



Emilia Romagna

**IMPRENDITORI SCETTICI:
“COSÌ NON SI VA DA NESSUNA PARTE”**

**Crolla la fiducia e cresce il pessimismo.
Tanti sacrifici pochi risultati.**

Bologna, 19 Novembre 2012



Ricerche Sociali e di Marketing

Forum Congiunturale CNA Emilia Romagna

Monitoraggio semestrale in tempo reale delle opinioni, delle attese, dei comportamenti in ambito business e delle performance aziendali di un panel di imprenditori di aziende artigiane e PMI associate alla CNA, testimoni privilegiati del clima socio-economico della regione.

IL NOSTRO CODICE ETICO

FRENI RICERCHE DI MARKETING SI IMPEGNA CON UN CODICE DI CONDOTTA CHE, OLTRE A RECEPIRE I CODICI DELLE ASSOCIAZIONI A CUI APPARTIENE (ESOMAR, MRS E AMA), INTENDE GARANTIRE ULTERIORE RESPONSABILITÀ SOCIALE AI SUOI CLIENTI, FORNITORI E COLLABORATORI.

FATTI NON PAROLE

100% RICERCA AD HOC MADE IN ITALY (*)

- ✓ Rispetto dei collaboratori: Freni Ricerche di Marketing compensa, al più elevato livello di quotazione di mercato, tutti i collaboratori esterni (intervistatori, reclutatori, supervisor, location e facilities), sempre contestualmente alla fine dell'incarico, max entro 30 gg dal suo svolgimento.
- ✓ Field di qualità: Freni Ricerche di Marketing per le interviste face to face e telefoniche gestisce direttamente una rete di intervistatori selezionati, senza subappalti a società esterne e non ricorre a call center, né offshore, né stranieri e nemmeno italiani.
- ✓ Field non anonimo: Nel report dell'indagine, vengono menzionati tutti coloro che hanno collaborato al lavoro di ricerca sul campo compresi i supervisor e i rilevatori.
- ✓ Riservatezza, sicurezza e qualità del dato: Tutti i dati vengono totalmente trattati e conservati internamente all'Istituto, senza trasferirli a strutture di elaborazioni dati esterne, in modo da garantire la massima riservatezza e qualità. I dati statistici vengono trattati con software proprietario sviluppato internamente, in formato protetto.
- ✓ Indipendenza e autonomia: Freni Ricerche di Marketing è un Istituto indipendente che esegue solo ricerche *ad hoc*, professionalmente e finanziariamente, autonomo da gruppi economici e politici.
- ✓ Freni non dispone di una rete di vendita dei propri servizi. La gran parte del nostro business proviene dal passaparola tra i clienti serviti; sono i nostri clienti a raccomandare i nostri servizi ad altre aziende e ad elogiare la qualità del nostro impegno.
- ✓ Al servizio della Cultura della Ricerca. All'interno dell'istituto si trova una delle più ampie collezioni di materiale informativo sulle teorie e sull'applicazione della ricerca di marketing: una biblio-emeroteca che vanta migliaia di testi che ripercorrono la storia della ricerca di marketing dalla nascita ad oggi, disponibili gratuitamente, su richiesta, ai cultori della materia e ai tesisti.
- ✓ Solidità e Expertise: L'azienda, fondata nel 1983, è uno dei più anziani istituti impegnati nella ricerca sociale e di marketing d'Italia: il 66% delle aziende del settore sono state costituite più recentemente (fonte ESOMAR 2010).
- ✓ Una bottega rinascimentale fiorentina. Eseguiamo solo *ricerche ad hoc (non ci occupiamo di panel e omnibus)*. Appliciamo alla ricerca un modello efficiente di lavoro che proviene dai mestieri in uso nella bottega rinascimentale, nel pieno rispetto dell'etica del lavoro e sempre alla ricerca del fare meglio.

Tutte le ricerche di pubblico dominio realizzate da *Freni Ricerche Sociali e di Marketing* sono presenti sul sito del Garante per le Comunicazioni <http://www.agcom.it/Default.aspx?message=contenuto&DCId=302> così come lo sono, in ottemperanza alla delibera Delibera 153/02/CSP, allegato A, art.3 pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002, quelle realizzate da tutti gli altri istituti che operano in Italia. Una vetrina che consente di valutare e confrontare oggettivamente l'impegno e lo standard qualitativo della produzione delle aziende che operano in questo settore.



Motto

Crediamo nell'importanza della ricerca scientifica e ne promoviamo i valori anche in ambito accademico perché riteniamo che la conoscenza sia un bene comune. A questo fine Sul sito www.frenimkt.com (attualmente in fase di rifacimento) nella sezione educational mettiamo a disposizione di studenti, tesisti e studiosi materiale didattico specialistico continuamente aggiornato.

