

COMUNICATO STAMPA

Sesto Rapporto UniCredit sulle Piccole Imprese “Le Piccole Imprese e il rilancio del sistema produttivo”

Presentato a Roma il VI Rapporto UniCredit sulle Piccole Imprese che, nel 2009, è focalizzato sulle reazioni degli imprenditori per affrontare questo momento di difficoltà e per comprendere su quali basi e punti di forza è possibile un ritorno alla crescita del sistema Paese.

In una fase in cui le piccole imprese stavano già attraversando una profonda trasformazione (in particolare quelle che si mostravano attive nell'export e nell'innovazione), il subentrare della crisi ha accentuato le difficoltà, non solo dal lato produttivo ma anche da quello finanziario. Mai come ora è cruciale il supporto del sistema finanziario per evitare il rischio che situazioni di momentanea illiquidità di imprese sane e competitive dal punto di vista produttivo possano trasformarsi in situazioni di insolvenza.

Il VI Rapporto UniCredit sulle Piccole Imprese è stato presentato questa mattina presso lo Spazio Etoile in piazza S. Lorenzo a Roma, nel corso della tavola rotonda sul tema “**Le Piccole Imprese e il rilancio del sistema produttivo**”.

All'incontro hanno preso parte: **on. Adolfo Urso**, Vice Ministro dello Sviluppo Economico; **sen. Mario Baldassarri**, Presidente VI Commissione Finanze e Tesoro; **on. Giancarlo Giorgetti**, Presidente V Commissione Bilancio, Tesoro e Programmazione; **Roberto Nicastro**, Deputy Ceo UniCredit Group; **Paolo Savona**, Presidente di UniCredit Banca di Roma; **Giorgio Gobbi**, Direttore del Servizio Studi di Struttura Economica e Finanziaria della Banca d'Italia; **Davide Bordoni**, Assessore alle Attività Produttive, Lavoro e Litorale del Comune di Roma; **Aldo Bonomi**, Direttore Consorzio A.A.STER.

L'analisi condotta nel Rapporto si sviluppa lungo tre filoni: la valorizzazione del territorio, l'internazionalizzazione e l'innovazione. Tre aspetti legati fra loro, dai quali dipendono il futuro e la prosperità del sistema produttivo italiano.

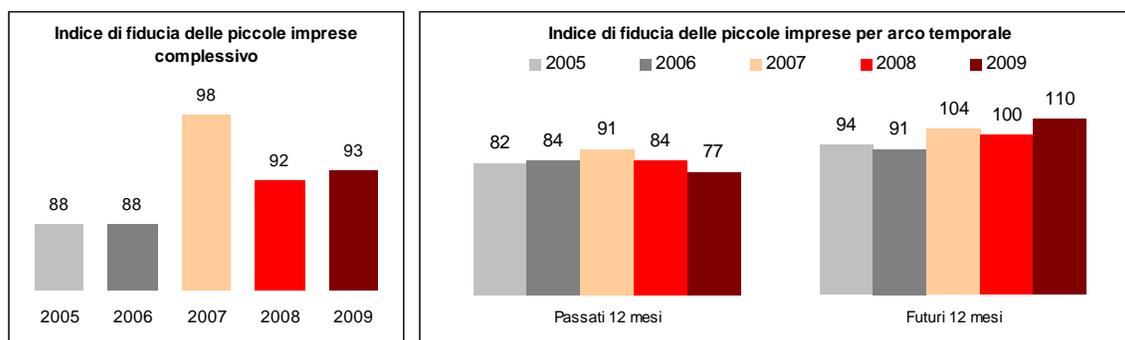
Grazie ai risultati di un questionario sottoposto a più di 200 tra Confidi e Associazioni di Categoria l'analisi condotta, come di consueto, con il coordinamento dell'Ufficio Studi Retail di UniCredit su un campione di oltre 6mila interviste a piccoli imprenditori italiani ha approfondito le seguenti tematiche: innovazione e formazione, strategia d'impresa e internazionalizzazione, rapporto banca-impresa e ruolo dei Confidi.

