

la domanda degli esercizi commerciali al dettaglio nel territorio di Pordenone

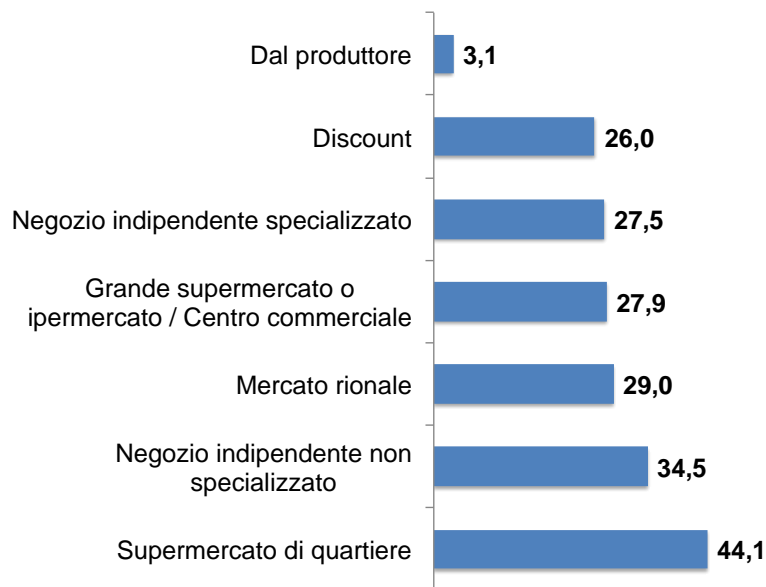
i consumatori nei comuni di Pordenone, Spilimbergo, Maniago, Sacile, San Vito al Tagliamento
rapporto di ricerca

Pordenone, ottobre 2013

comportamenti di acquisto | punti vendita più utilizzati, le tipologie

La maggior parte dei consumatori si serve principalmente del supermercato di quartiere, ovvero del proprio territorio, della propria zona, nella quale risiede, per effettuare i propri acquisti alimentari (44,1%). Per quanto concerne le altre tipologie di prodotti: dall'abbigliamento alle calzature, dagli articoli per la casa ai mobili per l'arredamento e gli elettrodomestici, il punto di vendita più utilizzato, ossia quello fondamentale, è il negozio indipendente specializzato (66,7%).

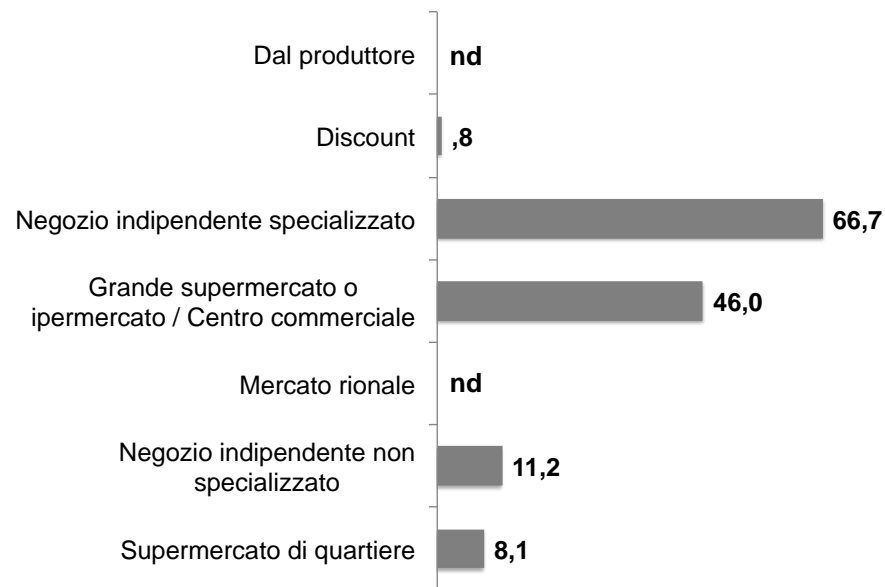
acquisti alimentari



Le percentuali indicano la **frequenza** di utilizzo dei vari punti vendita, non il valore della spesa in ognuno di essi.

Base campione: 700 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **Testo originale della domanda:** In quali tipologie di negozi si reca per acquistare prodotti alimentari? **I dati sono riportati all'universo.**

acquisti "non alimentari"



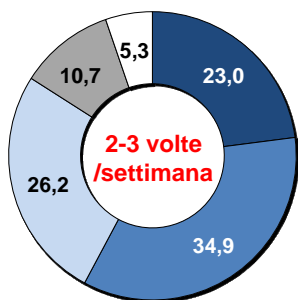
Le percentuali indicano la **frequenza** di utilizzo dei vari punti vendita, non il valore della spesa in ognuno di essi.

Base campione: 700 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **Testo originale della domanda:** Per quanto riguarda le altre tipologie di prodotti "non alimentari" (dall'abbigliamento alle calzature, dagli articoli per la casa ai mobili per l'arredamento e gli elettrodomestici) quali sono gli esercizi commerciali che sceglie generalmente? **I dati sono riportati all'universo.**

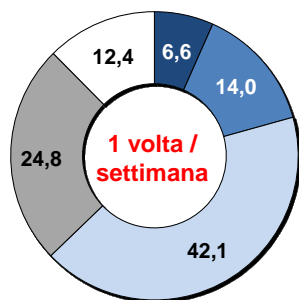
comportamenti di acquisto | frequenza degli acquisti alimentari per tipologia di punto di vendita

Con quale frequenza le capita di recarsi presso le seguenti tipologie di negozi per gli acquisti alimentari?

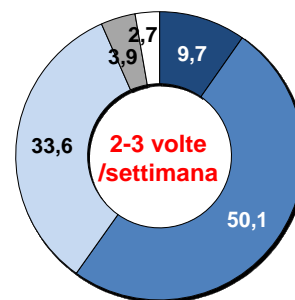
Negozio indipendente specializzato



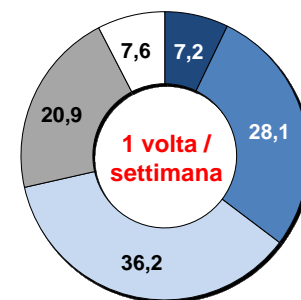
Negozio indipendente non specializzato



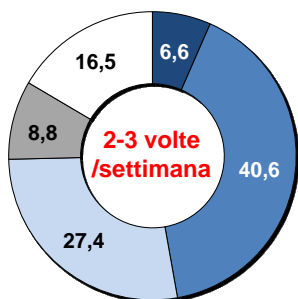
Supermercato di quartiere



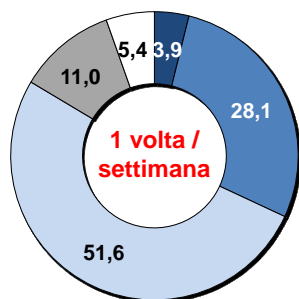
Grande supermercato di quartiere



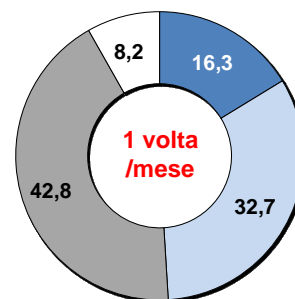
Discount



Mercato rionale



Dal produttore



LEGENDA

- Quotidianamente
- 2-3 volte a settimana
- 1 volta a settimana
- 2-3 volte al mese
- 1 volta al mese

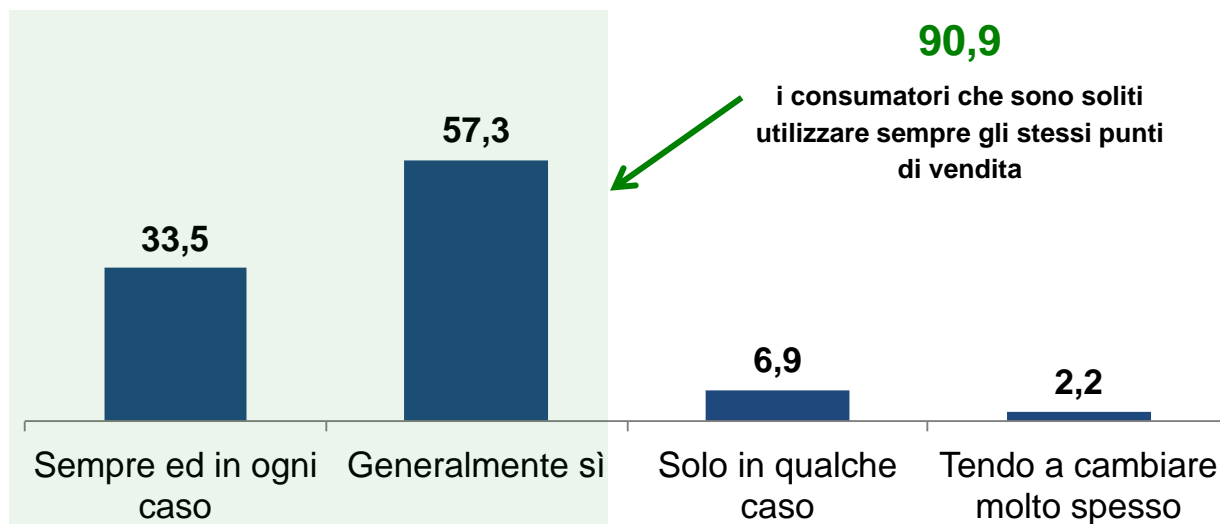
In "rosso" la frequenza di acquisto prevalente per ogni tipologia di negozio alimentare.

Base campione: filtrata in base alle tipologie di negozi utilizzate. Testo originale della domanda: Con quale frequenza Le capita di recarsi presso le seguenti tipologie di negozi per gli acquisti alimentari? I dati sono riportati all'universo.

comportamenti di acquisto | la fidelity dei consumatori

Frequenta per i suoi acquisti sempre gli stessi negozi?

(indifferentemente che si tratti di acquisti alimentari o di altri generi di prodotti)



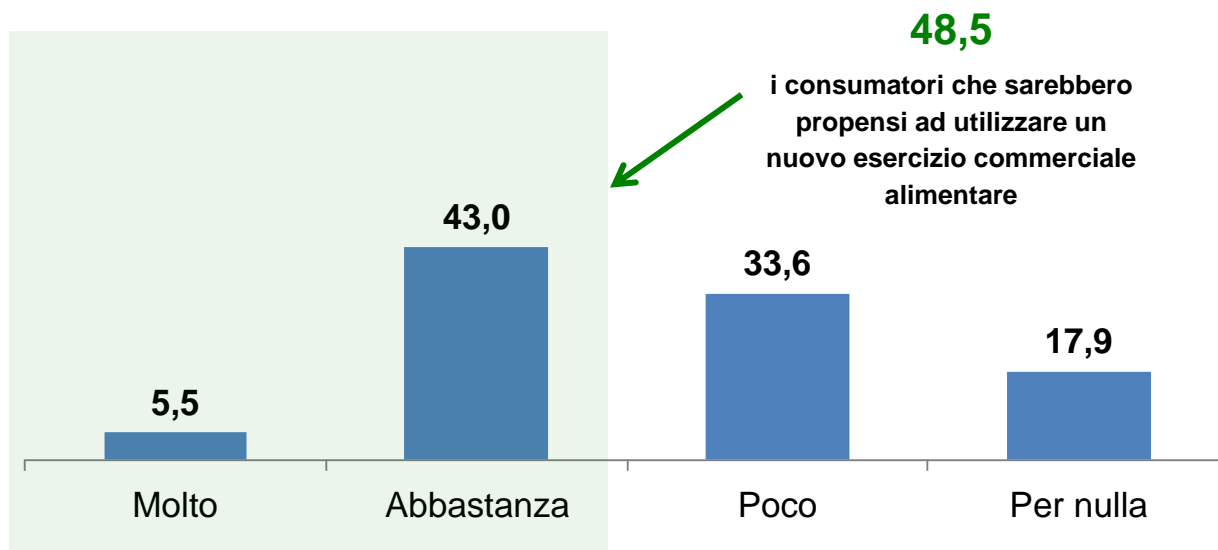
4. Frequenta per i suoi acquisti sempre gli stessi negozi?

	Totale	Comune					Sesso		Età						
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74
Sempre ed in ogni caso	33,5	42,8	31,7	29,8	38,9	31,8	31,9	35,1	29,7	27,9	20,1	42,0	40,4	35,0	40,7
Generalmente sì, ma soprattutto per gli acquisti alimentari	57,3	41,5	60,6	58,4	53,5	62,3	55,5	59,0	66,3	60,8	70,6	49,8	52,3	55,1	47,5
Solo in qualche caso, spesso tendo a provare nuovi esercizi commerciali per effettuare i miei acquisti	6,9	13,2	6,5	4,5	7,6	5,9	9,8	4,3	2,3	9,5	8,3	6,3	5,5	5,5	8,6
Tendo a cambiare molto spesso gli esercizi commerciali dei quali mi servo	2,2	2,5	1,2	7,3	0,0	0,0	2,8	1,6	1,7	1,8	,9	1,9	1,8	4,4	3,3
Totale	700	140	140	140	140	140	350	350	100	100	100	100	100	100	100

Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Frequenta per i suoi acquisti sempre gli stessi negozi? I dati sono riportati all'universo.

comportamenti di acquisto | la propensione al cambiamento

Quanto sarebbe propenso ad utilizzare un nuovo esercizio commerciale alimentare rispetto a quello che frequenta abitualmente?



5. Quanto sarebbe propenso ad utilizzare un nuovo esercizio commerciale alimentare rispetto a quello che frequenta abitualmente?

	Totale	Comune					Sesso		Età						
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74
Molto	5,5	4,8	6,0	6,8	6,4	,9	4,1	6,7	6,2	9,6	2,8	8,5	8,3	1,3	1,3
Abbastanza	43,0	43,6	44,1	36,0	44,5	47,4	47,8	38,7	58,6	48,8	53,1	49,7	43,0	23,2	23,6
Poco	33,6	27,0	32,1	39,4	35,7	34,2	34,8	32,5	13,0	30,5	30,3	27,5	36,6	55,3	37,1
Per nulla	17,9	24,6	17,8	17,8	13,4	17,6	13,3	22,1	22,2	11,1	13,8	14,3	12,1	20,2	38,0
Totale	700	140	140	140	140	140	350	350	100	100	100	100	100	100	100
"Molto" + "Abbastanza"	48,5	48,4	50,1	42,8	50,9	48,2	51,9	45,4	64,8	58,4	55,9	58,2	51,3	24,5	24,9

Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Quanto sarebbe propenso ad utilizzare un nuovo esercizio commerciale alimentare rispetto a quello che frequenta abitualmente? I dati sono riportati all'universo.

comportamenti di acquisto | gli spostamenti dei consumatori in fase di acquisto

I consumatori assumono comportamenti diversi a seconda si parli di acquisti alimentari o di altri generi di consumo. Nel primo caso appare evidente la tendenza a non allontanarsi dalla propria zona di riferimento (lo fa solo il 21,7% dei consumatori). Nel secondo, la situazione quasi si ribalta: poco meno del 70% è solito recarsi in un'altra città o paese per effettuare acquisti di prodotti non alimentari.

acquisti alimentari

21,7

i consumatori che si spostano per effettuare acquisti alimentari

4,3

17,4

78,3

Sì, sempre recandomi un'un'altra città / paese

Sì, qualche volta recandomi in un'altra città / paese

No mai, riesco a fare tutto nella mia zona

acquisti "non alimentari"

66,0

i consumatori che si spostano per effettuare acquisti di altro genere

25,0

41,0

34,0

Sì, sempre recandomi un'un'altra città / paese

Sì, qualche volta recandomi in un'altra città / paese

No mai, riesco a fare tutto nella mia zona

Base campione: 700 casi. **Testo originale della domanda:** Di solito si sposta per raggiungere il Suo esercizio commerciale di riferimento per gli acquisti alimentari? **I dati sono riportati all'universo.**

Base campione: 700 casi. **Testo originale della domanda:** Di solito si sposta per raggiungere il Suo esercizio commerciale di riferimento per acquistare altri generi di consumo non alimentari? **I dati sono riportati all'universo.**

comportamenti di acquisto | non tutti gradiscono e/o sono in grado di spostarsi per effettuare i propri acquisti

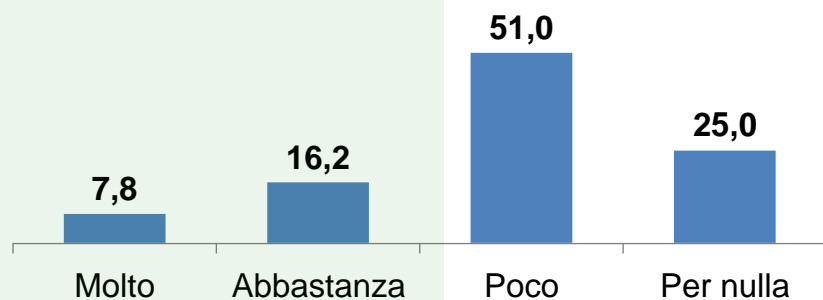
Un consumatore ogni quattro tra coloro che devono effettuare lunghi spostamenti, o comunque molta strada, per effettuare i propri acquisti alimentari preferirebbero farne volentieri a meno. Un dato di questo genere autorizza a **identificare nelle difficoltà di raggiungimento degli esercizi commerciali (e certamente anche il loro diradarsi sul territorio a causa della crisi) uno dei fattori di riduzione dei consumi.**

acquisti alimentari

(analisi presso il **21,7%** del campione)

24,0

i consumatori che considerano un peso spostarsi per effettuare acquisti alimentari

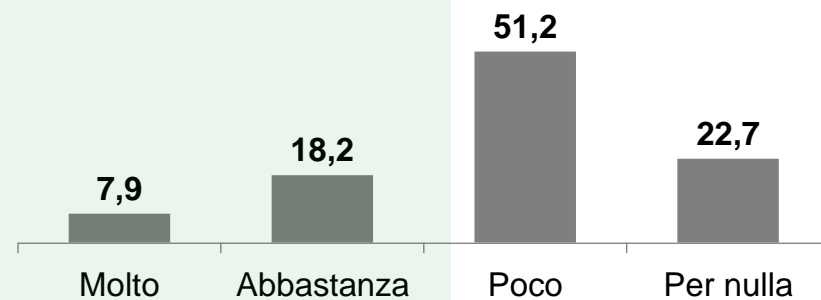


acquisti "non alimentari"

(analisi presso il **66,0%** del campione)

26,1

i consumatori che considerano un peso spostarsi per effettuare acquisti non alimentari

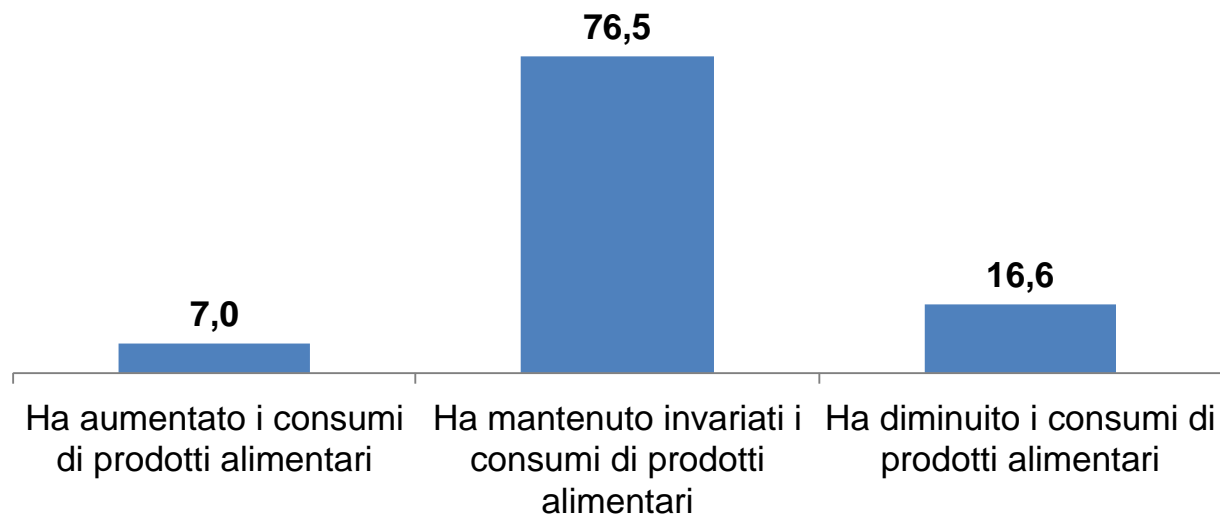


Base campione: 162 casi. Esclusivamente coloro che hanno dichiarato di spostarsi per raggiungere il proprio esercizio commerciale di riferimento per gli acquisti alimentari. **Testo originale della domanda:** Quanto Le pesa dovere effettuare lunghi spostamenti, o comunque molta strada, per effettuare i Suoi acquisti alimentari? **I dati sono riportati all'universo.**

Base campione: 355 casi. Esclusivamente coloro che hanno dichiarato di spostarsi per raggiungere il proprio esercizio commerciale di riferimento per gli acquisti non alimentari. **Testo originale della domanda:** Quanto Le pesa dovere effettuare lunghi spostamenti, o comunque molta strada, per effettuare i Suoi acquisti non alimentari? **I dati sono riportati all'universo.**

comportamenti di acquisto | la variazione dei consumi alimentari negli ultimi sei mesi

Negli ultimi mesi (primo semestre 2013), rispetto al primo semestre 2012, Lei direbbe che...?



-9,6

il saldo di coloro che hanno dichiarato che, nel primo semestre 2013, rispetto a dodici mesi prima, hanno aumentato i consumi di prodotti alimentari al netto di coloro che hanno dichiarato di averli diminuiti.