(*) La stampa specializzata riporta che il 90% delle interviste telefoniche realizzate dagli istituti di ricerca italiani oggi giorno vengono eseguite in Albania, Romania, Tunisia



IMPRENDITORI SCETTICI: “COSÌ SI FA FATICA A RIPARTIRE”

Soggetto che ha realizzato il sondaggio: Freni Ricerche di Marketing

Committente ed Acquirente: CNA Emilia Romagna

Coordinamento CNA: Cristina Di Gleria

Responsabile della ricerca: Vincenzo Freni

Assistente alla ricerca e Coordinamento Field: Rosaria Agnoletti

Universo: imprese artigiane e non, in possesso di mezzi informatici, operanti in Emilia Romagna nell'anno 2012 nei seguenti macro settori di attività: manifatture, costruzioni, servizi

Campione: arbitrario stratificato per i 3 settori di attività e per province dell'Emilia Romagna (vedi appendice).

Aree Campione: Bologna, Forlì - Cesena, Ferrara, Modena, Parma, Piacenza, Ravenna, Reggio Emilia, Rimini.

Metodo: Indagine semi-estensiva realizzata tramite interviste somministrate via e-mail a responsabili di aziende eccellenti associate CNA. Questionari cartacei (sistema tradizionale), trascrizione *verbatim* delle risposte aperte

Periodo della rilevazione: Ottobre 2012

Campione teorico: 164 aziende eccellenti

Campione effettivo: 114 Aziende (interviste ricevute e validate al 31 Ottobre 2012)

Modulo d'intervista utilizzato: Il testo integrale di tutte le domande rivolte ai rispondenti figura in Appendice

La percentuale dei responsabili aziendali che hanno risposto a ciascuna domanda e la percentuale dei non rispondenti figurano nelle tabelle allegate

Lo Standard di rappresentatività: la ricerca è rappresentativa dell'universo delle imprese eccellenti della CNA ER. Con un campione di questa dimensione, l'errore statistico, la variabilità che accettiamo per avere delle informazioni da un campione piuttosto che dalla totalità delle imprese CNA è compreso nell'intervallo $\pm 8.9\%$ al livello di confidenza del 95%.

Verifica della coerenza delle risposte alle diverse domande: trascrizione manuale delle risposte raccolte precedentemente su questionario cartaceo. La metodica utilizzata prevede il controllo del dato sia al momento del caricamento nel database specializzato (proprietario dell'Istituto Freni) sia ex-post, al momento del *cleaning*, intercettando e risolvendo le presunte incongruenze (che talvolta corrispondono a “falsi positivi”). La metodica adottata è da considerarsi preferibile sul piano della qualità del dato ottenuto in quanto evita i blocchi e le filtrature ex-ante utilizzate dei programmi di somministrazione dei questionari assistiti dal computer (CATI, CAWI, etc.) che non possono tenere conto della totalità delle alternative di risposta riducendo quindi la ricchezza del dato.

Il “documento” completo del sondaggio, in caso di pubblicazione sui mezzi di comunicazione di massa, è disponibile, all'indirizzo dell'Istituto Freni www.frenimkt.com e, in forma sintetica per gli aspetti metodologici, privo dei risultati come richiesto dalla Delibera n. 237/03/CSP (Modifiche e integrazioni al regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa), all'indirizzo dell' *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* <http://www.agcom.it/Default.aspx?message=contenuto&DCId=302>.

La presente ricerca è conforme alle norme del codice della **MRS** (The **Market Research Society**) e dell'**A.M.A** (American Marketing Association) per le Ricerche di Marketing e Sociali, di cui l'Istituto Freni è rispettivamente *full e professional member*, e, in quanto socio, del codice **ESOMAR** (European Society for **O**pinion and **M**arketing **R**esearch)

Privacy. Le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste sono tutelati nel rispetto della legge 675 del 18.11.1996, utilizzati solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti, e trattati e resi noti solo sotto forma di elaborati statistici rispettando l'anonimato dei singoli intervistati. Inoltre, essendo l'appartenenza ad una Associazione di Categoria, quale la CNA, da intendersi come dato sensibile, la distinta delle aziende intervistate, disponibile comunque per motivi di studio presso la sede regionale della CNA, non viene inclusa nel presente rapporto pubblico.

