

Ermeneia

Studi & Strategie di Sistema

Shoe Report

2016

Ottavo Rapporto Annuale
sul settore calzaturiero
e sulle relazioni delle imprese
col sistema creditizio e finanziario

Promosso da



ASSOCALZATURIFICI

Sponsorizzato da

theMICAM

FrancoAngeli

OPEN  ACCESS



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più:

http://www.francoangeli.it/come_publicare/publicare_19.asp

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Ermeneia

Studi & Strategie di Sistema

Shoe Report

2016

**Ottavo Rapporto Annuale
sul settore calzaturiero
e sulle relazioni delle imprese
col sistema creditizio e finanziario**

Promosso da



ASSOCALZATURIFICI

Sponsorizzato da

theMICAM

FrancoAngeli

OPEN  ACCESS

Il presente Rapporto è stato curato da **Nadio Delai**, nell'ambito della società Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema di Roma.

Si ringraziano per la collaborazione la Presidenza, la Direzione e il Centro Studi di Assocalzaturifici Italiani (quest'ultimo in particolare per il contributo alla Parte terza), nonché ANCI Servizi Srl che ha permesso la realizzazione dello Shoe Report.

Si ringraziano in particolare gli imprenditori che hanno partecipato ai Focus Group preparatori e che si sono resi disponibili per le interviste mirate.

Grafica della copertina: Elena Pellegrini

Copyright © 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore ed è pubblicata in versione digitale con licenza *Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 3.0 Italia* (CC-BY-NC-ND 3.0 IT)

L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/it/legalcode>

Indice

Presentazione	pag.	7
Considerazioni introduttive e di sintesi	»	11

Parte prima
IL CHECK-UP DELLE IMPRESE CALZATURIERE
NELL'ATTRAVERSAMENTO
DELL'ATTUALE CICLO ECONOMICO

1. Un percorso in via di compimento	»	35
1.1. Una percezione “accommunata” dell’impatto della crisi	»	35
1.2. Una capacità differenziata di reazione	»	37
1.3. Il formarsi di tre tipologie di imprese	»	40
2. Una situazione che incorpora le difficoltà e si adegua all’andamento dei mercati	»	44
2.1. La dinamica rallentata dei “fondamentali”, ma con una tenuta di fatturato e clima di fiducia	»	44
2.2. La registrazione dei problemi legati all’export e il relativo riorientamento di mercato	»	51
3. La persistente voglia di reagire	»	59
3.1. Una tenuta comunque del clima di fiducia che si rispecchia anche nei livelli occupazionali	»	59
3.2. Una parallela reattività sul piano degli investimenti e delle strategie di movimento	»	69

Parte seconda
IL RAPPORTO DELLE IMPRESE CALZATURIERE
COL SISTEMA DEL CREDITO

1. Un giudizio di insieme	pag.	81
1.1. Il posizionamento del credito rispetto agli altri problemi vissuti dalle imprese	»	81
1.2. Il livello di soddisfazione/insoddisfazione verso il sistema bancario	»	89
2. La valutazione basata sull'esperienza degli intervistati	»	96
2.1. Le principali esigenze che stanno alla base della richiesta di credito	»	96
2.2. I giudizi positivi e negativi nei confronti del sistema bancario	»	98
2.3. La necessità di una relazionalità a più soggetti in tema di finanziamento alle imprese	»	104
3. Il possibile ricorso all'extrabancario	»	109
3.1. Un'apertura ancora modesta, ma consapevole della possibile presenza di un investitore finanziario nel capitale dell'impresa	»	109
3.2. La partecipazione di minoranza come opzione prevalente	»	113
3.3. I <i>bond</i> come strumento poco conosciuto e ritenuto poco appropriato	»	117

Parte terza
L'EVOLUZIONE DEL SETTORE CALZATURIERO
ATTRAVERSO GLI INDICATORI STATISTICI

1. I lineamenti fondamentali del settore	»	123
2. Le aziende e gli addetti	»	129
3. La produzione, l'export e l'import	»	140
4. I consumi delle famiglie italiane	»	157
5. Il settore calzaturiero nella UE e nel mondo	»	163

Allegati

1. La metodologia utilizzata	»	185
2. Le tabelle di dettaglio dell'indagine sulle imprese	»	195

Presentazione

Siamo giunti all'ottava edizione dello Shoe Report, l'appuntamento a cadenza annuale con cui ASSOCALZATURIFICI ITALIANI fa il punto sulla situazione del settore calzaturiero italiano e, soprattutto, invita al confronto e alla discussione innanzitutto il mondo delle istituzioni oltre che gli operatori economici e i media.

Presentato inizialmente nel 2009, è divenuto negli anni uno strumento di dialogo estremamente utile ed efficace per raccontare quello che effettivamente rappresenta il comparto calzaturiero per il sistema economico italiano, descrivendo le principali dinamiche di un settore fondamentale per l'industria della moda e del Made in Italy mentre affronta il mercato e le sue sfide.

L'analisi ha accompagnato anni di profonda mutazione dei mercati, a cui le imprese hanno saputo rispondere mettendo in atto significative trasformazioni di processo e di organizzazione e dimostrando di volere e di sapere mantenersi competitive a livello internazionale.

Inevitabilmente ciò non è accaduto per la totalità delle imprese. Il riposizionamento verso un prodotto maggiormente ricercato di segmento medio-alto e alto di gamma ha richiesto una selezione dei volumi prodotti a cui non tutte le piccole e medie aziende erano pronte. Da qui una selezione anche delle imprese che non si è ancora conclusa e che ha incrociato la crisi finanziaria, la quale si è riflessa a sua volta sull'economia reale e quindi sul debito in Europa, per poi influenzare il livello dei consumi specialmente in Russia e nei Paesi emergenti.

Questi fenomeni, letti attraverso lo Shoe Report, ci consegnano un settore composto grosso modo da tre gruppi di imprese, suddivisi in base alla capacità di resilienza di queste ultime: le imprese che non sono state toccate dalla crisi, quelle in transizione e quelle che si trovano ancora dentro la crisi.

Questa suddivisione si ripercuote anche sulle strategie di investimento e sulle esigenze di credito delle aziende. Di qui la necessità, per questa ottava

edizione dello studio, di conoscere meglio le modalità con le quali il settore calzaturiero si relaziona nei confronti del mondo del credito. Tutto ciò nella piena consapevolezza che non ci sono aziende che abbiano attraversato la crisi senza conseguenze: siano queste rappresentate da una revisione radicale del modello di business o da un suo ridimensionamento sia dall'elaborazione creativa di nuove strategie commerciali verso nuovi mercati e canali di vendita.

Relazionarsi con l'universo del credito presuppone l'adozione di un approccio nuovo nei confronti di quest'ultimo come pure nei confronti di altre imprese, sul piano della relazione e della collaborazione tra aziende diverse, cosa difficile per l'imprenditore calzaturiero, soprattutto quando si parla di realtà piccole e piccolissime.

La strategia di collaborazione è, in ogni caso, già una realtà in movimento e non del tutto estranea ai distretti calzaturieri. Deve però diventare strutturale e di prospettiva a medio-lungo termine.

Una richiesta delle imprese nei confronti delle banche è quella di una revisione del rating aziendale che dovrebbe considerare anche il dato qualitativo della storia e delle potenzialità del marchio rispetto al solo dato quantitativo, oltre che una declinazione del merito di credito in chiave di filiera e di distretto. L'esigenza di fondo che emerge in modo inequivocabile è quella di una maggiore attenzione all'economia reale e alla centralità della manifattura.

Anche le aziende, però, devono assumersi l'onere di migliorare la propria cultura economica e di gestione.

Dallo Shoe Report emerge infatti in modo chiaro che i rapporti problematici con il sistema bancario non riguardano le aziende più dinamiche, capitalizzate e con un buon cash-flow, ma quelle più piccole, poco internazionalizzate, che non riescono a comunicare l'eccellenza e la potenzialità di cui sono depositarie.

C'è poi il timore di aprirsi agli investitori finanziari, accompagnato dalla consapevolezza che affrontare in modo efficace taluni mercati complessi e di grandi dimensioni non può prescindere da investimenti fuori dalla portata della singola impresa. Da qui l'utilizzo eventuale di bond aziendali per le imprese più strutturate e la creazione di bond di distretto per le imprese più piccole, ma il passo avanti da compiere è ancora molto lungo.

Lo stimolo veramente importante che l'ottavo Shoe Report ci consegna è quello di migliorare gli strumenti di dialogo tra il sistema delle imprese e quello del credito, chiedendo maggiore attenzione alla realtà dell'economia reale da parte delle banche, ma anche uno scatto culturale e un approccio più aperto agli imprenditori del settore.

ASSOCALZATURIFICI ITALIANI è impegnata nel raccogliere questi segnali, aiutando le imprese nell'individuare le migliori strategie di crescita che contribuiscono a sviluppare un patrimonio calzaturiero unico in Italia e nel mondo.

Parlare alle istituzioni dell'evoluzione del settore e del nostro impegno per un dialogo costruttivo costituisce un momento indispensabile, oltre che doveroso, per la nostra Associazione, che ha il compito di sollecitare l'individuazione degli strumenti più adatti per colmare il gap tra le esigenze delle imprese e le soluzioni proposte dal sistema creditizio e finanziario.

Il nostro impegno proseguirà, quindi, sul piano della promozione del Made in Italy calzaturiero, dando attenzione ai temi via via emersi nel corso degli anni e sino ad oggi in occasione dello Shoe Report come ad esempio:

- garantire condizioni competitive eque alle nostre aziende sui mercati internazionali attraverso l'abbattimento delle barriere tariffarie (e non) e su quello comunitario con l'approvazione del Made-IN a Bruxelles;*
- ristabilire un dialogo politico con la Russia e abolire le sanzioni da parte della UE;*
- defiscalizzare gli investimenti per l'innovazione, la ricerca e lo sviluppo necessari nel corso della preparazione delle collezioni;*
- allargare la fiscalizzazione degli oneri sociali a carico dell'impresa e abbattere significativamente il cuneo fiscale.*

Mi auguro che il dialogo con le istituzioni continui e si sviluppi proficuamente per le nostre imprese e per il bene del Paese.

Annarita Pilotti
Presidente ASSOCALZATURIFICI ITALIANI

Considerazioni introduttive e di sintesi

Il presente Shoe Report – che è giunto alla sua ottava edizione annuale – è stato predisposto sulla base di un duplice approccio:

- quello della continuità, visto che la Parte prima è dedicata alla trasformazione delle imprese calzaturiere che hanno affrontato in questi anni il ciclo economico impegnativo che conosciamo, sapendo trasformarsi e riposizionarsi progressivamente attraverso un impegno costante (a cui si aggiunge la consueta Parte terza che dà conto dell'evoluzione temporale degli indicatori fondamentali del settore nel corso degli anni);
- e quello della discontinuità, considerando che la Parte seconda del Rapporto è dedicata ad un tema monografico specifico per il 2016, quello della relazione delle imprese col sistema creditizio e finanziario.

La funzione dello Shoe Report resta tuttavia quella individuata sin dall'inizio e cioè far meglio conoscere ai decisori, agli operatori economici e ai media un settore che rappresenta una componente significativa del Sistema Moda oltre che del più vasto *Made in Italy* e che concorre in maniera significativa a qualificare l'immagine del Paese all'estero, contribuendo – tra l'altro – in maniera più che consistente alla formazione del saldo commerciale attivo del Paese.

L'analisi mette a confronto l'andamento dell'esercizio 2015 rispetto a quello del 2014 (tenendo conto anche dei dati parziali 2016 eventualmente disponibili), oltre che le opinioni, le valutazioni e gli orientamenti degli imprenditori, con quanto è emerso negli anni scorsi.

I risultati del presente Shoe Report possono essere sintetizzati attraverso le quattro tesi interpretative che seguono.

La prima tesi è che *le imprese calzaturiere hanno attraversato un processo di lunga durata, caratterizzato dallo spostamento progressivo verso il prodotto medio-alto e alto, con un'accentuazione di tale processo durante l'attuale crisi.*

Si è trattato in realtà di un vero e proprio processo di apprendimento e di conseguente trasformazione che ha generato le dinamiche seguenti (tab. 1):

- a) una contrazione del numero complessivo delle imprese che, ad esempio nel periodo 2000-2007, risulta pari al 14,8%¹ a cui va a sommarsi un'ulteriore contrazione del 21,2% nel periodo di crisi 2008-2015, con un'accentuazione del *trend* per il corrente anno 2016 (mentre si assiste ad una diminuzione più contenuta dei collaboratori: nell'intero periodo 2000-2015 essa è stata del 31,9% contro il 34,8% delle imprese);
- b) una diminuzione, tra il 2008 e il 2015, della produzione di calzature (in quantità) pari al 15,1%, ma con una corrispondente crescita della produzione in valore del 2,4%, la quale compensa l'andamento della quantità in maniera costante nel corso del periodo considerato: evidenziando minori segni negativi nei momenti più difficili del periodo della crisi o segni positivi che compensano quelli negativi o ancora segni positivi più consistenti per la produzione in valore rispetto a quella già positiva per quantità e tale tendenza rimane valida anche per il primo semestre 2016 (cfr. secondo gruppo di dati della tabella 1);
- c) una contrazione comunque minore della produzione in quantità del settore calzaturiero nel periodo 2008-2015 (-15,1%) rispetto a quella della produzione manifatturiera complessiva (-19,9%), alla produzione di beni di consumo durevoli (-32,4%) e alla produzione industriale Moda, Calzature e Abbigliamento (-21,1%), come evidenzia il terzo gruppo di dati della tabella 1;
- d) ma soprattutto un'accentuazione della divaricazione tra andamento in valore e andamento in quantità qualora si guardi all'export di calzature, per il quale – in particolare nel periodo 2008-2015 – la forbice diventa più ampia di quella relativa alla produzione, sia anno per anno sia nel suo insieme (e così avviene nel primo semestre 2016): si verifica infatti una diminuzione complessiva del 6,4% del numero di paia esportate a fronte di un aumento del 25,2% del corrispettivo valore, mentre l'export di beni di consumo durevoli scende del 49,5% e diventa negativo nel primo semestre 2016 (-0,7%), come evidenziano i dati del quarto e quinto gruppo della tabella 1);
- e) il (quasi) continuo spostamento in alto del prezzo medio a paio delle calzature esportate, quale riconoscimento della qualità del prodotto italiano, posizionato nel segmento medio-alto e alto, che passa – sempre nel periodo 2008-2015 – da 31,2 a 41,7 euro a paio, con un incremento pari al 33,7%. Anche se nel primo semestre 2016 sembrerebbe emergere qualche segnale di flessione sul prezzo medio (41,0 euro contro 41,7 euro nell'intero 2015): però bisogna ricordare che nel primo semestre i prezzi medi sono sempre più bassi rispetto al secondo semestre e quindi si dovrà verificare l'andamento medio annuo 2016 per capire meglio la tendenza

¹ Cfr. Parte prima/capitolo 1.1, pag. 35 e seguenti.

Tab. 1 – Un processo selettivo (e virtuoso) di lunga durata del sistema calzaturiero italiano (val. %)

Fenomeni	Dati												
	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2015/2008	2016/2015			
<i>L'andamento delle aziende e degli addetti del settore¹:</i>													
- Andamento del numero di aziende	-2,9	-3,8	-3,7	-3,4	-4,5	-3,2	-3,0	-1,9	-21,2	-1,2			
- Andamento del numero di addetti	-3,1	-3,5	-3,3	1,0	-2,1	-1,5	-1,9	0,6	-10,3	0,5			
<i>L'andamento della produzione²:</i>													
- Andamento della produzione di calzature (in quantità)	-6,9	-12,1	2,3	2,6	-4,4	1,8	-2,5	-2,9	-15,1	-2,0			
- Andamento della produzione di calzature (in valore)	-2,0	-11,6	4,4	6,7	-1,2	4,9	0,8	-0,5	2,4	0,1			
- Andamento della produzione industriale manifatturiera in Italia (in quantità) ³	-3,5	-19,4	7,1	1,5	-6,8	-2,9	-0,1	1,1	-19,9	1,3			
- Andamento della produzione industriale manifatturiera di beni di consumo durevoli in Italia (in quantità) ³	-3,0	-18,3	-1,0	-3,4	-7,3	-6,9	0,9	-0,7	-32,4	0,8			
- Andamento della produzione industriale moda, calzature e abbigliamento in Italia (in quantità) ³	-3,2	-11,6	5,7	-2,7	-7,6	-2,9	0,0	-3,2	-21,1	-2,6			
<i>L'andamento dei flussi export/import:</i>													
- Andamento dell'export di calzature (in quantità) ⁴	-9,6	-13,3	15,2	3,4	-6,4	2,6	-2,2	-3,4	-6,4	-1,1			
- Andamento dell'export di calzature (in valore) ⁴	0,5	-15,9	13,7	12,7	2,5	5,7	3,9	3,2	25,2	3,8			
- Andamento dell'export di beni di consumo durevoli (in valore) ³	-4,4	-22,9	10,8	4,3	2,8	2,0	2,5	6,6	-49,5	-0,7			
- Andamento dell'import di calzature (in quantità) ⁵	-9,6	-12,1	14,6	0,7	-15,8	0,8	8,6	-0,5	-7,0	5,0			
- Andamento dell'import di calzature (in valore) ⁵	4,6	-5,0	16,3	9,8	-5,8	0,1	8,1	9,2	35,1	6,7			
- Andamento del saldo export/import di calzature (in valore) ⁶	-3,1	-26,2	10,5	16,4	12,4	11,4	0,2	-2,7	15,9	0,5			

./.

(Segue) Tab. 1 – Un processo selettivo (e virtuoso) di lunga durata del sistema calzaturiero italiano (val. %)

Fenomeni	Dati												
	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2015/2008	2016/2015			
– Andamento del saldo commerciale beni di consumo durevoli in Italia (in valore) ¹	1,5	-33,8	21,6	0,5	5,5	24,1	-7,1	-7,3	-55,2	-4,5			
– Andamento del saldo commerciale moda, calzature e abbigliamento in Italia (in valore) ²	-3,5	-30,5	1,1	15,2	26,5	10,7	0,6	-4,3	-3,5	2,0			
– Export di calzature sulla produzione (in quantità) ²	816,	80,9	82,6	83,8	84,0	85,2	85,3	85,0	-	-			
– Export di calzature sulla produzione (in valore) ²	80,0	79,2	81,1	82,7	83,2	84,6	85,0	85,0	-	-			
– Prezzi medi delle calzature esportate (in euro) ⁴	31,2	30,2	29,9	32,6	35,6	36,7	39,0	41,7	33,7	41,0			
– Prezzi medi delle calzature importate (in euro) ⁵	9,5	10,3	10,4	11,4	12,7	12,6	12,6	13,8	45,3	12,6			
<i>L'andamento dei consumi delle famiglie⁸: 2008/2007 2009/2008 2010/2009 2011/2010 2012/2011 2013/2012 2014/2013 2015/2014</i>													
– Andamento dei consumi interni di calzature (in quantità)	-1,2	-1,2	-0,6	-1,7	-3,7	-6,0	-2,9	-1,2	-16,1	-0,7			
– Andamento dei consumi interni di calzature (in valore)	-3,6	-0,6	-0,3	0,4	-3,8	-5,8	-7,2	-2,4	-18,3	-2,3			

(1) Cfr. tavola 2/Parte terza, pag. 133.

(2) Cfr. tavola 9, pag. 147 e tavola 1/Parte terza, pag. 128.

(3) Fonte: Istat, dati corretti per effetti di calendario.

(4) Cfr. tavola 10/Parte terza, pag. 147.

(5) Cfr. tavola 11, pag. 148 e tavola 1/Parte terza, pag. 128.

(6) Cfr. tavola 12, pag. 148 e tavola 1/Parte terza, pag. 128.

(7) Variazione percentuale dei prezzi in euro.

(8) Cfr. tavola 21, pag. 160 e tavola 1/Parte terza, pag. 128.

(9) Incrementi/Decrementi calcolati come rapporto tra gli andamenti del primo semestre 2016 e gli andamenti del primo semestre 2015, salvo che per il caso del numero di aziende e del numero di addetti, per i quali il confronto è stato effettuato tra giugno 2016 e dicembre 2015.

Fonte: elaborazioni Ermenegildo Zegna su dati Istat. Inps, Sita Ricerca, Assocalzaturifici

complessiva. Per ora il confronto sulla base del primo semestre 2015-2016 evidenzerebbe in ogni caso un aumento del 4,9% (da 39,0 a 41,0 euro a paio) (cfr. nono gruppo di dati della tabella 1);

- f) un qualche cambiamento di segno (in negativo) del saldo commerciale che peraltro è rimasto costantemente in crescita a due cifre per 4 anni (dal 2010 al 2013), dopo i segnali di contrazione del 2008 (-3,1%) e soprattutto del 2009 (-26,2%), con il rallentamento (+0,2%) del 2014 e il segno “-” del 2015 (-2,7%), per poi risalire al +0,5% nel primo semestre 2016, mentre decisamente negativo appare l’andamento nel periodo 2008-2015 dei beni di consumo durevoli per il settore Moda, Calzature e Abbigliamento nel suo insieme (cfr. sesto e settimo gruppo di dati della tabella 1);
- g) infatti nel periodo 2008-2015 il saldo commerciale attivo dell’ambito calzaturiero cresce complessivamente del 15,9%: col risultato che il settore rimane sempre in testa come capacità relativa di generare surplus rispetto ai vari comparti del Made in Italy; infatti con l’1,6% di imprese sul totale di quelle operanti in quest’ultimo, genera il 5,3% del saldo commerciale attivo complessivo, evidenziando dunque un rapporto di 3,3 tra i due valori richiamati contro lo 0,5 del tessile-abbigliamento, l’1,4 della meccanica e l’1,2 dell’arredo-casa²;

² Ecco il dettaglio dei dati a confronto:

Elementi descrittivi	Settori											
	Calzaturiero (1)		Tessile/ Abbigliamento (2)		Meccanica (3)		Arredo-casa (4)		Alimentari e bevande (5)		Totale	
	V.a.	Comp. %	V.a.	Comp. %	V.a.	Comp. %	V.a.	Comp. %	V.a.	Comp. %	V.a.	Comp. %
Numero imprese attive 2015	4.936	1,6	63.142	21,0	149.160	49,5	22.563	7,5	61.448	20,4	301.249	100,0
Numero addetti delle imprese attive 2015 (6)	77.042	3,2	384.853	15,9	1.383.812	57,0	138.015	5,7	443.147	18,2	2.426.869	100,0
Valore della produzione venduta 2015 (mln euro)	7.493	2,1	28.793	8,2	191.810	54,6	18.680	5,3	104.709	29,8	351.485	100,0
Valore dell’export al 2015 (mln euro)	8.656	4,2	28.915	14,0	130.016	62,8	9.202	4,4	30.224	14,6	207.013	100,0
Valore dell’import al 2015 (mln euro)	4.526	3,5	20.256	15,8	74.447	58,0	1.922	1,5	27.221	21,2	128.372	100,0
Saldo commerciale 2015 (mln euro)	4.130	5,3	8.659	11,0	55.569	70,6	7.280	9,3	3.003	3,8	78.641	100,0

(1) Elaborazioni e stime Assocalzaturifici su dati Istat.

(2) Codici Ateco C13 e C14.

(3) Comprende: Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature) (C25); Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica (C26); Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche (C27); Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca (C28).

(4) Ateco 2007 C31.

(5) Ateco 2007 C10 e C11; il dato della produzione venduta include anche i tabacchi

(6) Dato Infocamere relativo agli addetti complessivi di impresa, fonte Inps.

Fonte: *indagine Ermenega – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzaturifici, 2016 (elaborazione su dati Istat, Infocamere)*

h) e infine un andamento costantemente negativo dei consumi in termini di calzature in quantità e in valore lungo tutto il periodo di crisi, salvo il 2011 per quanto riguarda il valore (cfr. ultimo gruppo di dati della tabella 1), andamento che è stato “compensato” – almeno per le aziende esportative – dall’incremento in valore delle vendite all’estero.

La prima metà del 2016 delinea una situazione complessa. Infatti i mercati extra UE che avevano funzionato come volano della crescita dopo i momenti più acuti della crisi hanno iniziato a rallentare sotto l’effetto di eventi legati all’andamento del prezzo delle materie prime, ai tassi di cambio, alle tensioni geopolitiche. Le aziende dunque hanno dovuto moltiplicare gli sforzi per cogliere le opportunità derivanti da mercati vecchi o nuovi in presenza costante di una competizione sempre più agguerrita. Alla crisi russa e a quella dei mercati CSI (che ha portato nell’ultimo biennio ad un crollo dell’export in quelle aree) si è aggiunto il rallentamento della crescita del Far East e quello più recente degli Stati Uniti, oltre alla brusca frenata dei mercati mediorientali. Il tutto in un contesto in cui la domanda interna subisce una erosione che dura ormai da più di 8 anni, mentre la domanda proveniente dagli altri partner dell’Unione Europea continua ad essere relativamente prudente o stagnante.

La seconda tesi è che *la spinta di lunga durata verso il prodotto medio-alto e alto, rafforzata dalla crisi, ha generato a sua volta un processo di selezione “al rialzo” che ha contribuito a differenziare le imprese a seconda della loro capacità di resilienza, dando origine ad una tripartizione (fluida) delle medesime.*

La tabella 2 fornisce un’idea di tale differenziazione, mettendo in evidenza:

a) innanzitutto l’influenza trasversale ed accomunante della crisi sulla generalità delle aziende nel corso del tempo, che ha “imposto” a queste ultime di reagire, cosa che è avvenuta ma che ovviamente è stata declinata a seconda della diversa capacità di ciascuna di esse (cfr. primo gruppo di dati della tabella 2): nelle indagini annuali condotte appositamente per gli Shoe Report cresce infatti nel tempo la quota di imprese che affermano “di aver risentito della crisi più o meno come le altre” (passando dal 55,4% del 2011 al 56,5% del 2014 e infine al 65,9% del 2016), mentre si riducono le ali estreme e cioè la quota di intervistati che dichiarano come la loro impresa ne abbia risentito “molto o un po’ di più” (passando dall’1,8% del 2011 al 4,8% del 2016) come pure la quota che dichiara che “l’azienda ne ha risentito un po’ o molto meno” (passando dal 33,9% del 2011 al 23,5% del 2016).

Ciò significa che le aziende sono state, in un modo o nell'altro, "obbligate" a misurarsi con il ciclo economico severo che conosciamo e a reagire attivamente rispetto a quest'ultimo;

- b) una conseguente segmentazione delle imprese, che vede nel 2016 (cfr. secondo gruppo di dati della tabella 2):
- un 22,7% di esse che affermano come "si trovino sostanzialmente fuori dalla crisi" (con una tendenza a crescere nel tempo);
 - un 59,7% di esse che ammettono "di trovarsi dentro la crisi, ma con segnali positivi consistenti e/o molto consistenti" oppure "di essere fuori dalla crisi a partire dall'anno in corso" oppure ancora "di trovarsi dentro la crisi ma con qualche segnale positivo di ripresa" (con una tendenza a diminuire nel corso degli anni);
 - ed infine un 17,6% di aziende che ammettono "di trovarsi ancora pienamente dentro la crisi" (con una tendenza prima in crescita tra il 2011 e il 2012, ma poi relativamente in diminuzione).

Il che fornisce un quadro abbastanza "fluidico", così definibile poiché si è in presenza, alternativamente, di aziende mai toccate dalla crisi o già uscite da essa oppure di aziende tipicamente in transizione (probabilmente con una parte che riuscirà a consolidarsi e una parte un po' meno) ed infine un gruppo di aziende che invece si trova ancora dentro la crisi.

Naturalmente la diversità di percentuali negli anni segnala non solo qualche comprensibile differenza legata alla composizione del panel, bensì anche ad un processo di uscita e di entrata da un segmento all'altro a seguito della capacità delle imprese di reagire rispetto al ciclo economico: fermo restando che i vari panel che si sono via via intervistati negli anni risentono (positivamente) della selezione già avvenuta e quindi forniscono un quadro di aziende raggruppate in tre segmenti tendenzialmente in evoluzione verso l'alto;

- c) una conferma di tale segmentazione, letta attraverso l'evoluzione dei "fondamentali" (cfr. terzo gruppo della tabella 2) che a loro volta cambiano anche a seconda del ciclo alternante di questa crisi, attenuando gli andamenti più o meno costanti ed accentuando invece gli andamenti di crescita, da un lato o di diminuzione, dall'altro: per la verità con qualche spostamento prudente più verso la diminuzione che non verso la crescita negli ultimi due anni, in connessione anche col sommovimento fluido dei mercati, richiamato dall'ultimo gruppo di dati della tabella 2.

Ma al di là dell'evoluzione dei "fondamentali", anche le strategie generali adottate confermano una segmentazione a tre livelli, la quale mostra come:

- a) la strategia nei confronti degli investimenti si articola negli anni secondo la logica tripartita appena richiamata, ma con delle caratteristiche miglio-

relative nel tempo, visto che gli imprenditori intervistati dichiarano (cfr. primo gruppo di dati della tabella 3):

- una propensione ad investire di più nella misura di circa il 15%-17% nel periodo 2013-2015, che però sale sino al 30,4% degli intervistati nell'anno 2016;
- una propensione ad investire in maniera costante tra il 51,3% del 2013 e il 55,5% del 2015, ma con una diminuzione nel 2016 (42,8%): solo che tale continuità della propensione tende a crescere qualora si tratti di andamento consistente (dal 14,6% del 2013 al 20,9% del 2016), mentre tende a diminuire qualora si tratti di andamento costante ma modesto (dal 36,7% del 2013 al 21,9% del 2016);
- ed infine una propensione a diminuire gli investimenti che scende dal 17,5% del 2013 al 13,6% del 2015, sino ad annullarsi nel 2016.

Ancora una volta dunque le aziende si segmentano in tre parti, in questo caso per ciò che concerne “la voglia di investire”: segno evidente questo di un estendersi dei comportamenti resilienti che affrontano le difficoltà anche attraverso un impegno sul piano specifico dei maggiori investimenti;

b) anche le strategie generali adottate dalle imprese evidenzino la segmentazione richiamata, con una chiara tendenza verso una reattività che si conferma particolarmente pronunciata, considerato che (cfr. secondo gruppo di dati della tabella 3):

- quelle che possono essere definite come strategie di significativo riposizionamento, ristrutturazione e riorganizzazione, proprie delle aziende più dinamiche, hanno interessato una quota in crescita di esse che va dal 23,4% nel 2011 al 54,4% del 2016, con una tendenza pressoché costante al rafforzamento;
- quelle più prudenti che possono essere definite come strategie di attesa che la crisi passi oppure come strategie di adattamento progressivo con la flessibilità necessaria hanno interessato il 62,6% delle imprese nel 2011, asciugandosi lentamente nel tempo fino ad interessare il 51,6% nel 2015 e il 41,2% nel 2016 (pur con le inevitabili oscillazioni intermedie di un processo che richiede un cambiamento significativo di atteggiamenti e di comportamenti da parte dell'imprenditore);
- e infine quelle che possono essere definite come strategie di pura e semplice continuità, che fanno capo ad aziende poco o per nulla interessate dalla crisi e che confermano a loro volta un fenomeno interessante di progressiva riduzione, scendendo lentamente dal 14,0% del 2011 all'11,2% del 2013, all'8,0% del 2015, sino al 4,4% del 2016.

