

I soggetti economici dello sviluppo

(pp. 433 – 517 del volume)

La numerazione di tabelle, tavole e figure riproduce quella del testo integrale

L'innovazione multiforme per affrontare le crisi del mercato

Solo un terzo delle imprese italiane innova in modo sostanziale e visibile. Eppure le trasformazioni intervenute nel tessuto produttivo negli ultimi anni spingono a due considerazioni:

- emerge con chiarezza una ristretta minoranza di aziende che ha attivato un articolato percorso di innovazione basata non solo sul miglioramento degli aspetti tecnologici della struttura organizzativa, ma anche sul rinnovamento di un complesso di prassi gestionali, in particolare di quelle commerciali e distributive. Si è dato cioè luogo, in sostanza, ad una innovazione multiforme;
- è giunto il momento di chiedersi se gli strumenti di incentivazione alle attività di ricerca e sviluppo e se le strutture per il trasferimento tecnologico siano i più idonei ad accompagnare i cambiamenti strutturali in atto.

Se si guardano i dati sugli investimenti in ricerca e sviluppo da parte delle imprese emerge, come indicato in precedenza, un cronico ritardo dell'Italia rispetto ad altri Paesi industrializzati: la spesa nelle attività di sperimentazione attivate dalle aziende ammonta allo 0,5% del Pil, consistentemente più basso di quanto si rileva in Svezia e Finlandia, dove si è ben al di sopra del 2% del Pil (fig. 1), ma anche in aree con una struttura produttiva simile a quella italiana, come la Francia, la Germania ed il Regno Unito.

Nonostante le deboli dinamiche sopra indicate, il tessuto produttivo industriale ha registrato in periodi recenti un apprezzabile incremento del fatturato e del livello di redditività. Queste minoranze dinamiche sembrano utilizzare leve differenti finalizzate all'ottimizzazione complessiva della struttura produttiva.

Analisi e indagini diverse mettono in evidenza l'evoluzione in atto. In particolare, un'indagine realizzata dal Censis e Aip - Associazione Italiana della Produzione su un campione di 530 aziende manifatturiere e di logistica con più di 20 addetti, indica come oltre al miglioramento del prodotto e del processo, l'innovazione passi anche per altri aspetti, tanto che ben il 56,2% delle imprese analizzate ritiene di dovere investire nel potenziamento della funzione commerciale, il 48,3% nell'ampliamento della gamma dei prodotti ed il 43% nel miglioramento ed efficientamento della funzione finanziaria. Un'indagine realizzata dal Censis e Confartigianato su un campione di aziende manifatturiere con meno di 20 addetti indica come gli sforzi di investimento e di innovazione nei prossimi anni siano orientati all'ampliamento della gamma di prodotti (28,7% degli intervistati) ed al miglioramento della funzione logistica (24,7%) (fig. 4), a sottolineare la volontà di rispondere meglio ai gusti mutevoli dei clienti e di collocare i prodotti in modo sempre più efficiente e rapido tramite sistemi logistici avanzati.

Se è in atto un percorso evolutivo tale per cui il miglioramento della competitività dell'azienda non dipende esclusivamente dall'innalzamento della

dotazione tecnologica, *occorre chiedersi se non sia necessaria una revisione delle strategie di incentivazione dell'innovazione e del trasferimento tecnologico nel sistema d'impresa*. Tra il 2000 ed il 2007 sono state concesse agevolazioni alle imprese (sia con risorse nazionali che regionali) per 70,7 miliardi di euro, dei quali 17,4 miliardi per attività di ricerca e sviluppo tecnologico (il 24,7% del totale) e ben 38,7 miliardi per “consolidamento e sviluppo del sistema produttivo” (ben il 54,9% del totale incentivi), ovvero per incentivare il capitale tecnico (macchinari, attrezzature e immobili per uso produttivo) (fig. 5). Relativamente poco incidono le spese a sostegno dell'internazionalizzazione (5,3%), della nuova imprenditorialità (7,9%) e del consolidamento finanziario (3,2%), leve importanti, ma sottovalutate, nell'innalzare la competitività delle aziende, specie in momenti di destabilizzazione dei mercati come quello attuale.

Le nuove forme dell'internazionalizzazione

L'Italia è il Paese europeo con il maggior numero di PMI esportatrici. Sono circa 200.000 e nel 2007 hanno esportato beni e servizi per un totale di 448 miliardi di euro, pari al 29,2% del Pil. Si tratta di un *export* legato in massima parte ai prodotti dell'industria manifatturiera, che ne costituiscono l'80% per un valore pari a 359 miliardi di euro. Il contributo più significativo proviene dalla produzione di macchine industriali e di apparecchi meccanici, comparto che da solo vale un quinto dell'intero commercio nazionale di beni oltre confine. Nel definire il profilo dell'Italia che esporta, all'industria dell'automazione si affiancano inoltre quella della siderurgia e dei prodotti in metallo, dell'*automotive*, della chimica e della farmaceutica, dell'ICT e dell'elettronica, ciascuna di loro contribuendo per circa il 10% al valore complessivo delle esportazioni italiane (fig. 7).

Tuttavia, il *Made in Italy* eccelle nel mondo nei settori in cui è realmente possibile mettere in risalto lo stile, la creatività e il gusto delle lavorazioni d'alta qualità. Nonostante una crescente concorrenza internazionale che porta a perdere qualche posizione soprattutto nei segmenti bassi del mercato, in questi ambiti l'Italia detiene ancora una quota significativa del commercio mondiale: il 13,6% per calzature e prodotti in cuoio, l'11,1% nella commercializzazione internazionale di mobili, il 9,7% per la lavorazione dei minerali non metalliferi (con punte del 38% per quanto riguarda le piastrelle in ceramica e del 19% per le pietre da taglio e da costruzione), il 7,1% dei prodotti tessili e il 6,1% dell'abbigliamento (12% per quelli in pelle), il 5,4% nella gioielleria e nell'oreficeria.

Sebbene il 48% del valore generato dalle industrie manifatturiere sia attribuibile alle poche realtà di grandi dimensioni, quelle che superano i 250 addetti, anche il vasto tessuto costituito dalle piccole imprese che formano l'ossatura del sistema produttivo nazionale continua a svolgere un ruolo determinante, contribuendo per oltre il 21% al valore complessivo delle esportazioni. Nei comparti tipici della tradizione manifatturiera nazionale sono

proprio le aziende con meno di 50 addetti a realizzare la quota più elevata del valore complessivo. È così, in particolare, per il comparto del cuoio e delle calzature oppure per l'industria tessile e dell'abbigliamento.