I RISULTATI PRINCIPALI

Lo stato della crisi. Il nostro Paese mostra condizioni più deboli di quelle degli altri paesi europei ed è probabile che la perdita complessiva del PIL nel biennio 2008-2009 superi il 6%. Anche in Italia si avverte però qualche segno di ripresa: c'è un miglioramento nella fiducia dei consumatori e in alcuni ambiti della loro domanda, c'è più ottimismo anche dal lato delle imprese, in riferimento alle condizioni attese.

Dall'analisi emerge però in modo chiaro che l'impatto della crisi sulle imprese deve ancora manifestarsi completamente. Due sono le ragioni: la prima è di tipo statistico, dal momento che l'impatto del ciclo economico sugli indicatori di vulnerabilità delle imprese si avverte con uno o due trimestri di ritardo; la seconda invece è l'indicazione che si può trarre dall'osservatorio UniCredit-Confapi che dice che nell'ultimo periodo è aumentata la distanza tra le imprese che "fanno bene" e le altre, si sono congelate le spese di investimento, la relazione con il sistema finanziario è stata improntata all'emergenza e andrà ricomposta in un futuro molto prossimo.

L'indice di fiducia. A settembre è stata condotta l'indagine UniCredit per la determinazione dell'indice di fiducia delle piccole imprese. Nonostante i timori per l'andamento dell'economia reale il peggio sembra ormai alle spalle, come rilevato dalla tenuta dell'indice di fiducia delle piccole imprese (che passa da 92 nel 2008 a 93 nel 2009). Particolarmente positivi sono stati i giudizi espressi dalle previsioni riguardo ai 12 mesi futuri che quest'anno toccano il livello più alto mai raggiunto nelle scorse indagini portandosi a 110, + 10 punti rispetto al 2008, mentre il giudizio sui 12 mesi passati è sceso a 77, -7 punti rispetto allo scorso anno.



Altra novità importante è l'inversione di tendenza avuta tra i settori merceologici d'appartenenza degli intervistati: il commercio al dettaglio guadagna 6 punti rispetto al 2008 diventando più fiducioso del commercio all'ingrosso che perde 4 punti. Inoltre, perdendo ben 7 punti rispetto all'anno scorso, l'industria risulta il settore meno fiducioso in assoluto. C'è un grosso recupero del Sud che guadagna ben 7 punti e diventa l'area più fiduciosa d'Italia.

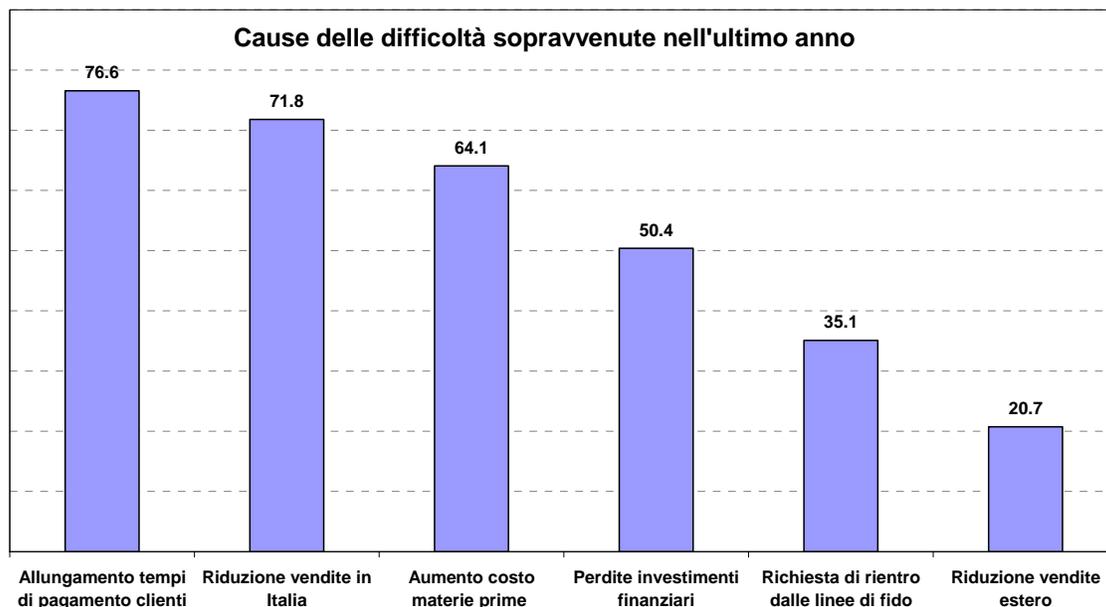
Dall'approfondimento annuale, il rapporto banche-imprese è peggiorato rispetto ai valori precedenti, segnale che va ripensato alla luce dei recenti eventi.