Tab. 2 – Un processo, accelerato dalla crisi, di differenziazione tripartita delle imprese (val. %)

Fenomeni	Dati											
	gennaio 2011	gennaio 2012	gennaio 2013	gennaio 2014	gennaio 2015	gennaio 2016	gennaio 2011	gennaio 2012	gennaio 2013	gennaio 2014	gennaio 2015	gennaio 2016
<i>La crisi ha "accumunato" nel tempo una quota crescente di imprese, almeno dal punto di vista della percezione dell'influenza della medesima¹:</i>												
-	1,8	4,8	7,1	5,1	3,9	4,8	55,4	52,5	46,4	56,5	45,4	65,9
-	33,9	25,6	30,4	45,2	35,1	23,5						
<i>Una crisi che ha segmentato le imprese in tre parti, se si considera la fase di "attraversamento" dichiarata dagli intervistati²:</i>												
-	2011	2012	2013	2014	2015	2016	8,3	20,0	25,5	28,7	26,4	22,7
-	79,2	47,8	60,0	53,9	56,9	59,7						
-	12,5	32,2	14,5	17,4	16,7	17,6						
<i>La segmentazione letta attraverso l'andamento dei "fondamentali"³:</i>												
-	Ordinativi ³											
-	Fatturato ⁴											
-	Export ⁵											
■ Forte + discreta crescita	-	-	19,7	20,5	23,4	25,6	-	-	51,7	47,0	44,1	33,3
■ Più o meno costante (consistente e/o modesta)	-	-	26,8	38,2	27,3	39,0	-	-	28,6	29,0	26,0	44,0
■ Un po' e/o molto in diminuzione	34,8	34,6	16,1	20,7	23,4	16,2	34,8	34,6	53,5	47,1	48,0	36,1
■ Forte + discreta crescita	-	-	21,4	29,1	20,8	21,5	-	-	57,1	49,4	48,0	28,7
■ Più o meno costante (consistente e/o modesta)	-	-	16,1	15,4	24,7	28,8	-	-	16,1	15,4	24,7	28,8
■ Un po' e/o molto in diminuzione												

(Segue) Tab. 2 – Un processo, accelerato dalla crisi, di differenziazione tripartita delle imprese (val. %)

Fenomeni	Dati	
	Nel 2015	Nel 2016
Il cambiamento di priorità dei mercati esteri, segnalato dalle prime 5 aree di sbocco dichiarate dagli intervistati ⁶ :	1°	Usa
	2°	Francia
	3°	Russia
	4°	Belgio
	5°	Svizzera
	Prima della crisi	
	1°	Usa
	2°	Francia
	3°	Germania
	4°	Usa
	5°	Giappone

(1) Cfr. tabella 1/Parte prima, pag. 36.

(2) Cfr. tabella 4/Parte prima, pag. 41.

(3) Cfr. tabella 6/Parte prima, pag. 48.

(4) Cfr. tabella 7/Parte prima, pag. 49.

(5) Cfr. tabella 10/Parte prima, pag. 56.

(6) Cfr. tabella 12/Parte prima, pag. 58.

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

È evidente che si è in presenza anche in questo caso di un processo di assorbimento progressivo dell'impatto del ciclo economico che ha spinto e spinge le aziende a reagire, rivedendo il loro modo di essere e di fare e alimentando così il loro rafforzamento come la loro stessa selezione "in alto" negli anni di crisi. Poche imprese hanno attraversato dunque indenni la crisi, dovendo in grande parte interpretare la nuova situazione in modo attivo e creativo per far fronte a sfide non contingenti bensì di lunga durata (visto che la crisi dura ormai da 8 anni): col risultato di passare da un segmento all'altro delle tre tipologie considerate oppure uscendo in qualche modo dal mercato (non solo per chiusura dell'attività in senso stretto, ma anche per cessione dell'azienda o di qualche ramo di essa oppure tramite fusioni con altre imprese, ecc.);

c) e infine non si possa trascurare la strategia di collaborazione tra aziende diverse, che rappresenta sempre un esercizio difficile per gli imprenditori, specialmente se la dimensione della loro impresa è piccola o piccolissima e con una *governance* sostanzialmente centrata sul titolare. E tuttavia qualche segnale di "scioglimento dell'iceberg" si avverte, con la formazione, anche in tal caso, di tre segmenti di aziende in movimento (cfr. terzo gruppo di dati della tabella 3):

- il primo segmento è quello rappresentato dagli imprenditori orientati a cercare attivamente forme di collaborazione o comunque ad esprimere una *consapevolezza positiva* circa la necessità/opportunità di convergere tra aziende: si passa dal 38,9% del 2011 al 40,5% del 2016, con un duplice fenomeno che vede diminuire la prima componente (che probabilmente ha nel frattempo fatto qualche esperienza in proposito), mentre cresce in maniera significativa la seconda che esprime invece l'allargamento del numero di coloro che diventano via via positivamente consapevoli;
- il secondo segmento è quello della *consapevolezza sofferta* e rappresenta coloro che si rendono conto dell'esigenza di procedere verso la collaborazione, ma per il momento rimandano le decisioni, con un risultato alternante nel tempo, probabilmente per l'ingresso di imprenditori che provengono dal segmento successivo oppure per l'uscita di altri imprenditori che si vanno invece a collocare nell'area della *consapevolezza positiva*: gli intervistati appartenenti a questo secondo segmento erano il 31,5% nel 2011, scendono sino al 15,1% nel 2015, ma riprendono vigore nel 2016 (anche di fronte alle tensioni sul fronte di alcuni mercati internazionali e all'esigenza di esplorarne altri, ma in maniera presumibilmente più convergente con altre imprese, simili o complementari);

Tab. 3 – Una reattività, a sua volta differenziata, delle imprese

Fenomeni	Dati					
	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2016/2015 (Previsioni)		
<i>Una propensione crescente, ma differenziata ad investire¹:</i>						
- Andamento in forte + lieve crescita	17,7	16,4	15,5	30,4		
- Andamento più o meno costante ma consistente	14,6	21,1	24,8	20,9	42,8	
- Andamento costante ma modesto	36,7	31,1	30,7	55,5	21,9	
- Andamento un po' + molto in diminuzione	17,5	19,6	13,6	0,0		
<i>La crescita nel tempo delle "strategie di movimento"²:</i>						
- Strategie di significativo riposizionamento/ristrutturazione/ riorganizzazione	23,4	28,9	40,4	54,4		
- Strategie di attesa che la crisi passi e/o strategie di adattamento progressivo con flessibilità	62,6	59,9	51,6	41,2		
- Nessuna nuova strategia poiché la crisi ha interessato poco o per nulla l'azienda	14,0	11,2	8,0	4,4		
<i>Un'apertura in evoluzione verso la collaborazione tra imprese³:</i>						
- Si cercheranno attivamente occasioni di collaborazione perché non si può fare tutto da soli quando è in corso la crisi come l'attuale (<i>comportamenti</i>)	14,8	38,9	38,7	40,5		
- La collaborazione tra imprese fa parte della mutazione necessaria del modo di fare impresa di oggi e del prossimo futuro (<i>consapevolezza positiva</i>)	24,1	22,4	8,2	5,2	40,5	
- Se sarà necessario collaborare con altre imprese si batterà questa strada stando però molto attenti a non cadere in situazioni difficili (<i>consapevolezza "sofferita"</i>)	31,5	20,4	26,0	36,9		
- È meglio muoversi come impresa autonoma, poiché la collaborazione è sempre problematica (<i>resistenza</i>)	29,6	40,9	50,7	22,6		

(1) Cfr. tabella 19/Parte prima, pag. 55.

(2) Cfr. tabella 20/Parte prima, pag. 73.

(3) Cfr. tabella 21/Parte prima, pag. 77.

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionisti, 2016*

- il terzo segmento infine è costituito da coloro che possono essere definiti come *resistenti* rispetto alle possibili collaborazioni tra aziende diverse, il quale però tende ad oscillare in termini di adesioni nel corso del tempo come nel caso del secondo segmento, ma riflette presumibilmente (al di là di qualche possibile oscillazione nel panel) l'esigenza crescente di reagire di fronte alle difficoltà malgrado le resistenze di cui tale segmento è portatore: gli intervistati in tal caso scendono al 22,6% nel 2016 dal 29,6% del 2011, con tutte le variazioni intermedie del caso.

Dunque anche la strategia (controversa) della convergenza tra imprese sembra essere in movimento positivo, contribuendo, attraverso i diversi atteggiamenti (orientati ai *comportamenti*, alla *consapevolezza positiva*, alla *consapevolezza sofferta* e infine alla *resistenza*), ad individuare tre tipi di imprenditori e quindi di imprese, con una "fluidità" interna al singolo segmento e tra un segmento e l'altro, che si intuisce grazie all'osservazione che è stata effettuata, anno per anno, dai singoli Shoe Report.

La terza tesi è che *i rapporti problematici delle aziende calzaturiere col sistema bancario sembrano più propri del secondo e del terzo segmento della tipologia tripartita precedentemente richiamata piuttosto che del primo segmento, a cui fanno capo le imprese più dinamiche, capitalizzate e con un buon cash-flow.*

La tabella 4 mette in luce a tale proposito come:

- a) i problemi ritenuti "molto importanti", concernenti i rapporti suddetti, occupino la 4^a posizione, in quanto risultano preceduti da quelli valutati come maggiormente rilevanti per gli intervistati come il calo degli ordinativi dall'estero (1° posto), le insolvenze vere e proprie dei clienti (2° posto) e il calo degli ordinativi dall'Italia (3° posto), anche se i problemi legati ai flussi finanziari difficili seguono a ruota: infatti i ritardati pagamenti da parte dei clienti si collocano al 6° posto e la difficoltà di recuperare i propri crediti al 7° posto (cfr. primo gruppo di dati della tabella 4);
- b) peraltro, sul piano della soddisfazione/insoddisfazione circa le relazioni col sistema del credito, vada ricordato innanzitutto che l'11,8% degli intervistati dichiara di non aver sostanzialmente bisogno delle banche in quanto sufficientemente capitalizzati e/o con un *cash-flow* adeguato. E in ogni caso la restante parte di imprenditori ammette di essere complessivamente soddisfatto nel 71,3% dei casi (12,8% "molto soddisfatto" e 58,5% "abbastanza soddisfatto"), mentre gli imprenditori insoddisfatti risulterebbero poco meno del 30% (cfr. secondo gruppo di dati della tabella 4): è facilmente intuibile che tali dati rispecchiano lo sforzo costante

di scegliere al meglio quegli istituti che via via forniscono il servizio più appropriato per l'azienda;

- c) le eventuali ragioni dell'insoddisfazione immediatamente evocate appaiano essere innanzitutto quelle più "tradizionali" (cfr. terzo gruppo di dati della tabella 4): le troppe garanzie richieste (1° posto, col 73,9% di consensi) e i costi troppo elevati (2° posto, col 58,9% di consensi), seguite però da ragioni che hanno a che fare con la vita interna delle stesse banche, come le cronache quotidiane spesso ci ricordano (con la necessità di aumentare il capitale, con la presenza di crediti deteriorati da cui il bilancio si deve liberare, ecc.).

Ma va anche osservato che, qualora si approfondiscano meglio le valutazioni degli intervistati (cfr. quarto gruppo di dati della tabella 4), si vede come le prime affermazioni (positive) sembrano in realtà mandare segnali di qualche miglioramento, considerato che:

- il 60,2% degli intervistati ammette che i tassi richiesti dalle banche sono diminuiti e quindi oggi conviene chiedere dei prestiti;
- il 43,6% dichiara esplicitamente che le banche hanno ripreso a concedere mutui;
- e il 39,3% ritiene che le grandi banche nazionali stiano lentamente "tornando al territorio", visto l'accresciuta autonomia delle loro filiali nella concessione del credito.

Il che tuttavia non significa che gli imprenditori non sottolineino i problemi che più facilmente risultano propri del secondo segmento delle aziende, quello forse di punta ma pronto a scommettere ancora sul proprio futuro, impegnandosi di conseguenza. E infatti:

- l'80,0% degli intervistati ribadisce come le banche offrano finanziamenti con più facilità alle aziende capitalizzate e che vanno bene, mentre stentano ad esporsi verso quelle che presentano buone potenzialità e progetti di sviluppo ma che non sono sufficientemente capitalizzate;
 - o ancora il 68,2% dichiara apertamente che le banche non riescono ad essere un vero partner per l'azienda nell'attuale situazione;
 - il che verrebbe anche ulteriormente esplicitato da quel 63,3% di intervistati che afferma come le banche non siano preparate a gestire l'attuale situazione di attraversamento della crisi in cui le aziende sono ancora impegnate;
- d) proprio a seguito di queste ultime valutazioni alcune delle proposte più apprezzate dagli intervistati sembrano riflettere i bisogni di quelle imprese che necessitano del sistema bancario, trovandosi all'interno della seconda tipologia della tripartizione ricordata in queste pagine ed essendo parte di quelle aziende che risultano in movimento sul piano strategico e

Tab. 4 – I rapporti diversificati delle aziende calzaturiere col sistema del credito (val. %)

Fenomeni	Dati
<i>I problemi relativi al credito, ritenuti "molto importanti" per oltre il 50% degli intervistati¹:</i>	
- Il calo degli ordinativi dall'estero	1° (81,9)
- Le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti	2° (70,8)
- Il calo degli ordinativi dall'Italia	3° (63,5)
- I rapporti col sistema bancario	4° (62,4)
- La diminuzione dei prezzi per tenersi i clienti	5° (59,3)
- I ritardati pagamenti da parte dei clienti	6° (57,4)
- La difficoltà nel recupero dei propri crediti	7° (52,7)
<i>Giudizi di soddisfazione/insoddisfazione complessiva circa i rapporti intrattenuti col sistema bancario²:</i>	
- Molto soddisfatto	11,3
- Abbastanza soddisfatto	51,6
- Poco soddisfatto	17,8
- Per nulla soddisfatto	7,5
- Non hanno bisogno del sistema bancario	8,5
-	11,8
<i>Le tre ragioni più importanti dell'eventuale insoddisfazione³:</i>	
- Si richiedono eccessive garanzie	1° (73,9)
- C'è un costo elevato in termini di tassi e di condizioni	2° (58,9)
- Le banche pensano soprattutto ai loro problemi (maggiore capitalizzazione, crediti deteriorati, ecc.)	3° (36,5)
<i>Le prime tre valutazioni positive e negative sul sistema del credito ("molto + abbastanza d'accordo")⁴:</i>	
- "Sono diminuiti i tassi richiesti dalle banche e quindi oggi conviene chiedere dei prestiti"	60,2
- "Le banche hanno ripreso a concedere mutui"	43,6
- "Le grandi banche stanno lentamente "tornando al territorio", con un'aumentata facoltà di concedere credito da parte delle filiali"	39,3
- "Le banche offrono finanziamenti alle aziende capitalizzate che vanno bene, ma stentano ad esporsi verso le imprese che hanno buone potenzialità e progetti di sviluppo ma che non sono abbastanza capitalizzate"	80,0
- "Le banche non riescono ad essere un vero partner per l'azienda"	68,2
- "Le banche non sono preparate a gestire l'attuale situazione di crisi che le aziende attraversano"	63,3

./.

(Segue) Tab. 4 – I rapporti diversificati delle aziende calzaturiere col sistema del credito (val. %)

Fenomeni	Dati	
	2015	2016
<i>L'esigenza di migliorare le relazioni tra banca e impresa (giudizi "molto + abbastanza d'accordo"):</i>		
- "Bisogna sviluppare col sistema bancario (e applicare) un rating aziendale che tenga conto anche della storia, delle potenzialità dell'impresa e del valore dell'iniziativa per cui si chiede il finanziamento"	79,2	92,9
- "Bisogna sviluppare col sistema bancario (e far applicare) un rating di filiera, per le imprese che lavorano con aziende più grandi così da aumentare il merito di credito anche per quelle più piccole presenti nella filiera stessa"	62,3	93,5
- "Bisogna sviluppare un sistema bancario che sappia effettivamente valutare il Progetto per cui l'impresa chiede il finanziamento"	-	88,5
- "Bisogna che il sistema bancario sappia tornare all'economia reale così come oggi questa è diventata e come può ancora diventare attraverso il rafforzamento e lo sviluppo delle imprese (la banca deve diventare un partner effettivo dell'impresa)"	-	85,4
- "Le aziende a loro volta devono migliorare la propria cultura di gestione per quanto riguarda gli aspetti economico-finanziari"	-	92,5

(1) Cfr. tabella 23/Parte seconda, pag. 88 (addensamento di risposte rispetto a più opzioni).

(2) Cfr. tabella 24/Parte seconda, pag. 90 (risposte totali nella prima colonna e risposte al netto di chi non ha bisogno del sistema bancario nella seconda colonna).

(3) Cfr. tabella 26/Parte seconda, pag. 93 (addensamento di risposte rispetto a più opzioni).

(4) Cfr. tabella 30/Parte seconda, pag. 103.

(5) Cfr. tabella 31/Parte seconda, pagg. 107-108.

Fonte: *indagine Ermeneù – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

gestionale, in quanto interessate a scommettere sul proprio futuro. Come si può vedere (cfr. quinto gruppo di dati della tabella 4):

- ben il 92,9% degli intervistati sottolinea la necessità che il sistema bancario sviluppi (ed applichi) un *rating* aziendale che tenga però conto anche della storia, delle potenzialità dell’impresa, del valore dell’iniziativa per cui si chiede il finanziamento; il che viene ulteriormente ribadito da quell’88,5% che vorrebbe che il sistema del credito sapesse valutare effettivamente il Progetto per cui l’azienda chiede il finanziamento;
- un altro 93,5% di intervistati aggiunge che bisognerebbe declinare il *rating* in chiave di filiera produttiva, in modo da poter seriamente valutare il merito di credito di imprese anche piccole ma presenti all’interno di una filiera avente come capofila un’impresa grande o media, ma comunque robusta e con merito di credito elevato;
- e ancora l’85,4% insiste sulla necessità che il sistema bancario “torni con più convinzione all’economia reale”, tenendo conto di come oggi quest’ultima è diventata e sta diventando, in modo da costituire un vero e proprio partner per l’impresa (il che confermerebbe in positivo quanto ricordato al punto precedente).

Ma il “dover essere” e il “dover fare” da parte del sistema bancario non può esimere le aziende dall’assumersi i propri oneri: a tale proposito la quasi totalità degli intervistati (92,5%) ammette che le imprese dovrebbero a loro volta migliorare la propria cultura di gestione, specie per quanto riguarda gli aspetti economico-finanziari, anche perché questo aiuterebbe le banche ad intrattenere una relazione più appropriata con le stesse aziende. Insomma è la relazionalità tra banca e impresa che richiede di compiere un salto in avanti ad entrambi i protagonisti, con una capacità della prima nell’interpretare con maggiore appropriatezza l’economia reale e le imprese che ne fanno parte, ma anche con una capacità della seconda di migliorare le proprie conoscenze, i propri atteggiamenti e i propri strumenti per dialogare meglio col sistema del credito.

La quarta tesi è che *l’apertura degli imprenditori nei confronti dell’ingresso di eventuali investitori finanziari nel capitale aziendale si trova ancora in una sorta di “terra di nessuno”, visto che esiste una buona consapevolezza di tale esigenza/opportunità, ma si esita a mettere in atto i comportamenti conseguenti.*

Va naturalmente tenuto presente che affrontare i rapporti col sistema extrabancario significa che l’azienda disponga di conoscenze, di dimensioni di fatturato, di preparazione che non è sempre facile trovare in una piccola realtà di impresa. Tuttavia l’esame delle risposte contenute nella tabella 5

consente di meglio comprendere la situazione specifica (e in evoluzione) delle aziende calzaturiere:

a) innanzitutto si può rilevare per l'appunto il modesto livello dei comportamenti adottati in proposito rispetto ad un'eventuale presenza nel capitale di un investitore finanziario esterno:

- solo il 3% degli intervistati infatti ha preso o sta prendendo in considerazione tale ipotesi e tuttavia un ulteriore 17,7% pensa di farlo in futuro, a cui si potrebbe aggiungere una quota (la metà circa?) di quel 53,1% di intervistati che sino ad oggi non ha ancora valutato tale opportunità, ma non esclude di farlo in linea di principio (come, al contrario, dichiara il 26,2% degli imprenditori: cfr. primo gruppo di dati della tabella 5);
- ma va anche tenuto presente che il 94,2% degli intervistati non ha avuto sino ad oggi alcuna esperienza diretta in tema di investitori nel capitale dell'azienda e che l'ulteriore 5,8% ammette di averla avuta ma anche di non esserne stato soddisfatto (cfr. secondo gruppo di dati della tabella 5);

b) tuttavia bisogna anche rilevare una certa consapevolezza delle buone ragioni che stanno alla base di un'eventuale apertura del capitale nei confronti di investitori esterni (cfr. terzo gruppo di dati della tabella 5). Infatti le prime 4 reazioni – quelle più consistenti – risultano essere di tipo positivo, considerato che si riconosce come tale opportunità:

- possa fornire dei capitali per la crescita e per lo sviluppo dell'azienda (1° posto, col 61,8% di addensamento di risposte);
- possa contribuire a realizzare una strategia più incisiva di crescita (2° posto, col 47,3% di addensamento di risposte);
- possa dare un contributo positivo alla managerializzazione dell'azienda (3° posto, col 38,2% di addensamento di risposte);
- infine possa dare un contributo positivo qualora l'investitore risulti effettivamente adeguato per l'azienda, nel senso di tener conto delle specifiche caratteristiche ed esigenze di essa (4° posto, col 34,5% di addensamento di risposte).

Il che non significa che non ci siano anche dei timori, ma questi risultano meno intensamente valutati rispetto alle reazioni positive precedenti. Infatti:

- ci sono dei timori di intrusione nella gestione aziendale (1° posto, col 30,1 di addensamento di risposte);
- c'è il rischio di perdere in prospettiva il controllo della propria azienda (2° posto, col 30,3 di addensamento di risposte);

- e inoltre resta un fondo di diffidenza verso l’ingresso di investitori finanziari nel capitale anche per l’immagine pubblica di cui questi risultano portatori (3° posto, col 16,4 di addensamento di risposte);
- c) nel caso poi di un ipotetico intervento da parte di un investitore finanziario esterno gli imprenditori intervistati si “spaccherebbero” in due (cfr. quarto gruppo di dati della tabella 5):
- il 53,4% di essi ribadisce la propria contrarietà rispetto a tale ipotesi;
 - ma è bene sottolineare che il restante 46,6% risulta invece essere più possibilista (confermando quanto osservato nel precedente punto a), anche se, a sua volta, si dividerebbe tra un 59,7% che vedrebbe più volentieri una presenza di tale investitore con una quota di minoranza e un restante 40,3% che potrebbe anche accettare una quota di maggioranza nel capitale della propria azienda, ma a certe specifiche condizioni;
- d) quanto all’ipotesi di poter utilizzare dei *bond* (aziendali o di distretto) bisogna prendere atto che quasi la metà degli intervistati non conosce o non conosce abbastanza tale strumento, mentre l’altra metà si suddivide:
- in una netta maggioranza (71,9%) che afferma di conoscere tale strumento ma di non aver valutato sino ad oggi l’opportunità di utilizzarlo sia che si tratti di *bond* aziendali oppure di *bond* distrettuali;
 - e un 25,0% che ha provato ad informarsi, ma a tutt’oggi ritiene che i *bond* non sembrano rappresentare uno strumento utile per l’azienda, tenuto conto delle relative dimensioni, del costo di accesso a tale strumento, delle procedure burocratiche richieste, ecc.

In sintesi si può affermare che gli imprenditori coinvolti nell’indagine hanno ancora pochissima esperienza concreta sul piano degli strumenti finanziari, ma risultano relativamente “aperti” sul piano della consapevolezza delle opportunità che questi offrono e anche delle possibili ipotesi di esplorazione da attivare. Anche se i comportamenti sono quasi tutti da costruire e da sperimentare, come ribadisce quel 46,8% che comunque riconosce che “bisogna sviluppare un sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, anche tramite l’ingresso nel capitale di investitori finanziari esterni, come ad esempio i Fondi”. Come pure il 39,4% degli intervistati ritiene che “andrebbero utilizzati anche i *bond* aziendali per le aziende più strutturate e i *bond* di distretto per quelle di minori dimensioni (cfr. ultimo gruppo di dati della tabella 5).

Resta da vedere dunque come il sistema creditizio e quello finanziario sapranno interpretare l’evoluzione delle imprese tenendo conto della segmentazione tripartita di queste ultime. In tal senso bisognerebbe far crescere una “strategia di accompagnamento” maggiormente sofisticata e non inseguire esclusivamente (o prevalentemente) il segmento di testa, quello cioè

Tab. 5 – Un'apertura ancora modesta (ma consapevole dell'importanza) di una presenza di investitori finanziari nel capitale dell'impresa (val. %)

Fenomeni	Dati	
<i>Un'ipotesi ancora limitata, ma con una certa apertura in prospettiva¹:</i>		
- Sì, ho preso in considerazione in passato l'ipotesi	20,7	1,8
- Sì, sto prendendo in considerazione attualmente l'ipotesi		1,2
- Sì, prenderò in considerazione per il futuro l'ipotesi		17,7
- No, non ho preso in considerazione sino ad oggi l'ipotesi	79,3	53,1
- No, non prenderò in considerazione per il futuro l'ipotesi		26,2
<i>Un'esperienza modesta e insoddisfacent²:</i>		
- Hanno sperimentato un ingresso di investitori finanziari nel capitale aziendale, con soddisfazione	-	-
- Hanno sperimentato un ingresso di investitori finanziari nel capitale aziendale, con parziale soddisfazione	-	-
- Hanno sperimentato un ingresso di investitori finanziari nel capitale aziendale, con scarsa o nulla soddisfazione	5,8	-
- Non hanno avuto alcuna esperienza diretta di investitori finanziari nel capitale	94,2	-
<i>Reazioni positive e negative rispetto all'ingresso di un eventuale investitore finanziario nel capitale dell'azienda³:</i>		
- "Può fornire dei capitali per la crescita e lo sviluppo dell'azienda"	1°	(61,8)
- "Può contribuire a realizzare una strategia più incisiva di crescita"	2°	(47,3)
- "Può dare un contributo positivo alla managerializzazione dell'azienda"	3°	(38,2)
- "Può dare un contributo positivo se l'investitore risulta effettivamente adeguato per l'azienda (nel senso di tener conto delle specifiche caratteristiche ed esigenze di essa)"	4°	(34,5)
- "Suscita timori di intrusione nella gestione aziendale"	1°	(30,1)
- "C'è il rischio di perdere il controllo in prospettiva dell'azienda"	2°	(30,3)
- "Resta un fondo di diffidenza verso l'arrivo di investitori finanziari anche per l'immagine pubblica che questi hanno"	3°	(16,4)
<i>Preferenze circa l'eventuale intervento di un investitore finanziario nel capitale dell'azienda⁴:</i>		
- "Preferirei una presenza dell'investitore con una quota di minoranza nel capitale"	27,8	59,7
- "Potrei accettare una quota di maggioranza, ma a certe specifiche condizioni"	18,8	40,3
- "Preferirei non orientarmi affatto verso l'ingresso di investitori finanziari nel capitale dell'impresa"	53,4	-

./.

(Segue) Tab. 5 – Un'apertura ancora modesta (ma consapevole dell'importanza) di una presenza di investitori finanziari nel capitale dell'impresa (val. %)

Fenomeni	Dati
<i>Valutazione della possibilità di utilizzare la formula dei bond aziendali e/o di distretto⁵:</i>	
- "Non conosco o non conosco abbastanza lo strumento dei bond"	48,1
- "Conosco lo strumento dei bond, ma non ho valutato sino ad oggi l'opportunità di utilizzarli (sia che si tratti di bond aziendali o bond di distretto)"	37,9
- "Ho provato ad informarmi, ma i bond non mi sembrano utili all'azienda (per le sue dimensioni, per il costo di accesso allo strumento, per le procedure richieste, ecc.)"	13,1
- "Ho provato ad informarmi, ma i bond non mi sembrano utili all'azienda (per le sue dimensioni, per il costo di accesso allo strumento, per le procedure richieste, ecc.)"	25,0
<i>La consapevolezza in ogni caso dell'importanza di sviluppare l'ambito extrabancario (giudizi "molto + abbastanza d'accordo")⁶:</i>	
- "Bisogna sviluppare un sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, anche tramite l'ingresso nel capitale di investitori finanziari esterni, come ad esempio i Fondi"	46,8
- "Bisogna sviluppare il sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, utilizzando anche i bond aziendali (per le aziende più strutturate) e i bond di distretto (per quelle di minori dimensioni)"	39,4

(1) Cfr. tabella 32/Parte seconda, pag. 110.

(2) Cfr. tabella 35/Parte seconda, pag. 114.

(3) Cfr. tabella 33/Parte seconda, pag. 112 (addensamento di risposte rispetto a più opzioni).

(4) Cfr. tabella 34/Parte seconda, pag. 113 (risposte totali nella prima colonna e risposte al netto di coloro che non si orientano verso l'ingresso di investitori finanziari nel capitale dell'impresa nella seconda colonna).

(5) Cfr. tabella 37/Parte seconda, pag. 118 (risposte totali nella prima colonna e risposte al netto di coloro che non conoscono o non conoscono abbastanza lo strumento dei bond nella seconda colonna).

(6) Cfr. tabella 31/Parte seconda, pag. 107-108.

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

più capitalizzato, con buon *cash-flow*, con un'adeguata dimensione aziendale e con chiare prospettive di medio periodo.

Se si vuole far crescere il tessuto più ampio delle aziende con buone potenzialità di sviluppo, ma anche articolare il proprio business di banca e/o di soggetto finanziario è necessario migliorare la relazionalità che oggi esiste tra i due protagonisti, a partire dalla conoscenza, dall'interpretazione e dall'offerta di servizi appropriati per le imprese. Ferma restando l'esigenza di pervenire ad una più equilibrata convergenza tra l'ambito bancario e l'ambito extrabancario, oggi troppo sbilanciata sul primo.

Parte prima

*Il check-up delle imprese calzaturiere
nell'attraversamento dell'attuale ciclo economico*

1. Un percorso in via di compimento

1.1. Una percezione “accomunata” dell’impatto della crisi

L’andamento che colpisce maggiormente, osservando i dati contenuti nella tabella 1, è il progressivo convergere della maggior parte degli imprenditori, nel corso degli anni, su una valutazione meno polarizzata agli estremi circa l’impatto della crisi: questa opinione di condivisione tocca il 65,9% degli intervistati a luglio 2016 contro percentuali più contenute nelle indagini precedenti, mentre tendono a diminuire le aziende che da un lato ne hanno risentito di più e dall’altro ne hanno risentito di meno.

Si tenga presente che otto anni di ciclo economico certo non facile hanno sottoposto le imprese ad un processo severo di selezione, che ha contribuito ad espellere una quota di esse dal mercato, ma anche a far crescere all’opposto, sul piano strategico e gestionale, la quota ancora debole e a creare inoltre una fascia intermedia consistente di aziende che risultano tuttora impegnate nelle operazioni di ristrutturazione e di riposizionamento.

Tanto per dare un’idea della selezione avvenuta, tenendo conto dei dati oggettivi raccolti nel corso del tempo, si ricordi che il numero complessivo delle aziende calzaturiere italiane era di 6.263 unità nel 2008, ma esso scende a 4.877 unità dopo 8 anni di crisi (a giugno 2016), con una contrazione pari al 22,1%. Peraltro la contrazione rappresenta una tendenza di medio-lungo periodo, visto che negli 8 anni precedenti (2000-2007) le imprese erano già diminuite del 14,8%¹.

Naturalmente nei 16 anni hanno giocato più processi contemporaneamente: quello della delocalizzazione della produzione che affondava le sue radici ancora prima del 2000, quello della significativa ristrutturazione degli anni 2002-2005, per finire con l’impatto della crisi degli ultimi 8 anni. Ma certo il macroprocesso che ha influito di più è rappresentato dal progressivo

¹ Cfr. tavola 2/Parte terza, pag. 133.

Tab. 1 – *Influenza della crisi sull'azienda dell'intervistato rispetto alle altre aziende, presenti nello stesso Distretto (val. %)*

<i>Valutazione dell'impatto</i>	<i>Check-up a gennaio 2011¹</i>	<i>Check-up a gennaio 2012¹</i>	<i>Check-up a gennaio 2013¹</i>	<i>Check-up a gennaio 2014¹</i>	<i>Check-up a gennaio 2015¹</i>	<i>Check-up a luglio 2016</i>
- Ne ha risentito molto di più	1,8	2,4	-	5,1	3,9	4,8
- Ne ha risentito un po' di più	-	2,4	7,1	5,1	10,4	3,3
- Ne ha risentito più o meno come le altre	55,4	52,5	46,4	56,5	45,4	65,9
- Ne ha risentito un po' meno	26,8	17,7	17,9	17,9	22,1	20,2
- Ne ha risentito molto meno	7,1	8,9	12,5	9,4	13,0	3,3
- Non saprei dare una valutazione	8,9	16,1	16,1	6,0	5,2	2,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	56	124	56	117	77	67

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 105.