I dati contenuti nel presente rapporto sono di esclusiva proprietà della CNA dell'Emilia Romagna I dati ed il rapporto contenuti nel presente documento possono, con l'autorizzazione della CNA dell'Emilia Romagna venire riprodotti e resi pubblici citando la fonte: ©Freni Ricerche Sociali e di Marketing

L'utilizzo e la riproduzione pur parziale del modulo d'intervista sono interdetti e protetti, anche per uso didattico, salvo autorizzazione scritta © Vincenzo Freni

Legge 633 del 22.4.1941 sulla protezione del diritto d'autore e di tutti i diritti connessi al suo esercizio

I dati sono stati elaborati con il package statistico proprietario di Freni Ricerche di Marketing
SMART (Statistics for **M**arketing **T**est)

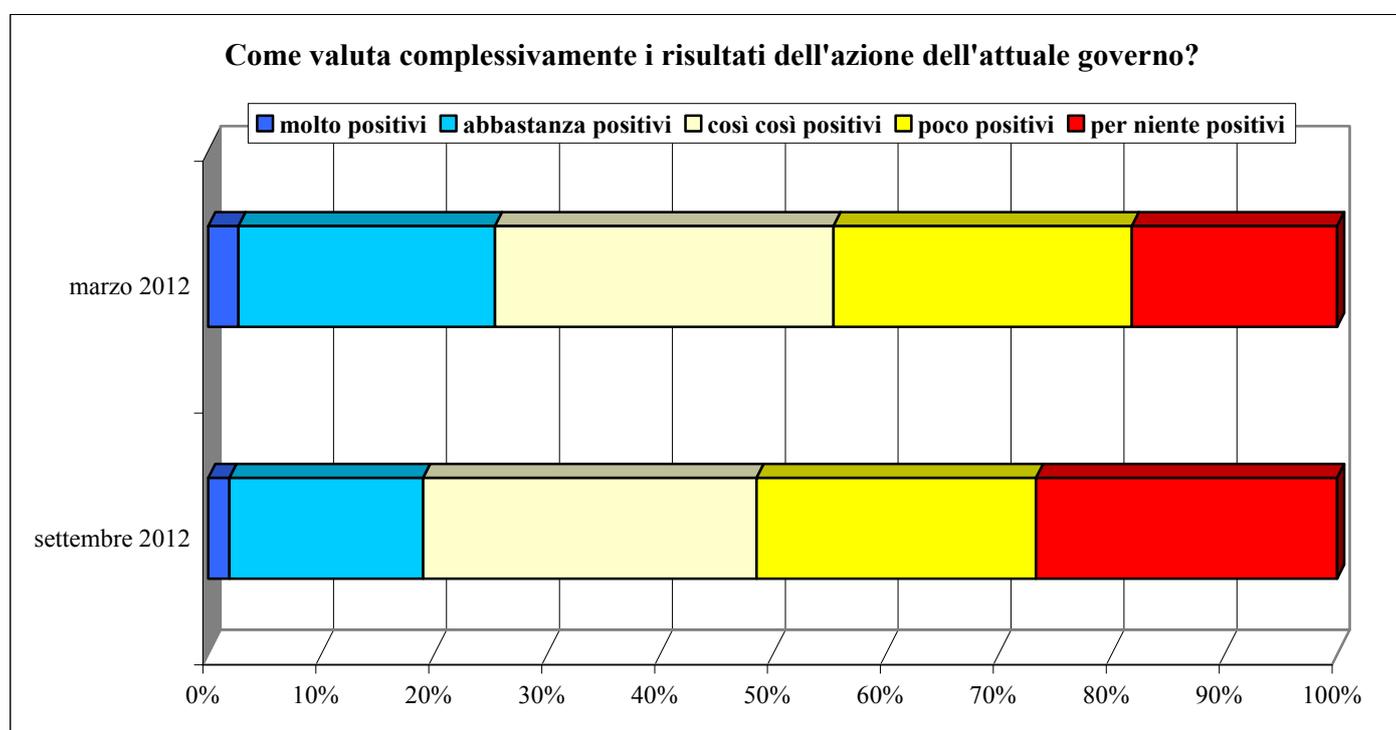


IMPRENDITORI SCETTICI: “COSÌ SI FA FATICA A RIPARTIRE”

Qual è la percezione dei risultati prodotti dall'azione del Governo Monti, anche nella prospettiva delle elezioni politiche previste per la primavera 2013? È quanto abbiamo chiesto agli imprenditori del Panel CNA in concomitanza al Forum sull'andamento congiunturale.

Bilancio dei risultati dell'azione di governo

Dopo quasi un anno di governo la valutazione risulta in prevalenza (oltre 50%) di segno critico; la quota di quanti si esprimono in termini positivi risulta in contrazione rispetto a 6 mesi fa.



A livello spontaneo sono emerse valutazioni positive per l'azione del governo sul piano del recupero di credibilità a livello internazionale ma critiche per quello che riguarda il rilancio delle attività economiche: *“positivi nei rapporti con la UE, negativi per il mercato interno”*, *“ha ridato credibilità al paese ma non ha idee o libertà di azione per attivare la ripresa”*. Nella percezione degli imprenditori delle PMI dell'Emilia Romagna, il governo si è impegnato soprattutto per recuperare la fiducia dei mercati finanziari, producendo invece misure inadeguate o inefficaci per sostenere le imprese.

