



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCIA DI PERUGIA

Ufficio Stampa

Confcommercio presenta il suo Rapporto 2014

La crisi frena le imprese, determinate però ad andare avanti a tutti i costi – Alte le aspettative per il 2015. Confcommercio pronta con nuovi servizi per aiutare le imprese a fare business

La crisi e il peso soffocante di tasse e tariffe hanno condizionato pesantemente la vita delle imprese, che spesso non hanno avuto a disposizione risorse sufficienti da destinare agli investimenti, o all'inserimento di nuova forza lavoro, o alla formazione, una funzione invece giudicata strategica. Pesante anche il condizionamento della concorrenza sleale e dell'abusivismo.

C'è però anche qualche nota positiva: è aumentata la percentuale di imprese che hanno incrementato il proprio fatturato e, soprattutto, c'è nella quasi totalità degli imprenditori (89%) la determinazione ad andare avanti a tutti i costi.

Crescono le imprese disposte a lavorare in rete, e la quota di quelle che utilizzano le nuove tecnologie.

Le aspettative per il 2015 sono inoltre alte: c'è voglia di ripresa, anche mettendosi in gioco e tentando nuove strade. Nonostante sia ancora molto bassa la fiducia nel supporto che può venire dalla politica, ritenuta incapace di comprendere a fondo le necessità delle PMI e deludente anche per autoreferenzialità, distanza e incapacità di far comprendere il proprio operato. Mentre risulta fin troppo chiaro cosa la politica chiede in termini di tasse e tariffe.

Nel presentare i dati quantitativi e qualitativi del Rapporto annuale di Cofcommercio della provincia di Perugia, nel corso di una conferenza stampa a Perugia, il presidente **Giorgio Mencaroni** ha anche indicato le **sei direzioni** verso le quali dovrebbero essere orientati gli interventi prioritari necessari alle imprese.

“Serve anzitutto una **riduzione delle pressione fiscale**”, sostiene Mencaroni. “L'unico modo per uscire dal tunnel della crisi è il rilancio della domanda interna, tanto per i consumi che per gli investimenti. Noi lo diciamo da sempre, ma oggi sta finalmente diventando un'idea condivisa. Alla base ci deve essere una azione decisa per ridurre le tasse, tagliare la spesa pubblica improduttiva e rendere la burocrazia più veloce ed

Via Settevalli, 320 Perugia - Tel. 075.506711 - Fax 075.5067177
l.cucchiaroni@confcommercio.pg.it - c.migliorati@confcommercio.pg.it



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
PROVINCIA DI PERUGIA

Ufficio Stampa

efficiente. Poi ci devono essere le azioni a sostegno delle imprese che si stanno impegnando per la ripresa. Si deve favorire l'accesso alle **nuove tecnologie digitali** soprattutto da parte delle imprese piccole e piccolissime: nel 2015 Confcommercio offre a tutti gli associati la formazione gratuita sugli strumenti del web che possono aumentarne le potenzialità; la Regione potrebbe a sua volta emanare un bando per incentivare questi processi.

Finalmente si sta prendendo coscienza del ruolo trainante del **turismo**", aggiunge Mencaroni. "E' importante che alle valutazioni di principio seguano fatti e scelte concrete perché davvero questo settore possa essere un volano per tutta l'economia regionale.

Nel mercato globale, inoltre, la **sfida dell'internazionalizzazione** deve essere alla portata di tutti e riguardare le imprese di tutti i settori, non solo quelle vocate tradizionalmente a import/export. Anche le imprese del commercio, dei servizi e del turismo devono poter sperimentare questa opportunità, meglio se in una prospettiva e in un'ottica di integrazione di risorse e di progetti.

La strategia delle **reti di imprese**, che si comincia a sperimentare anche nel nostro territorio, deve continuare ad essere supportata e favorita.

Così come va incentivata l'iniziativa di tutte quelle imprese che - singolarmente, in rete con altre, in collaborazione con le amministrazioni comunali o altri soggetti - si stanno dando da fare per riqualificare il territorio in cui operano o nella organizzazione di **iniziative di animazione**, sempre più numerose e con il merito di aver riaperto i riflettori sui centri storici dell'Umbria".

Questo è uno degli ambiti in cui nei prossimi mesi - con un maggiore e coordinato impegno nella organizzazione e promozione delle iniziative di animazione territoriali - si svilupperà l'attività della **Confcommercio della provincia di Perugia**, che vuole affiancare ai servizi già collaudati una serie di nuove opportunità per aiutare le imprese a fare business e stare con successo sul mercato.

