



Associazione Italiana di Scienze Regionali (AISRe)
32° Congresso Annuale

**Banche e analisi dello sviluppo regionale:
l'esperienza di UniCredit**

Zeno Rotondi – Head of Territorial Research & Strategies

Torino, 15-17 Settembre 2011

Parallelamente alla globalizzazione cresce l'importanza della competitività dei sistemi territoriali

La Globalizzazione spinge verso una competizione tra sistemi territoriali

- La caduta di barriere e distanze rende potenzialmente accessibile tutto il mondo, moltiplicando la mobilità dei fattori produttivi
- Ogni sistema territoriale si trova a competere con le omologhe realtà del mondo intero per attrarre le risorse umane e finanziarie che si fanno sempre più scarse

Occorre dunque ripensare gli indicatori di competitività

- Le trasformazioni in atto nei sistemi economici territoriali rendono più complessa la definizione di competitività e più articolato l'insieme dei fattori necessari per misurarla
- In particolare, il fenomeno della globalizzazione delle filiere produttive suggerisce la necessità di sviluppare nuovi indicatori di competitività non più basati su dati aggregati e riferiti a macro-settori, ma piuttosto che combinino dati di impresa con informazioni a livello territoriale

L'approccio di UniCredit all'analisi territoriale

Analisi

1

Osservatorio Piccole e Medie Imprese

2

Osservatorio sulle economie regionali

3

Osservatorio sui flussi di commercio con l'estero e interregionale

4

Osservatorio sulle filiere produttive

Fonti informative

- Indagine alle piccole imprese (dal 2006)
- Indagine alle medie imprese (dal 2011)
- Indagine sulla fiducia
- Indagine alle associazioni di Categoria e ai Confidi

- Elaborazione di dati di fonte pubblica
- Indicatore di attività economica UniCredit-RegiosS

- Analisi dei flussi di commercio verso l'estero
- Analisi dei flussi di commercio verso le altre regioni italiane

- Mappatura delle principali filiere italiane
- Analisi best practice aziendali (case study)

1

Osservatorio Piccole e Medie Imprese

2

Osservatorio congiunturale regionale

3

Osservatorio sui flussi di commercio con
l'estero e interregionale

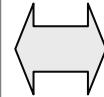
4

Osservatorio sulle filiere produttive

L'osservatorio sulle piccole e medie imprese: punti di forza e benefici

Punti di forza

- Rapporto unico nel suo genere, specificatamente dedicato alle piccole imprese (0 - 5 milioni di euro di fatturato)
- Focus annuale su un tema di attualità, analizzato con dati di sistema e tramite indagine
- Indagine condotta su più di 6.000 piccole imprese, con un questionario di quasi 100 domande organizzato per sezioni
- Indagine sulla fiducia, condotta su più di 6.000 piccole imprese
- Indagine alle Associazioni di categoria e ai Confidi, condotta su circa 200 enti
- Declinazione territoriale, con rappresentatività a livello provinciale



Benefici

- Aumentare la conoscenza del segmento piccole imprese
- Ricavare dalla voce diretta degli imprenditori rilevanti aspetti qualitativi e comportamentali impossibili da cogliere nei dati strutturali delle statistiche pubbliche
- Migliorare la conoscenza del territorio
- Migliorare le relazioni e il dialogo col territorio, grazie a presentazioni locali che divengono veri e propri momenti di incontro col mondo imprenditoriale e delle Associazioni, e all'ampia diffusione sulla stampa locale
- Strumento operativo a disposizione del management e della rete commerciale
- Base dati per analisi scientifiche

Dal 2011: estensione dell'osservatorio al segmento medie imprese (5 – 50 mil. di fatturato)

L'evoluzione nel tempo

Edizioni



- **2004: Innovazione**
- **2005: Agricoltura e Turismo**
- **2006: Confidi**
- **2007: Mezzogiorno**
- **2008: Commercio**
- **2009: Crisi**
- **2010: Internazionalizzazione**

- Prima edizione: 2004
- Introduzione delle indagini: 2006
- Ogni anno il top management sceglie un focus di approfondimento, in linea con le dinamiche economiche in atto
- Il Rapporto si è arricchito nel tempo di contenuti e collaborazioni autorevoli
- Dal 2011 l'analisi viene allargata al segmento medie imprese

L'indagine sulla piccole imprese

- A**
- Obiettivi**
- Identificare caratteristiche, leve strategiche, punti di forza e di debolezza del mondo piccole imprese
-
- B**
- Campione**
- Stratificazione su base provinciale, con sovracampionamento delle province di interesse
 - Post-stratificazione per forma giuridica (ditte individuali, società di persone, società di capitali) e settore (agricoltura, manifattura, costruzioni, servizi, commercio all'ingrosso e al dettaglio)
-
- C**
- Interviste**
- 6.000 interviste a imprese clienti segmento piccole imprese, estratte da una base dati di ~400k nominativi
 - Interviste condotte con metodo CATI nel periodo giugno - settembre
-
- D**
- Questionario**
- Sezioni:
 - Caratteristiche dell'impresa
 - Strategia aziendale e innovazione
 - La crisi economico-finanziaria (fino al 2010)
 - Il ruolo di Confidi e Associazioni di Categoria (fino al 2010)
 - Il rapporto con la banca
 - Credito e capitale di rischio
 - Caratteristiche della produzione (dal 2011)
 - Forme di collaborazione e aggregazione tra imprese

Per l'export non è più sufficiente essere bravi produttori, ma occorre essere imprenditori a tutto tondo

SWOT analysis delle imprese internazionalizzate (percentuale di risposte SI)