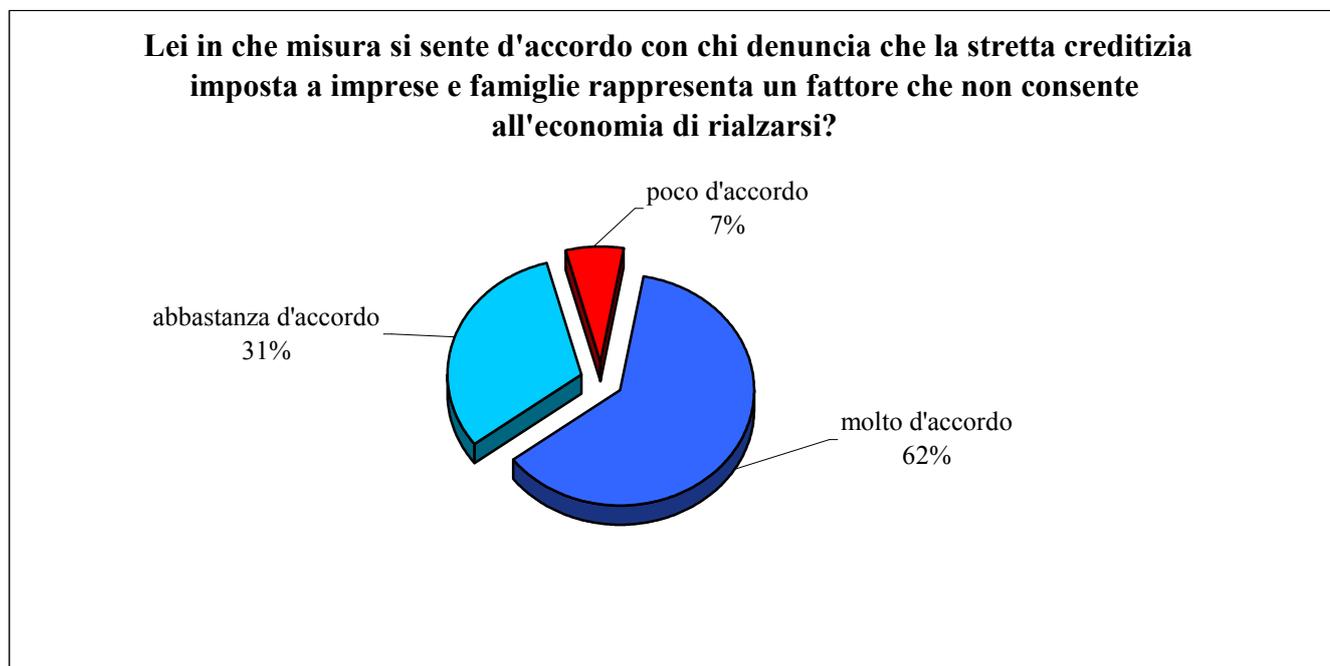
La ripresa? È ancora di là da venire

Per la gran parte degli imprenditori del Forum Congiunturale (quasi 2 su 3) l'economia italiana è bloccata nel fondo di una crisi dalla quale non si intravedono vie di uscita. Anzi, per più di 1 imprenditore su 4, l'evoluzione del quadro economico si prospetta addirittura negativa e le prospettive di ripresa si stanno allontanando.