Se sono oltre 200.000 le imprese italiane che esportano i propri prodotti, quelle che direttamente hanno avviato attività economiche all'estero sono quasi 5.800. A differenza di quanto avveniva nel passato, non è più la chimera di un rapido abbattimento dei costi di produzione, primo fra tutti quello della manodopera, la ragione fondamentale che porta gli imprenditori ad investire oltre confine, quanto piuttosto una consapevole scelta strategica volta a migliorare le opportunità commerciali dell'azienda. Un'indagine Istat sulle imprese di medio-grandi dimensioni con attività all'estero mostra che nel 57,3% dei casi l'internazionalizzazione si sostanzia in un aumento delle vendite nei mercati esteri e nel 56,8% nell'accesso a nuovi mercati. Un'indagine su 530 imprese, effettuata dal Censis e da AIP – Associazione Italiana della Produzione, mette in evidenza come, tra le imprese esportatrici analizzate (oltre il 50% del campione), il vantaggio competitivo e la capacità di un migliore posizionamento sui mercati esteri siano determinati dall'attivazione di sofisticate tecniche di presidio della clientela: dalle tecniche di fidelizzazione alla promozione del marchio all'estero, fino alla diversificazione delle produzioni (fig. 8). Il risparmio sui costi è segnalato dal 50% degli intervistati, ma non appare come il primo elemento determinante di strategie efficaci.

L'imprenditorialità emergente dei migranti

Gli stranieri titolari d'impresa iscritti alle Camere di Commercio italiane sono 290 mila, pari al 19,2% degli occupati di nazionalità estera stimati dall'Istat: in pratica, un lavoratore migrante ogni 5 svolge un'attività autonoma e l'8,4% di tutte le imprese attive iscritte al sistema camerale ha per titolare un cittadino non italiano. Si tratta di un processo di sviluppo e consolidamento dell'imprenditorialità migrante ancora lungi dall'essere concluso e che evidenzia forti cenni di vivacità. Basti pensare che tra il 2006 e il 2007 il numero di imprese con titolare straniero è cresciuto del 10,2% e che nel periodo 2003-2007 l'incremento complessivo è stato del 65,5%.

Va detto, tuttavia, che nella maggior parte dei casi le attività avviate sono caratterizzate da basso valore aggiunto e da uno scarso contenuto tecnologico (fig. 12): il comparto prevalente è quello del commercio, dove si colloca ben il 38,4% delle imprese attive, mentre il 31% nel settore delle costruzioni. Negli ultimi anni l'edilizia è il comparto che ha conosciuto i ritmi di crescita più sostenuti, con un incremento del numero di titolari stranieri tra il 2003 e il 2007 pari al 128%. Per quanto riguarda le attività manifatturiere, gli inserimenti imprenditoriali da parte dei migranti si collocano essenzialmente nei comparti ad alta intensità di lavoro tipici del *Made in Italy*, quali l'industria tessile, quella del legno o il settore della concia. Altri ambiti in cui è significativa l'incidenza di imprenditori stranieri sono quelli della logistica

(attività di trasporto e magazzinaggio), degli alberghi e della ristorazione, oltre che dell'agricoltura, dei servizi di intermediazione (voce in cui rientrano i sempre più diffusi *internet point*) e dei servizi alla persona.

Numerosi sono gli ostacoli allo sviluppo di *élite* imprenditoriali straniere capaci di collocarsi su segmenti di alto livello. Preoccupante è la poca dimestichezza che la maggioranza degli imprenditori stranieri ha con gli strumenti finanziari e creditizi italiani. Secondo uno studio realizzato da Unioncamere emerge che circa il 30% degli imprenditori migranti non ha rapporti con le banche, quota che raggiunge il 52% tra quelli attivi nel comparto principale, vale a dire il commercio (fig. 13). A risentirne è, ovviamente, la capacità di effettuare investimenti e quindi di crescere ed essere competitivi. Nel complesso, soltanto il 15% degli imprenditori investe con continuità tutti gli anni, mentre un ulteriore 27% lo fa solo occasionalmente. Eppure il mondo bancario potrebbe svolgere un ruolo cruciale nel sostenere ed incentivare le più originali e potenzialmente interessanti espressioni dell'imprenditorialità migrante. Da un lato, va segnalato che già esiste una minoranza particolarmente vitale e dinamica che con gli istituti di credito è riuscita ad avviare intense relazioni. Per esempio il 6% degli stranieri, pari quindi a circa 17.200 imprenditori, ha in essere rapporti con due o più banche, fenomeno diffuso in particolare in quei comparti che necessitano di maggiori capitali quali il manifatturiero. Inoltre, per le banche il livello di affidabilità degli imprenditori stranieri non si discosta molto da quello dei loro omologhi italiani: nel complesso, le posizioni attive che presentano una o più rate scadute e non pagate a giugno 2006 è pari al 14,4%, a fronte di un 10,1% per gli italiani. Si tratta solitamente di leggere insolvenze che non dovrebbero avere conseguenze significative: meno dell'8% degli imprenditori stranieri (5% per quelli italiani) incorre in vere e proprie situazioni di sofferenza, con 6 o più rate scadute e non pagate.

I sentieri dell'innovazione nel sistema agricolo italiano

In Italia esistono circa 1.700.000 aziende agricole, di cui soltanto il 32,5% è in grado di superare la soglia minima dei 10.000 euro di fatturato. Si tratta di 550.000 imprese che da sole realizzano il 91,5% della produzione ed il 92,7% del fatturato complessivo del comparto. Un'indagine realizzata dal Censis e da Confagricoltura nei primi mesi del 2008 su un campione ragionato di imprese appartenenti a tale universo ha consentito di cogliere il profilo e i modelli di crescita adottati dalle realtà più moderne ed efficienti dell'agricoltura italiana (fig. 14).

Dall'analisi dei dati sull'approccio alla produzione emerge che il sistema agricolo deve saper puntare innanzitutto sull'innalzamento della qualità intrinseca dei prodotti. Al conseguimento di tale obiettivo sono orientate le innovazioni introdotte (attraverso la sperimentazione di nuove *cultivars* o di

tecniche e tecnologie colturali) dal 66% delle imprese intervistate, mentre il 23% del campione punta in via prioritaria ad una diversificazione di tipo varietale (fig. 15). Entrambe le strategie sono finalizzate a posizionarsi in una fascia di mercato sempre più alta o a soddisfare le richieste di determinate nicchie di clientela, mentre soltanto l'11% delle aziende sceglie di affidarsi in prevalenza ad un incremento quantitativo della produzione attraverso migliori rese o maggiori superfici coltivabili: una scelta adottata in prevalenza nel comparto delle *soft-commodities*, dove non è possibile diversificare il prodotto in modo significativo. Sempre più diffusi sono inoltre i tentativi di compenetrazione tra attività diverse, volti ad integrare nell'attività produttiva anche le fasi della trasformazione, del confezionamento e della distribuzione dei prodotti. Le aziende tendono a gestire queste operazioni autonomamente (41%) oppure attraverso consorzi o cooperative di cui fanno parte (25%): escluse quelle imprese il cui *output* non necessita di successive lavorazioni (13%), dunque, soltanto il 21% delle imprese si limita a cedere il prodotto a industrie di trasformazione.

