



Freni Ricerche Sociali e di Marketing

Il seguente **Documento Informativo Completo** è in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa : delibera 153/02/CSP. Allegato A, art.3 pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002

LA CRISI CHE NON FINISCE MAI **LA FASE RECESSIVA CONTINUA** **ALCUNI SEGNALE DI RIPRESA E NUOVE MINACCE**



Soggetto che ha realizzato il sondaggio: Freni Ricerche di Marketing

Pubblicato su: Il sole 24ore – 9 Giugno 2010

Committente ed Acquirente: CNA Emilia Romagna

Coordinamento CNA: Cristina Di Gleria

Responsabile della ricerca: Vincenzo Freni

Assistente alla ricerca e Coordinamento Field: Rosaria Agnoletti

Universo: imprese artigiane e non, in possesso di mezzi informatici, operanti in Emilia Romagna nell'anno 2010 nei seguenti macro settori di attività: manifatture, costruzioni, servizi

Campione: arbitrario stratificato per i 3 settori di attività e per province dell'Emilia Romagna (vedi appendice).

Aree Campione: Bologna, Forlì - Cesena, Ferrara, Modena, Parma, Piacenza, Ravenna, Reggio Emilia, Rimini.

Metodo: Indagine semi-estensiva realizzata tramite interviste somministrate via e-mail a responsabili di aziende eccellenti associate CNA e ad aziende estratte casualmente dall'universo delle imprese operanti nella Regione. Questionari cartacei (sistema tradizionale), trascrizione verbatim delle risposte aperte

Periodo della rilevazione: Aprile 2010

Campione teorico: 164 aziende eccellenti

campione effettivo: **118 Aziende** (interviste ricevute e validate al 30 Aprile 2010)

Modulo d'intervista utilizzato: Il testo integrale di tutte le domande rivolte ai rispondenti figura in Appendice

La percentuale dei responsabili aziendali che hanno risposto a ciascuna domanda e **la percentuale dei non rispondenti** figurano nelle tabelle allegate

Verifica della coerenza delle risposte alle diverse domande: trascrizione manuale delle risposte raccolte precedentemente su questionario cartaceo. La metodica utilizzata prevede il controllo del dato sia al momento del caricamento nel database specializzato (proprietario dell'Istituto Freni) sia ex-post, al momento del *cleaning*, intercettando e risolvendo le presunte incongruenze (che talvolta corrispondono a "falsi positivi"). La metodica adottata è da considerarsi preferibile sul piano della qualità del dato ottenuto in quanto evita i blocchi e le filtrature ex-ante utilizzate dei programmi di somministrazione dei questionari assistiti dal computer (CATI, CAWI, etc.) che non possono tenere conto della totalità delle alternative di risposta riducendo quindi la ricchezza del dato.

Il "documento" completo del sondaggio, come richiesto dall'Authority in caso di pubblicazione sui mezzi di comunicazione di massa, è disponibile, all'indirizzo dell'Istituto Freni www.frenimkt.com e, in forma sintetica per gli aspetti metodologici, privo dei risultati come richiesto dalla recente Delibera n. 237/03/CSP (Modifiche e integrazioni al regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa), all'indirizzo dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni <http://www2.agcom.it/sondaggi/sondaggi.htm>.

La presente ricerca è conforme alle norme del codice della **MRS** (The **Market Research Society**) e dell'**A.M.A** (American Marketing Association) per le Ricerche di Marketing e Sociali, di cui l'Istituto Freni è rispettivamente *full e professional member*, e, in quanto socio, del codice **ESOMAR** (European Society for Opinion and Marketing Research)

Privacy. Le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste sono tutelati nel rispetto della legge 675 del 18.11.1996, utilizzati solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti, e trattati e resi noti solo sotto forma di elaborati statistici rispettando l'anonimato dei singoli intervistati. Inoltre, essendo l'appartenenza ad una Associazione di Categoria, quale la CNA, da intendersi come dato sensibile, la distinta delle aziende intervistate, disponibile comunque per motivi di studio presso la sede regionale della CNA, non viene inclusa nel presente rapporto pubblico.