Le “paure” degli imprenditori. E' stato approfondito l'impatto prodotto dalla crisi sulle relazioni che intercorrono tra le banche e le Pmi.

Le “paure” degli imprenditori sono fondamentalmente quattro:

- continuità nell'erogazione del credito alle imprese;
- capacità di valutazione dei progetti imprenditoriali e di gestione delle situazioni creditizie critiche;
- capacità di predisporre strumenti di valutazione e regole di giudizio in grado di superare il trade-off tra standardizzazione del metodo e customizzazione del prodotto;
- compressione del credito sul breve periodo.

Gli impatti della crisi e le conseguenze riguardo l'accesso al credito. Il peggioramento delle condizioni di mercato è stato accompagnato da situazioni di notevole tensione nella gestione finanziaria dell'azienda a causa del crollo degli ordinativi, dell'allungamento dei tempi di pagamento da parte dei clienti, del calo delle vendite in Italia e all'estero. Ciò avvalorata la tesi secondo cui la causa principale della minore crescita degli impieghi sia da ricondurre al congelamento dei piani di investimento.



Il settore bancario ha saputo sostenere l'economia produttiva, a fronte della debolezza in termini di patrimonializzazione delle imprese. Le imprese intervistate sono coscienti che la sottopatrimonializzazione, oltre a costituire un limite alle opportunità di sviluppo delle imprese, comporta dei vincoli al rapporto con la banca, soprattutto in termini di condizioni praticate e di volumi erogati.

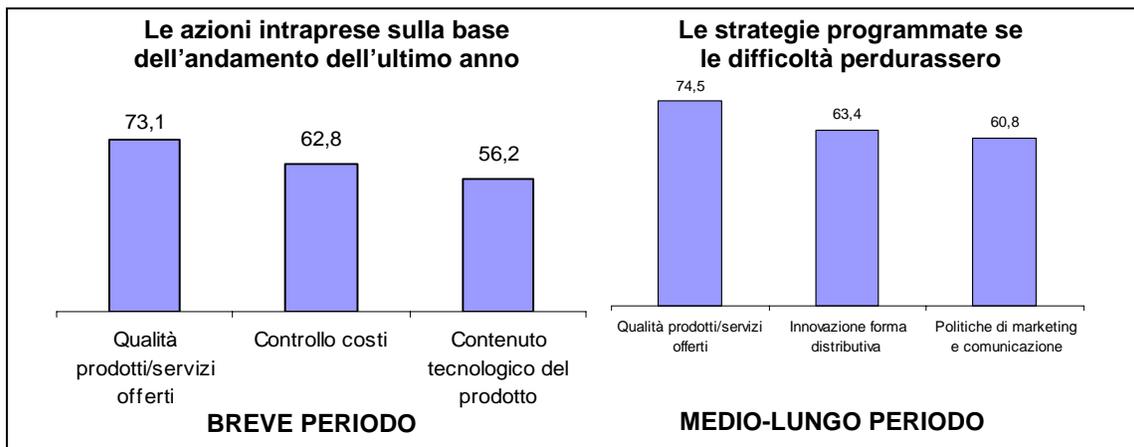
Problemi connessi al livello di patrimonizzazione dell'azienda	
	% rispondenti SI
Le banche mi applicano delle condizioni troppo onerose	64,9
Le banche mi concedono meno credito di quanto me ne serve	49,3
Non posso sfruttare i vantaggi legati alla normativa fiscale e/o societaria	45,4