A contraddistinguere l'azienda agricola moderna è però soprattutto un atteggiamento comunicativo nei confronti del mercato. Ad operare attraverso un marchio proprio, sia esso aziendale o consortile, è il 73% degli intervistati. Molte imprese si avvalgono inoltre anche di un marchio di qualità o di un marchio d'origine: oltre a tutto il mondo del vitivinicolo, in Italia sono riconosciuti 165 marchi DOP (denominazione di origine protetta) e IGT (indicazione geografica tipica). Le aziende agricole che operano nell'ambito della filiera dei prodotti di qualità DOP e IGP sono in totale 75.448 ed ogni anno il loro numero è in continua e rapida crescita: tra il 2006 e il 2007 è aumentato di ben 12.909 unità, pari al 20% del totale.

L'espressione più evoluta dell'atteggiamento attivo verso il mercato è data dalla capacità di trovare nuovi sbocchi per i prodotti aziendali oltre i confini nazionali. Ad esportare è il 40,7% del campione (molto più bassa è la percentuale dell'intero universo delle imprese agricole italiane). Il 58,8% di chi esporta si interfaccia direttamente, senza intermediari, con i compratori: nel 33,8% dei casi si tratta di circuiti di nicchia, molto remunerativi e che non impongono il conferimento di ingenti quantità di beni; significativo è però constatare la presenza di un 25% di imprese (quindi il 10% dell'intero campione) capace di relazionarsi direttamente con i circuiti esteri della grande distribuzione organizzata (fig. 17).

Il cluster terra-mare per una logistica efficiente

Ragionare in termini di *cluster terra-mare*, rafforzando un sistema di sinergie e coordinamento stretto tra porti e interporti italiani, è ormai divenuta un'esigenza fondamentale per sostenere la crescita e la competitività delle imprese. Già oggi le due reti di nodi della logistica attivano complessivamente un valore aggiunto di 4,3 miliardi di euro. Di questi, 1,6 miliardi provengono dalla rete nazionale degli interporti. Dei 29 interporti previsti quelli attivi sono

18, mentre 6 strutture sono in fase di completamento e 5 rimangono ancora ad uno stadio embrionale di progettazione. All'interno delle realtà al momento già funzionanti sono insediate complessivamente 1.021 aziende, in prevalenza operatori della logistica anche se non mancano imprese che svolgono servizi ai mezzi o alle persone. Nel 90% dei casi tali aziende si collocano all'interno di 8 interporti soltanto, ossia quelli di Verona, Padova, Bologna, Parma, Torino, Nola, Trento e Prato. Si tratta di un dato significativo che sta ad indicare le potenzialità di crescita di un sistema che, sia pure ad un primo livello di attività, già oggi impiega al proprio interno più di 19.500 addetti: 18.384 sono stimati operare per conto delle aziende insediate all'interno delle aree interportuali, mentre 1.200 lavorano direttamente per le società di gestione e di promozione dell'Interporto. A tale numero, già considerevole, andrebbero poi aggiunti i cosiddetti padroncini che prestano la propria opera per corrieri e spedizionieri e che sono conteggiati all'interno di un indotto che complessivamente ammonta ad oltre 20.000 addetti.

Al di là delle dimensioni attuali, quello che si può cogliere è un sistema che si sta consolidando e cresce molto rapidamente, sia in termini fisici che soprattutto economici: nell'arco di due anni, il numero di persone impiegate presso le società attive all'interno dei 14 interporti per cui sono disponibili dati completi è cresciuto del 21,2%, passando dalle 11.889 unità del 2005 alle 14.409 del 2007; inoltre i 18 interporti funzionanti, sia quelli emergenti sia i più consolidati, hanno concluso tutti il 2007 con un incremento tanto dei ricavi quanto della quantità di merci movimentata rispetto al 2006. Stando ai dati forniti dai singoli interporti, nel periodo che va dal 2005 al 2007 la variazione percentuale delle tonnellate transitate per ogni struttura è stata quasi sempre a doppia cifra, superando in molti casi il 20% (tab. 3).

Nel 2006, grazie a un sistema interportuale ancora solo parzialmente operativo, è stato possibile trasferire da strada a rotaia un totale di 22 milioni di tonnellate di merci. Si stima, pertanto, che il sistema interportuale consenta alla collettività un risparmio superiore ai 100 milioni di euro all'anno. Oltre ai benefici indiretti, laddove questo sistema già funziona a pieno regime è osservabile un significativo potenziamento delle attività logistiche e ciò per una duplice ragione: innanzitutto, la concentrazione del traffico merci al di fuori dei centri urbani ha consentito di ridurre i livelli di congestionamento e di fluidificare i flussi; inoltre contribuisce a rendere più efficiente il sistema dell'autotrasporto, localizzando le principali aziende in una stessa zona e sottoponendole così ad una maggiore concorrenza.

Realizzare un effettivo *cluster terra-mare* intensificando le esperienze di collaborazione tra porti e piattaforme interportuali porterebbe notevoli benefici per entrambe le parti e per il Paese nel suo complesso: da un lato, gli interporti potranno accrescere la quantità di merci movimentate e di conseguenza il proprio giro d'affari; il *cluster* marittimo godrebbe di aree retroportuali che alleggerirebbero la situazione di congestionamento in cui versano le banchine di molti porti; un rafforzato collegamento ferroviario diretto tra porti ed interporti sposterebbe dalle aree urbane di importanti città gran parte del

traffico di veicoli pesanti; una più efficiente movimentazione delle merci consentirebbe al Paese di intercettare una maggiore quota dei flussi intercontinentali e alle imprese italiane di raggiungere rapidamente i mercati di destinazione.

Consumi, mutui e indebitamento: dentro e oltre la crisi delle famiglie

Ciò che appariva come un fenomeno passeggero negli anni immediatamente successivi all'introduzione dell'euro è divenuto un elemento permanente dell'economia italiana, ovvero la sostanziale stagnazione dei consumi, effetto e non causa – vale la pena di ribadirlo – di un'economia debole. Per gran parte del 2008 i consumi hanno subito una consistente flessione in termini reali, diminuendo infatti dello 0,2% e dello 0,6% rispettivamente nel primo e nel secondo trimestre in termini tendenziali. Non sorprende, pertanto, che il 44,7% delle famiglie si sia dichiarato, già all'inizio di quest'anno, pessimista nei confronti dell'immediato futuro: era il 27% nel 2007. Ai pessimisti occorrerebbe aggiungere una ulteriore quota del 17,4% di persone incerte e disorientate (fig. 19).