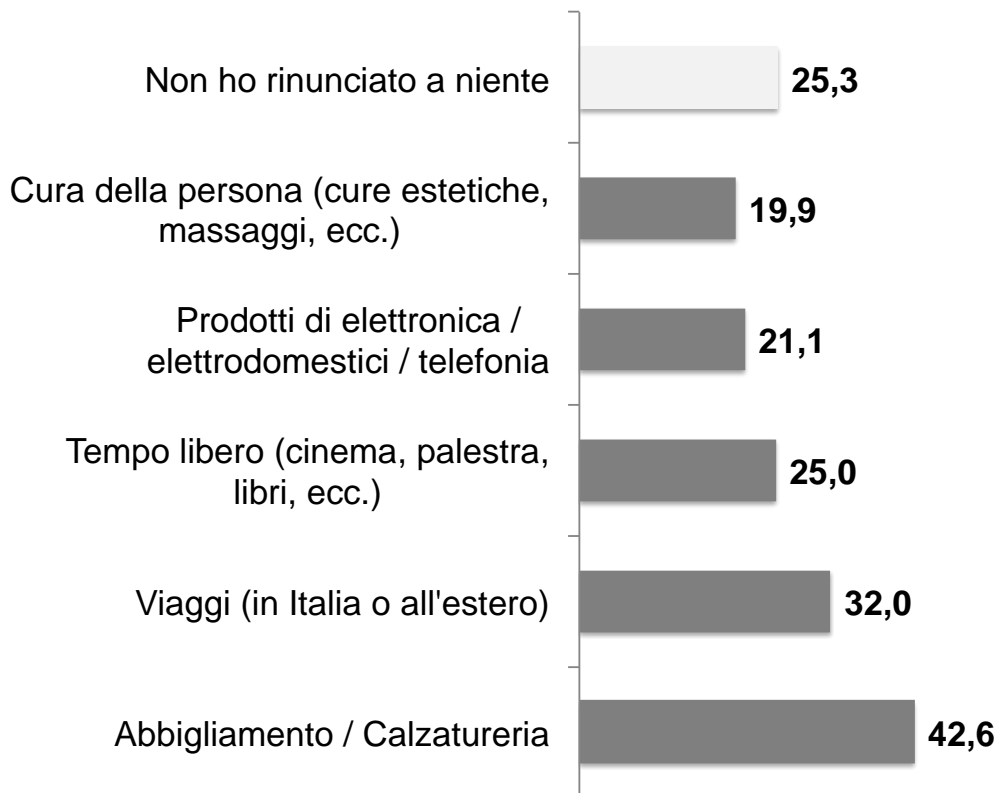
10. Negli ultimi mesi (primo semestre 2013), rispetto al primo semestre 2012, Lei direbbe che...?

	Totale	Comune					Sesso		Età						
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74
Ha aumentato i consumi di prodotti alimentari	7,0	10,6	6,2	3,5	8,0	11,4	7,8	6,3	0,0	6,2	8,6	13,8	5,3	5,3	4,0
Ha mantenuto invariati i consumi di prodotti alimentari	76,5	73,1	80,5	76,5	71,4	68,9	75,8	77,0	85,6	70,5	73,3	76,6	81,8	77,0	75,6
Ha diminuito i consumi di prodotti alimentari	16,6	16,4	13,3	20,0	20,6	19,7	16,4	16,7	14,4	23,3	18,1	9,7	13,0	17,7	20,5
Totale	700	140	140	140	140	140	350	350	100	100	100	100	100	100	100

Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Negli ultimi mesi (primo semestre 2013), rispetto al primo semestre 2012, Lei direbbe che...? I dati sono riportati all'universo.

comportamenti di acquisto | che cosa stanno rinunciando ad acquistare i consumatori

Negli ultimi mesi (primo semestre 2013), ha rinunciato ad acquistare...?



Tre consumatori su quattro hanno dichiarato di aver dovuto rinunciare ad un qualche genere di acquisto (non alimentare) nel periodo che va dal gennaio 2013 al giugno 2013.

Nello specifico, il 42,6% ha tagliato nell'ambito dell'abbigliamento e delle calzature, il 32,0% ha rinunciato a viaggiare (in Italia o all'estero), purtroppo uno ogni quattro si è visto costretto a contenere le proprie spese anche per quel che concerne il semplice tempo libero (ad esempio cinema, palestra, libri, etc.).

Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Negli ultimi mesi (primo semestre 2013), ha rinunciato ad acquistare...? I dati sono riportati all'universo.

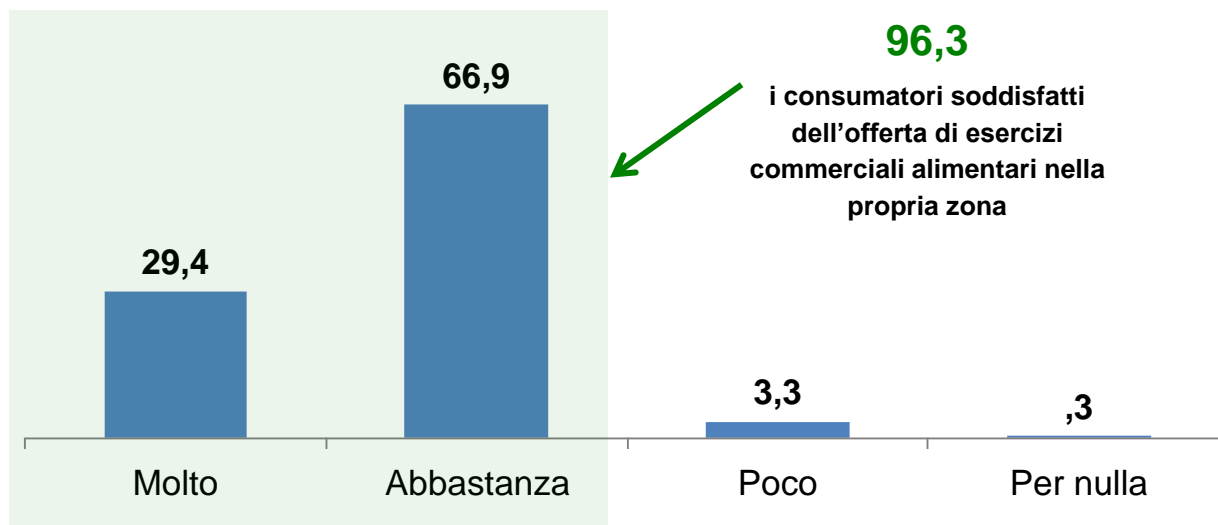
criteri di scelta | le principali motivazioni di scelta di un esercizio commerciale da parte dei consumatori

	Acquisti alimentari	(RANK)	Acquisti "non alimentari"	(RANK)	
Qualità dei prodotti *	53,1	(1)	44,1	(1)	} 80,0
Vicinanza a casa e/ o ufficio	42,2	(2)	19,2	(4)	
Prezzi concorrenziali	38,1	(3)	35,9	(2)	
Cortesìa del personale	14,5	(4)	14,0	(5)	
Ampiezza della scelta di prodotti	13,9	(5)	23,9	(3)	
Facilità di reperire i prodotti	9,0	(6)	9,0	(7)	} In un ipotetico ranking, le prime cinque, pur se in ordine differente, coincidono tra loro e spiegano da sole esattamente l'80,0% del fenomeno in questione.
Presenza di prodotti di marca	6,6	(7)	9,3	(6)	
Parcheggio	5,9	(8)	6,8	(8)	
Orari di apertura	5,0	(9)	3,2	(10)	
Velocità nell'acquisto	4,9	(10)	5,6	(9)	
Programma di carta fedeltà	2,7	(11)	0,2	(11)	
Presenza di prodotti locali	2,6	(12)			
Possibilità di pagare a fine mese	1,5	(13)			
Organizzazione e ordine	1,1	(14)			
Consegna a domicilio	0,3	(15)			
Possibilità di acquistare on-line	0,2	(16)	0,1	(13)	
Locale innovativo	0,1	(17)	0,2	(12)	
Possibilità di degustare	0,1	(18)			

* Per gli acquisti "alimentari" si intende la qualità dei prodotti freschi

criteri di scelta | il rapporto consumatore / territorio

Quanto è soddisfatto del territorio in cui vive, per quanto concerne la disponibilità, l'offerta, la presenza e la possibilità di frequentare gli esercizi commerciali alimentari?



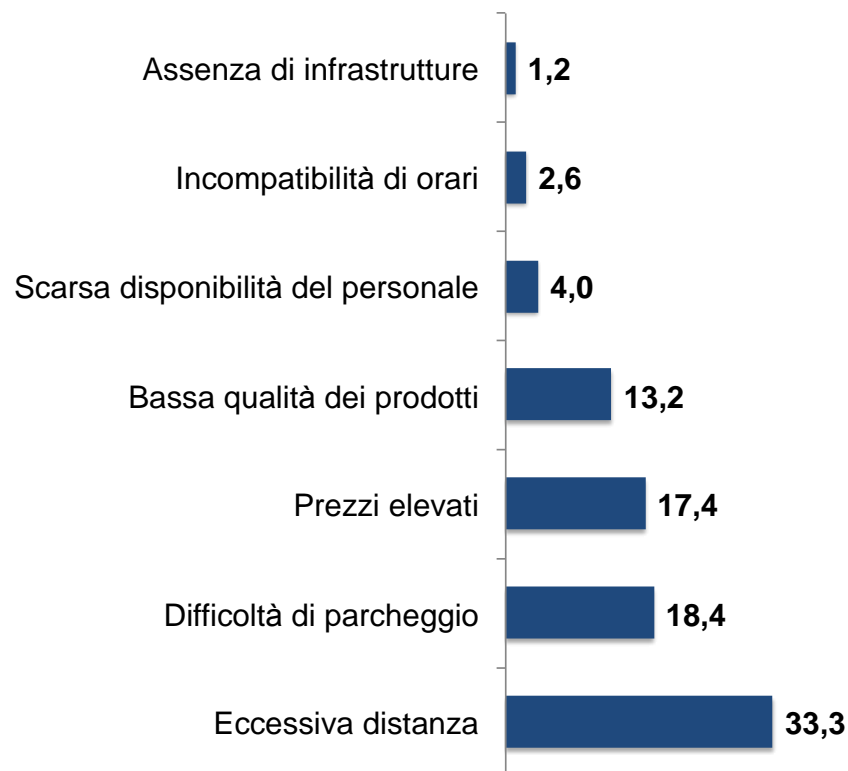
15. Quanto è soddisfatto del territorio in cui vive, per quanto concerne la disponibilità, l'offerta, la presenza e la possibilità di frequentare gli esercizi commerciali alimentari?

	Totale	Comune					Sesso		Età						
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74
Molto	29,4	26,2	33,4	32,3	17,5	25,9	28,3	30,5	22,4	36,5	26,4	35,1	35,9	20,9	23,5
Abbastanza	66,9	61,3	66,3	64,2	77,2	67,0	68,1	65,8	73,3	60,8	70,2	59,5	61,7	74,2	74,2
Poco	3,3	9,3	,4	3,5	5,3	7,0	3,2	3,4	4,3	1,4	3,4	5,4	2,4	3,8	2,4
Per nulla	,3	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	,4	,3	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0
Totale	700	140	140	140	140	140	350	350	100	100	100	100	100	100	100
"Molto" + "Abbastanza"	96,3	87,5	99,6	96,5	94,7	93,0	96,4	96,3	95,7	97,3	96,6	94,6	97,6	95,1	97,6

Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Quanto è soddisfatto del territorio in cui vive, per quanto concerne la disponibilità, l'offerta, la presenza e la possibilità di frequentare gli esercizi commerciali alimentari? I dati sono riportati all'universo.

criteri di scelta | gli ostacoli nella scelta di un esercizio commerciale

Quali sono i principali fattori che considera come ostacoli nella scelta di un esercizio commerciale?



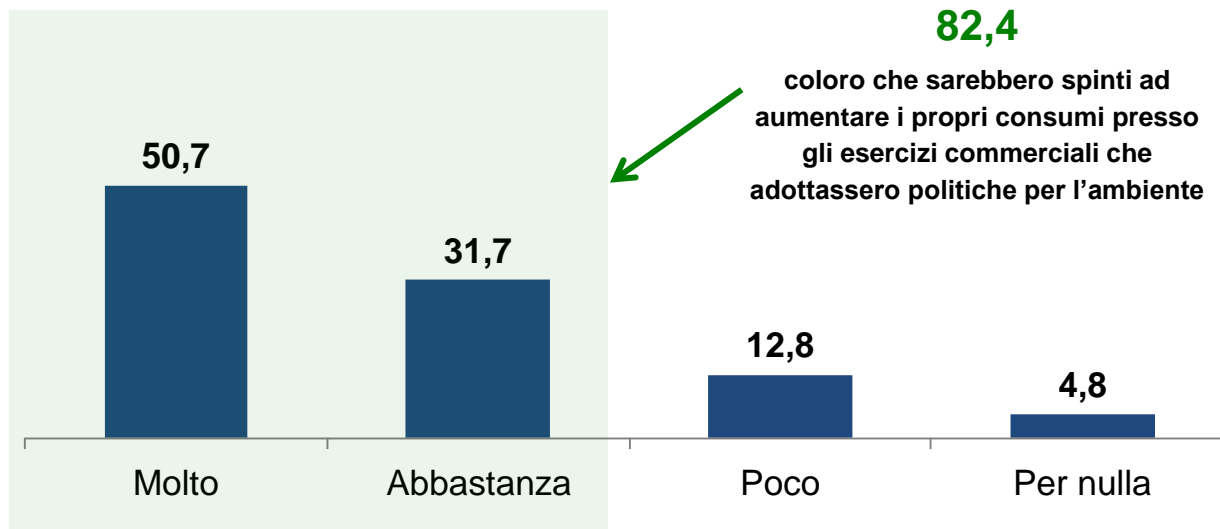
Un consumatore su tre considera l'eccessiva distanza una discriminante negativa al momento della scelta di un esercizio commerciale (indifferentemente dal fatto che si parli di generi alimentari che il contrario). Tale fatto, come visto in precedenza, è rafforzato anche dalla contenuta percentuale di acquirenti che è solita spostarsi per fare compere (e che probabilmente si trova costretto a farlo, pur contro voglia).

Ulteriori impedimenti risultano la difficoltà nel trovare un parcheggio (è così per il 18,4% dei consumatori) e la possibilità di scontrarsi con prezzi insostenibili (17,4% dei casi).

Base campione: 700 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **Testo originale della domanda:** Quali sono i principali fattori che considera come ostacoli nella scelta di un esercizio commerciale? **I dati sono riportati all'universo.**

criteri di scelta | i consumatori e la sostenibilità ambientale

Quanto ritiene importante una maggiore attenzione da parte degli esercizi commerciali alle tematiche dell'ambiente?



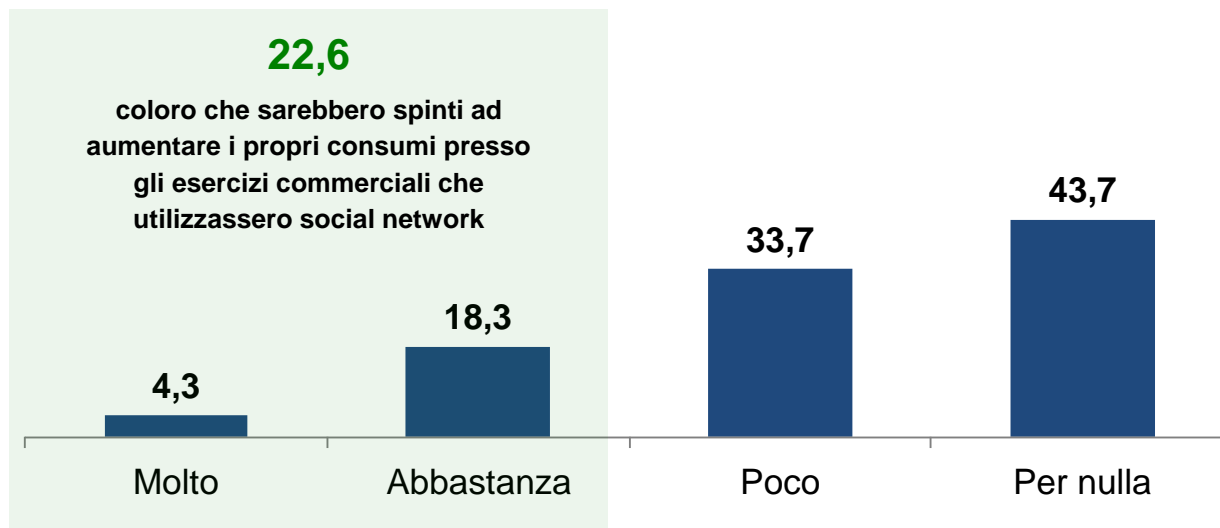
19. Quanto ritiene importante una maggiore attenzione da parte degli esercizi commerciali alle tematiche dell'ambiente, della sostenibilità, della cura dei prodotti a "Km 0", del "verde bio", anche pensando ad un aumento dei Suoi consumi presso gli esercizi commerciali che adottassero una politica del genere?

	Totale	Comune						Sesso		Età						
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74	
Molto	50,7	51,7	55,0	50,2	42,5	43,0	49,4	51,9	54,4	60,2	59,0	51,4	55,8	27,0	43,2	
Abbastanza	31,7	26,7	28,1	30,4	41,5	42,1	34,0	29,7	26,1	32,1	31,0	27,8	28,4	46,5	29,9	
Poco	12,8	16,9	12,5	12,5	11,8	11,9	11,2	14,3	17,8	5,9	9,5	9,2	13,6	22,2	16,9	
Per nulla	4,8	4,7	4,5	6,9	4,3	3,0	5,5	4,1	1,7	1,8	,6	11,7	2,2	4,2	10,0	
Totale	700	140	140	140	140	140	350	350	100	100	100	100	100	100	100	
"Molto" + "Abbastanza"	82,4	78,4	83,0	80,6	83,9	85,1	83,4	81,6	80,5	92,4	90,0	79,2	84,2	73,5	73,1	

Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Quanto ritiene importante una maggiore attenzione da parte degli esercizi commerciali alle tematiche dell'ambiente, della sostenibilità, della cura dei prodotti a "Km 0", del "verde bio", anche pensando ad un aumento dei Suoi consumi presso gli esercizi commerciali che adottassero una politica del genere? I dati sono riportati all'universo.

criteri di scelta | i consumatori ed i social network

Quanto ritiene importante una maggiore propensione da parte degli esercizi commerciali all'utilizzo di Social Network?



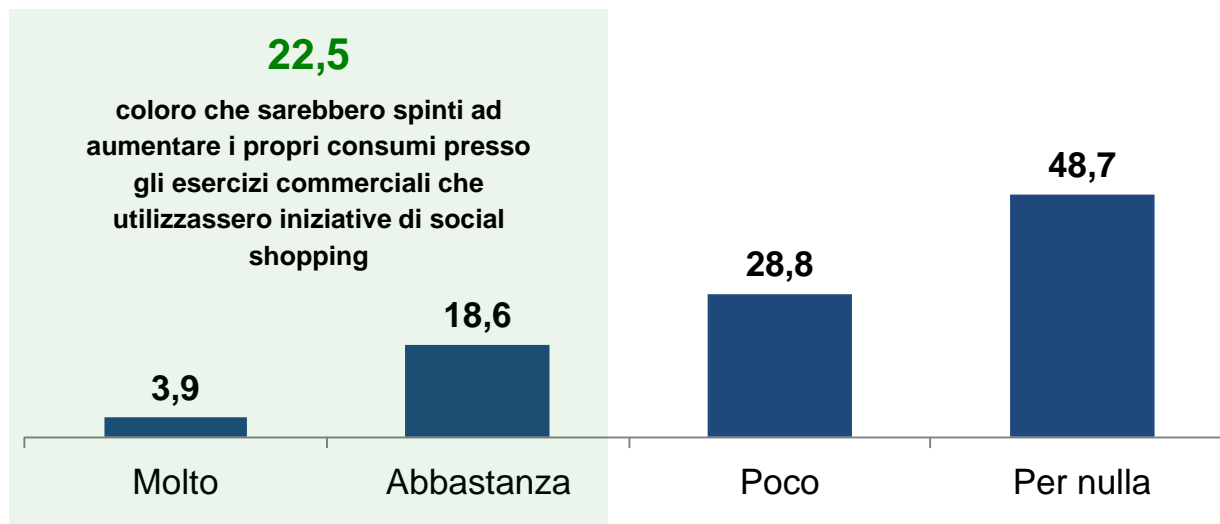
21. Quanto ritiene importante una maggiore propensione da parte degli esercizi commerciali all'utilizzo di Social Network (ovvero la possibilità di dialogare con la clientela tramite Facebook, Twitter, Google Plus, etc.), anche pensando ad un aumento dei Suoi consumi presso gli esercizi commerciali che adottassero una politica del genere?

	Totale	Comune					Sesso		Età						
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74
Molto	4,3	3,7	2,7	5,5	7,5	6,0	7,1	1,9	5,8	13,5	6,4	1,1	0,0	1,3	2,7
Abbastanza	18,3	20,9	14,8	17,6	32,6	13,6	19,0	17,6	41,1	35,5	9,9	21,6	6,9	12,5	12,1
Poco	33,7	36,6	34,1	32,9	26,3	39,6	36,9	30,8	44,6	27,9	51,2	32,5	37,3	16,9	23,0
Per nulla	43,7	38,8	48,4	44,0	33,6	40,8	37,0	49,8	8,5	23,1	32,5	44,8	55,8	69,4	62,3
Totale	700	140	140	140	140	140	350	350	100	100	100	100	100	100	100
"Molto"+ "Abbastanza"	22,6	24,6	17,6	23,1	40,0	19,6	26,1	19,5	46,9	49,0	16,3	22,7	6,9	13,8	14,7

Base campione: 700 casi. **Testo originale della domanda:** Quanto ritiene importante una maggiore propensione da parte degli esercizi commerciali all'utilizzo di Social Network (ovvero la possibilità di dialogare con la clientela tramite Facebook, Twitter, Google Plus, etc.), anche pensando ad un aumento dei Suoi consumi presso gli esercizi commerciali che adottassero una politica del genere? **I dati sono riportati all'universo.**

criteri di scelta | i consumatori e le iniziative di social shopping

Quanto ritiene importante una maggiore propensione da parte degli esercizi commerciali alla partecipazione ad iniziative di social shopping?