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

spostamento del prodotto verso la fascia medio-alta da parte dell'intero sistema calzaturiero: tendenza questa ampiamente confermata nel corso del tempo se si considera la diminuzione continua delle quantità prodotte e il parallelo aumento del valore delle medesime (e quindi del prezzo medio a paio), specie sul piano del prodotto esportato².

Appare quindi ragionevole la tendenza verso la “condivisione” del giudizio circa l'impatto del ciclo economico sulle aziende degli intervistati, visto che queste ultime rappresentano sempre di più il risultato del processo di selezione/qualificazione che via via si è esteso: pur con tutte le differenze tra le imprese che sono riuscite a portare a termine un soddisfacente riposizionamento e un'adeguata ristrutturazione e quelle invece che devono finire di giocarsi la partita di un rafforzamento che le può definitivamente traghettare nel dopo-crisi.

Alla luce di quanto sin qui ricordato appaiono perciò coerenti le risposte fornite dal panel 2016 qualora si considerino le differenti caratteristiche dei rispondenti. Per questo le imprese che dichiarano di aver risentito di più del ciclo economico severo che abbiamo vissuto e che ancora in parte stiamo vivendo sono soprattutto: quelle di dimensione piccola o piccolissima, con un corrispondente fatturato medio/piccolo o piccolo o addirittura piccolissimo; quelle che risultano essere meno esportative rispetto alle altre e che presentano un'anzianità maggiore (cfr. *Tabella A1 dell'Allegato statistico*); ma anche quelle che, come conseguenza di quanto appena ricordato, non possono che avere rapporti poco soddisfacenti col sistema del credito (cfr. *Tabella B1 dell'Allegato statistico*).

1.2. Una capacità differenziata di reazione

Il fatto di sentirsi un po' più “accomunati” di fronte al ciclo economico che abbiamo vissuto in questi anni non significa – come è stato ricordato nel precedente paragrafo – che spariscono le differenze tra le aziende. La capacità di reazione di queste ultime infatti, anche se via via selezionate nel tempo con la fuoriuscita di quelle più deboli, tende ad articolare il sistema in tre parti (tab. 2):

- quella che tiene bene e/o abbastanza bene nel corso dell'anno di riferimento, la quale si attesta sul 48,8% nel 2016, ma manifesta percentuali analoghe anche negli anni precedenti sia pure con una certa alternanza di

² Cfr. tavola 9/Parte terza, pag. 147.

tenuta, coerente con l'andamento a sua volta alternante del ciclo economico dall'inizio della crisi ad oggi);

- quella che si trova in una situazione intermedia, caratterizzata da andamenti contrastanti nel corso di ogni singolo esercizio, la quale si aggira attorno ad 1/3 degli intervistati (32,7% nel 2016), con una tendenza alla diminuzione nel corso degli anni considerati;
- e quella infine che rappresenta ancora una parte debole del sistema (il 18,5% del panel 2016), con un certo lieve incremento nel corso del tempo: il che sta a significare come il processo di qualificazione e di riposizionamento assuma caratteristiche di flusso in entrata e in uscita delle aziende e non si esaurisca nel breve periodo.

Ma se questo è valso a tutto il 2015, il 2016 si presenta un po' più problematico, tenendo conto anche dell'impatto di cui le imprese ancora soffrono sul piano dell'export, specie quelle che risultano molto esposte sul fronte della Russia e dei Paesi dell'ex Unione Sovietica o che soffrono anche della "frenata" dell'Asia. Nella tabella 3 infatti, dedicata all'andamento complessivo previsto per l'intero 2016 si vede come:

- la quota di intervistati che ritengono come l'andamento di tale esercizio sia buono e/o abbastanza buono, nella prima come nella seconda parte dell'anno, non superi il 23,6% (la corrispondente valutazione per il 2015 era del 48,8% come mostrava la precedente tabella 2);
- le previsioni per un'annata per metà positiva e per metà con qualche problema tendono invece a posizionarsi attorno al 30% (come nella precedente tabella 2);
- e, al contrario, coloro che ritengono che il 2016 si presenti complessivamente come un anno difficile sale al 45,7% (contro il 18,5% della tabella 2).

Dal punto di vista delle differenze di opinioni interne al panel va detto che:

- la buona tenuta dell'azienda evidenzia una correlazione tendenzialmente positiva con la dimensione della medesima e del relativo fatturato, con un export abbastanza consistente e con un buon legame con le *griffe*, ma anche con delle aziende non troppo anziane e soprattutto con quelle che si sentono ormai fuori dalla crisi e che comunque adottano strategie più pronunciate di trasformazione (cfr. *Tabelle A2 e A3 dell'Allegato statistico*);
- e così è abbastanza logico rilevare anche una correlazione positiva con le aziende che hanno tenuto bene nell'esercizio 2015 e che prevedono di tenere anche nel 2016, oltre che con le imprese che intrattengono un buon rapporto col sistema bancario (cfr. *Tabella B2 dell'Allegato statistico*).

Tab. 2 – Andamento dell'azienda dell'intervistato nel corso dei sei anni immediatamente precedenti (val. %)

Andamento	Check-up a gennaio 2011 (Dati riferiti al 2010) ¹	Check-up a gennaio 2012 (Dati riferiti al 2011) ¹	Check-up a gennaio 2013 (Dati riferiti al 2012) ¹	Check-up a gennaio 2014 (Dati riferiti al 2013) ¹	Check-up a gennaio 2015 (Dati riferiti al 2014) ¹	Check-up a luglio 2016 (Dati riferiti al 2015)
- Ha tenuto bene e/o abbastanza bene nel corso dell'anno, malgrado la crisi	58,9	47,9	52,7	51,8	56,1	48,8
- Non è andata bene nei primi 3-4 mesi dell'anno, ma poi si è cominciato a cogliere qualche segnale positivo	12,5	5,7	7,3	2,6	5,3	12,1
- Non è andata bene in tutta la prima metà dell'anno, ma oggi si coglie qualche segnale positivo	8,9	3,3	3,6	10,5	1,3	7,0
- È andata bene o abbastanza bene nella prima metà dell'anno, ma oggi si avvertono di nuovo segnali di indebolimento	16,1	29,3	20,0	20,2	24,0	13,6
- Non è andata bene né abbastanza bene sino ad oggi	3,6	13,8	16,4	14,9	13,3	18,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	56	123	55	114	75	67

(1) Cfr. Shoe Report 2015, pag. 106.

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Tab. 3 – Andamento complessivo dell'azienda dell'intervistato nell'anno 2016 (val. %)

Risposta	%
– Il 2016 si presenta bene e/o abbastanza bene sia per la prima che per la seconda parte dell'anno	23,6
– Il 2016 mi sembra sostanzialmente positivo per la prima parte dell'anno, ma prevedo problemi per la seconda parte	18,5
– Il 2016 si è presentato con problemi nella prima parte dell'anno, ma ritengo che nella seconda parte andrà meglio	12,2
– Il 2016 è (e sarà) un anno molto e/o abbastanza difficile	45,7
Totale	100,0
V.a.	67

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

1.3. Il formarsi di tre tipologie di imprese

Tenuto conto di quanto emerso dai dati della precedente tabella 2, che descrivono l'andamento nei vari anni, con riferimento all'esercizio precedente (e cioè sino a quello del 2015), le risposte relative alla fase di attraversamento della crisi sembrano abbastanza conseguenti (tab. 4).

Infatti le opinioni raccolte nel mese di luglio 2016 si distribuiscono tra:

- un 22,7% di intervistati che affermano come l'azienda si trovi sostanzialmente fuori dalla crisi, con una crescita del processo nel tempo dal 2012 (20,0% contro 8,3% del 2011), sino al 25,5% del 2013 e al 26,4% nel 2015, ma con qualche segnale di flessione nel 2016 (22,7%);
- un 59,7% che afferma come l'azienda si trovi fuori dentro la crisi ma con segnali positivi consistenti e/o molto consistenti oppure che si troverà fuori dalla crisi ma a partire dall'anno in corso in poi oppure ancora che si trova dentro la crisi ma con qualche segnale positivo di ripresa: si tratta di aziende che si trovano dunque in una condizione di “transizione” positiva ma non ancora compiuta, in quanto le azioni di riposizionamento e di ristrutturazione non si sono completate e/o adeguatamente rafforzate;
- ed infine un 17,6% di intervistati che ammette come l'azienda si trovi ancora pienamente dentro la crisi come più o meno veniva dichiarato anche nella precedente tabella 2 quando il 18,5% degli intervistati del 2016 confermava come l'anno in corso non stia andando né bene né abbastanza bene almeno sino ad oggi.

Se si considera la quota di aziende che dichiarano di essere ormai fuori del tutto o quasi del tutto dal ciclo economico negativo, visti i segnali consistenti in tal senso, gli imprenditori riconoscono (tab. 5):

- di non essere stati interessati per nulla dalla crisi solo in una percentuale del tutto trascurabile nel 2016 (2,7%);

Tab. 4 – Valutazione della fase di “attraversamento” della crisi dell’azienda dell’intervistato (val. %)

Fase di attraversamento	Check-up a gennaio 2011 ¹	Check-up a gennaio 2012 ¹	Check-up a gennaio 2013 ¹	Check-up a gennaio 2014 ¹	Check-up a gennaio 2015 ¹	Check-up a luglio 2016
- La mia azienda si trova sostanzialmente fuori dalla crisi	8,3	20,0	25,5	28,7	26,4	22,7
- La mia azienda si trova dentro la crisi, ma con segnali positivi consistenti e/o molto consistenti	16,7	10,4	16,4	21,7	15,3	26,1
- La mia azienda si troverà fuori dalla crisi, ma a partire dall’anno in corso in poi	4,2	1,7	3,6	8,7	2,8	3,6
- La mia azienda si trova dentro la crisi, ma con qualche segnale positivo di ripresa	58,3	35,7	40,0	23,5	38,8	30,0
- La mia azienda si trova ancora pienamente dentro la crisi	12,5	32,2	14,5	17,4	16,7	17,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	24	115	55	107	72	66

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 106.

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. 5 – Specificazioni circa l’uscita dalla crisi (val. %)

Valutazioni	Check-up a gennaio 2014 ¹	Check-up a gennaio 2015 ¹	Check-up a luglio 2016
– La mia azienda non è stata interessata per nulla dalla crisi	5,1	16,7	2,7
– La mia azienda è stata interessata dalla crisi, ma ha saputo affrontare le difficoltà e operare le trasformazioni che servivano e oggi va decisamente molto e/o abbastanza meglio	48,1	50,0	42,0
– La mia azienda è stata interessata dalla crisi, ma ha affrontato le trasformazioni che servivano e oggi deve portare a pieno compimento tale trasformazione	46,8	33,3	55,3
Totale	100,0	100,0	100,0
V.a.	79	30	45

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 107.

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzaturifici, 2016*

- ma di aver affrontato invece le necessarie trasformazioni per far fronte alle difficoltà, trovandosi oggi in una condizione migliore, in misura consistente (il 42,0% del panel è di questa opinione);
- mentre la maggioranza relativa (55,3%, in crescita rispetto ai due anni precedenti) ammette di essere ancora oggi impegnata a portare a compimento le trasformazioni che pure sono state avviate.

La suddetta tabella 5 dà un’idea della “dinamica” in corso, mentre la tabella 4 dava conto della “statica”, esaminata anno per anno. La chiave di lettura è che lo sforzo di riposizionamento/ristrutturazione investe le aziende che non hanno affrontato prima tale sfida o che devono ripensarsi a causa di ulteriori sopravvenute difficoltà.

Le diverse componenti del panel che mettono in evidenza le rispettive modalità di attraversamento della crisi, con riferimento all’esercizio 2015, sono (cfr. *Tabella A4 dell’Allegato statistico*):

- a) le aziende più consistenti per dimensione e per fatturato e quelle che lavorano per le *griffe*, che si trovano ormai al di fuori della crisi; e tuttavia almeno i segnali positivi consistenti interessano anche le aziende di dimensione piccola o piccolissima e con fatturato limitato, quelle più fortemente esportative e, di nuovo, quelle che lavorano per le *griffe*, nonché quelle più giovani e maggiormente impegnate in strategie di riposizionamento/metamorfosi;
- b) le aziende “in transizione” che presentano qualche segnale positivo di ripresa e che hanno un fatturato grande/medio grande (ma anche, all’op-

posto, piccolissimo), quelle meno esportative, quelle che lavorano esclusivamente per il mercato e che si limitano ad applicare strategie di attesa/adattamento;

- c) le aziende che si trovano ancora dentro la crisi e che risultano essere piccole e/o piccolissime, con un fatturato limitato, con minore spinta esportativa, esposte totalmente al mercato, più anziane rispetto alla media e soprattutto quelle legate a strategie di tipo “attendista”.

Del resto sono proprio le aziende dell’ultima categoria appena menzionata al punto c) a risultare oggi maggiormente impegnate nel portare a compimento la propria trasformazione (cfr. *Tabella A5 dell’Allegato statistico*).

2. Una situazione che incorpora le difficoltà e si adegua all'andamento dei mercati

2.1. La dinamica rallentata dei “fondamentali”, ma con una tenuta di fatturato e clima di fiducia

La predisposizione annuale dello Shoe Report dal 2009 ad oggi consente di porre a confronto l'andamento dei “fondamentali” delle aziende attraverso le opinioni espresse dai relativi panel di imprenditori intervistati.

Allo scopo di avere un'idea sintetica dell'evoluzione di ordinativi, fatturato, export e clima di fiducia si è perciò predisposto il Quadro 1 che segue, nel quale sono state esposte le dichiarazioni degli imprenditori, raggruppate in due categorie:

- da un lato, quelle che esprimono una valutazione di forte e/o discreta crescita unitamente ad un andamento costante ma consistente,
- e dall'altro, quelle che esprimono, al contrario, un andamento costante ma modesto e/o in diminuzione lieve o significativa.

Naturalmente tale bipartizione di imprese è stata effettuata per fornire un'idea sintetica delle aziende che corrono e/o “tengono” e, all'opposto, delle aziende che mostrano segni di ristagno e/o di regressione. La fotografia che così emerge permette di avanzare le considerazioni seguenti:

- a) l'esercizio 2015 rispetto al 2014 mostra per ordinativi ed export in valore un chiaro segnale di rallentamento, coerente peraltro con le previsioni espresse dagli intervistati nel precedente Shoe Report: le valutazioni positive per gli ordinativi passano infatti dal 54,5% per il 2014 al 45,1% per il 2015 e analogamente avviene per l'export in valore che scende dal 50,6% al 35,1%. Del resto l'incremento degli ordinativi 2014 rispetto al 2013 veniva dichiarato dal 54,5% degli intervistati, ma la previsione per il 2015 si riduceva al 45,4% (cfr. tabella 6 a fine capitolo). E così valeva per l'andamento dell'export in valore che raccoglieva valutazioni positive di incremento per il 2014 nel 50,6% dei casi, ma scendeva per il 2016 al 43,5% (cfr. tabella 11, seconda parte, a fine capitolo).

Quadro I – Andamento negli anni dei “fondamentali” delle aziende intervistate, secondo una logica bipartita

<i>Fondamentale</i>	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2016/2015 (previsioni)
Ordinativi ¹	26,9 73,1	- -	- -	58,9 39,3	44,4 51,3	54,5 40,3	45,1 52,8	44,1 52,6
Fatturato ¹	23,1 76,9	58,9 41,1	52,5 42,7	52,5 42,7	55,7 42,9	39,5 57,3	54,5 42,9	37,6 59,1
Export (in valore) ¹	21,1 78,9	53,6 39,3	48,4 37,7	57,1 37,5	53,0 35,9	50,6 42,9	35,1 43,9	43,5 42,3
Clima di fiducia ¹	24,9 75,1	69,6 26,8	43,4 48,5	46,4 50,0	38,5 53,8	40,3 54,5	45,9 52,0	44,7 51,2

(1) Il primo valore corrisponde alle dichiarazioni di “Forte e/o discreta crescita + Andamento costante ma consistente”, mentre il secondo valore esprime le dichiarazioni di “Andamento costante ma modesto + Andamento in lieve e/o significativa diminuzione”
Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Per il 2016 le previsioni restano oggi prudenti e toccano il 44,1% come mostra il Quadro 1, mentre migliorano per l'export (43,5%), pur restando inferiori rispetto agli anni precedenti il 2015;

- b) diversa è la situazione del fatturato (nel 2015 rispetto al 2014) che recupera una tendenza positiva (54,5% contro 39,5% dell'esercizio precedente e simile a quella degli anni che vanno dal 2010 al 2013): segno questo di una capacità di tenuta del sistema di imprese per quanto riguarda il livello dei prezzi, specie per le calzature esportate. Ma le previsioni per il 2016 tornano ad essere prudenti (37,6%).

Inoltre valutazioni positive vengono espresse anche per l'andamento del clima di fiducia: il 45,9% per il 2015 rispetto al 40,3% per il 2014, con un'analoga tenuta, malgrado tutto, anche per le previsioni dell'anno in corso (44,7%), come viene evidenziato dal Quadro 1;

- c) infine uno sguardo ulteriore rispetto alle dichiarazioni raccolte nei vari anni conferma, da un lato la contrazione violenta del 2009 (che peraltro ha interessato tutta la produzione industriale del Paese), con valutazioni positive dei "fondamentali" espresse in quell'anno da non più di 1/4 degli imprenditori e, dall'altro la capacità reattiva dei medesimi che fa risalire tutte le valutazioni oltre il 40% e anche oltre il 50%, salvo registrare qualche andamento alternante pronunciato a partire dal 2013 in avanti.

La conclusione per il momento è che oggi si registra il risultato dell'in-treccio di due processi: quello di selezione progressiva e di tenuta/rilancio che concorre a differenziare le aziende e quello del sommovimento dei mercati (Russia e CSI in testa, ma anche Far East) che penalizza in particolare le imprese troppo esposte su singoli mercati, soggetti questi ultimi a decisioni di tipo politico in primo luogo, ma anche ad andamenti economici a volte meno brillanti rispetto a quelli attesi.

Va tuttavia tenuto presente che l'esame dei "fondamentali" qui effettuato si muove in una logica semplificata di bipartizione, ma si potrebbe anche considerare la differenziazione delle imprese sulla base di una tripartizione, nella quale i giudizi vengano esplicitati in maniera più fine: in particolare quello relativo all'"andamento costante". La tripartizione vedrebbe in tal caso:

- le aziende più dinamiche, quelle cioè che esprimono giudizi di "forte crescita e/o discreta crescita" e giudizi di "continuità molto consistente";
- le aziende che si trovano in una fase intermedia, in cui l'andamento può essere "più o meno costante ma appena consistente" oppure "più o meno costante ma modesto";
- ed infine le aziende che dichiarano andamenti "un po' e/o molto in diminuzione".

I dati esposti nelle successive tabelle 6, 7, 8, 10 e 13 degli Indicatori Statistici possono perciò essere letti in una logica di bipartizione o di (ipotetica) tripartizione.

Le imprese meglio posizionate rispetto all'andamento dei "fondamentali" sin qui considerati presentano più di una somiglianza tra loro (ma anche qualche differenza). Tanto per esemplificare:

- l'andamento in crescita degli ordinativi nel 2015 rispetto al 2014 favorisce soprattutto le grandi e medie imprese, ma anche le aziende con un fatturato medio-piccolo o piccolo che evidentemente hanno trovato un buon mercato su cui posizionarsi, pur esportando magari meno del 50% del fatturato; naturalmente lavorare in toto o in parte per le grandi *griffe* significa poter avere ordinativi in crescita ed anche essere aziende sperimentate, ovviamente ormai fuori o non interessate dalla crisi e con delle "strategie di movimento" molto incisive (cfr. *Tabella A6.1 dell'Allegato statistico*);
- l'andamento in crescita del fatturato nel 2015 rispetto al 2014 vede più favorevolmente posizionate le aziende di grandi e/o medie dimensioni e con grande e/o medio fatturato, oltre quelle che esportano più del 50% e che lavorano totalmente per le *griffe*, essendo anche preferibilmente aziende giovani piuttosto che anziane e – come nel caso precedente – trovandosi ormai al di fuori della crisi o non sostanzialmente toccate da quest'ultima oltre che impegnate eventualmente a riposizionarsi e a trasformarsi profondamente (cfr. *Tabella A7 dell'Allegato statistico*);
- l'andamento in crescita dell'export in valore nel 2015 rispetto al 2014 vede meglio piazzata la grande e/o media impresa con fatturato altrettanto importante, ma non esclude quelle piccolissime che possono anche esportare meno del 50% e lavorare esclusivamente per il mercato, ma avendo trovato una nicchia appropriata; senza contare che – come nei casi precedenti – essere ormai fuori o non essere stati interessati dalla crisi come pure giocare su strategie di movimento rappresentano fattori di netto favore (cfr. *Tabella A10 dell'Allegato statistico*);
- ed infine l'andamento in crescita del clima di fiducia nel 2015 rispetto al 2014 si distribuisce a sua volta tra grande e piccola/piccolissima impresa, magari non totalmente esportativa, ma certo legata alle *griffe* ed essendo essa giovane e dinamica (cfr. *Tabella A13 dell'Allegato statistico*).

Tab. 6 – Andamento degli ordinativi rispetto agli anni precedenti (val. %)

Andamento	Check-up a gennaio 2013 ¹			Check-up a gennaio 2014 ¹			Check-up a gennaio 2015 ¹			Check-up a luglio 2016		
	Nel 2012 rispetto al 2011	Nel 2013 rispetto al 2012	Previsioni 2014 rispetto al 2013	Nel 2014 rispetto al 2013	Previsioni 2014 rispetto al 2014	Previsioni 2015 rispetto al 2014	Nel 2015 rispetto al 2014	Previsioni 2015 rispetto al 2014	Nel 2015 rispetto al 2014	Previsioni 2016 rispetto al 2014	Previsioni 2016 rispetto al 2015	
<i>Nella Sua azienda</i>												
- In forte crescita	1,8	1,7	0,9	9,1	3,9	1,1	2,6	1,1	2,6	2,6	2,6	
- In discreta crescita	17,9	18,8	23,1	14,3	11,7	24,5	27,0	24,5	27,0	27,0	27,0	
- Più o meno costante (e consist. o abb. consist.)	39,2	23,9	44,4	31,1	29,8	19,5	14,5	45,1	14,5	14,5	44,1	
- Più o meno costante (e sostanzialm. modesto)	12,5	23,1	28,2	13,0	26,0	13,8	18,4	13,8	18,4	18,4	52,6	
- Un po' in diminuzione	12,5	17,1	9,4	16,9	14,3	21,9	23,2	21,9	23,2	23,2	23,2	
- Molto in diminuzione	14,3	11,1	1,7	10,4	7,8	17,1	11,0	17,1	11,0	11,0	11,0	
- Non saprei dare una valutazione	1,8	4,3	14,5	5,2	6,5	2,1	3,3	2,1	3,3	3,3	3,3	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
V.a.	56	117	117	77	77	67	67	67	67	67	67	
<i>Nelle altre aziende simili alla sua che operano nel Distretto</i>												
- In forte crescita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
- In discreta crescita	-	3,4	2,6	1,3	2,6	1,0	2,5	1,0	2,5	2,5	2,5	
- Più o meno costante (e consist. o abb. consist.)	-	7,7	8,5	11,7	9,1	9,0	9,8	11,7	9,0	10,0	12,3	
- Più o meno costante (e sostanzialm. modesto)	-	11,1	16,2	14,3	13,0	12,4	9,5	11,7	12,4	33,4	30,4	
- Un po' in diminuzione	-	36,8	9,4	16,9	37,7	9,0	13,9	33,8	9,0	13,9	13,9	
- Molto in diminuzione	-	12,0	3,4	6,5	7,8	12,0	7,0	7,8	12,0	7,0	7,0	
- Non saprei dare una valutazione	-	52,1	59,9	49,3	54,5	56,6	57,3	54,5	56,6	57,3	57,3	
Totale	-	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
V.a.	-	117	117	77	77	67	67	67	67	67	67	

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 109.

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. 7 – Andamento del fatturato rispetto agli anni precedenti (val. %)

Andamento	Check-up a gennaio 2012 (effettivo 2011 su 2010) ¹		Check-up a gennaio 2013 (effettivo 2012 su 2011) ¹		Check-up a gennaio 2014 ¹ (effettivo 2013 su 2012) ¹		Check-up a gennaio 2015 (effettivo 2014 su 2013) ¹		Check-up a luglio 2016 (effettivo 2015 su 2014)	
<i>Nella Sua azienda</i>										
- In forte crescita	8,1	34,8	3,6	16,1	4,3	20,7	10,4	23,4	6,1	16,2
- In discreta crescita	26,7	52,5	12,5	55,3	16,2	39,5	13,0	54,5	10,1	37,6
- Più o meno costante (e consist. o abb. consist.)	17,7		39,2		18,8		31,1		21,4	
- Più o meno costante (e sostanzialm. modesto)	16,9		14,3		28,3		16,9		14,7	
- Un po' in diminuzione	18,5	42,7	12,5	28,6	17,9	29,0	13,0	42,9	29,3	59,1
- Molto in diminuzione	7,3	25,8	16,1		11,1		13,0	26,0	15,1	44,4
- Non saprei dare una valutazione	4,8		1,8		3,4		2,6		3,3	
Totale	100,0		100,0		100,0		100,0		100,0	
V.a.	124		56		117		77		67	
<i>Nelle altre aziende simili alla sua che operano nel Distretto</i>										
- In forte crescita	7,3	7,3	3,6	3,6	1,7	1,7	2,6	2,6	1,0	1,0
- In discreta crescita	4,0	11,3	10,7		7,7		10,4		10,0	
- Più o meno costante (e consist. o abb. consist.)	8,9		12,5		9,4		14,3		10,3	
- Più o meno costante (e sostanzialm. modesto)	16,1	30,6	10,7	21,4	12,8	22,2	14,3	35,1	10,3	28,1
- Un po' in diminuzione	5,6	21,7	10,7		9,4		6,5	20,8	7,5	17,8
- Molto in diminuzione	58,1		51,8		59,0		51,9		60,9	
- Non saprei dare una valutazione	100,0		100,0		100,0		100,0		100,0	
Totale	124		56		117		77		67	
V.a.	124		56		117		77		67	

(1) Cfr. Shoe Report 2015, pag. 110.

Fonte: indagini Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016

Tab. 8 – *Andamento previsto del fatturato rispetto all'anno precedente (val. %)*

Andamento	Check-up a gennaio 2015 ¹		Check-up a luglio 2016	
<i>Nella Sua azienda</i>				
- In forte crescita	2,6	19,5	36,0	41,0
- In discreta crescita	16,9	42,9	5,0	
- Più o meno costante (e consistente o abbastanza consistente)	23,4		24,2	
- Più o meno costante (e sostanzialmente modesto)	29,8		20,9	54,6
- Un po' in diminuzione	15,6	20,8	9,5	
- Molto in diminuzione	5,2		4,4	
- Non saprei dare una valutazione	6,5		100,0	
Totale	100,0		67	
V.a.	77			
<i>Nelle altre aziende simili alla sua che operano nel Distretto</i>				
- In forte crescita	5,2	5,2	9,1	10,2
- In discreta crescita	7,8	13,0	1,1	
- Più o meno costante (e consistente o abbastanza consistente)	16,9		10,1	
- Più o meno costante (e sostanzialmente modesto)	11,7	32,5	14,5	30,1
- Un po' in diminuzione	3,9	15,6	5,5	
- Molto in diminuzione	54,5		59,7	
- Non saprei dare una valutazione	100,0		100,0	
Totale	77		67	
V.a.				

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 112.

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

2.2. La registrazione dei problemi legati all'export e il relativo riorientamento di mercato

L'andamento rallentato dell'export in valore, secondo le dichiarazioni degli imprenditori, ricordato nell'analisi dei "fondamentali" nel precedente paragrafo trova innanzitutto riscontro nei dati strutturali del sistema calzaturiero, i quali evidenziano³:

- a) una contrazione nel 2015 del 25,5% dell'export in quantità e del 30,0% in valore nei Paesi dell'Est Europa + CSI, di cui la sola Russia presenta valori in diminuzione ancora più pronunciati: -29,9% e -32,5%, ma nel biennio 2013-2015 l'export nell'Area Est Europa + Paesi CSI arriva a contrarsi ben del 37,9% in quantità e del 44,7% in valore (e nel primo semestre 2016, nella sola CSI, si assiste ad un'ulteriore diminuzione del 7,3% in valore, mentre aumenta la quantità del 7,0%, con un segnale di tensione inevitabile sui prezzi verso il basso come pure di un orientamento nella stessa direzione della domanda verso prodotti di livello inferiore);
- b) a questo si aggiunga che, ponendo a raffronto il 2015 con il 2014, diminuisce l'export sia in quantità sia in valore (con molte conferme e qualche recupero per Olanda e Giappone nel primo semestre 2016), per quanto riguarda:
- la Francia: -8,9% e -3,2% (-6,3% e -0,5% nel primo semestre 2016);
 - il Belgio: -5,6% e -1,7% (-10,0% e -9,6% nel primo semestre 2016);
 - l'Olanda: -2,5% e -2,5% (+13,7% e +9,7% nel primo semestre 2016);
 - il Giappone: -12,4% e -5,6% (+1,2% e +8,9% nel primo semestre 2016);
 - l'Austria: -4,0% e -3,7% (-9,9% e -7,4% nel primo semestre 2016);
 - la Grecia: -10,1% e -6,7% (-13,2% e +0,1% nel primo semestre 2016);
 - col risultato che nell'intera Unione Europea si è esportato nel 2015 il 3,7% in meno per quanto riguarda il numero di paia, riuscendo tuttavia a totalizzare un incremento in valore sia pure simbolico (+0,1%): situazione questa che si accentua nel primo semestre 2016, con un -1,0% in quantità, ma con un +3,4% in valore;

³ Cfr. tavola 13/Parte terza, pag. 149.

c) in compenso ci sono Aree in cui le calzature italiane riescono a sfruttare una loro capacità di penetrazione in crescita per quantità e per valore, sempre nel 2015 rispetto al 2014 (e con una prevalente tenuta nel primo semestre 2016), come ad esempio:

- gli Usa: +6,4% e +17,0% (-0,0% e -0,6% nel primo semestre 2016);
- la Germania: +7,0% e +1,9% (+1,2% e +4,5% nel primo semestre 2016);
- la Svizzera: +5,6% e +16,3% (+3,2% e +12,0% nel primo semestre 2016);
- Hong Kong: +4,1% e +17,2% (+6,3% e +13,2% nel primo semestre 2016);
- la Spagna: +3,6% e +10,6% (-0,2% e +13,1% nel primo semestre 2016);
- la Corea del Sud: +15,3% e +26,6% (-4,6% e +13,0% nel primo semestre 2016);
- la Turchia: +3,4% e +6,7% (-1,4% e +1,4% nel primo semestre 2016);
- l’Australia: +20,5% e +12,5% (-18,3% e +13,3% nel primo semestre 2016);

d) o ancora esistono Aree in cui l’export in valore cresce nel 2015 malgrado la quantità di calzature esportate diminuisca, grazie alla capacità del sistema calzaturiero di farsi riconoscere la qualità del prodotto attraverso un prezzo crescente (tendenza questa che viene quasi sempre ribadita nel primo semestre 2016, salvo che per gli Emirati Arabi), come ad esempio:

- il Regno Unito: -3,3% e +5,9% (-2,4% e +5,8% nel primo semestre 2016);
- la Cina: -0,1% e +18,6% (+2,2% e +1,0% nel primo semestre 2016);
- gli Emirati Arabi: -12,7% e +7,8% (-22,2% e -11,4% nel primo semestre 2016);
- il Canada: -13,0% e +9,0% (-0,1% e +21,0% nel primo semestre 2016);
- la Polonia: -5,9% e +2,3% (+18,7% e +16,8% nel primo semestre 2016).

Il risultato complessivo, su scala mondiale, è che nel 2015 rispetto al 2014 si esporta il 3,4% in meno di calzature in quantità ma con un 3,2% in più sul piano del valore grazie ad un prezzo medio che a sua volta cresce del +6,9% in un solo anno (ma che riesce a lievitare ininterrottamente – salvo nel 2009 e nel

2010 – da 25 anni a questa parte). E il primo semestre 2016 conferma questa tendenza, con un -1,1% di export in quantità, ma con un +3,8% in valore.

