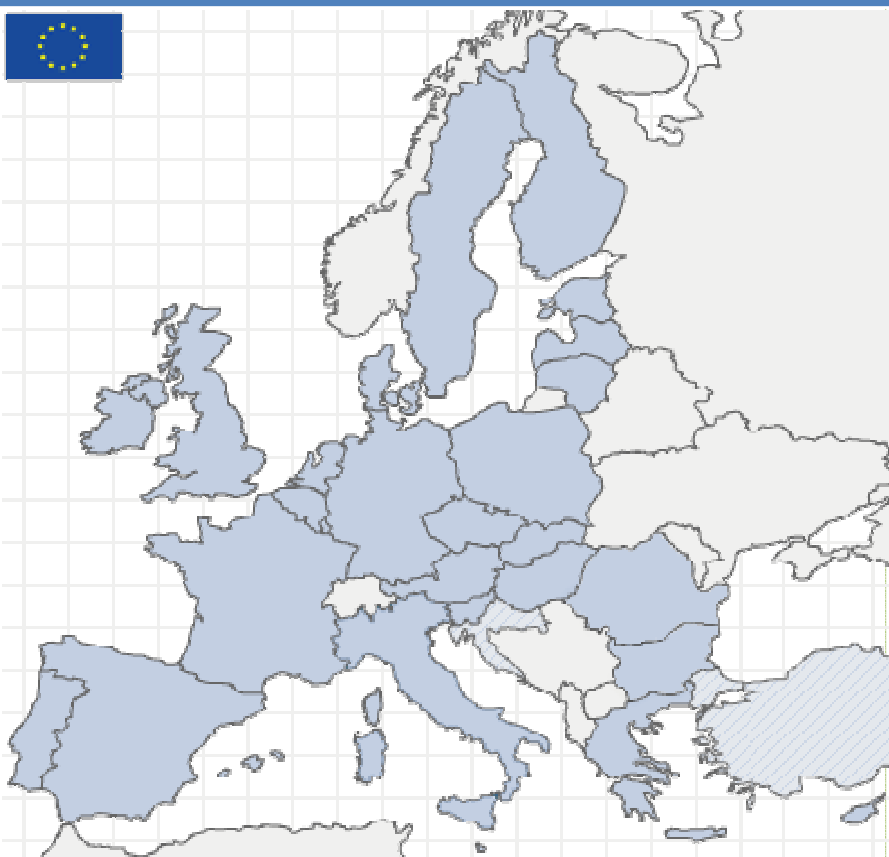
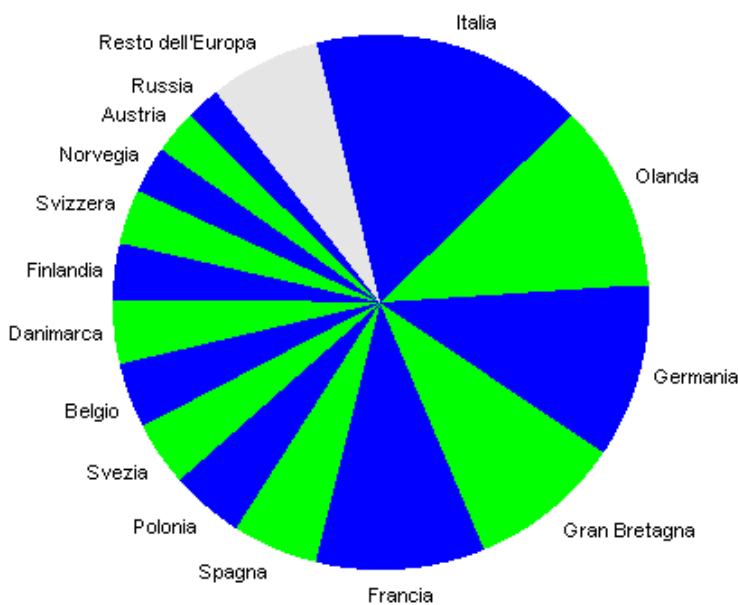


# LIMITI E OPPORTUNITA' DEI MODELLI DI INTERVENTO A SUPPORTO DELLE IMPRESE



# Modulo 1

## Vincoli ma anche opportunità delle politiche e delle normative comunitarie



Scopo dell'approfondimento è rilevare i fabbisogni delle aziende, esaminando i modelli d'intervento a disposizione per meglio identificare gli strumenti di sostegno, utili alle attività imprenditoriali e capaci di soddisfarne i bisogni.

L'azione delle politiche comunitarie, spesso impongono vincoli al comportamento delle imprese e l'analisi, cerca di percepire gli elementi più significativi che potranno influire sull'immediato futuro delle

aziende.

Le nuove imprese, soprattutto quelle piccole e medie, rappresentano la principale fonte di nuova occupazione in Europa, infatti, l'Unione europea e il governo italiano stanno lavorando per far crescere nuove generazioni d'imprenditori e per creare misure di sostegno e stimolare la crescita.

L'obiettivo principale della politica dell'Unione Europea per le imprese, è creare le condizioni ottimali per gli investimenti per la competitività e l'innovazione, affinché i settori d'importanza strategica, possano prosperare grazie a tecnologie di avanguardia. Spesso gli istituti d'istruzione e di ricerca non hanno legami con il mondo delle imprese, indispensabili per trasformare una buona idea di laboratorio, in un prodotto di successo. "L'Istituto europeo d'innovazione e tecnologia" nasce per colmare tale lacuna mediante la creazione di "comunità della conoscenza e dell'innovazione": reti pubblico-privato altamente integrate che collegano scuole, organismi di ricerca e imprese, comprese le PMI. Esistono programmi e finanziamenti speciali per promuovere l'imprenditorialità e le competenze, migliorare l'accesso ai mercati da parte delle PMI e rafforzare il loro potenziale di crescita (promuovendo le capacità nel campo della ricerca e dell'innovazione). L'Unione Europea si occupa di affari economici e monetari, ed è attenta alle problematiche ambientali. Promuove in

particolare gli investimenti per l'efficienza energetica e le fonti rinnovabili, le tecnologie ambientali e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione. L'Unione europea sostiene attivamente le imprese, specie quelle più piccole, offrendo un'assistenza personalizzata e gratuita nell'ambito di una serie di reti e servizi a livello europeo ma non tutto è facile. L'obiettivo che ci siamo proposti con questa indagine, è quello di analizzare le problematiche che si riferiscono al rapporto fra l'Europa e le singole imprese e di fornire un quadro di riferimento per lo svolgimento delle attività d'internazionalizzazione che interessano i vari settori. Non sempre le imprese conoscono le opportunità offerte dall'Europa; come Associazione è nostra intenzione promuovere e sensibilizzare le imprese sulle possibilità che hanno a disposizione. L'Unione Europea ha deliberato numerosi finanziamenti per le imprese, ma non sempre è facile riuscire a usufruirne perché la parte burocratica è troppo complessa. La Camera di Commercio di Massa-Carrara aderisce a SPRINTOSCANA, la rete degli Sportelli Provinciali per l'Internazionalizzazione che offre alle imprese toscane l'opportunità di accedere, tramite un unico ufficio, ai servizi degli Enti che si occupano d'internazionalizzazione e assistenza alle imprese operanti con l'estero, ma dai risultati della ricerca è evidente che non sono molte le imprese che lo conoscono. L'artigianato è una realtà estremamente importante soltanto in alcuni dei paesi dell'Unione europea, sotto il profilo sia economico sia sociale. Ciò dipende principalmente dal fatto che solo in alcuni paesi questo settore ha riconoscimento giuridico e rappresentanza organizzata. Le differenze fra paesi non sono le uniche difficoltà incontrate in termini di rilevanza economico-sociale, ma anche le competenze normative e i programmi di supporto allo sviluppo non sono di facile comprensione; a queste difficoltà vanno aggiunte, in ogni paese, le diverse articolazioni fra livello statale e livello di governi regionali. Confartigianato promuove interventi presso le Istituzioni e gli Enti regionali e nazionali, sulle modalità e i termini di recepimento e attivazione degli interventi comunitari con ricadute sulle imprese nonché sull'andamento degli utilizzi degli stessi. La Confederazione fornisce servizi e formazione agli imprenditori, finalizzati al qualificato utilizzo delle risorse comunitarie con particolare riferimento ai Fondi Strutturali, ai Programmi d'iniziativa Comunitaria, ad altri bandi europei. E' compito delle associazioni promuovere la conoscenza e l'utilizzo dei programmi pubblici di sostegno alle imprese, purtroppo in larga misura sconosciuti. Confartigianato, tramite il consorzio Promex promuove e organizza partecipazioni a fiere, a viaggi ed a missioni conoscitive e promozionali, in Italia e soprattutto all'estero; offre consulenza ed informazione sulle principali manifestazioni ed eventi promozionali internazionali, nonché offre consulenza ed assistenza in materia di sovvenzioni ed agevolazioni a favore delle aziende che esportano i propri prodotti, che intendono aprire uffici di rappresentanza all'estero o costruire joint-ventures; organizza incontri, convegni e corsi di formazione inerenti aspetti e problematiche connesse all'export e all'internazionalizzazione delle aziende locali; fa promozione ed organizzazione di ricerche, studi ed analisi sui vari mercati dei Paesi europei.

L'approfondimento tematico è finalizzato a rilevare le problematiche e i fabbisogni delle imprese del comparto dell'artigianato, al tempo della crisi. I dati sono stati raccolti tramite la consultazione degli Osservatori del Centro Studi Confartigianato nazionale e regionale, l'archivio Movimprese- Unioncamere, il rapporto economico 2011 - 2012 e 2013 dell' Istituto di Studi e Ricerche della C.C.I.A.A. di Massa Carrara, attraverso l'analisi di un report dell'Università di Pisa riguardante le imprese provinciali, l'archivio dati Confartigianato Imprese Massa Carrara, comunicati Istat 2012-13, il documento riguardanti le politiche economiche della Regione Toscana, "Studi e approfondimenti della Toscana (IRPET)" e attraverso momenti formativi di confronto e di studio con imprenditori dei vari settori artigiani.

## SETTORI SELEZIONATI

- INFORMATICO
- IMPIANTISTICA
- SERVIZI ALLE AZIENDE
- GRAFICA
- TIPOGRAFICO
- COMUNICAZIONE
- LEGNO
- AUTOTRASPORTO
- ALIMENTAZIONE
- MARMO
- MACCHINARI PER IL MARMO
- MANIFATTURIERO
- MECCANICO
- ARTIGIANATO ARTISTICO
- BED BREAKFAST, AGRITURISMI



**Tab.1 Anni dell'attività imprenditoriale**

Da meno di 3 anni	17%
Da 3 a 5 anni	23%
Da 6 a 10 anni	26%
Da 11 a 15 anni	14%
Da oltre 15 anni	20%

**Tab.2 Ragione sociale degli imprenditori intervistati**

Ditte individuali	33%
SRL	20%
SAS	17%
SNC	15%
Consorzi e cooperative	9%
SPA	6%

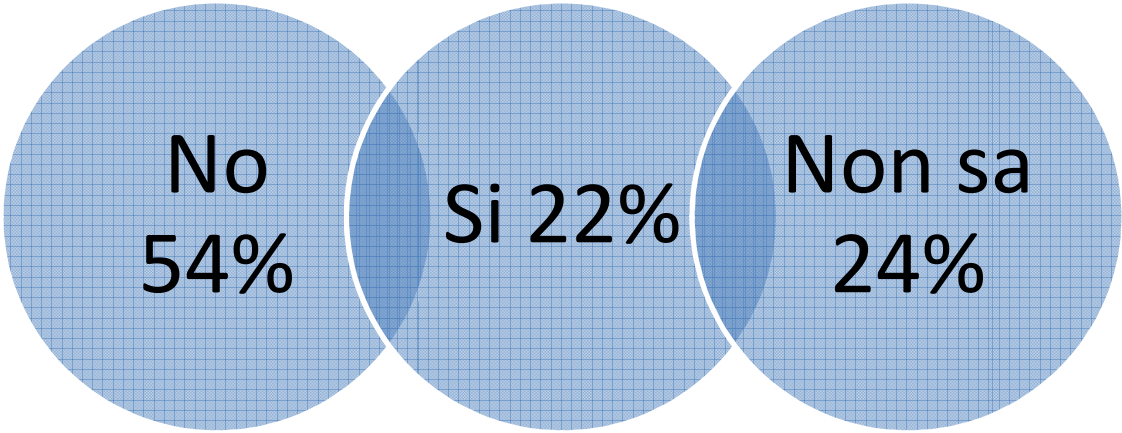
Abbiamo iniziato la ricerca citando i settori interpellati, scelti fra le categorie più interessate a lavorare con l'estero. Dall'analisi dei risultati emerge che la maggioranza è attiva da 6 a 10 anni (Tab.1). Le aziende intervistate sono soprattutto titolari di ditte individuali (26%). Le imprese contattate hanno rivelato che la scelta di un lavoro autonomo non è stata dettata dalla volontà di mettersi in proprio ma è stata voluta dalla mancanza di altre alternative lavorative (42%), un altro aspetto che ha inciso notevolmente nella scelta di fare l'imprenditore è stata la tradizione familiare (33%), la spinta viene anche dalla possibilità che il lavoro autonomo offre di poter realizzare le proprie aspirazioni, a rispondere così è stato il 24%. I dati dimostrano uno scarso entusiasmo nei confronti di una carriera imprenditoriale in proprio, tuttavia l'imprenditorialità potrebbe essere un importante volano per la crescita economica e per la creazione di posti di lavoro e può schiudere nuovi mercati e alimentare nuove competenze e capacità.