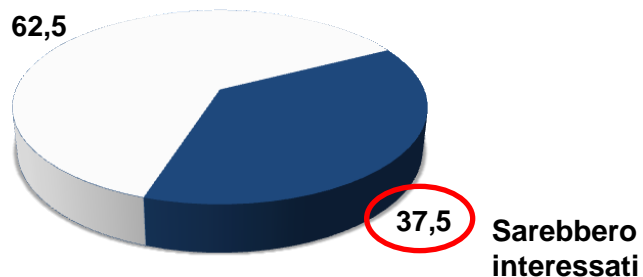
22. Quanto ritiene importante una maggiore propensione da parte degli esercizi commerciali alla partecipazione ad iniziative di social shopping (Groupon, Groupalia, etc), anche pensando ad un aumento dei Suoi consumi presso gli esercizi commerciali che adottassero una politica del genere?

	Totale	Comune						Sesso		Età						
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74	
Molto	3,9	6,9	2,7	6,0	3,2	3,3	3,8	4,0	15,0	8,2	3,1	1,9	,6	3,0	1,3	
Abbastanza	18,6	23,0	16,0	13,5	28,0	21,6	21,4	16,0	34,3	40,7	16,0	18,2	6,4	14,1	7,3	
Poco	28,8	30,6	27,4	31,7	26,5	31,2	35,2	23,1	37,0	25,9	33,5	33,7	35,6	22,2	13,1	
Per nulla	48,7	39,5	53,8	48,8	42,3	43,8	39,6	56,9	13,7	25,2	47,4	46,2	57,5	60,6	78,3	
Totale	700	140	140	140	140	140	350	350	100	100	100	100	100	100	100	
"Molto"+ "Abbastanza"	22,5	29,9	18,8	19,5	31,2	24,9	25,2	20,0	49,3	48,9	19,1	20,1	6,9	17,1	8,6	

Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Quanto ritiene importante una maggiore propensione da parte degli esercizi commerciali alla partecipazione ad iniziative di social shopping (Groupon, Groupalia, etc), anche pensando ad un aumento dei Suoi consumi presso gli esercizi commerciali che adottassero una politica del genere? I dati sono riportati all'universo.

criteri di scelta | attese dei consumatori

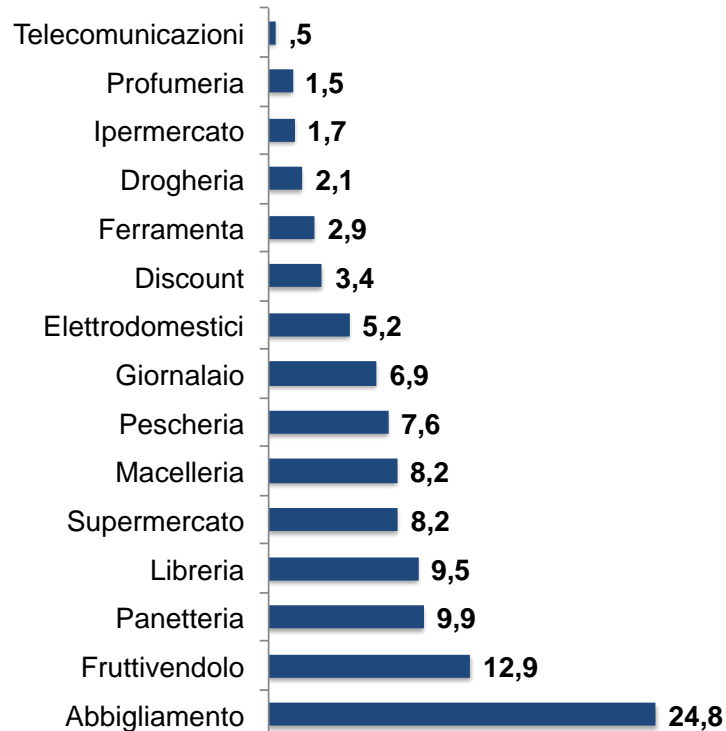
Le piacerebbe avere a portata di mano un negozio al dettaglio che al momento non esiste?



Quasi quattro consumatori su dieci dichiarano che sarebbe auspicabile la presenza di almeno una tipologia di esercizio al dettaglio che, al momento, nella propria zona non c'è. La massima preferenza in assoluto la registrano i negozi dell'abbigliamento. La pensa così circa il 25% dei rispondenti che, coerentemente con quanto espresso, sono spesso costretti ad allontanarsi dalla propria zona di riferimento soprattutto per effettuare acquisti di prodotti non alimentari.

Quale tipologia di negozio al dettaglio, più di altri, le piacerebbe avere a portata di mano?

(Analisi effettuata presso il 37,5% dei consumatori)



Base campione: 700 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **Testo originale della domanda:** Quale tipologia di negozio al dettaglio, più di altri, Le piacerebbe avere a portata di mano (vicino casa e/o all'ufficio) rispetto alla situazione attuale? **I dati sono riportati all'universo.**

sviluppo e territorio | livello di conoscenza del centro commerciale naturale “sviluppo e territorio”

Il 10,3% dei consumatori dichiara di essere a conoscenza dell'esistenza del Centro Commerciale Naturale “Sviluppo e Territorio”. A livello territoriale appare giustificata la maggiore notorietà presso i cittadini residenti nel comune di Pordenone (13,0%) ma di rilievo anche la quota di conoscitori nel comune di Sacile (11,2%). La più ampia diffusione del centro commerciale è evidente specialmente presso gli uomini (13,5% contro il 7,4% delle donne) e presso le fasce d'età più giovani (dai 25 ai 44 anni).

Conosce Sviluppo e Territorio?



10,3 Conoscono Sviluppo e Territorio

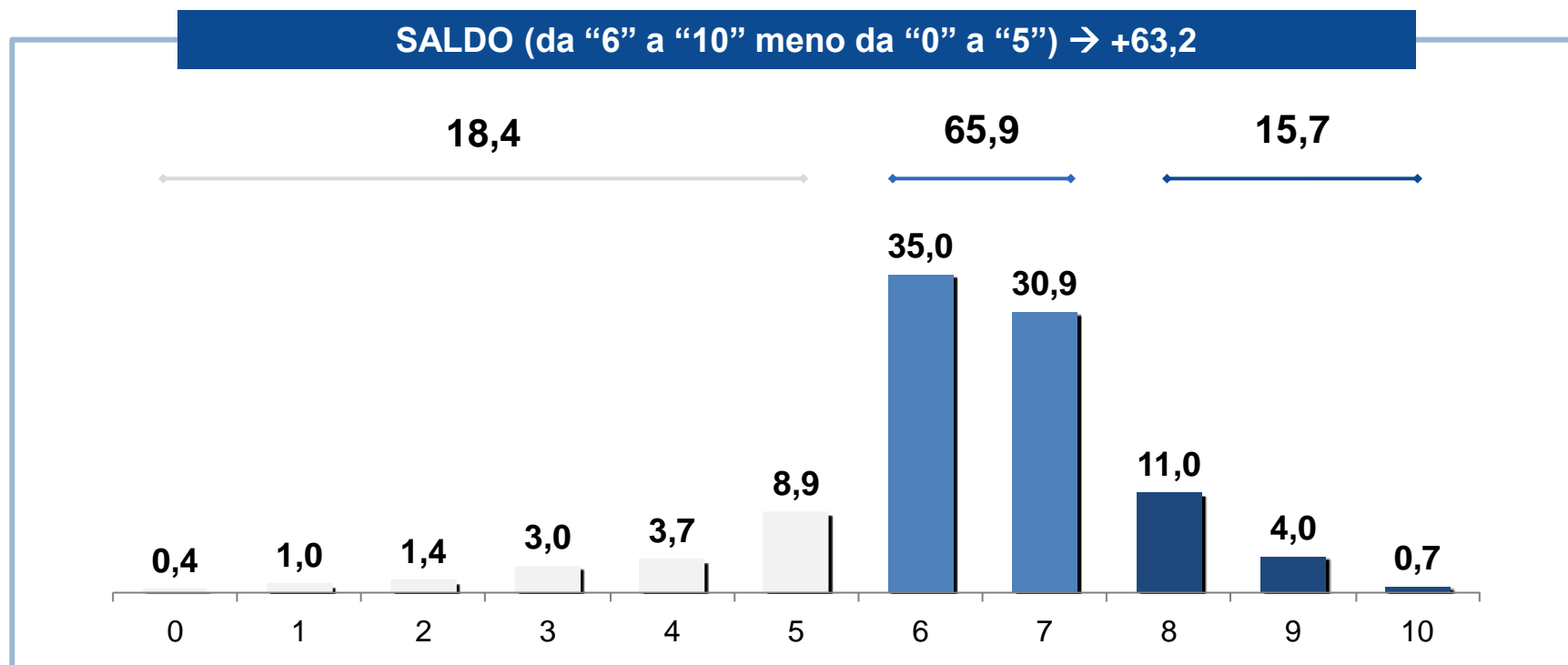
... il profilo dei conoscitori

- **Consumatori di Pordenone**
- **Uomini**
- **Tra i 25 e 44 anni**

Base campione: 700 casi. **Testo originale della domanda:** Sviluppo e Territorio è un'associazione per il rilancio dei centri urbani e per migliorare, anche attraverso la city card, i servizi di supporto ai consumatori. Opera già da tempo a Pordenone e sta cominciando la propria azione anche a Sacile, San Vito al Tagliamento, Spilimbergo e Maniago. Conosce Sviluppo e Territorio? **I dati sono riportati all'universo.**

sviluppo e territorio | overall satisfaction

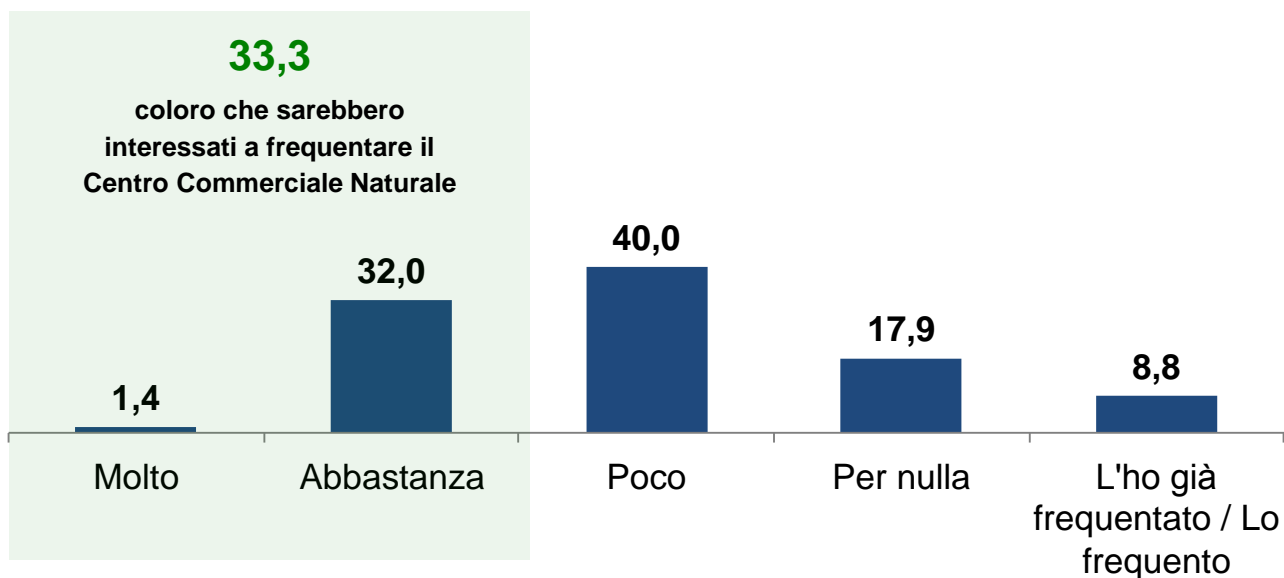
Il giudizio complessivo su “Sviluppo e Territorio”, ovvero quanto è probabile che i consumatori raccomandino tale Centro Naturale Commerciale ad altri consumatori, è risultato decisamente **positivo**. Misurato su una scala da “0” (max negativo) a “10” (max positivo), i consumatori che hanno espresso un valore compreso tra “8” e “10” sono risultati il 15,7%, quelli che hanno espresso un giudizio tra “6” e “7” sono risultati il 65,9%, mentre quelli che hanno espresso un giudizio negativo (0-5) sono risultati il 18,4%. Il saldo è pari a +63,2.



Base campione: 63 casi. Esclusivamente coloro che hanno dichiarato di conoscere “Sviluppo e Territorio”. **Testo originale della domanda:** Quanto è soddisfatto di “Sviluppo e Territorio”, ossia quanto è probabile, da zero a dieci, che Lei raccomandi tale Centro Naturale Commerciale? (0-5=non raccomanda; 6-7=indifferente; 8-10=raccomanderebbe). **I dati sono riportati all’universo.**

sviluppo e territorio | il centro commerciale naturale come punto di attrazione

Se non l'ha già fatto, essendo al corrente dell'esistenza di tale Centro Commerciale Naturale "Sviluppo e Territorio", questo la incuriosirebbe a frequentarlo...?



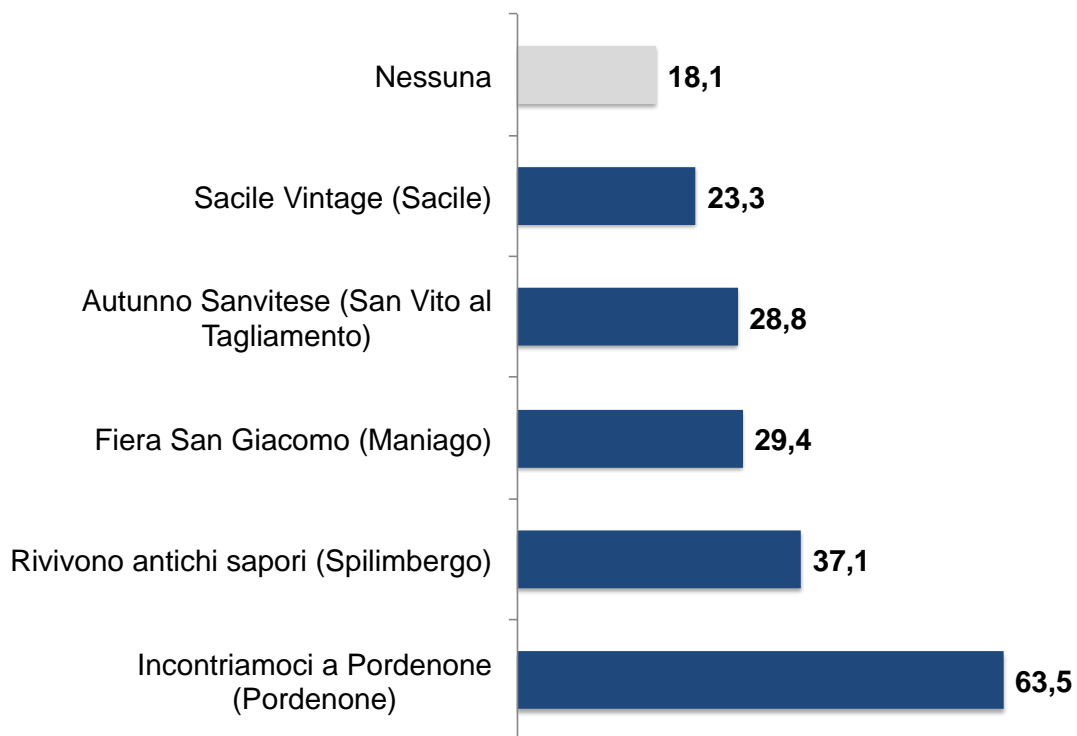
26. Se non l'ha già fatto, essendo al corrente dell'esistenza di tale Centro Commerciale Naturale "Sviluppo e Territorio", questo la incuriosirebbe a frequentarlo...

	Totale	Comune					Sesso		Età						
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74
Molto	1,4	1,5	,7	4,2	0,0	,9	1,0	1,6	7,6	0,0	1,8	,5	1,8	,6	0,0
Abbastanza	32,0	28,8	29,6	33,7	43,3	28,5	27,3	36,3	25,2	48,3	42,6	36,5	33,4	16,7	10,1
Poco	40,0	31,9	44,5	42,0	23,4	46,3	43,4	37,0	49,5	31,1	30,7	45,4	43,5	43,4	43,1
Per nulla	17,9	16,0	18,0	15,4	17,6	15,0	15,5	18,9	17,6	18,7	18,7	17,0	15,6	17,0	20,0
L'ho già frequentato / Lo frequento	8,8	21,8	7,2	4,7	15,7	9,4	12,8	6,2	0,0	1,9	6,3	0,6	5,7	22,3	26,7
Totale	700	140	140	140	140	140	350	350	100	100	100	100	100	100	100
"Molto" + "Abbastanza"	33,3	33,3	30,3	30,3	37,9	43,3	29,3	28,3	37,9	32,8	48,3	44,4	37,0	35,2	17,3

Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Se non l'ha già fatto, essendo al corrente dell'esistenza di tale Centro Commerciale Naturale "Sviluppo e Territorio", questo la incuriosirebbe a frequentarlo...? I dati sono riportati all'universo.

manifestazioni locali | il livello di notorietà delle principali manifestazioni locali

Conosce le seguenti manifestazioni organizzate dalla Ascom di Pordenone?



Oltre otto consumatori ogni dieci conoscono almeno una tra le manifestazioni organizzate dalla Ascom di Pordenone.

Di queste, la più nota in assoluto è risultata “Incontriamoci a Pordenone” (63,5%), seguita a distanza dall’evento di Spilimbergo “Rivivono antichi sapori” (37,1%).

Molto più distanziate la “Fiera di San Giacomo” (29,4%), “Autunno Sanvitese” (28,8%), “Sacile Vintage” (23,3%).

Base campione: 700 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **Testo originale della domanda:** Conosce le seguenti manifestazioni organizzate dalla Ascom di Pordenone? **I dati sono riportati all’universo.**

manifestazioni locali | il livello di soddisfazione “alto” verso le principali manifestazioni di confcommercio ascom pordenone

Malgrado risulti molto elevata la varianza tra la conoscenza delle varie manifestazioni organizzate dalla Confcommercio Ascom di Pordenone, lo stesso non può certo dirsi per il livello di soddisfazione verso ognuna di esse, che risulta infatti piuttosto elevato. **In sintesi la conoscenza delle diverse manifestazioni è risultata bassa in alcuni casi, molto alta, in altri casi. La soddisfazione dei consumatori verso le manifestazioni è risultata tuttavia sempre e in ogni caso molto elevata.**

Analisi della conoscenza e della soddisfazione verso le manifestazioni organizzate dalla Ascom di Pordenone

manifestazione	conoscenza	detrattori	passivi	promotori	indice CS
Incontriamoci a Pordenone (Pordenone)	63,5	8,6	31,1	60,3	51,7
Rivivono antichi sapori (Spilimbergo)	37,1	5,5	33,9	60,5	55,0
Fiera San Giacomo (Maniago)	29,4	7,0	34,7	58,3	51,3
Autunno Sanvitese (San Vito al Tagliamento)	28,8	6,5	36,4	57,1	50,6
Sacile Vintage (Sacile)	23,3	4,3	34,2	61,5	57,2

Il livello di soddisfazione dei consumatori è stato calcolato in funzione di su una scala da “0” (max negativo) a “10” (max positivo).
 I consumatori che hanno espresso un valore compreso tra “8” e “10” sono stati considerati **“promotori”**; i consumatori che hanno espresso un valore tra “6” e “7” sono **“passivi”**; i consumatori che hanno espresso un valore tra “0” e “5” sono stati considerati **“detrattori”**.
 L’indice di Customer Satisfaction (**Indice CS**) è stato costruito calcolando il saldo tra i promotori meno i detrattori.

Base campione: filtrata per ogni manifestazione conosciuta. **Testo originale della domanda:** Quanto si ritiene soddisfatto delle seguenti manifestazioni organizzate dalla Ascom di Pordenone? **I dati sono riportati all’universo.**

saldi estivi | i consumatori che hanno approfittato dei saldi dell'estate 2013

Brusco calo della percentuale di acquisti in saldo in occasione dell'estate 2013. Soltanto il 58,4% dei consumatori ne ha approfittato nel luglio/agosto 2013. Il fenomeno, pur non evidenziando particolari differenziazioni a livello territoriale, è risultato più evidente presso il comune di Pordenone (59,3%) e meno presso il comune di San Vito al Tagliamento (50,1%). Come prevedibile la tendenza ha caratterizzato maggiormente le donne (60,0% contro il 52,9% degli uomini) e principalmente le fasce d'età centrali (dai 35 ai 54 anni) raggiungendo, solo in questi casi, anche punte di circa il 70,0%.

Ha approfittato dei saldi dell'estate 2013?



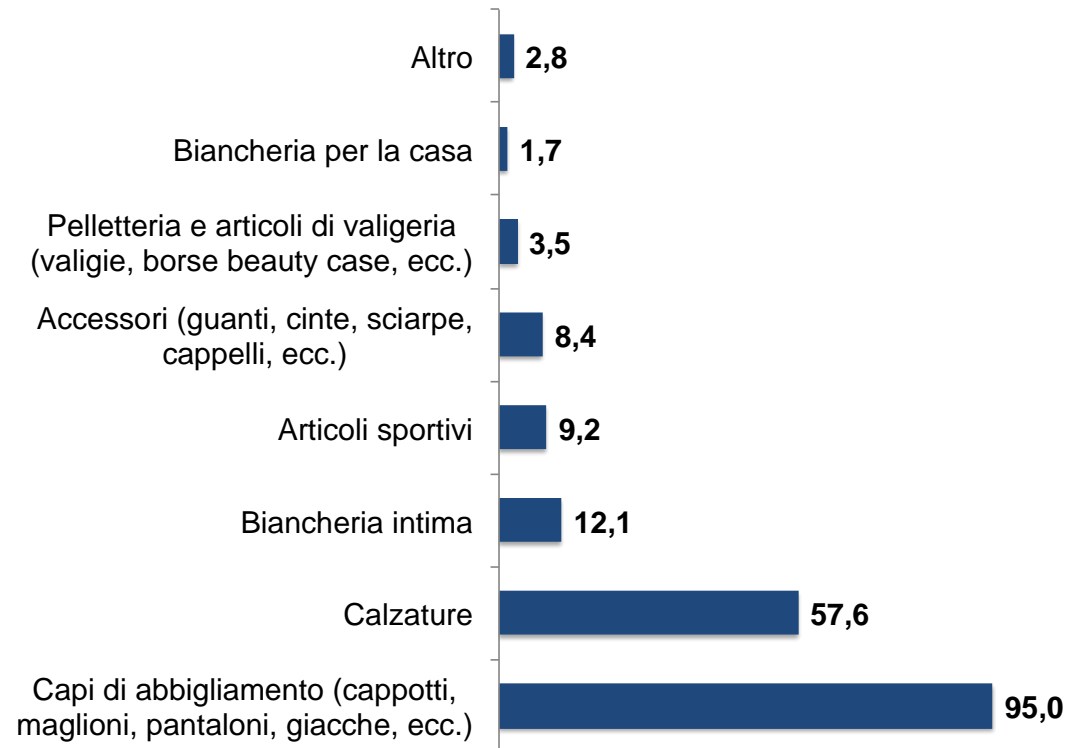
Base campione: 700 casi. Testo originale della domanda: Ha approfittato dei saldi dell'estate 2013? I dati sono riportati all'universo.