È evidente dunque lo sforzo posto in atto dalle aziende calzaturiere italiane sulla qualificazione progressiva del prodotto verso il medio-alto, che trova nell'export il canale di valorizzazione ideale. E l'impegno sul piano dell'internazionalizzazione viene fornito anche dalle dichiarazioni del panel di imprenditori a cui è stato chiesto quale sia stata la percentuale di export sul fatturato totale dell'azienda nell'anno 2015 (tab. 9). Come si vede:

- una minima parte delle aziende intervistate non esporta od esporta in quantità del tutto trascurabili;
- ma anche quelle che esportano sino al 50% del fatturato arrivano solo al 17,1% del totale, mentre la grande parte (il restante 81,9%) va oltre il 50% di export;
- e in particolare nel 2015 si coglie un impegno pronunciato da parte delle imprese nel diventare sempre più esportative, specie nella fascia 70%-90% di export sul fatturato: infatti la quota di tali aziende sale rapidamente al 43,9% del totale del panel, a conferma della capacità di reazione rispetto ad un mercato interno in flessione e alla contrazione di alcuni mercati esteri.

Esiste una correlazione – peraltro articolata – tra forte spinta esportativa e tipologie di imprese. Nella *Tabella A9 dell'Allegato statistico* si vede come le aziende che esportano oltre il 70% del fatturato non siano solamente quelle grandi o medie, con fatturato corrispondente, ma anche quelle medio-piccole o piccole o addirittura piccolissime ma evidentemente ben collocate all'interno di nicchie significative; come pure sono quelle che lavorano totalmente o in parte per le grandi *griffe*, quelle tendenzialmente di età più giovane e ovviamente quelle che sono uscite dalla crisi o non ci sono mai entrate.

Le tabelle 10 e 11, richiamate nel precedente paragrafo, dedicato all'analisi dei "fondamentali", mostrano i segnali medi di qualche problema legato agli sbocchi esteri qualora si guardi al riaggiustamento al basso dell'export in crescita già nel 2014 rispetto al 2013 e ancora di più l'anno seguente (cfr. terza e quarta colonna dell'export in valore all'interno della tabella 10). Anche se le previsioni per il 2016 rispetto al 2015 tendono a flettere rispetto all'esercizio precedente, come mostra l'ultima colonna della tabella 11.

Il riorientamento rispetto ai mercati si legge innanzitutto attraverso i flussi effettivi dell'export come pure tramite la capacità delle aziende di trovare nuovi sbocchi come si è ricordato all'inizio di questo paragrafo.

È quindi abbastanza ovvio registrare le dichiarazioni degli intervistati che confermano tale riorientamento (tab. 12).

Come si può vedere dai dati i principali Paesi di riferimento per l'azienda dell'intervistato permangono o variano nel modo che segue:

- a) tra quelli dichiarati per il 2016 si confermano ai primi due posti rispetto al 2015 gli Stati Uniti e quindi la Francia. Si noti che prima della crisi (cfr. terz'ultima colonna della medesima tabella) veniva collocata al primo posto innanzitutto la Russia, seguita ancora dalla Francia;
- b) nel 2016 le tre posizioni successive sono quelle:
- del Giappone (3° posto) che viene recuperato dal 7° posto dove si trovava nel 2015 e dal 5° posto prima della crisi;
 - della Svizzera (4° posto), col recupero di una posizione rispetto al 2015 (5° posto) e di tre posizioni prima della crisi (7° posto);
 - e della Russia che scende al 5° posto, perdendo due posizioni rispetto al 2015 (3° posto) e addirittura quattro posizioni a confronto con il periodo pre-crisi (1° posto);
- c) oltre il 5° e fino al 10° posto si collocano, in ordine di importanza:
- la Germania che mantiene la sesta posizione nel 2016 come era nel 2015, ma prima della crisi si collocava in una posizione più importante (3° posto),
 - il Belgio che perde posizioni, scendendo al 7° posto dal 4° nel 2015 e dal 6° prima della crisi;
 - la Cina che resta in ottava posizione nel 2016 come già era nel 2015, ma ne guadagna tre rispetto alla pre-crisi (11° posto);
 - gli Emirati Arabi (9° posto) che guadagnano due posizioni rispetto al 2015 (11° posto) e ben sette posizioni a confronto col periodo ante-crisi (16° posto);
 - i Paesi Bassi che restano stabilmente posizionati al 10° posto nel 2016, 2015 e così prima della crisi.

Nel complesso, considerando la totalità dei Paesi sottoposti a giudizio di importanza per ciò che concerne l'export, raffrontando il 2016 (previsioni) con il 2015 si può osservare come:

- 7 mercati mantengano il loro posizionamento (in ordine di priorità: Usa, Francia, Germania, Cina, Paesi Bassi, Austria, Altri Paesi del Far East);
- 9 Paesi migliorino la loro posizione (in ordine di priorità: Giappone, Svizzera, Emirati Arabi, Kazakistan, Hong Kong, Spagna, Repubblica Ceca, Arabia Saudita, Polonia);
- e infine 13 Paesi (o gruppi di essi) peggiorino la loro collocazione, nel senso che diventano relativamente meno importanti per gli intervistati (in ordine di priorità decrescente: Russia, Belgio, Ucraina, Regno Unito, Altri Paesi UE, Canada, Svezia, Danimarca, Altri Paesi ex sovietici, Turchia, Grecia, Altri Paesi, Portogallo).

Tab. 9 – Percentuale sul fatturato proveniente da vendite all'estero (val. %)

Percentuale	Check-up 2012 (Riferito all'anno 2011) ¹	Check-up 2013 (Riferito all'anno 2012) ¹	Check-up 2014 (Riferito all'anno 2013) ¹	Check-up 2015 (Riferito all'anno 2014) ¹	Check-up luglio 2016 (Riferito all'anno 2015)
- La mia azienda non esporta o esporta in quantità trascurabili	-	3,6	4,4	1,4	1,0
- Fino al 10%	7,6	3,6	5,3	5,5	1,5
- Oltre il 10% e fino al 30%	9,2	10,7	8,0	16,4	7,4
- Oltre il 30% e fino al 50%	16,0	14,3	15,9	13,7	8,2
- Oltre il 50% e fino al 70%	16,0	17,9	12,4	16,4	15,1
- Oltre il 70% e fino al 90%	22,7	17,9	18,6	26,1	43,9
- Oltre 90%	28,5	32,0	35,4	20,5	22,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	119	56	113	73	66

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 131.

Fonte: indagine *Ermeneia* – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. 10 – *Andamento dell'export da un anno all'altro (val. %)*

Andamento	Check-up a gennaio 2013 (2012 su 2011) ¹	Check-up a gennaio 2014 (2013 su 2012) ¹	Check-up a gennaio 2015 (2014 su 2013) ¹	Check-up a luglio 2016 (2015 su 2014)
<i>In quantità</i>				
- In forte crescita	1,8	3,4	7,8	1,5
- In discreta crescita	23,2	25,6	13,0	25,2
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	33,9	25,6	33,7	16,1
- Più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	21,4	20,5	16,9	18,2
- Un po' in diminuzione	10,7	12,0	16,9	23,3
- Molto in diminuzione	5,4	2,6	9,1	13,6
- Non saprei dare una valutazione	3,6	9,4	2,6	1,1
- La mia azienda non è interessata e/o è marginalmente interessata all'export	-	0,9	-	1,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	56	117	77	67
<i>In valore</i>				
- In forte crescita	-	3,4	7,8	4,5
- In discreta crescita	21,4	25,7	13,0	17,0
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	35,7	23,9	29,8	13,6
- Più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	21,4	20,5	18,2	15,1
- Un po' in diminuzione	10,7	12,8	15,6	15,2
- Molto in diminuzione	5,4	2,6	9,1	13,6
- Non saprei dare una valutazione	5,4	9,4	6,5	21,0
- La mia azienda non è interessata e/o è marginalmente interessata all'export	-	1,7	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	56	117	77	67

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 132.

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016*

Tab. 11 – *Andamento previsto dell'export per l'anno in corso (val. %)*

<i>Andamento</i>	<i>Check-up</i> <i>a gennaio 2015</i> <i>(previsioni 2015 su 2014)¹</i>		<i>Check-up</i> <i>a luglio 2016</i> <i>(previsioni 2016 su 2015)</i>	
<i>In quantità</i>				
- In forte crescita	3,9	26,0	3,5	31,4
- In discreta crescita	22,1		27,9	40,6
- Più o meno costante (e consistente o abbastanza consistente)	29,8	55,8	9,2	
- Più o meno costante (e sostanzialmente modesto)	22,1		16,5	
- Un po' in diminuzione	9,1	14,3	24,7	33,1
- Molto in diminuzione	5,2		8,4	49,6
- Non saprei dare una valutazione	7,8		9,8	
- La mia azienda non è interessata e/o è marginalmente interessata all'export	-		-	
Totale	100,0		100,0	
V.a.	77		67	
<i>In valore</i>				
- In forte crescita	5,2	24,7	3,5	33,1
- In discreta crescita	19,5		29,6	43,5
- Più o meno costante (e consistente o abbastanza consistente)	25,9	50,6	10,4	
- Più o meno costante (e sostanzialmente modesto)	22,1		14,1	
- Un po' in diminuzione	9,1	14,3	20,8	28,2
- Molto in diminuzione	5,2		7,4	42,3
- Non saprei dare una valutazione	13,0		14,2	
- La mia azienda non è interessata e/o è marginalmente interessata all'export	-		-	
Totale	100,0		100,0	
V.a.	77		67	

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 134.

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016*

Tab. 12 – Principali Paesi di riferimento per l'export (val. %)

Paesi	Check-up a gennaio 2013			Check-up a gennaio 2014			Check-up a gennaio 2015			Check-up a luglio 2016						
	Nel corso del 2012			Nel corso del 2013			Prima della crisi			Prima della crisi						
	5°	2°	1°	4°	2°	1°	6°	4°	3°	2°	1°	5°	3°	2°	1°	
– Usa	5°	32,1	4°	40,2	6°	40,7	6°	40,0	4°	51,5	4°	50,7	1°	52,2	1°	51,8
– Francia	2°	47,2	2°	46,8	2°	57,9	2°	56,7	2°	60,6	2°	54,4	2°	43,4	2°	49,7
– Giappone	9°	26,4	5°	35,5	9°	35,6	8°	35,7	9°	35,3	5°	44,5	7°	37,8	3°	43,0
– Svizzera	4°	35,8	8°	31,8	4°	47,5	3°	54,3	3°	55,9	7°	37,0	5°	39,9	4°	40,7
– Russia	1°	56,6	3°	46,7	3°	50,8	4°	48,6	8°	35,3	1°	55,1	3°	43,2	5°	38,5
– Germania	3°	43,4	1°	51,1	1°	57,9	1°	68,7	1°	69,7	3°	51,4	6°	38,2	6°	38,2
– Belgio	7°	30,2	7°	31,9	5°	42,1	5°	41,8	5°	50,0	6°	39,6	4°	40,6	7°	36,4
– Cina	14°	17,0	12°	25,2	13°	27,1	9°	34,3	7°	41,2	11°	29,6	8°	30,2	8°	30,1
– Emirati Arabi	6°	32,1	14°	24,3	14°	27,1	10°	27,1	10°	35,3	16°	19,6	11°	21,9	9°	27,5
– Paesi Bassi	10°	26,4	6°	35,1	10°	33,3	7°	35,8	6°	45,5	10°	30,6	10°	24,5	10°	22,6
– Kazakistan	12°	20,8	11°	26,2	16°	27,1	15°	24,3	16°	23,5	12°	24,9	13°	19,8	11°	22,1
– Hong Kong	22°	11,3	9°	29,0	18°	25,4	19°	20,0	14°	27,9	9°	30,7	14°	19,5	12°	20,4
– Ucraina	8°	28,3	13°	24,3	7°	37,3	12°	27,1	15°	25,0	8°	32,9	12°	19,9	13°	19,5
– Regno Unito	17°	17,0	10°	27,7	8°	36,8	13°	26,9	11°	31,8	13°	24,8	9°	28,4	14°	17,4
– Spagna	16°	17,0	21°	13,8	17°	26,3	17°	23,9	18°	21,2	17°	18,4	27°	5,4	15°	15,9
– Austria	21°	13,2	17°	18,1	19°	24,6	16°	23,9	12°	31,8	14°	23,2	16°	15,8	16°	15,3
– Altri Paesi dell'Ue	18°	15,1	22°	13,8	26°	15,8	26°	13,4	26°	13,6	20°	11,7	15°	15,9	17°	14,3
– Canada	19°	15,1	18°	15,0	12°	28,8	18°	22,9	17°	23,5	15°	21,6	17°	15,3	18°	13,7
– Repubblica Ceca	24°	11,3	25°	6,4	22°	17,5	23°	13,4	25°	13,6	22°	9,1	21°	11,6	19°	11,2
– Arabia Saudita	13°	18,9	15°	19,6	24°	16,9	21°	17,1	23°	16,2	21°	9,7	24°	8,7	20°	10,8
– Svezia	26°	7,5	23°	12,8	25°	15,8	24°	14,9	20°	18,2	26°	7,5	18°	12,9	21°	9,2
– Danimarca	23°	11,3	24°	8,5	27°	14,0	22°	16,4	24°	15,2	23°	7,9	20°	11,9	22°	7,2
– Polonia	25°	9,4	27°	5,3	20°	22,8	20°	17,9	22°	16,7	24°	9,0	25°	7,2	23°	7,0
– Altri Paesi ex sovietici	11°	20,8	19°	15,9	21°	22,0	23°	15,7	21°	17,6	23°	9,0	23°	8,8	24°	6,4
– Turchia	20°	13,2	16°	18,7	15°	27,1	11°	27,1	13°	29,4	19°	13,7	22°	10,7	23°	6,3
– Grecia	15°	17,0	20°	14,9	11°	33,3	14°	25,4	19°	21,2	18°	15,1	19°	12,6	26°	5,4
– Altri Paesi	28°	5,7	30°	8,4	28°	11,9	27°	11,4	32°	11,8	27°	7,2	26°	6,8	27°	5,4
– Altri Paesi del Far East	27°	7,5	29°	8,4	29°	10,2	28°	10,0	27°	10,3	29°	3,1	28°	3,1	28°	5,3
– India	–	–	31°	0,9	–	–	1,4	1,4	30°	1,5	–	–	–	–	29°	5,1
– Portogallo	29°	1,9	26°	5,3	23°	17,5	29°	9,0	28°	9,1	28°	6,6	29°	2,2	30°	1,0
– Brasile	30°	1,9	–	–	30°	1,7	–	–	31°	–	–	–	–	–	–	–
– Argentina	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
V.a.	53	–	107	2,8	59	–	70	1,4	68	1,5	63	64	64	–	–	66

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 135.

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

3. La persistente voglia di reagire

3.1. Una tenuta comunque del clima di fiducia che si rispecchia anche nei livelli occupazionali

Già nel Quadro 1, commentato nel precedente paragrafo 2.1, si è considerato l'andamento del clima di fiducia dal 2009 al 2016, osservando come:

- con l'impatto straordinario della crisi nel 2009 le dichiarazioni di crescita lieve o significativa e/o continuità di clima positivo, riferita al 2008, riguardassero appena 1/4 degli imprenditori intervistati (e precisamente il 24,9%);
- tuttavia negli anni seguenti le dichiarazioni circa il clima di fiducia riprendessero tono: salendo addirittura al 69,6% nel 2010 rispetto al 2009 e quindi si stabilizzassero a poco più del 40% nei due anni successivi: 43,4% nel 2011 e 46,4% nel 2012, salvo ricontrarsi nel 2013 (38,5%) e nel 2014 (40,3%), a seguito dell'andamento alternante del ciclo economico e dei primi problemi derivanti dalla recessione economica russa e dal relativo embargo oltre che dai primi segnali di prudenza da parte della domanda dei Paesi emergenti;
- a queste manifestazioni di maggiore prudenza segua invece, in chiave reattiva, un ritorno a dichiarazioni positive in tema di clima di fiducia da parte degli imprenditori, pari al 45,9% per il 2015 e al 44,7% per il corrente anno 2016 come peraltro riprendono in dettaglio le tabelle 13 e 14 nelle quali è anche compresa la valutazione del clima di fiducia, ad un tempo, della propria azienda e di quelle appartenenti allo stesso Distretto e Area produttiva: essendo, come di consueto, sempre migliore il giudizio verso la prima che non verso le seconde.

Ma il risultato di insieme è che il clima di fiducia “spacca” stabilmente in due il panel intervistato, come del resto avviene anche per gli altri “fondamentali” in precedenza considerati (ordinativi, fatturato ed export). E questo tipo di

polarizzazione può comprendere imprese apparentemente simili che però esprimono un clima di fiducia opposto: si può trattare indifferentemente di grandi o medie aziende con un bilancio a sua volta grande o medio, possono lavorare entrambe per le *griffe* o per il mercato oppure possono essere entrambe impegnate nella fase di ristrutturazione/riposizionamento (come mostrano i dati della *Tabella A14 dell'Allegato statistico* che riporta le dichiarazioni di fiducia per l'anno 2016).

È perciò evidente che esiste un insieme di altri fattori che giocano nel determinare la fiducia positiva o negativa, ivi compreso quello dell'atteggiamento personale dell'imprenditore che, alternativamente:

- può scommettere sul futuro della propria azienda e quindi esprime una fiducia sostanzialmente positiva;
- può scommettere sul futuro della propria azienda, ma per prudenza (o per scaramanzia) esprime un clima di fiducia negativo;
- o ancora può proprio non scommettere più di tanto sul futuro della propria azienda, ma allora la relativa impresa è da catalogare nel gruppo di quelle in uscita dal sistema.

Si tenga però presente che le aziende che rispondono alle interviste rappresentano già il frutto del processo di selezione ingenerato dalla crisi e quindi dovrebbero incorporare una scommessa positiva sul futuro comunque da parte degli intervistati: il che verrebbe confermato anche dall'andamento dei dati sull'occupazione e sulla Cassa Integrazione Guadagni che risultano relativamente stabili.

Il Quadro 2 mette a confronto le dichiarazioni degli imprenditori in occasione delle indagini predisposte per i vari Shoe Report (tenendo conto dei dati contenuti nelle tabelle 15, 16, 17 e 18).

Come si vede l'occupazione tende ad avere un andamento prevalentemente stabile anche nei primi anni di crisi (nel 60% o più dei casi), salvo riaggiustarsi verso il basso negli ultimi 4 anni, interessando comunque più del 50% delle aziende intervistate.

A questo si aggiunga una tendenziale crescita dell'occupazione che riprende vigore dopo il "blocco" del 2009 (cfr. i valori della prima riga del Quadro 2) e una parallela tendenza alternante alla contrazione (cfr. terza riga del Quadro 2).

L'indicatore dell'occupazione confermerebbe dunque un'elevata scommessa sulla propria azienda nel 70%-80% dei casi (sommando occupazione stabile con occupazione in crescita) a seconda degli anni considerati: e questo avviene anche negli ultimi due esercizi che pure incorporano la contrazione della domanda di calzature in Paesi come Russia e CSI, Giappone e anche qualche Paese europeo tradizionalmente di riferimento. I dati oggettivi concernenti il numero di addetti fornirebbero una conferma di quanto appena

Quadro 2 – Andamento negli anni dell'occupazione e della Cassa Integrazione Guadagni

<i>Fondamentale</i>	2009/	2010/	2011/	2012/	2013/	2014/	2015/	2016/2015
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	(previsioni)
In crescita significativa e/o lenta	1,9	14,3	20,1	16,1	18,0	18,2	18,6	25,1
Stabile	65,4	60,7	63,0	62,4	54,6	51,3	65,2	55,3
In diminuzione lieve e/o significativa	38,8	23,2	14,5	17,9	23,1	24,7	15,2	18,6
Aumento significativo e/o lieve	51,0	19,6	11,5	23,2	17,8	18,6	19,8	15,9
Stabile	7,8	28,6	23,8	16,1	34,8	17,3	21,5	16,1
Diminuzione lieve e/o significativa	7,9	17,9	13,9	5,4	4,5	18,7	17,5	18,6
Nessuna richiesta di CIG	33,3	33,9	50,8	55,3	42,9	45,5	41,2	49,4

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Assoziazaturifici, 2016

ricordato, visto che nel 2015 sembra di cogliere un cambiamento di trend: infatti gli addetti crescono dello 0,6% rispetto al 2014 e nel primo semestre 2016 aumentano ulteriormente dello 0,5% (toccando le 77.439 unità contro le 76.610 del 2014)⁴.

Le successive tabelle 15 e 16 mostrano anche il confronto tra le valutazioni fornite, in tema di occupazione, per l'azienda propria e per le altre aziende del Distretto o Area produttiva di appartenenza, con il risultato di mostrare sempre una migliore valutazione della prima rispetto alle seconde (per le quali peraltro più del 60% degli intervistati non ritiene di saper rispondere in merito).

Se poi si passa a considerare le richieste di Cassa Integrazione Guadagni si può vedere come esse assomiglino all'andamento dell'occupazione, ma in maniera speculare. Tali richieste infatti sono "esplose" nel 2009 (col 58,8% di aumento e/o stabilità delle richieste), per poi scendere gradualmente nel 2011 e nel 2012 (35,3% e 39,3%, rispettivamente), e quindi risalire nel 2013 (52,6%) e stabilizzarsi nei tre anni successivi (tra il 35,9% del 2014 e il 32,0% del 2016).

A proposito di CIG va tuttavia tenuto sempre presente che le richieste (i cui dati sono stati richiamati sia nel Quadro 2 che nelle tabelle successive più particolareggiate) sono ben diverse dall'utilizzo effettivo dello strumento. Quest'ultimo infatti per il 2015 è stato realmente utilizzato – secondo quanto dichiarato dagli imprenditori – da meno della metà delle aziende (45,5% in media).

Per quanto riguarda specificamente l'esercizio 2015 le dichiarazioni relative all'occupazione registrano (cfr. *Tabella A15 dell'Allegato statistico*):

- un lieve aumento di quest'ultima soprattutto da parte delle piccole e piccolissime imprese, con relativo bilancio medio-piccolo o piccolo, di quelle che lavorano prevalentemente o in toto per le *griffe*, nonché di quelle più giovani rispetto a quelle più anziane; ovviamente essere usciti dalla crisi o non esserci nemmeno entrati costituisce una condizione di particolare favore per poter incrementare l'occupazione in maniera lieve e/o significativa;
- al contrario una diminuzione (lieve e/o significativa) da parte sia della grande-media impresa che della piccola-piccolissima nonché di quelle meno esportative e che lavorano esclusivamente per il mercato, a cui si affiancano quelle più anziane rispetto a quelle più giovani e – come è naturale – quelle che si trovano ancora dentro la crisi oppure risultano essere meno dinamiche dal punto di vista delle strategie adottate.

⁴ Cfr. tavola 2/Parte terza, pag. 133.

Tab. 13 – Andamento del clima di fiducia (val. %)

Andamento	Check-up a gennaio 2015 (effettivo 2014 rispetto al 2013) ¹	Check-up a luglio 2016 (effettivo 2015 rispetto al 2014)
<i>Nella Sua azienda</i>		
- In forte crescita	1,3	2,0
- In discreta crescita	14,3	32,6
- Più o meno costante (e consistente o abbastanza consistente)	24,7	11,3
- Più o meno costante (e sostanzialmente modesto)	28,5	26,4
- Un po' in diminuzione	18,2	14,6
- Molto in diminuzione	7,8	11,0
- Non saprei dare una valutazione	5,2	2,1
Totale	100,0	100,0
V.a.	77	67
<i>Nelle altre aziende simili che operano nello stesso Distretto</i>		
- In forte crescita	2,6	15,3
- In discreta crescita	7,8	7,1
- Più o meno costante (e consistente o abbastanza consistente)	10,4	15,3
- Più o meno costante (e sostanzialmente modesto)	18,2	10,0
- Un po' in diminuzione	14,3	6,9
- Molto in diminuzione	11,7	7,4
- Non saprei dare una valutazione	45,4	53,3
Totale	100,0	100,0
V.a.	77	67

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 113.

Fonte: indagine Ermenega – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. 14 – Andamento previsto del clima di fiducia negli anni considerati (val. %)

Andamento	Check-up a gennaio 2015 (previsioni 2015 su 2014) ¹	Check-up a luglio 2016 (Previsioni 2016)
<i>Nella Sua azienda</i>		
- In forte crescita	1,3 } 11,7	8,1 } 32,0
- In discreta crescita	10,4 } 35,1	23,9 } 44,7
- Più o meno costante (e consistente o abbastanza consistente)	23,4	12,7
- Più o meno costante (e sostanzialmente modesto)	28,5	25,6
- Un po' in diminuzione	18,2 } 55,8	15,0 } 25,6
- Molto in diminuzione	9,1 } 27,3	10,6 } 25,6
- Non saprei dare una valutazione	9,1	4,1
Totale	100,0	100,0
V.a.	77	67
<i>Nelle altre aziende simili che operano nello stesso Distretto</i>		
- In forte crescita	1,3 } 5,2	2,0 } 15,3
- In discreta crescita	3,9 } 11,7	13,3 } 21,4
- Più o meno costante (e consistente o abbastanza consistente)	6,5	6,1
- Più o meno costante (e sostanzialmente modesto)	20,8	12,2
- Un po' in diminuzione	11,7 } 42,9	4,2 } 13,4
- Molto in diminuzione	10,4 } 22,1	9,2 } 13,4
- Non saprei dare una valutazione	45,4	53,0
Totale	100,0	100,0
V.a.	77	67

(1) Cfr. Shoc Report/2015, pag. 114.

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. 15 – Andamento dell'occupazione nell'anno precedente (val. %)

Andamento	Check-up a gennaio 2012 (effettivo 2011 su 2010) ¹	Check-up a gennaio 2013 (effettivo 2012 su 2011) ¹	Check-up a gennaio 2014 (effettivo 2013 su 2012) ¹	Check-up a gennaio 2015 (effettivo 2014 su 2013) ¹	Check-up a luglio 2016 (effettivo 2015 su 2014)
<i>Nella Sua azienda</i>					
- Occupazione in aumento significativo	4,8	3,6	0,9	2,6	18,6
- Occupazione lievemente in aumento	15,3	12,5	17,1	15,6	18,6
- Occupazione sostanzialmente stabile	63,0	62,4	54,6	51,9	65,2
- Occupazione in diminuzione lieve	11,3	12,5	12,0	11,7	9,2
- Occupazione in diminuzione significativa	3,2	5,4	11,1	13,0	6,0
- Non saprei dare una valutazione	2,4	3,6	4,3	5,2	1,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	124	56	117	77	67
<i>Nelle altre aziende simili che operano nello stesso Distretto</i>					
- Occupazione in aumento significativo	0,8	-	0,9	-	8,2
- Occupazione lievemente in aumento	3,2	4,0	9,4	2,6	8,2
- Occupazione sostanzialmente stabile	20,2	16,1	20,5	14,3	11,4
- Occupazione in diminuzione lieve	17,7	21,4	15,4	18,2	10,7
- Occupazione in diminuzione significativa	8,1	12,5	-	13,0	6,7
- Non saprei dare una valutazione	50,0	50,0	53,8	51,9	63,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	124	56	117	77	67

(1) Cfr. Shoc Report/2015, pag. 117.

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016

Tab. 16 – Andamento previsto dell'occupazione (val. %)

Andamento	Check-up a gennaio 2013 (previsioni 2013 su 2012) ¹	Check-up a gennaio 2014 (previsioni 2014 su 2013) ¹	Check-up a gennaio 2015 (previsioni 2015 su 2014) ¹	Check-up a luglio 2016 (Previsioni 2016)
<i>Nella Sua azienda</i>				
- Occupazione in aumento significativo	10,7	8,5	9,1	2,5
- Occupazione lievemente in aumento	73,2	62,5	64,9	22,6
- Occupazione sostanzialmente stabile	14,3	8,5	10,4	55,3
- Occupazione in diminuzione lieve	-	6,8	6,5	13,8
- Occupazione in diminuzione significativa	1,8	13,7	9,1	4,8
- Non saprei dare una valutazione	100,0	100,0	100,0	1,0
Totale	56	117	77	100,0
V.a.				67
<i>Nelle altre aziende simili che operano nello stesso Distretto</i>				
- Occupazione in aumento significativo	-	-	1,3	6,7
- Occupazione lievemente in aumento	19,6	14,5	18,2	11,4
- Occupazione sostanzialmente stabile	25,0	16,2	18,2	11,8
- Occupazione in diminuzione lieve	5,4	9,4	9,1	4,8
- Occupazione in diminuzione significativa	50,0	59,9	53,2	65,3
- Non saprei dare una valutazione	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale	56	117	77	67
V.a.				

(1) Cfr. Shoc Report/2015, pag. 118.

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. 17 – *Andamento della CIG nell'anno precedente e previsioni per l'esercizio successivo, con riferimento all'azienda dell'intervistato (val. %)*

Andamento	Check-up		Check-up		Check-up		Check-up		
	a gennaio 2012 ¹		a gennaio 2013 ¹		a gennaio 2014 ¹		a gennaio 2015 ¹		
<i>Andamento nell'esercizio precedente</i>									
- CIG in aumento significativo	4,9	} 11,5	16,1	} 23,2	8,0	} 17,8	9,3	} 18,6	6,5 } 19,8
- CIG lievemente in aumento	6,6	} 7,1	7,1		9,8		9,3		13,3 } 21,5
- CIG sostanzialmente stabile	23,8		16,1		34,8		17,3		
- CIG in diminuzione lieve	8,2	} 13,9	3,6	} 5,4	4,5	} 4,5	10,7	} 18,7	10,7 } 17,5
- CIG in diminuzione significativa	5,7		1,8		-		8,0		6,8 } 41,2
- Nessun utilizzo di CIG	50,8		55,3		42,9		45,4		
Totale	100,0		100,0		100,0		100,0		100,0
V.a.	122		56		112		75		66
<i>Previsioni per l'esercizio successivo</i>									
- CIG in aumento significativo	6,1	} 23,6	3,6	} 14,3	1,9	} 8,6	7,1	} 18,5	5,0 } 15,9
- CIG lievemente in aumento	17,5		10,7		6,7		11,4		10,9 } 16,1
- CIG sostanzialmente stabile	22,8		17,9		34,3		30,0		
- CIG in diminuzione lieve	5,3	} 11,4	10,7	} 10,7	12,4	} 14,3	2,9	} 4,3	6,6 } 18,6
- CIG in diminuzione significativa	6,1		-		1,9		1,4		12,0 } 49,4
- Nessun utilizzo di CIG	42,2		57,1		42,8		47,2		
Totale	100,0		100,0		100,0		100,0		100,0
v.a.	114		56		105		70		66

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 119.

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Tab. 18 – *Andamento della CIG nell'anno precedente e previsioni per l'esercizio successivo nelle aziende simili a quella dell'intervistato, che operano nel Distretto e/o nell'area di appartenenza (val. %)*

Andamento	Nel 2013		Nel 2014		Nel 2015		Nel 2016	
	rispetto al 2012 ¹		rispetto al 2013 ¹		rispetto al 2014 ¹		rispetto al 2015	
- CIG in aumento significativo	12,1	} 39,7	14,3	} 31,0	8,3	} 28,8	11,2	} 37,2
- CIG lievemente in aumento	27,6		16,7		20,5		26,0	
- CIG sostanzialmente stabile	36,2		35,6		51,5		26,1	
- CIG in diminuzione lieve	5,2	} 8,6	16,7	} 21,5	4,5	} 9,5	8,5	} 12,8
- CIG in diminuzione significativa	3,4		4,8		5,0		4,3	
- Nessun utilizzo di CIG	15,5		11,9		10,2		23,9	
Totale	100,0		100,0		100,0		100,0	
v.a.	58		42		30		32	

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 120.

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Se dalle dichiarazioni delle imprese del panel si passa ai dati forniti dall'INPS⁵ si vede come negli anni 2014 e 2015 diminuisca la CIG in ogni sua versione, quella ordinaria, quella straordinaria e quella in deroga, con una contrazione del -14,7% nel primo anno menzionato e del -31,4% nel secondo. Tuttavia nei primi 7 mesi del 2016, posti a confronto col corrispondente periodo del 2015, crescono del 55,7% le ore autorizzate per la CIG straordinaria e del 39,0% quelle riferite alla CIG in deroga.