PUNTI DI FORZA

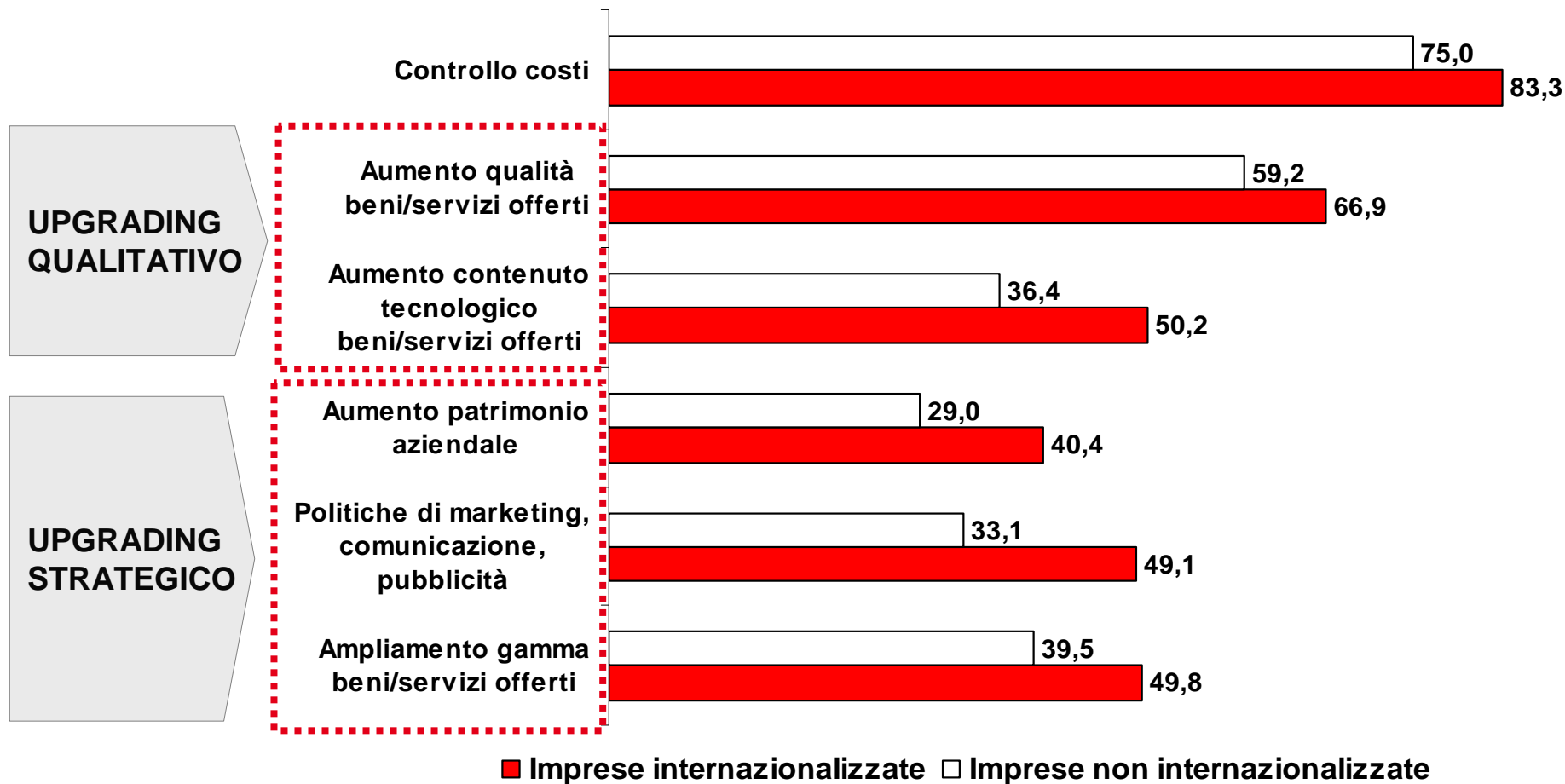
Qualità del prodotto	55,7
Reputazione del made in Italy	29,3
Qualità del processo produttivo	26,3

PUNTI DI DEBOLEZZA

Dimensione aziendale	59,3
Distribuzione commerciale	55,4
Organizzazione interna	46,1

Strategie non solo difensive: upgrading qualitativo e strategico

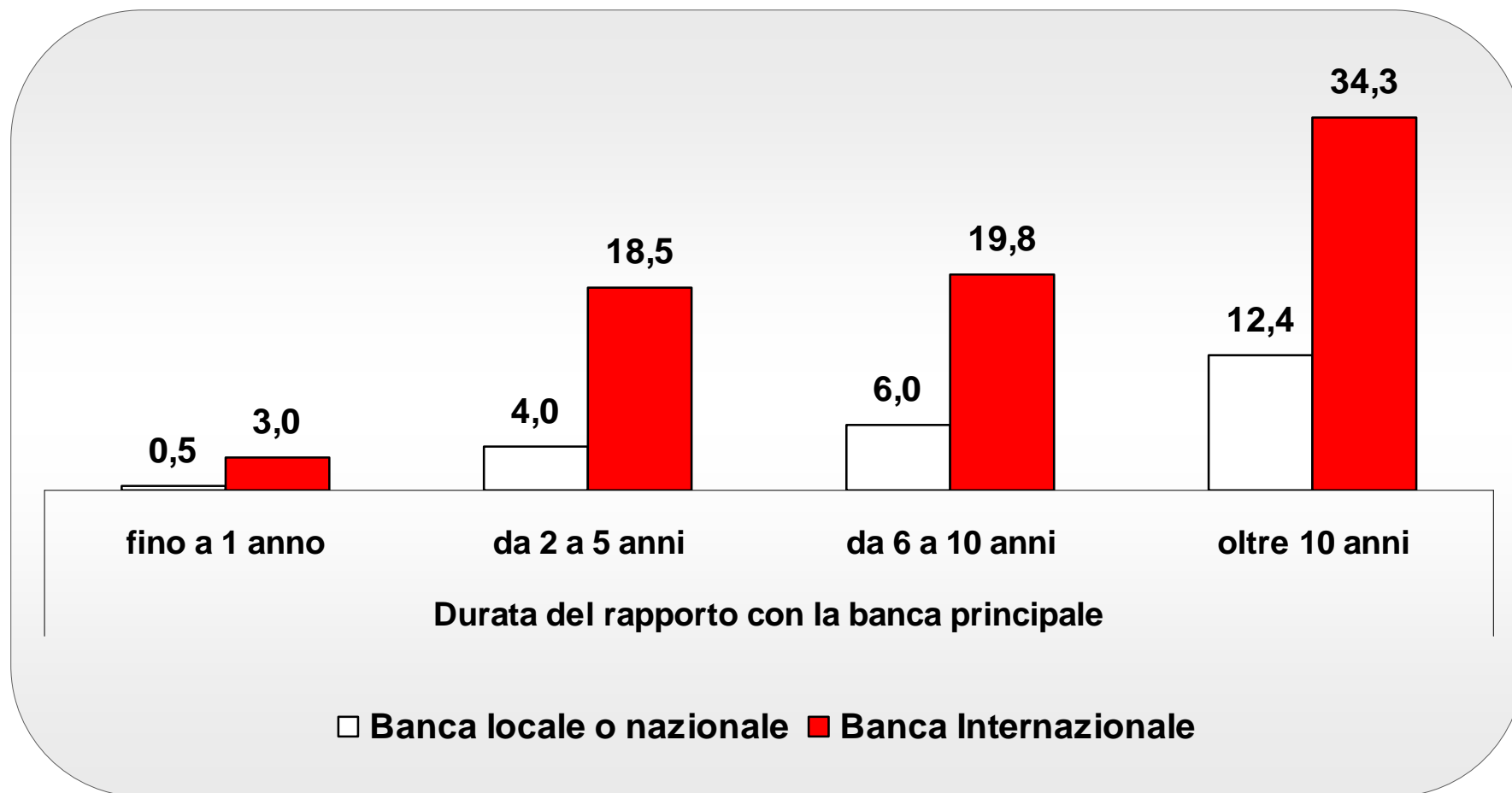
Azioni intraprese per affrontare le difficoltà dell'ultimo anno (percentuali di risposte SI)