**Tab.3 Origini dell'impresa gestita attualmente**

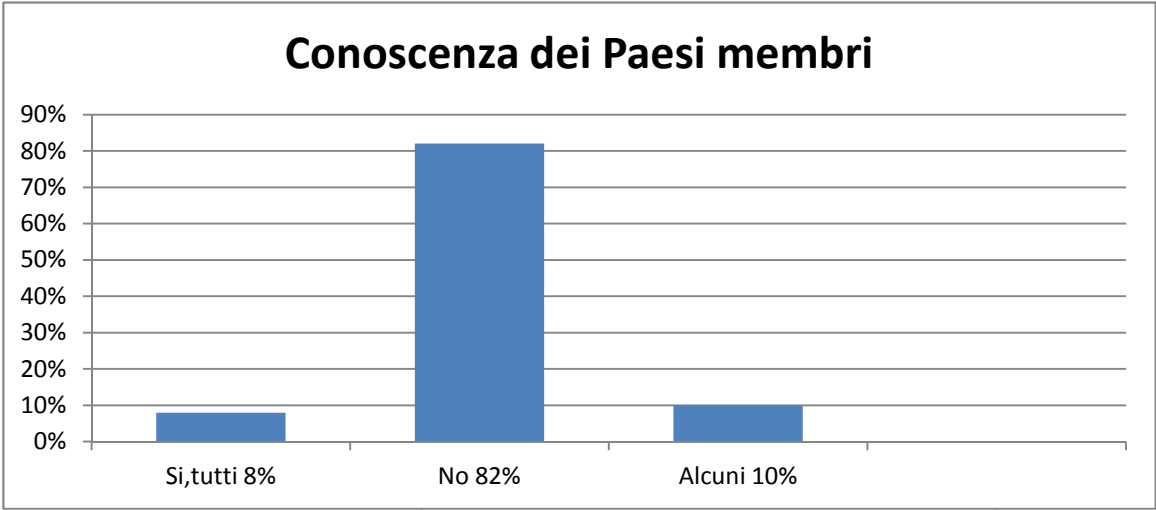
L'ha acquistata	32%
E' stata fondata dall'attuale titolare	22%
E' subentrato a familiari	18%
L'ha ereditata	10%
Ha affiancato familiari	12%
Ha affiancato altri soggetti	6%
Totale	100%

Il 32% degli intervistati ha dichiarato di aver acquistato l'azienda, nel 22% dei casi, è stata fondata dall'attuale proprietario (Tab.3).

Tab.4 Politica europea per favorire le imprese



Graf. 1 Conoscenza dei Paesi aderenti all'Unione europea

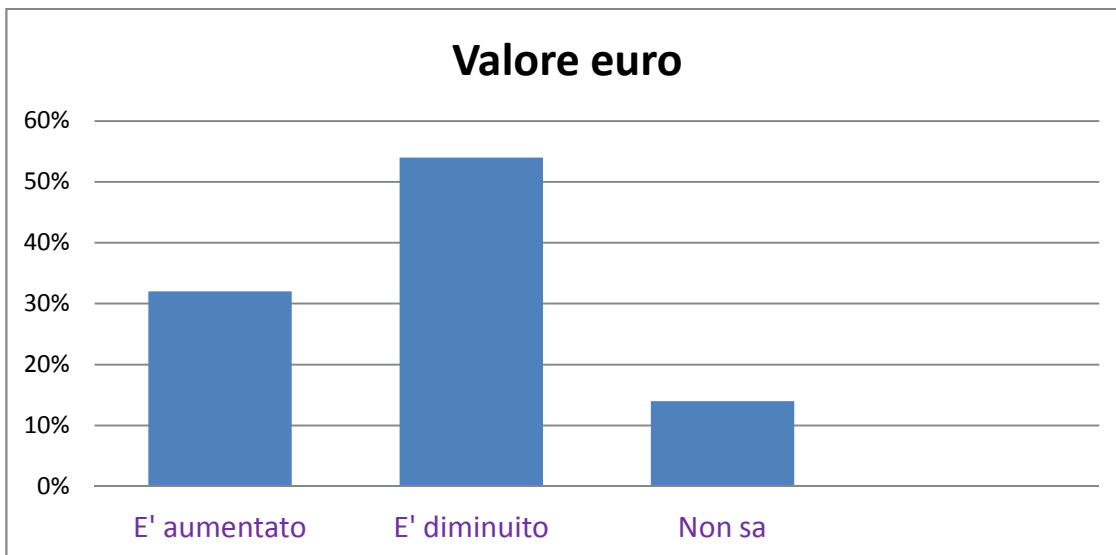


**Graf. 2 Contributo dell'euro per la stabilità economica degli stati aderenti**



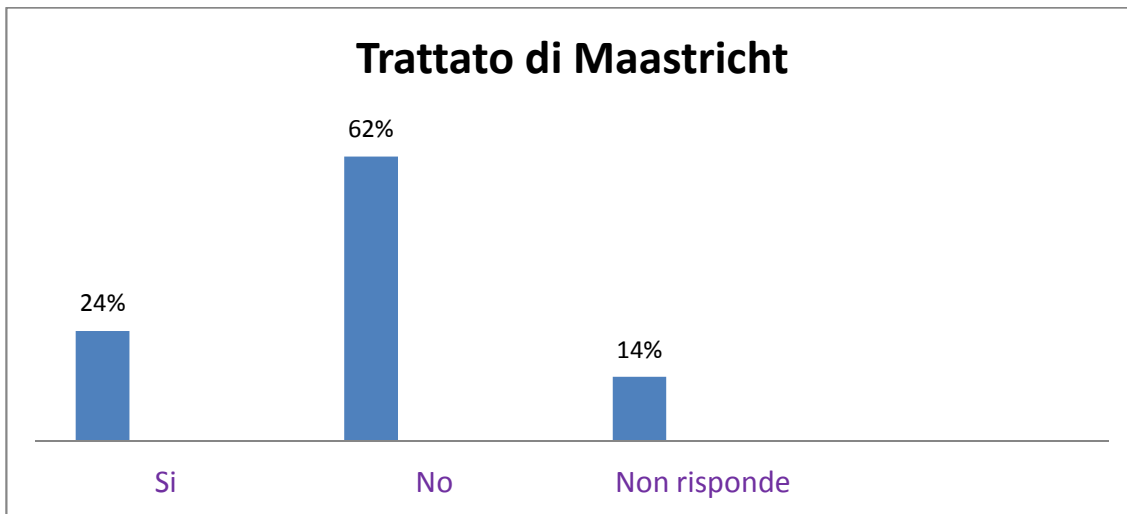
Nel graf.2 abbiamo chiesto agli imprenditori se con l'entrata in vigore dell'euro, la situazione economica abbia avuto dei cambiamenti; il 68% ha risposto che è peggiorata, per il 20% degli imprenditori è rimasta la stessa e infine solo il 5% ha dichiarato che ha avuto dei miglioramenti.

**Graf. 3 Cambiamenti del valore dell'euro nelle contrattazioni, a seguito della crisi economica nel panorama mondiale**



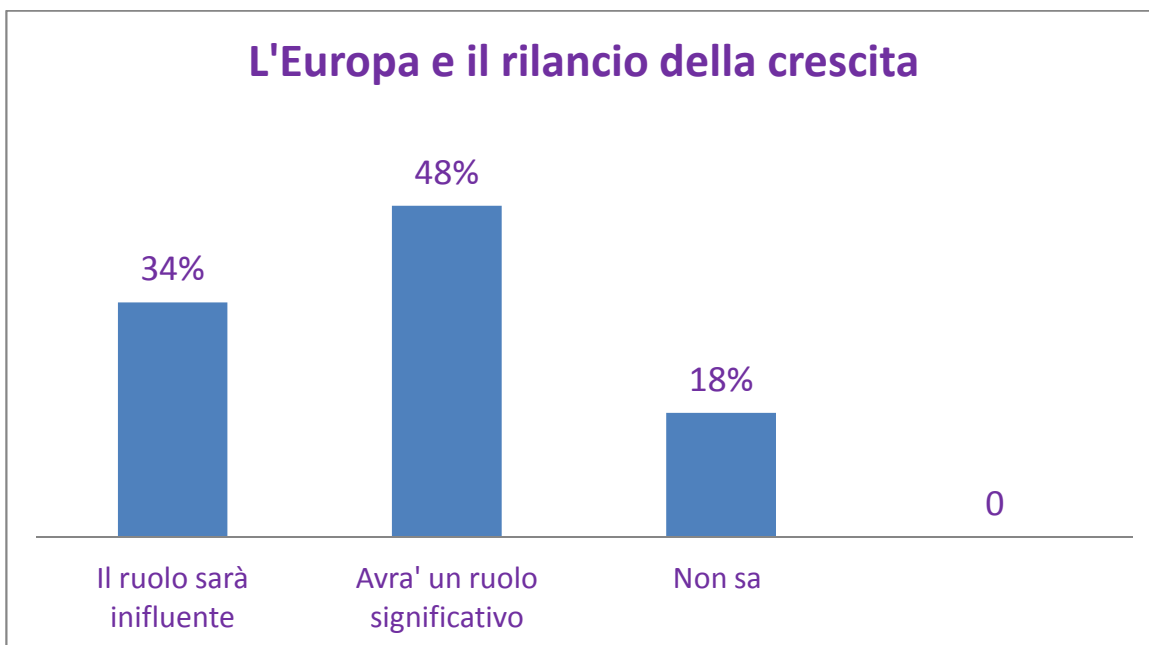
Alla domanda se l'euro è considerata una moneta forte nel panorama mondiale solo il 32% ha risposto positivamente, il 54% crede che l'euro abbia perso valore nei mercati.

**Graf.4 Adeguatezza dei parametri economici del Trattato di Maastricht oggi**



Solo il 24% ritiene adeguati i parametri di Maastricht rispetto alla situazione che si è determinata a causa della crisi economica, gli imprenditori chiedono parametri più realistici e flessibili di quelli della modalità standard, come si vede nel Graf.4.

**Graf.5 Il ruolo dell'Europa per il rilancio della crescita e dello sviluppo nell'economia mondiale**



Nel Graf.5 vi sono le risposte degli imprenditori circa il ruolo dell'Europa per il rilancio della crescita economica, il 48% ha risposto che la Comunità europea potrà svolgere una funzione importante, mentre il 34% non lo crede possibile, considerando un contesto mondiale sempre più complesso, imprevedibile e in rapida trasformazione.



**Graf. 6 La presenza dell'azienda nei mercati esteri**



Nel Graf. 6 vi è indicata la percentuale delle aziende prese in esame, presenti nei mercati esteri, la percentuale è molto bassa (8%); non è molto alta anche la percentuale dell'export nel fatturato delle aziende interpellate (15%), Tab.5.