Come molte rilevazioni mettono in evidenza da qualche anno, rientrano ormai nei canoni di spesa di un numero estremamente ampio di famiglie, spesso indipendentemente dal reddito disponibile, l'acquisto di prodotti con marca commerciale, sostitutivi di prodotti di marche più note; ben il 76% di 1.500 famiglie contattate dal Censis a marzo 2008 ha acquistato uno o più beni con marca commerciale ed il 54,3% ha dichiarato di averne intensificato l'acquisto negli ultimi tempi. Particolarmente evidente è anche il crescente ricorso a prodotti in offerta speciale, comportamento segnalato dal 72% delle persone contattate. Ma molti altri sono i comportamenti che sono espressione di un adattamento rapido a tempi di crisi: dal 53% di coloro che dichiarano di recarsi presso i mercati rionali per l'acquisto di prodotti alimentari, al 48,8% di chi non disdegna gli *hard discount*.

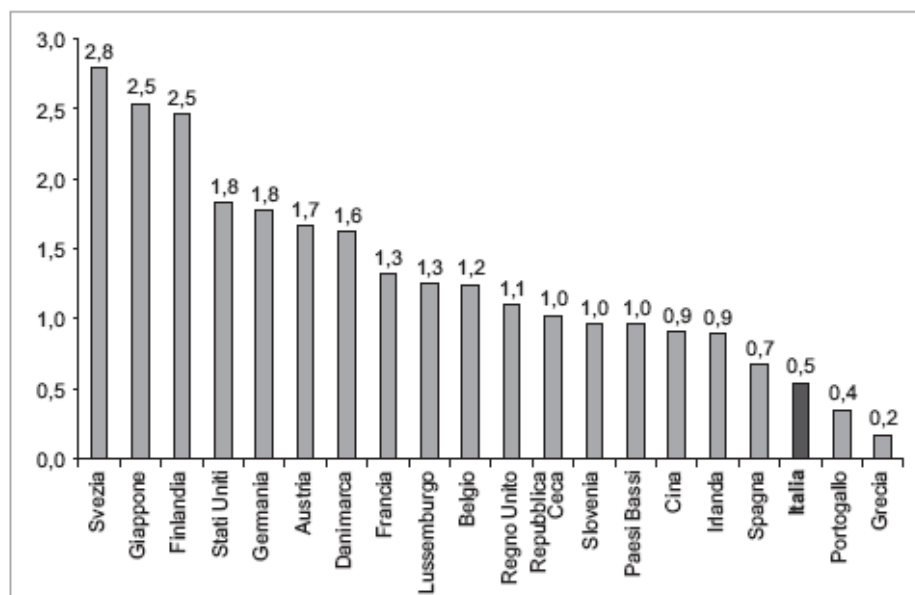
Non ci si può tuttavia nascondere che la cronicizzazione di tali situazioni e di tali continui riadattamenti a condizioni di mercato complesse rischia di trasformare quel virtuosismo e quella capacità degli italiani di reinterpretare in positivo la quotidianità, in una condizione assai frustrante.

Lo stesso dicasi per ciò che concerne l'indebitamento delle famiglie ed in particolare la situazione legata al pagamento di mutui immobiliari. Il livello di indebitamento delle famiglie è notevolmente aumentato negli ultimi tre anni, attestandosi attualmente al 48,5% del reddito disponibile (nel 2004 si era poco al di sotto del 40%) (fig. 22). Conforta solo il fatto che tale percentuale pur essendo elevata è più bassa della media dell'area euro e soprattutto di alcuni Paesi che presentano, dal punto di vista dei consumi, molte similarità con l'Italia, come la Francia, la Spagna, il Regno Unito (dove le passività

finanziarie delle famiglie superano il valore del reddito disponibile) e la virtuosa Germania.

Circa il 12% degli oltre 24 milioni di famiglie attualmente risulta gravato da un mutuo immobiliare. Sulla base di una serie di rilevazioni campionarie effettuate dal Censis e Confcommercio nel corso del 2007 e nei primi mesi del 2008 (fig. 23) quasi il 60% delle famiglie con mutuo (oltre 2.800.000) non ha difficoltà nella restituzione del debito e quindi nel pagamento delle rate. Il 29,1% (circa 838.000 famiglie) ha dichiarato qualche difficoltà, ma non tale da rappresentare, da nessun punto di vista, un vero problema o un rischio di insolvenza. Un'ulteriore quota del 9,7% delle famiglie con mutuo (circa 279.000) ha indicato notevoli difficoltà nel pagamento delle rate, rispettando tuttavia le scadenze. La vera area a forte rischio è dunque rappresentata dal restante 2,8% di famiglie analizzate (pari a circa 81.000 famiglie), che ha dichiarato di non avere rispettato le scadenze di pagamento delle rate. Su di esse occorrerebbe agire con strumenti idonei, a partire da un dilazione delle scadenze di pagamento senza innalzare in modo spropositato i tassi di interesse sulle rate residue, fenomeno già ampiamente verificatosi nell'arco degli ultimi due anni.

Fig. 1 - Percentuale della spesa in ricerca e sviluppo delle imprese sul Pil, 2006



Fonte: elaborazione Censis su dati Eurostat

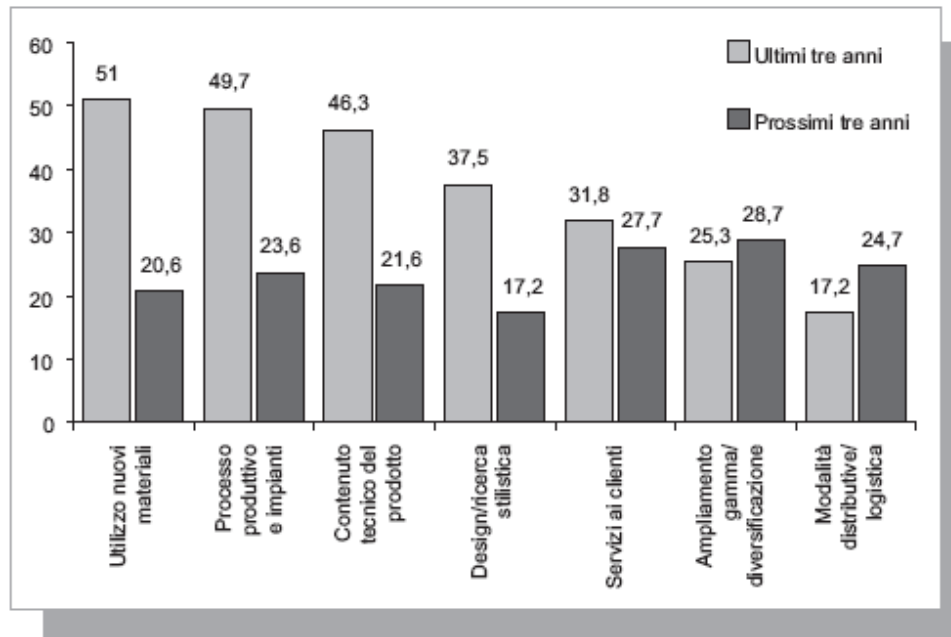
Fig. 3 - Obiettivi prioritari di sviluppo per imprese industriali con più 20 addetti (*) (val. %)