3.2. Una parallela reattività sul piano degli investimenti e delle strategie di movimento

Un chiaro indicatore della capacità di reazione di lunga gittata da parte delle imprese viene fornito innanzitutto dall'incrocio di due processi strutturali solo apparentemente contraddittori tra loro (cfr. schema successivo)⁶.

Il primo processo esprime una contrazione del numero di paia prodotte e di paia esportate.

Il secondo processo manifesta, al contrario, un aumento del valore sia delle calzature prodotte che di quelle esportate.

	<i>N. paia prodotte (in milioni)</i>	<i>N. I.</i>	<i>Valore produzione (in mil. di euro)</i>	<i>N.I.</i>	<i>Prezzo medio a paio (in euro)</i>	<i>N.I.</i>
1996	482,7	100,0	8.092,4	100,0	16,8	100,0
2006	244,0	50,6	7.198,6	89,0	29,5	175,6
2009	198,0	41,0	6.468,5	79,9	32,7	194,6
2015	191,2	39,6	7.492,6	92,6	39,2	233,3
	<i>N. paia esportate (in milioni)</i>	<i>N. I.</i>	<i>Valore export (in mil. di euro)</i>	<i>N.I.</i>	<i>Prezzo medio a paio (in euro)</i>	<i>N.I.</i>
1996	430,0	100,0	6.348,1	100,0	14,8	100,0
2006	243,6	56,7	6.479,9	102,1	26,6	179,7
2009	192,3	44,7	5.815,4	91,6	30,2	204,1
2015	207,6	48,3	8.656,3	136,4	41,7	281,8

In concreto si produce oggi il 60% in meno di calzature rispetto a vent'anni fa (191,2 contro 482,7 milioni), ma il valore della produzione odierna rappresenta solo il 7% in meno rispetto a quella del 1996 (7.492,6 contro 8.092,4 milioni di euro): e tutto questo grazie all'aumento del prezzo medio a paio che sale nel periodo considerato di 2,3 volte (39,2 contro 16,8 euro).

⁵ Cfr tavola 5/Parte terza, pag. 136.

⁶ Cfr. Parte terza, Capitolo 3.

E ancora più marcato risulta il confronto tra export in quantità ed export in valore: oggi si esporta poco meno del 50% del numero di paia rispetto al 1996 (207,6 contro 430,0 milioni), ma il valore corrispondente è addirittura superiore del 36,4% rispetto a quello del '96 (8.656,3 contro 6.348,1 milioni di euro).

È evidente che in questi ultimi due decenni la reattività delle aziende è stata declinata attraverso una spinta straordinaria dell'intero sistema calzaturiero italiano verso il prodotto medio-alto, cui il mercato interno e ancora di più quello internazionale riconoscono la qualità attraverso il prezzo. Questo risultato è frutto di uno sforzo continuo sul piano strategico e gestionale che ha contribuito a selezionare le imprese, le quali hanno saputo riorganizzarsi, trovare nuovi mercati, diventare più grandi, utilizzare l'*outsourcing* (e magari oggi, in controtendenza, cominciare a rilocalizzare in Italia le produzioni più pregiate). Il tutto con una riduzione del numero di imprese che, nel periodo considerato, passano da 8.467 a 4.936 unità (-41,7%).

A questo si aggiunge che la crisi ha costretto le aziende ad accelerare ulteriormente la qualificazione del prodotto e la propria ristrutturazione e il proprio riposizionamento. Infatti basti ricordare che:

- a) la produzione in quantità si era ridotta del 50% nei primi dieci anni considerati (1996-2006), ma il valore si è contratto in parallelo solo dell'11%; negli anni di crisi (2008-2015) è diminuito ulteriormente il numero di paia prodotte di un altro -15,1%, ma si è riusciti in compenso a far crescere il corrispondente valore del +2,4%;
- b) uno sforzo ancora più significativo si è manifestato sul piano dell'export che in termini quantitativi si è ridotto del 43,3% nei primi dieci anni (1996-2006), mentre l'export in valore è riuscito a crescere solo del 2%; e al contrario, negli anni 2008-2015 la quantità esportata è si diminuita ulteriormente di 6,4 punti percentuali, ma il valore dell'export è cresciuto in compenso del 25,2%.

Anche le dichiarazioni degli imprenditori non possono perciò che confermare la loro voglia di reagire, innanzitutto attraverso la registrazione della loro propensione in crescita ad investire (tab. 19). Come si vede la rilevazione del 2016, in cui si è chiesto di indicare il *trend* degli ultimi 4 anni, esplicita due fenomeni e precisamente:

- una sorta di accelerazione dell'andamento in crescita + dell'andamento costante ma consistente degli investimenti: si passa infatti dal 32,3% del 2013 al 37,5% del 2014, al 40,3% del 2015 e infine al 51,3% del 2016;
- e una polarizzazione rovesciata (in meglio) tra le imprese che spingono sugli investimenti e quelle che risultano più prudenti o addirittura tendono a frenare questi ultimi: i due valori esplicitati all'estrema destra della tabella 19 passano infatti gradualmente dalla coppia 32,3%/54,2% del 2013 a quella

Tab. 19 – Andamento degli investimenti dell'azienda dell'intervistato (val. %)

Andamento	Check-up a luglio 2016
	1,1
– Andamento in forte crescita	16,6
– Andamento in discreta crescita	14,6
– Andamento più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	36,7
– Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	4,6
– Andamento un po' in diminuzione	12,9
– Andamento molto in diminuzione	13,5
– Non saprei dare una valutazione	100,0
Totale	67
v.a.	
– Andamento in forte crescita	7,0
– Andamento in discreta crescita	9,4
– Andamento più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	21,1
– Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	31,1
– Andamento un po' in diminuzione	7,6
– Andamento molto in diminuzione	12,0
– Non saprei dare una valutazione	11,8
Totale	100,0
v.a.	67
	7,9
– Andamento in forte crescita	7,6
– Andamento in discreta crescita	24,8
– Andamento più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	30,7
– Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	13,6
– Andamento un po' in diminuzione	3,6
– Andamento molto in diminuzione	11,8
– Non saprei dare una valutazione	100,0
Totale	67
v.a.	
– Andamento in forte crescita	9,0
– Andamento in discreta crescita	21,4
– Andamento più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	20,9
– Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	21,9
– Andamento un po' in diminuzione	9,0
– Andamento molto in diminuzione	6,0
– Non saprei dare una valutazione	11,8
Totale	100,0
v.a.	67

Nel 2013 rispetto al 2012

Nel 2014 rispetto al 2013

Nel 2015 rispetto al 2014

Nel 2016 rispetto al 2015
(previsioni)

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

37,5%/50,7% del 2014 a quella del 40,3%/47,9% del 2015 e infine a quella del 51,3%/36,9% del 2016.

Evidentemente l'impegno verso l'uscita dalla fase di crisi ha subito un'accelerazione nel tempo, sfruttando quei comportamenti di resilienza posti in luce già nei due precedenti Shoe Report. E questo anche perché le aziende si sono via via selezionate e quindi oggi risultano più presenti quelle che sono diventate maggiormente reattive proprio grazie al lungo e severo esercizio di qualificazione del prodotto e di revisione delle strategie e della gestione che la crisi ha loro imposto.

Considerando le diverse componenti del panel si può affermare che nel 2016 le aziende che dichiarano in maniera più pronunciata la loro propensione ad investire:

- sono preferibilmente quelle grandi e medie come pure le piccole e talvolta anche le piccolissime, quelle maggiormente orientate all'export rispetto alle altre e quelle che lavorano totalmente o in parte per le *griffe*; ma anche le imprese che risultano più mature come attività (oltre i 20 anni) e quelle che sono ormai fuori dalla crisi o sono impegnate in adeguate strategie di movimento per uscirne (cfr. *Tabella A19 dell'Allegato statistico*);
- ma sono anche le aziende che si dichiarano soddisfatte dei loro rapporti con le banche ed anzi ne registrano un miglioramento rispetto a prima della crisi e infine (e in maniera decisamente più pronunciata) quelle che dichiarano di essere state o possono essere interessate ad un'eventuale apertura del capitale a investitori finanziari esterni (cfr. *Tabella B19 dell'Allegato statistico*).

La reattività delle imprese può essere rappresentata, oltre che tramite la propensione ad investire maggiormente, anche attraverso l'impegno dichiarato ad applicare strategie maggiormente incisive di trasformazione (tab. 20) come pure dalle eventuali aperture manifestate nei confronti di possibili forme di collaborazione tra imprese diverse (tab. 21).

Nel primo caso l'accelerazione ricordata in precedenza sul piano della spinta ad investire e dell'andamento capovolto (ma migliorativo) della polarizzazione appaiono essere confermati anche in tal caso, con la formazione di tre tipologie di impresa. Nella tabella 20 infatti:

- a) da un lato, si vede come le strategie di movimento quelle cioè costituite dalle azioni di riposizionamento, ristrutturazione e riorganizzazione (oppure di vera e propria metamorfosi dell'impresa) erano ancora limitate a meno del 25% delle aziende intervistate nel 2011 e nel 2012 (23,4% e 22,6%, rispettivamente): ma tale proporzione si rafforza nei due esercizi 2013 e 2014 (arrivando a 28,9% e a 29,1%, rispettivamente), per compiere un'accelerazione ulteriore nel 2015 (40,4%) e ancora di più nelle previsioni per il 2016 (54,4%);

Tab. 20 – Strategie generali per affrontare l'attuale crisi economica (val. %)

Strategie	Check-up a gennaio 2011 ¹		Check-up a gennaio 2012 ¹		Check-up a gennaio 2013 ¹		Check-up a gennaio 2014 ¹		Check-up a gennaio 2015 ¹		Check-up a luglio 2016	
	Strategie adottate nel 2011	Strategie previste per il 2012	Strategie adottate nel 2012	Strategie previste per il 2013	Strategie adottate nel 2013	Strategie previste per il 2014	Strategie adottate nel 2014	Strategie previste per il 2015	Strategie adottate nel 2015	Strategie previste per il 2016	Strategie adottate nel 2015	Strategie previste per il 2016
- Attraverso un'azione di significativo riposizionamento, ristrutturazione e riorganizzazione, nei modi che sono stati e/o saranno necessari ed opportuni	21,5 1,9	24,8 15,2	22,6 -	26,4 11,3	25,2 3,7	30,2 7,5	22,2 6,9	29,1	29,6 5,6	23,5 16,9	40,4	37,4 17,0
- Attraverso una vera e propria trasformazione profonda (metamorfosi) dell'impresa, delle sue strategie e delle sue modalità di gestione												
- Aspettando con pazienza che la crisi faccia il suo corso, come è avvenuto altre volte in precedenza	17,8 44,8	9,5 41,9	5,7 62,3	1,9 52,9	8,4 51,5	6,6 46,3	9,7 51,5	61,2	7,0 49,3	11,3 40,3	51,6	4,8 36,4
- Attraverso l'adattamento progressivo alla situazione con la flessibilità che è stato e/o sarà necessario adottare												
- Nessuna particolare nuova strategia, perché la crisi ha interessato relativamente poco e/o per niente la mia azienda	14,0	8,6	9,4	7,5	11,2	9,4	9,7	8,5	8,0	4,4		
v.a.	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a. rispondenti	107	105	53	53	107	106	72	71	60	59		

(1) Cfr. Shoe Report 2015, pag. 123.
Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

- b) dall'altro, le strategie complementari (quelle cioè di tipo attendista, aspettando con pazienza che la crisi faccia il suo corso oppure quelle ispirate ad un adattamento progressivo alla situazione con la flessibilità necessaria) si riducono di conseguenza, scendendo dal 60% circa degli anni che vanno dal 2011 al 2014, sino a 51,6% nel 2015 e al 41,2% (previsto) per il 2016;
- c) e infine le imprese che dichiarano di non aver adottato particolari nuove strategie perché la crisi ha interessato poco o per nulla l'azienda tendono a ridursi significativamente nel tempo, scendendo dal 14,0% del 2011 all'8,0% nel 2015 (e presumibilmente a 4,4% nel 2016).

Le tre tipologie appena richiamate non fanno che ricordare come il processo di reazione alla crisi si sia rafforzato nel corso del tempo per le aziende più dinamiche, stia ancora operando per quelle che si trovano a metà del guado e, ovviamente, non abbia influenzato quelle che non sono state investite più di tanto o addirittura per nulla dalla crisi. Mentre le aziende più deboli sono via via state assorbite da altre o sono uscite del tutto dal mercato.

E inoltre si consideri che nel 2011 le strategie di movimento erano seguite dal 23,4% delle imprese contro il 62,6% impegnate in strategie maggiormente attendiste, mentre per il 2016 la proporzione si rovescia, diventando prevalenti le prime (54,4%) rispetto alle seconde (41,2%): confermando anche in tal caso una polarizzazione rovesciata e positiva.

La maggiore propensione verso le strategie di movimento fa capo a:

- alle aziende grandi o medie, ma anche piccole o piccolissime, impegnate a lavorare in toto o in parte per le *griffe* ma anche solamente per il mercato e soprattutto per quelle che si trovano ancora dentro la crisi e quindi sono fortemente impegnate ad uscire da quest'ultima (cfr. *Tabella A20 dell'Allegato statistico*);
- ma anche alle aziende che risultano essere poco soddisfatte dei rapporti col sistema bancario e appaiono significativamente interessate nei confronti di una possibile apertura ad investitori finanziari professionali (cfr. *Tabella B20 dell'Allegato statistico*).

Mentre, al contrario, le aziende che risultano più sensibili rispetto alle strategie di tipo attendista sono:

- indifferentemente quelle di grande e media dimensione ma senza escludere quelle di piccola/piccolissima dimensione, quelle tendenzialmente meno esportative e più coperte dal lavoro più o meno garantito dalle *griffe* (ma senza escludere le imprese che stanno solamente sul mercato) e quelle che possono anche trovarsi ancora dentro la crisi e aspettano con pazienza che essa passi (cfr. *Tabella A20 dell'Allegato statistico*);
- come pure le imprese che sono relativamente soddisfatte del sistema bancario o che non hanno affatto bisogno di esso e che, in aggiunta, non

sono interessate ad aprire il capitale ad investitori finanziari professionali (cfr. *Tabella B20 dell'Allegato statistico*).

Un ulteriore modo per misurare la reattività delle imprese è quello di verificare l'andamento della loro propensione a collaborare con altre aziende (tab. 21).

A differenza delle strategie analizzate più sopra (attraverso l'evoluzione del rapporto tra strategie di movimento e strategie attendiste), nel caso della propensione a collaborare con altre imprese si può affermare che negli anni considerati (dal 2011 al 2016) si è in presenza di una spaccatura stabile in due dei vari panel via via intervistati, salvo lievissime modificazioni.

In altre parole la possibile apertura verso la collaborazione interessava il 38,9% del panel 2011 (cfr. i secondi due item della tabella 21), mentre la relativa chiusura era manifestata dal restante 61,1% (cfr. i primi due item della tabella 21). Ebbene tale proporzione rimane perfettamente analoga nel 2013, si modifica lievemente in meglio nel 2014, torna ad essere sbilanciata in favore della prudenza nel 2015 e ritorna al tradizionale col 2016, con un 40,5% in favore dell'apertura e un 59,5% in favore della chiusura o comunque della prudenza da adottare in proposito.

Si sa che il tema della collaborazione tra imprese tocca un aspetto molto particolare dell'imprenditore che è piuttosto restio a rinunciare alla propria soggettività imprenditoriale esclusiva (anche se a tutt'oggi sono state attivate all'incirca 3.000 Reti di Impresa, cui si affiancano tutte le altre forme possibili di collaborazione che vanno da quelle più tradizionali a quelle più innovative).

Insomma neanche la crisi è riuscita a smuovere in maniera apprezzabile, dal punto di vista dei numeri, l'atteggiamento sostanzialmente monocratico dell'imprenditore. E quindi rimane più o meno stabile la spaccatura tra un 40% di favorevoli e un 60% di contrari. Anche se la consapevolezza tra gli imprenditori che la collaborazione tra aziende fa parte della "mutazione" necessaria del modo di operare oggi e in futuro (cfr. secondo item della tabella 21) tende a crescere nel tempo, passando dal 24,1% del 2011 al 35,3% del 2016: in altre parole cresce la consapevolezza, ma non crescono in parallelo i comportamenti conseguenti.

Peraltro anche nei dati della tabella 21 si può cogliere una sorta di tripartizione delle imprese, di cui:

- la prima è quella più aperta nei confronti della collaborazione tra aziende diverse (40,5% nel 2016), con una forte crescita della consapevolezza, ma con un'ancora modesta disponibilità a compiere passi concreti;
- la seconda è quella che si dichiara disponibile, sia pure con una certa resistenza, a battere questa strada ma anche quella che ha più timore di cadere in situazioni difficili (36,9% nel 2016);

- ed infine la terza è quella più resistente nei confronti dell’ipotesi collaborativa, pur potendo rilevare anche in questo caso un lento “scioglimento dell’iceberg” se si considera l’andamento delle relative risposte che partono dal 29,6% del 2011, salgono ulteriormente nel 2013, 2014 e 2015, ma nel 2016 diventano molto più possibiliste (22,6%).

Naturalmente ci sono delle posizioni diversificate all’interno del panel 2016 che trovano:

- più disponibili le grandi e medie imprese, quelle che lavorano totalmente per le *griffe* e quindi sono abituate ad avere un rapporto di collaborazione intenso con altre aziende (peraltro più grandi di loro), ma anche le aziende piccolissime, giovani e in una fase di riposizionamento/metamorfosi per rafforzarsi rispetto alla crisi, cui si aggiungono le imprese che non sono state interessate da quest’ultima e quindi sono più “rilassate” piuttosto che “obbligate” a muoversi in senso collaborativo (cfr. *Tabella A21 dell’Allegato statistico*);
- e così avviene anche per le aziende che dichiarano di non aver bisogno del sistema bancario e che, in aggiunta, sembrano interessate anche ad aprire il capitale sociale ad eventuali investitori professionali esterni (cfr. *Tabella B21 dell’Allegato statistico*).

Tab. 21 – Modalità più opportuna da adottare in tema di collaborazione tra imprese (val. %)

Modalità	Check-up a gennaio 2011 ¹	Check-up a gennaio 2013 ¹	Check-up a gennaio 2014 ¹	Check-up a gennaio 2015 ¹	Check-up a luglio 2016
- Credo che cercherò attivamente delle occasioni per collaborare con altre imprese, perché non si può fare tutto da soli, specie quando è in corso una crisi come l'attuale	14,8	22,4	12,6	8,2	5,2
- Credo che la collaborazione tra imprese faccia parte della "mutazione", necessaria del modo di fare impresa di oggi e del prossimo futuro	24,1	16,3	27,9	26,0	35,3
- Se sarà proprio necessario trovare forme di collaborazione con altre imprese batterò questa strada stando però molto attento a non cadere in situazioni difficili	31,5	20,4	19,8	15,1	36,9
- Tutto sommato è meglio muoversi come impresa in maniera autonoma, perché la collaborazione con altre imprese risulta sempre problematica e difficile	29,6	40,9	39,7	50,7	22,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	54	49	111	73	64

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 129.

Fonte: indagine *Ermeneia* – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Parte seconda

*Il rapporto delle imprese calzaturiere
col sistema del credito*

1. Un giudizio di insieme

1.1. Il posizionamento del credito rispetto agli altri problemi visuti dalle imprese

Il tema più generale del credito alle imprese intreccia dinamiche di origini assai diverse tra loro, ma che hanno contribuito a rendere nel complesso abbastanza “opaca” la logica di insieme. Tanto per esemplificare:

- innanzitutto la crisi economica ha reso evidente la debolezza di una parte delle aziende, quelle soprattutto poco capitalizzate e meno solide come prodotto e come mercato;
- l’economia mondiale peraltro ha risentito dell’andamento delle materie prime (petrolio *in primis*) che ha bruscamente frenato anche la domanda di beni – e quindi anche di calzature – da parte di aree geografiche prima in espansione (come Russia e Paesi CSI, Asia, Sud America, ma anche alcuni tradizionali Paesi all’interno dell’Unione Europea);
- la domanda di credito proveniente dalle imprese ha finito per comprendere sia quella sana, orientata allo sviluppo sia quella di emergenza, volta a tamponare non solo problemi di liquidità a breve ma anche ricavi calanti (a cui si aggiunge da sempre una certa debolezza, specie delle piccole e piccolissime aziende, a “ragionare con i numeri”);
- le banche, da parte loro, hanno dovuto affrontare prioritariamente l’esigenza di integrare il loro patrimonio (problema non ancora pienamente risolto), di bonificare il bilancio sotto il profilo dei crediti deteriorati e inesigibili: la conseguenza è che il *quantitative easing* della Banca Centrale Europea ha faticato assai ad arrivare all’economia reale;
- e inoltre il sistema bancario riesce sempre con una certa difficoltà a ragionare “per progetti” e non solo “per garanzie”, a cui si è aggiunta spesso la progressiva perdita di contatto con i territori e con le storie e la credibilità personale degli imprenditori che vi operano: la fuga rassicurante

nel *rating* e l'ampia rotazione dei responsabili (soprattutto nei grandi gruppi) ha reso ancora più difficile rispondere in maniera appropriata sia pur differenziata alla domanda di credito delle imprese.

Il risultato di tale intreccio di fattori è che:

- a) le aziende hanno subito una polarizzazione selettiva che ha salvato più facilmente chi era ben capitalizzato e aveva buoni prodotti e buoni mercati, ma anche coloro che hanno saputo significativamente ristrutturarsi e riposizionarsi nel tempo e in particolare nel periodo 2002-2005, trovandosi così più preparati ad affrontare la crisi attuale; mentre ha espulso le aziende più deboli in assoluto, mantenendo invece in attività anche chi si trova attualmente in fase di ristrutturazione e riposizionamento: cioè quella fascia intermedia (e maggioritaria) delle aziende a cui si potrebbe/dovrebbe concedere credito sulla base di una comprensione effettiva e profonda delle dinamiche dell'economia reale e della validità dei progetti presentati sia in chiave di razionalizzazione interna sia in chiave di esplorazione di nuovi prodotti e di nuovi mercati;
- b) la *quantitative easing* abbondante da parte della Banca Centrale Europea è quindi andato soprattutto a rafforzare l'attivo delle banche (magari comprando anche Titoli di Stato, sollecitati informalmente dalla stessa BCE) più che l'economia reale e quest'ultima ha finito per aprirsi direttamente all'acquisto di *Bond* aziendali nell'ultima operazione di *quantitative easing* attivata;
- c) oggi perciò le aziende più dinamiche tornano ad investire e nei confronti di queste ultime le banche risultano più sensibili ed anzi finiscono con rincorrere tali imprese che però rappresentano la parte "alta" che ogni istituto creditizio vorrebbe avere come cliente: peccato che nell'ampia fascia di aziende che si trovano nel segmento intermedio ci siano dei clienti potenziali interessanti da scovare e da far crescere, se si vuole svolgere un ruolo adeguato da parte di un sistema bancario evoluto dal punto di vista imprenditoriale.

È quindi ovvio che anche le aziende calzaturiere siano state coinvolte dalle dinamiche suddette e dall'evoluzione delle medesime nel corso di un ciclo economico lungo e severo che ha imposto loro di reagire anche sul piano della razionalizzazione dei propri flussi finanziari e, talvolta, della capitalizzazione dell'azienda.

Prima di passare al commento dei risultati dell'indagine sui rapporti tra imprese calzaturiere e sistema del credito è bene ricordare quali siano le dimensioni complessive che caratterizzano tali rapporti. Ebbene secondo un'elaborazione dei dati Bankitalia, completata da una stima specifica per il settore calzaturiero (cfr. lo schema che segue), si è davanti a fine settembre

2015 a 2,9 miliardi di euro in termini di accesso al credito da parte delle aziende calzaturiere, con una contrazione rispetto al biennio 2010-2011 (quando si arrivava a 3,2 miliardi di euro), sino a raggiungere il minimo nel 2013 (con 2,8 miliardi di euro) e quindi risalire lievemente nei due anni successivi, con un posizionamento sui 2,9 miliardi di euro. Come si vede dunque tra il 2010 e il 2015 si assiste ad una progressiva contrazione del credito erogato, ma con un lieve ritocco verso l'alto nel biennio 2014-2015: il che confermerebbe l'ipotesi di un accesso recente un po' più allargato, peraltro per tutta la manifattura e non solo per il settore calzaturiero.

Resta da vedere verso quali aziende si siano orientati i flussi di credito in lieve rialzo e i dati di indagine in proposito forniscono alcune indicazioni abbastanza evidenti.

Se si considerano i tre ambiti produttivi menzionati rispetto all'accesso al credito (manifattura nel suo complesso, industria tessile/abbigliamento/articoli in pelle e calzature in senso stretto), si vede come valga una sorta di "regola del 10%": infatti il secondo insieme rappresenta all'incirca il 10% di quanto viene erogato complessivamente alla manifattura e, a sua volta, le calzature rappresentano poco più del 10% di quanto viene messo a disposizione alle industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle considerato nel suo complesso (che a fine 2015 è pari, per l'esattezza, al 12,7% con un'incidenza più o meno stabile nel tempo).

A questo punto può essere interessante rilevare quale sia il posizionamento dichiarato delle imprese nei confronti del sistema del credito. La tabella 22 fornisce una prima serie di informazioni a tale proposito e precisamente:

- a) il credito come ambito problematico viene collocato nel 2016 al 6° posto in ordine di priorità, con una risalita nelle posizioni (era all'8° posto nel 2010 e nel 2011 e quindi al 7° posto nel 2013), ma anche con un minore "addensamento" di risposte (sono il 27,5% degli intervistati nel 2016 contro il 32,4% del 2013 e il 29,2% del 2012);
- b) ma va anche sottolineato che i problemi legati ai flussi finanziari, letti nelle loro diverse declinazioni, mostrano come:
 - i ritardati pagamenti da parte dei clienti delle aziende calzaturiere siano collocati al 1° o al massimo al 2° posto in tutti gli anni considerati, spesso prima ancora del calo di ordinativi dall'estero;
 - le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti a causa delle difficoltà che hanno investito anche questi ultimi tendono quasi sempre a rimanere al 5° posto nel corso del tempo;
 - i rapporti con le banche e la difficoltà di ottenere credito tendono invece lievemente a peggiorare (salendo dall'8° posto dei primi anni indicati nella tabella 22 al 6° posto del 2016);

Prestiti lordi alle imprese industriali (in mld di euro)¹

	Manifattura			Industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle				Settore calzaturiero (Stima Economic Policy Research UniCredit)				
	(A)		Δ%	(B)		Δ%	(C)		Mld di euro ²	N.I.	Δ%	C/B x 100
	Mld di euro	N.I.		Mld di euro	N.I.		Mld di euro	N.I.				
31/12/2010	233,0	100,0	-	25,0	100,0	-	10,7	3,2	100,0	-	12,8	
31/12/2011	235,7	101,2	1,2	25,4	101,6	1,6	10,8	3,2	100,0	0,0	12,6	
31/12/2012	220,9	94,8	-6,3	23,4	93,6	-7,9	10,6	3,0	93,8	-6,3	12,8	
31/12/2013	207,0	88,8	-6,3	22,2	88,8	-5,1	10,7	2,8	93,3	-6,7	12,6	
31/12/2014	210,6	90,4	1,7	22,4	89,6	0,9	10,6	2,9	103,6	3,6	12,9	
30/09/2015	215,2	92,4	2,2	22,9	91,6	2,2	10,6	2,9	100,0	0,0	12,7	

(1) I valori assoluti sono comprensivi dei "Prestiti problematici".

(2) Dati stimati.

Fonte: elaborazione e stime su dati Bankitalia

- la difficoltà nel recuperare i propri crediti a sua volta diminuisce chiaramente nel corso delle diverse rilevazioni, passando dal 4° posto del 2010, 2011 e 2012 al 5° posto del 2013 e al 7° posto del 2016.

La conclusione (provvisoria) può essere che da un lato le banche abbiano recentemente migliorato la concessione del credito e dall'altro le imprese a loro volta abbiano riaggiustato la loro gestione dei flussi finanziari come pure razionalizzato i propri costi: non si dimentichi che anche i rispondenti del panel rappresentano il frutto del processo di selezione/polarizzazione illustrato nella Parte prima del presente Rapporto;

- c) infine il calo degli ordinativi dall'estero resta pur sempre l'ambito problematico più importante (2° posto) dopo i ritardati pagamenti da parte dei clienti e a tale proposito le vicende relative al mercato russo e dei Paesi CSI sono l'esempio eclatante, specie in alcuni distretti calzaturieri italiani (come le Marche); mentre il problema legato al calo degli ordinativi in Italia che pure rimane al 2°-3° posto in tutti gli anni considerati ha finito per "abituare" le imprese ad una domanda interna in flessione ormai da più anni, seguita (e completata) dalla diminuzione dei prezzi per poter conservarsi i clienti: problema questo che invece risulta in costante crescita visto che passa dal 9° posto nel 2010 al 4° posto nel 2016, con l'ovvia conseguenza di una riduzione progressiva dei margini.

Le differenze di valutazione rispetto ai rapporti con le banche vedono emergere all'interno del panel:

- una critica un po' più pronunciata rispetto alla media da parte delle aziende relativamente più anziane e da quelle che si trovano in piena fase di riposizionamento/metamorfosi, oltre naturalmente che dalle imprese che si trovano ancora dentro la crisi (cfr. *Tabella A22 dell'Allegato statistico*);
- e così avviene, come è ovvio da parte delle aziende che per le ragioni più diverse dichiarano di essere esplicitamente meno soddisfatte delle relazioni intrattenute col sistema del credito, oltre che da quelle interessate (per compensazione? per obiettivi di sviluppo più sofisticati?) all'apertura del loro capitale ad investitori finanziari professionali (cfr. *Tabella B22 dell'Allegato statistico*).

Se la tabella 22 posiziona la valutazione degli intervistati tenendo conto della priorità dei problemi percepiti, la tabella 23 esprime invece l'importanza di ogni singolo ambito problematico sottoposto a giudizio. Dall'esame delle risposte si vede come:

- a) le aziende vivano una copresenza significativamente ampia di problemi, tanto da dare un giudizio "molto + abbastanza importante" che supera il 90% per 8 ambiti sugli 11 indicati (cfr. terza colonna della tabella 23). Di

tali ambiti ben 4 su 8 riguardano in un modo o nell'altro il tema dei flussi finanziari difficili:

- la difficoltà nel recupero dei propri crediti (2° posto, col 95,0% di importanza totale);
- le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti (3° posto, col 94,9% di importanza totale);
- i ritardati pagamenti da parte dei clienti (6° posto, col 91,3% di importanza totale);
- ed infine i rapporti col sistema bancario (7° posto, col 91,0% di importanza totale);

b) e tuttavia se si considerano solo i giudizi più pronunciati di importanza (cfr. prima colonna della tabella 23) l'ordine di priorità cambia un po', visto che i primi 5 problemi sarebbero i seguenti:

- il calo degli ordinativi dall'estero (1° posto, con l'81,9% di giudizi “molto importante”);
- le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti (2° posto, col 70,8% di giudizi “molto importante”);
- il calo degli ordinativi dall'Italia (3° posto, col 63,5% di giudizi “molto importante”);
- i rapporti col sistema bancario (4° posto, col 62,4% di giudizi “molto importante”);
- la diminuzione dei prezzi per tenersi i clienti (5° posto, col 59,3% di giudizi “molto importante”).

Come si vede i rapporti col sistema bancario rappresenterebbero in questo caso un ambito problematico “molto importante” in maniera ancora più sensibile (4° posto) rispetto a quanto esposto nella precedente tabella 22, nella quale lo stesso ambito occupava la sesta posizione in ordine di priorità.

Le differenze di valutazione all'interno del panel possono confermare quanto più sopra ricordato e cioè che gli intervistati più sensibili, in particolare per quanto riguarda i rapporti col sistema bancario, sono:

- gli imprenditori delle aziende di piccola o piccolissima dimensione, quelli cui fa capo un'azienda più giovane rispetto a quelle più anziane dal punto di vista dell'attività, nonché quelli che sono in fase di uscita dalla crisi o fuori dalla crisi (forse perché più esigenti questi ultimi) (cfr. *Tabella A23 dell'Allegato statistico*);
- ma anche gli imprenditori che dichiarano un rapporto relativamente buono col sistema bancario, con la conseguenza di essere anche quelli probabilmente che si presentano come più “esigenti” nei confronti del credito (cfr. *Tabella B23 dell'Allegato statistico*).