**Tab.5 Influenza dell'Export sul totale del fatturato dell'azienda (per le aziende che fanno export)**

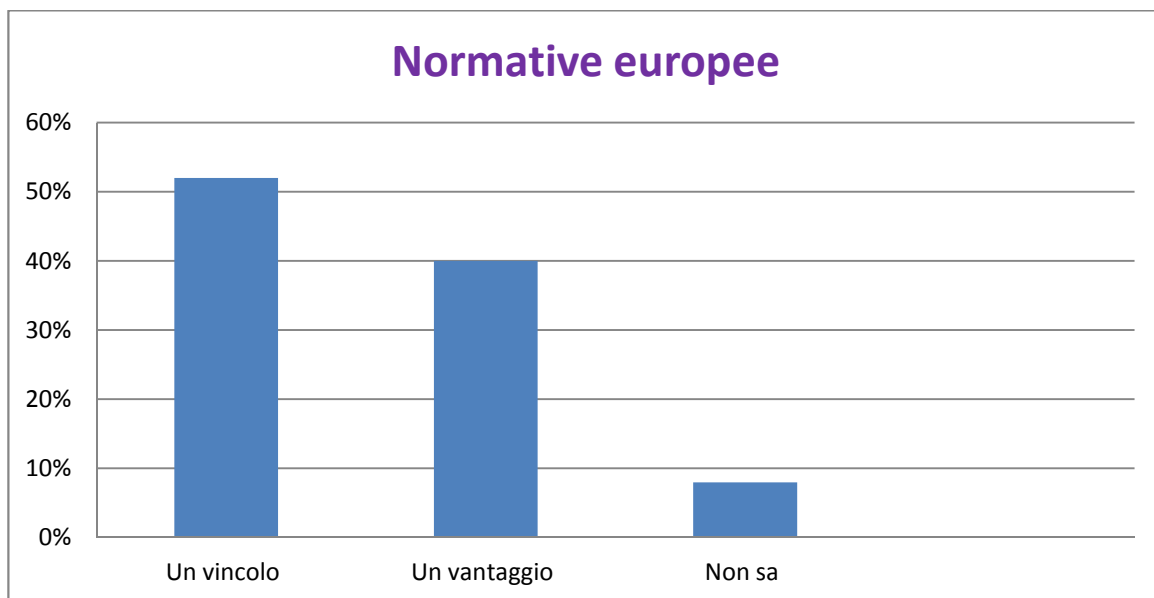
No	85%
SI	15%
Totale	100%

**Graf. 7** Necessità delle imprese di partecipare ad attività formative per conoscere le iniziative europee in campo economico



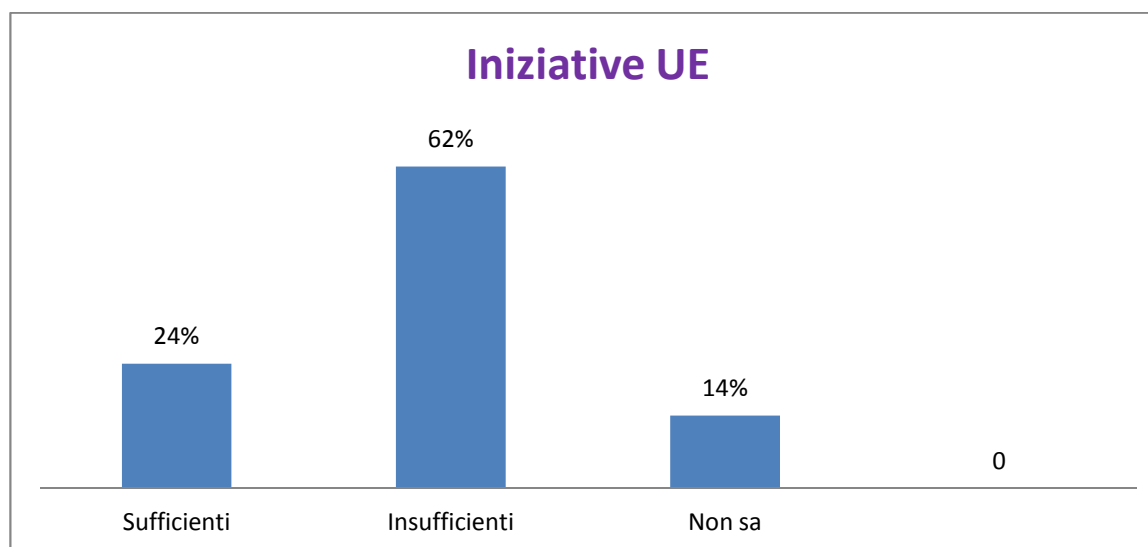
Nel Graf.7 è indicata l'esigenza che le imprese hanno per quanto riguarda la formazione, per conoscere le iniziative europee in campo economico. Il 64% ritiene necessaria per l'attività imprenditoriale, tale formazione.

**Graf.8** Valutazioni sul ruolo delle norme europee



Gli imprenditori (52%) hanno dichiarato che alcune norme europee sono un ostacolo allo sviluppo imprenditoriale e non aiutano ad affrontare la crisi attuale (Graf.12).

## Graf.9 Le iniziative dell'Unione Europea per incentivare l'innovazione e migliorare lo sviluppo delle imprese



Le iniziative in atto della UE non bastano ad aiutare le imprese a fare investimenti per essere al passo coi tempi, per quanto concerne l'innovazione e sostenere le imprese in difficoltà. Le aziende chiedono l'attivazione di nuovi strumenti europei per sostenere l'economia e avviarla verso la crescita.

## Tab.6 Alcuni problemi ricorrenti che riguardano le imprese che fanno export

L'accesso dei prodotti al mercato	64%
Difficoltà nella prestazione di servizi	45%
L'accesso al credito per attività di export	42%
Normative complesse e gravose	41%
La partecipazioni agli appalti pubblici	37%
I rimborsi fiscali o IVA	20%
Difficoltà linguistiche	19%
Scarsa conoscenza dei punti di assistenza e/o informazione	16%
I controlli al momento dell'esportazione	13%
Il potere d'acquisto	12%
Problemi di competitività	10%

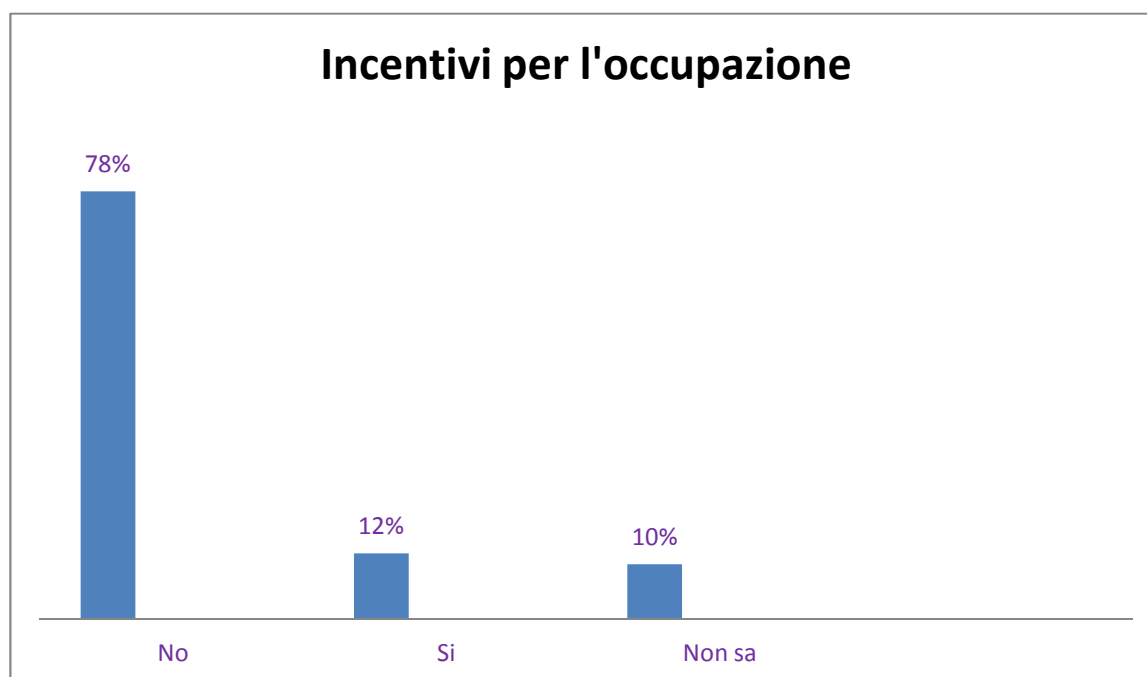
Dai dati della tab. 6 si evince la difficoltà che gli imprenditori hanno ad estendere il proprio giro d'affari oltre i confini nazionali. Uno dei problemi ricorrenti che riguardano le imprese che fanno export è l'accesso ai mercati esteri (64%), il 45% trova difficoltoso l'offerta di servizi, il 42% fatica a trovare i finanziamenti necessari, mentre il 41% considera gli adempimenti burocratici gravosi ed eccessivi.

**Tab. 7 Ambiti dove è necessario una maggiore semplificazione per chi fa export**

L'aspetto burocratico	64%
Conformità, certificazione o omologazione dei prodotti	58%
Modalità delle assunzioni dei dipendenti e/o addetti	43%
Settore fiscale	34%
Valori sociali e ambientali	15%
Versamenti e rimborsi IVA	8%

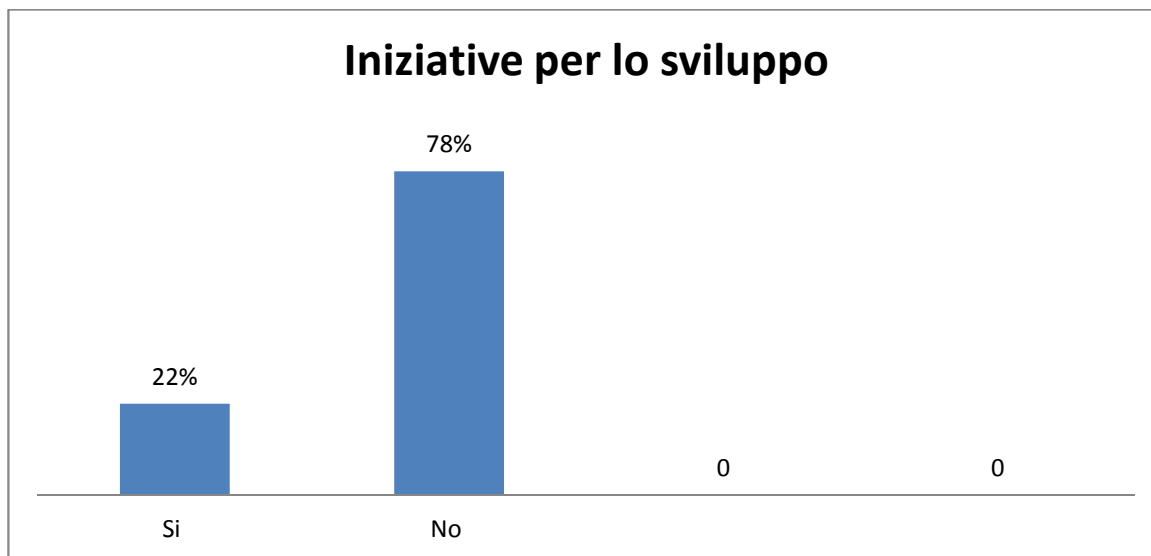
Nella Tab. 7 vi sono indicate le aree che necessitano maggiormente di semplificazione per chi fa export; la burocrazia è considerato l'ostacolo maggiore.