Allarme credito, la stretta delle banche non si allenta

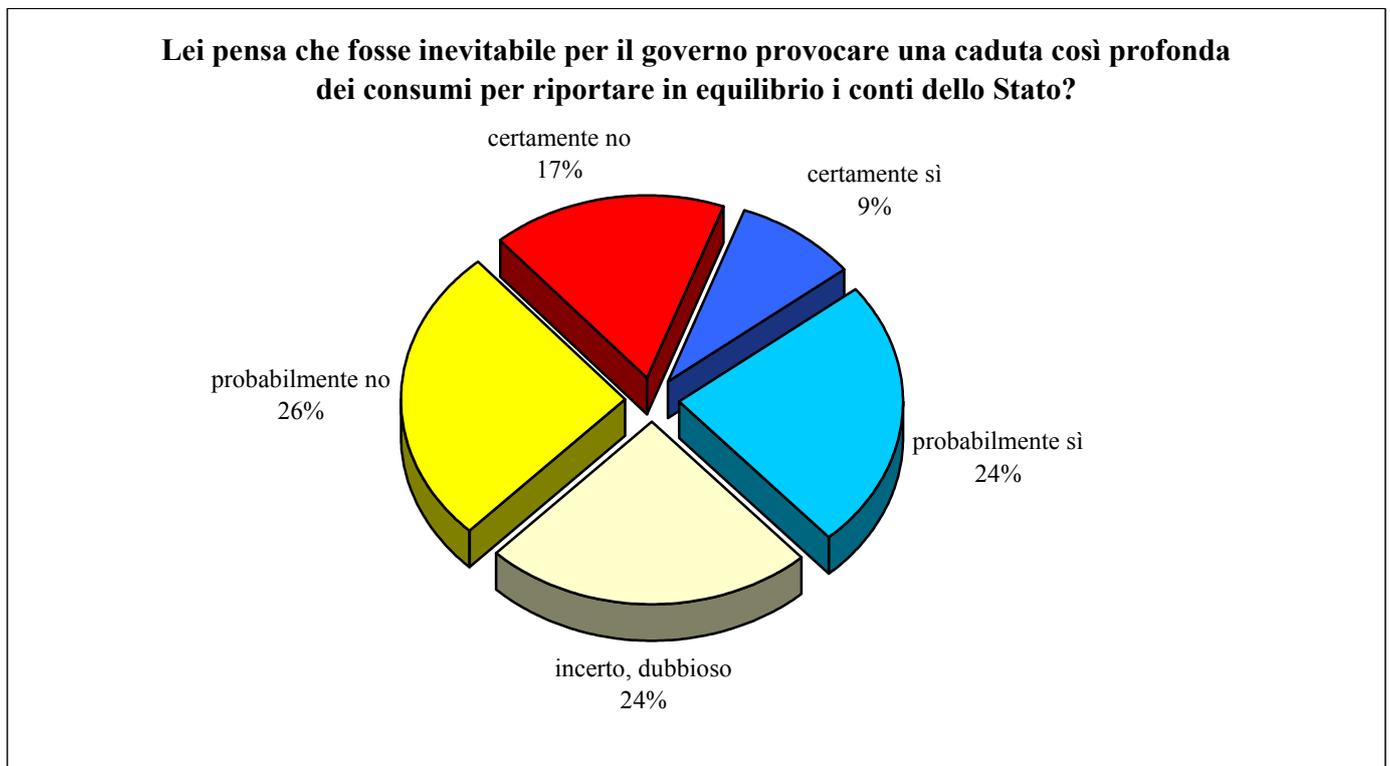
Per la quasi generalità degli intervistati al cuore della fase economica recessiva si colloca la restrizione al credito, alle imprese e alle famiglie, che vanifica ogni prospettiva di uscita dalla crisi. *“Così cresce l’indebitamento di chi si è esposto”*, dicono gli imprenditori *“e non si mette nelle condizioni di ripartire chi sarebbe anche in grado di farlo perché non si supportano gli investimenti”*.



Cresce il prelievo fiscale in nome del pareggio di bilancio: una scelta che lascia molti dubbi