(*) Indagine effettuata su un campione di 530 aziende manifatturiere e di logistica con più di 20 addetti

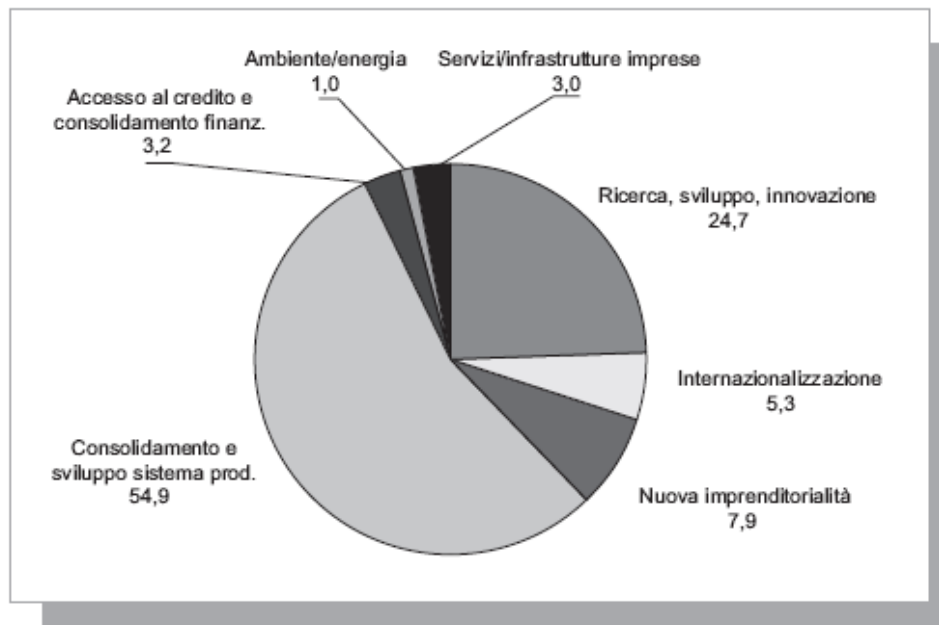
Fonte: indagine Censis-Aip, 2006

Fig. 4 - Attività in cui le imprese con meno di 20 addetti (*) hanno introdotto innovazioni negli ultimi tre anni e intendono farlo nei prossimi tre (val. %)



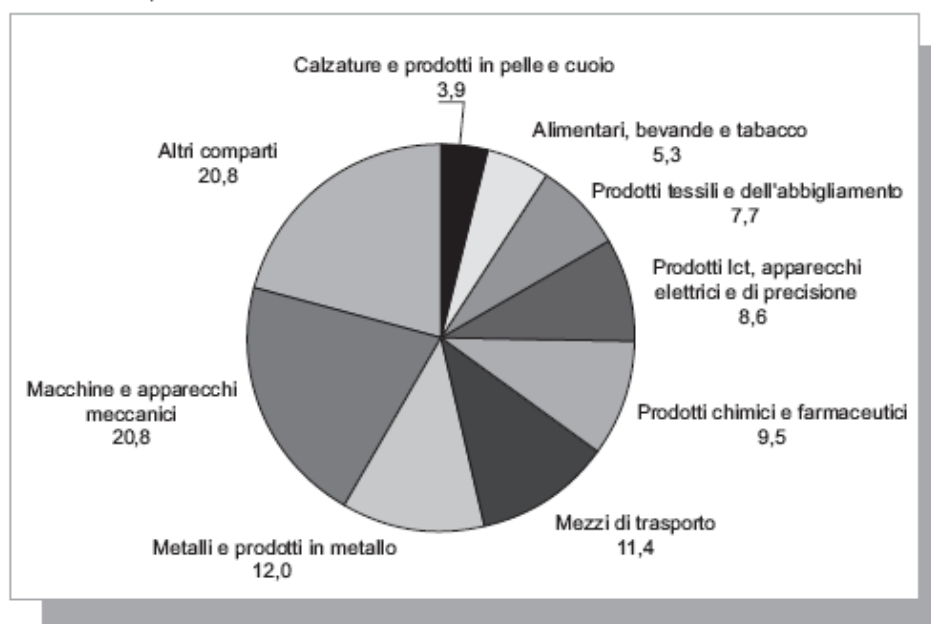
(*) Indagine effettuata su un campione di 296 imprese manifatturiere artigiane con meno di 20 addetti
 Fonte: indagine Censis-Confartigianato, 2007

Fig. 5 - Distribuzione percentuale delle agevolazioni concesse alle imprese in Italia nel periodo 2000-2007 (val. %)



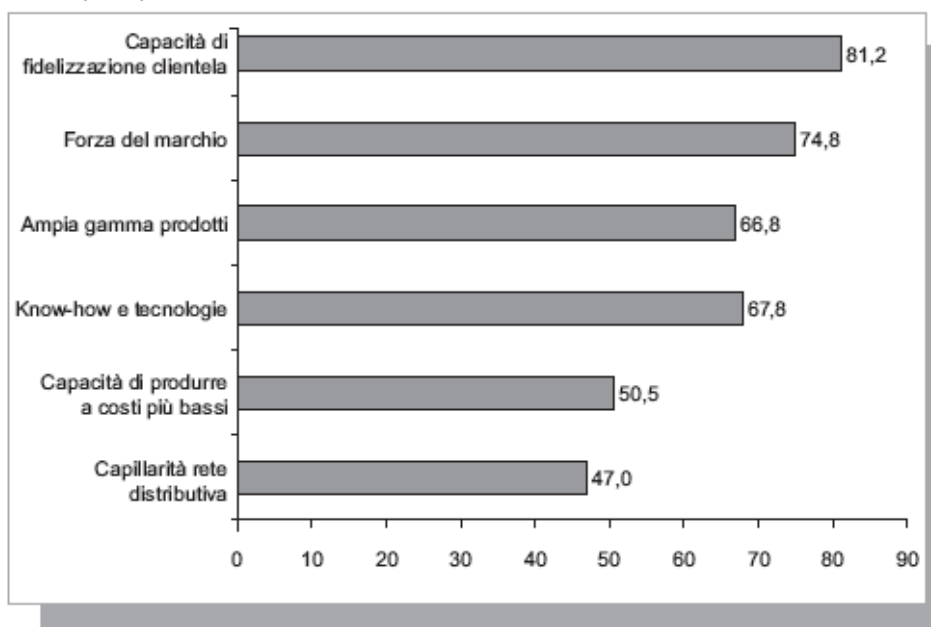
Fonte: elaborazione Censis su dati Ministero dello Sviluppo economico