Fonte: VII Rapporto UniCredit sulle Piccole Imprese (2010)

Ruolo strategico per l'export del rapporto stretto con la banca, specie se internazionalizzata

Percentuale di piccole imprese esportatrici



L'indagine sulla fiducia

A

Obiettivi

- Sondare il sentiment degli imprenditori sul contesto operativo
- In che modo tale sentiment ha influenzato il clima di fiducia complessivo?
- Quali sono state e quali saranno le conseguenze sulle loro scelte strategiche?

B

Campione

- Stratificazione su base provinciale, con sovracampionamento delle province di interesse
- Post-stratificazione per forma giuridica (ditte individuali, società di persone, società di capitali) e settore (manifattura, costruzioni, servizi, commercio all'ingrosso e al dettaglio)

C

Interviste

- 6.000 interviste a imprese appartenenti al segmento piccole imprese condotte con metodo CATI nel mese di settembre
 - 5.000 ad imprese clienti, estratte da una base dati di ~400k nominativi
 - 1.000 a imprese "prospect" estratte da una base dati di ~600k nominativi

D

Questionario

- Tre sezioni:
 - Indice di fiducia
 - Rapporto banca-impresa
 - Anagrafica

L'indice di fiducia

**Agli imprenditori
viene chiesto il
loro giudizio
sull'andamento di
7 argomenti
chiave¹**

- **Investimenti**
- **Disponibilità di credito**
- **Occupazione**
- **Tempi di incasso**
- **Ricavi**
- **Settore di appartenenza**
- **Economia italiana**

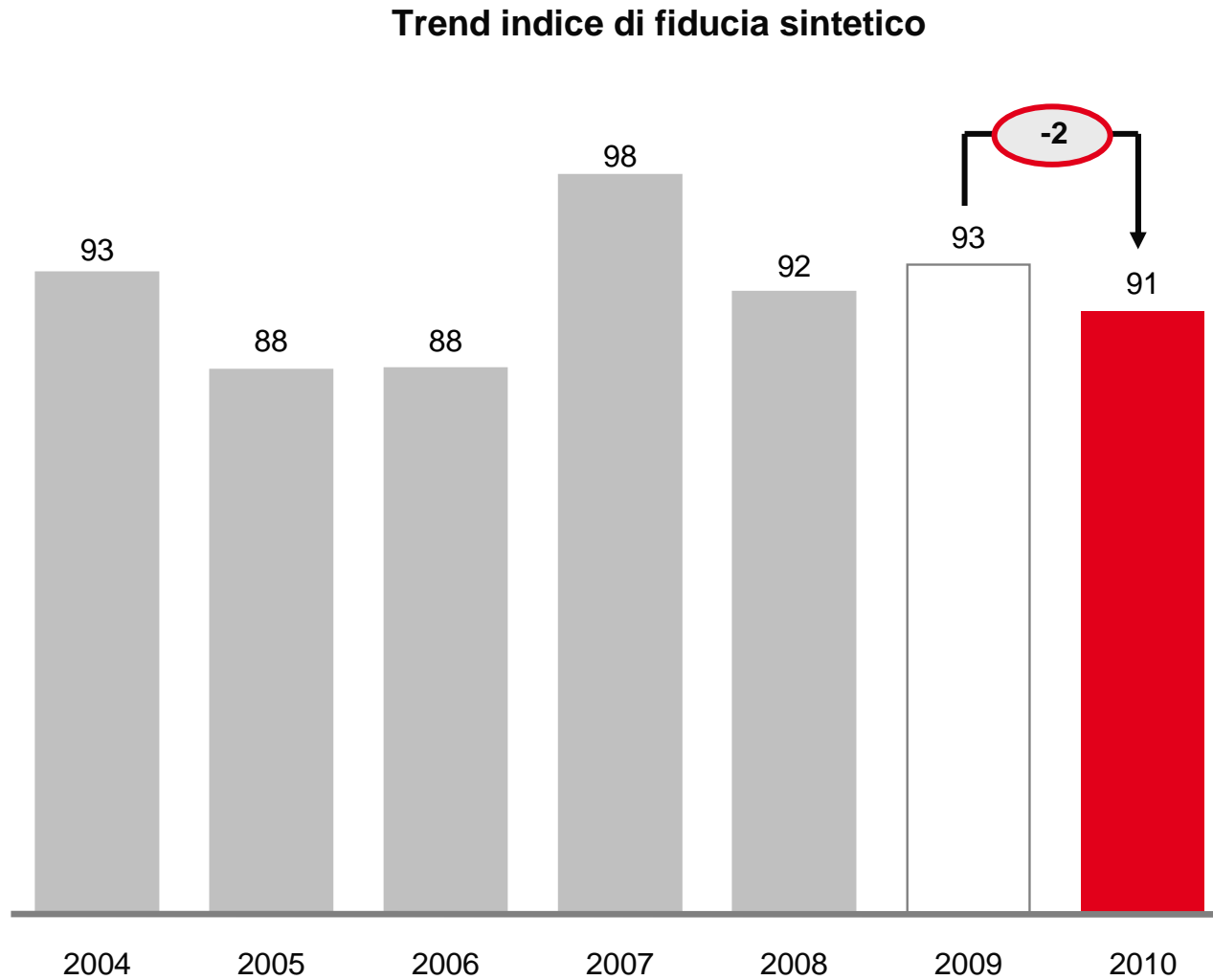
- Ogni argomento è declinato rispetto ai 12 mesi passati e ai 12 mesi futuri, per un totale di 14 domande
- Ogni domanda presenta 5 giudizi alternativi: molto negativo; negativo; neutro; positivo; molto positivo