Tab. 22 – *Ambiti particolarmente problematici per l'azienda dell'intervistato (val. %)*

<i>Ambiti</i>	<i>Check-up a gennaio 2010¹</i>	<i>Check-up a gennaio 2011²</i>	<i>Check-up a gennaio 2012²</i>	<i>Check-up a gennaio 2013²</i>	<i>Check-up a luglio 2016</i>
- Ritardati pagamenti da parte dei clienti	2° 66,7	2° 60,0	2° 61,8	1° 70,6	1° 70,3
- Il calo degli ordinativi dall'estero	1° 82,1	1° 75,6	1° 76,4	3° 52,9	2° 62,4
- Il calo degli ordinativi dall'Italia	3° 53,8	3° 44,4	3° 47,2	2° 64,7	3° 48,6
- La diminuzione dei prezzi per tenersi i clienti	9° 23,1	9° 20,0	9° 27,0	10° 14,7	4° 44,2
- Le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti (per le difficoltà di cui risentono anche loro)	5° 38,5	5° 31,1	5° 36,0	4° 50,0	5° 32,4
- La difficoltà delle banche nel concedere credito/rapporti col sistema bancario	8° 25,6	8° 22,2	6° 29,2	7° 32,4	6° 27,5
- La difficoltà nel recupero dei propri crediti	4° 41,0	4° 35,6	4° 39,3	5° 47,1	7° 27,0
- La titubanza nell'inviare ordinativi da parte dei clienti	6° 33,3	6° 31,1	7° 28,1	6° 35,3	8° 24,8
- I ripensamenti sugli ordinativi potenziali da parte dei clienti	7° 30,8	7° 26,7	8° 27,0	8° 26,5	9° 20,3
- Il mancato ritiro della merce ordinata	11° 7,7	10° 13,3	11° 12,4	11° 11,8	10° 16,0
- L'aumento delle contestazioni da parte dei clienti	10° 15,4	11° 8,9	10° 23,6	9° 20,6	11° 10,0
- Altro	-	13° 2,2	-	-	12° 2,2
<i>v.a.</i>	39	45	89	34	60

(1) Cfr. Shoe Report/2011, pag. 103.

(2) Cfr. Shoe Report/2013, pag. 98.

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Tab. 23 – Valutazione dell'intensità dei problemi dichiarati per il 2016 dall'intervistato (val. %)

Problemi	Problema molto importante	Problema abbastanza importante	Problema molto + abbastanza importante	Problema lieve	Totale	v.a.
- La titubanza nell'inviare ordinativi da parte dei clienti	9° 45,6	54,4	1° 100,0	-	100,0	14
- La difficoltà nel recupero dei propri crediti	7° 52,3	42,7	2° 95,0	5,0	100,0	15
- Le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti (per le difficoltà di cui risentono anche loro)	2° 70,8	24,1	3° 94,9	5,1	100,0	20
- Il calo degli ordinativi dall'estero	1° 81,9	12,8	4° 94,7	5,3	100,0	37
- La diminuzione dei prezzi per tenersi i clienti	5° 59,3	34,7	5° 94,0	6,0	100,0	25
- I ritardati pagamenti da parte dei clienti	6° 57,4	33,9	6° 91,3	8,7	100,0	42
- I rapporti con il sistema bancario	4° 62,4	28,6	7° 91,0	9,0	100,0	16
- I ripensamenti sugli ordinativi potenziali da parte dei clienti	8° 47,8	43,1	8° 90,9	9,1	100,0	11
- L'aumento delle contestazioni da parte dei clienti	11° 29,7	45,3	9° 75,0	25,0	100,0	7
- Il calo degli ordinativi dall'Italia	3° 63,5	8,2	10° 71,7	28,3	100,0	29
- Il mancato ritiro della merce ordinata	10° 42,4	15,8	11° 58,2	41,8	100,0	10
- Altro	100,0	-	100,0	-	100,0	1

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016*

1.2. Il livello di soddisfazione/insoddisfazione verso il sistema bancario

Le relazioni con il sistema del credito nel suo complesso vengono dunque collocate come problema al 6° posto, in ordine di priorità nel 2016, ma salgono al 4° posto qualora si chieda di valutare l'intensità di tale problema, attraverso un giudizio critico di maggiore importanza ("molto importante"). Per questo si è voluto esplorare ulteriormente l'argomento, tenendo conto del livello di soddisfazione espresso dagli intervistati e delle ragioni che ne stanno alla base.

Nella tabella 24 sono stati raccolti i giudizi sintetici espressi circa i rapporti attuali intrattenuti dall'azienda con le banche. Come si vede:

- esiste un 11,8% di intervistati che dichiarano come la loro azienda sia sufficientemente capitalizzata oppure adeguatamente liquida per non aver a che fare che poco col sistema creditizio: percentuale questa che risulta certo non marginale e che dimostra come 1 impresa su 10 non riesca a governare adeguatamente i propri flussi finanziari;
- se poi si considerano solo le risposte di coloro che invece col sistema bancario hanno rapporti (cfr. seconda colonna della tabella 24), si vede come la soddisfazione intensa o intermedia riguardi il 71,3% degli intervistati, mentre all'opposto l'insoddisfazione coinvolga il 28,7% dei medesimi: non si deve rimanere stupiti del rapporto 7 a 3 delle risposte, in quanto è abbastanza comprensibile che le aziende abbiano attentamente selezionato nel tempo degli istituti bancari con cui avere rapporti, scegliendo quelli che in un modo o nell'altro sono più vicini e sensibili alle esigenze dell'azienda;
- e peraltro se si guarda ai giudizi estremi forniti (cioè al "molto soddisfatto" oppure al "per nulla soddisfatto") si può rilevare come i valori estremi tocchino percentuali relativamente limitate: 12,8% nel primo caso e 8,5% nel secondo caso, mentre gran parte delle valutazioni si concentrano – come di consueto avviene – sui valori più sfumati centrali relativi ai giudizi "abbastanza soddisfatto" oppure "poco soddisfatto".

La propensione verso l'espressione di giudizi estremi fa emergere le seguenti differenze interne al panel, nel senso che (cfr. *Tabella A24 dell'Allegato statistico*):

- le aziende che hanno fornito il primo tipo di giudizi ("molto soddisfatte") sono soprattutto quelle con un fatturato piccolissimo, quelle che lavorano esclusivamente per il mercato, quelle più giovani e che ormai sono fuori dalla crisi: evidentemente in questi casi viene a crearsi un rapporto maggiormente "su misura" e quindi più soddisfacente tra banca e azienda;

- mentre le aziende che dichiarano di non essere “per nulla soddisfatte” sono soprattutto quelle che presentano fatturati consistenti o medio-grandi e che comunque lavorano solo per il mercato, oltre ad essere più anziane e non essere riuscite ancora a superare il ciclo della crisi.

Tab. 24 – Livello di soddisfazione circa i rapporti intrattenuti dall’azienda dell’intervistato col sistema bancario (val. %)

Livello di soddisfazione	Totale risposte	Risposte al netto di chi non ha bisogno del sistema bancario	
– Sono molto soddisfatto	11,3	12,8	71,3
– Sono abbastanza soddisfatto	51,6	58,5	
– Sono poco soddisfatto	17,8	20,2	28,7
– Sono per nulla soddisfatto	7,5	8,5	
– Sono abbastanza capitalizzato e/o liquido per non aver che poco o nessun bisogno del sistema bancario	11,8	-	
Totale	100,0	100,0	
v.a.	66	58	

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzaturifici, 2016

Le ragioni poi che stanno alla base dell’eventuale soddisfazione degli imprenditori intervistati (nel senso che si considerano i giudizi “molto + abbastanza soddisfatto”) vengono esplicitate attraverso le risposte contenute nella successiva tabella 25, da cui emerge come:

- ogni intervistato esprima mediamente 3,4 ragioni di soddisfazione;
- le ragioni di maggiore soddisfazione siano le prime due (“La situazione economica e finanziaria dell’azienda viene di solito valutata come adeguata” e “C’è un buon livello di fiducia della banca nei confronti dell’azienda che conosce da lungo tempo”), le quali vengono scelte da più del 60% degli intervistati ed esprimono una relazione forte e significativa tra banca e azienda, basata sia sulla situazione economico-finanziaria di quest’ultima sia sulla conoscenza e la fiducia da parte dell’istituto di credito nei confronti dell’impresa;
- esistano poi una serie di ragioni positive, legate ad un buon rapporto funzionale del sistema bancario con l’azienda in quanto:
 - l’istituto riesce a valutare bene i progetti aziendali presentati per il finanziamento (3° posto, col 34,6% di addensamento di risposte);
 - non ci sono limitazioni di principio ai crediti erogabili, posto che le richieste siano fondate e ragionevoli (4° posto, col 31,3% di addensamento di risposte);

- i tempi di attesa per il finanziamento non sono troppo lunghi (5° posto, col 30,2% di addensamento di risposte);
 - i tassi e le condizioni risultano non troppo onerosi (6° posto, col 29,0% di addensamento di risposte);
 - e l'azienda, da parte sua, è in grado di comunicare abbastanza bene la validità dei progetti proposti (7° posto, col 27,0% di addensamento di risposte);
- d) si manifestino infine delle situazioni meno frequenti come quella in cui più banche offrono finanziamenti all'azienda quando questa risulta solida ed affidabile e non ha bisogno del sostegno creditizio (8° posto, col 25,0% di addensamento di risposte), mentre ancora più limitato è il caso in cui la banca non chieda eccessive garanzie (9° posto, col 21,5% di addensamento di risposte).

Naturalmente le situazioni migliori fanno capo (cfr. *Tabella A25 dell'Allegato statistico*):

- per quanto riguarda la valutazione adeguata della situazione economico-finanziaria dell'azienda (1° posto, col 64,1% di addensamento di risposte), alle imprese con un fatturato consistente (78,7%), non necessariamente superesportative (84,6%), ma in ogni caso a quelle che operano solo per il mercato (88,8%), inoltre a quelle che sono relativamente giovani (74,4%) e che si trovano ormai fuori dalla crisi (69,2%) o non sono state affatto interessate da essa (78,0%);
- per quanto riguarda invece il buon livello di fiducia che lega banca e azienda (2° posto, col 61,2% di addensamento di risposte), ad imprese che possono essere sia grandi o medie (76,4%) sia con un bilancio piccolo o addirittura piccolissimo (73,8%), ma anche a quelle legate alle *griffe* in toto (73,3%) o in parte (69,1%), oltre alle aziende più longeve (70,8%) e a quelle che sono ancora dentro la crisi (79,4%) ma risultano impegnate attivamente in un processo di ristrutturazione/riposizionamento (72,5%).

Vicino alle ragioni che alimentano le eventuali soddisfazioni ci sono anche quelle che causano possibili insoddisfazioni (tab. 26). In tal caso si vede come:

- a) ogni intervistato esprima mediamente 2,6 ragioni di insoddisfazione in media;
- b) l'insoddisfazione maggiore riguardi di gran lunga rispetto alle altre l'eccessiva richiesta di garanzie (1° posto, col 73,9% di addensamento di risposte), seguita dal costo elevato sul piano dei tassi e delle condizioni (2° posto, col 58,9% di addensamento di risposte);
- c) esista poi una ragione collocata al 3° posto nella tabella 26, che non ha a che fare con le modalità funzionali di concessione del credito, bensì ri-

- guarda i problemi specifici delle banche, orientate prioritariamente a risolvere i loro problemi di capitalizzazione e di crediti inesigibili e/o deteriorati (3° posto, col 36,5% di addensamento di risposte);
- d) si manifestino infine una serie di ragioni connesse invece con le specificità funzionali tipiche della relazione banca/impresa come:
- i tempi di attesa per la decisione di un finanziamento che risultano troppo lunghi (4° posto, col 21,5% di addensamento di risposte);
 - la situazione economica e finanziaria aziendale non ritenuta adeguata (5° posto, col 19,0% di addensamento di risposte);
 - l’incapacità delle banche di comprendere gli aspetti positivi dei progetti presentati per il finanziamento (6° posto, col 17,6% di addensamento di risposte);
 - la propensione delle banche a far rientrare i clienti alle prime difficoltà (7° posto, col 15,1% di addensamento di risposte);
 - ed infine la dichiarazione da parte delle banche che ci sono delle limitazioni nell’ammontare dei crediti erogabili (8° posto, col 7,3% di addensamento di risposte).

Tab. 25 – Ragioni dell’eventuale soddisfazione circa i rapporti attuali dell’azienda col sistema bancario (val. %)

Ragioni		%
– La situazione economica e finanziaria dell’azienda viene di solito valutata come adeguata	1°	64,1
– C’è un buon livello di fiducia della banca rispetto all’azienda che conosce da lungo tempo	2°	61,2
– La banca riesce a valutare gli aspetti positivi dei progetti aziendali presentati per il finanziamento	3°	34,6
– Nei confronti dell’azienda di solito non ci sono limitazioni di principio ai crediti erogabili, posto che le richieste siano fondate e ragionevoli	4°	31,3
– I tempi di attesa di un eventuale finanziamento non sono troppo lunghi	5°	30,2
– I tassi e le condizioni non sono troppo onerosi	6°	29,0
– L’azienda è in grado di comunicare abbastanza bene la validità dei progetti proposti	7°	27,0
– Più banche offrono finanziamenti all’azienda anche (e specialmente) se questa, essendo solida ed affidabile, non ne ha bisogno	8°	25,0
– Non si chiedono eccessive garanzie	9°	21,5
– La reputazione della <i>griffe</i> per cui l’azienda lavora favorisce la concessione del credito a quest’ultima	10°	7,8
– Altro	11°	7,4
V.a. rispondenti		40
V.a. risposte		136
Numero medio di risposte per singolo intervistato		3,4

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016*

Tab. 26 – Ragioni dell'eventuale insoddisfazione circa i rapporti attuali dell'azienda col sistema bancario (val. %)

Ragioni		%
– Si richiedono eccessive garanzie	1°	73,9
– C'è un costo elevato in termini di tassi e di condizioni	2°	58,9
– Le banche pensano soprattutto ai loro problemi (maggiore capitalizzazione, crediti deteriorati, ecc.)	3°	36,5
– I tempi di attesa per la decisione di finanziamento da parte delle banche sono troppo lunghi	4°	21,5
– La situazione economica e finanziaria aziendale non viene ritenuta adeguata	5°	19,0
– Le banche non sono in grado di comprendere gli aspetti positivi dei progetti presentati per il finanziamento	6°	17,6
– Le banche tendono a far rientrare i clienti alle prime difficoltà	7°	15,1
– Le banche dichiarano che ci sono limitazioni nell'ammontare dei crediti erogabili	8°	7,3
– L'azienda peraltro non è sempre in grado di comunicare in maniera sufficiente la validità dei progetti proposti per il finanziamento		-
– Altro	9°	5,1
v.a. rispondenti		20
v.a. risposte		51
n. medio di risposte per singolo intervistato		2,6

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Come si può verificare da quanto appena ricordato le ragioni delle eventuali insoddisfazioni sono quelle che di solito denunciano le aziende: troppe le garanzie richieste e costi a loro volta troppo elevati.

Peraltro le aziende che sottolineano maggiormente, rispetto alla media del campione, le prime due ragioni più consistenti di insoddisfazione, indicate nella tabella 26, sono le aziende piccole o piccolissime, con relativi bilanci altrettanto limitati, quelle proporzionalmente meno esportative, quelle che lavorano per le *griffe*, oltre alle aziende più giovani che peraltro risultano uscite dalla situazione di crisi: il che farebbe pensare ad un insieme di aziende desiderose di compiere qualche passo ulteriore di investimento che non trovano riscontro positivo, a torto o a ragione, da parte del sistema bancario (cfr. *Tabella A26 dell'Allegato statistico*).

Tenuto conto del livello di soddisfazione/insoddisfazione degli intervistati per quanto riguarda i problemi relativi ai rapporti tra banca e impresa, qual è stata l'evoluzione nel tempo di tali problemi?

La tabella 27 mostra:

- a) una situazione in miglioramento e/o stabile ma soddisfacente nel complesso rispetto a prima della crisi: 77,0% dei casi, coerente col livello di soddisfazione esposto nella precedente tabella 24 in cui la soddisfazione riguardava il 71,3% degli intervistati; il tutto contro una situazione in

peggioramento per il 23,0% degli intervistati (cfr. prima parte della tabella 27);

- b) l'evoluzione dei giudizi forniti mostrerebbe un ulteriore miglioramento e/o stabilizzazione positiva, con riferimento invece all'ultimo anno (79,6%) contro un peggioramento pari al 20,4% (cfr. seconda parte della tabella 27).

Del resto anche i dati Bankitalia¹ a tutto il 2015 evidenzerebbero secondo quest'ultima un "graduale processo di distensione delle condizioni di accesso al credito per le imprese, cui ha contribuito il calo del costo della provvista, grazie all'atteggiamento espansivo della politica monetaria". Tale processo di distensione ha fatto seguito ad un aumento della domanda di credito da parte delle imprese, che ha cominciato a manifestarsi nel primo semestre 2014, per poi rafforzarsi via via nel corso dello stesso anno e quindi dell'intero 2015 (tale incremento si è fatto sentire specialmente nella manifattura e nei servizi). Anche se i dati più recenti – sempre di Bankitalia – evidenzerebbero come i prestiti a società non finanziarie siano diminuiti, tra aprile 2015 e aprile 2016, dello 0,6%. E ovviamente risulterebbero tendenzialmente meglio "servite" le medie rispetto alle piccole aziende.

Nel caso del panel di aziende calzaturiere intervistate il miglioramento registrato dagli intervistati negli ultimi dodici mesi, per quanto riguarda il rapporto col sistema bancario, si estende praticamente a tutte le aziende sia pure di diversa dimensione, con un'accentuazione per quelle che lavorano per le *griffe*, per quelle più giovani in termini di anni di attività e per quelle che si trovano ormai fuori dalla crisi (cfr. *Tabella A27 dell'Allegato statistico*).

¹ Cfr. Bankitalia, "Economie regionali – La domanda e l'offerta di credito a livello territoriale", giugno 2016.

Tab. 27 – Miglioramento o peggioramento dei problemi dell'azienda col sistema bancario rispetto a prima della crisi e rispetto agli ultimi 12 mesi (val. %)

Miglioramento/Peggioramento	Totale risposte	Risposte al netto di chi non utilizza il sistema bancario
<i>Rispetto a prima della crisi</i>		
- È molto migliorato	7,3	7,8
- È abbastanza migliorato	12,8	13,7
- È rimasto più o meno uguale (e sostanzialmente soddisfacente)	51,8	55,5
- È rimasto più o meno uguale (ma sostanzialmente insoddisfacente)	7,7	8,3
- È abbastanza peggiorato	7,1	7,6
- È molto peggiorato	6,6	7,1
- Non utilizzo (o quasi) il sistema bancario	6,7	-
Totale	100,0	100,0
v.a.	61	57
<i>Rispetto agli ultimi 12 mesi</i>		
- È molto migliorato	-	-
- È abbastanza migliorato	12,8	13,7
- È rimasto più o meno uguale (e sostanzialmente soddisfacente)	61,5	65,9
- È rimasto più o meno uguale (ma sostanzialmente insoddisfacente)	12,9	13,9
- È abbastanza peggiorato	4,8	5,1
- È molto peggiorato	1,3	1,4
- Non utilizzo (o quasi) il sistema bancario	6,7	-
Totale	100,0	100,0
v.a.	61	57

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

2. La valutazione basata sull'esperienza degli intervistati

2.1. Le principali esigenze che stanno alla base della richiesta di credito

A questo punto ci si può chiedere quali siano le principali necessità per le quali sono stati chiesti dei finanziamenti bancari negli ultimi dodici mesi da parte delle imprese.

Le risposte a tale domanda sono contenute nella tabella 28, da cui si può vedere come:

- a) ben 1/4 delle aziende intervistate (24,5%) non si sia rivolta per nulla alle banche. Il che ribadirebbe l'esistenza di una quota non trascurabile di imprese calzaturiere con le spalle finanziariamente coperte: si tratterebbe soprattutto delle aziende di grandi e medie dimensioni, di quelle che lavorano esclusivamente per le grandi *griffe* (senza escludere quelle impegnate solo sul mercato) e che hanno alle spalle una storia imprenditoriale superiore ai 20 anni, cui – come è ovvio – si aggiungono le aziende che non sono state coinvolte dalla crisi e quindi sono decisamente più forti e fanno salire la percentuale media di chi non ha chiesto finanziamenti (pari al 24,5%) sino al 68,1%!, come mostrano i dati della *Tabella A28 dell'Allegato statistico*;
- b) il rimanente 75,5% del panel intervistato si sia rivolto al credito bancario innanzitutto per due necessità fondamentali e cioè:
 - da un lato, il ripristino delle scorte e del capitale circolante (1° posto, col 68,8% di addensamento di risposte);
 - e dall'altro, l'acquisto e/o l'aggiornamento di impianti, macchinari e tecnologie produttive (2° posto, col 45,8% di addensamento di risposte);
- c) seguono poi un gruppo di esigenze, dichiarate dagli intervistati, che vanno:

- dalla ristrutturazione dei fidi esistenti, in modo da spostarne la scadenza dal breve al medio termine (3° posto, col 29,2% di addensamento di risposte) alla realizzazione di progetti industriali siano essi nuovi siti produttivi o ampliamento dei medesimi, in Italia oppure all'estero (4° posto, col 27,1% di addensamento di risposte);
 - sino alla realizzazione di progetti di sviluppo commerciale all'estero (5° posto, col 22,9% di addensamento di risposte) o in Italia (6° posto, col 14,6% di addensamento di risposte);
- d) infine esistono altre esigenze, meno importanti in termini di priorità rispetto alle precedenti, come il finanziamento del campionario (che si colloca solo al 7° posto, con l'8,3% di addensamento di risposte) e la realizzazione di progetti di formazione tecnica e/o manageriale (8° posto, col 6,3% di addensamento di risposte).

Tab. 28 – Esigenze dell'azienda per le quali sono stati chiesti finanziamenti bancari negli ultimi 12 mesi (val. %)

Esigenze	Totale risposte	Al netto di chi non ha chiesto finanziamenti
- Non sono stati richiesti finanziamenti in quanto l'azienda è sufficientemente capitalizzata e/o presenta flussi di cassa adeguati	24,5	-
- Il ripristino delle scorte e del capitale circolante	1° 51,9	68,8
- L'acquisto e/o l'aggiornamento di impianti, macchinari, tecnologie produttive	2° 33,8	45,8
- Ristrutturazione dei fidi esistenti (da breve a medio termine)	3° 21,4	29,2
- Progetti industriali (nuovi siti produttivi o ampliamenti dei medesimi, in Italia o all'estero)	4° 20,8	27,1
- Progetti di sviluppo commerciale (reti di vendita, showroom, logistica) all'estero	5° 17,7	22,9
- Progetti di sviluppo commerciale (reti di vendita, showroom, logistica) in Italia	6° 11,3	14,6
- Finanziamento del campionario	7° 5,5	8,3
- Progetti di formazione tecnica e/o manageriale	8° 4,6	6,3
- Sviluppo della proprietà industriale (marchi/brevetti)	-	-
- Fusioni, acquisizioni e ristrutturazioni degli assetti societari	-	-
- Altro	9° 1,0	2,1
V.A. rispondenti	64	
V.a. risposte	-	108
Numero medio di risposte per singolo intervistato	-	2,3

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzaturifici, 2016*

Come si vede dai dati appena commentati le necessità di credito per le imprese non sono solo quelle relative al ripristino delle scorte e del capitale

circolante (ancorché tale esigenza si presenti al 1° posto) ma ci sono anche esigenze di investimento sul piano della trasformazione dei processi, dell'avvio di nuovi siti produttivi o del relativo ampliamento, del lancio di progetti di sviluppo commerciale in Italia o all'estero. Tutto ciò confermerebbe quanto richiamato più sopra (da parte di Bankitalia) in tema di "risveglio" della domanda di credito per investimenti che possono, nel caso specifico, riguardare anche il settore calzaturiero che si viene a collocare nel quadro dell'aumento di tale domanda da parte del settore manifatturiero nel suo complesso.

Un'articolazione delle valutazioni espresse dagli intervistati del panel viene fornita dalla *Tabella A28 dell'Allegato statistico*.

Inoltre nella *Tabella B28 dell'Allegato statistico* si vede, in particolare come ci sia una correlazione positiva tra soddisfazione dei rapporti con le banche ed esigenze di ripristino delle scorte del capitale circolante, di acquisto/aggiornamento degli impianti e di lancio di progetti industriali, mentre la scarsa soddisfazione dei rapporti con le banche è manifestata soprattutto in relazione ad esigenze di progetti di sviluppo commerciale in Italia e all'estero.

2.2. I giudizi positivi e negativi nei confronti del sistema bancario

L'insieme dei giudizi sin qui forniti dalle aziende circa i loro rapporti col sistema del credito non hanno ancora riguardato specificamente la tipologia di banche effettivamente utilizzate.

A tale proposito nella tabella 29 si vede come gli imprenditori dichiarino di rivolgersi in media a poco meno di 2 (1,7 per la precisione) istituti di credito.

Quanto alla tipologia di questi ultimi si può rilevare come la priorità sia rappresentata (cfr. prima colonna della tabella 29) dalle grandi banche nazionali (1° posto), dalle banche popolari (2° posto), dalle banche di credito cooperativo (3° posto), dalle banche internazionali presenti in Italia (4° posto) e quindi dalle società di *factoring* e di *leasing*, dai Confidi e dagli istituti di medio termine.

Ma se si passa a raccogliere le opinioni significativamente positive ("molto + abbastanza") si vede come l'ordine cambi visto che salgono al 1° posto le banche di credito cooperativo, seguite dalle banche internazionali presenti in Italia, dalle grandi banche nazionali, dalle società di *factoring* e di *leasing*, dai Confidi e quindi dalle banche popolari e dagli istituti di credito a medio termine. Ma l'opinione oltre che positiva può essere anche negativa.

Se si sommano le valutazioni “modeste” + “negative” l’ordine diventa ovviamente complementare rispetto al precedente, venendosi a collocare al primo posto in assoluto (critico) gli istituti di credito a medio termine, seguiti dalle banche popolari, dai Confidi e dalle società di *leasing* e quindi dalle società di *factoring*, dalle grandi banche nazionali e dalle banche internazionali presenti in Italia e solo per ultime dalle banche di credito cooperativo.

Lo schema sintetico nella pagina che segue può dare un’idea più immediata delle varie graduatorie dei giudizi forniti.

Per ciò che concerne la valutazione del sistema del credito si è voluto anche sottoporre al giudizio degli intervistati una serie di affermazioni positive e di affermazioni negative che derivano da interviste individuali e da un apposito Focus Group di imprenditori da cui sono emersi i temi sottoposti a giudizio (tab. 30).

Quanto alle valutazioni positive (cfr. terza colonna della prima parte della tabella appena menzionata) è possibile verificare come ci sia un certo livello di accordo che va da un massimo del 60,2% ad un minimo del 12,6% rispetto ai temi seguenti:

- i tassi richiesti dalle banche per i finanziamenti sono diminuiti per il 60,2% degli intervistati, con la conseguenza che oggi diventa più conveniente chiedere prestiti;
- le banche avrebbero ripreso a concedere crediti secondo il 43,6% degli intervistati;
- e addirittura le grandi banche nazionali sembrerebbero tornare lentamente al territorio, nel senso pieno della funzione della banca commerciale, visto che appare accresciuta la facoltà di concedere credito anche per importi consistenti da parte delle filiali di alcune banche nazionali, secondo il 39,3% degli intervistati;
- si ribadisce che un accordo produttivo con le grandi *griffe* facilita in maniera decisa il rapporto con le banche (32,8%);
- e infine solo una percentuale più ridotta (il 12,6%) ritiene che le banche abbiano alleggerito le pratiche per l’incasso dei crediti: tale giudizio limitato, contrapposto a quello molto più ampio di parere contrario (36,9%) sta probabilmente a significare che la strada da compiere in tal senso è ancora lunga.

Per quanto riguarda le affermazioni positive suddette forse quella più importante – se verrà confermata col tempo – è quella del ritorno al territorio e cioè all’attenzione concreta per l’economia reale che implica un’analisi più accurata delle potenzialità economico-finanziarie delle imprese, ma anche la ricerca di un modello di business che per le banche commerciali deve compensare il ribasso progressivo dei tassi di interesse (e quindi la loro possibilità di contribuzione al Conto Economico delle banche stesse).

<i>Banche utilizzate in ordine decrescente</i>	<i>Valutazioni "molto + abbastanza positive"</i>	<i>Valutazioni "modeste + negative"</i>
1° (75,4%) Grandi banche nazionali	1° (87,4%) Casse Rurali/Banche di Credito Cooperativo	1° (60,3%) Istituto di credito a medio termine
2° (36,0%) Banche Popolari	2° (82,4%) Banche internazionali presenti in Italia	2° (38,3%) Banche Popolari
3° (25,7%) Casse Rurali/Banche di Credito Cooperativo	3° (79,8%) Grandi banche nazionali	3° (36,7%) Confidi
4° (13,5%) Banche internazionali presenti in Italia	4° (73,3%) Società di factoring	4° (36,2%) Società di leasing
5° (4,4%) Società di factoring	5° (63,8%) Società di leasing	5° (26,7%) Società di factoring
6° (4,3%) Società di leasing	6° (63,3%) Confidi	6° (20,2%) Grandi banche nazionali
7° (3,2%) Confidi	7° (61,7%) Banche Popolari	7° (17,6%) Banche internazionali presenti in Italia
8° (2,6%) Istituto di credito a medio termine	8° (39,7%) Istituto di credito a medio termine	8° (12,6%) Casse Rurali/Banche di Credito Cooperativo

Tab. 29 – Tipologia di banche utilizzate dall'intervistato negli ultimi 12 mesi e relativa valutazione (val. %)

Banche utilizzate	Totale	Molto positiva	Abbastanza positiva	Molto + Abbastanza positiva	Modesta Negativa	Modesta + Negativa
- Grandi banche nazionali	75,4	15,5	64,3	79,8	15,4	20,2
- Banche Popolari	36,0	11,8	49,9	61,7	32,8	38,3
- Casse Rurali/Banche di Credito Cooperativo	25,7	13,9	73,5	87,4	8,0	12,6
- Banche internazionali presenti in Italia	13,5	-	82,4	82,4	8,8	17,6
- Società di factoring	4,4	-	73,3	73,3	26,7	26,7
- Società di leasing	4,3	-	63,8	63,8	36,2	36,2
- Confidi	3,2	-	63,3	63,3	36,7	36,7
- Istituto di credito a medio termine (mediocredito)	2,6	-	39,7	39,7	60,3	60,3
- Altro	5,8	20,5	79,5	100,0	-	-
V.a. rispondenti	64					
v.a. risposte	109					
Numero medio di risposte per singolo intervistato	1,7					

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine *Ermeneia* – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Se invece si passa ai giudizi di tipo negativo o comunque critico si vede come vengano condivise (da più del 60% e sino all'80%) una prima serie di affermazioni che concernono la capacità delle banche di interpretare un ruolo coerente con la “mutazione” in corso, la quale non può riguardare solo le imprese bensì anche il sistema del credito, viste anche le opinioni espresse a tale proposito dagli intervistati (cfr. terza colonna della seconda parte della tabella 30):

- gli istituti tendono ad offrire finanziamenti alle aziende capitalizzate e che vanno bene, ma stentano ad esporsi verso le imprese del grande comparto centrale (tra quelle polarizzate in alto e quelle polarizzate in basso) che pure presentano buone potenzialità e progetti di sviluppo per il futuro (80,0% di consensi), mentre tendono ad “inseguire” le aziende che in fondo hanno meno bisogno di sostegno bancario (75,8%): il risultato è che le banche non riescono ad essere un vero partner per l'azienda (68,2%), in quanto non sembrerebbero reagire in maniera coerente con la “mutazione” sopra richiamata, la quale richiede un salto di qualità nell'approccio e nelle risposte da parte delle banche stesse;
- senza contare che è facile cadere nelle modalità consolidate di comportamento in quanto le banche finiscono per chiedere più garanzie di quanto erano solite fare una volta (per il 48,8% degli intervistati), a cui si aggiunge il fatto che il *rating* dato all'azienda cambia da una banca all'altra, mostrando anche i limiti dello strumento (45,5%);
- a questo si aggiunga che le banche, specie quelle locali, sono state talvolta mal gestite come i fatti di cronaca hanno ricordato in tempi recenti (69,9% di consensi) così da far dire agli intervistati che “le banche predicano bene, ma razzolano male” (62,7%);
- e infine una notazione importante riguarda i Confidi che sono diventati, secondo gli intervistati, sempre più simili alle banche, con una loro difficoltà nel gestire i rischi, con una forte attenzione a fare business per se stessi, con costi elevati e con burocrazia crescente, a cui si aggiungerebbe l'esigenza di disporre di “buone relazioni” per poter effettivamente accedere ai servizi (63,0% di consensi).