I dati contenuti nel presente rapporto sono di esclusiva proprietà della CNA dell'Emilia Romagna I dati ed il rapporto contenuti nel presente documento possono, con l'autorizzazione della CNA dell'Emilia Romagna venire riprodotti e resi pubblici citando la fonte: ©Freni Ricerche Sociali e di Marketing

L'utilizzo e la riproduzione pur parziale del modulo d'intervista sono interdetti e protetti, anche per uso didattico, salvo autorizzazione scritta © Vincenzo Freni

Legge 633 del 22.4.1941 sulla protezione del diritto d'autore e di tutti i diritti connessi al suo esercizio

I dati sono stati elaborati con il package statistico proprietario di Freni Ricerche di Marketing

SMART (Statistics for **MA**rketting **T**est)



Celebrating 27 Years
Quality ad hoc research



IL NOSTRO CODICE ETICO

FRENI RICERCHE DI MARKETING SI IMPEGNA CON UN CODICE DI CONDOTTA CHE, OLTRE A RECEPIRE I CODICI DELLE ASSOCIAZIONI A CUI APPARTIENE (ESOMAR, MRS E AMA), INTENDE GARANTIRE ULTERIORE RESPONSABILITÀ SOCIALE AI SUOI CLIENTI, FORNITORI E COLLABORATORI.

FATTI NON PAROLE

100% RICERCA AD HOC MADE IN ITALY (*)

- ✓ Rispetto dei collaboratori: Freni Ricerche di Marketing compensa, al più elevato livello di quotazione di mercato, tutti i collaboratori esterni (intervistatori, reclutatori, supervisor, location e facilities), sempre contestualmente alla fine dell'incarico, max entro 30 gg dal suo svolgimento.
- ✓ Field di qualità: Freni Ricerche di Marketing per le interviste face to face e telefoniche gestisce direttamente una rete di intervistatori selezionati, senza subappalti a società esterne e non ricorre a call center, né offshore, né stranieri e nemmeno italiani.
- ✓ Field non anonimo: Nel report dell'indagine, vengono menzionati tutti coloro che hanno collaborato al lavoro di ricerca sul campo compresi i supervisor e i rilevatori.
- ✓ Riservatezza, sicurezza e qualità del dato: Tutti i dati vengono totalmente trattati e conservati internamente all'Istituto, senza trasferirli a strutture di elaborazioni dati esterne, in modo da garantire la massima riservatezza e qualità. I dati statistici vengono trattati con software proprietario sviluppato internamente, in formato protetto.
- ✓ Indipendenza e autonomia: Freni Ricerche di Marketing è un Istituto indipendente che esegue solo ricerche *ad hoc*, professionalmente e finanziariamente, autonomo da gruppi economici e politici.
- ✓ Freni non dispone di una rete di vendita dei propri servizi. La gran parte del nostro business proviene dal passaparola tra i clienti serviti; sono i nostri clienti a raccomandare i nostri servizi ad altre aziende e ad elogiare la qualità del nostro impegno.
- ✓ Al servizio della Cultura della Ricerca. All'interno dell'istituto si trova una delle più ampie collezioni di materiale informativo sulle teorie e sull'applicazione della ricerca di marketing: una biblio-emeroteca che vanta migliaia di testi che ripercorrono la storia della ricerca di marketing dalla nascita ad oggi, disponibili gratuitamente, su richiesta, ai cultori della materia e ai tesisti.
- ✓ Solidità e Expertise: L'azienda, fondata nel 1983, è uno dei più anziani istituti impegnati nella ricerca sociale e di marketing d'Italia: il 66% delle aziende del settore sono state costituite più recentemente (fonte ESOMAR 2009).
- ✓ Una bottega rinascimentale fiorentina. Eseguiamo solo *ricerche ad hoc (non ci occupiamo di panel e omnibus)*. Applichiamo alla ricerca un modello efficiente di lavoro che proviene dai mestieri in uso nella bottega rinascimentale, nel pieno rispetto dell'etica del lavoro e sempre alla ricerca del fare meglio.