**Graf. 10 Giudizi sugli incentivi all'occupazione da parte dell'Unione Europea**



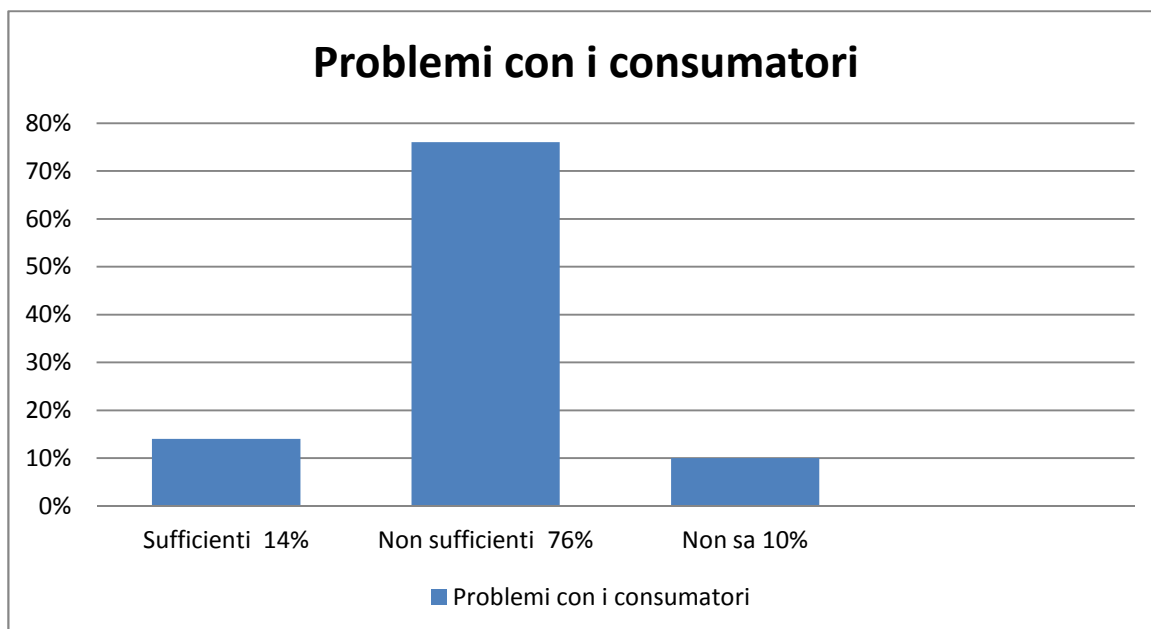
Alla domanda se l'Unione Europea promuove le necessarie iniziative per incentivare l'occupazione, gli imprenditori hanno risposto di no (78%).

**Graf. 11 Iniziative europee per concretizzare progetti di sviluppo per le imprese che fanno esportazione**



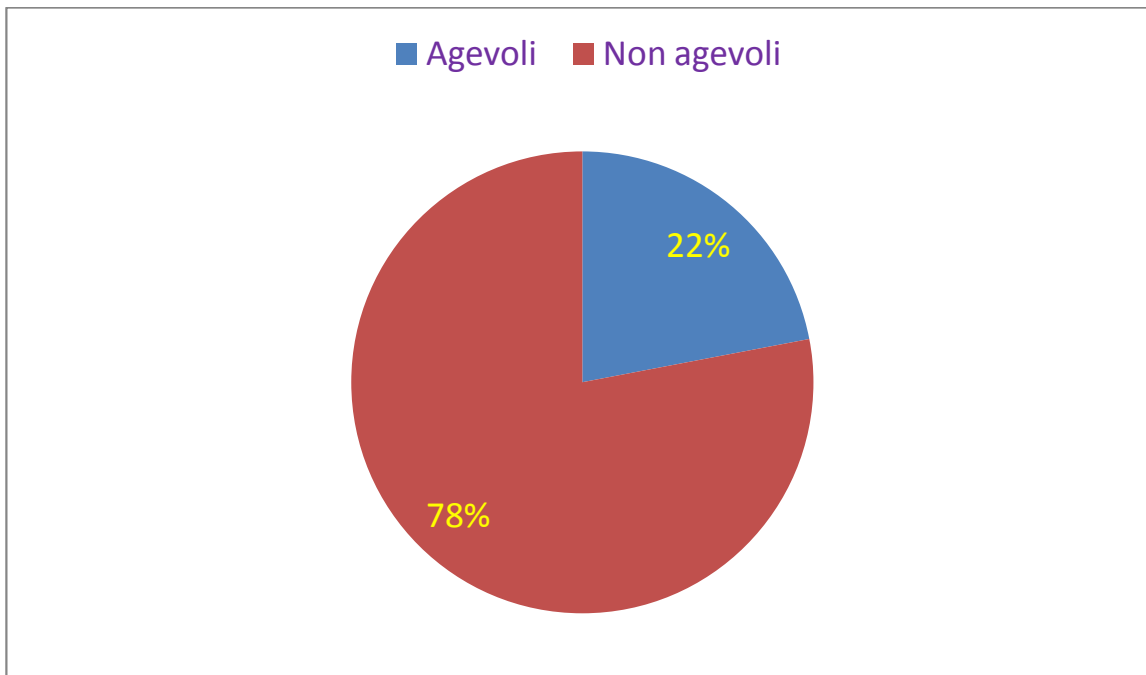
Nel Graf.11 abbiamo indicato le risposte riguardante le iniziative promosse dall'Unione Europea per incentivare la crescita e il 78% ha risposto che l'UE non favorisce abbastanza iniziative per concretizzare progetti di sviluppo delle imprese che fanno esportazione.

**Graf. 12 Agevolazioni da parte dell'Unione Europea per risolvere i problemi tra aziende e consumatori, quando questi ultimi fanno acquisti nei paesi europei, di persona o mediante sistemi di vendita a distanza (soprattutto via Internet)**

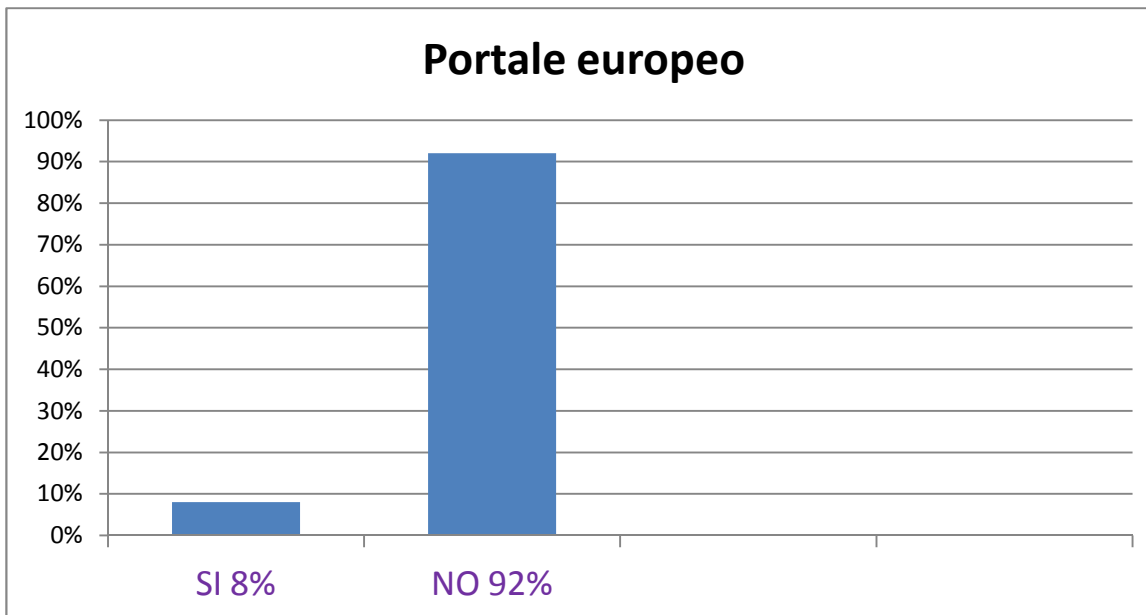


Gli imprenditori sono comunque scettici, anche per quanto riguarda l'aiuto che l'UE potrebbe dare per risolvere i problemi tra aziende e consumatori, quando questi ultimi effettuano acquisti all'estero anche on-line come si può vedere dai risultati del Graf.12, il 76% li ritiene insufficienti.

Graf. 13 Accessibilità alle informazioni riguardanti le attività economiche per le imprese



Graf.14 Conoscenza del Portale europeo per le imprese

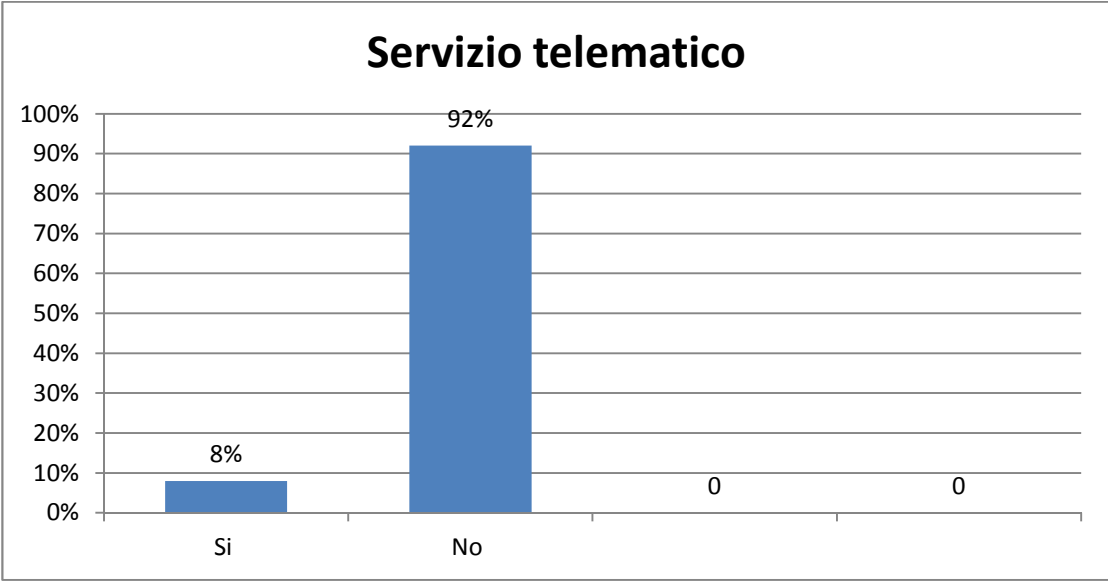


Abbiamo domandato agli imprenditori se è comodo accedere a tutte le informazioni che riguardano le attività imprenditoriali, ma solo una modesta quantità ha dichiarato che è abbastanza facile accedervi (Graf.13). Nel grafico vi sono le risposte alla domanda concernente la conoscenza da parte delle imprese, del Portale europeo, come si può vedere, solo una piccola percentuale (8%) dichiara di conoscerlo. Più o meno le stesse percentuali d'impresse hanno risposto alle domande illustrate nei Grafici 15 e 16.

Graf.15 Conoscenza dell'Associazione delle Camere di commercio I.A.A. europee rappresentanti le Camere di commercio nazionali di tutta Europa



Graf.16 Conoscenza del servizio telematico a disposizione delle imprese della Camera di Commercio I.A.A. concernente l'export



**Tab.8 Conoscenza degli Sportelli Provinciali, che offrono alle imprese l'opportunità di accedere ai servizi per l'internazionalizzazione e l'assistenza alle aziende operanti con l'estero**

SI	42%
NO	58%
Totale	100%

Gli sportelli provinciali della Camera di Commercio non sono abbastanza conosciuti e vengono sottoutilizzati dagli imprenditori. E' più alta la percentuale di imprese che conoscono la documentazione necessaria e le formalità per esportare nei paesi europei (24%) Tab.8 e 9.

**Tab. 9 Conoscenza della documentazione necessaria e le formalità per esportare nei paesi europei**

SI	24%
NO	76%
Totale	100%

**Tab.10 Enti a cui rivolgersi per avere le informazioni utili all'export**

Camera di Commercio I.A.A.	45%
Commercialista	39%
Associazione di categoria	29%
Internet	20%

Nella Tab. 10 abbiamo chiesto alle imprese, dove hanno ricevuto le informazioni necessarie; il 45% si sono rivolti alla Camera di Commercio; il 39% ha interpellato il proprio commercialista, il 29% ha ricevuto le delucidazioni dalle Associazioni di categoria e una buona parte degli esercenti per reperire le informazioni in merito, ha usato internet (20%).



**Tab. 11 Partecipazione ad appalti o gare nei Paesi europei**

SI	4%
NO	96%
Totale	100%

E' molto bassa la percentuale delle aziende che partecipano ad appalti o gare nei Paesi europei, infatti, solo il 4% ha risposto di sì (Tab.11); il 21% invece ha dichiarato di aver partecipato a fiere internazionali (Tab.12).

**Tab. 12 Partecipazione a rassegne fieristiche internazionali**

SI	21%
NO	79%
Totale	100%

**Tab. 13 Accesso alle informazioni di natura commerciale e promozionale riguardante gli eventi internazionali**

Agevole	16%
Non agevole	84%
Totale	100%

**Tab.14 Mezzi usati per accedere alle informazioni di natura commerciale**

Camera di Commercio	48%
Tramite ricerche su Internet	42%
Associazioni di categoria	27%
News ricevute tramite siti specializzati	22%
Notiziari specializzati del settore	12%

Alla domanda se si accede facilmente alle informazioni di natura commerciale e promozionale per quanto riguarda gli eventi internazionali, il 16% ha risposto di sì e il 48% di queste, ha dichiarato di ricevere le notizie tramite la Camera di Commercio e il 42% tramite internet (Tab.14).