Fig. 7 - I principali comparti esportatori in Italia, 2007 (quota percentuale sul totale dell'export nazionale)



Fonte: elaborazioni Censis su dati Ice-Istat

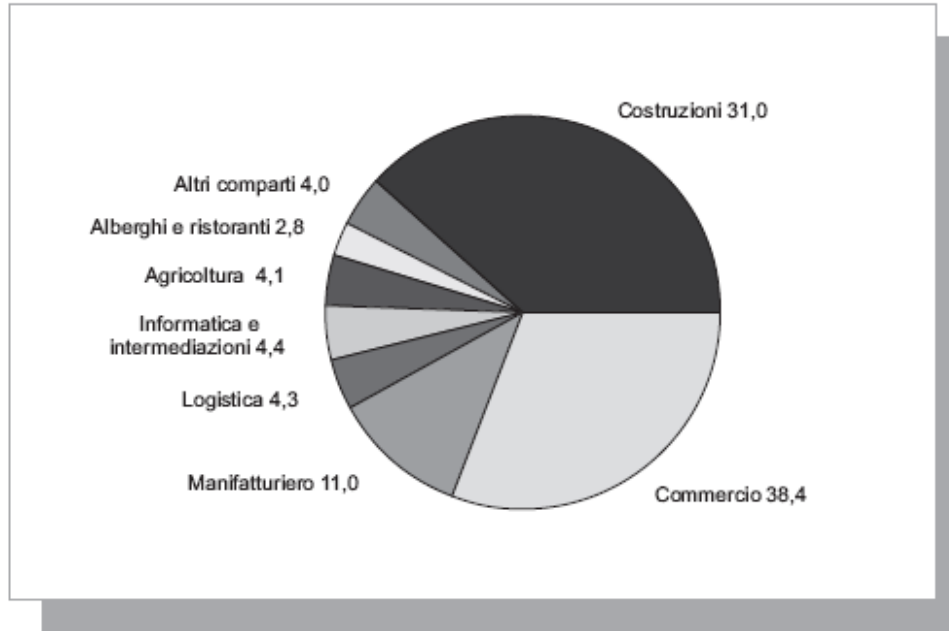
Fig. 8 - Fattori determinanti il vantaggio competitivo delle imprese industriali (*) operanti all'estero (val. %)



(*) Dati riferiti ad un campione di 530 imprese manifatturiere e di logistica con più di 20 addetti

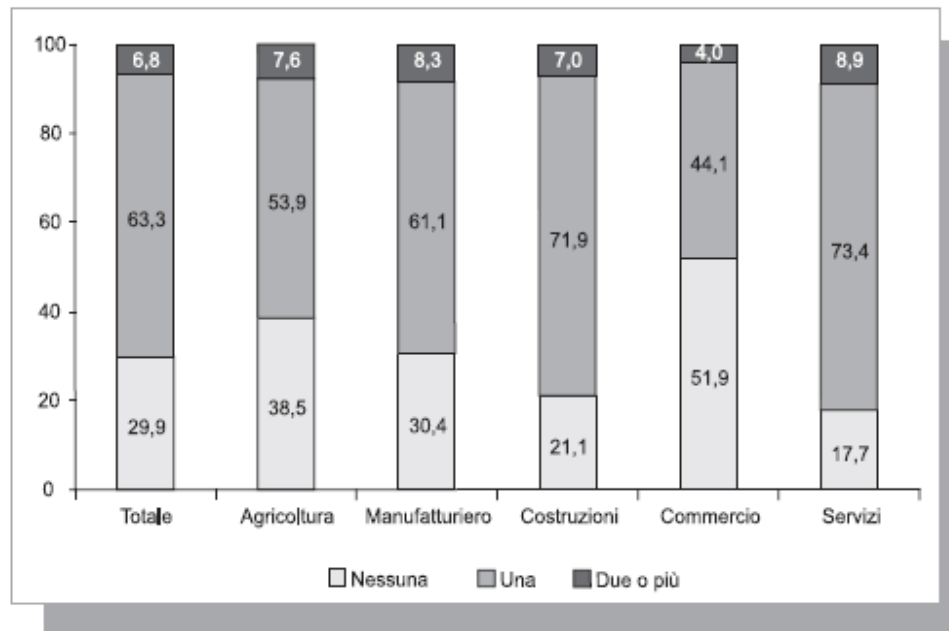
Fonte: indagine Censis-Aip, 2006

Fig. 12 - Distribuzione percentuale delle imprese individuali con titolare straniero iscritte al Registro imprese al 31 dicembre 2007



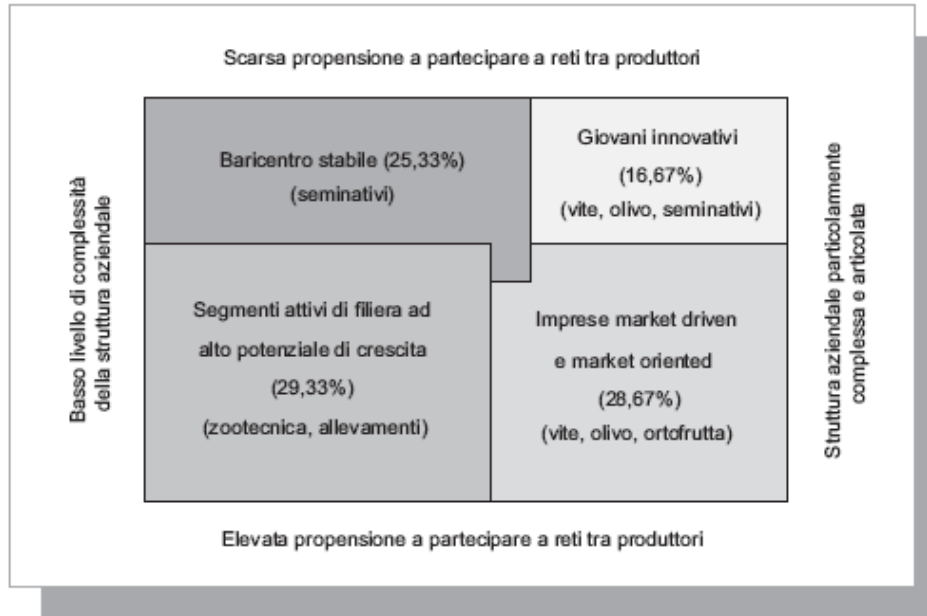
Fonte: elaborazioni Censis su dati Istat