Tutte le ricerche di pubblico dominio realizzate da *Freni Ricerche Sociali e di Marketing* sono presenti sul sito del Garante per le Comunicazioni <http://www2.agcom.it/sondaggi/sondaggi.htm> così come lo sono, in ottemperanza alla Delibera 153/02/CSP, allegato A, art.3 pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002, quelle realizzate da tutti gli altri istituti che operano in Italia. Una vetrina che consente di valutare e confrontare oggettivamente l'impegno e lo standard qualitativo della produzione delle aziende che operano in questo settore.



Motto

Crediamo nell'importanza della ricerca scientifica e ne promoviamo i valori anche in ambito accademico perché riteniamo che la conoscenza sia un bene comune. A questo fine Sul sito www.frenimkt.com (attualmente in fase di rifacimento) nella sezione educational mettiamo a disposizione di studenti, tesisti e studiosi materiale didattico specialistico continuamente aggiornato.

(*) La stampa specializzata riporta che il 90% delle interviste telefoniche realizzate dagli istituti di ricerca italiani oggigiorno vengono eseguite in Albania, Romania, Tunisia

FORUM CONGIUNTURALE Emilia Romagna

l'opinione della CNA

semestre: Ottobre 2009 – Marzo 2010

Target d'indagine: panel associati CNA

Ragione Sociale

Cod. Attività Ateco (a cura dell'ufficio) I _ I _ I _ I _ I

N° addetti al 1 Ottobre 2009 I _ I _ I _ I. **di cui N° Dipendenti** I _ I _ I _ I

N° addetti al 31 Marzo 2010 I _ I _ I _ I. **di cui N° Dipendenti** I _ I _ I _ I

Note esplicative Occupazione

Per quantificare l'occupazione, si faccia riferimento ai "posti di lavoro".

Numero Addetti

- comprende tutte le persone che, alle date sopra indicate risultavano occupati nella impresa, in qualità tanto di indipendenti che di dipendenti; a prescindere dalla durata del rapporto di lavoro (tempo indeterminato/ indeterminato) e dell'orario di lavoro (tempo pieno/parziale)

- include anche le persone temporaneamente assenti a qualsiasi titolo (ferie malattia maternità servizio militare cassa integrazione) che non siano stati soggetti a sostituzione.

- In caso di sostituzioni temporanee, il numero degli addetti da computare è dato dal seguente rapporto: Numero sostituiti/Numero sostituiti. Se il calcolo di detto rapporto dà luogo a decimali, approssimare all'unità.

Numero Dipendenti

- comprende tutte le persone che, alle date sopra indicate risultavano iscritti a Libro Paga della impresa.

- include anche i Soci ed i collaboratori inseriti a Libro Paga dell'Impresa.

- Di che cosa si è occupata la Sua azienda (nell'ultimo semestre: Ottobre 2009 - Marzo 2010)

solo prodotti [1]

sia prodotti che servizi [2] *scegliere la voce che interessa*

solo servizi [3]

- Quale percentuale del fatturato è derivata dalla produzione in conto proprio e quanto in conto terzi nell'ultimo semestre (Ottobre 2009 – Marzo 2010) ?

Produzione/Attività in conto Proprio I _ I _ I _ I% *Indicare le rispettive percentuali avendo*

Produzione/Attività in conto Terzi I _ I _ I _ I% *cura che la loro somma dia 100%*

TOT 1 0 0 %

- Quale percentuale del fatturato è derivata dal mercato finale nazionale e quale dal mercato finale estero nell'ultimo semestre (Ottobre 2009 – Marzo 2010)?