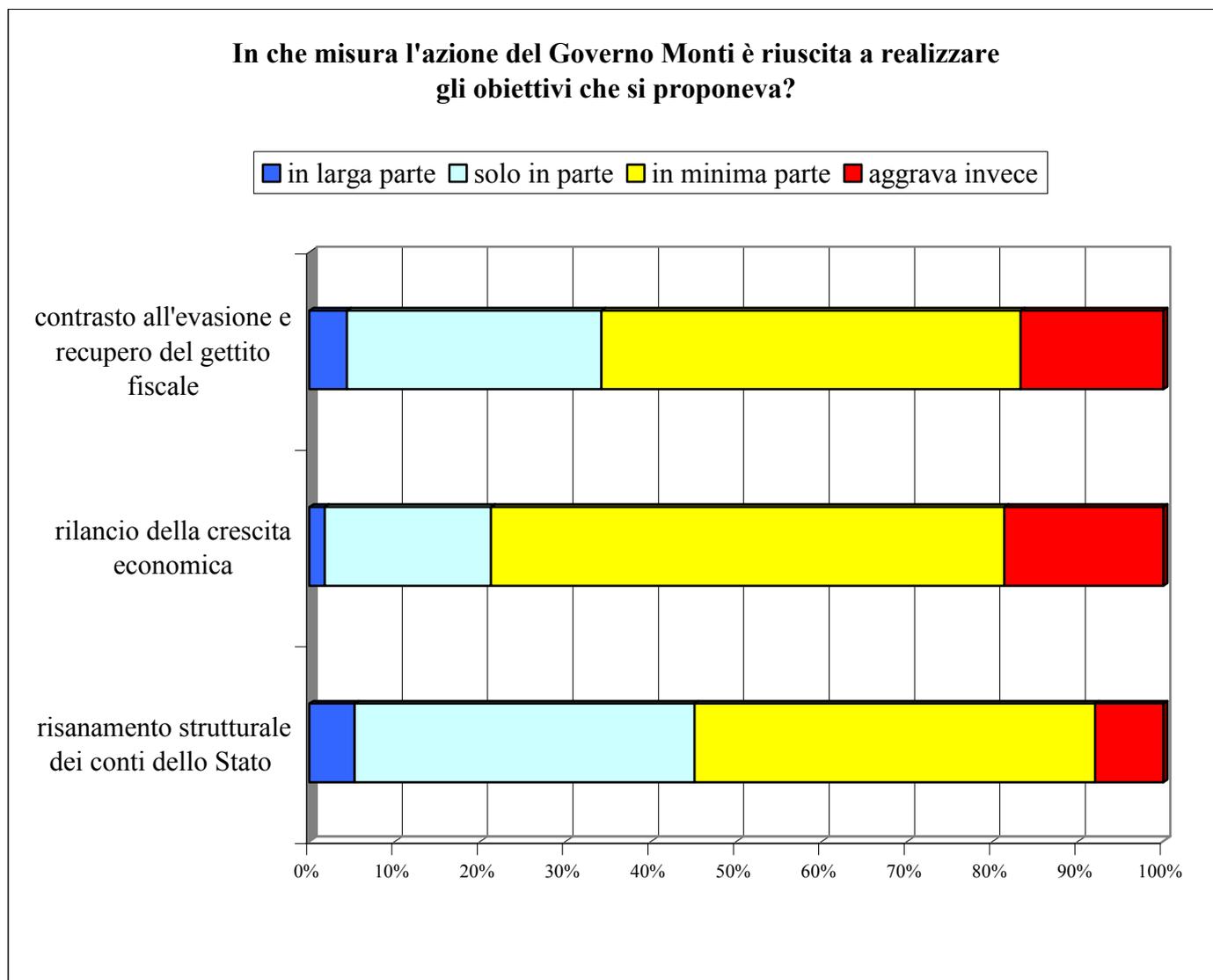
La precedenza del pareggio di bilancio come obiettivo prioritario dell'azione di governo, priorità concordata comunque in sede comunitaria, a qualsiasi costo, rappresenta un aspetto molto controverso.

La scelta del governo è condivisa, più o meno tiepidamente, da circa 1 imprenditore su 3, mentre il 24% degli intervistati è dubbioso ed il 43% decisamente ostile. Prevalgono quindi ampiamente perplessità e contrarietà sulla scelta del governo di raggiungere comunque questo obiettivo.



Sacrifici tanti, risultati pochi

Per quanto dolorose siano state le ripercussioni sulla vita economica delle misure attuate per risanare i conti dello Stato, i risultati sono stati solo parziali (o piuttosto minimi). C'è forse la preoccupazione che nuovi, ed ancora più severi, provvedimenti siano in preparazione.