Infine è anche il caso di ricordare come le aziende a loro volta siano costrette a “fare da banca” ai *retailer* che oggi sono in difficoltà, visto l'andamento del mercato interno (63,0% di consensi).

Tab. 30 – Valutazioni degli intervistati circa il sistema bancario (val. %)

	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Molto+ Abbastanza d'accordo	Poco + Per niente d'accordo	Non saprei
<i>Affermazioni positive</i>					
- Sono diminuiti i tassi richiesti dalle banche per i finanziamenti e quindi oggi conviene chiedere dei prestiti	17,8	42,4	60,2	15,0	24,8
- Le banche hanno ripreso a concedere mutui	8,3	35,3	43,6	17,8	38,6
- Le grandi banche stanno lentamente “tornando al territorio” (è aumentata la facoltà di concedere credito, anche per importi consistenti, da parte delle filiali)	17,0	22,3	39,3	27,0	33,7
- Le banche fanno lavorare bene l'azienda qualora quest'ultima abbia un accordo produttivo con le grandi griffe	7,6	25,2	32,8	16,9	50,3
- Le banche hanno alleggerito le pratiche per l'incasso dei crediti	-	12,6	12,6	36,9	50,5
<i>Affermazioni negative</i>					
- Le banche offrono finanziamenti alle aziende capitalizzate che vanno bene, ma stentano ad esporsi verso le imprese che pure presentano buone potenzialità e progetti di sviluppo per il futuro, ma che non sono abbastanza capitalizzate	31,2	48,8	80,0	2,6	17,4
- Ci sono due tipi di situazioni: aziende che chiedono ma non ottengono facilmente finanziamenti dalla banca ed aziende che sono “inseguite” dalle banche che offrono finanziamenti, anche se le imprese non ne hanno bisogno	33,9	41,9	75,8	5,7	18,5
- Le banche non riescono ad essere un vero partner per l'azienda a tutti gli effetti	26,1	42,1	68,2	4,9	26,9
- Le banche non sono preparate a gestire l'attuale situazione di crisi che le aziende attraversano	25,3	38,0	63,3	6,5	30,2
- Le banche chiedono garanzie più di quanto erano solite fare una volta	24,0	24,8	48,8	17,2	34,0
- Il rating dato all'azienda cambia da una banca all'altra	15,5	30,0	45,5	24,9	29,6
- Le banche (specie quelle locali) sono state talvolta mal gestite, come i fatti di cronaca hanno dimostrato	35,2	34,7	69,9	2,1	28,0
- Le banche predicano bene, ma razzolano male	25,2	37,5	62,7	3,4	33,9
- I Confidi sono diventati a loro volta come le banche: non sanno gestire i rischi, vogliono innanzitutto fare business (i costi sono alti) e spesso si sono burocratizzati (e non di rado contano le “relazioni”)	34,0	29,0	63,0	4,8	32,2
- La verità è che spesso le aziende fanno da banca ai negozianti che oggi sono in difficoltà, visto l'andamento del mercato interno	45,4	17,6	63,0	5,5	31,5

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016

2.3. La necessità di una relazionalità a più soggetti in tema di finanziamento delle imprese

A conclusione delle domande riguardanti specificamente le relazioni banca-impresa si è anche voluto raccogliere le opinioni degli imprenditori su alcune esigenze/proposte, volte a migliorare tali relazioni.

Nella tabella 31 sono stati raccolti i giudizi espressi dagli intervistati, a loro volta posti a confronto (ove possibile) con gli analoghi giudizi registrati in occasione del precedente Shoe Report.

Il primo gruppo di esigenze/proposte ha a che fare con una valutazione più appropriata del merito di credito, da cui si vede come (cfr. tabella 31, terza colonna):

- a) si avverta fortemente la necessità di applicare un *rating* aziendale che sappia tener conto ad un tempo di tre aspetti e cioè:
 - della storia e delle potenzialità dell’impresa oltre che del valore dell’iniziativa per cui si chiede il finanziamento (92,9% di accordo);
 - del valore specifico del “Progetto” per cui si vorrebbe una concessione di credito (88,5% di consensi);
 - ma anche della reputazione del “Soggetto” che presenta la richiesta di finanziamento, in modo da tener conto del profilo dell’imprenditore oltre che dell’affidabilità e delle potenzialità dell’azienda (il livello di consenso in questo caso è più contenuto ma non trascurabile: 56,6%);
- b) e ancora di più si sposi con convinzione lo sviluppo del “*rating* di filiera”, rivolto a quelle imprese che lavorano con aziende più grandi che a loro volta sono in grado di godere di un merito di credito più elevato, col risultato di migliorare l’accesso al credito anche per le aziende minori presenti all’interno della filiera (93,5% di consensi): è quanto può/potrebbe avvenire nel caso, ad esempio, di aziende che lavorano per le grandi *griffe* e soprattutto dovrebbe costituire una logica applicazione del *rating* nel caso delle Reti di impresa, in cui convivono una serie di aziende più piccole, con un’azienda capofila più forte e robusta e quindi portatrice di un merito di credito più elevato;
- c) e infine si registri un’intensificazione del livello di accordo tra il 2015 e il 2016, almeno nei casi in cui i dati sono disponibili (si confronti a tale proposito il primo e l’ultimo item della prima sezione della tabella 31).

Il secondo gruppo di esigenze/proposte riprende un tema delicato e peraltro fondamentale per i rapporti banca-impresa, quello di una maggiore attenzione effettiva per l’economia reale da parte del sistema bancario. Si tratta (cfr. tabella 31, terza colonna):

- a) di prendere in considerazione l'effettiva distribuzione delle imprese a seguito della polarizzazione che la crisi ha indotto, visto che c'è una quota all'incirca del 20% di imprese dinamiche, una successiva pari al 60% di imprese al cui interno ci sono molte potenzialità da scoprire e su cui scommettere e c'è infine la restante parte di imprese (20% circa) che sono effettivamente più fragili. Ma questo richiede che il sistema bancario non rincorra esclusivamente le aziende che non hanno bisogno di credito ulteriore (perché ben capitalizzate o in grado di generare flussi di cassa più che adeguati), bensì è importante saper meglio valutare il merito di credito di quelle aziende intermedie che presentano un potenziale reale di sviluppo e che hanno buoni progetti di crescita e di investimento (86,4% di consensi!);
- b) come pure è importante che il sistema bancario sappia effettivamente “tornare all'economia reale” come essa oggi è diventata e soprattutto come può ancora diventare grazie alla capacità reattiva delle imprese: la conseguenza è che anche le banche debbono “reinventarsi” come impresa (se vogliono – tra l'altro – rimpinguare il loro Conto Economico dopo la drastica riduzione dello *spread* tra tassi attivi e tassi passivi), conoscendo e interpretando meglio le potenzialità dei clienti, assumendo i rischi opportuni e diventando partner effettivi delle aziende (85,4% di consensi!).

Il terzo gruppo di esigenze riguarda l'importanza di aprire la prospettiva delle aziende, non limitandosi solamente al credito bancario ma guardando anche alla finanza di origine extrabancaria che oggi sta sviluppandosi e di cui il nostro sistema di imprese avrebbe fortemente bisogno, vista la sottocapitalizzazione delle aziende e quindi il sovraricorso al finanziamento di tipo bancario (che finisce con l'essere l'80%-90% mediamente per le imprese italiane, contro il 50% della media europea e il 30% della media degli Usa). A tale proposito gli intervistati nel terzo gruppo di item (cfr. sempre tabella 31, terza colonna):

- a) riconoscono la necessità di sviluppare un sistema di finanziamento extrabancario, anche tramite l'ingresso nel capitale dell'azienda da parte di investitori finanziari esterni come ad esempio i Fondi: il 46,8% degli intervistati apre in tal senso, almeno sul piano teorico, a conferma del livello di “consapevolezza” se non proprio di “comportamenti” come si vedrà più avanti, da parte degli imprenditori;
- b) in particolare, in tema di finanziamento extrabancario, guardano anche ai *bond* aziendali (almeno per le aziende più strutturate) e ai *bond* di distretto (per quelle di minori dimensioni): e qui il livello di consenso risulta un po' minore rispetto al caso precedente, ma non certo marginale (39,4%), confermando quanto appena ricordato in chiave di consapevolezza se non

di apertura operativa rispetto a tali strumenti. Peraltro sull'argomento esiste non solo un livello di consenso più basso (il minimo rispetto a tutti quelli indicati all'interno della tabella 31), ma anche in diminuzione rispetto al 2015 quando esso toccava il 45,5% degli intervistati, a conferma anche di qualche difficoltà vissuta o di cui si è avuta conoscenza sulla base di esperienze di altre aziende per quanto riguarda in particolare i *bond* di distretto.

L'ultimo gruppo di esigenze/proposte riguarda specificamente le imprese piuttosto che il sistema bancario, poiché le risorse finanziarie hanno bisogno di uno sviluppo di una "relazionalità a più soggetti" che riesca a crescere di tono negli atteggiamenti e nei comportamenti di tutti i protagonisti. E a tale proposito bisogna dire che, almeno sul piano del dichiarato, gli imprenditori ammettono pienamente come (cfr. tabella 31, terza colonna):

- a) sia assolutamente necessario che le aziende migliorino la loro cultura di gestione per quanto riguarda in particolare gli aspetti economico-finanziari (92,5% di consensi!);
- b) ma sia anche importante che le imprese vengano aidate (in particolare dai sistemi associativi) a comprendere meglio cosa è diventato effettivo oggi e cosa potrà diventare in prospettiva il sistema calzaturiero italiano, al di là dell'impegno quotidiano che assorbe il tempo del capo-azienda, il quale ha però bisogno di ragionare anche sul medio periodo (76,9% di consensi, con un incremento rispetto all'anno precedente di più di 4 punti percentuali, a conferma dell'importanza degli aspetti conoscitivi e degli aspetti strategici di sviluppo dell'impresa).

Una verifica delle eventuali differenze di opinioni rispetto ai giudizi espressi in merito alle affermazioni contenute nella tabella 31 può essere effettuata consultando le risposte articolate ottenute tenendo conto delle varie componenti del panel (cfr. *Tablelle A31 e B31 dell'Allegato statistico*).

Tab. 31 – Alcune proposte in tema di rating e di finanza per le imprese (val. %)

Proposte	Molto d'accordo		Abbastanza d'accordo		Molto + Abb. d'accordo		Poco + Per niente d'accordo		Non saprei	
	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016
UNA VALUTAZIONE PIU' APPROPRIATA DELLE IMPRESE										
- Bisogna sviluppare col sistema bancario (e successivamente applicare) un rating aziendale che tenga conto anche della storia, delle potenzialità dell'impresa oltre che del valore dell'iniziativa per cui si chiede il finanziamento	53,2	42,8	26,0	50,1	79,2	92,9	9,1	2,5	11,7	4,6
- Bisogna sviluppare un sistema bancario che sappia effettivamente valutare il "Progetto" per cui l'impresa chiede un finanziamento	-	34,6	-	53,9	-	88,5	-	4,0	-	7,5
- Bisogna sviluppare un sistema bancario che sappia valutare anche il "Soggetto" che presenta la richiesta di finanziamento (tenendo conto della storia e della reputazione dell'imprenditore oltre che dell'affidabilità e delle potenzialità dell'azienda)	-	23,3	-	33,3	-	56,6	-	20,0	-	23,4
- Bisogna sviluppare col sistema bancario un "rating di filiera", diretto alle imprese che lavorano con aziende più grandi, in grado di ottenere un rating più elevato, aumentando così il merito di credito anche per le aziende più piccole presenti nella filiera	16,9	54,3	45,4	39,2	62,3	93,5	14,3	1,1	23,4	5,4
UN'ATTENZIONE MAGGIORE PER L'ECONOMIA REALE										
- Bisogna che il sistema bancario non rincorra solo le aziende che non hanno bisogno di credito (perché capitalizzate e/o con flussi di cassa adeguati), bensì sappia valutare il merito di credito di quelle imprese che presentano un potenziale reale di sviluppo e con adeguati progetti di crescita	-	40,4	-	46,0	-	86,4	-	2,3	-	11,3
- Bisogna che il sistema bancario sappia "tomare all'economia reale" come oggi essa è diventata e soprattutto come può ancora diventare grazie al rafforzamento e allo sviluppo delle imprese: anche le banche devono "reinventarsi" come impresa dopo l' esaurimento dello spread tra tassi attivi e tassi passivi, ascoltando di più i clienti, assumendo dei rischi opportuni e diventando partner effettivi delle aziende (anche perché bisognerà, come banche, migliorare i risultati sul piano del Conto Economico)	-	42,6	-	42,8	-	85,4	-	1,1	-	13,5

./.

(Segue) Tab. 31 – Alcune proposte in tema di rating e di finanza per le imprese (val. %)

Proposte	Molto d'accordo		Abbastanza d'accordo		Molto + Abb. d'accordo		Poco + Per niente d'accordo		Non saprei	
	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016	Check-up genn. 2015	Check-up luglio 2016
L'IMPORTANZA DELL'EXTRABANCARIO										
– Bisogna sviluppare il sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, anche tramite l'ingresso nel capitale da parte di investitori finanziari esterni, come ad esempio i Fondi	-	6,6	-	40,2	-	46,8	-	19,9	-	33,3
– Bisogna sviluppare il sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, utilizzando anche i <i>bond</i> aziendali (per le aziende più strutturate) e i <i>bond</i> di distretto (per quelle di minori dimensioni)	18,2	14,4	27,3	25,0	45,5	39,4	23,4	22,3	31,1	38,3
UNA MIGLIORE PREPARAZIONE DELLE AZIENDE										
– Le aziende a loro volta devono migliorare la loro cultura di gestione per quanto riguarda gli aspetti economico-finanziari	-	41,6	-	50,9	-	92,5	-	2,1	-	5,4
– Bisogna aiutare le imprese a comprendere cosa è diventato oggi e cosa diventerà in prospettiva il sistema calzaturiero italiano, al di là della routine che assorbe il tempo quotidiano del capo-azienda	35,1	42,5	37,6	34,4	72,7	76,9	7,8	5,2	19,5	17,9

(1) Cfr. Shoe Report/2015, pag. 129.

Fonte: *Indagine Ermenegildo Zegna – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzatuturifici, 2016*

3. Il possibile ricorso all'extrabancario

3.1. Un'apertura ancora modesta, ma consapevole della possibile presenza di un investitore finanziario nel capitale dell'impresa

Nella tabella 31 del precedente paragrafo gli imprenditori intervistati mostrano di possedere una discreta consapevolezza (nel 46,8% dei casi) circa l'esigenza di utilizzare anche un sistema di finanziamento extrabancario che preveda l'intervento eventuale dei Fondi di investimento nel capitale aziendale, cui si aggiunge una più prudente apertura (teorica) nei confronti dei *bond* aziendali o di distretto (39,4%).

Ma cosa succede se dal livello di "consapevolezza" si passa al livello di "comportamenti" più concreti a tale proposito?

La tabella 32 fornisce una prima idea sul tema, la quale mostra come il passaggio all'azione sia assai più contenuto, anche se non del tutto assente, visto che:

- 1 intervistato su 5 (20,7%) dichiara di aver preso in considerazione la possibile apertura del capitale sociale agli investitori finanziari (come i Fondi) in passato oppure attualmente oppure ancora pensa di prenderlo in considerazione per il futuro: è del tutto evidente la differenza tra ciò che si è fatto sino ad oggi (non più del 3,0% degli intervistati) e ciò che si pensa di fare in futuro (17,7%);
- tanto più che un ulteriore 53,1% dichiara di non aver valutato tale opportunità sino ad oggi, ma non esclude in linea di principio di affrontare il tema;
- e, per finire, un ultimo 26,2% esclude del tutto di considerare tale possibilità in prospettiva.

Tenendo conto della proporzione trascurabile di imprenditori che quanto meno hanno preso in considerazione l'argomento sino ad oggi (il 3% sopra menzionato), bisognerebbe fare delle ipotesi su quel 17,7% ulteriore ("Sì,

prenderò in considerazione per il futuro”) e sull’altro 53,1% (“No, non ho preso in considerazione sino ad oggi”), nel cui ambito qualcosa potrebbe muoversi. Come si vede anche in tal caso si trovano – non per pura coincidenza – tre fasce entro cui collocare gli imprenditori:

- quella di un 20,7% relativamente più aperto per quanto riguarda l’ipotesi di intervento dei Fondi nel capitale aziendale;
- quella di un 53,1% entro cui individuare eventualmente qualcuno che possa essere intenzionato “a passare all’azione” prima o dopo;
- ed infine quella di un 26,2% che risulta totalmente estranea al tema.

Tutto ciò ribadisce – sia pure *sui generis* – la distribuzione di imprese tra quelle più dinamiche, quelle che si trovano nella fase intermedia che rappresenta la maggioranza e quelle che invece sono più prudentemente legate alle modalità consolidate nel campo specifico qui trattato.

Tab. 32 – Interesse degli intervistati circa la possibile apertura del capitale sociale agli investitori finanziari (val. %)

Risposta	%
– Sì, ho preso in considerazione in passato	1,8
– Sì, sto prendendo in considerazione attualmente	1,2
– Sì, prenderò in considerazione per il futuro	17,7
– No, non ho preso in considerazione sino ad oggi	53,1
– No, non prenderò in considerazione per il futuro	26,2
Totale	100,0
v.a.	66

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Le aziende relativamente più “aperte” nei confronti degli investitori istituzionali sono:

- da un lato, quelle di dimensione grande e/o medio-grande con corrispondente fatturato (ma anche con qualche interesse da parte di imprese con fatturati medio-piccoli o piccoli), quelle che sono abituate a lavorare per le *griffe* (anche perché esse sono già ampiamente socializzate al tema), ma pure quelle che lavorano solo per il mercato, quelle più mature in quanto operano da oltre vent’anni rispetto a quelle più giovani, nonché le imprese che si trovano in una fase impegnativa di riposizionamento e di trasformazione profonda (cfr. *Tabella A32 dell’Allegato statistico*);
- e dall’altro, le aziende che hanno un rapporto difficile con le banche oppure, al contrario, quelle che non hanno bisogno del credito bancario (cfr. *Tabella B32 dell’Allegato statistico*).

Allo scopo di comprendere meglio l’atteggiamento delle aziende intervistate si è anche voluto chiedere la loro opinione circa il ruolo che può

svolgere un investitore finanziario (come ad esempio i Fondi) che entri nel capitale di rischio (tab. 33). Le risposte, al netto di coloro che non hanno espresso alcuna opinione in proposito (18,5%), possono essere raggruppate in due sottoinsiemi: quello che raccoglie gli orientamenti positivi (in neretto nella tabella 33) e quello avente un orientamento negativo (in corsivo sempre nella tabella 33).

Gli orientamenti del primo tipo risultano comunque prevalenti, a conferma di un buon livello di consapevolezza, presente tra gli imprenditori, di dover esplorare anche l'ambito extrabancario e non solo quello strettamente bancario.

Per essere più precisi:

- a) gli orientamenti sostanzialmente positivi sono riportabili al riconoscimento che l'intervento di un eventuale investitore finanziario esterno (le percentuali sono al netto di chi non sa rispondere):
 - può fornire capitali per la crescita dell'azienda (1° posto, col 61,8% di adesioni);
 - può contribuire anche a realizzare una strategia più incisiva di crescita (2° posto, col 47,3% di adesioni) o quanto meno a predisporre una strategia di crescita più incisiva (7° posto, col 21,8% di adesioni);
 - può dare un contributo positivo alla managerializzazione dell'azienda, di cui le piccole imprese hanno particolarmente bisogno per compiere un salto significativo in avanti (3° posto, col 38,2% di adesioni) oppure può aiutare il riequilibrio finanziario dell'azienda (8° posto, col 16,4% di adesioni);
 - ma, reazione molto importante, può dare un contributo positivo qualora il Fondo sia effettivamente adeguato per l'azienda, nel senso che sappia tener conto delle specifiche caratteristiche ed esigenze di quest'ultima (5° posto, col 34,5% di adesioni);
- b) mentre gli orientamenti negativi o prudenti sono riportabili ai seguenti tre:
 - il timore di "intrusione" nella gestione aziendale (collocato – si badi bene – al 4° posto, col 36,4% di adesioni);
 - a questo si aggiunge il rischio percepito di poter perdere il controllo in prospettiva della propria azienda (6° posto, col 30,3% di adesioni);
 - ed infine emerge una diffidenza di tipo più generale nei confronti di un potenziale investitore esterno, dovuta all'immagine che i Fondi hanno sul piano dell'aggressività o della non attenzione sufficiente per l'azienda cui si rivolgono (9° posto, col 16,4% di adesioni).

Tab. 33 – Reazione dell'intervistato circa il ruolo che può svolgere un eventuale investitore finanziario che entri nel capitale di rischio della Sua azienda (val. %)

Reazioni		Totale	Al netto di chi non sa rispondere
– Può fornire dei capitali per la crescita e lo sviluppo dell'azienda	1°	50,2	61,8
– Può contribuire a realizzare una strategia più incisiva di crescita	2°	38,1	47,3
– Può dare un positivo contributo alla managerializzazione dell'azienda	3°	31,7	38,2
– Suscita timori di intrusione nella gestione aziendale	4°	30,1	36,4
– Può dare un contributo positivo se il Fondo è effettivamente “adeguato” per l'azienda, nel senso che sa tener conto delle specifiche caratteristiche ed esigenze di quest'ultima	5°	27,7	34,5
– C'è il rischio di perdere il controllo in prospettiva dell'azienda	6°	24,9	30,3
– Può aiutare la predisposizione di una strategia di crescita più incisiva	7°	17,8	21,8
– Può aiutare il riequilibrio finanziario dell'azienda	8°	14,1	16,4
– Resta un fondo di diffidenza verso l'arrivo di un investitore, anche per l'immagine che questi stessi hanno	9°	13,3	16,4
– Non saprei rispondere		18,5	-
V.a. rispondenti		67	55
V.a. risposte			167
Numero medio di risposte per singolo intervistato			3,0

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzaturifici, 2016*

Nell'insieme si può dire che tendono a prevalere per l'appunto le reazioni di tipo positivo rispetto a quelle di tipo negativo e prudentiale, anche se è comprensibile che le modeste esperienze avute in tema di investitori esterni non permettano un giudizio più approfondito. E, viceversa, la non ancora sufficiente esperienza degli investitori istituzionali nell'ambito delle piccole aziende corre il rischio a sua volta di non favorire la crescita di sintonia con queste ultime.

Le reazioni positive sembrano far capo soprattutto alle aziende relativamente meno esportative, a quelle che lavorano sia per le *griffe* che per il mercato e che sono uscite o quasi dalla crisi (cfr. *Tabella A33 dell'Allegato statistico*); ma anche a quelle aziende che hanno un buon rapporto col sistema bancario, come è abbastanza ovvio e che mostrano un certo interesse nei confronti della possibile apertura del capitale agli investitori finanziari (cfr. *Tabella B33 dell'Allegato statistico*).

Mentre le reazioni negative vengono prevalentemente manifestate dalle aziende piccolissime e relativamente meno esportative, da quelle più giovani

e che si trovano ad aver adottato una strategia di attesa/adattamento ma non ancora di movimento, cui si aggiungono le imprese che non sono state interessate per nulla dalla crisi (cfr. *Tabella A33 dell'Allegato statistico*); ma le reazioni prudenti e/o negative possono far capo anche ad una parte delle aziende intervistate che si dichiarano soddisfatte del sistema bancario (non sembri contraddittorio, poiché l'apertura del capitale costituisce pur sempre un problema per la nostra cultura imprenditoriale) come pure alle aziende che decisamente non sono interessate all'intervento di investitori finanziari (cfr. *Tabella B33 dell'Allegato statistico*).

3.2. La partecipazione di minoranza come opzione prevalente

Si è poi chiesto agli intervistati se, tenuto conto della loro specifica realtà di impresa, accetterebbero e a quali condizioni (almeno in linea di principio) un intervento nel capitale della medesima da parte di un investitore finanziario esterno come ad esempio un Fondo (tab. 34).

Come è possibile verificare le risposte innanzitutto confermano come più di metà degli intervistati (53,4%) non desideri orientarsi verso eventuali investitori finanziari che entrano nel capitale dell'azienda.

Ma la parte restante che comunque costituisce il 46,6% del totale appare invece essere più possibilista, almeno in linea teorica.

Tab. 34 – Preferenze dell'intervistato circa un eventuale intervento nel capitale dell'azienda da parte di un investitore finanziario (val. %)

<i>Risposta</i>	<i>Totale risposte</i>	<i>Risposte al netto dei "No"</i>
- Sì, ma preferirei una presenza dell'investitore con una quota di minoranza	27,8	59,7
- Sì, potrei anche accettare una quota di maggioranza, ma a certe specifiche condizioni	18,8	40,3
- No, preferirei non orientarmi affatto verso l'ingresso di investitori finanziari nel capitale dell'impresa	53,4	-
Totale	100,0	100,0
v.a.	63	29

Fonte: *indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Anche se questa componente tende a suddividersi in due parti (cfr. seconda colonna della tabella 34) e cioè:

- un 59,7% che preferirebbe una presenza di investitori con una quota di minoranza nel capitale aziendale;

- e un 40,3% che invece potrebbe anche accettare una quota di maggioranza ma a certe specifiche condizioni.

Del resto bisogna pur tener presente che la “prudenza” da parte degli intervistati trova riferimento sul livello modesto di conoscenza degli strumenti finanziari, da un lato ma anche dal fatto che solo il 5,8% degli imprenditori dichiara di aver avuto un’esperienza diretta di investitori finanziari esterni nel capitale, ma ricavandone una scarsa o nulla soddisfazione (tab. 35).

Tab. 35 – Esperienza eventuale di ingresso di investitori finanziari esterni nel capitale dell’impresa e relativo livello di soddisfazione (val. %)

Risposta	%
– Sì, con soddisfazione	-
– Sì, con parziale soddisfazione	-
– Sì, con scarsa o nulla soddisfazione	5,8
– No, non ho avuto alcuna esperienza diretta	94,2
Totale	100,0
v.a.	64

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Ma quali sono gli intervistati che sia pure solo in linea di principio per il momento potrebbero orientarsi verso l’intervento di investitori esterni, secondo quanto affermato dal 46,6% indicato nella precedente tabella 34?

Si tratta preferibilmente di imprenditori, titolari:

- di aziende aventi una dimensione grande e/o media (*qualora si tratti di partecipazioni al capitale con una quota di minoranza*), con un bilancio di analoghe dimensioni, di quelle non necessariamente superesportative, di quelle che lavorano per le *griffe* ma anche per il mercato, di quelle più mature in quanto operative da più tempo e impegnate in un’operazione di riposizionamento/metamorfosi (cfr. *Tabella A34 dell’Allegato statistico*); ma anche di aziende che sono poco soddisfatte dei rapporti col sistema bancario o che, al contrario, non lo utilizzano per nulla (cfr. *Tabella B34 dell’Allegato statistico*);
- ma anche di aziende per lo più complementari (*ma questa volta in favore di una partecipazione con una quota di maggioranza*) qualora si tratti di imprese piccole e/o piccolissime, con un’analoga dimensione di bilancio, ma anche di imprese fortemente esportative che già hanno avuto esperienza – come nel caso precedente – di lavorare per le *griffe* e di aziende più giovani che ormai sono fuori dalla crisi o che non sono state affatto interessate da quest’ultima (cfr. sempre *Tabella A34 dell’Allegato statistico*).

Viceversa le imprese che non sono affatto orientate verso l’ingresso di investitori finanziari nel capitale dell’azienda sono soprattutto – e in via per lo più complementare – quelle di piccole o di piccolissime dimensioni, con

un'analoga dimensione di bilancio, quelle che lavorano indifferentemente per le *griffe* o per il mercato, quelle che possono essere o non esserne state affatto interessate (cfr. *Tabella A34 dell'Allegato statistico*); come pure quelle aziende che non hanno bisogno o comunque non utilizzano il sistema bancario (cfr. *Tabella B34 dell'Allegato statistico*).

In ogni caso quali sono le ragioni in base alle quali gli intervistati hanno preso o potranno prendere in considerazione l'apertura del capitale ad investitori finanziari esterni?

Le risposte in proposito sono contenute nella tabella 36 che distingue da un lato, tra il passato e il futuro e dall'altro, tra le risposte totali e le risposte al netto di chi non ha preso o non prenderà mai in considerazione l'opportunità di ingresso di soggetti esterni nella compagine aziendale.

Le ragioni esposte nella tabella 36 consentono di avanzare le considerazioni seguenti:

- a) innanzitutto esiste un miglioramento evidente circa il rapporto tra l'orientamento negativo e l'orientamento positivo/possibilista qualora si metta a confronto il passato col futuro: infatti nel primo caso il 69,8% degli intervistati non ha considerato per nulla l'opzione dell'investitore esterno, ma per il futuro tale percentuale scende al 45,6%;
- b) le ragioni del passato tendono ad "addensarsi" maggiormente attorno alle prime 4 esposte, mentre risultano più "distribuite" nel caso si consideri la prospettiva futura;
- c) per essere più precisi le buone ragioni che stanno alla base dell'apertura del capitale agli investitori finanziari esterni mostrano un altro ordine di priorità se si passa da quelle espresse per il passato a quelle espresse per il futuro, nel senso che le prime 3 per il passato (rafforzare il capitale, aumentare la capacità di autofinanziamento e superare le difficoltà di accedere al credito) passano rispettivamente dalla prima alla terza posizione, dalla seconda alla quarta e dalla terza alla sesta cioè diventano relativamente meno importanti. Mentre acquistano peso innanzitutto il finanziamento di nuovi investimenti che non era contemplato nel passato ma che invece occupa il 1° posto per il futuro, quindi il sostegno del passaggio generazionale che sale dal 4° posto del passato al 2° posto per il futuro e infine rendere più agevole il passaggio di proprietà che non contava per il passato mentre occupa il 5° posto per il futuro.

In sintesi si potrebbe affermare che il futuro suscita ragioni più "strategiche" di trasformazione delle situazioni pregresse (nuovi investimenti, ricambio generazionale, passaggio di proprietà), mentre le ragioni prevalenti del passato erano più di tipo "gestionale" (rafforzare il capitale, aumentare l'autofinanziamento, trovare alternative all'accesso al credito).

Tab. 36 – Ragioni in base alle quali l'azienda ha preso o potrà prendere in considerazione l'apertura del capitale agli investitori finanziari esterni (val. %)

Ragioni	In passato		In futuro	
	Risposte totali del panel	Risposte al netto di chi rifiuta comunque l'apertura	Risposte totali del panel	Risposte al netto di chi rifiuta comunque l'apertura
- Tale opzione non è stata/non sarà presa in considerazione	69,8	-	45,6	-
- Per rafforzare il capitale dell'azienda	22,4	1° 76,9	10,5	3° 18,5
- Per far fronte a flussi di cassa non soddisfacenti che richiedono una maggiore capacità di autofinanziarsi	16,3	2° 53,8	9,1	4° 18,5
- Per le difficoltà di accedere al credito	15,1	3° 53,8	7,4	6° 14,8
- Per aiutare il passaggio generazionale	13,1	4° 46,2	11,7	2° 22,2
- Per altre ragioni	1,3	5° 7,7	3,8	7° 7,4
- In vista di finanziare nuovi investimenti	-	-	29,5	1° 55,6
- Per rendere più agevole il passaggio di proprietà	-	-	9,5	5° 18,5
v.a. rispondenti	44	13	50	27
v.a. risposte	-	31	-	42
n. medio di risposte per singolo intervistato	-	2,4	-	1,6

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Le eventuali differenze di opinione rispetto alle componenti del panel per ciò che concerne la possibilità di prendere in considerazione in futuro l'apertura del capitale agli investitori esterni, vengono illustrate dalle *Tabelle A36.2 e B36.2 dell'Allegato statistico*.