Sarà intensificata l'operatività degli Sportelli Start Up, Franchising, Mepa, per il commercio estero, ad esempio; ma è stato anche stilato un fitto calendario di incontri - dedicati anche ai giovani imprenditori e alle imprese più innovative del terziario - per creare nuove occasioni di scambio e di lavoro.

"E' un momento di cambiamento anche per le associazioni di categoria - sottolinea il presidente Mencaroni. "Noi lo stiamo facendo anche attraverso nuovi servizi, per rispondere ai nuovi bisogni delle imprese. Siamo pronti e investiremo molto su questo, a partire dalla promozione del territorio e dall'utilizzo delle nuove tecnologie".

Via Settevalli, 320 Perugia - Tel. 075.506711 - Fax 075.5067177
l.cucchiaroni@confcommercio.pg.it - c.migliorati@confcommercio.pg.it



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCIA DI PERUGIA

Ufficio Stampa

Rapporto 2014

L'indagine annuale di Confcommercio della provincia di Perugia è stata condotta su un campione di 160 imprese umbre del terziario (commercio, turismo, servizi) per analizzarne l'andamento nel corso del 2014 - attraverso alcuni importanti indicatori (investimenti, occupazione, fatturato...) - registrare le loro opinioni rispetto alla situazione odierna, le loro richieste ed aspettative per l'immediato futuro.

Quest'anno il confronto è stato fatto anche sui dati 2009, all'inizio della crisi.

L'indagine ha registrato anche il "sentiment" delle imprese rispetto alla prospettive per il futuro, i problemi sentiti come maggiormente penalizzanti, gli interventi prioritari che la politica dovrebbe realizzare, le strategie d'impresa da mettere in atto.

Investimenti

Il 78% degli intervistati non ha fatto investimenti nel corso dell'anno (erano il 70% nel 2009 e il 67% nel 2013). Chi ha fatto investimenti (22%) per il 56% lo ha fatto in macchinari e attrezzature (30% nel 2009), il 25% in immobili o impianti fissi (39% nel 2009), il 19% in tecnologie informatiche (21% nel 2009), il 13% in ampliamenti o nuovi rami di attività (9% nel 2009); scompare nel 2014 la voce formazione delle risorse umane e marketing che era al 6% nel 2009 e al 2% nel 2013.

Fatturato

In flessione il numero delle imprese (50%) che dichiara una diminuzione di fatturato (57% nel 2009, il 64% nel 2013); in leggera flessione anche il dato relativo alle imprese (33%) che denunciano una stabilità nel proprio fatturato (35% nel 2009, 28% nel 2013); migliora per il 2014 il dato delle imprese che dichiarano un aumento di fatturato, che passano dall'8% del 2009 (stessa percentuale lo scorso anno) al 17% del 2014.

Nel 92% dei casi l'aumento di fatturato non è riconducibile alle opportunità che si generano anche in un momento economico sfavorevole, ma a tagli dei costi o variazioni nelle strategie aziendali e/o all'esplorazione di mercati di nicchia.

Per contro, il 50% di imprese che dichiara una riduzione di fatturato, per il 94% la riconduce alla sola crisi economica.

Occupazione

Solo il 3% delle imprese intervistate ha dichiarato di aver fatto nuovi inserimenti di personale nel 2014 (nel 2009 era l'8%).

Via Settevalli, 320 Perugia - Tel. 075.506711 - Fax 075.5067177
l.cucchiaroni@confcommercio.pg.it - c.migliorati@confcommercio.pg.it



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCIA DI PERUGIA

Ufficio Stampa

Del 97% che dichiara di non aver fatto inserimenti di personale (93% nel 2013), un 32% delle imprese asserisce di avere già una eccedenza di personale, mentre il restante 65% afferma che in questo momento l'inserimento di nuova forza lavoro non è economicamente sostenibile.

Crisi: 2014 un anno difficile affrontato con coraggio e nuove strategie

Dall'analisi emerge che il 53% delle imprese ritiene che il 2014 si sia chiuso meglio, o almeno senza peggioramenti, rispetto all'anno precedente.

Le imprese del terziario cominciano ad avvertire segnali di ripresa: magari più in altri settori (54%) rispetto al proprio (34%).

Solo un 8% degli intervistati non vede nessun segnale di ripresa per nessun settore; il 3% delle imprese dichiara di non aver ancora "sentito" gli effetti della crisi.

