	170	31,9
No	363	68,1
Totale	533	100,0