Base campione: 408 casi. Esclusivamente coloro che hanno dichiarato di aver approfittato dei saldi nell'estate 2013. Testo originale della domanda: Ha effettuato gli acquisti presso...? I dati sono riportati all'universo.

saldi estivi | i prodotti maggiormente acquistati in occasione dei saldi dell'estate 2013

Quali sono i prodotti che ha acquistato?

(Analisi effettuata presso il **58,4%** dei consumatori, ovvero presso coloro che hanno acquistato in saldo nell'estate 2013)



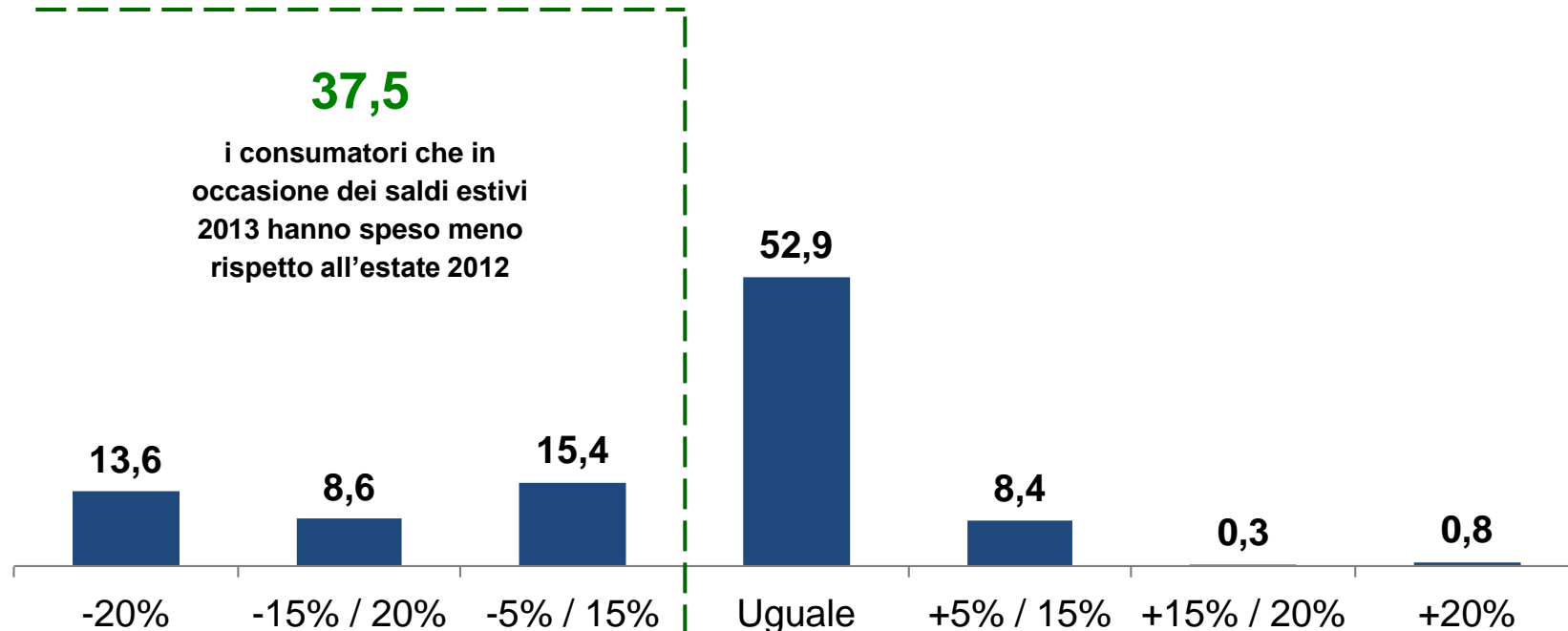
Tra i consumatori che hanno approfittato dei saldi dell'estate 2013, la quasi totalità (95%) ha acquistato capi di abbigliamento (es. cappotti, maglioni, pantaloni, giacche, etc), quasi sei su dieci hanno acquistato calzature, il 12,1% capi di biancheria intima, il 9,2% articoli sportivi, l'8,4% accessori vari (guanti, cinte, sciarpe, cappelli, etc), il 3,5% pelletteria e articoli di valigeria (valigie, borse, beauty case, etc), l'1,7% capi di biancheria per la casa.

Base campione: 408 casi. Esclusivamente coloro che hanno dichiarato di aver approfittato dei saldi nell'estate 2013. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **Testo originale della domanda:** Quali sono i prodotti che ha acquistato? **I dati sono riportati all'universo.**

saldi estivi | la variazione della spesa media

Tra i consumatori che hanno approfittato dei saldi dell'estate 2013, quasi quattro su dieci hanno speso, in media, meno rispetto a dodici mesi prima. Appare ancor più evidente il calo del fenomeno soprattutto se si considera che soltanto il 9,5% (meno di uno su dieci) ha dichiarato di aver destinato una cifra maggiore per gli acquisti. Circa il 53% infine ha mantenuto sostanzialmente invariati i parametri di spesa, confermando di fatto il comportamento assunto in occasione dell'estate 2012.

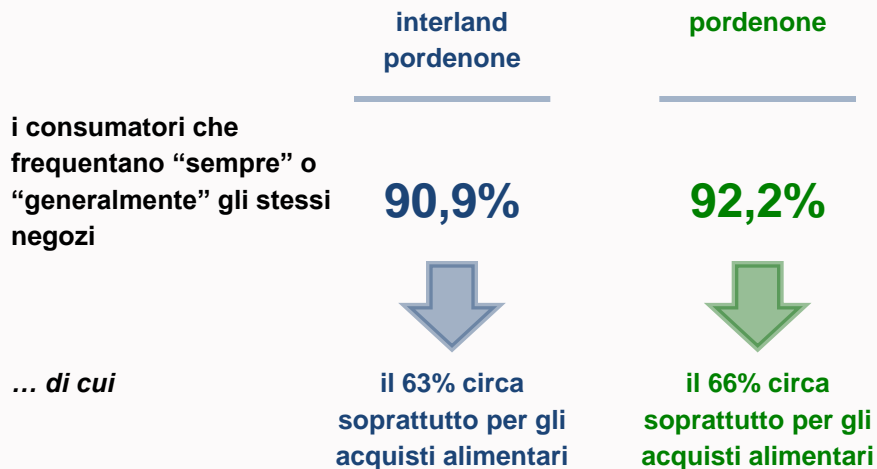
Rispetto all'estate 2012, in occasione dei saldi estivi 2013 Lei ha speso...?



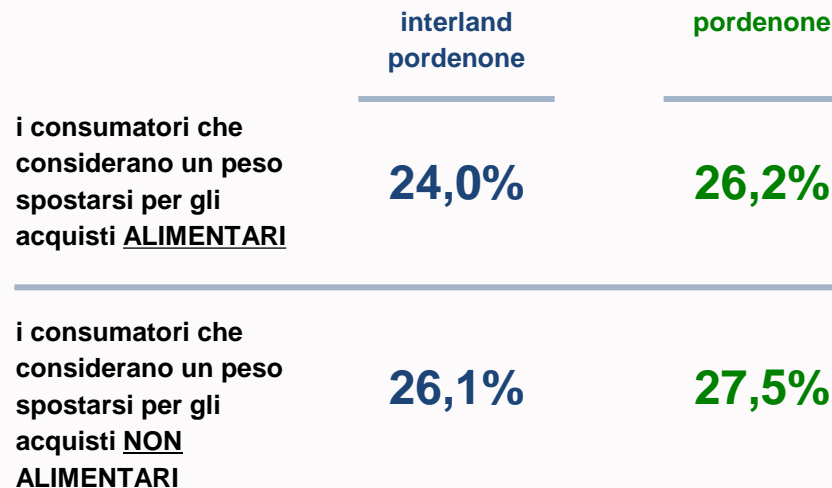
Base campione: 408 casi. Esclusivamente coloro che hanno dichiarato di aver approfittato dei saldi nell'estate 2013. **Testo originale della domanda:** Rispetto all'estate 2012, in occasione dei saldi estivi 2013 Lei ha speso...? **I dati sono riportati all'universo.**

focus di approfondimento | pordenone

la fidelity dei consumatori



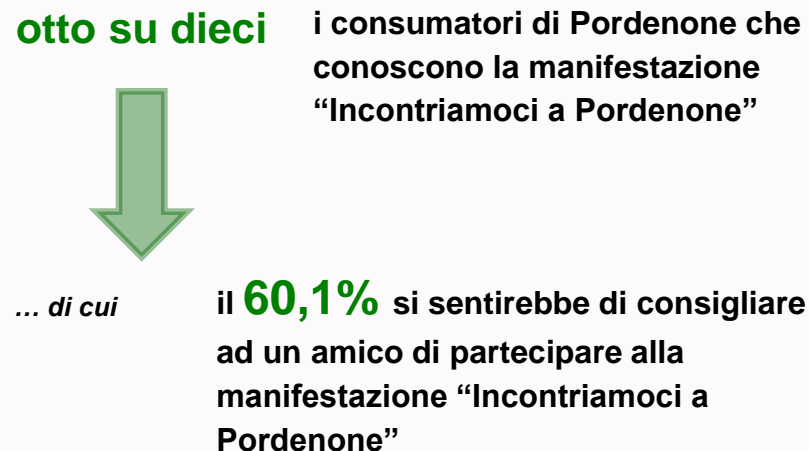
gli spostamenti dei consumatori



la presenza di esercizi commerciali



le principali manifestazioni locali



focus di approfondimento | maniago

la scelta dei negozi alimentari

- 1) la qualità dei prodotti freschi
- 2) la vicinanza a casa e/o ufficio
- 3) i prezzi

- Sono questi le tre principali motivazioni di scelta di un negozio alimentare per il **66,2%** dei consumatori dell'interland di Pordenone.
- Nel comune di Maniago è così per il **67,0%**.

gli spostamenti dei consumatori

	interland pordenone	maniago
i consumatori che si spostano per effettuare acquisti <u>ALIMENTARI</u>	21,7%	28,8%
i consumatori che si spostano per effettuare acquisti <u>NON ALIMENTARI</u>	66,0%	66,0%

gli esercizi più frequentati per gli acquisti alimentari

- 1) supermercato
- 2) negozio non specializzato
- 3) mercato rionale

- Sono questi i tre principali esercizi alimentari frequentati dai consumatori (**56%** nell'interland di Pordenone).
- Nel comune di Maniago la percentuale risulta essere **la medesima**.

le principali manifestazioni locali

otto su dieci

i consumatori di Maniago che conoscono la manifestazione "Fiera San Giacomo"



... di cui

il **59,2%** si sentirebbe di consigliare ad un amico di partecipare alla manifestazione "Fiera San Giacomo"

focus di approfondimento | sacile

la scelta dei negozi NON alimentari

- 1) la qualità dei prodotti
 - 2) i prezzi
 - 3) la scelta dei prodotti
- Sono questi le tre principali motivazioni di scelta di un negozio NON alimentare per il **60,6%** dei consumatori dell'interland di Pordenone.
 - Nel comune di Sacile è così per il **60,2%**.

i consumi NON alimentari

... i consumatori che nei primi sei mesi del 2013 hanno rinunciato ad acquistare...

	interland pordenone	sacile
prodotti di abbigliamento	42,6%	37,8%
viaggi	32,0%	27,0%
cinema, palestra, libri, ecc	25,0%	18,7%

gli esercizi più frequentati per gli acquisti NON alimentari

- 1) negozio specializzato
 - 2) centro commerciale
 - 3) negozio non specializzato
- Sono questi i tre principali esercizi NON alimentari frequentati dai consumatori (**93,3%** nell'interland di Pordenone).
 - Nel comune di Sacile è così per l' **89,7%**.

le principali manifestazioni locali

sei su dieci

i consumatori di Sacile che conoscono la manifestazione "Sacile Vintage"

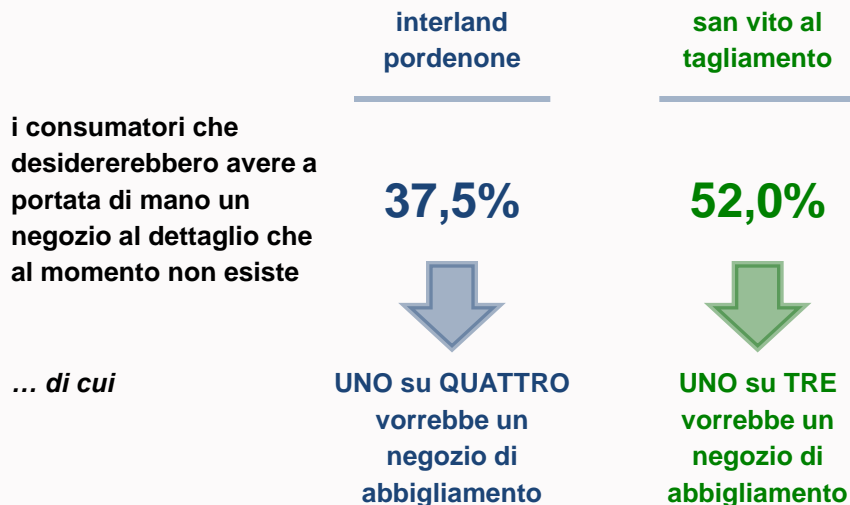


... di cui

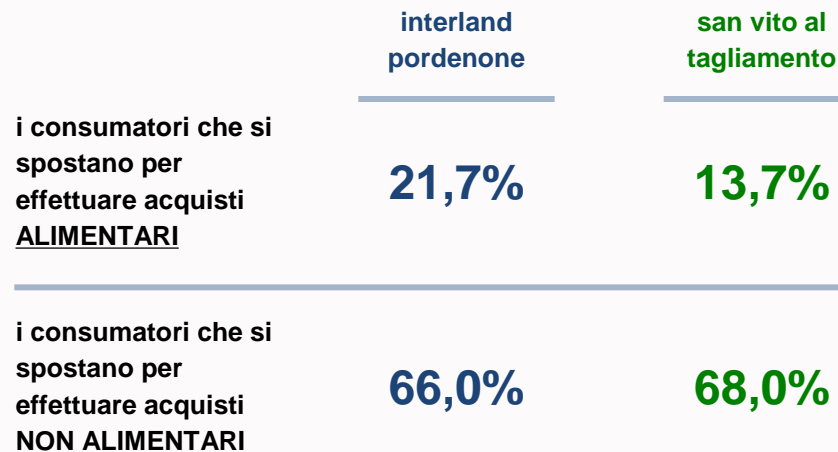
il **65,4%** si sentirebbe di consigliare ad un amico di partecipare alla manifestazione "Sacile Vintage"

focus di approfondimento | san vito al tagliamento

la presenza di esercizi commerciali



gli spostamenti dei consumatori



gli ostacoli nella scelta di un negozio

- 1) la distanza
 - 2) il parcheggio
 - 3) i prezzi
- Sono questi i tre principali fattori di ostacolo per il **69,0%** dei consumatori dell'interland di Pordenone.
 - Nel comune di San Vito al Tagliamento è così per l' **80,7%**.

le principali manifestazioni locali

sette su dieci i consumatori di San Vito al Tagliamento che conoscono la manifestazione "Autunno Sanvitese"

... di cui il **64,1%** si sentirebbe di consigliare ad un amico di partecipare alla manifestazione "Autunno Sanvitese"

focus di approfondimento | flash spilimbergo

la presenza di esercizi commerciali

	interland pordenone	spilimbergo
i consumatori che desidererebbero avere a portata di mano un negozio al dettaglio che al momento non esiste	37,5%	36,0%
... di cui	UNO su QUATTRO vorrebbe un negozio di abbigliamento	UNO su TRE vorrebbe un negozio di abbigliamento

gli spostamenti dei consumatori

	interland pordenone	spilimbergo
i consumatori che si spostano per effettuare acquisti <u>ALIMENTARI</u>	21,7%	35,0%
i consumatori che si spostano per effettuare acquisti <u>NON ALIMENTARI</u>	66,0%	66,7%

i consumi alimentari

... i consumatori che nel 2013 hanno...	interland pordenone	spilimbergo
... <u>aumentato</u> i consumi dei propri prodotti alimentari	7,0%	11,4%
... <u>mantenuto invariati</u> i consumi dei propri prodotti alimentari	76,5%	68,9%
... <u>diminuito</u> i consumi dei propri prodotti alimentari	16,6%	19,7%

le principali manifestazioni locali

nove su dieci	i consumatori di Spilimbergo che conoscono la manifestazione "Rivivono antichi sapori"
... di cui	il 66,0% si sentirebbe di consigliare ad un amico di partecipare alla manifestazione "Rivivono antichi sapori"

focus di approfondimento | livello di conoscenza della scuola dei “mosaicisti del friuli”

Oltre il 90% della popolazione residente nel comune di Spilimbergo conosce la “Scuola dei Mosaicisti del Friuli” ed è consapevole del fatto che l’ingresso ad essa sia libero con la possibilità di visitare i laboratori di mosaico e la galleria di opere esposte. Di questi, ben otto su dieci hanno dichiarato di averla già visitata.

È a conoscenza del fatto che l’ingresso alla scuola è libero?

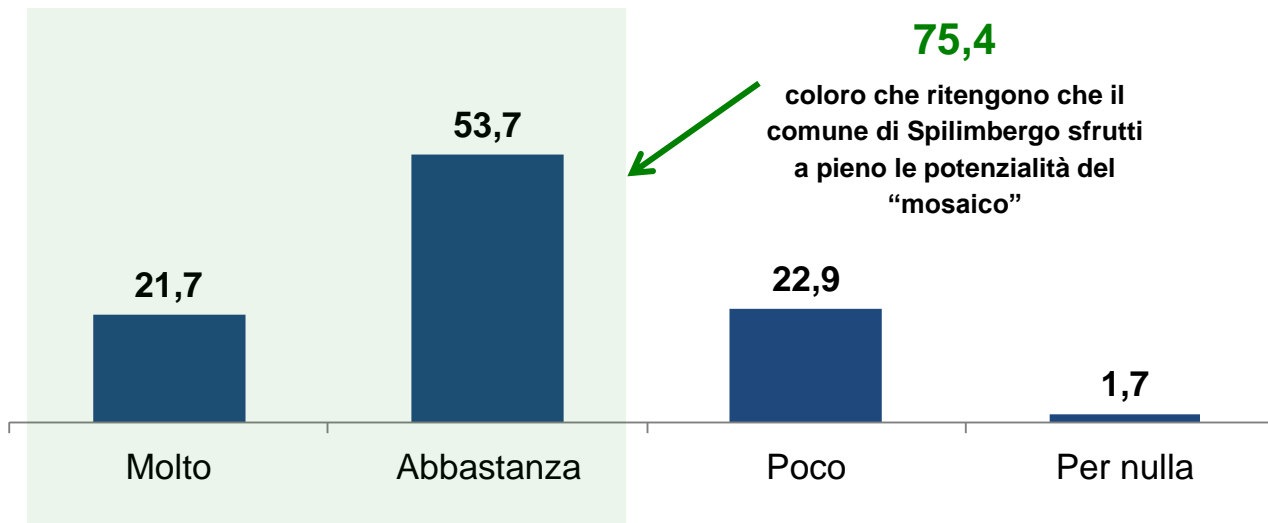


Base campione: 140 casi. Esclusivamente i residenti nel comune di Spilimbergo. **Testo originale della domanda:** Spilimbergo è sede della “Scuola dei Mosaicisti del Friuli”. È a conoscenza del fatto che l’ingresso alla Scuola è libero e che vi è la possibilità di visitare i laboratori di mosaico e la ricca galleria di opere in essa esposte? **I dati sono riportati all’universo.**

Base campione: 120 casi. Esclusivamente i residenti nel comune di Spilimbergo. **Testo originale della domanda:** Lei ha mai avuto modo di apprezzare le opere della “Scuola dei Mosaicisti del Friuli” al suo interno o in spazi espositivi ad essa dedicati? **I dati sono riportati all’universo.**

focus di approfondimento | la cultura come valorizzazione della città

Quanto ritiene che il mosaico e tutto ciò che attorno ad esso gravita sia effettivamente sfruttato per valorizzare la città?