Mercato finale nazionale I _ I _ I _ I% *Indicare le rispettive percentuali avendo*

Mercato finale estero I _ I _ I _ I% *cura che la loro somma dia 100%*

TOT 1 0 0 %

1. Qual è stato l'andamento della produzione/attività della Sua azienda rispetto a 6 mesi fa ?

- | | |
|---|--|
|  deciso aumento [1] |  lieve rallentamento [4] |
|  lieve aumento [2] |  deciso rallentamento [5] |
|  stazionario [3] | |

2. Qual è stato l'andamento degli ordinativi/commesse della Sua azienda negli ultimi 6 mesi ?

- | | |
|---|--|
|  deciso aumento [1] |  lieve rallentamento [4] |
|  lieve aumento [2] |  deciso rallentamento [5] |
|  stazionario [3] | |

3. Qual è la Sua previsione per gli ordinativi/commesse della Sua azienda per i prossimi 6 mesi ?

- | | |
|---|--|
|  deciso aumento [1] |  lieve rallentamento [4] |
|  lieve aumento [2] |  deciso rallentamento [5] |
|  stazionario [3] | |

4. Rispetto a 6 mesi fa come si sono modificati i prezzi di vendita dei prodotti della Sua azienda ?

- | | |
|-------------------------------|-----|
| deciso aumento (oltre 3%) | [1] |
| lieve aumento (fino al 3%) | [2] |
| stazionario | [3] |
| lieve decremento (fino al 3%) | [4] |
| deciso decremento (oltre 3%) | [5] |

5. Indipendentemente dall'andamento della Sua azienda, qual è la Sua previsione sull'evoluzione dell'economia italiana nei prossimi 6 mesi ?

- | | |
|---|--|
|  deciso aumento [1] |  lieve rallentamento [4] |
|  lieve aumento [2] |  deciso rallentamento [5] |
|  stazionario [3] | |

6. Indipendentemente dall'andamento della Sua azienda, qual è la Sua previsione sull'evoluzione dell'economia dell'Emilia Romagna nei prossimi 6 mesi ?

- | | |
|---|--|
|  deciso aumento [1] |  lieve rallentamento [4] |
|  lieve aumento [2] |  deciso rallentamento [5] |
|  stazionario [3] | |

7. Nei prossimi 6 mesi Lei pensa che la situazione economica del settore in cui opera la Sua azienda migliorerà o peggiorerà ?

- | | |
|---|--|
|  deciso aumento [1] |  lieve rallentamento [4] |
|  lieve aumento [2] |  deciso rallentamento [5] |
|  stazionario [3] | |

8. Nei prossimi 6 mesi quale pensa sia l'evoluzione della situazione economica della Sua azienda, rispetto ad oggi ?

- | | |
|---|--|
|  deciso aumento [1] |  lieve rallentamento [4] |
|  lieve aumento [2] |  deciso rallentamento [5] |
|  stazionario [3] | |

9. Di solito, come si modifica nel corso di questo periodo la domanda di mercato dei prodotti/servizi della Sua Azienda ?

- | | |
|--------------------|-----|
| cresce | [1] |
| rimane stazionaria | [2] |
| si contrae | [3] |

10. Quali sono i fattori che in questo momento determinano difficoltà di mercato alla Sua impresa?

- | | |
|--|------|
| l'elevata competitività (mercato nazionale) | [1] |
| l'elevata competitività (mercato internazionale) | [2] |
| elevati costi di gestione | [3] |
| carenza della domanda nazionale | [4] |
| carenza della domanda internazionale | [5] |
| carenza di manodopera specializzata | [6] |
| carenza di manodopera anche non specializzata | [7] |
| eccessivo costo del lavoro | [8] |
| elevato ricambio delle maestranze | [9] |
| costi finanziari | [10] |
| prezzi delle materie prime | [11] |
| carenza delle materie prime | [12] |
| carenze di macchinari e tecnologia | [13] |
| ritardo dei pagamenti da parte dei clienti | [14] |
| indebitamento | [15] |
| ingresso nel mercato di nuovi concorrenti | [16] |
| ingresso nel mercato di prodotti sostitutivi | [17] |
| criticità crescente nei rapporti con i clienti | [18] |
| criticità crescente nei rapporti con i fornitori | [19] |

11. Negli ultimi 6 mesi ha investito in nuove tecnologie, nuovi impianti di produzione o informatizzazione? Nei prossimi 6 mesi intende investire?