Quanto ai **maggiori problemi** che le imprese si trovano ad affrontare, ai primi posti ci sono l'ormai insostenibile peso di **Tasse, Tariffe e Tributi** (45%) e l'elevato **costo del lavoro** (18%), che falchiano i risultati di esercizio delle imprese e sono causa dei mancati investimenti. Il ridotto reddito d'impresa non permette politiche di sviluppo e di investimento, non consente di acquisire nuove risorse umane e incidere sui livelli occupazionali e di conseguenza sui consumi delle famiglie, in un circolo vizioso che è difficile spezzare.

In forte aumento la denuncia di **concorrenza "sleale"** e fenomeni di abusivismo che creano turbative del mercato (17%).

Le piccole imprese di vicinato denunciano le poche politiche di valorizzazione del loro ruolo sociale e della capillarità territoriale del loro servizio alla comunità.

Il 7% denuncia difficoltà di accesso al credito; il 4% denuncia la poca sicurezza e legalità dell'ambiente in cui opera.

Emerge dall'indagine (3%) la necessità di politiche volte a favorire gli investimenti delle imprese e lo start up aziendale e la preoccupazione (4%) di lavorare in una regione con carenza di infrastrutture e trasporti adeguati. Infine un 2% si dichiara in difficoltà per la mancanza di proprie strategie d'impresa che possano realmente cambiare le cose.

Nonostante il quadro piuttosto critico che emerge, c'è ancora tanta, **tantissima voglia di continuare** tra gli imprenditori di commercio, turismo e servizi: nell'89% dei casi continuano a dire di voler proseguire la propria attività a qualunque costo. Una più piccola, anche se significativa, quota dell'11% si dichiara così scoraggiato da voler smettere di fare l'imprenditore.

Via Settevalli, 320 Perugia - Tel. 075.506711 - Fax 075.5067177
l.cucchiaroni@confcommercio.pg.it - c.migliorati@confcommercio.pg.it



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCIA DI PERUGIA

Ufficio Stampa

Le aspettative per il nuovo anno sono però in genere molto alte: il 2015 dovrà essere un anno di vera svolta per molti di quegli imprenditori, che nel 21% dei casi vuole accrescere la propria quota di mercato e che nel 3% dei casi tenterà nuove strategie e nuovi mercati.

Il 57% lotterà comunque per continuare a mantenere la propria quota di mercato; il 18% cercherà di “sopravvivere” in attesa della ripresa. Un ridottissimo 1% pensa già di chiudere.

La politica delude le imprese terziarie, perché ritenuta incapace di comprendere a fondo le necessità delle piccole e medie imprese (54%) che costituiscono l'ossatura del sistema economico umbro. Ma la politica delude anche per l'autoreferenzialità, la distanza e l'incapacità di far comprendere il suo operato.

Il 44% delle imprese intervistate dichiara di non comprendere quali siano le politiche di sviluppo della propria regione per i diversi settori economici e per incrementare il potere d'acquisto delle famiglie. C'è chiarezza solo in merito a quanto c'è da versare in termini di tasse, tariffe, tributi, ecc.

Per quanto riguarda **le politiche che le imprese si aspettano dal Governo della propria regione**, le risposte sono state molto chiare: 46% riduzione della pressione fiscale, 28% operare ed investire in vere politiche di sviluppo ed innovazione (Turismo, trasporti, infrastrutture, parcheggi, eventi, sicurezza) per TUTTE le imprese del territorio, 9% diminuire la burocrazia e semplificare l'accesso agli strumenti di investimento e sviluppo, 12% procedere con forza al recupero di risorse dall'evasione fiscale di TUTTI i settori.

Ed, infine, per il 5% è necessario che la politica riguadagni credibilità, abbattendo fortemente i costi, il livello di spesa degli apparati amministrativi e dei compensi ai politici.

Per il 71% degli intervistati **il comparto su cui l'Umbria deve puntare** per riemergere dalla crisi è quello **Turismo-Ambiente e Cultura**. La nostra regione, che soffre la frammentazione del tessuto imprenditoriale in tutti i settori e la crisi delle grandi imprese industriali, deve puntare sul proprio territorio e sulle ricchezze ambientali e culturali per portare nuova linfa e sviluppo.

Per il 18% degli intervistati il rilancio è invece legato allo sviluppo di nuove ed innovative forme di commercio; per l'11% a politiche di supporto al mondo manifatturiero legato alla valorizzazione dei prodotti agroalimentari.