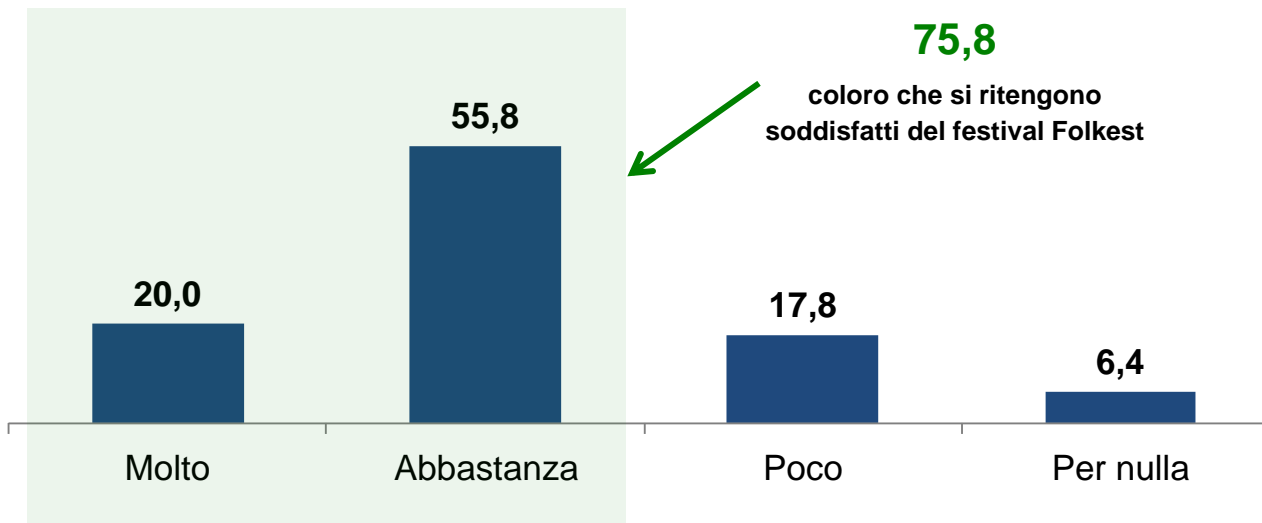
32c. Spilimbergo è anche conosciuta come "Città del Mosaico". Quanto ritiene che il mosaico e tutto ciò che attorno ad esso gravita sia effettivamente sfruttato per valorizzare la città?

	Totale	Comune				Sesso		Età							
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74
Molto	21,7					21,7	30,0	14,0	40,0	0,0	30,6	35,0	10,0	29,4	13,3
Abbastanza	53,7					53,7	54,3	53,2	20,0	50,6	69,4	60,0	70,0	18,8	63,3
Poco	22,9					22,9	14,0	31,2	29,2	49,4	0,0	0,0	20,0	51,8	23,3
Per nulla	1,7					1,7	1,7	1,7	10,8	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	0,0
Totale	140					140	70	70	20	20	20	20	20	20	20
"Molto" + "Abbastanza"	75,4					75,4	84,3	67,1	60,0	50,6	100,0	95,0	80,0	48,2	76,7

Base campione: 140 casi. Esclusivamente i residenti nel comune di Spilimbergo. **Testo originale della domanda:** Spilimbergo è anche conosciuta come "Città del Mosaico". Quanto ritiene che il mosaico e tutto ciò che attorno ad esso gravita sia effettivamente sfruttato per valorizzare la città? **I dati sono riportati all'universo.**

focus di approfondimento | il folkest come momento di promozione per la città

Quanto è soddisfatto dal Folkest intendendolo non solo come festival della musica ma anche come momento di promozione per Spilimbergo?



32d. Quanto è soddisfatto dal Folkest intendendolo non solo come festival della musica ma anche come momento di promozione per Spilimbergo?

	Totale	Comune				Sesso		Età							
		Maniago	Pordenone	Sacile	San Vito	Spilimbergo	Maschio	Femmina	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	Oltre 74
Molto	20,0					20,0	18,2	21,7	20,0	20,0	30,2	14,9	20,0	20,0	13,3
Abbastanza	55,8					55,8	52,3	59,1	70,8	40,0	39,6	65,1	50,0	60,0	76,7
Poco	17,8					17,8	26,4	9,7	9,2	40,0	20,4	10,1	10,0	20,0	10,0
Per nulla	6,4					6,4	3,1	9,5	0,0	0,0	9,8	9,9	20,0	0,0	0,0
Totale	140					140	70	70	20	20	20	20	20	20	20
"Molto" + "Abbastanza"	75,8					75,8	70,5	80,8	90,8	60,0	69,8	80,0	70,0	80,0	90,0

Base campione: 140 casi. Esclusivamente i residenti nel comune di Spilimbergo. Testo originale della domanda: Quanto è soddisfatto dal Folkest intendendolo non solo come festival della musica ma anche come momento di promozione per Spilimbergo? I dati sono riportati all'universo.

LE PMI IN ITALIA ED IL LORO APPORTO ALL'ECONOMIA

A fine ottobre 2012 l'ISTAT ha presentato uno studio sullo stato delle imprese italiane e della loro competitività aggiornato a fine 2010. Il valore di tale ricerca è significativo: permette di avere una situazione d'insieme in pieno periodo di crisi e conferma come le Piccole Medie Imprese rappresentino il **tessuto imprenditoriale portante dell'economia italiana**.

Sono infatti il **94.8%** le imprese di piccole dimensioni con un numero di addetti **inferiore a 10 unità**. Il numero medio di dipendenti, su un totale di **4.372.143 aziende** è di 3.8, ossia **meno di 4 lavoratori per impresa**.

Il valore aggiunto generato complessivamente è pari a **708 miliardi di euro**, con un totale per occupato pari a 42.4 mila euro, contro un costo del lavoro di 34 mila euro ed una retribuzione lorda media pari a 24.4 mila euro.

Le PMI con meno di 10 dipendenti, oltre a rappresentare la stragrande maggioranza delle imprese nazionali, coinvolgono il 47.8 della forza lavoro nazionale e generano il 31.9% del valore aggiunto.

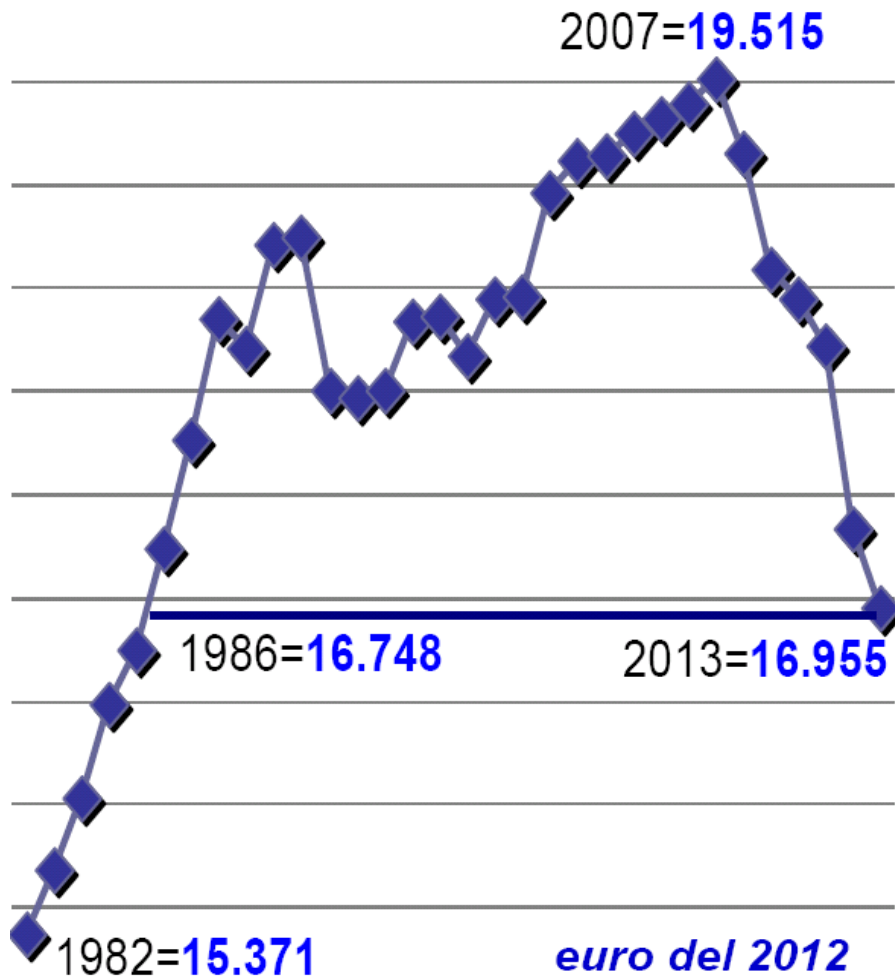
La situazione attuale

	2011	2012	var. ass.	var. %	
Reddito disp. reale pro capite (*)	18.216	17.337	-879	-4,8	
Consumi reali pro capite (*)	16.654	15.920	-734	-4,4	
Debito pubblico (a)	121,0	127,9	6,9	5,7	
altri confronti su base mensile					
Fiducia delle famiglie	96,4	85,7	-10,7	-11,1	nov.11-dic.12
Fiducia delle imprese	86,1	75,4	-10,7	-12,4	nov.11-dic.12
Differenza BTP-BUND (b)	476	356	-120	-25,4	dic.11-set.12
Tassi bancari attivi (c)	11,02	11,31	0,3	2,6	dic.11-set.12
Indebitamento netto (d)	-3,8	-3,0	0,9	-33,3	IVtrim11-IIItrim12

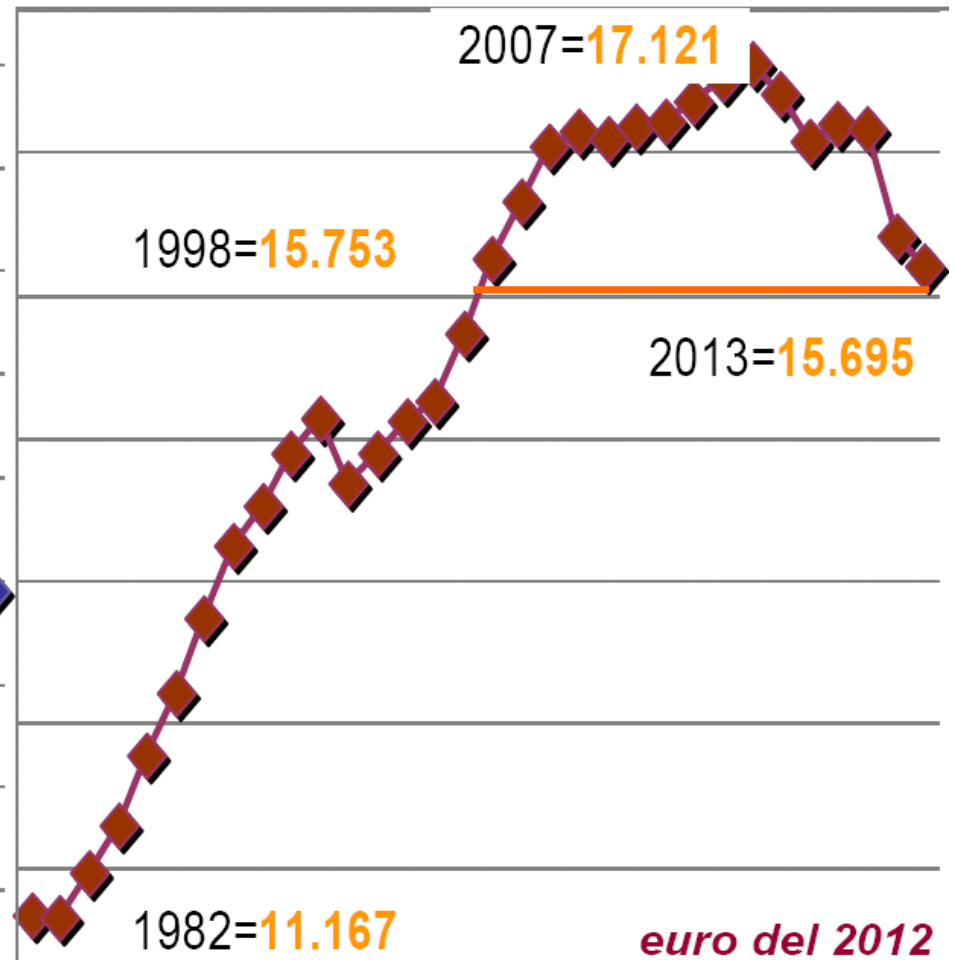
(*) euro a prezzi costanti del 2012

La caduta dei redditi e dei consumi

il reddito disponibile reale pro capite: indietro di 27 anni



i consumi reali pro capite: indietro di 15 anni



35

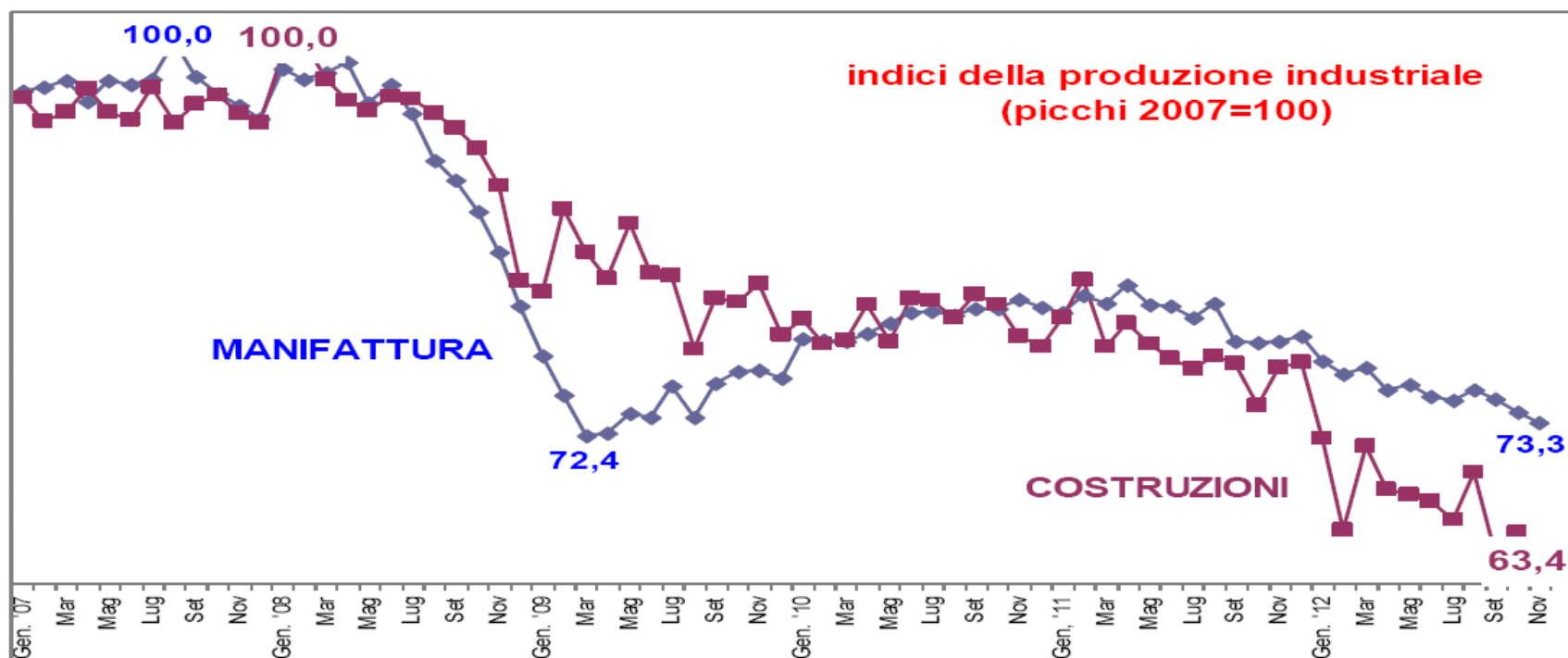
35

Spread reali (2012)

Anni di attesa per sentenza di fallimento e di insolvenza	Prezzi dell'energia elettrica per le imprese (con accise, al netto di iva)																
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Italia</td> <td style="text-align: right; color: red;">1,8</td> </tr> <tr> <td>Francia</td> <td style="text-align: right;">1,9</td> </tr> <tr> <td>Germania</td> <td style="text-align: right;">1,2</td> </tr> <tr> <td>Regno Unito</td> <td style="text-align: right;">1,0</td> </tr> </table>	Italia	1,8	Francia	1,9	Germania	1,2	Regno Unito	1,0	<p style="text-align: center;"><i>euro per 100 kWh</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Italia</td> <td style="text-align: right;">16,5</td> </tr> <tr> <td>Eurozona</td> <td style="text-align: right;">12,1</td> </tr> <tr> <td>diff. Italia-Eurozona (%)</td> <td style="text-align: right; color: red;">35,6</td> </tr> </table>	Italia	16,5	Eurozona	12,1	diff. Italia-Eurozona (%)	35,6		
Italia	1,8																
Francia	1,9																
Germania	1,2																
Regno Unito	1,0																
Italia	16,5																
Eurozona	12,1																
diff. Italia-Eurozona (%)	35,6																
Giorni di attesa della sentenza per far rispettare un contratto	Giorni di attesa per il pagamento dei crediti della PA verso le imprese																
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Italia</td> <td style="text-align: right; color: red;">1210</td> </tr> <tr> <td>Francia</td> <td style="text-align: right;">390</td> </tr> <tr> <td>Germania</td> <td style="text-align: right;">394</td> </tr> <tr> <td>Regno Unito</td> <td style="text-align: right;">399</td> </tr> </table>	Italia	1210	Francia	390	Germania	394	Regno Unito	399	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Italia</td> <td style="text-align: right; color: red;">180</td> </tr> <tr> <td>Francia</td> <td style="text-align: right;">65</td> </tr> <tr> <td>Germania</td> <td style="text-align: right;">36</td> </tr> <tr> <td>Regno Unito</td> <td style="text-align: right;">43</td> </tr> </table>	Italia	180	Francia	65	Germania	36	Regno Unito	43
Italia	1210																
Francia	390																
Germania	394																
Regno Unito	399																
Italia	180																
Francia	65																
Germania	36																
Regno Unito	43																

Nati-mortalità delle imprese

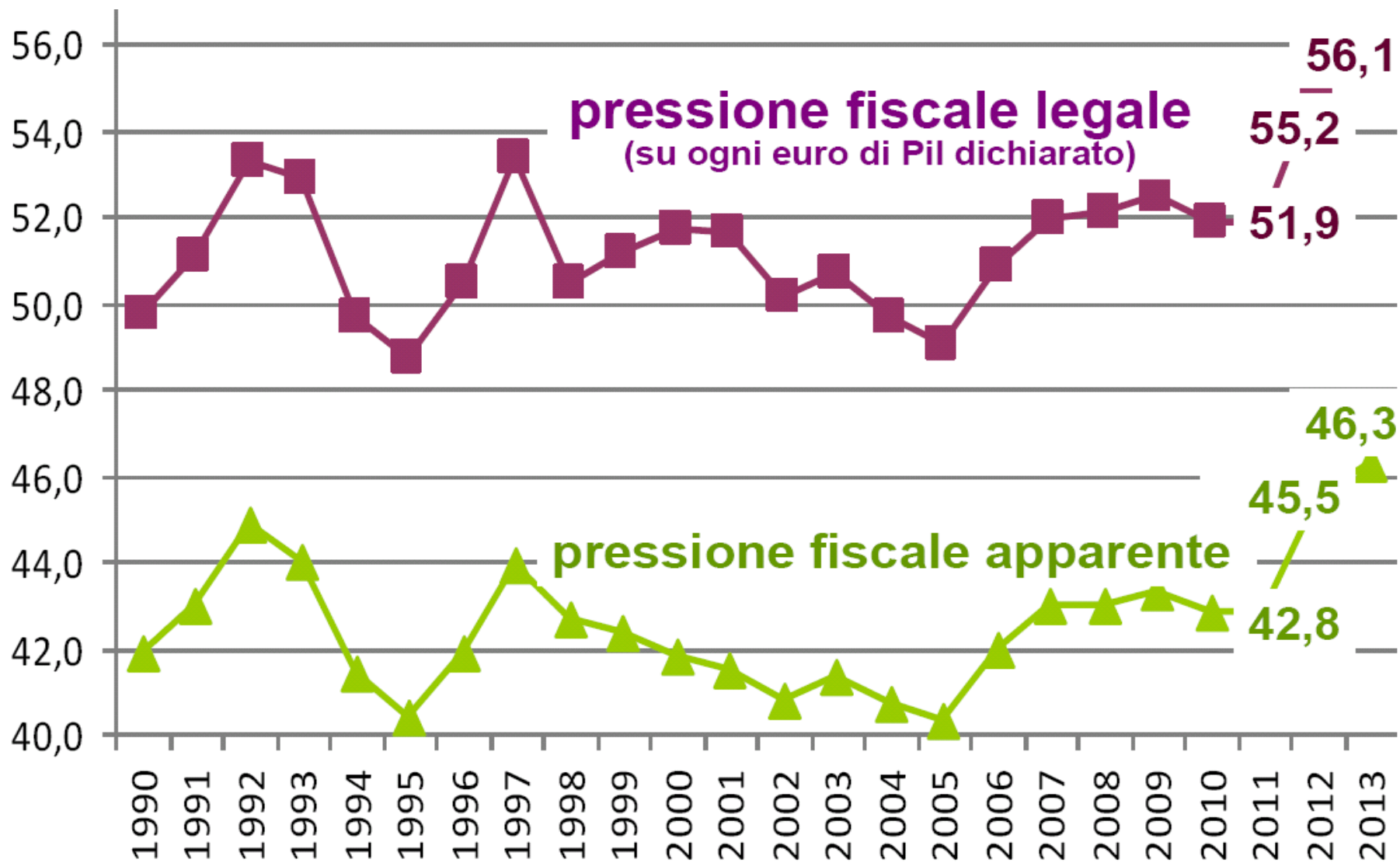
	2011 (genn.-sett.)			2012 (genn. - sett.)		
	iscrizioni	cessazioni	saldo	iscrizioni	cessazioni	saldo
Servizi di mercato (e artig.)	115.198	156.545	-41.347	115.703	168.937	-53.234
Artigianato (manif+costruz)	34.867	45.046	-10.179	32.064	48.976	-16.912



	PROVINCIA DI PORDENONE						
	2012			2013 (gen. - feb.)			CESSAZIONI AL 31.12.13 (Proiezione)
	ISCRITTE	CESSATE	SALDO	ISCRITTE	CESSATE	SALDO	
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	127	199	-72	73	175	-102	-1.050
Servizi di alloggio e ristorazione	88	153	-65	12	53	-41	-318
TOTALE	215	352	-137	85	228	-143	-1.368

	REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA						
	2012			2013 (gen. - feb.)			
	ISCRITTE	CESSATE	SALDO	ISCRITTE	CESSATE	SALDO	
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	1017	1695	-678	202	629	-427	
Servizi di alloggio e ristorazione	383	633	-250	61	189	-128	
TOTALE	1.400	2.328	-928	263	818	-555	

	ITALIA						
	2012			2013 (gen. - feb.)			
	ISCRITTE	CESSATE	SALDO	ISCRITTE	CESSATE	SALDO	
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	71.286	108.321	-37.035	11.379	33.087	-21.708	
Servizi di alloggio e ristorazione	17.535	27.691	-10.156	2.295	7.675	-5.380	
TOTALE	88.821	136.012	-47.191	13.674	40.762	-27.088	

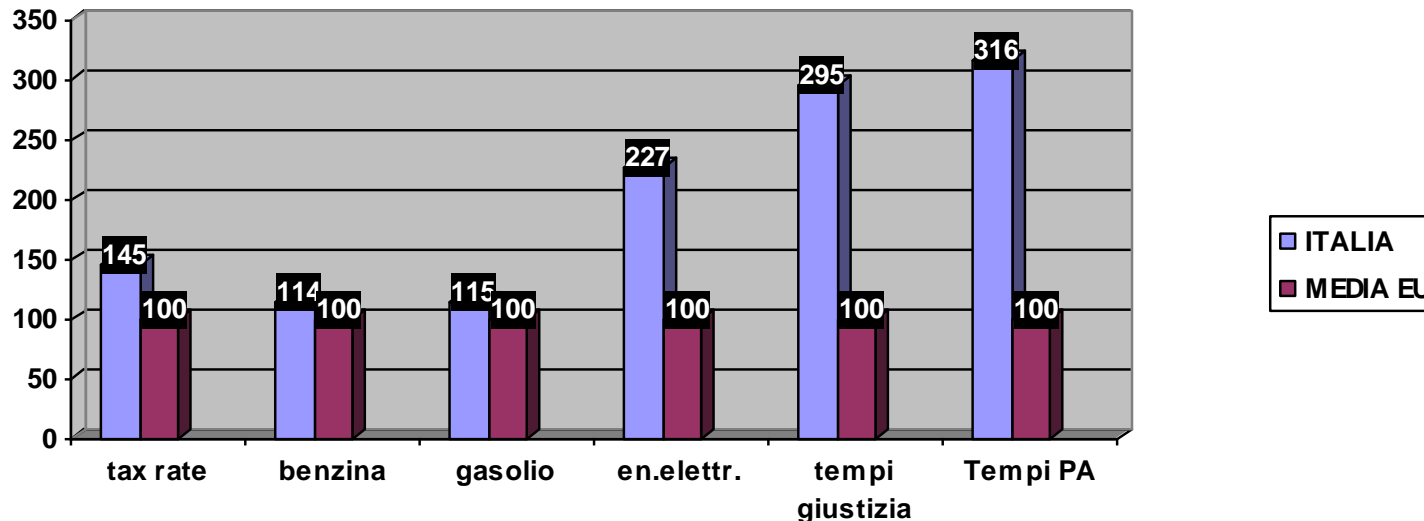


Il peso degli extracosti delle imprese italiane

Ma quali sono gli extracosti delle imprese italiane?