ho investito negli ultimi 6 mesi e intendo investire anche nei prossimi 6 mesi	[1]
ho investito negli ultimi 6 mesi ma NON intendo investire anche nei prossimi 6 mesi	[2]
NON ho investito negli ultimi 6 mesi ma prevedo di investire nei prossimi 6 mesi	[3]
NON ho investito negli ultimi 6 mesi e NON prevedo di investire nei prossimi 6 mesi	[4]

12. In vista di quali obiettivi pensa di investire (oppure ha investito)?

aumento della capacità produttiva del personale	[1]
risparmio costi di energia	[2]
miglioramento standard qualitativo della produzione	[3]
lancio nuovi prodotti/servizi	[4]
riduzione dei tempi di produzione	[5] <i>Risposta multipla</i>
aumento della flessibilità	[6]
minori scarti di lavorazione	[7]
sostituzione di impianti superati o vecchi	[8]
per impiegare il personale in altre mansioni	[9]
per un vantaggio competitivo sulla concorrenza	[10]
adeguamento alle normative ecologiche	[11]
altri obiettivi	[12]
non ho preso in esame la possibilità di investire	[13]

13. In quale macroarea rientra l'investimento preso in considerazione ?

innovazione tecnologica	[1]
innovazione organizzativa	[2]
formazione	[3]
internazionalizzazione	[4]
ambiente, sicurezza, qualità	[5]
informatizzazione	[6]
altri obiettivi	[7]
non ho preso in esame la possibilità di investire	[8]

[SEZIONE DI ATTUALITÀ]

LE CRITICITÀ: RIPRESA, DEBITO PUBBLICO, CREDITO E OCCUPAZIONE

A suo avviso il peggio della crisi è già passato, ci siamo ancora in mezzo o alcuni effetti negativi devono ancora manifestarsi?

la crisi è adesso alle nostre spalle	[1]	siamo ancora dentro la crisi	[4]
la crisi è in via di superamento	[2]	nuovi segnali di crisi si stanno manifestando	[5]
ci sono i primi segnali di uscita dalla crisi	[3]	il peggio deve ancora arrivare	[6]

Secondo lei quando usciremo dalla crisi?

si avverte già qualche segnale di inversione della tendenza	[1]
nel secondo semestre dell'anno in corso (2010)	[2]
all'inizio del prossimo anno (2011)	[3]
nel secondo semestre del prossimo anno (2011)	[4]
non prima del 2012	[5]
non si vedono prospettive di ripresa	[6]
si rischia un aggravamento della crisi	[7]
altre risposte	[8] ← {PRECISARE}
non indica	

Secondo lei, per aiutare le piccole e medie imprese ad affrontare e superare la crisi quali misure ed interventi dovrebbe mettere in atto il Governo?

- istituire un fondo pubblico a sostegno della liquidità delle imprese [1]
- dovrebbe garantire presso le banche il credito alle imprese [2]
- le banche dovrebbero allargare i propri criteri per la concessione di credito alle imprese [3]
- lo stato dovrebbe entrare nella gestione delle banche per riportarle alla loro vera funzione [4]
- altre iniziative ← {PRECISARE} [5]

La sua impresa negli ultimi 6-12 mesi si è rivolta alle banche per richiedere un finanziamento?

- finanziamento a sostegno della liquidità dell'impresa [1]
- finanziamento a sostegno degli investimenti [2]
- finanziamento per consolidare il debito [3]
- altre motivazioni per la richiesta di finanziamento [4] ← {PRECISARE}
- no, non ha richiesto finanziamenti [5]

Il finanziamento richiesto è stato concesso? A quali condizioni?

.....
.....
.....

Anche alla luce anche delle recenti decisioni di allargamento del Fondo di garanzia alle PMI, se la sua azienda oggi dovesse ricorrere al credito, pensa che la richiesta verrebbe esaminata dalla sua banca con maggiore rigore rispetto a 6 mesi fa? E rispetto a 12 mesi fa?

- | | rispetto a 6 mesi fa | rispetto a 12 mesi fa |
|------------------|----------------------|-----------------------|
| certamente sì | [1] | [1] |
| probabilmente sì | [2] | [2] |
| probabilmente no | [3] | [3] |
| certamente no | [4] | [4] |
| non saprei | [5] | [5] |

Ha comunque motivo di pensare ad un atteggiamento più restrittivo da parte delle banche?