¹ Approccio armonizzato con quanto già redatto in Italia e in altri Paesi (indicatori di fiducia calcolati dall'ISAE (ora Istat); "Small Business Index" con cui da settembre 2003 Wells Fargo e Gallup rilevano il sentiment dei piccoli imprenditori negli Stati Uniti)

Metodologia di calcolo dell'indice

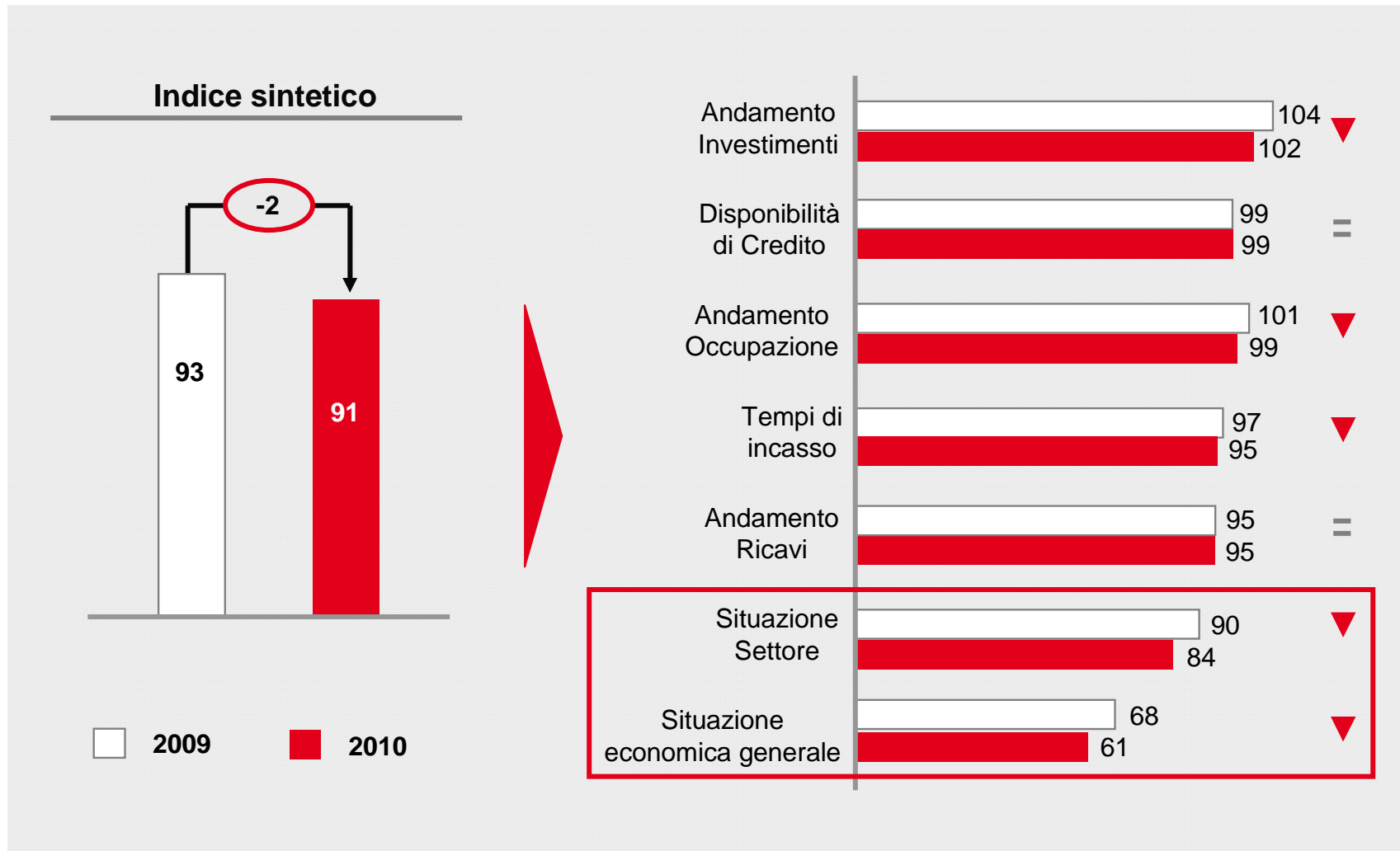
- Per ogni domanda viene conteggiata la percentuale di risposte positive (somma di risposte “positivo” e “molto positivo”), e successivamente sottratta la percentuale di risposte negative (somma di risposte “negativo” e “molto negativo”)
- Per calcolare l'indice di fiducia sintetico, viene conteggiata la media delle 14 frequenze così ottenute, aggiungendo poi al risultato il valore 100
- L'indicatore assume valori compresi tra 0 – 200, dove 100 rappresenta la soglia oltre la quale l'indice indica il prevalere dei fiduciosi sugli sfiduciati
- Seguendo la stessa procedura, vengono calcolati gli indici di fiducia relativi a:
 - singolo argomento
 - classe di fatturato, classe dimensionale, settore, età dell'imprenditore
 - territorio (macroarea, regione, provincia)