Fig. 13 - Frequenza di rapporto con le banche da parte degli imprenditori stranieri, 2006 (val. %)



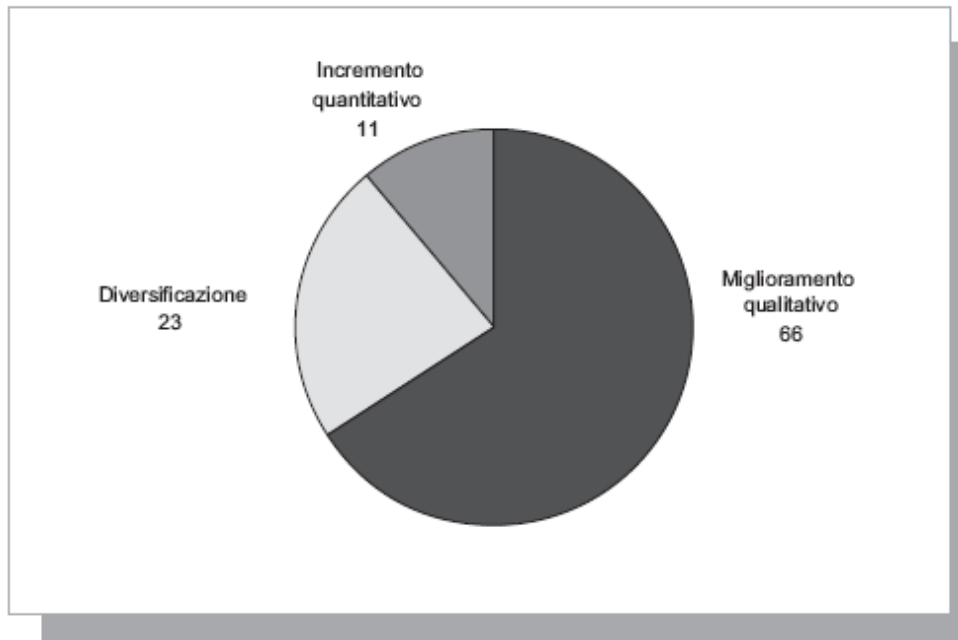
Fonte: elaborazione Censis su dati Nomisma

Fig. 14 - Imprese agricole emergenti in 4 gruppi tipologici

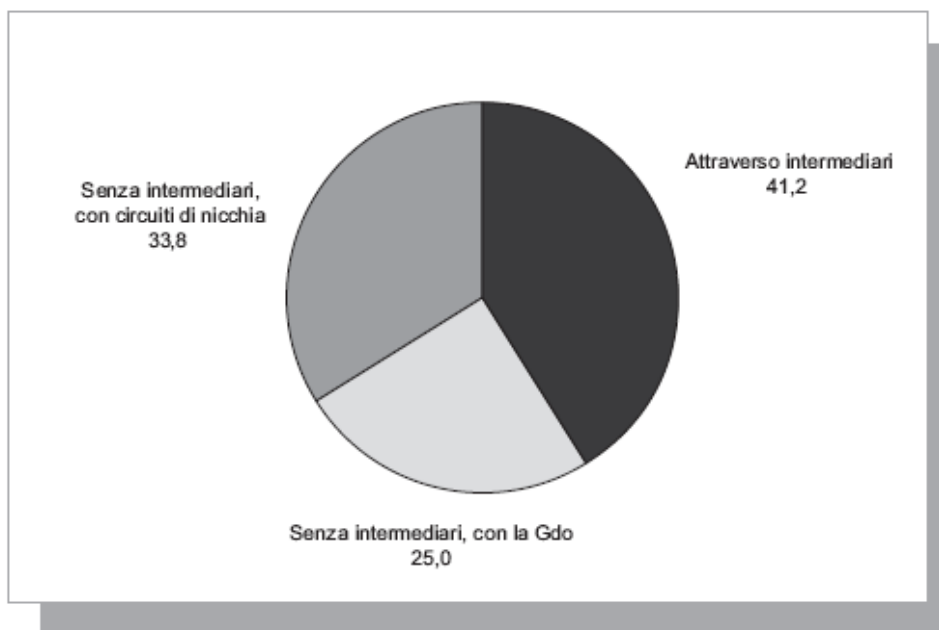


Fonte: indagine Censis-Confagricoltura, 2008

Fig. 15 - Principale strategia produttiva adottata dalle aziende agricole leader (val. %)



Fonte: indagine Censis-Confagricoltura, 2008

Fig. 17 - Modalità di accesso ai mercati esteri per le aziende agricole esportatrici (*) (val. %)

(*) Dato riferito al 40,7% del campione di aziende agricole che ha dichiarato di esportare
 Fonte: indagine Censis-Confagricoltura, 2008

Tab. 3 - Incremento della quantità di merce movimentata secondo quanto dichiarato dagli interporti (1) per il periodo 2005-2007 (var. %)

| | Variazione percentuale 2005-2007 |
|-------------------------------|----------------------------------|
| Interporto di Venezia | 40,0 |
| Interporto di Marcianise | 32,1 |
| Interporto di Verona | 27,3 |
| Interporto di Rivalta Scrivia | 26,3 |
| Interporto di Bologna | 22,0 |
| Interporto di Torino | 20,0 |
| Interporto di Trento | 13,5 |
| Interporto di Padova (2) | 11,1 |
| Interporto di Parma | 11,1 |
| Interporto di Prato | 9,5 |
| Interporto di Nola (3) | 5,8 |
| Interporto di Novara | 1,6 |
| Interporto di Rovigo | 200,0 |