- | | | | | | |
|------------------|-----|------------------|-----|------------|-----|
| certamente sì | [1] | probabilmente no | [3] | non saprei | [5] |
| probabilmente sì | [2] | certamente no | [4] | | |

I dati ISTAT rivelano che nel 2009 è cresciuto il tasso di disoccupazione. I sindacati hanno espresso preoccupazione per la situazione dell'occupazione nel 2010. Secondo lei i prossimi mesi potranno portare alla perdita di altri posti di lavoro?

- | | | | | | |
|------------------|-----|------------------|-----|------------|-----|
| certamente sì | [1] | probabilmente no | [3] | non saprei | [5] |
| probabilmente sì | [2] | certamente no | [4] | | |

Se nel settore in cui lei opera (il riferimento è al settore e non alla sua azienda) un dipendente dovesse oggi perdere il lavoro quanto tempo impiegherebbe per trovare un lavoro più o meno simile (come livello e tipologia d'impiego)?

- tempo per trovare un lavoro simile [1]
- non troverebbe un lavoro simile [2]
- dovrebbe accettare lavori in altri comparti o di livello inferiore [3]
- altro [4]

Secondo lei ci sono settori e comparti in grado di creare nuova occupazione e nei quali ricollocare almeno in parte la manodopera espulsa?

.....
.....
.....
.....
.....

Secondo lei, quanti mesi o anni occorreranno all'Italia per recuperare i posti di lavoro andati distrutti nel corso dell'attuale crisi economica?

anni ← {precisare}

La sua azienda ha registrato negli ultimi 6 mesi cali di ordinativi tali da giustificare una diminuzione di personale?

- il calo del fatturato rende inevitabile il taglio dei posti di lavoro [1]
- il calo del fatturato rende probabile il taglio dei posti di lavoro [2]
- non ha registrato un significativo calo del fatturato [3]
- non ha dipendenti [4]

Lei sta utilizzando gli ammortizzatori sociali in deroga?

- sta utilizzando attualmente [1]
- sta utilizzando ma prevede di ripristinare i posti di lavoro [2]
- non sta utilizzando [3]

Da qui alla fine dell'anno, lei pensa di dover fare ricorso a questi strumenti di sostegno all'occupazione?

- certamente sì [1]
- probabilmente sì [2]
- probabilmente no [3]
- certamente no [4]

Pensa di effettuare nei prossimi 6 mesi una ristrutturazione aziendale tale da prevedere una riduzione di manodopera? Se sì, in quale percentuale rispetto agli occupati (a tempo determinato e non) attualmente nella sua azienda?

- certamente sì [1] →% {precisare}
- probabilmente sì [2] →% {precisare}
- probabilmente no [3]
- certamente no [4]

Sono molto le aziende emiliano-romagnole che hanno trasferito all'estero la produzione (incidendo sui livelli di occupazione della mano d'opera locale) ma continuano a distribuire i prodotti con il marchio Made in Italy; secondo lei sarebbe opportuno riservare il marchio Made in Italy ai soli prodotti effettivamente Made in Italy?

- certamente sì [1]
- probabilmente sì [2]
- probabilmente no [3]
- certamente no [4]

Grazie per la collaborazione

Nome e Cognome dell'intervistato/a

indichi la sua età:

- 18-25 anni [1] 41-50 anni [4]
- 26-35 anni [2] 51-65 anni [5]
- 36-40 anni [3] oltre 65 anni [6]

Denominazione e indirizzo dell'impresa:.....

Telefono

Data intervista

Freni Ricerche Sociali e di Marketing tutela tutte le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste nel rispetto del DLGS n.196/2003, utilizzandoli solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti.

Tutte le informazioni personali che l'intervistato ci ha fornito verranno trattate, con mezzi automatizzati o meno, in forma assolutamente anonima e verranno impiegate soltanto ai fini della presente ricerca di mercato.

Responsabile del trattamento dei dati che La riguardano è il **Dott. Vincenzo Freni**.