Indice di fiducia sintetico 2010 in calo rispetto allo scorso anno

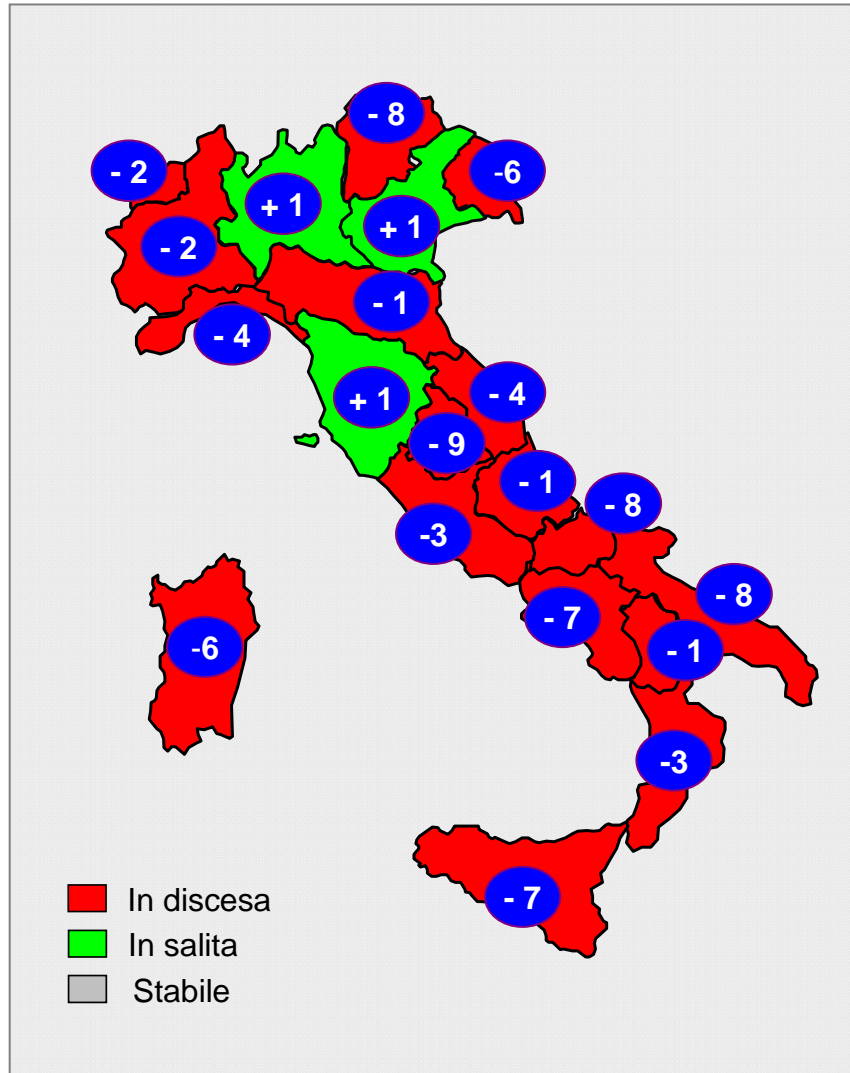


Il calo è dovuto principalmente ai giudizi sui fattori esogeni: situazione economica generale (-7) e situazione settore (-6)

Evoluzione dei 7 fattori della fiducia 2010 vs 2009



Variazione indice di fiducia 2010 VS 2009 per singole regioni



- Calo generalizzato della fiducia in quasi tutte le regioni
- Maggiore crescita in Lombardia, Veneto e Toscana
- Forte discesa dell'indice di Fiducia in Umbria, Puglia, Molise e Trentino Alto Adige

Fonte: VII Rapporto UniCredit sulle Piccole Imprese (2010)

1

Osservatorio Piccole e Medie Imprese

2

Osservatorio sulle economie regionali

3

Osservatorio sui flussi di commercio con l'estero e interregionale

4

Osservatorio sulle filiere produttive

Osservatorio sulle economie regionali

Report trimestrale articolato su tre sezioni

Quadro congiunturale

- Demografia d'impresa
- Mercato del lavoro
- Aspettative su ordini e produzione
- Indicatore di attività economica UniCredit-RegiosS

Leve strategiche

- Domanda estera e interna
- Commercio estero
- Indicatori EU di competitività regionale