Nota: totale rispondenti 3608, pari a coloro che reputano insufficiente la propria dotazione patrimoniale (1082) e coloro che reputano di potere cogliere nuove opportunità con una maggiore solidità patrimoniale (2526)

Le banche italiane di fronte alla crisi hanno saputo dimostrarsi flessibili in termini di valutazione del rischio di credito, quando i modelli di valutazione del merito creditizio ispirati a Basilea II si sono dimostrati prociclici. Il nuovo modo di fare banca ripone maggiore attenzione alla relazione con il cliente, a porsi come riferimento stabile sul territorio, a stringere accordi significativi con partner strategici quali Confidi e Associazioni di Categoria, che vengono così a svolgere un importante ruolo di mediazione con le banche rispetto all'accesso al credito delle piccole imprese.

Quanto è importante che le associazioni di categoria / i consorzi di garanzia svolgano i seguenti compiti?					
	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Non sa / Non indica
Orientamento / sostegno per seguire le tendenze di mercato	44,3	35,3	13,4	4,0	3,0
Servizi di formazione per creare / aggiornare le professionalità richieste dal settore	49,3	27,4	15,9	4,5	3,0
Agevolare l'accesso al credito delle imprese che non riescono da sole a dimostrare la bontà dei loro progetti	88,1	10,9	0,0	0,5	0,5
Aiutare le imprese che hanno scarsi mezzi patrimoniali nel rapporto con la banca	78,1	18,9	2,0	0,5	0,5
Fornire servizi di disbrigo delle pratiche amministrative	28,9	25,9	23,4	17,9	4,0
Essere interlocutori di riferimento presso la Pubblica Amministrazione/istituzioni	43,3	27,9	17,4	8,0	3,5

I comportamenti dei piccoli imprenditori in risposta alla recente crisi. Emerge la consapevolezza da parte dei piccoli imprenditori di un cambiamento strutturale dei mercati, anche al di là della congiuntura negativa legata alla crisi, per cui si rende necessario azionare tutte le leve competitive disponibili: la qualità è individuata quale strategia competitiva, tanto nel breve quanto nel medio-lungo periodo. Nell'immediato gli imprenditori hanno risposto contenendo i costi, mentre per il futuro mirano a migliorare la commercializzazione.



Affrontare e vincere la crisi. A livello settoriale le difficoltà sono diffuse e generali. Manifattura, turismo e agricoltura sono i tre settori cardine dell'economia italiana e presentano, anche se con caratteristiche differenti, le maggiori potenzialità per uscire dalla crisi.

Il cosiddetto "capitalismo di territorio" è una (o forse addirittura "la") risorsa primaria dell'economia italiana. Una risorsa data da eccellenze produttive, patrimoni culturali e paesaggistici, posizione geografica e offerta pervasiva di qualità e tipicità. Una risorsa di cui i tre settori analizzati sono "portavoce" di elezione: manifattura di qualità, agroindustria e turismo.

Per un rilancio fattivo, alle aziende occorre un miglioramento qualitativo nelle produzioni che necessita investimenti in capitale fisico e umano di notevole entità.

In termini generali viene invocata da più parti una "nuova" politica industriale costituita da una rinnovata politica fiscale, maggiori incentivi in ricerca e sviluppo, sostegno nella crescita per acquisizioni esterne. Ma occorre anche un rapporto con il sistema finanziario sempre più leale e trasparente che vede come protagonisti non solo le banche e le piccole imprese ma anche i Confidi e le Associazioni di Categoria quali partner strategici per lo sviluppo del territorio. Per un dialogo tra banca e impresa leale e trasparente è infatti fondamentale che l'impresa si presenti "meglio" e con maggiore consapevolezza alla banca. La banca dal canto suo deve "comprendere a tutto tondo" il *business* dell'impresa, per fornire liquidità e offrire soluzioni adeguate alle esigenze produttive.

Roma, 4 dicembre 2009

Contatti Stampa:

Renato Vichi – 335/6725071

Manrico Lucchi – 335/7929980

Biancamaria Verde – 335/6775663

Paola Chiarelli – 335/6775350