**Tab. 15 Disponibilità a partecipare ad iniziative al fine di promuovere incontri con altre aziende locali, per uno scambio di notizie relative a fiere e missioni all'estero e/o ad altre azioni in materia di internazionalizzazione**

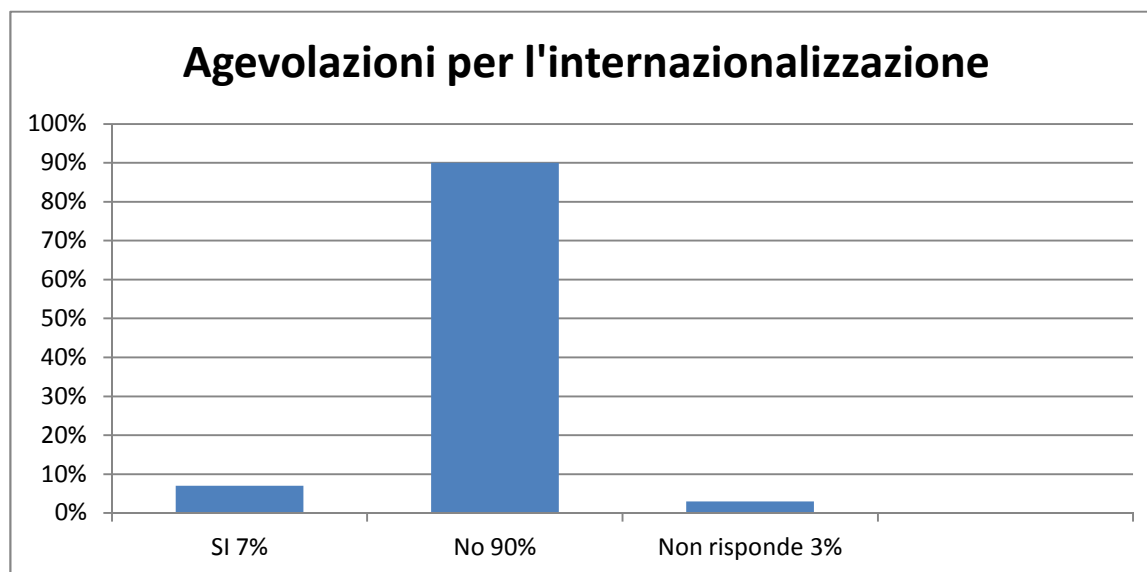
Si	28%
No	72%
Totale	100%

Gli imprenditori esaminati hanno dichiarato la loro disponibilità a partecipare a iniziative, al fine di promuovere incontri con altre aziende locali per uno scambio di notizie, concernenti fiere e missioni all'estero e alle novità in materia d'internazionalizzazione, il 28% si è dimostrato disponibile (Tab.15).

**Tab. 16** Conoscenza delle agevolazioni che incentivano l'internazionalizzazione

Si	13%
No	87%
Totale	100%

**Graf. 17** Uso delle agevolazioni



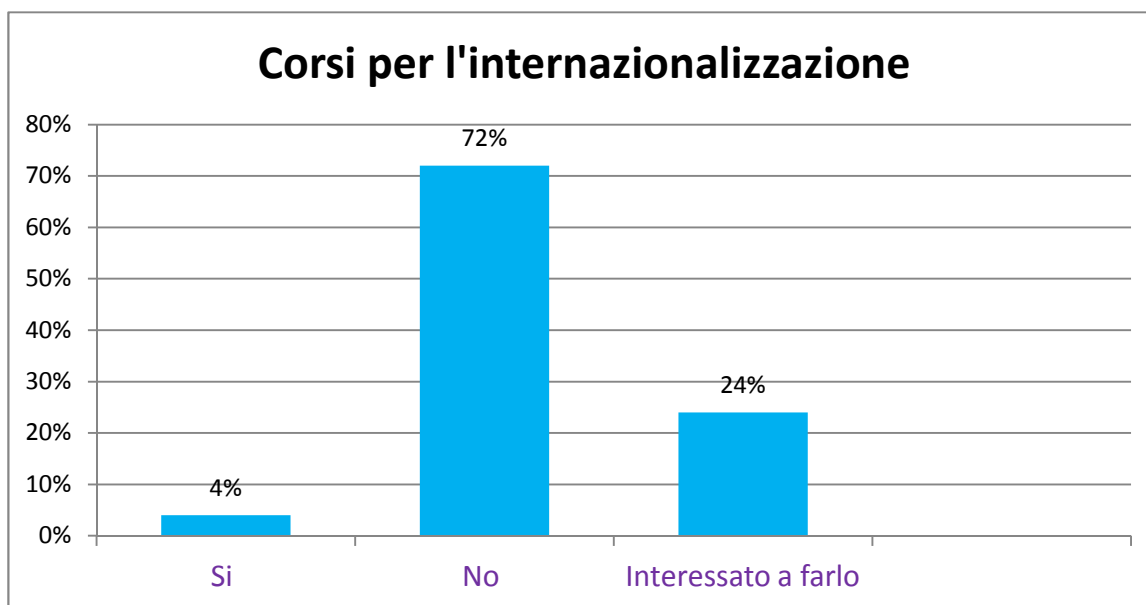
Sono poco utilizzate le agevolazioni a favore di progetti di penetrazione commerciale sui mercati esteri e per avere accesso a economie con prospettive di crescita, infatti, solo il 7% delle imprese consultate, li usa.

**Tab. 17** Agevolazioni finanziarie usate

Provinciali	42%
Regionali	40%
Nazionali	10%
Europee	6%
Totale	100%

Per quanto riguarda le agevolazioni a disposizione delle imprese che favoriscono l'internazionalizzazione, il 13% ha dichiarato di conoscerle (Tab.15) e alla domanda se ne hanno usufruito, hanno risposto di sì solo il 7% come si può vedere nel Graf.23; fra queste imprese il 64% ha usufruito dei finanziamenti messi a disposizione dalla Camera di Commercio (Tab.16).

**Graf. 18 Partecipazione a corsi specifici per avviare attività di internazionalizzazione**



Nel Graf.18 si possono vedere le risposte riguardanti la partecipazione a corsi specifici per avviare una attività di internazionalizzazione, il 4% ha dichiarato di avervi partecipato e il 24% è interessato a parteciparvi.

**Tab. 18 Contributo dato dall'Europa per la crescita economica, culturale, politica, sociale degli Stati membri**

No	56%
Si	34%
Non sa	10%
Totale	100%

Alle imprese campione abbiamo chiesto se credono che l'unità politica dell'Europa favorisca in maniera adeguata i settori strategici per l'economia, la maggioranza ha dichiarato improbabile tale eventualità. Le imprese chiedono la necessità di adottare politiche volte a promuovere nuove strategie di sviluppo, pertanto le misure adottate finora non sono ritenute adeguate al momento in cui stiamo vivendo.

**Tab.19 Incidenza dell'Europa nel rafforzamento del potenziale di crescita e nel sostegno dell' imprenditorialità e il miglioramento all'accesso ai mercati**

No	82%
Non sa	10%
Si	8%
Totale	100%

Alla domanda se l'Europa promuove abbastanza programmi e finanziamenti per sostenere l'imprenditorialità, e il miglioramento all'accesso ai mercati per rafforzare il loro potenziale di crescita, solo l'8% ha risposto di sì.

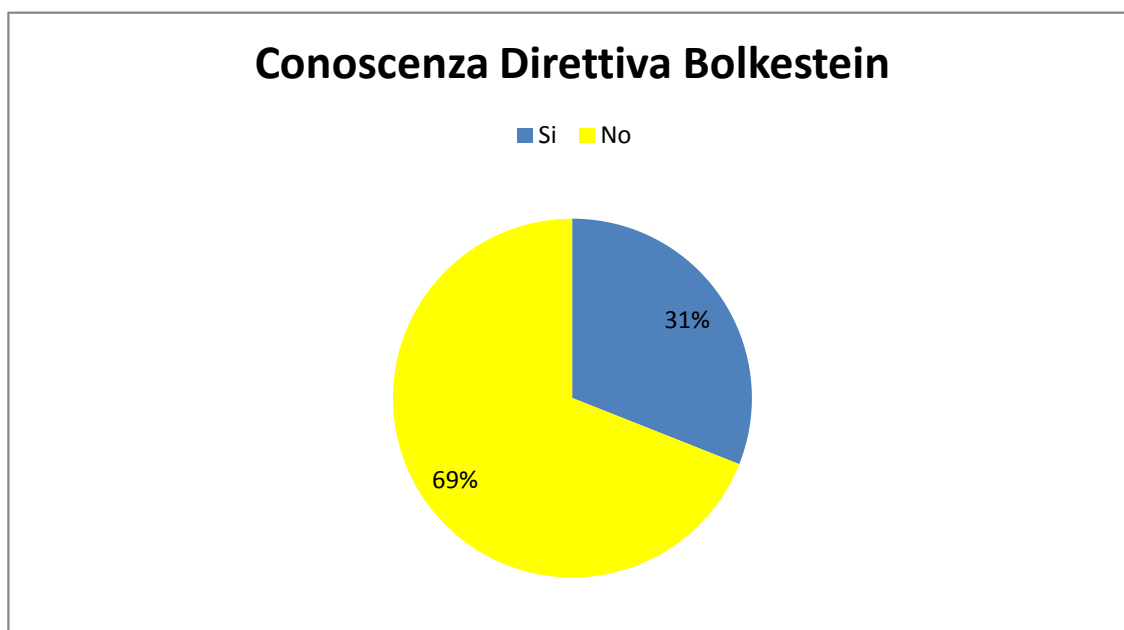
L'Europa risente degli effetti della grave crisi economica, gli imprenditori attendono nuove risposte per poter far fronte alle sfide attuali e future e riavere il giusto contesto imprenditoriale. Chi fa impresa si trova a dover operare in contesti difficili, l'Europa pertanto deve procedere a un cambiamento di grande portata. Di conseguenza i rapporti con l'Europa non sono ritenuti un fattore di prosperità per gli imprenditori, infatti, una notevole quota di aziende considera irrilevante tale rapporto.

**Tab.20 Motivazioni di chi non crede al ruolo dell'Europa, per il miglioramento delle condizioni economiche produttive**

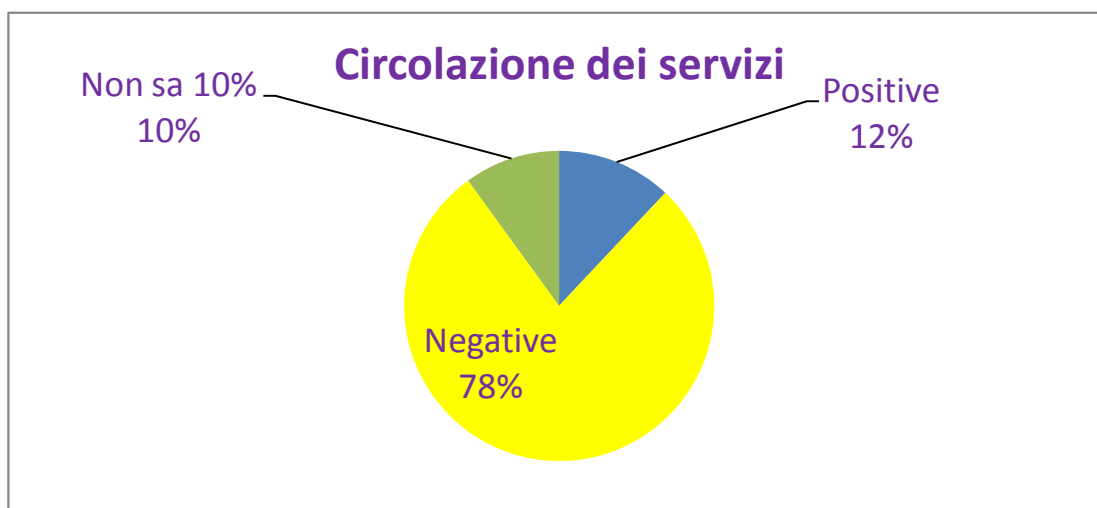
Troppi vincoli normativi	68%
Troppa burocrazia	52%
Troppa rigidità nell'applicazione delle direttive	40%
Troppe culture e lingue diverse	28%
Troppi divari territoriali	25%
Non vi è unità europea	20%
Sono poco conosciute le iniziative europee	15%
Manca la solidarietà tra i paesi aderenti	10%
Eccessive le spese per gli eventuali adeguamenti	9%

Le imprese chiedono all'Europa idee e proposte che possano venire in aiuto al tessuto economico e produttivo imprenditoriale, il 68% considera eccessivi i vincoli normativi, il 52% ritiene la burocrazia un impedimento allo sviluppo.