I mercati del credito

- Impieghi e depositi
- Sofferenze
- Tassi di interesse

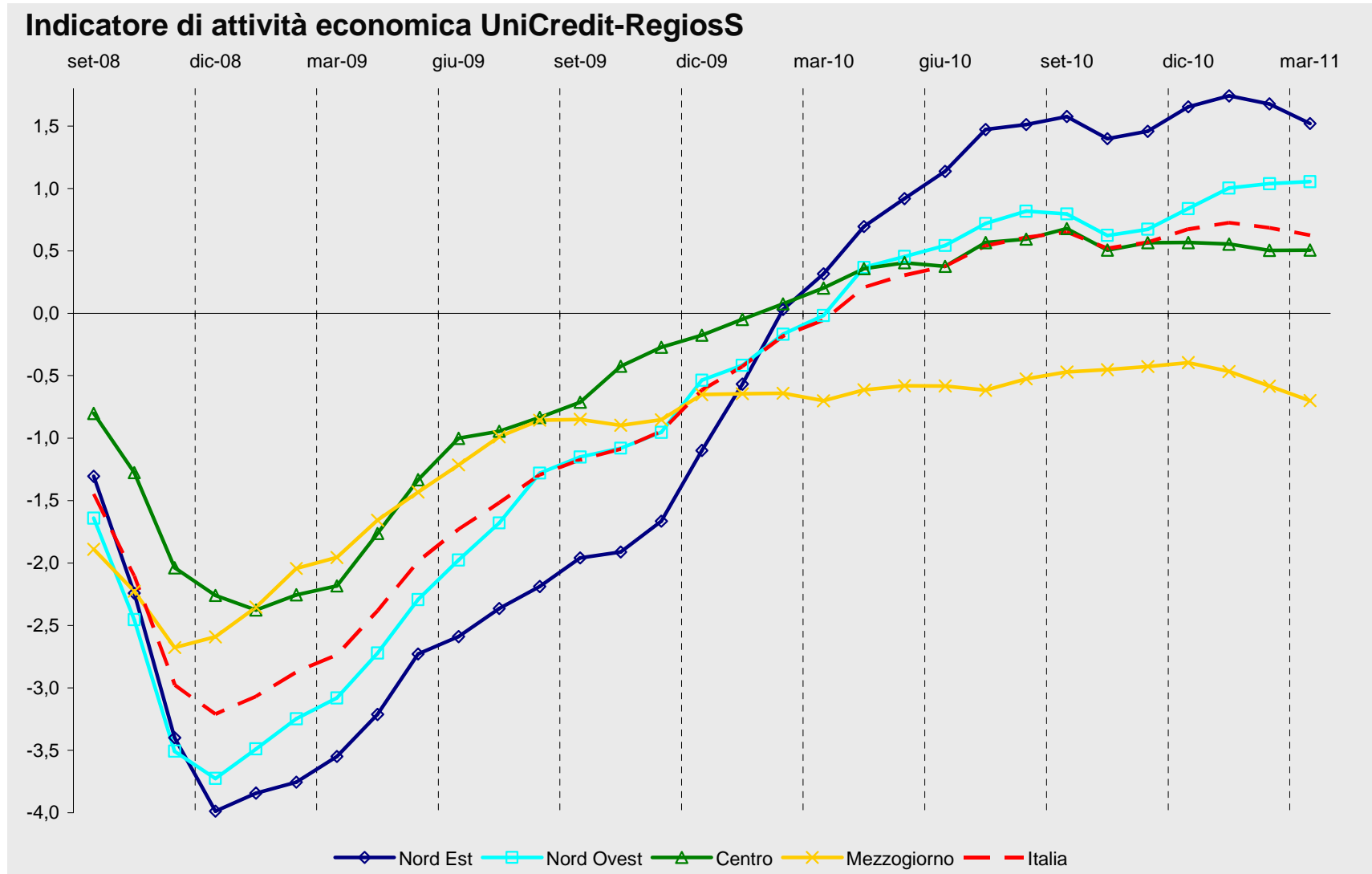
- L'obiettivo è quello di fornire un quadro d'insieme sull'andamento delle economie regionali, per supportare piani di sviluppo (top management e responsabili di territorio) e aumentare la conoscenza del mercato di riferimento (rete commerciale)
- Presentato pubblicamente in occasioni di incontro con il mondo imprenditoriale e delle Associazioni
- Diffusione sulla stampa locale e nazionale

Gli indicatori di attività economica UniCredit - RegiosS

- Gli indicatori UniCredit-RegiosS riproducono il tasso di crescita mensile tendenziale dell'attività economica regionale e sono costruiti utilizzando variabili ad alta frequenza (mensile e trimestrale); per questo motivo essi risultano particolarmente volatili e colgono in anticipo e con maggiore intensità fasi di espansione o rallentamento dell'economia.
- Gli indicatori sono costruiti a partire da 38 serie macroeconomiche¹, sintetizzate successivamente in un numero ridotto di fattori comuni.
- Successivamente viene ricalcolato il modello fattoriale agganciando il tasso di crescita annuale del PIL regionale fino all'ultimo periodo disponibile con dati definitivi (attualmente, il 2008) e interpolando la serie del PIL in modo da ricavare il dato mensile.
- Il modello viene poi ristimato interpolando la serie del PIL a frequenza mensile prima ottenuta in modo da ottenere una proiezione della serie (sempre a frequenza mensile), aggiornata all'ultimo periodo di rilevazione delle variabili di partenza (2011)
- Combinando i due risultati si ottiene una stima del tasso di crescita mensile tendenziale dell'attività economica regionale
- Le serie storiche degli indicatori calcolati sono disponibili dal gennaio 1993. L'indice viene aggiornato ogni tre mesi, in base alla diffusione delle variabili macroeconomiche sottostanti; a ogni aggiornamento, i valori possono discostarsi leggermente dalle stime precedenti in quanto alcune serie utilizzate subiscono importanti revisioni.
- Gli indicatori di attività economica nazionale e per area (Nord Ovest, Nord Est, Centro e Sud) sono calcolati come media aritmetica ponderata degli indicatori regionali UniCredit-RegiosS.
- Per maggiori informazioni: www.regioss.it