Prendendo a riferimento i paesi europei a noi più comparabili, ossia Francia, Germania, Regno Unito e Spagna, si rileva questa situazione: fatto 100 il costo “europeo”, le imprese italiane pagano 114 la benzina, 115 il gasolio, 227 l’energia elettrica, 295 i tempi della giustizia civile e 316 quelli della pubblica amministrazione.

Quanto all’imposizione totale sul profitto commerciale (il cosiddetto Ttr: total tax rate), siamo a livello 145 (fatta 100 l’aliquota media degli altri quattro paesi, la nostra è quasi del 45 per cento più alta!).



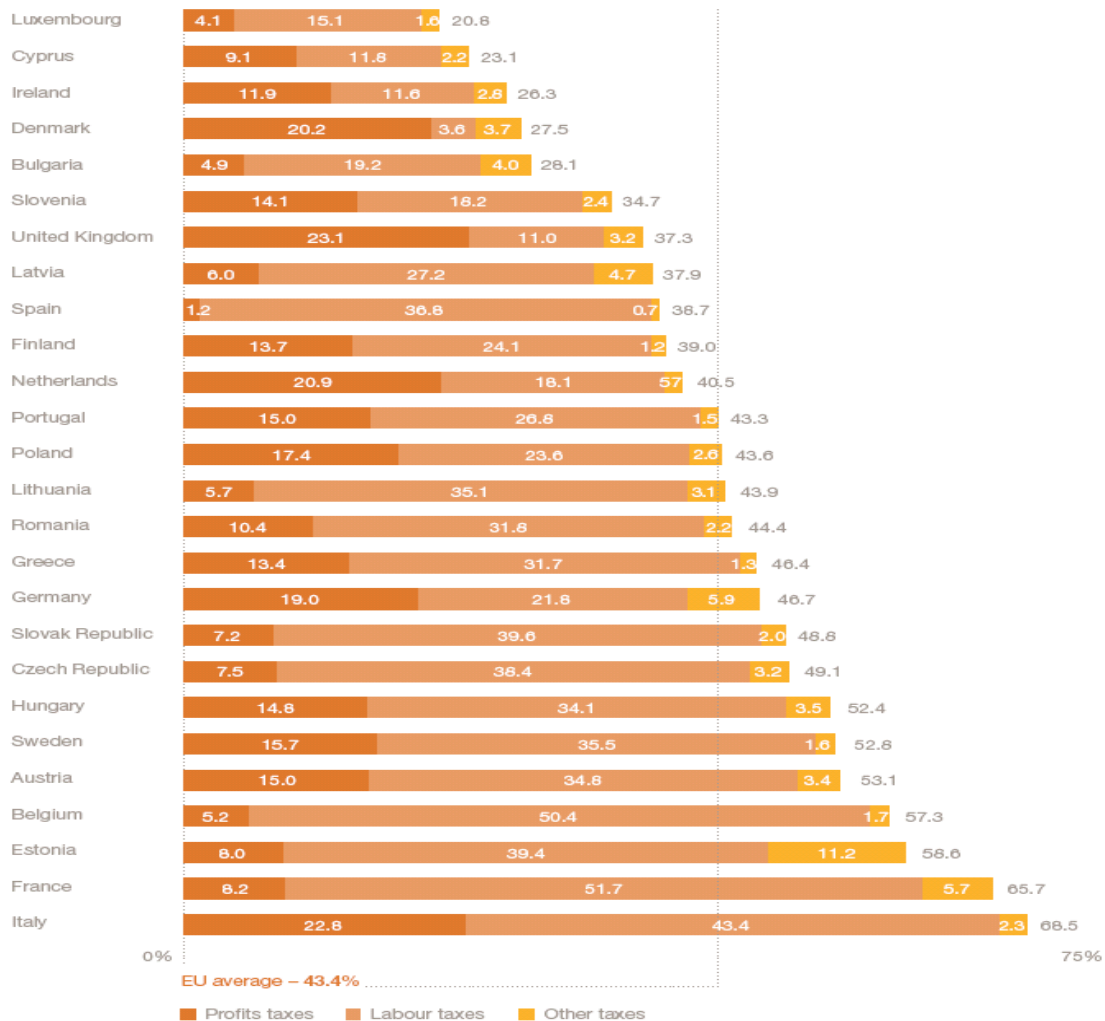
Fonte: elaborazioni Fondazione David Hume su dati OCSE. Eurostat, Worl Bank, Intrum Justizia

40

40

Guardando le principali economie europee in classifica troviamo la Germania all'86° posto complessivo, la Francia al 55° posto, la Spagna al 40° posto e il Regno Unito al 18° posto. Per quanto riguarda il Total Tax Rate (carico fiscale complessivo), l'Italia si posiziona ultima in Europa e al 170° posto nel mondo con una percentuale del 68,5%, contro una media del 43,4%, frutto della somma delle tasse sui profitti (22,8%), tasse sul lavoro (43,4%) e di un valore residuale di altre tasse del 2,3%.

Figure 2.48: Comparison of the Total Tax Rate in the European Union



Note: The chart shows the Total Tax Rate for the economies in the European Union.
Source: PwC analysis

Gli adempimenti burocratici

L'analisi comparativa mette sotto cattiva luce il nostro paese. In quasi tutti i comparti siamo quelli dove abbondiamo in adempimenti da compiere al fine di poter completare una pratica ed ottenere un risultato in linea con le nostre attese. Già l'indice generale ci pone ai vertici, in senso negativo, con in media **53 adempimenti per ogni tipologia di pratica da intraprendere.**

Numero di adempimenti necessari in rapporto all'ambito tematico designato
Negli Usa per avviare una nuova impresa bastano 4 adempimenti. In Italia 78. La Spagna è messa peggio di noi: 118 adempimenti. Per la costituzione di un rapporto di lavoro gli Usa necessitano ancora una volta di un solo adempimento. L'Italia, con 56, è superata da Germania, Francia e Spagna. Rispettivamente 134, 144 e 154. Per l'accesso al credito l'Inghilterra richiede un adempimento, mentre il nostro paese si riconferma maglia nera: ben 68 adempimenti. In riferimento alla protezione degli azionisti gli Usa necessitano 5 adempimenti e l'Italia 51. Italia superata dalla Francia, 64, o Spagna con 83.

Il culmine si raggiunge negli adempimenti fiscali annuali. In Inghilterra ne bastano 12. In Italia bisogna arrivare all'incredibile cifra di 122 adempimenti.

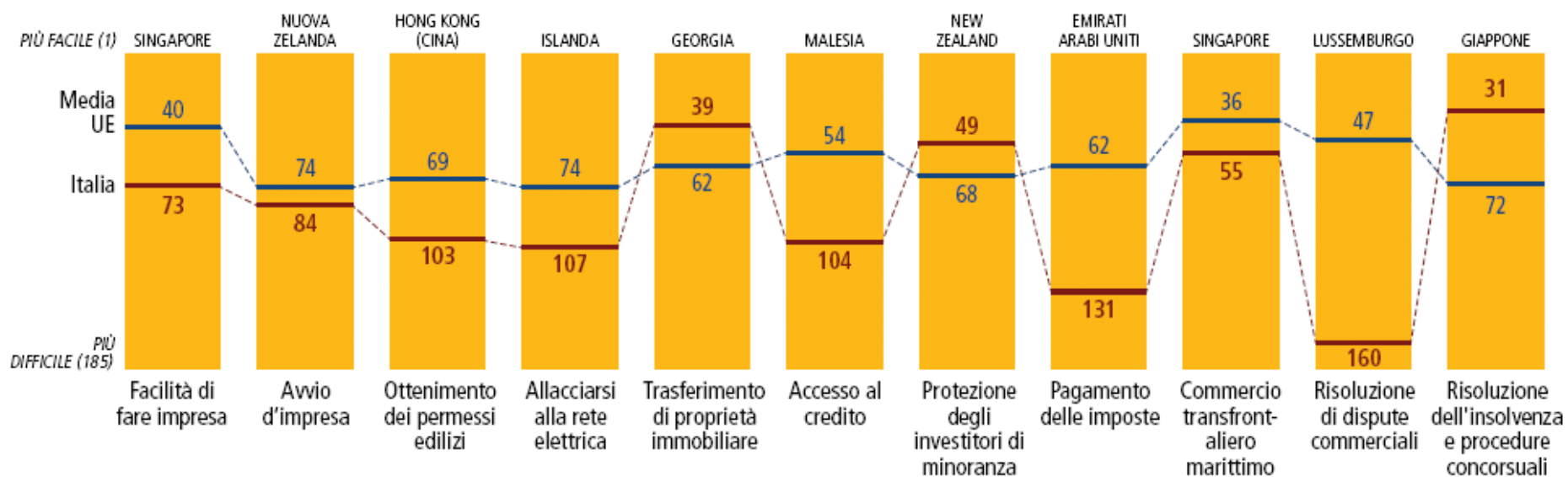
	<i>Indice complessivo</i>	<i>Start up</i>	<i>Permessi</i>	<i>Rapporti di lavoro</i>	<i>Registro e catasto</i>	<i>Accesso al credito</i>	<i>Protezione degli azionisti</i>	<i>Ademp. fiscali</i>	<i>Import / Export</i>	<i>Esigibilità obblighi contrattuali</i>	<i>Chiusura attività</i>
Usa	<i>1</i>	4	24	1	10	7	5	76	15	8	18
Inghilterra	<i>6</i>	6	54	21	19	1	9	12	27	24	10
Giappone	<i>12</i>	44	32	17	48	13	12	105	18	21	1
Germania	<i>20</i>	71	16	134	47	3	83	67	10	15	29
Francia	<i>31</i>	12	17	144	159	36	64	82	25	14	32
Spagna	<i>38</i>	118	46	154	42	13	83	93	47	55	17
Italia	53	78	78	56	49	68	51	122	62	155	25

42

42

Fonte: Girodivite - Segnali dalle città invisibili è on-line dal 1994. Quotidiano telematico e cartaceo, registrazione presso il tribunale di Catania n.13/2004 del 14/05/2004. Redazione: via Antonino di Sangiuliano 147 - 95131

FIGURA 1.2 I risultati dell'Italia nel Rapporto *Doing Business 2013: Smarter Regulations for Small and Medium-Size Enterprises*



Nota: L'Italia, come gli altri Paesi, è rappresentata dalla sua *business city* più grande.

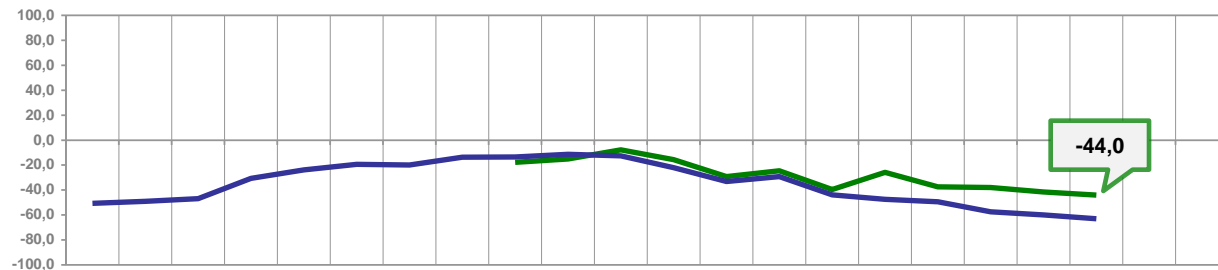
Fonte: Banca Dati *Doing Business*.

congiuntura | andamento dei ricavi

In flessione i ricavi delle imprese del terziario della provincia di Pordenone nel terzo trimestre del 2013 (-44,0 su -41,6). La situazione in vista dei mesi di ottobre, novembre, dicembre non migliorerà ed è previsto un ulteriore deterioramento dell'indicatore (-19,9 su -17,6).

congiuntura 2013 III trimestre
Tenuto conto dei fattori stagionali, nel trimestre considerato, i ricavi della Sua impresa rispetto al trimestre precedente sono ...?

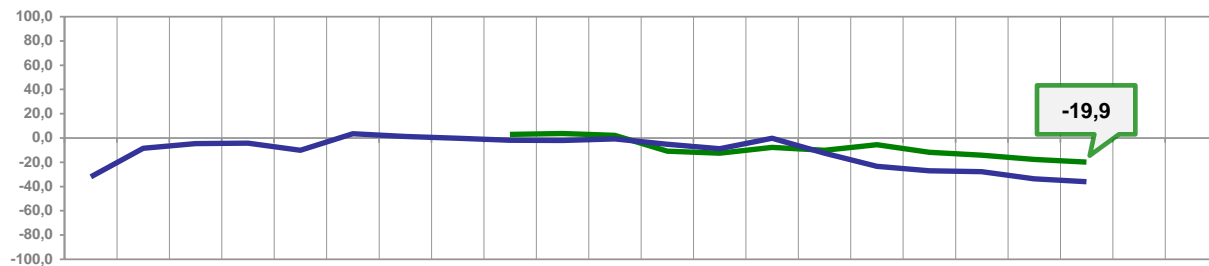
Italia ■
Pordenone ■



	IV 09	II	III	IV	10	II	III	IV	11	II	III	IV	12	II	III	IV	13	II	III	IV	14	
Italia	-50,6	-49,1	-46,9	-30,7	-23,9	-19,4	-19,9	-13,7	-13,5	-11,4	-12,6	-22,1	-33,2	-29,3	-43,9	-47,5	-49,4	-57,4	-59,9	-63,0		
aumento	10,2	7,6	9,4	12,6	5,9	8,4	15,5	13,9	14,3	13,5	11,8	9,4	5,1	5,6	3,7	6,3	7,0	2,3	3,0	2,0		
uguale	26,4	29,6	29,2	41,1	63,3	62,6	45,7	57,0	55,5	54,9	62,8	55,0	56,7	59,5	48,7	39,9	36,5	37,9	34,1	33,0		
diminuzione	60,9	56,6	56,3	43,2	29,8	27,8	35,3	27,6	27,8	24,9	31,4	38,3	34,9	47,6	53,8	56,5	59,7	62,9	65,0			
Pordenone									-17,8	-15,1	-7,8	-15,7	-29,3	-24,5	-39,6	-25,9	-37,4	-38,0	-41,6	-44,0		
aumento									12,2	10,8	14,1	14,9	4,3	5,6	8,1	10,8	13,2	4,8	4,0	3,0		
uguale									52,2	62,3	60,0	52,3	62,1	64,2	44,3	52,4	36,2	52,3	50,4	50,0		
diminuzione									30,0	25,9	21,9	30,6	33,6	30,2	47,6	36,7	50,6	42,8	45,6	47,0		

previsione 2013 IV trimestre
Tenuto conto dei fattori stagionali, nel prossimo trimestre, prevede che i ricavi della Sua impresa ...?

Italia ■
Pordenone ■



	IV 09	II	III	IV	10	II	III	IV	11	II	III	IV	12	II	III	IV	13	II	III	IV	14	
Italia	-32,0	-8,5	-4,7	-4,2	-10,1	3,5	1,4	-0,2	-1,8	-2,0	-0,6	-5,2	-8,9	-0,3	-12,4	-23,3	-27,1	-27,7	-33,7	-36,1		
aumento	10,6	19,6	20,7	19,6	7,5	14,9	19,7	12,5	11,4	17,7	12,6	9,6	7,2	15,3	9,6	7,0	6,2	7,1	5,9	5,0		
uguale	38,9	42,6	44,3	44,9	72,4	70,1	57,3	71,5	66,4	55,9	68,5	65,5	76,8	69,2	68,3	62,8	60,6	58,1	54,5	53,9		
diminuzione	42,7	28,1	25,4	23,8	17,6	11,4	18,4	12,7	13,2	19,6	13,3	14,8	16,0	15,5	22,0	30,3	33,2	34,8	39,6	41,1		
Pordenone									2,9	3,7	2,3	-10,9	-12,5	-7,7	-10,2	-5,6	-11,8	-14,1	-17,6	-19,9		
aumento									15,1	12,1	9,1	9,6	4,1	5,0	6,8	11,5	9,1	7,6	5,6	5,0		
uguale									62,8	76,2	81,7	67,8	79,2	82,3	76,2	71,3	70,1	70,7	71,3	70,1		
diminuzione									12,2	8,4	6,8	20,4	16,7	12,7	17,0	17,1	20,8	21,7	23,1	24,9		

Base campione: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e -100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento).

congiuntura | andamento dei ricavi... analisi per dimensione, per settore di attività economica, per territorio

La situazione dei ricavi nel terzo trimestre 2013 è risultata decisamente più problematica per le imprese più piccole (fino a 49 addetti), per quelle del commercio e per quelle residenti nei comuni di pianura. Lo stesso scenario è destinato a confermarsi in vista dei mesi di ottobre, novembre e dicembre.

5. Tenuto conto dei fattori stagionali, nel trimestre considerato, i ricavi della Sua impresa rispetto al trimestre precedente sono ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Aumentati	% col	3,0	2,2	3,3	4,0	3,4	2,0	3,5	4,0	4,4	3,3	1,0
Restati invariati	% col	50,0	40,0	43,8	66,7	42,4	40,1	55,5	62,0	55,5	50,4	44,0
Diminuiti	% col	47,0	57,8	53,0	29,3	54,2	57,9	41,0	34,0	40,1	46,3	55,0
Totale	n	384	280	80	24	92	94	90	108	155	55	174
		-44,0	-55,6	-49,7	-25,3	-50,8	-55,9	-37,5	-30,0	-35,7	-43,0	-54,0

9. Tenuto conto dei fattori stagionali, nel prossimo trimestre, prevede che i ricavi della Sua impresa ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Aumenteranno	% col	5,0	3,3	5,5	6,0	4,4	3,0	5,5	8,3	5,5	4,5	4,0
Resteranno invariati	% col	70,1	62,5	67,0	77,0	65,2	41,5	70,0	75,9	74,4	70,0	68,7
Diminuiranno	% col	24,9	34,2	27,5	17,0	30,4	55,5	24,5	15,7	20,1	25,5	27,3
Totale	n	384	280	80	24	92	94	90	108	155	55	174
		-19,9	-30,9	-22,0	-11,0	-26,0	-52,5	-19,0	-7,4	-14,6	-21,0	-23,3

Base campione: Terziario Pordenone: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e -100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). Testo originale delle domande. **Congiuntura:** Tenuto conto dei fattori stagionali, nel trimestre considerato, i ricavi della Sua impresa rispetto al trimestre precedente sono ...? Aumentati, Restati invariati, Diminuiti. I dati sono riportati

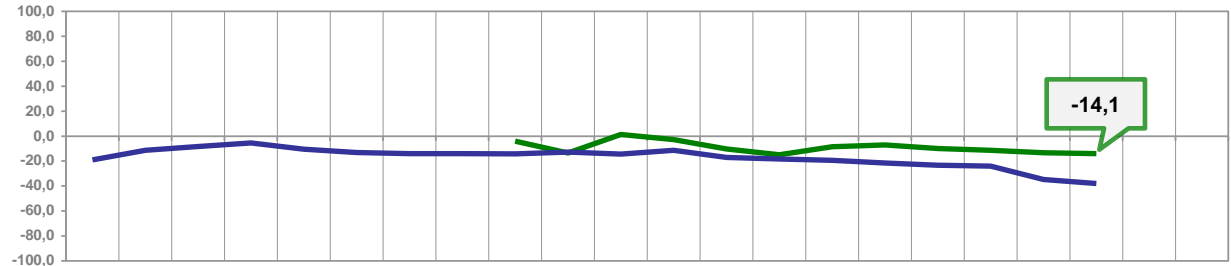
congiuntura | andamento dell' occupazione

Prosegue la crisi della situazione occupazionale nella provincia (-14,1 su -13,2), ancora lontana dal mostrare un qualche genere di inversione di tendenza nemmeno in vista dei mesi di ottobre, novembre e dicembre, con un ulteriore peggioramento dell'indicatore (-11,3 su -10,1).

congiuntura 2013 III trimestre

Nel trimestre considerato, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto al trimestre precedente, è ...?