**Graf. 19 Direttiva Bolkestein**



**Graf. 20 Considerazioni sulle regole della direttiva Bolkestein**

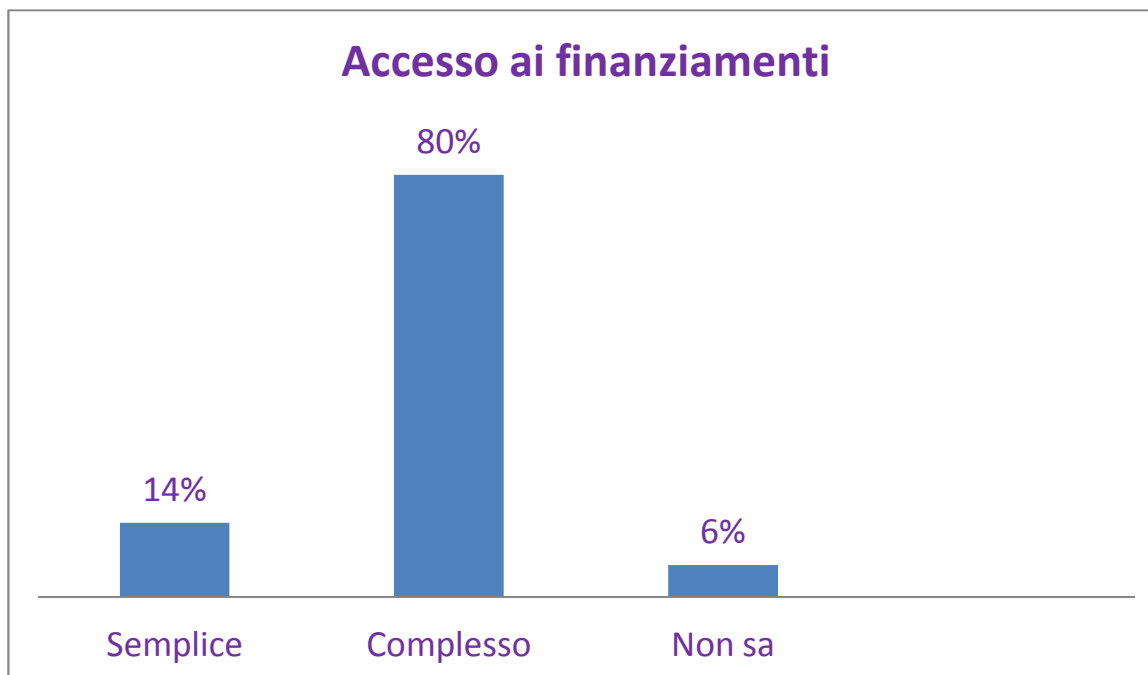


La direttiva avrà come obiettivo di facilitare la circolazione di servizi all'interno dell'Unione Europea, ma tale norma pone troppi vincoli (Graf.20); il 78% ha risposto di no, ma alla domanda se la direttiva Bolkestein semplificherà davvero le procedure amministrative e se riuscirà ad eliminare l'eccesso di burocrazia, il 38% ha risposto che non riuscirà nell'intento, nonostante il dettame di semplificazione della norma(Tab.21).

**Tab. 21 Pareri sull'efficacia della direttiva Bolkestein**

E' un vincolo	38%
E' un vantaggio	28%
Può essere un fatto positivo, ma saranno necessarie delle regole più semplici	16%
Non sa	18%
Totale	100%

**Graf.21** Considerazioni relative all'accesso ai finanziamenti europei



I procedimenti per accedere ai finanziamenti messi a disposizione dalla Comunità europea sono ritenuti troppo complessi, e i procedimenti rendono i finanziamenti inaccessibili per le imprese, come si rileva leggendo i dati del Graf.21.

**Tab.22** Liberalizzazione transito merci nei Paesi europei

E' un vantaggio	54%
E' un ostacolo	39%
Non sa	32%

L'UE ha rimosso gli ostacoli alle importazioni e alle esportazioni prima esistenti e le imprese possono ora liberamente trasportare e vendere merci dovunque nell'UE; il 54% delle imprese ritiene questo fatto un vantaggio, perché vi è un quadro comune per la commercializzazione dei prodotti, mentre il 39% lo considera svantaggioso (Tab.22).



### Tab. 23 Svantaggi riguardanti la liberalizzazione degli scambi commerciali

E' aumentata la concorrenza	74%
I prezzi devono essere maggiormente competitivi	56%
I prodotti e/o servizi a disposizione degli utenti perdono le caratteristiche peculiari	40%

Nella Tab.23 si possono vedere le risposte di chi considera questa normativa un'ostacolo ; il 74% ha risposto che in questo modo è aumentata la concorrenza. Nella Tab. 24 vi sono elencati i vantaggi.

### Tab. 24 Vantaggi riguardanti la liberalizzazione degli scambi commerciali

Si potrà avere un quadro comune per la commercializzazione dei prodotti	30%
Vi potrà essere la piena applicazione del riconoscimento reciproco fra i Paesi membri	26%
Vi sarà una maggiore facilitazione nell'ottenimento della marcatura CE	15%

**Tab. 25 Giudizi circa l'influenza delle normative imposte dalla UE**

Ha reso più complessi gli iter	64%
Non ha favorito sufficientemente lo sviluppo economico	51%
Ha modernizzato le procedure rendendole più agevoli	28%
Non sa	23%

Nella Tab.25, il 64% degli imprenditori intervistati, hanno dichiarato che l'Europa ha reso più complesso alcune procedure. Nella Tab. 26 abbiamo elencato alcune riflessioni, circa i cambiamenti avvenuti. Dalle dichiarazioni emerge che il lavoro da fare è ancora tanto, poiché il mercato unico deve ancora valorizzare il suo potenziale economico di sviluppo e adeguarsi alle nuove realtà, riposizionandosi per rispondere alle nuove sfide e produrre più crescita e posti di lavoro.

**Tab.26 Considerazione sui cambiamenti**

Vi sono norme più rigide nella sorveglianza dei mercati	66%
Vi è una più rigorosa applicazione della legislazione sul mercato interno dei Paesi membri	56%
Vi sono norme comuni per la commercializzazione dei prodotti e dei servizi per tutti	34%
Ha reso obbligatorie norme per la commercializzazione dei prodotti e dei servizi indistintamente in tutti i paesi membri, senza considerare le differenze di ognuno	33%
Ha impedito lo sviluppo economico in alcuni Paesi	30%
Ha reso più severi gli standard energetici	24%
E' aumentata la credibilità della marcatura CE	20%
Ha reso maggiormente difficoltoso l'ottenimento della marcatura CE	14%

**Tab. 27 Giudizi sull'eventuale allargamento monetario ad altri Paesi membri**

Contrari	50%
Favorevoli	34%
Non sa	16%
Totale	100%

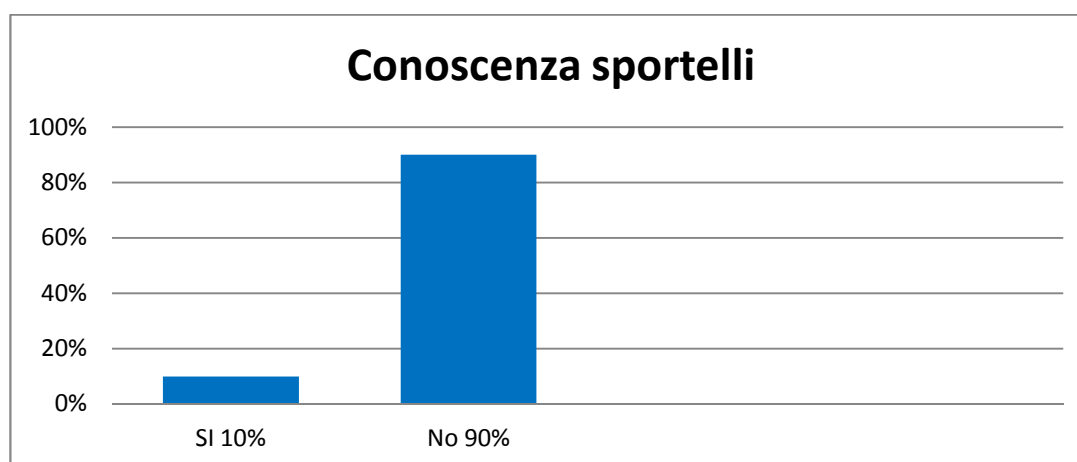
Le imprese si sono mostrate contrari a un eventuale allargamento monetario a tutti i paesi membri (50%), come si può vedere nella Tab.27.

**Tab. 28 Considerazioni riguardo Marchio CE per chi fa export**

Garantisce gli standard di qualità riconosciuti dalla Comunità Europea	46%
Permette di commercializzare il prodotto nei Paesi aderenti	35%
Garantisce la conformità ai requisiti UE	33%
Garantisce la sicurezza di un prodotto	19%

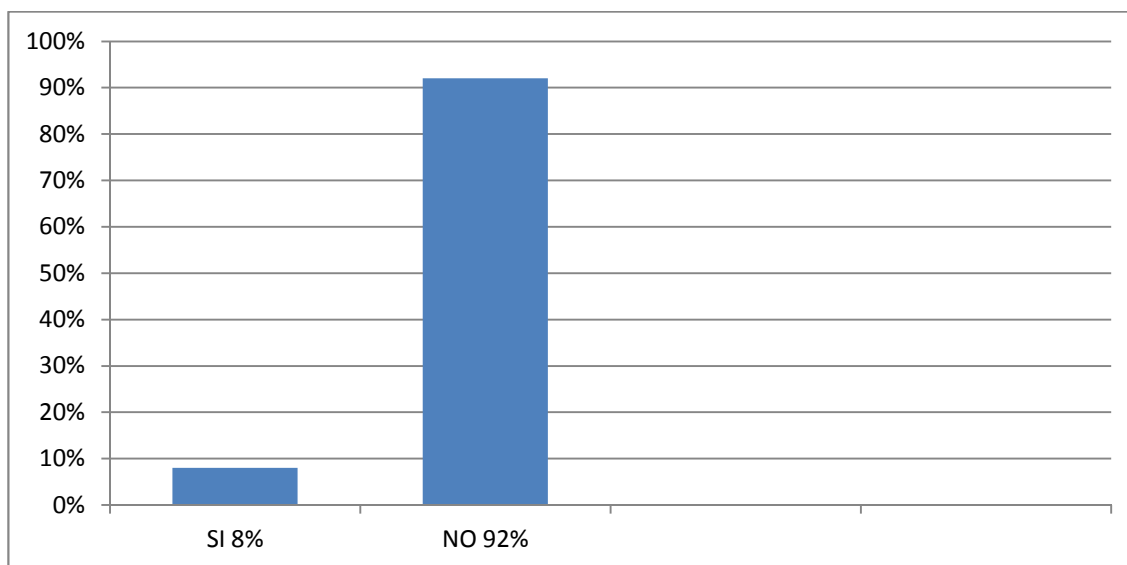
Nella Tab. 28 vi sono elencati alcune riflessioni concernenti l'importanza dell'ottenimento del Marchio CE per le attività imprenditoriali, per avere una ulteriore garanzia sulla sicurezza del prodotto. Il marchio impegna gli importatori a rispettare determinati obblighi prescritti dalla normativa europea.