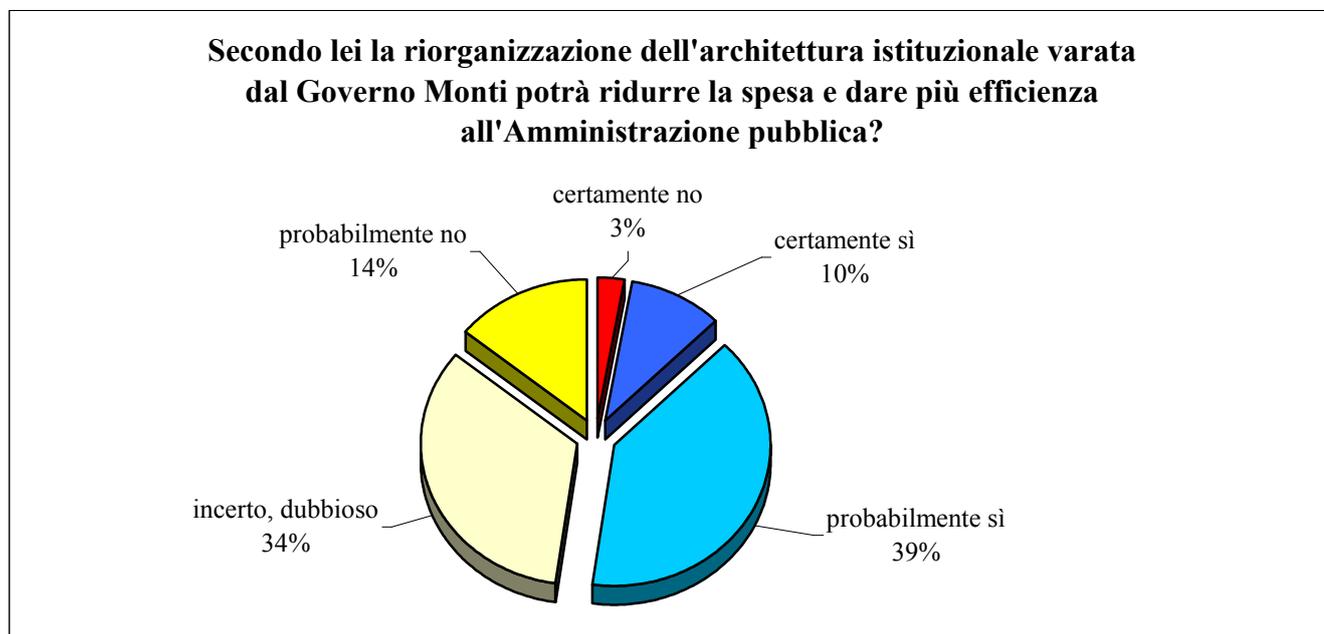


L'aspetto più credibile (per quanto minoritario) dell'azione di governo è risultato il risanamento dei conti dello Stato. Si registra invece un profondo scetticismo per quello che riguarda i provvedimenti per stimolare la crescita dell'economia: solo un imprenditore su 5 mostra una qualche fiducia nelle scelte operate in quest'ottica dal governo.

Preso molto scarsa hanno ottenuto presso gli imprenditori le misure adottate per il contrasto all'evasione; la percezione prevalente (oltre 50%) è che i risultati in termini di gettito fiscale recuperato non saranno dell'entità necessaria, mentre la tassazione sulle imprese e i redditi da lavoro si mantiene su livelli insostenibili.

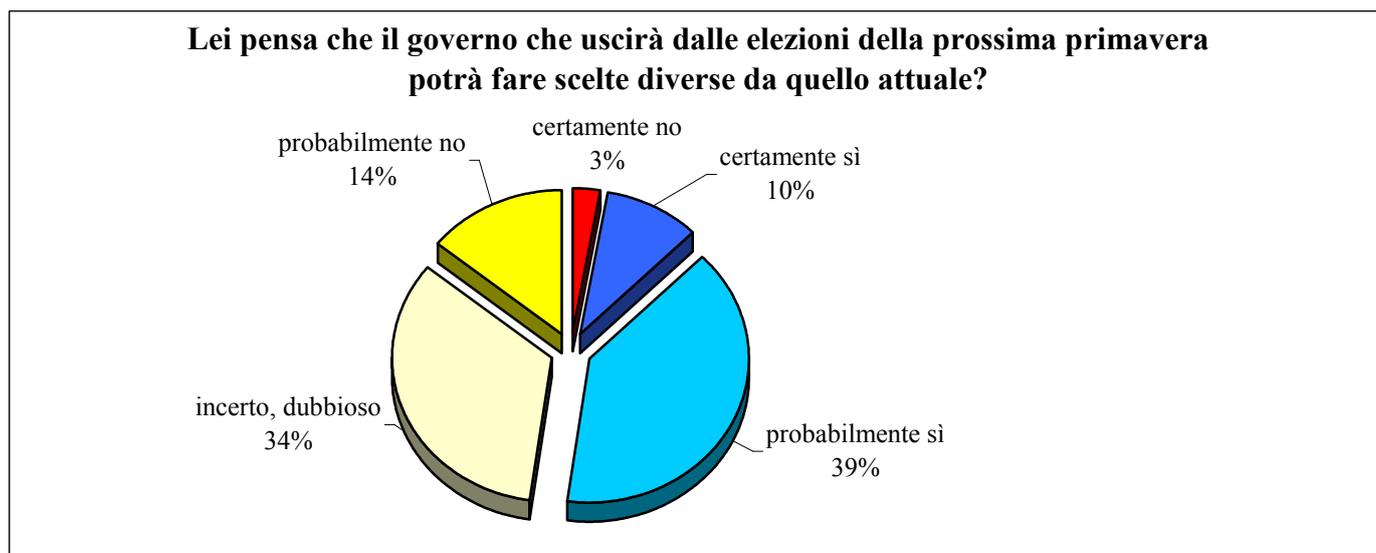
Riordino istituzionale ok: meno spese più efficacia

Gli imprenditori hanno espresso invece un discreto consenso per quanto riguarda l'efficacia dei provvedimenti per il riordino amministrativo (Regioni, Province, Comuni), anche in vista di un miglior controllo della spesa.