Italia ■
Pordenone ■

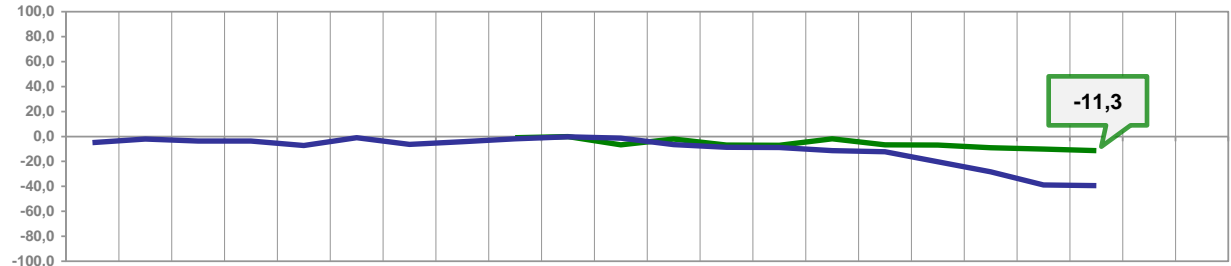


	IV 09	II	III	IV	10	II	III	IV	11	II	III	IV	12	II	III	IV	13	II	III	IV	14	
Italia	-19,1	-11,3	-8,3	-5,5	-10,5	-13,2	-14,1	-14,0	-14,3	-12,8	-14,3	-11,3	-17,1	-18,4	-19,5	-21,5	-23,2	-24,1	-34,8	-38,0		
aumento	2,9	3,7	5,2	3,6	1,7	1,4	0,7	1,4	2,9	5,9	7,5	5,8	4,4	4,2	2,1	1,5	2,2	1,0	1,2	1,0		
uguale	73,6	80,2	80,1	87,3	85,9	83,7	83,8	83,0	79,1	75,0	70,4	75,0	74,1	73,2	76,2	75,5	72,4	73,9	62,8	60,0		
diminuzione	22,0	15,0	13,6	9,1	12,2	14,6	14,8	15,5	17,2	18,7	21,8	17,1	21,5	22,6	21,6	23,0	25,4	25,1	36,0	39,0		
Pordenone									-4,0	-13,6	1,3	-2,8	-10,3	-14,8	-8,5	-7,0	-9,9	-11,4	-13,2	-14,1		
aumento									4,5	0,9	6,4	5,0	0,5	4,6	6,4	5,9	4,2	4,4	3,2	6,5		
uguale									86,5	84,6	86,6	87,2	88,6	76,0	78,7	81,1	81,7	79,8	80,4	72,9		
diminuzione									8,5	14,5	5,1	7,8	10,8	19,4	14,9	12,9	14,1	15,8	16,4	20,6		

previsione 2013 IV trimestre

Nei prossimi tre mesi, prevede che l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, ...?

Italia ■
Pordenone ■



	IV 09	II	III	IV	10	II	III	IV	11	II	III	IV	12	II	III	IV	13	II	III	IV	14	
Italia	-5,0	-2,0	-3,6	-3,6	-7,2	-1,0	-6,3	-4,2	-1,9	-0,3	-1,4	-6,6	-8,6	-8,8	-11,4	-12,3	-20,3	-28,3	-38,8	-39,4		
aumento	5,6	6,9	6,9	2,7	1,6	3,9	4,0	3,6	4,5	5,2	3,7	2,8	2,9	2,1	1,1	1,0	2,2	1,4	0,4	0,3		
uguale	78,1	81,2	77,7	88,9	88,7	88,5	84,1	88,0	84,0	86,6	87,7	80,1	85,7	87,1	86,5	85,7	75,2	68,8	60,4	60,0		
diminuzione	10,6	8,9	10,6	6,3	8,8	4,9	10,3	7,9	6,4	5,5	5,1	9,4	11,5	10,9	12,5	13,3	22,6	29,7	39,2	39,7		
Pordenone									-0,9	0,0	-6,6	-2,1	-6,8	-7,0	-1,9	-6,6	-7,0	-9,0	-10,1	-11,3		
aumento									4,4	2,6	4,1	2,0	0,1	1,9	2,6	3,5	0,7	1,5	1,4	1,0		
uguale									83,3	93,9	76,7	89,4	92,9	89,2	92,9	86,4	91,6	88,0	87,0	86,7		
diminuzione									5,4	2,6	10,8	4,1	7,0	8,9	4,5	10,1	7,7	10,5	11,6	12,3		

Base campione: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di miglioramento) e -100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di peggioramento).

congiuntura | andamento dell' occupazione... analisi per dimensione, per settore di attività economica, per territorio

A differenza di quanto rilevato per gli altri indicatori, a soffrire maggiormente la congiuntura occupazionale in atto risultano in prevalenza le imprese di più grandi dimensioni (oltre 49 addetti). Difficile anche la condizione che caratterizza gli operatori del commercio e quelli dei centri al di fuori del comune di Pordenone.

6. Nel trimestre considerato, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto al trimestre precedente, è ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Aumentato	% col	6,5	8,0	6,3	4,0	4,5	3,0	8,0	2,8	7,7	6,4	6,0
Restato invariato	% col	72,9	80,0	71,3	60,5	63,0	57,4	65,0	80,6	76,7	70,7	64,0
Diminuito	% col	20,6	12,0	22,5	35,5	32,5	39,6	27,0	16,7	15,6	22,9	30,0
Totale	n	384	280	80	24	92	94	90	108	155	55	174
		-14,1	-4,0	-16,3	-31,5	-28,0	-36,6	-19,0	-13,9	-7,9	-16,5	-24,0

10. Nei prossimi tre mesi, prevede che l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Aumenterà	% col	1,0	3,1	1,0	0,3	1,1	1,0	0,4	1,9	1,4	1,0	0,6
Resterà invariato	% col	86,7	88,8	78,8	71,0	92,4	57,4	80,0	86,1	80,0	87,8	84,0
Diminuirà	% col	12,3	8,1	20,3	28,7	6,5	41,6	19,6	12,0	18,6	11,2	15,4
Totale	n	384	280	80	24	92	94	90	108	155	55	174
		-11,3	-5,0	-19,3	-28,4	-5,4	-40,6	-19,2	-10,1	-17,2	-10,2	-14,8

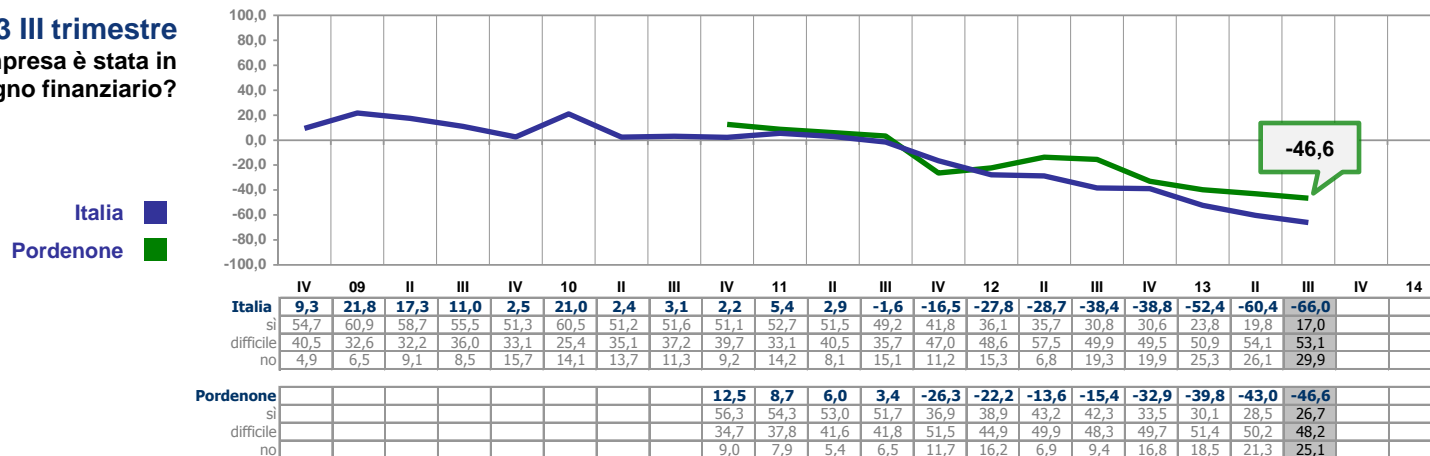
Base campione: Terziario Pordenone: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di miglioramento) e -100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di peggioramento). Testo originale delle domande. Congiuntura: Nel trimestre considerato, l'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, rispetto al trimestre precedente, è ...? Aumentato, Restato invariato, Diminuito. I dati sono

fabbisogno finanziario | capacità di fare fronte ai propri impegni

Non si ferma il declino della condizione finanziaria delle imprese del terziario della provincia di Pordenone nel corso del terzo trimestre dell'anno. Il saldo congiunturale passa dal -43,0 di giugno all'attuale -46,6. In prospettiva non si attendono miglioramenti nel breve periodo (-18,2 su -16,9).

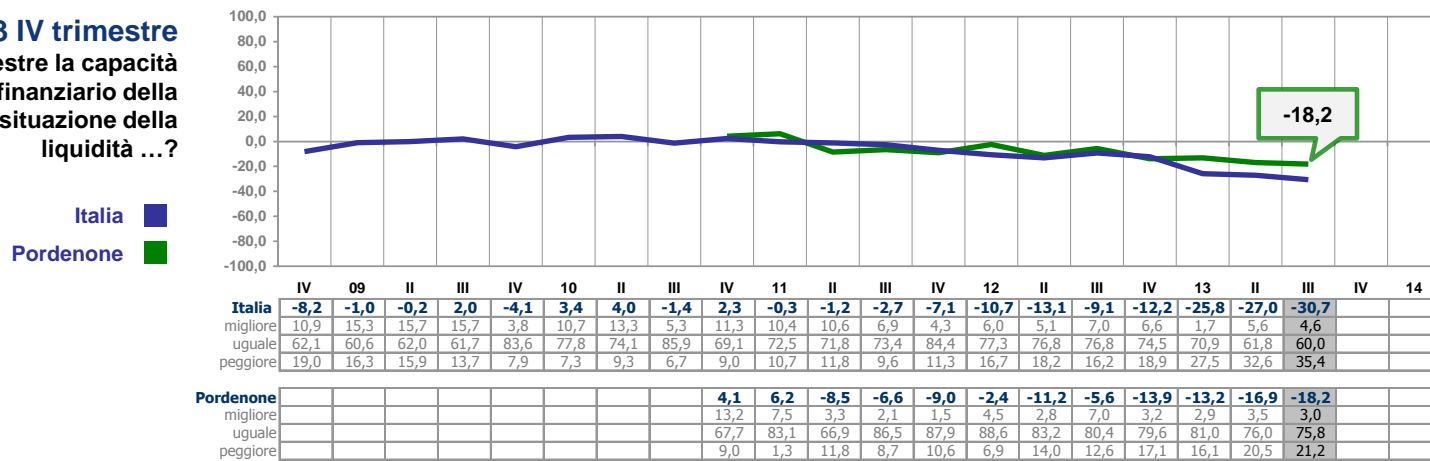
congiuntura 2013 III trimestre

Negli ultimi tre mesi la Sua impresa è stata in grado di fare fronte al fabbisogno finanziario?



previsione 2013 IV trimestre

Ritiene che nel prossimo trimestre la capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità ...?



Base campione: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di miglioramento) e -100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di peggioramento).

fabbisogno finanziario | capacità di fare fronte ai propri impegni... analisi per dimensione, per settore di attività economica, per territorio

Le imprese che meno delle altre sono riuscite a fare fronte ai propri impegni nel terzo trimestre 2013 sono risultate quelle più piccole (fino a 9 addetti), le strutture di ricezione turistica e quelle operative nei centri al di fuori del comune di Pordenone.

23. Negli ultimi tre mesi la Sua impresa è stata in grado di fare fronte al fabbisogno finanziario?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Si	% col	26,7	24,0	33,8	45,8	43,5	31,9	10,0	42,6	28,7	26,3	25,0
Si, con difficoltà	% col	48,2	48,9	47,5	41,7	43,5	46,8	50,0	51,9	49,0	46,5	44,0
No	% col	25,1	27,1	18,8	12,5	13,0	21,3	40,0	5,6	22,3	27,2	31,0
Totale	n	384	280	80	24	92	94	90	108	155	55	174
		-46,6	-52,0	-32,5	-8,3	-13,0	-36,2	-80,0	-14,8	-42,6	-47,4	-50,0

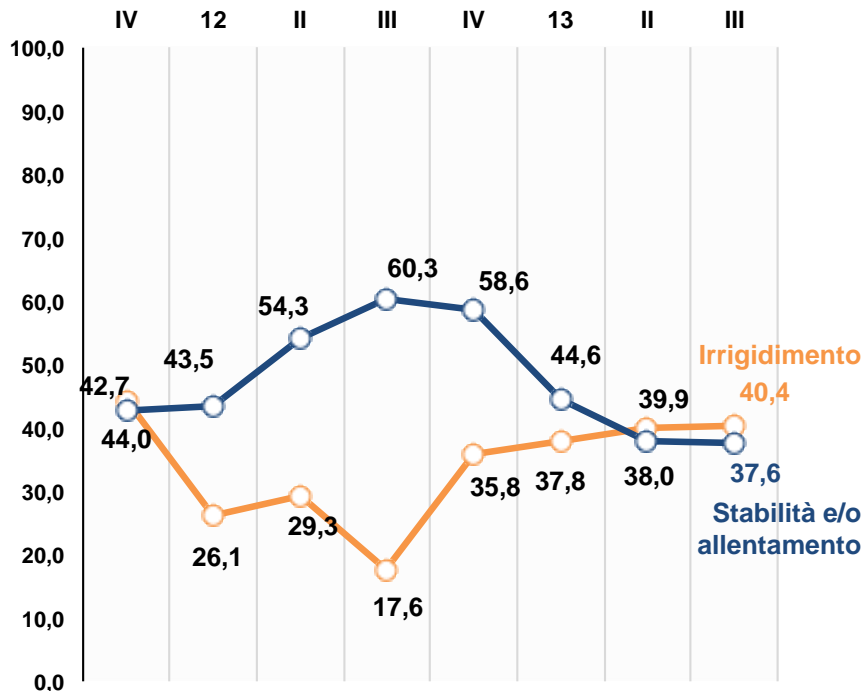
24. Ritiene che nel prossimo trimestre la capacità di fare fronte al fabbisogno finanziario della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Migliorerà	% col	3,0	1,1	3,5	4,2	13,0	0,0	20,0	5,6	4,6	2,3	1,0
Resterà invariata	% col	75,8	75,4	73,8	87,5	82,6	78,7	60,0	80,6	77,7	75,4	70,0
Peggiorerà	% col	21,2	23,5	22,8	8,3	4,3	21,3	20,0	13,9	17,7	22,3	29,0
Totale	n	384	280	80	24	92	94	90	108	155	55	174
		-18,2	-22,4	-19,3	-4,2	8,7	-21,3	0,0	-8,3	-13,1	-20,0	-28,0

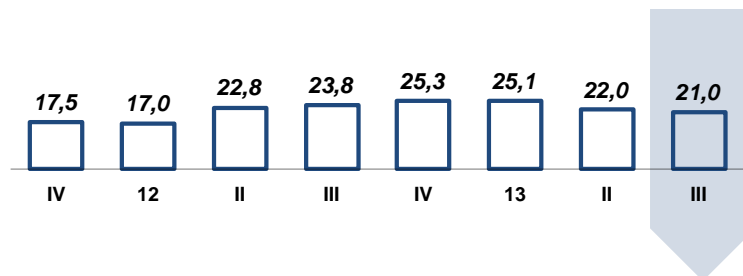
Base campione: Terziario Pordenone: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di miglioramento) e -100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di peggioramento). Testo originale delle domande. **Congiuntura:** Negli ultimi tre mesi la Sua impresa è stata in grado di fare fronte al fabbisogno finanziario? Sì (la situazione della liquidità è "buona"), Sì ma con qualche difficoltà o ritardo (la situazione della liquidità è "mediocre"), No (la situazione della liquidità è "cattiva"). I dati sono riportati all' universo.

osservatorio sul credito | domanda e offerta di credito rilevata presso le imprese del terziario della provincia di pordenone

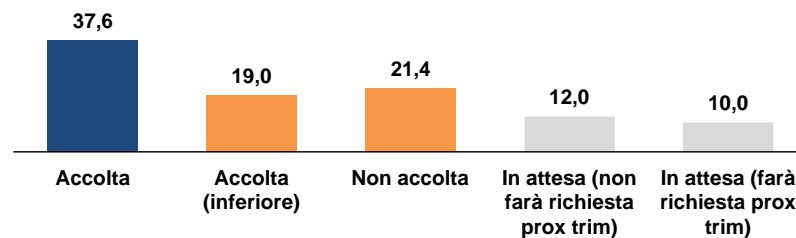
Percentuali di imprese del terziario della provincia di PORDENONE che hanno chiesto un credito al sistema bancario nel terzo trimestre 2013



"Hanno chiesto un fido, o la rinegoziazione di un fido esistente, nei trimestri" (% di imprese)



"Esiti delle richieste delle imprese che hanno chiesto un fido, o la rinegoziazione di un fido esistente, nel trimestre" (% di imprese)

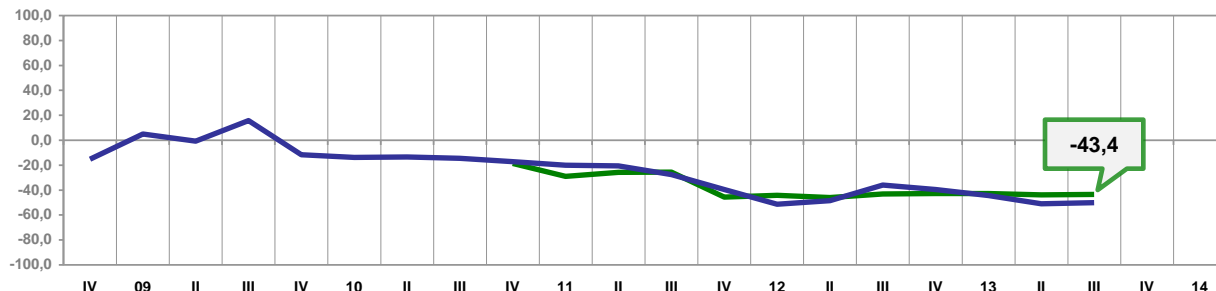


Base campione: Terziario Pordenone 384 casi. Percentuali ricalcolate facendo =100,0 le imprese che nei trimestri considerati hanno chiesto un fido o un finanziamento, o hanno chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente. (Irrigidimento = richiesta accolta con ammontare inferiore + richiesta non accolta). Testo originale della domanda: A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi tre mesi? Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare pari o superiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ed è stata accolta con un ammontare inferiore a quello richiesto; Sì ha fatto richiesta ma non è stata accolta; Sì ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito e non è intenzionata a rifarla nel prossimo trimestre; Sì, ha fatto richiesta, è in attesa di conoscere l'esito ed è intenzionata a formalizzarla nel prossimo trimestre; No non ha fatto richiesta. I dati sono riportati all'universo.

osservatorio sul credito | tassi di interesse e “altre condizioni” applicate

andamento dei tassi di interesse

Per quanto concerne l'offerta dei fidi e/o dei finanziamenti da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato la situazione del costo del finanziamento, sia ... (Tasso di interesse praticato dalla banca per i finanziamenti a breve e medio termine) ?

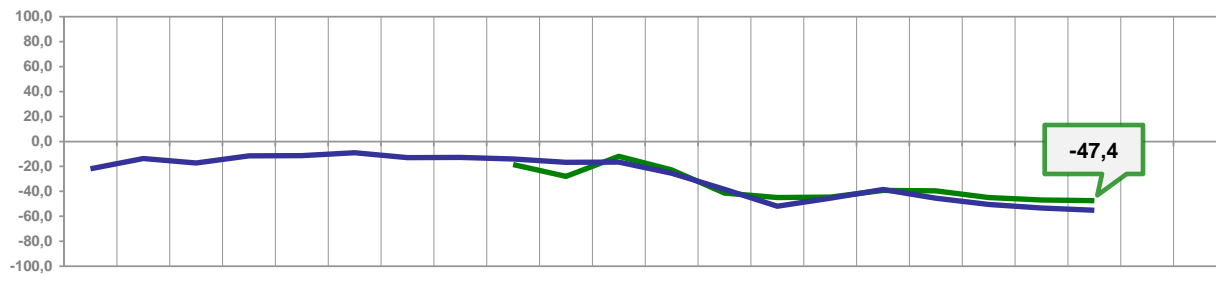


Italia ■
Pordenone ■

	IV 09	II	III	IV	10	II	III	IV	11	II	III	IV	12	II	III	IV	13	II	III	IV	14	
Italia	-15,3	5,0	-0,7	15,8	-11,6	-13,8	-13,4	-14,6	-17,1	-20,1	-20,6	-27,6	-39,6	-51,4	-48,5	-35,9	-39,5	-44,4	-50,9	-50,0		
migliore	18,4	26,9	24,4	28,9	3,9	2,9	8,2	4,4	3,1	1,5	2,5	0,8	0,7	2,0	2,9	6,2	1,9	0,4	0,7	1,0		
uguale	47,8	51,1	50,5	58,0	80,7	80,3	70,3	76,6	76,7	77,0	74,4	70,9	58,9	44,6	45,7	51,8	56,8	54,8	47,7	48,0		
peggiore	33,7	22,0	25,1	13,1	15,5	16,7	21,5	19,0	20,2	21,6	23,1	28,3	40,3	53,4	51,4	42,0	41,3	44,8	51,6	51,0		
Pordenone									-18,6	-28,9	-25,7	-25,6	-45,7	-44,2	-45,9	-43,2	-42,8	-42,8	-43,8	-43,4		
migliore									2,0	6,8	2,8	1,9	1,0	0,0	1,1	2,5	4,7	1,2	0,5	0,8		
uguale									77,3	57,6	68,7	70,7	52,4	55,8	51,9	51,8	47,8	54,9	55,2	55,0		
peggiore									20,7	35,7	28,5	27,4	46,6	44,2	47,0	45,7	47,5	44,0	44,3	44,2		

andamento delle “altre condizioni”

Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato, la situazione relativa al costo dell'istruttoria e alle “altre condizioni” sia ... (es. servizi bancari comunque legati ad un servizio di finanziamento)?