**Graf. 22 Conoscenza della rete degli Sportelli Provinciali per l'Internazionalizzazione della Toscana**

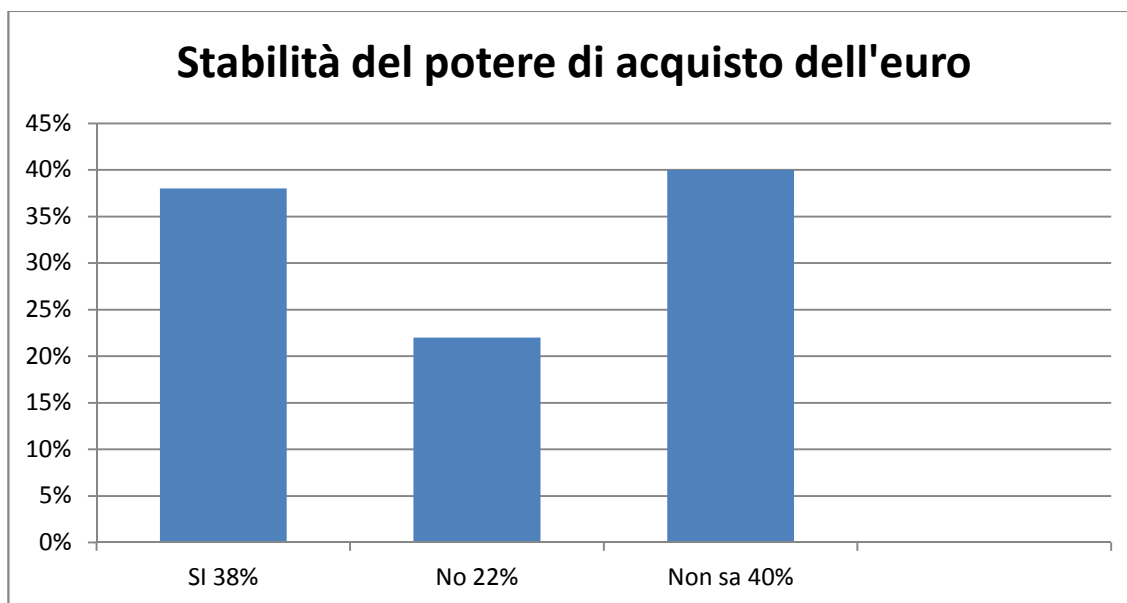


L'attività svolta da Toscana Promozione, la rete degli Sportelli Provinciali per l'Internazionalizzazione non è molto conosciuta, infatti, solo il 10% ha risposto di essere a conoscenza dei servizi e solo l'8% ne ha tratto beneficio (Graf.22-23).

**Graf. 23 Utilizzo delle agevolazioni di Toscana Promozione**



**Graf. 24 Variazioni del potere di acquisto dell'euro a causa della crisi economica**



La bassa produttività e l'aumento della pressione fiscale hanno modificato il potere d'acquisto dell'euro. Alla domanda se la Banca Centrale europea, riuscirà a mantenere stabile il potere di acquisto della moneta unica, il 40% ha dichiarato di non saper dare un parere, il 38% pensa di sì come si vede dai risultati del Graf.24.

Tab.29 Pareri su un'eventuale uscita dall' euro da parte dell'Italia

Favorevoli	42%
Contrari	40%
Non sa	18%
Totale	100%

Il 42% degli imprenditori presi in esame, si è mostrato favorevole per l' uscita futura dall'euro, ma un'alta percentuale si è dichiarato contrario a questa soluzione.





## MODULO 2

### Il rapporto impresa-territorio

Il rapporto impresa-territorio si snoda in un tessuto socio-economico articolato in una varietà di strutture, da cui si sviluppano le dinamiche imprenditoriali delle imprese e delle varie organizzazioni, che operano a vari livelli e con diversi ruoli e finalità. L'approfondimento proposto conduce ad una visione del territorio che consente di individuare come componenti contestuali, la storia e la vocazione imprenditoriale per ampliare nuovi scenari economici, e coglierne i cambiamenti più significativi. Dall'approfondimento si possono trarre indicazioni sulle aree che necessitano di riorganizzazioni operative e di nuove risorse, in maniera da incentivare le imprese a rispondere meglio alle esigenze dei cittadini.

Le rappresentazioni grafiche permettono di evidenziare i contesti particolarmente critici per le attività imprenditoriali che misurano aspetti collegati alla qualità del territorio, molti servizi sono lontani rispetto alle dotazioni di altre province. La globalizzazione dei mercati ha posto le imprese di fronte alla necessità, ma anche all'opportunità, di ampliare i propri orizzonti e di assumere dimensioni globali, questo non sminuisce, ma amplifica, la rilevanza del territorio locale, ovvero di quell'insieme di fattori che concorrono a determinare il grado di competitività delle imprese. Il sistema di infrastrutture, il rapporto con i fornitori locali, l'apparato burocratico - amministrativo, i rapporti con istituzioni bancarie, sono tutti elementi che influiscono sulla capacità delle imprese di competere con profitto sui vari mercati. E' molto importante il contributo delle attività imprenditoriali lo sviluppo economico locale. Il territorio si contraddistingue per le risorse che possiede, le bellezze artistiche che lo costellano e le attività economiche che lo animano ed è essenziale il rapporto del territorio con i vari processi produttivi.

## CONTESTI ESAMINATI

Viabilità e collegamenti viari
Manutenzione strade e luoghi pubblici
Accesso ai parcheggi
Qualità della sicurezza
Raccolta rifiuti
Condizioni ambientali
Decoro urbano
Attività attrattive
Promozione del territorio
Qualità servizi d'informazioni
Qualità reti di comunicazioni tecnologie
Opportunità di espansione dell'azienda
Occasioni lavorative
Presenza strutture ricettive
Qualità strutture ricettive
Grado d'infrastrutturazione
Offerta aree produttive

**Valore rilevanza da 1 a 10.**



**Tab. 1 Giudizi riguardanti le iniziative di sviluppo del territorio**

	Lunigiana	Comuni di costa
Più che sufficienti	16%	32%
Sufficienti	41%	40%
Meno che sufficienti	43%	28%
Totale	100%	100%

• **Rilevanza 9,5**

Le valutazioni raccolte indicano che le azioni di strategia e marketing che mirano a promuovere il territorio erogati finora, non sono sufficienti a far conoscere le potenzialità della nostra zona; soprattutto in Lunigiana, l'apporto dato nell'erogazione dei servizi promozionali non bastano a valorizzare adeguatamente il territorio.

**Tab. 2 Qualità dei servizi di informazioni riguardanti gli eventi promozionali organizzati nel territorio**

	Lunigiana	Comuni di costa
Bassa	45%	30%
Alta	3%	9%
Media	42%	52%
Non sa	10%	9%
Totale	100%	100%

• **Rilevanza 9,0**

Valutando le risposte fornite circa i servizi informativi riguardanti le opportunità della nostra provincia, la qualità risulta essere mediamente alta, anche se gli imprenditori chiedono che siano attivati strumenti che portano a un miglioramento di queste attività, ritenute molto importanti per il loro lavoro.

**Tab.3 Attività attrattive presenti**

	Lunigiana	Comuni di costa
Più che sufficienti	23%	33%
Sufficienti	47%	50%
Meno che sufficienti	30%	17%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 10**

Le attività che possono attrarre un maggior flusso di persone nella nostra zona, sono ritenute insufficiente dalla maggioranza delle imprese prese a campione.

**Tab. 4 Qualità reti di comunicazioni tecnologiche**

	Lunigiana	Comuni di costa
Bassa	54%	26%
Alta	12%	29%
Media	34%	39%
Da potenziare	65%	47%

- **Rilevanza 9,0**

Nell'ambito delle attività imprenditoriali assumono una certa rilevanza, gli strumenti tecnologici, infatti, il funzionamento delle reti telematiche oggi riveste un ruolo essenziale per le aziende di qualsiasi settore. Gli imprenditori che sono stati interpellati, segnalano disfunzioni nell'erogazione dei servizi che riguardano le strutture informatiche, poiché spesso non permettono una funzionalità ottimale, per cui l'andamento complessivo è giudicato piuttosto negativamente.

**Tab.5 Qualità dei servizi on-line messi a disposizione dagli Enti pubblici**

	Lunigiana	Comuni di costa
Bassa	37%	15%
Alta	16%	32%
Media	41%	50%
Non sa	6%	3%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 8,0**

I servizi online possono migliorare notevolmente lo svolgimento delle pratiche burocratiche, ma le modalità operative, spesso sono complesse e gli ostacoli da superare per svolgere questi procedimenti sono ancora molti. Fra gli esercenti vi è ancora poca dimestichezza nell'utilizzare le opportunità di accedere alla documentazione on-line, nonostante si attribuisca una notevole importanza a questi servizi. Tuttavia questi aspetti sono ancora da potenziare.

**Tab.6 Giudizi sulle prassi per portare a compimento le pratiche più usuali svolte dagli enti pubblici (Comuni,Camera di Commercio,Provincia)**

	Lunigiana	Comuni di costa
Più che sufficienti	28%	50%
Sufficienti	39%	30%
Meno che sufficienti	33%	20%

- **Rilevanza 7,5**

Gli ostacoli che si frappongono al buon andamento dell'imprenditorialità sono tanti, fra questi c'è sicuramente la burocrazia. Spesso i servizi erogati dagli enti pubblici non sono corrispondono alle esigenze di chi fa impresa. In tal senso le aziende chiedono un maggior sostegno da parte degli enti istituzionali, per avere una migliore risposta alle loro esigenze, pertanto è necessario un ulteriore sforzo da parte di tali strutture, per meglio rispondere a queste necessità.

**Tab. 7 Livello di soddisfazione per le informazioni ricevute dagli enti**

	Lunigiana	Comuni di costa
Basso	39%	27%
Alto	12%	22%
Sufficiente	52%	65%
Non risponde	4%	3%

- **Rilevanza 7,5**

Il grado di soddisfazione che riscuotono i servizi d'informazione, dati dagli sportelli degli uffici pubblici non sono molto alti, tuttavia la maggioranza giudica sufficienti la completezza delle informazioni fornite dagli uffici istituzionali, sia in Lunigiana sia nei comuni di costa.

**Tab.8 Servizi di ricerca del personale**

	Lunigiana	Comuni di costa
Abbastanza adeguati	64%	45%
Molto adeguati	7%	17%
Non adeguati	29%	38%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 6,5**

La rappresentazione grafica permette di evidenziare che i servizi per cercare la manodopera necessaria alle imprese, corrispondono all'occorrenza.

**Tab.9 Valutazioni riguardanti i servizi informativi e di assistenza per il reperimento di risorse finanziarie a sostegno delle attività di impresa**

	Lunigiana	Comuni di costa
Giudizio negativo	59%	46%
Giudizio sufficiente	29%	32%
Giudizio positivo	12%	22%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 9,0**

L'accesso ai finanziamenti, rimane l'ostacolo principale per gli imprenditori che difficilmente riescono ad ottenere i capitali di cui hanno bisogno, per cui sono rilevanti i servizi che possono essere di supporto alle attività imprenditoriali; quelli esistenti nel territorio non riscuotono giudizi molto soddisfacenti.

**Tab. 10 Giudizi sulle attività di formazione presenti**

	Lunigiana	Comuni di costa
Basso	5%	3%
Alto	38%	43%
Sufficiente	54%	51%
Non risponde	3%	3%

- **Rilevanza 8,0**

Gli strumenti formativi a disposizione delle aziende conseguono un consenso abbastanza alto, infatti, la maggioranza dei giudizi è positiva. A seguito dei cambiamenti repentini degli adempimenti normativi, gli imprenditori hanno sempre di più bisogno di supporti formativi e informativi per svolgere bene il loro lavoro.

**Tab. 11 Funzionamento degli sportelli per il rilascio delle autorizzazioni e dello svolgimento di tutte le procedure necessarie per l'esercizio di qualsiasi attività produttiva di beni e servizi**

	Lunigiana	Comuni di costa
Scarso	44%	22%
Sufficiente	42%	48%
Buono	8%	27%
Non funzionante	6%	3%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 7,5**

Gli sportelli unici sono considerati poco più che centri di “smistamento” dei vari uffici, difatti, il giudizio sull'inadeguatezza delle informazioni fornite da questi sportelli, mostra che questi ambiti necessitano di un miglioramento.

**Tab.12 Convenienza di fare investimenti in attività imprenditoriali nel territorio**

	Lunigiana	Comuni di costa
Scarse	72%	47%
Buone	24%	39%
Ottime	4%	14%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 7,0**

Una quota abbastanza rilevante d'impresе (72% in Lunigiana e 47% nei Comuni di costa) non ritiene opportuno investire nella nostra zona, poiché le politiche economiche, le specificità territoriali e l'organizzazione infrastrutturale raggiunta non esercitano sufficiente attrazione per fare investimenti.