Tabelle statistiche in cui figurano delle mancate risposte

Quale è stato l'andamento degli ordinativi/commesse della Sua azienda negli ultimi 6 mesi?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	1	0.8
Totale	118	100.0

Qual'è la Sua previsione per gli ordinativi/commesse della Sua azienda per i prossimi 6 mesi?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	1	0.8
Totale	118	100.0

Rispetto a 6 mesi fa come si sono modificati i prezzi di vendita dei prodotti della Sua azienda?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	1	0.8
Totale	118	100.0

Qual'è la Sua previsione sull'evoluzione dell'economia dell'Emilia Romagna nei prossimi 6 mesi?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	1	0.8
Totale	118	100.0

Nei prossimi 6 mesi Lei pensa che la situazione economica del settore in cui opera la Sua azienda migliorerà o peggiorerà?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	1	0.8
Totale	118	100.0

Di solito come si modifica nel corso di questo periodo (Ottobre - Marzo) la domanda di mercato dei prodotti/servizi della Sua Azienda?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	1	0.8
Totale	118	100.0

In vista di quali obiettivi pensa di investire (oppure ha investito)?

Domanda a risposta multipla	Freq.	%
non indica	2	1.7
Base	118	

In quale macroarea rientra l'investimento preso in considerazione?

Domanda a risposta multipla	Freq.	%
non indica	5	4.2
Base	118	

A suo avviso il peggio della crisi è già passato o ci siamo ancora in mezzo o alcuni effetti negativi devono ancora manifestarsi?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	1	0.8
Totale	118	100.0

Secondo lei quando usciremo dalla crisi?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	2	1.7
Totale	118	100.0

Secondo lei per aiutare le piccole e medie imprese ad affrontare e superare la crisi quali misure ed interventi dovrebbe mettere in atto il Governo?

Domanda a risposta multipla	Freq.	%
non indica	4	3.4
Base	118	

La sua impresa negli ultimi 6-12 mesi si è rivolta alle banche per richiedere un finanziamento?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
non indica	1	0.8
Totale	118	100.0

Il finanziamento richiesto è stato concesso?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	11	9.3
Totale	118	100.0

Anche alla luce anche delle recenti decisioni di allargamento del Fondo di garanzia alle PMI se la sua azienda oggi dovesse ricorrere al credito pensa che la richiesta verrebbe esaminata dalla sua banca con maggiore rigore rispetto a 6 mesi fa?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	16	13.6
Totale	118	100.0

Anche alla luce anche delle recenti decisioni di allargamento del Fondo di garanzia alle PMI se la sua azienda oggi dovesse ricorrere al credito pensa che la richiesta verrebbe esaminata dalla sua banca con maggiore rigore rispetto a 12 mesi fa?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	27	22.9
Totale	118	100.0

Ha comunque motivo di pensare ad un atteggiamento più restrittivo da parte delle banche?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	6	5.1
Totale	118	100.0

Secondo lei i prossimi mesi potranno portare alla perdita di altri posti di lavoro?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	5	4.2
Totale	118	100.0

Se nel settore in cui lei opera un dipendente dovesse oggi perdere il lavoro quanto tempo impiegherebbe per trovare un lavoro più o meno simile (come livello e tipologia d'impiego)?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	8	6.8
Totale	118	100.0

Secondo lei quanti mesi o anni occorreranno all'Italia per recuperare i posti di lavoro andati distrutti nel corso dell'attuale crisi economica?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non sa indicare</i>	16	13.6
Totale	118	100.0

La sua azienda ha registrato negli ultimi 6 mesi cali di ordinativi tali da giustificare una diminuzione di personale?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	3	2.5
Totale	118	100.0

Lei sta utilizzando gli ammortizzatori sociali in deroga?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	2	1.7
Totale	118	100.0

Da qui alla fine dell'anno lei pensa di dover fare ricorso a questi strumenti di sostegno all'occupazione?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	3	2.5
Totale	118	100.0

Pensa di effettuare nei prossimi 6 mesi una ristrutturazione aziendale tale da prevedere una riduzione di manodopera?

<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	5	4.2
Totale	118	100.0