Scetticismo sulle scelte del governo ma ai tecnici non si poteva chiedere di più

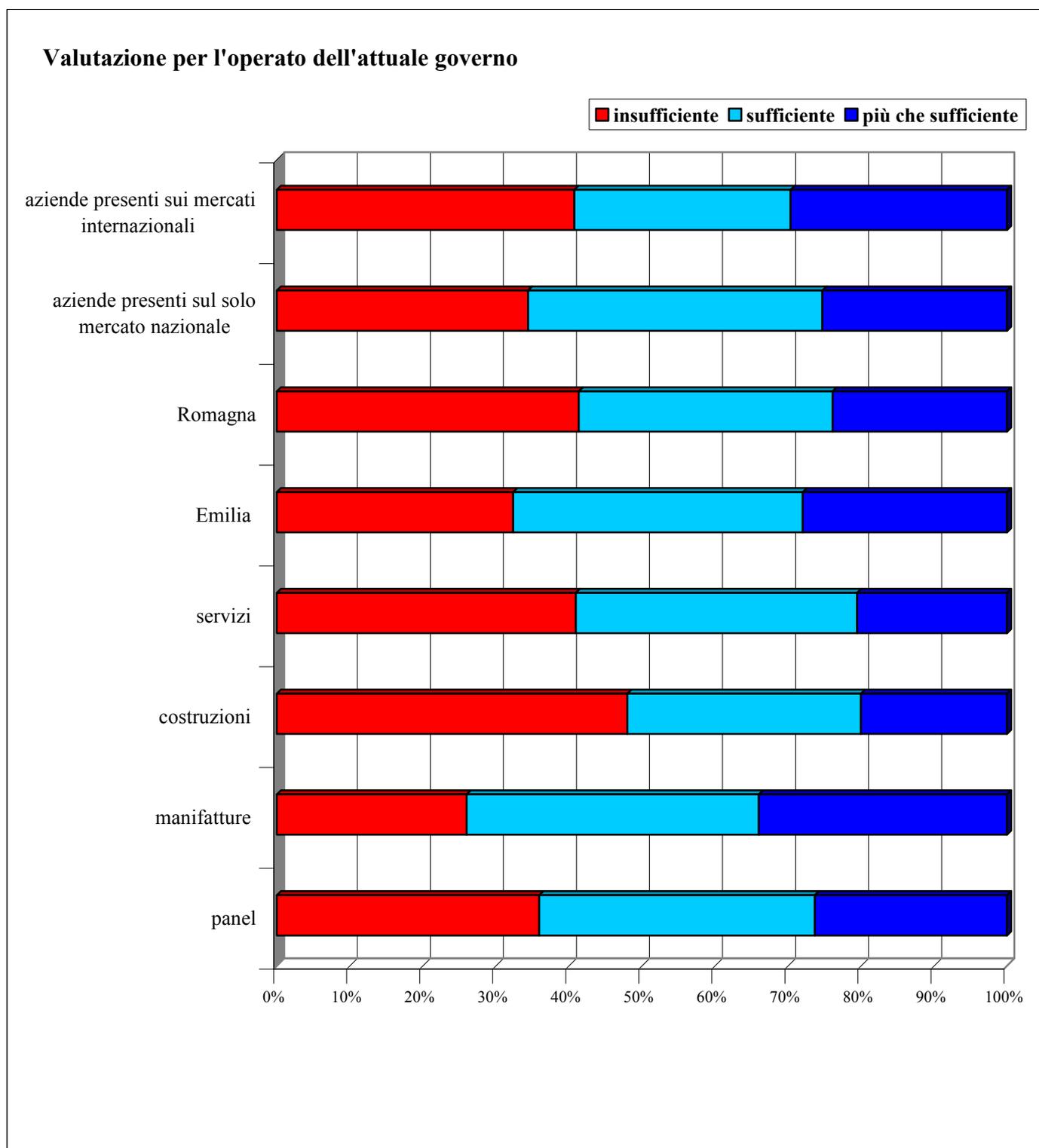
Se il consenso per l'operato dell'attuale governo risulta limitato, e la credibilità delle misure intraprese insufficiente, peraltro la possibilità di operare scelte radicalmente diverse è controversa e divide la nostra giuria di imprenditori.



Solo una metà del Panel confida, oppure auspica, in una politica economica diversa da quella messa in atto dal Governo Monti da parte del prossimo Esecutivo che potrà uscire dalle elezioni della prossima primavera.

Un voto per il governo Monti? Non oltre la sufficienza

Anche se il voto concesso per quanto realizzato dall'attuale governo corrisponde ad un'insufficienza (voto medio: 5.5), in realtà una larga parte degli imprenditori del Panel ha espresso un voto di sufficienza, contrastati dal voto di segno "punitivo" di una minoranza.



Peraltro il voto espresso dal comparto manifatturiero risulta migliore di quello espresso dal comparto dell'edilizia e da quello dei servizi.

Riconferma dell'attuale Presidente del Consiglio dopo le elezioni?

Tanti dubbi ma per i più sarebbe meglio di no

Sarebbe favorevole ad un mantenimento nella funzione dell'attuale Presidente del Consiglio quasi il 40% degli imprenditori del Panel; è decisamente contrario circa 1 imprenditore su 3. Consistente la quota dei perplessi e degli indecisi.