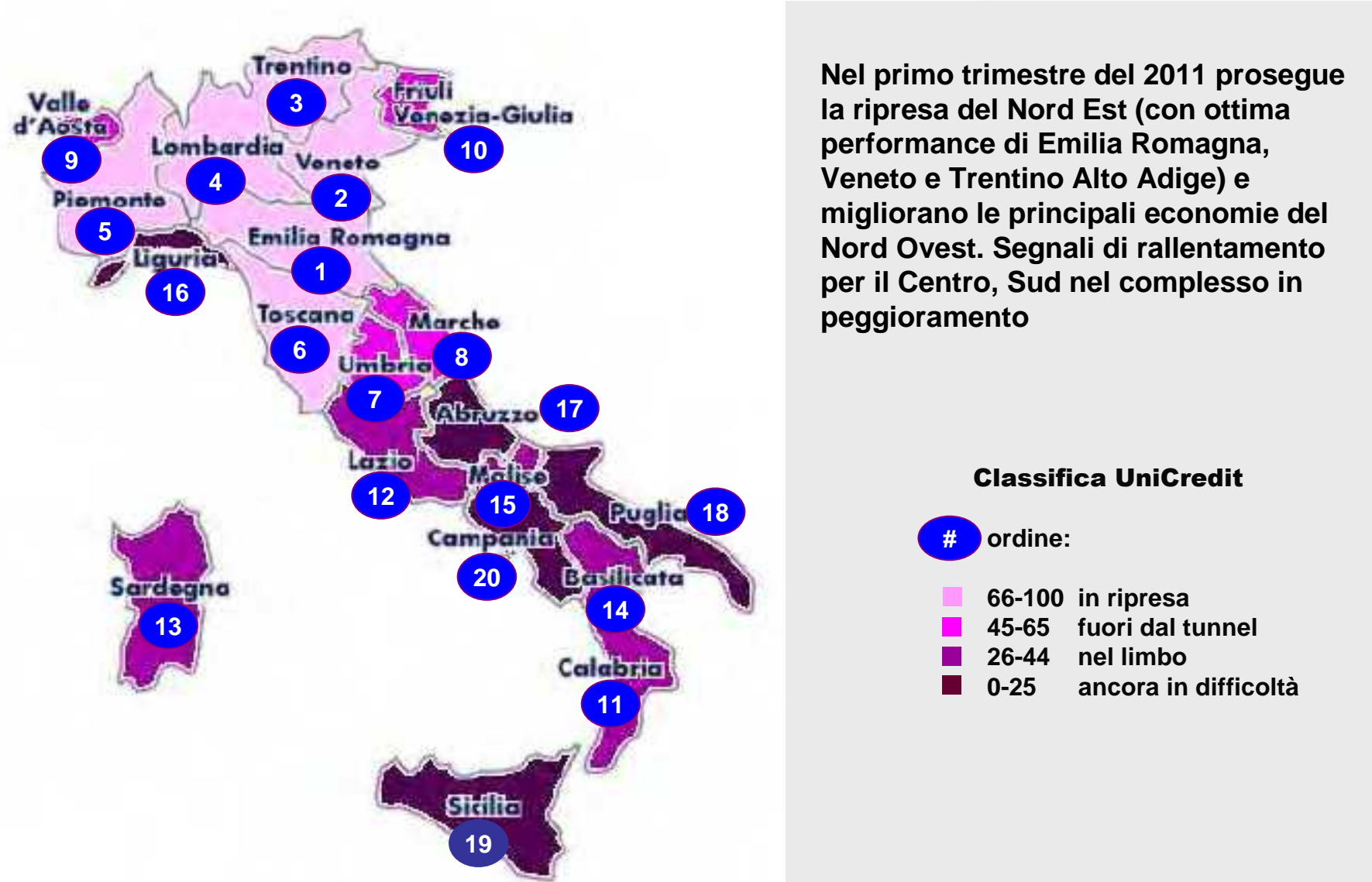
¹ Indicatori di fiducia delle imprese e dei consumatori dell'Istat (ex Isae), dati Istat relativi a occupazione, importazioni, esportazioni e prezzi al consumo, dati InfoCamere relativi alla nati-mortalità imprenditoriale, al netto delle imprese agricole, e dati Unrae (forniti da Econometrica) sulle immatricolazioni di auto come proxy dei consumi.

Nel primo trimestre 2010 si registra un consolidamento dell'attività economica. Il Nord Est resta il territorio a crescita più elevata. Bene il Nord Ovest. Stazionario il Centro. Al Sud si registra un ulteriore rallentamento



Fonte: elaborazioni Territorial Research and Strategies su dati UniCredit-RegiosS

La mappa della ripresa dell'attività economica delle regioni



Nel primo trimestre del 2011 prosegue la ripresa del Nord Est (con ottima performance di Emilia Romagna, Veneto e Trentino Alto Adige) e migliorano le principali economie del Nord Ovest. Segnali di rallentamento per il Centro, Sud nel complesso in peggioramento

Fonte: elaborazioni Territorial Research and Strategies su dati UniCredit-RegiosS

La classifica è calcolata mediante una trasformazione sul dominio 0-100 della media dei valori dell'indicatore di attività economica UniCredit-RegiosS tra ottobre 2010 e marzo 2011. Valori più elevati nell'intervallo 0-100 segnalano una migliore capacità di ripresa