Via Settevalli, 320 Perugia - Tel. 075.506711 - Fax 075.5067177
l.cucchiaroni@confcommercio.pg.it - c.migliorati@confcommercio.pg.it



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
PROVINCIA DI PERUGIA

Ufficio Stampa

Confcommercio ha voluto ascoltare le imprese a proposito delle proprie strategie aziendali. L'autocritica e la consapevolezza degli imprenditori non si sono fatte attendere: il 53% ha dichiarato di dover migliorare e sviluppare maggiori capacità di gestione imprenditoriale e strategica; il 19% ha dichiarato la necessità di formazione ed aggiornamento professionale; l'11% ha dichiarato di dover aumentare l'innovazione tecnologia e/o digitale dei servizi o prodotti erogati; il 14% ritiene di essere carente nella capacità di aggregazione e creazione di reti d'impresa per ottimizzazioni di servizi o prodotti erogati.

Proprio il tema delle **reti d'impresa** e dell'aggregazione è stato approfondito per capire quanto già facciano parte delle normali strategie imprenditoriali. Il 17% degli intervistati dichiara di partecipare, o aver partecipato di recente, ad iniziative di reti d'impresa, in genere con scopi di marketing pubblicitario oppure di vendita on line, oppure per l'organizzazione di eventi e promozione territoriale. Una gran parte degli intervistati (82%) dichiara di non partecipare a progettualità condivise.

Per il 67% delle imprese l'**innovazione tecnologia** e digitale è diventata elemento imprescindibile del fare impresa.

Il 21% delle imprese ancora non si è convinto all'uso della tecnologia e del web, mentre c'è una percentuale di indecisi (13%) sulle potenzialità di questi strumenti.

Alla domanda su quali siano gli aspetti che maggiormente traggono vantaggio dalla innovazione tecnologia, per il 23% gli imprenditori hanno risposto che si possono abbattere i costi di gestione, per il 39% che si ottimizzano i processi di gestione, per il 14% che si sviluppano migliori e più efficaci politiche di marketing mentre per il 6% che aiuta a trovare nuove opportunità di mercato.

Il 42% degli intervistati ha un sito internet e usa la posta elettronica (era il 35% nel 2012); il 30% utilizza anche i più noti social network come strumento di promozione e sviluppo delle strategie aziendali (era il 26%); flettono di poco l'e-commerce, che passa dall'8% del 2012 al 6%, ed i "gruppi d'acquisto (4%, mentre era il 6% nel 2012), ma in entrambi i casi le imprese ora si affidano a soggetti molto strutturati a livello nazionale mentre una volta c'erano più iniziative locali. Il 2% delle imprese del campione produce una propria newsletter.

Dalle vendite di Natale e i SALDI, uno spiraglio di positività

Se il buongiorno si vede dai saldi, il 2015 per le imprese del commercio è cominciato se non bene almeno in modo moderatamente positivo. In linea con la tendenza che sta

Via Settevalli, 320 Perugia - Tel. 075.506711 - Fax 075.5067177
l.cucchiaroni@confcommercio.pg.it - c.migliorati@confcommercio.pg.it



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
PROVINCIA DI PERUGIA

Ufficio Stampa

emergendo a livello nazionale, infatti, un ricognizione effettuata dal Settore Moda Confcommercio della provincia di Perugia tra un campione di imprese di abbigliamento e calzature evidenzia ad oggi un andamento delle vendite di fine stagione migliore dell'anno scorso. Il dato è costituito da una media tra coloro per cui i saldi stanno andando molto bene e chi si mantiene almeno ai livelli del 2014. Come d'abitudine, molto bene il primo week end, mentre ora si registra un andamento più "calmo". "Ad essere significativo non è tanto il dato dell'andamento dei saldi 2015 in sé – sottolinea il presidente Confcommercio della provincia di Perugia Mencaroni - ma il fatto che segna per la prima volta dopo tanto tempo una inversione di tendenza, tanto più significativa perché confermata dalle vendite nel mese di dicembre, anch'esse generalmente migliori rispetto allo stesso periodo dell'anno passato.

I saldi confermano il rapporto di fiducia tra consumatori e imprese di vicinato: un buon inizio è di fondamentale importanza per i bilanci delle imprese e per la loro stessa sopravvivenza, anche se non sono certo un elemento sufficiente per affermare che abbiamo imboccato la via della ripresa".

Perugia 13 gennaio 2015

Via Settevalli, 320 Perugia - Tel. 075.506711 - Fax 075.5067177
l.cucchiaroni@confcommercio.pg.it - c.migliorati@confcommercio.pg.it