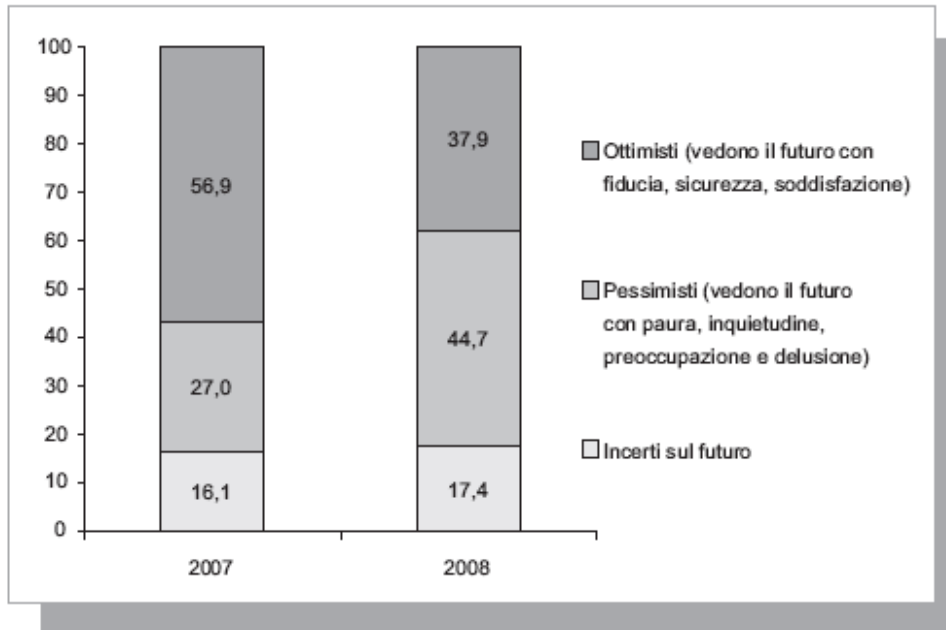
(1) Non è disponibile il dato relativo agli interporti di Bari, Cervignano, Livorno e Pescara, poiché hanno iniziato la propria attività nell'arco del triennio

(2) A differenza degli altri Interporti, Padova fornisce la stima esclusivamente per la quantità di merci movimentata via ferro. L'incremento indicato non considera per tanto tutta la componente trasportata esclusivamente su gomma

(3) Al 2006

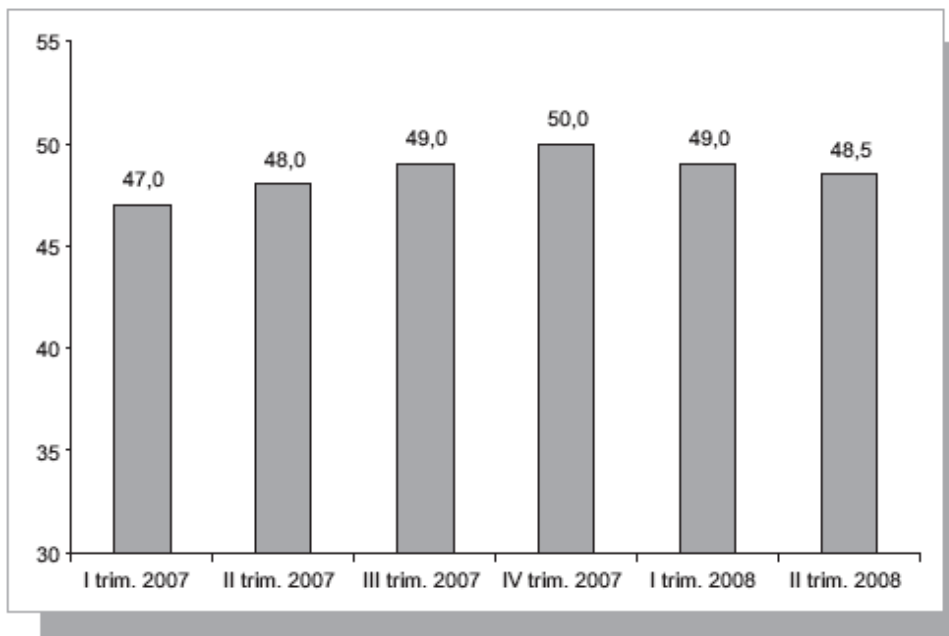
Fonte: indagine Censis-Uir, 2007

Fig. 19 - Clima di fiducia delle famiglie in Italia, 2007-2008 (val. %)



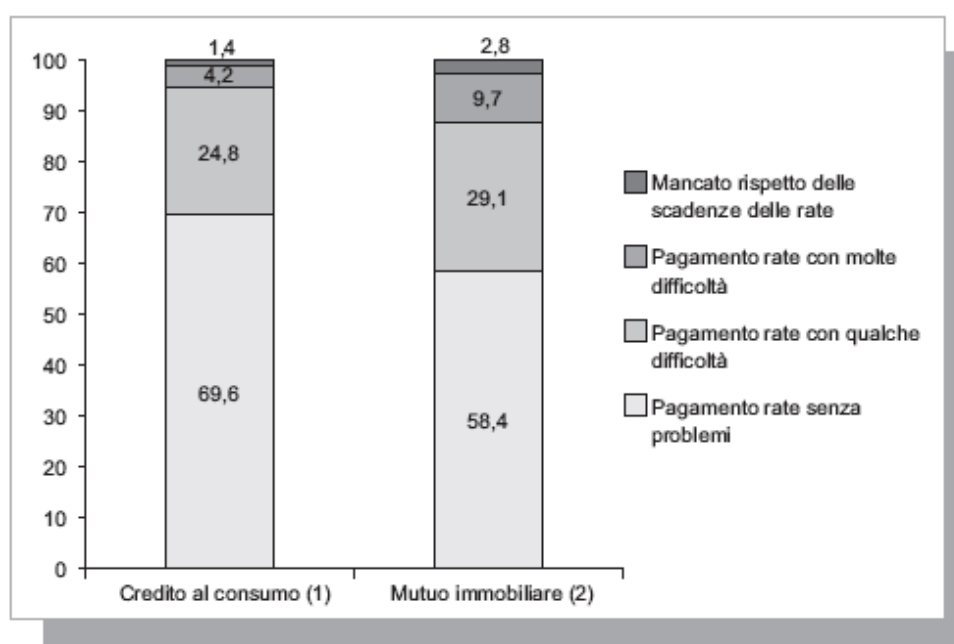
Fonte: Outlook sui consumi Censis-Confindustria

Fig. 22 - Indebitamento delle famiglie italiane in % del reddito disponibile, 2007-2008



Fonte: elaborazione Censis su dati Banca d'Italia

Fig. 23 - Modalità di pagamento delle rate del credito al consumo e del mutuo immobiliare da parte delle famiglie italiane, marzo 2008 (val. %)



(1) Dati riferiti al 33,4% delle famiglie che hanno dichiarato di pagare rate nell'ambito di un contratto di credito al consumo

(2) Dati riferiti al 12% di famiglie che hanno dichiarato di pagare rate per un mutuo immobiliare

Fonte: Outlook sui consumi Censis-Confindustria