Tab. 13 Occasioni lavorative nel territorio

	Lunigiana	Comuni di costa
Scarse	67%	53%
Buone	23%	32%
Ottime	10%	15%

- **Rilevanza 9,0**

Dall'approfondimento emergono indicazioni concernenti la scarsità delle opportunità lavorative offerte dalla nostra zona. Le valutazioni raccolte inducono a pensare che le possibilità di lavoro che si possono trovare nella provincia non soddisfano i bisogni reali delle persone.

Tab. 14 Offerte ricettive

	Lunigiana	Comuni di costa
Sufficienti	50%	59%
Abbondanti	41%	34%
Scarse	9%	7%

- **Rilevanza 8,5**

Per quanto riguarda la presenza di attività di accoglienza, il campione ha espresso una valutazione buona; anche il giudizio riguardante la qualità delle imprese di questo settore risulta essere apprezzabile, di fatto, prevalgono chi indica queste strutture più che sufficienti. Questi assumono un aspetto significativo, qualificante e caratterizzante per la nostra zona che presenta una buona capacità recettiva, anche se gli incrementi sono resi più difficili dalla crisi economica incombente.

Tab.15 Qualità strutture ricettive

	Lunigiana	Comuni di costa
Buona	43%	44%
Discreta	39%	41%
Scarsa	10%	6%
Ottima	8%	9%

- **Rilevanza 8,5**

Tab.16 Qualità infrastrutture esistenti

	Lunigiana	Comuni di costa
Buone	11%	27%
Discrete	44%	30%
Scarse	37%	33%
Ottime	8%	10%

- **Rilevanza 8,0**

I giudizi espressi si dividono in modo abbastanza uniforme, con una prevalenza di valutazioni discrete per quanto riguarda il grado d'infrastrutturazione del territorio. Le tendenze emerse mettono in luce aree di criticità che si evidenziano maggiormente nel confronto con le regioni limitrofe.



**Tab. 17 Potenzialità delle aree produttive**

	Lunigiana	Comuni di costa
Sufficienti	36%	47%
Scarse	54%	39%
Buone	10%	14%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 7,5**

L'offerta insediativa non è molto abbondante a seguito della scarsità di poli d'insediamento adeguati. Le osservazioni rilevate mostrano aspetti d'insoddisfazione in tal senso.

**Tab.18 Giudizi sulle funzionalità delle attività di logistica e di trasporto a supporto delle aziende**

	Lunigiana	Comuni di costa
Scarse	52%	34%
Sufficienti	19%	30%
Buone	9%	16%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 9,0**

I bisogni aziendali delle imprese sono molteplici, pertanto diventa indicativo il problema della logistica, per cui questi servizi assumono una certa rilevanza per le attività imprenditoriali.

Il buon funzionamento di chi offre questo tipo di servizi, dipende anche dall'integrazione con altri aspetti di gestione della mobilità, come l'assetto della viabilità, la manutenzione delle strade, la vigilanza del traffico, il funzionamento dei parcheggi, l'organizzazione della rete viaria. In questo senso esistono parecchie problematiche.

**Tab. 19 Tempi di percorrenza nel raggiungimento delle località limitrofe**

	Lunigiana	Comuni di costa
Troppo elevati	72%	54%
Poco elevati	19%	30%
Abbastanza elevati	9%	16%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 8,0**

Nella provincia la praticabilità del transito per le strade non è delle migliori; per le aziende non è particolarmente agevole, ricevere o inviare merce poiché i tempi di percorrenza sono considerati troppo lunghi. La punta più critica è più evidente in Lunigiana, come si può vedere dalla Tab.19. I giudizi raccolti tendono a evidenziare specifiche aree di disagio, fra questi vanno considerati i tempi di percorrenza necessari per raggiungere le località limitrofe e gli accessi autostradali. Le opinioni raccolte rivelano che il transito è spesso ostacolato dall'intensità del traffico soprattutto per i comuni di costa; in Lunigiana la mobilità è più difficoltosa a seguito del cattivo stato delle strade, così per gli imprenditori lunigianesi è più disagiata spostarsi per ragioni di lavoro. Per gli esercenti questi disagi sono ritenuti abbastanza rilevanti.

**Tab.20 Difficoltà a raggiungere i caselli autostradali**

	Lunigiana	Comuni di costa
Scarse	27%	22%
Non sa	12%	10%
Molte	35%	33%

- **Rilevanza 7,5**

**Tab. 21 Capacità del tessuto imprenditoriale di assorbire la manodopera locale**

	Lunigiana	Comuni di costa
Più che sufficiente	25%	23%
Sufficiente	26%	22%
Meno che sufficiente	49%	57%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 9,0**

Esaminando i dati rilevati per l'approfondimento, si deduce che il territorio provinciale, al momento non è in grado di assorbire nuova manovalanza. Le aziende prese in esame, sono impossibilitate ad assumere personale, a seguito della grave crisi economica che sta imperversando, ma anche per la carenza di iniziative attuate per fronteggiare la recessione.

**Tab.22 Costi degli oneri burocratici, tasse e tributi locali**

	Lunigiana	Comuni di costa
Aumentati	81%	78%
Rimasti stabili	17%	19%
Diminuiti	2%	3%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 9,0**

Le imprese si trovano spesso a dover affrontare elevati costi di gestione, difatti, gli oneri che le imprese devono pagare per l'ordinario svolgimento della loro attività incidono sempre di più nel bilancio delle aziende e sono percepiti come un peso finanziario che diventa sempre più insostenibile. Per la maggioranza di chi ha risposto ai quesiti, questi disagi sono aumentati.

**Tab.23 Presenza di aree parcheggi**

	Lunigiana	Comuni di costa
Più che sufficiente	9%	7%
Sufficiente	34%	28%
Meno che sufficiente	57%	65%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 8,0**

La presenza di posti auto situati in prossimità delle attività imprenditoriali sono un valore aggiunto importante, la maggioranza degli interpellati, mostra insoddisfazione riguardo a questo problema. La Tab. 23 mostra le valutazioni fornite dai titolari d'impresa per quanto riguarda le aree di parcheggio disponibili, i giudizi prevalenti sono negativi.

**Tab. 24 Servizi di sicurezza esistenti nel territorio**

	Lunigiana	Comuni di costa
Insufficienti	15%	10%
Sufficienti	53%	62%
Buoni	22%	25%
Scarsi	25%	13%

- **Rilevanza 8,0**

I servizi di controllo concernenti la sicurezza sono percepiti abbastanza positivamente sia dagli imprenditori della Lunigiana che dai comuni di costa.

Tab.25 Qualità dei servizi di raccolta rifiuti urbani

	Lunigiana	Comuni di costa
Più che sufficiente	12%	22%
Sufficiente	29%	41%
Meno che sufficiente	59%	37%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 8,5**

Anche questo genere di lavori ha un peso strategico per lo svolgimento delle attività imprenditoriali; i servizi esistenti non corrispondono in maniera adeguata alle esigenze delle aziende e i costi per queste prestazioni, sono ritenuti troppo elevati.

Tab.26 Condizioni ambientali(Valore da 1 a 10).

Mare	8,5
Monti	7,0
Spiagge	6,5
Campagna	7,5
Parchi	6,0
Pinete	5,5
Strade	5,0

- **Rilevanza 9,0**

Le condizioni ambientali della nostra zona, sono considerate abbastanza di buon livello dagli operatori interpellati, come si vede dai valori assegnati nella tab. 28. Questo è un fatto positivo, tuttavia, le buone condizioni ambientali, da sole non bastano a garantire maggiore affluenza. I risultati dell'approfondimento mostrano un sufficiente apprezzamento nei riguardi dei servizi svolti in ambito ambientale (Tab.26).

**Tab. 27 Servizi erogati dalle istituzioni in ambito ambientale (Valore da 1 a 10).**

	Lunigiana	Comuni di costa
Buon livello	43%	52%
Scarso livello	22%	10%
Ottimo livello	35%	38%
Totale	100%	100%

- **Rilevanza 8,0**

**Tab. 28 Decoro urbano**

	Lunigiana	Comuni di costa
Sufficiente livello	63%	71%
Buon livello	33%	35%
Scarso livello	42%	43%
Ottimo livello	25%	22%

- **Rilevanza 8,5**

E' utile segnalare che il livello del decoro urbano può anch'esso influire sull'andamento delle attività imprenditoriali; la maggioranza dei titolari contattati ha espresso un giudizio scarso sulla tenuta delle città.

**Tab.29 Reazioni del tessuto imprenditoriale della nostra provincia a seguito della crisi economica**

	Lunigiana	Comuni di costa
Rallentamento dell' attività	77%	63%
Riduzione delle spese	28%	39%
Riduzione del personale	14%	22%
Cessazione	12%	8%

- **Rilevanza 9,0**

Tab.30 Situazione socio economica di Massa Carrara negli ultimi due anni

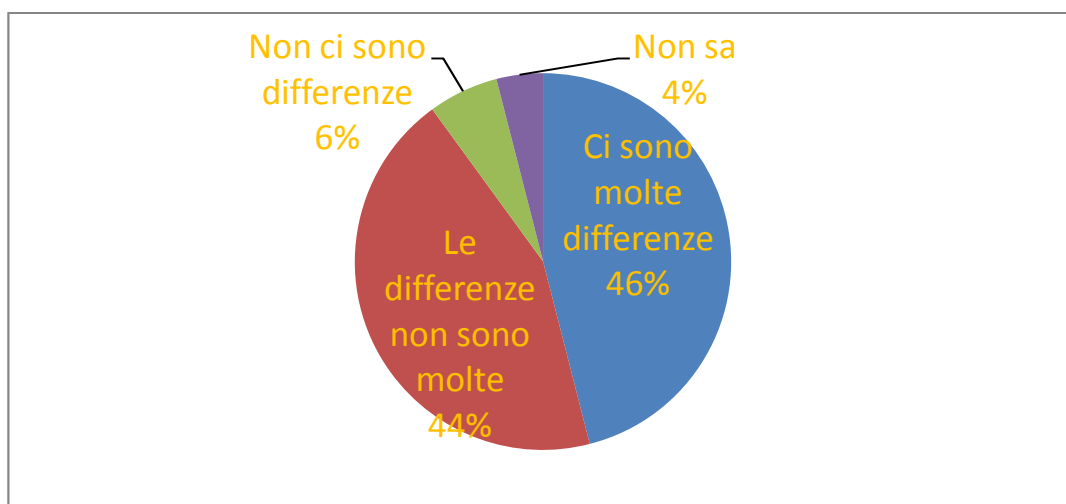
	Lunigiana	Comuni di costa
Peggioramento	64%	57%
Stabile	30%	39%
Miglioramento	6%	4%

• **Rilevanza 9,0**

Le strutture economiche del territorio stanno attraversando un momento difficile, giacché il modello di sviluppo della provincia è basato in prevalenza sulle piccole imprese ed esiste una scarsa propensione alla creazione di nuove opportunità di lavoro. La maggioranza delle aziende esaminate percepisce un notevole peggioramento dell'andamento economico provinciale.

Le imprese sia artigiane sia del settore commercio soffrono di una crisi strutturale dovuta a una rete di distribuzione poco organica, non molto strutturata e con modesta redditività e per cui risentono notevolmente dei contraccolpi della crisi economica. Pertanto è urgente mettere in atto misure e opportuni incentivi che consentano, insieme con altri strumenti, di creare le condizioni per lo sviluppo delle attività presenti e sarà opportuno trovare altre forme di aiuti e di sostegno che favoriscano la nascita di nuove imprese.

Graf.1 Differenze di guadagno tra il territorio locale e altri posti



• **Rilevanza 9,0**

Gli imprenditori presi in esame pensano che vi siano differenze di guadagno tra il nostro territorio e altre realtà, poiché la maggioranza delle aziende locali operano in pochi comparti economici e non riescono a diversificare la clientela, i fornitori e sono frequentemente collegate al destino di un settore o di un'azienda più grande.

Tab. 31 Temi su cui le Istituzioni locali dovrebbero attivarsi (Valore da 1 a 10)

Promozione del territorio	8,5
Incentivare l'innovazione tecnologica	8,0
Efficienza P.A	7,5
Rete infrastrutturale	7,5
Sostegno internazionalizzazione delle imprese	6,5
Favorire iniziative per incentivare l'occupazione	6,0
Sviluppo dei distretti rurali	5,5