Italia ■
Pordenone ■

	IV 09	II	III	IV	10	II	III	IV	11	II	III	IV	12	II	III	IV	13	II	III	IV	14	
Italia	-21,9	-13,7	-17,3	-11,6	-11,4	-9,1	-12,9	-12,7	-14,1	-16,8	-16,6	-25,4	-38,3	-51,9	-45,5	-38,5	-45,5	-50,6	-53,4	-55,1		
migliore	1,6	5,0	5,5	3,9	3,9	1,7	4,9	3,0	0,8	0,1	1,1	1,0	0,2	0,3	0,1	1,2	0,4	0,3	0,1	0,0		
uguale	74,8	76,3	71,6	80,6	80,8	87,5	77,3	81,2	84,3	83,1	81,2	72,6	61,3	47,5	54,4	59,0	53,7	48,8	46,3	44,9		
peggiore	23,5	18,7	22,8	15,5	15,3	10,8	17,8	15,8	14,9	16,8	17,7	26,4	38,5	52,2	45,6	39,8	45,9	50,9	53,5	55,1		
Pordenone									-18,5	-28,0	-11,8	-22,9	-41,4	-44,9	-44,5	-39,2	-39,5	-45,0	-46,8	-47,4		
migliore									0,9	2,0	2,2	1,9	0,0	1,2	1,1	1,8	4,7	1,2	0,5	0,8		
uguale									79,8	68,0	83,8	73,4	58,6	52,8	53,2	57,2	51,1	52,7	52,2	51,0		
peggiore									19,4	30,0	14,0	24,7	41,4	46,0	45,7	41,0	44,2	46,2	47,3	48,2		

Base campione: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di miglioramento) e -100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di peggioramento).

osservatorio sul credito | tassi di interesse e “altre condizioni” ... analisi per dimensione, per settore di attività economica, per territorio

Rimangono aspri i giudizi degli operatori più piccoli (fino a 9 addetti), sia con riferimento alla situazione dei tassi di interesse, sia per quel che riguarda le “altre condizioni” applicate dagli istituti di credito. Severo il *sentiment* anche dei soggetti residenti nei comuni della pianura.

27. Per quanto concerne l'offerta dei fidi e/o dei finanziamenti da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato la situazione del costo del finanziamento, sia ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Migliorata	% col	0,8	,5	0,0	6,7	0,0	0,0	0,0	2,6	1,1	1,0	0,5
Rimasta invariata	% col	55,0	45,0	51,0	60,0	40,0	50,0	42,9	60,0	57,0	54,3	50,0
Peggiorata	% col	44,2	54,5	49,0	33,3	60,0	50,0	57,1	37,4	41,9	44,7	49,5
Totale	n	214	189	51	15	65	50	63	77	90	25	99
		-43,4	-54,0	-49,0	-26,7	-60,0	-50,0	-57,1	-34,8	-40,8	-43,7	-49,0

27a. Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato, la situazione relativa al costo dell'istruttoria sia ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Migliorata	% col	0,8	1,4	0,0	7,0	0,0	0,0	0,0	2,6	1,1	0,5	0,4
Rimasta invariata	% col	51,0	45,0	62,7	60,0	41,5	80,0	57,1	53,2	56,5	50,0	45,4
Peggiorata	% col	48,2	53,6	37,3	33,0	58,5	20,0	42,9	44,2	42,4	49,5	54,2
Totale	n	214	189	51	15	65	50	63	77	90	25	99
		-47,4	-52,2	-37,3	-26,0	-58,5	-20,0	-42,9	-41,6	-41,3	-49,0	-53,8

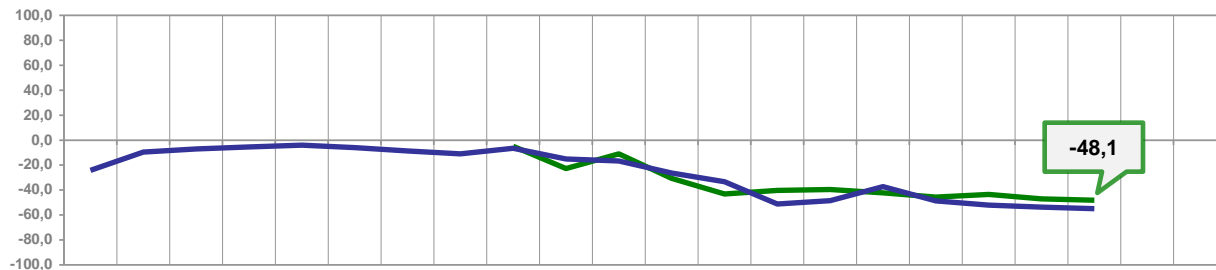
Base campione: Terziario Pordenone: 214 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dei fidi o dei finanziamenti da oltre sei mesi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di miglioramento) e -100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di peggioramento). Testo originale delle domande. Andamento dei tassi di interesse applicati ai finanziamenti: Per quanto concerne l'offerta dei fidi e/o dei finanziamenti da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato la situazione del costo del finanziamento, sia ... (Tasso di interesse praticato dalla banca per i finanziamenti a breve e medio termine) ? Migliorata, Rimasta invariata, Peggiorata. Andamento delle “altre condizioni” applicate ai finanziamenti: Per quanto concerne l'offerta dei fidi o dei finanziamenti da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato, la situazione relativa al costo dell'istruttoria e alle “altre condizioni” sia ... (es. servizi bancari comunque legati ad un servizio di finanziamento)? Migliorata, Rimasta invariata, Peggiorata. I dati sono riportati all' universo.

osservatorio sul credito | durata del credito e garanzie richieste

andamento della durata del credito

Per quanto concerne l'offerta dei "fidi" da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato, con riferimento alla durata temporale del credito, la situazione sia ... ?

Italia ■
Pordenone ■

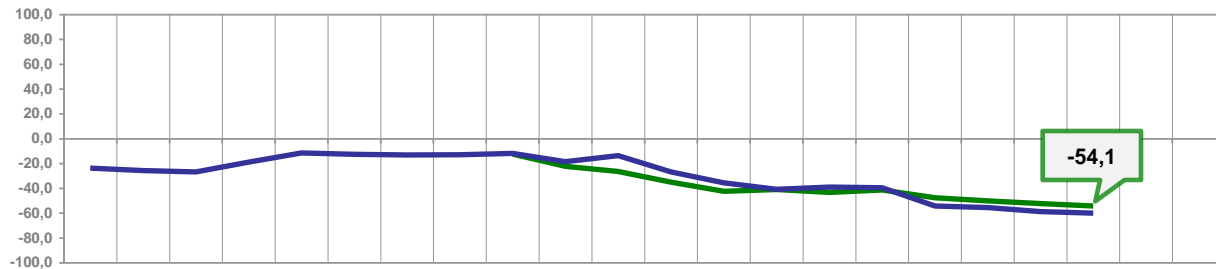


	IV 09	II 10	III 10	IV 10	I 11	II 11	III 11	IV 11	I 12	II 12	III 12	IV 12	I 13	II 13	III 13	IV 13	I 14	II 14	III 14	IV 14	
Italia	-24,2	-9,5	-7,0	-5,4	-4,0	-5,9	-8,6	-11,0	-6,5	-15,1	-16,8	-26,3	-33,2	-51,2	-48,6	-37,3	-48,8	-52,0	-53,8	-55,0	
migliore	3,2	2,2	2,9	2,1	1,7	1,0	5,9	3,4	2,6	1,2	1,8	1,7	0,5	0,4	0,0	1,6	0,6	0,9	0,1	0,0	
uguale	69,5	86,0	87,2	90,5	92,7	92,1	79,6	82,2	88,3	82,4	79,6	70,3	65,7	48,0	51,3	59,6	50,0	46,2	46,0	45,0	
peggiore	27,4	11,7	9,9	7,4	5,7	6,9	14,5	14,4	9,1	16,4	18,6	28,0	33,8	51,6	48,6	38,9	49,4	52,9	53,9	55,0	
Pordenone									-4,9	-22,7	-11,0	-30,7	-43,2	-40,3	-39,6	-42,3	-45,6	-43,6	-47,0	-48,1	
migliore									4,3	3,7	2,6	1,9	0,0	0,0	2,2	2,0	3,8	1,2	0,5	0,0	
uguale									86,6	69,9	83,8	65,6	56,8	59,7	55,9	53,7	46,8	54,1	52,0	51,9	
peggiore									9,1	26,4	13,6	32,5	43,2	40,3	41,8	44,3	49,4	44,7	47,5	48,1	

andamento delle garanzie richieste

Per quanto concerne le garanzie richieste da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato la situazione sia ... ?

Italia ■
Pordenone ■



	IV 09	II 10	III 10	IV 10	I 11	II 11	III 11	IV 11	I 12	II 12	III 12	IV 12	I 13	II 13	III 13	IV 13	I 14	II 14	III 14	IV 14	
Italia	-23,7	-25,5	-26,7	-18,8	-11,5	-12,5	-13,1	-12,8	-11,8	-18,4	-13,5	-26,8	-35,5	-40,7	-38,8	-39,5	-54,2	-55,5	-58,6	-59,9	
migliore	4,5	2,9	4,6	1,6	4,1	1,3	6,7	1,7	1,3	0,1	4,0	2,9	0,6	0,3	0,1	0,2	0,8	0,1	0,1	0,0	
uguale	67,3	68,8	64,1	78,0	80,3	84,8	73,5	83,9	85,7	81,5	78,4	67,5	63,3	58,7	61,0	60,2	44,1	44,4	41,2	40,1	
peggiore	28,2	28,4	31,3	20,4	15,6	13,9	19,8	14,4	13,1	18,4	17,5	29,7	36,1	41,0	38,9	39,6	55,1	55,6	58,7	59,9	
Pordenone									-12,3	-22,2	-26,3	-34,9	-42,4	-40,9	-43,3	-41,2	-47,5	-50,0	-52,2	-54,1	
migliore									0,9	4,1	0,0	1,9	0,0	0,0	0,8	4,7	1,2	0,5	0,0		
uguale									85,9	59,7	73,7	61,4	57,6	59,1	56,7	57,2	43,1	47,7	46,8	45,9	
peggiore									13,2	26,3	26,3	36,8	42,4	40,9	43,3	42,0	52,2	51,1	52,7	54,1	

Base campione: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di miglioramento) e -100% (nell' ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un' opinione di peggioramento).

osservatorio sul credito | durata del credito e garanzie richieste... analisi per dimensione, per settore di attività economica, per territorio

Negative soprattutto le opinioni espresse da parte degli imprenditori più piccoli, sia con riferimento alla situazione relativa alla “durata del credito”, sia per quel che riguarda l’andamento delle garanzie richieste dalle banche. Particolarmente severi i giudizi dei commercianti all’ingrosso.

26b. Per quanto concerne l’offerta dei “fidi” da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato, con riferimento alla durata temporale del credito, la situazione sia ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Migliorata	% col	0,0	,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rimasta invariata	% col	51,9	50,0	66,7	70,0	40,0	70,0	71,4	57,1	54,5	50,0	45,5
Peggiorata	% col	48,1	50,0	33,3	30,0	60,0	30,0	28,6	42,9	45,5	50,0	54,5
Totale	n	214	189	51	15	65	50	63	77	90	25	99
		-48,1	-50,0	-33,3	-30,0	-60,0	-30,0	-28,6	-42,9	-45,5	-50,0	-54,5

28. Per quanto concerne le garanzie richieste da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato la situazione sia ... ?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Migliorata	% col	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rimasta invariata	% col	45,9	40,3	58,8	66,0	24,6	70,0	57,1	58,4	49,5	43,4	40,0
Peggiorata	% col	54,1	59,7	41,2	34,0	75,4	30,0	42,9	41,6	50,5	56,6	60,0
Totale	n	214	189	51	15	65	50	63	77	90	25	99
		-54,1	-59,7	-41,2	-34,0	-75,4	-30,0	-42,9	-41,6	-50,5	-56,6	-60,0

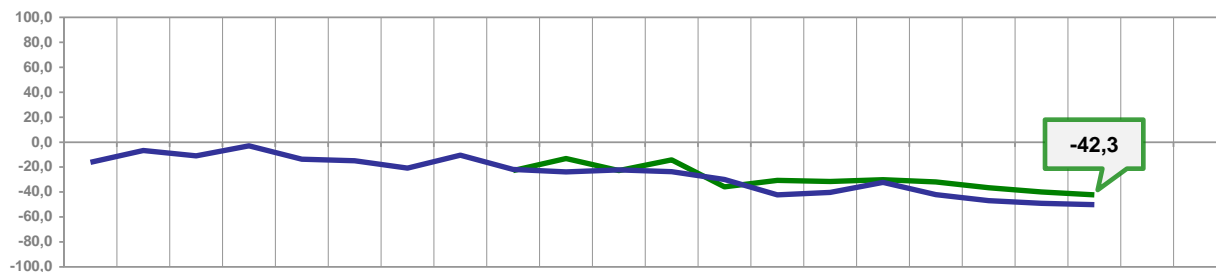
Base campione: Terziario Pordenone: 214 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dei fidi o dei finanziamenti da oltre sei mesi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell’ ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un’ opinione di miglioramento) e -100% (nell’ ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un’ opinione di peggioramento). Testo originale delle domande. Andamento della durata temporale del credito per i finanziamenti: Per quanto concerne l’ offerta dei “fidi” da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato, con riferimento alla durata temporale del credito, la situazione sia ...? Migliorata, Rimasta invariata, Peggiorata. Andamento della situazione delle garanzie a copertura dei finanziamenti: Per quanto concerne le garanzie richieste da parte delle banche ritiene che nel periodo considerato la situazione sia ... ? Migliorata, Rimasta invariata, Peggiorata. I dati sono riportati all’ universo.

osservatorio sul credito | costo dei servizi bancari

Peggiora ulteriormente nel terzo trimestre dell'anno la situazione dei costi dei servizi bancari nel loro complesso. Il saldo è risultato pari a -42,3 contro il precedente -39,9.

costo dei servizi bancari

Con riferimento al costo dei servizi bancari (es. tenuta conto, emissione disposizioni, pagamento effetti, movimenti di titoli, ecc.), ritiene che, negli ultimi tre mesi, rispetto al trimestre precedente, la situazione sia ...?



Italia ■
Pordenone ■

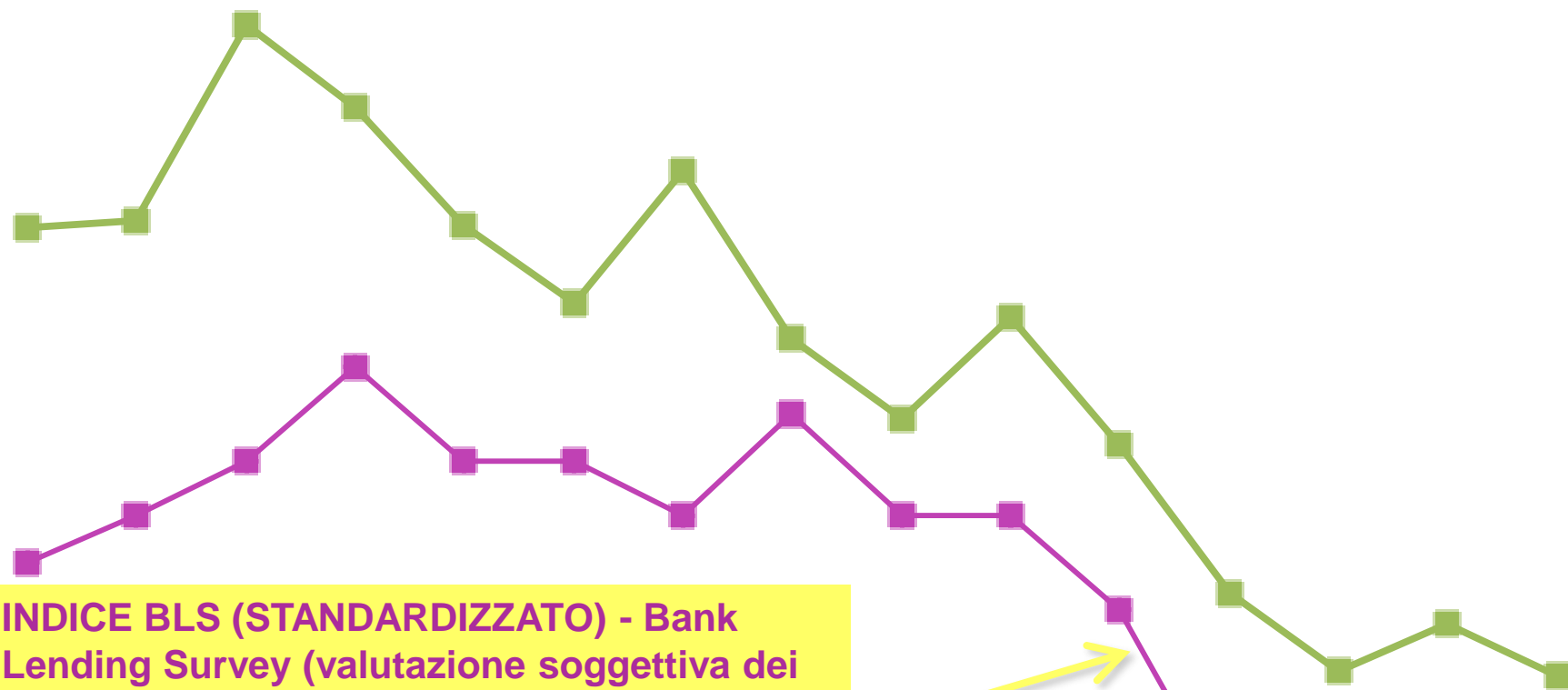
	IV 09	II 10	III 10	IV 10	II 11	III 11	IV 11	II 12	III 12	IV 12	II 13	III 13	IV 13	II 14	III 14	IV 14				
Italia	-16,1	-6,7	-11,0	-2,9	-13,7	-14,9	-20,8	-10,4	-21,9	-23,9	-22,3	-23,7	-29,9	-42,3	-40,3	-32,2	-42,1	-47,0	-49,1	-50,2
migliore	4,6	2,8	2,5	2,5	0,8	2,2	2,4	1,4	1,1	1,2	2,1	2,2	0,5	0,4	0,0	1,9	0,7	0,9	0,0	0,0
uguale	74,8	87,8	84,0	92,1	84,8	80,7	74,3	86,8	75,8	73,7	73,5	71,9	69,0	56,8	59,7	63,9	56,6	51,2	50,9	49,8
peggiore	20,7	9,4	13,5	5,4	14,4	17,1	23,2	11,8	23,1	25,1	24,4	25,9	30,4	42,8	40,3	34,1	42,8	47,9	49,1	50,2
Pordenone									-22,7	-13,1	-22,8	-14,2	-35,8	-30,6	-31,5	-30,1	-31,8	-36,5	-39,9	-42,3
migliore									2,2	0,4	1,2	9,5	0,0	0,5	0,7	0,3	1,2	0,0	0,0	0,0
uguale									72,9	86,0	74,7	66,9	64,2	68,3	67,0	69,2	65,8	63,5	60,1	57,7
peggiore									24,9	13,6	24,1	23,7	35,8	31,1	32,3	30,4	33,0	36,5	39,9	42,3

32. Con riferimento al costo dei servizi bancari ritiene che, negli ultimi tre mesi, rispetto al trimestre precedente, la situazione sia ...?

		2013 III	Addetti			Settore				Territorio		
			1-9	10-49	oltre 49	Ingresso	Dettaglio	Turismo	Servizi	Comune	Montagna	Pianura
Migliorata	% col	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rimasta invariata	% col	57,7	50,0	51,3	62,5	63,0	47,9	50,0	55,6	60,5	58,7	56,0
Peggiorata	% col	42,3	50,0	48,8	37,5	37,0	52,1	50,0	44,4	39,5	41,3	44,0
Totale	n	384	280	80	24	92	94	90	108	155	55	174
		-42,3	-50,0	-48,8	-37,5	-37,0	-52,1	-50,0	-44,4	-39,5	-41,3	-44,0

Base campione: 384 casi. I valori nelle tabelle sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. I saldi sono restituiti dalla differenza tra le percentuali delle imprese che hanno espresso un valore positivo e la percentuale delle imprese che hanno espresso un valore negativo. Gli indicatori variano tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e -100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento).

Percentuale di richieste di credito accolte su 100 presentate (imprese italiane)



INDICE BLS (STANDARDIZZATO) - Bank Lending Survey (valutazione soggettiva dei banchieri italiani sui criteri applicati nella concessione di credito alle imprese: 0=massimo peggioramento, 100=massimo miglioramento). Fonte: Banca d'Italia

2009q1 2009q2 2009q3 2009q4 2010q1 2010q2 2010q3 2010q4 2011q1 2011q2 2011q3 2011q4 2012q1 2012q2 2012q3

Le fonti:

Centro Studi Confcommercio Imprese per l'Italia

Format Ricerche

Ufficio Studi su dati Agenzia Regionale del Lavoro FVG 2010 e INPS

Ufficio Studi su dati INPS

Ufficio Studi su dati Infocamere-Movimprese

Ufficio Studi Confartigianato su dati Artigiancassa-Banca d'Italia