1

Osservatorio Piccole e Medie Imprese

2

Osservatorio congiunturale regionale

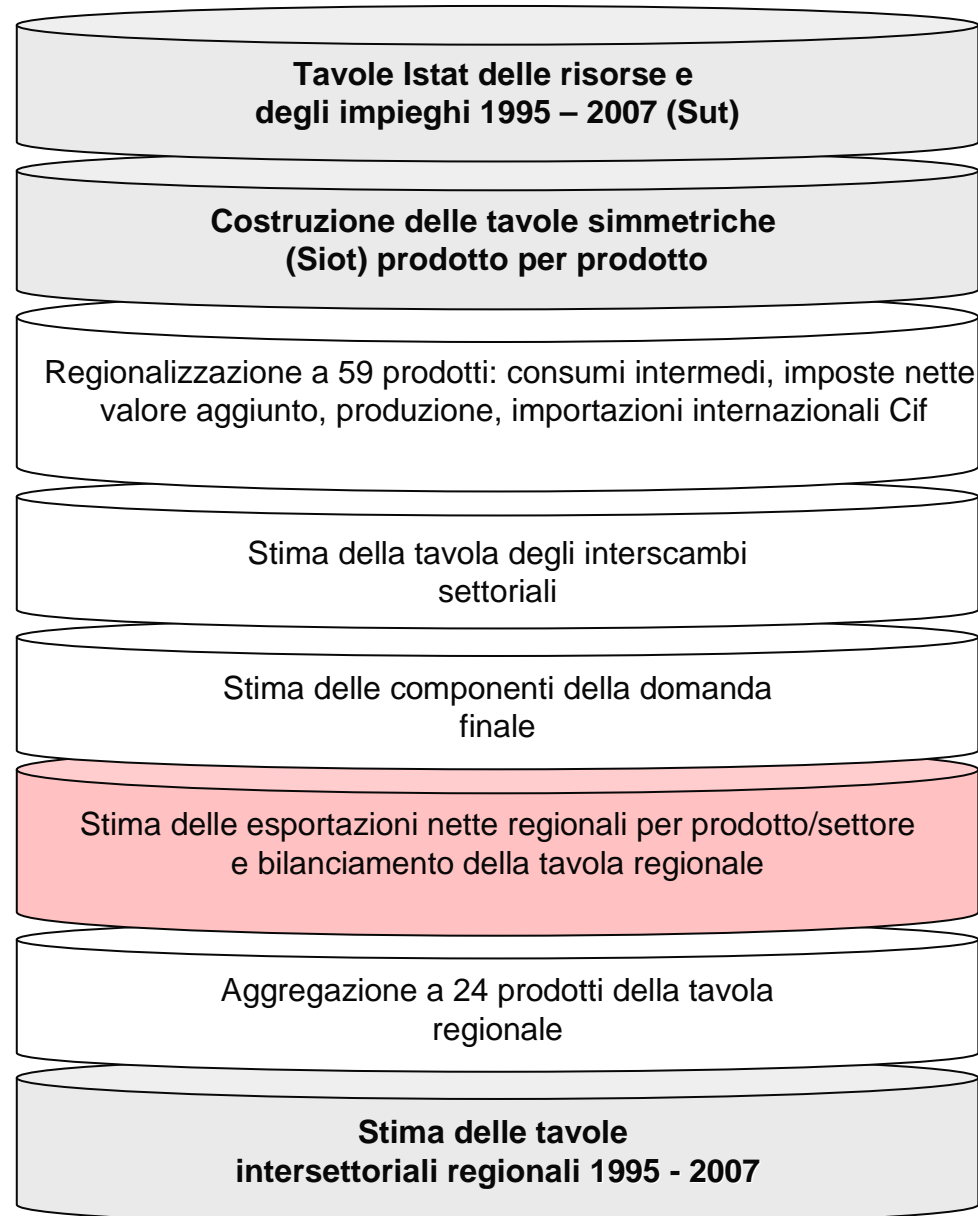
3

**Osservatorio sui flussi di commercio con
l'estero e interregionale**

4

Osservatorio sulle filiere produttive

Analisi strutturale sui flussi di commercio regionali in collaborazione con Prometeia: importazioni ed esportazioni verso l'estero e verso le altre regioni italiane



Saldo dell'interscambio commerciale di beni e servizi delle regioni italiane, valori in % del PIL (2007)

Regione	Estero (a)	Interregionale (b)	Esterno (a+b)
Piemonte	5.2	-4.8	0.4
Valle d'Aosta	9.3	-28.0	-18.7
Lombardia	-8.2	19.4	11.2
Trentino-Alto Adige	-0.2	-13.5	-13.7
Veneto	7.6	-3.5	4.1
Friuli-Venezia Giulia	16.2	-16.8	-0.5
Liguria	-12.2	8.6	-3.6
Emilia Romagna	11.5	-6.1	5.4
Toscana	6.3	-5.5	0.9
Umbria	2.5	-8.1	-5.6
Marche	12.2	-11.5	0.7
Lazio	-8.9	17.5	8.6
Abruzzo	10.4	-18.8	-8.4
Molise	2.8	-22.9	-20.1
Campania	-1.4	-20.0	-21.4
Puglia	-2.4	-15.8	-18.2
Basilicata	8.9	-22.1	-13.2
Calabria	-1.3	-28.9	-30.2
Sicilia	-7.5	-19.2	-26.7
Sardegna	-7.3	-10.5	-17.8

1

Osservatorio Piccole e Medie Imprese

2

Osservatorio congiunturale regionale

3

Osservatorio sui flussi di commercio con
l'estero e interregionale

4

Osservatorio sulle filiere produttive

Una definizione di filiera

Il concetto di filiera manca di elementi definitivi univoci:

In senso lato, fa riferimento a tutte le attività che si articolano lungo la catena della formazione del valore di un dato prodotto

In termini relazionali è rappresentata dai rapporti tra imprese di tipo fornitore - cliente

Operativamente le matrici input-output consentono di identificare, a livello di codici Ateco, le relazioni fornitore/cliente sopracitate

Partendo dalla definizione a priori dei prodotti più identificativi delle filiere è possibile ripercorrere a ritroso la catena di formazione del valore andando a ricostruire la filiera stessa.

Approccio per l'identificazione delle fasi e filiere seguito in collaborazione con Prometeia

- Nella filiera rientrano attività collegate sia alla produzione sia alla distribuzione, articolate su 5 fasi: **sourcing; prima lavorazione; lavorazioni intermedie; lavorazioni finali; distribuzione.**
- Per l'identificazione delle singole fasi della filiera è stato scelto il **criterio dell'omogeneità** delle varie attività svolte dalle imprese, aggregando sulla base degli input e degli output dei processi produttivi e della tecnologia utilizzata
- Dal concetto di filiera in senso stretto sono state escluse, in base al **criterio della prevalenza**, alcune attività che, essendo destinate a una clientela articolata, non sono collocabili in modo esclusivo o prevalente all'interno della filiera: è il caso, ad esempio, dei produttori di beni intermedi (chimici, metallici,...), rivolti una moltitudine di comparti, e di quelli di beni strumentali

Collana sulle filiere produttive UniCredit-Laterza: primo volume sulla filiera del Bosco-Legno-Arredamento



- Il volume è nato da uno studio coordinato dall'Ufficio Studi di UniCredit nell'ambito di un Osservatorio sviluppato in collaborazione con FederlegnoArredo di Confindustria e UNCEM (Unione nazionale Comuni Comunità Enti Montani).
- A cura di Tommaso Dal Bosco, Roberto De Martin e Zeno Rotondi