3.3. I *bond* come strumento poco conosciuto e ritenuto poco appropriato

L'ultima domanda del questionario utilizzata nel corso del presente commento è quella relativa alla possibilità di utilizzare dei *bond* aziendali o di distretto (tab. 37).

Posto che il 48,1% degli intervistati dichiara di non conoscere o di non conoscere abbastanza tale strumento (e già questo rappresenta un'informazione importante qualora si voglia allargare la prospettiva delle piccole-medie aziende in termini di sostegno finanziario extrabancario), resta vero il fatto che anche la parte restante degli intervistati (pari al 51,9%) rappresenta una componente che risulta portatrice di una certa "consapevolezza", ma comunque non con "esperienza" in senso vero e proprio. Infatti le risposte, al netto di coloro che non sconoscono lo strumento dei *bond*, mostrano:

- da un lato che la parte preponderante degli intervistati che affermano di conoscere tali strumenti (il 71,9%) non ha valutato, almeno sino ad oggi, l'opportunità di utilizzare lo strumento sia esso di tipo aziendale o riferito al distretto;
- e dall'altro che gli intervistati che hanno provato ad informarsi almeno sul tema, avendo compiuto perciò qualche passo in più, ritengono comunque che i *bond* non possano essere utili per l'azienda a causa di una serie di ragioni come le dimensioni della medesima, il costo di accesso allo strumento, le procedure richieste e così via (25,0%).

La non conoscenza dello strumento *bond* risulta più pronunciata rispetto alla media del campione nel caso delle aziende piccolissime (come è abbastanza ovvio), di quelle non particolarmente esportative e di quelle più giovani e fortemente impegnate in una fase di strategia di riposizionamento/trasformazione attiva (cfr. *Tabella A37 dell'Allegato statistico*); ma esiste anche una correlazione positiva con la non conoscenza di *bond* da parte delle aziende che hanno un rapporto non soddisfacente col sistema bancario, ma che hanno provato ad informarsi, verificando come tali strumenti (a loro parere) non siano utili all'azienda a causa delle dimensioni che essa presenta, del costo eccessivo dello strumento o delle procedure troppo complesse richieste (cfr. *Tabella B37 dell'Allegato statistico*).

Tab. 37 – Valutazione da parte dell'azienda della possibilità di utilizzare la formula dei bond aziendali e/o dei bond di distretto (val. %)

Valutazione	Totale	Al netto di coloro che non conoscono lo strumento dei Bond
– Non conosco o non conosco abbastanza lo strumento dei <i>bond</i>	48,1	-
– Conosco lo strumento <i>bond</i> , ma non ho valutato sino ad oggi l'opportunità di utilizzarlo (sia che si tratti di <i>bond</i> aziendale o di <i>bond</i> di distretto)	37,9	71,9
– Ho provato ad informarmi, ma i <i>bond</i> non mi sembrano utili all'azienda (per le dimensioni di essa, per il costo di accesso allo strumento, per le procedure richieste, ecc.)	13,1	25,0
– Altro	0,9	3,1
Totale	100,0	100,0
v.a.	62	32

Fonte: indagine Ermenea – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Mentre le imprese che dichiarano di conoscere lo strumento *bond* ma che non hanno ancora valutato ad oggi la possibilità di utilizzarlo (sia esso di tipo aziendale o distrettuale) sono essenzialmente le aziende grandi o almeno medie, quelle fortemente esportative che spesso lavorano con le *griffe*, nonché quelle che risultano estranee alla crisi perché ormai ne sono uscite o non ci sono mai entrate (cfr. *Tabella A37 dell'Allegato statistico*); ma possono essere anche le aziende che, avendo un buon rapporto col sistema bancario, possono avere la necessità o il desiderio di esplorare anche altre vie alternative in tema di finanziamenti (cfr. *Tabella B37 dell'Allegato statistico*).

Al di là dello strumento *bond* il ricorso all'extrabancario appare essere oggi utile e, in certe situazioni, assolutamente necessario per tante ragioni, ammesse peraltro anche dagli intervistati, come è emerso nelle pagine precedenti. La ragione fondamentale è che le imprese italiane nel loro complesso si caratterizzano per una forte dipendenza dal credito bancario, come mostrano i dati che seguono, i quali esprimono la quota percentuale dei debiti bancari sul totale dei debiti finanziari delle imprese (anno 2013), secondo quanto ricorda Bankitalia:

- Italia 64,2%;
- Germania 50,9%;
- Spagna 46,2%;
- Area Euro 45,5%;
- Francia 38,3%;
- Regno Unito 29,6%;
- Usa 29,1%.

Ma c'è anche una seconda ragione che risulta legata all'esigenza di far crescere quella che viene definita come Industria 4.0, per la quale occorre pervenire ad un *upgrading* dimensional-funzionale, tanto più che la quota

degli investimenti da parte delle aziende italiane nel loro insieme rispetto a quelle europee si è ridotta di oltre il 10% nel periodo 2010-2014².

A questo punto tuttavia è bene ricordare una terza ragione del tutto particolare, quella che fa capo ad un paradosso molto evidente. Infatti a livello europeo si è spinto (e si spinge) per un rafforzamento della stabilità finanziaria delle banche, attuata attraverso regole più stringenti sulla dotazione di capitale di queste ultime, mentre si intende promuovere contemporaneamente la crescita dei settori produttivi. È però evidente che troppi inasprimenti dei requisiti di capitale e dei livelli di liquidità delle banche, nonché un aumento della leva bancaria, corrono il rischio di frenare proprio l'offerta di credito alle imprese, malgrado il *quantitative easing* della BCE.

Nel frattempo l'extrabancario punta a recuperare – come è ovvio – spazio per la propria attività e oggi esistono maggiori possibilità in tal senso. E questo non solo per una certa maggiore apertura delle imprese (come è stato ricordato in precedenza), ma anche perché, vicino allo strumento del *private equity* o a quello dei *mini-bond*, esiste – a seguito del Decreto Legge 18/2016 – la possibilità per i Fondi Alternativi di Investimento (FIA) di concedere anche prestiti alle imprese attraverso il *direct lending*.

Ma ciò potrà avvenire con successo a condizione che l'offerta di servizi finanziari riesca a declinarsi secondo una logica effettiva di economia reale, la quale dovrebbe tener conto, come peraltro sarebbero tenute a fare anche le banche, dei differenti bisogni che fanno capo alle tre tipologie di aziende, quelle più dinamiche e desiderose di crescere ulteriormente, quelle in corso di trasformazione e orientate a compiere un salto di qualità strategico e gestionale e quelle che invece risultano ancora fragili e incerte. È evidente che le prime due tipologie costituiscono altrettanti ambiti di mercato particolarmente importanti anche per l'extrabancario.

A tale proposito è il caso di ricordare che già nel 2012 Assocalzaturifici Italiani ha promosso la predisposizione di uno studio³, attraverso il quale si è voluto stimare la consistenza e la tipologia delle aziende che potrebbero in teoria rivedere le proprie strategie di capitalizzazione e di modalità della gestione finanziaria, per consolidare la propria posizione. Al fine di esplorare questo tema si è intrapreso lo studio richiamato che, attraverso un processo di analisi multifattoriale, ha permesso di individuare tre tipologie di imprese:

² Cfr. Angela Botticini, Attilio Basetto e Zeno Rotondi, *Italy and Germany Institutional & Regulatory Affairs*, UniCredit, 2016.

³ Cfr. Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema, *Shoe Report/Finance – L'industria calzaturiera incontra la community della finanza*, 2012.

- quelle che tendenzialmente apparivano già allora fuori dalla crisi e avevano probabilmente adottato efficaci strategie di trasformazione e di riposizionamento;
- quelle che si dichiaravano ormai sostanzialmente fuori dalla crisi, ma che – per ragioni diverse – non avevano ancora portato a compimento la loro trasformazione e il loro riposizionamento;
- ed infine quelle che si trovavano in qualche modo ancora dentro la crisi e che non avevano adottato strategie e atteggiamenti di uscita particolarmente incisivi.

Successivamente si è proiettata la prima tipologia sull’universo delle aziende del settore calzaturiero, ma tenendo conto di alcuni parametri che tendevano a selezionare verso l’alto le imprese stesse (i livelli di fatturato e la capacità esportativa). Il risultato finale aveva individuato, all’interno della prima tipologia:

- un primo gruppo di imprese, caratterizzato dall’essere polarizzato “in alto”, che poteva comprendere tra 170 e 400 unità, a seconda che si considerassero le aziende da 16 milioni di euro di fatturato oppure quelle da 9 milioni di euro di fatturato e oltre;
- un secondo gruppo di imprese che poteva comprendere tra il 10% e il 20% delle suddette 400 unità, arrivando a definire un bacino più ristretto di 40-80 imprese;
- ed infine un terzo gruppo di imprese, un po’ più ampio del precedente, pari al 15%-30% del totale, con un fatturato che andava da 16 milioni di euro in su, col risultato di individuare all’incirca 170 casi nel cui ambito si collocava un bacino di potenziale domanda tra le 25 e le 50 unità.

Il tutto ovviamente era indirizzato a stimare meglio l’ampiezza della domanda potenziale di finanza da parte delle imprese calzaturiere interessate a perseguire un consolidamento del proprio capitale secondo una logica finanziaria diretta ad attenuare il legame troppo stretto col credito bancario.

Ma si sottolineava anche come l’esplorazione della “domanda di finanza” avrebbe potuto estendersi quanto meno alla seconda tipologia di aziende ricordata all’inizio, che risultava sostanzialmente fuori dalla crisi, anche se con atteggiamenti un po’ meno dinamici rispetto alla prima tipologia. In tal caso i confini del bacino di aziende che avrebbero potuto usufruire di interventi finanziari ad hoc poteva ulteriormente allargarsi.

Ma le opportunità offerte dagli strumenti extrabancari riportano alla qualità intrinseca dell’offerta di servizi finanziari che – per essere tale – richiede di saper battere la strada dell’interazione virtuosa con le singole imprese, le quali hanno bisogno di trovare risposte effettivamente su misura, secondo una logica (auspicabile) di vera e propria “finanza reale”.

Parte terza

*L'evoluzione del settore calzaturiero
attraverso gli indicatori statistici*

1. I lineamenti fondamentali del settore

Il 2015 si è archiviato, per il calzaturiero italiano, con risultati inferiori alle attese, benché vada sottolineato come – nonostante i molteplici ostacoli sia sui mercati esteri che su quello nazionale – il settore sia riuscito a limitare la flessione dei livelli produttivi (-2,9% in volume e -0,5% in valore), a conseguire un nuovo record nel fatturato estero (con aumenti significativi delle vendite in diverse aree di destinazione) e a segnare, per la prima volta dal 2011, un incremento nei livelli occupazionali, favorito anche dalle misure di stabilizzazione del Jobs Act. Il tutto in uno scenario sempre più articolato, dove recessione economica diffusa e tensioni geopolitiche hanno acuito la volatilità dei mercati e reso la competizione ancora più serrata, aumentando il processo di selezione tra le imprese.

Dopo il recupero nel biennio immediatamente successivo la grave crisi mondiale iniziata sul finire del 2008, il settore, sempre gravato dal fardello di una domanda interna a dir poco asfittica, ha raccolto risultati altalenanti, soprattutto nel momento in cui anche i mercati extra-UE – che avevano costituito il volano della crescita nel rimbalzo post-crisi – hanno iniziato a rallentare, per fattori finanziari, monetari e geopolitici diversi.

L'inizio della ripartenza, più volte annunciata, dell'economia (e della domanda) interna e internazionale è stato così sinora rimandato, costringendo le aziende a moltiplicare gli sforzi per intercettare ogni residua opportunità commerciale, in presenza di una concorrenza sempre più agguerrita.

È proprio il perdurare del trend sfavorevole e il rinvio della ripresa l'aspetto più problematico della situazione attuale: alla pesante crisi in Russia e nei mercati CSI – che ha portato nell'ultimo biennio a un crollo del nostro export nell'area, mettendo a dura prova i distretti ad essa tradizionalmente votati – si sono aggiunti elementi nuovi, come il rallentamento della crescita in Far East e quello più recente negli USA, oltre alla brusca frenata sui mercati mediorientali. Sul versante interno, i consumi delle famiglie italiane sono sottoposti da oltre otto anni a continue erosioni (oltre 30 milioni di paia

persi dal 2007 al 2015, secondo i dati di Sita Ricerca) e la domanda dagli altri partner dell'Unione Europea – le cui economie devono fare i conti, come la nostra, con stringenti vincoli di bilancio – seguita ad essere stagnante.

L'evoluzione settoriale degli ultimi anni è descritta nella tavola 1, che riporta l'andamento delle principali variabili mettendo a confronto l'anno 2000 con i consuntivi del periodo 2008-2015. Queste le principali evidenze:

- a) negli ultimi tre lustri il numero delle aziende calzaturiere si è ridotto di oltre 1/3, passando dalle 7.570 unità del 2000 a 4.936 del 2015: un decremento complessivo pari al -34,8%, concentrato, per più della metà (-21,2%), negli anni della crisi e successivi (2008-2015). La congiuntura avversa ha messo a dura prova la resistenza delle imprese, portando molte alla chiusura; a ciò vanno aggiunte le iniziative di delocalizzazione produttiva sviluppatasi nel periodo considerato;
- b) ugualmente pesante il calo nel numero degli addetti, sceso tra il 2000 e il 2015 da 113.100 a 77.042 unità (-32%). La contrazione subita nei livelli occupazionali dall'inizio della crisi (cioè da fine 2008) al 2015 è risultata, rispetto a quella delle aziende, più contenuta (-10,3%): come ribadito in più occasioni, ciò evidenzia la propensione degli imprenditori a non perdere, nei limiti del possibile, la propria manodopera qualificata che non può essere poi recuperata con facilità sul mercato. Va poi sottolineato come il 2015 abbia registrato un timido recupero nei livelli occupazionali (+432 addetti, pari al +0,6%), insufficiente comunque a ripianare la perdita subita nel solo 2014;
- c) per quanto riguarda la produzione, il periodo 2000-2015 ha visto un dimezzamento dei volumi (-51%, da poco meno di 390 milioni di paia a 191,2), con un calo del 15% dalla crisi ad oggi (2015 su 2008). Dopo il rimbalzo successivo alla caduta del 2009 (+2,3% nel 2010 e +2,6% nel 2011), il triennio seguente ha registrato risultati altalenanti: frenata nel 2012, recupero nel 2013 e nuovo biennio di ripiegamento. A fronte di una contrazione in quantità così rilevante, la produzione in valore è diminuita sì tra il 2000 e il 2015, ma “solo” del 9,4% e con un andamento più oscillante, chiudendo cioè in terreno positivo anche in annate (2001, 2006, 2007, 2014) caratterizzate da contrazioni in volume;
- d) considerevole, ma un po' meno severa, la flessione subita dall'export, che nei quindici anni considerati si è ridotto in quantità del 43%, scendendo da 362,4 a 207,6 milioni di paia, con un incremento però di ben il 31% in valore (attestatosi nel 2015 a oltre 8,6 miliardi di euro), che si è rafforzato soprattutto nel periodo 2008-2015 (in cui la crescita è stata del 25,2%). Aumento, quest'ultimo, che resta rilevante (+14,2%) anche al netto dell'inflazione, previa applicazione dei coefficienti Istat per la rivalutazione

monetaria. Tali cifre sottolineano, ancora una volta, la capacità del sistema di “vendere di più pur producendo di meno”;

- e) le importazioni mostrano invece una variazione positiva sia in quantità che in valore: il raffronto tra 2000 e 2015 evidenzia un +67,4% in volume (da 196 a 328 milioni di paia) e un +152% in valore; il periodo 2008-2015 però, pur registrando un aumento in valore (+35%), fa segnare un calo del 7% in volume: la caduta degli scambi internazionali nel periodo della crisi ha colpito anche i flussi in ingresso, che non possono peraltro non risentire dell’andamento da tempo penalizzante dei consumi interni;
- f) l’analisi del saldo commerciale evidenzia come il settore, pur nelle difficoltà, seguiti a fornire un contributo positivo non trascurabile alla bilancia dei pagamenti nazionale: oltre 4,1 miliardi di euro di attivo nel 2015. Nonostante il ridimensionamento subito rispetto ai 4,8 miliardi del consuntivo 2000 (-14,1%), non può passare inosservato come, nel periodo 2008-2015, malgrado le molteplici traversie della crisi mondiale, il settore sia riuscito ad incrementare l’attivo di quasi il 16% (+5,7% scorporando l’inflazione), registrando peraltro un recupero anche in volume. Come già ribadito nelle precedenti edizioni di questo rapporto, ciò conferma la capacità del sistema calzaturiero italiano di reagire rispetto alla crisi, diventando a tutti gli effetti “resiliente” rispetto alle difficoltà incontrate, che evidentemente hanno spinto le aziende ad esplorare nuovi mercati e ad affinare i propri prodotti;
- g) decisamente negativo il trend della produzione destinata al mercato interno, scesa a 28,7 milioni di paia nel 2015: quasi il 60% in meno rispetto ai circa 70 milioni di paia del 2000, contrazione abbastanza equamente ripartita tra periodo pre e post-crisi (-30,7% con riferimento all’intervallo 2008-2015). Male anche in valore.

Una caduta determinata dalla prolungata contrazione degli acquisti delle famiglie in un contesto segnato dalla concorrenza sempre più serrata da parte dei produttori asiatici, soprattutto sulle fasce economico e economico-medio, avvantaggiati dai minori costi del lavoro (che nei prodotti a minor valore aggiunto costituiscono un vantaggio competitivo difficilmente contrastabile), in un mercato i cui i consumatori sono divenuti, per scelta o per necessità, sempre più attenti al fattore prezzo (come testimonia anche il peso crescente delle vendite in saldo/sconto, che hanno superato da qualche anno a questa parte quelle a prezzo pieno).

L’accresciuta pressione competitiva degli operatori esteri sul mercato italiano è ben sottolineata peraltro dal rapporto import/consumi, parimenti riportato in tabella, che descrive la quota dei consumi interni coperti dalle importazioni: tale indicatore è passato dal 69% dell’anno

2000 all'85,2% del 2015 in termini di volume e dal 50,5% al 69,3% attuale in valore;

- h) la percentuale “export/produzione” – calcolata dal Centro Studi di Asso-calzaturifici come “export al netto delle riesportazioni, ovvero delle operazioni di pura commercializzazione, sulla produzione” – si stima corrisponda nel 2015 all'85%, sia in termini di volume che di valore. Il settore presenta da sempre una spiccata vocazione ai mercati esteri: anche nel 2000 la “quota extra-nazionale” era infatti pari all'82,1% in volume. L'evoluzione positiva della domanda registrata negli ultimi quindici anni su alcuni mercati/aree con spiccata preferenza verso prodotti a maggior valore aggiunto (si pensi agli incrementi ottenuti in Far East, o anche a quelli nei mercati dell'ex blocco sovietico prima del crollo recente, sbocchi caratterizzati da prezzi medi decisamente superiori alla media) hanno innalzato anche la quota in valore venduta fuori dai confini italiani, passata dal 76,3% del 2000 all'80% nel 2008 fino all'85% attuale;
- i) il numero di ore di Cassa Integrazione Guadagni autorizzata per le imprese dell'Area Pelle, pari nel 2000 a 6,3 milioni e nel 2008 a 8 milioni, ha avuto un picco negli anni della crisi (sfiorando i 30 milioni nel 2010), si è stabilizzato attorno ai 20 milioni nel triennio 2011-2013, per poi scendere nel 2014 (17,5 milioni di ore) e nel 2015 (a 12 milioni, con un calo del 31,4% sull'anno precedente). Va comunque osservato che i livelli 2015, nonostante la marcata riduzione sull'anno precedente, sono ancora quasi il doppio rispetto all'anno 2000 (+92%) e superiori del 49% rispetto al 2008, all'inizio della crisi.

L'ultima colonna della tavola 1 descrive invece l'andamento del settore nella prima parte dell'anno in corso. I dati confermano ancora una situazione complessa: sebbene le variazioni negative in volume rispetto alla prima parte del 2015 siano, in termini percentuali, piuttosto contenute (-2% per la produzione nazionale e attorno al punto percentuale per quanto concerne consumi interni ed esportazioni, queste ultime peraltro in crescita del 3,8% in valore), bisogna considerare che esse, come appena esposto, si inseriscono su livelli da tempo insoddisfacenti.

Peraltro, il quadro macroeconomico di certo non facilita la ripartenza: l'economia mondiale è entrata nel 2016 con meno slancio del previsto ed emergono segnali di indebolimento ulteriore dovuti – oltre che al minor dinamismo degli emergenti – all'incertezza politica diffusa (complici importanti appuntamenti elettorali alle porte).

Dalla lettura dei dati del primo semestre emerge che:

- i ritmi produttivi appaiono ancora sottotono: l'output (-2% in quantità) evita il segno meno solo in valore, grazie alle dinamiche dei prezzi, non andando però, di fatto, oltre i livelli della prima metà 2015 (+0,1%);

- sul mercato interno, gli acquisti di calzature delle famiglie seguitano a registrare trend poco premianti, similmente agli altri settori del tessile-abbigliamento-pelletteria, con contrazioni in termini di spesa (-2,3%) più marcate che in volume (-0,7%), per il ribasso dei prezzi medi (-1,6%);
- l'export mostra una leggera flessione in quantità (-1,1%), accompagnata da un +3,8% in valore, che permette al saldo commerciale di chiudere sugli stessi livelli del primo semestre 2015 (+0,5%);
- riparte l'import (+5% in volume): benché il dato comprenda anche le cifre delle reimportazioni di prodotti dopo lavorazione parziale all'estero e le operazioni di pura commercializzazione, potrebbe essere un primo segnale del fatto che i consumi abbiano raggiunto il punto più basso e che siano prossimi finalmente alla ripartenza;
- è proseguito il processo di selezione tra le imprese, con un saldo negativo di 59 calzaturifici rispetto a dicembre 2015 (pari al -1,2%) e nuove nubi all'orizzonte sul versante occupazionale, dopo che il positivo risultato conseguito nel 2015 e nei primi 6 mesi dell'anno nel numero di addetti (almeno con riferimento ai soli calzaturifici, +397 unità rispetto a dicembre, giacché in altri comparti della filiera risulta già in corso un'inversione di tendenza negativa) non sono stati comunque sufficienti a recuperare la sola perdita dell'anno 2014 (-1.483 addetti). La Cassa Integrazione nell'Area Pelle ha ripreso a salire, registrando nei primi 7 mesi 2016 un +27,2%, con un incremento prossimo al 50% per le componenti straordinarie.

Una fase delicata, dunque, destinata a caratterizzare anche i mesi a venire, giacché le aspettative a breve escludono miglioramenti significativi.

Tav. 1 - L'industria calzaturiera italiana in sintesi (Anni 2000/2015)

Anno	2000	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var. %		
										2014-2015	2000-2015	2008-2015
Aziende	7.570	6.263	6.028	5.804	5.606	5.356	5.186	5.031	4.936	-1,9	-34,8	-21,2
Addetti	113.100	85.918	82.907	80.153	80.925	79.254	78.093	76.610	77.042	0,6	-31,9	-10,3
Produzione	389,9	225,2	198,0	202,5	207,6	198,5	202,1	197,0	191,2	-2,9	-50,9	-15,1
Valore (mil. di €)	8.269,3	7.319,2	6.468,5	6.755,9	7.209,6	7.122,2	7.472,0	7.531,2	7.492,6	-0,5	-9,4	2,4
Export	362,4	221,8	192,3	221,4	228,9	214,2	219,8	215,0	207,6	-3,4	-42,7	-6,4
Valore (mil. di €)	6.605,6	6.915,0	5.815,4	6.611,6	7.454,0	7.637,7	8.073,0	8.389,1	8.656,3	3,2	31,0	25,2
Import	196,0	352,6	309,9	355,0	357,6	301,2	303,5	329,7	327,9	-0,5	67,4	-7,0
Valore (mil. di €)	1.796,3	3.350,3	3.184,1	3.703,3	4.067,4	3.831,1	3.834,4	4.144,0	4.526,1	9,2	152,0	35,1
Saldo commerciale	4.809,4	3.564,7	2.631,3	2.908,3	3.386,6	3.806,6	4.238,6	4.245,1	4.130,2	-2,7	-14,1	15,9
Produzione per l'interno	69,8	41,4	37,9	35,2	33,6	31,8	29,8	29,0	28,7	-0,9	-58,9	-30,7
Valore (mil. di €)	1.959,7	1.465,9	1.347,5	1.279,6	1.244,9	1.193,8	1.148,3	1.133,2	1.126,7	-0,6	-42,5	-23,1
Consumi interni ¹	224,5	224,2	220,6	219,9	216,7	209,1	199,3	195,7	194,5	-0,6	-13,4	-13,2
Valore (mil. di €)	3.958,6	4.281,8	4.235,2	4.234,5	4.246,8	4.092,4	3.918,2	3.715,8	3.670,7	-1,2	-7,3	-14,3
Export/Produzione %	82,1	81,6	80,9	82,6	83,8	84,0	85,2	85,3	85,0	-0,4	3,5	4,1
Valore	76,3	80,0	79,2	81,1	82,7	83,2	84,6	85,0	85,0	0,0	11,4	6,2
Import/Consumi %	68,9	81,5	82,8	84,0	84,5	84,8	85,0	85,2	85,2	0,0	23,7	4,6
Valore	50,5	65,8	68,2	69,8	70,7	70,8	70,7	69,5	69,3	-0,3	37,3	5,4
Ricorso alla CIG ²	6,3	8,0	23,1	29,7	19,3	20,1	20,5	17,5	12,0	-31,4	91,8	49,1

(1) Consumi: nuova serie storica a seguito delle revisioni apportate da Sita Ricerca nel giugno 2014.

Per "Consumi interni" è da intendersi il totale consumi, ovvero consumi delle famiglie italiane + consumi delle comunità + consumi dei turisti.

(2) CIG: nuova serie storica INPS a partire dall'anno 2005 (elaborazione Assocalzaturifici 09/2016).

(3) Confronto dell'andamento del I semestre 2016 rispetto al I semestre 2015, salvo per il numero di aziende e per il numero di addetti per i quali si è confrontato l'andamento a giugno 2016 rispetto a dicembre 2015.

(4) Percentuali calcolate sui consumi delle famiglie e non sul totale dei consumi interni come per gli anni precedenti.

(5) L'incremento percentuale del 27,2% si riferisce ai primi 7 mesi 2016 rispetto ai primi 7 mesi 2015, nel cui periodo le ore di CIG totale sono passate da 7,4 a 9,4 milioni.

Fonte: Istat, Sita Ricerca, Stime: Assocalzaturifici

2. Le aziende e gli addetti

Il dato positivo 2015 relativo all'occupazione (che ha trovato conferma nella prima metà del 2016) rappresenta uno dei pochi spunti pienamente favorevoli nel commento a un quadro congiunturale nel complesso sottotono. Dopo un triennio di erosioni (che hanno comportato la perdita di 4.300 posti di lavoro) il numero di addetti del settore nel 2015 ha smesso di scendere: favorito anche dall'entrata in vigore delle misure del Jobs Act ha registrato un aumento pari a 432 unità (+0,6%) su dicembre 2014 (che salgono a +635 unità, con un +0,7%, se si allarga il campo di osservazione, nei dati di Infocamere, includendo i produttori di componentistica).

È proseguita, invece, la contrazione nel numero di imprese attive: il saldo negativo risultava, a fine dicembre 2015 rispetto ad un anno addietro, di 95 aziende (-1,9%).

La fotografia del settore, con riferimento alla fine del 2015, vede quindi 4.936 calzaturifici attivi, tra industria e artigianato, con 77.042 addetti diretti. Il numero medio di addetti per azienda è pari a 15,6 unità (+2,5% sul 2014).

Nella tavola 2 è riportata la serie storica concernente il numero di calzaturifici e relativi addetti presenti sul territorio nazionale, a partire dall'anno 2000 e sino al giugno 2016. Analizzandone i dati si evince come:

a) il numero di aziende attive abbia subito negli ultimi 15 anni una continua riduzione, passando da 7.570 unità nell'anno 2000 a 6.263 agli inizi della crisi mondiale (consuntivo 2008) fino alle 4.877 della prima metà del corrente anno.

Una contrazione superiore al 35%, legata sia alla graduale "espulsione" delle imprese più deboli (fenomeno che ha evidenziato un'accelerazione negli anni della crisi, inanellando, dal 2009 al 2014, flessioni annue mai inferiori al 3%) che a operazioni di acquisizione/fusione tra imprese, oltre che al processo di delocalizzazione produttiva estera;

b) un calo altrettanto significativo nel numero degli addetti (-31,5%), passati da 113.100 (fine 2000) ai 77.439 registrati nel primo semestre 2016, che

nell'arco di tempo considerato si è interrotto solo nel 2011 (+1%) e poi nell'ultimo anno e mezzo (+0,6% nel 2015 e +0,5% nella prima metà 2016);

- c) un incremento nelle dimensioni medie delle imprese, passate dai 14,94 addetti per azienda (anno 2000) agli attuali 15,88, che ha avuto un balzo nel 2011 (+4,5%, in concomitanza con l'uscita di numerose piccole imprese che non hanno resistito alla crisi mondiale o che hanno subito, a causa di essa, fenomeni di riorganizzazione o fusione) e che è proseguito sino ad oggi.

Dal 2013 si è così superato il fatidico limite delle 15 unità, oltre le quali scattava (prima del Jobs Act) l'Articolo 18 dello Statuto dei Lavoratori.

La tavola 3 evidenzia invece, sia per le aziende che per gli addetti, la distribuzione regionale. Vengono prese in considerazione le sette principali regioni calzaturiere italiane (Marche, Toscana, Veneto, Campania, Lombardia, Puglia e Emilia Romagna, in ordine di numero di calzaturifici presenti), dove si concentra il 97% circa sia delle imprese che degli addetti.

Tutte le aree hanno subito, nei 15 anni considerati, significativi ridimensionamenti nel tessuto produttivo, anche se di intensità non omogenea, con forti cali sia nel numero delle imprese che degli addetti. Per quanto concerne le imprese, calcolato il numero indice di ogni zona ponendo uguale a 100 il corrispondente valore relativo all'anno 2000, si nota come, a fronte di una media nazionale pari per l'anno 2015 a 65,2, gli andamenti meno penalizzanti e al di sopra della media riferita al Paese intero si registrano per Toscana (Numero Indice uguale a 71,2), Marche (N.I. 68,5) e Campania (N.I. 65,4). In tali regioni l'intensità della riduzione è risultata dunque meno severa rispetto al dato Italia. In Puglia e nelle "Altre Regioni" (cioè quelle non comprese nelle sette principali sopra elencate) gli arretramenti più marcati (con numeri indici prossimi al 50).

Analogo raffronto è condotto in tavola 4 con riferimento alla evoluzione del numero di addetti. Da esso emerge come le realtà che hanno maggiormente conservato i livelli occupazionali rispetto alla media nazionale (Numero Indice uguale a 68,1) siano la Campania (N.I. 76,9), seguita da Lombardia (N.I. 76,0) e Toscana (N.I. 73,9). Di contro, la Puglia e le "Altre Regioni" si confermano, anche in questo caso, le aree più colpite.

Nella tavola 5 sono riportati i dati di INPS relativi alle ore di Cassa Integrazione Guadagni autorizzate per le imprese appartenenti al settore "Pelli, Cuoio e Calzature", negli anni 2006-2015 e nei primi 7 mesi del 2016. L'intervallo esaminato (meno ampio rispetto a quello degli altri indicatori) è il medesimo oggi disponibile nella banca dati online di INPS, che viene costantemente aggiornata e revisionata dall'Istituto.

Dalla suddetta tavola emerge quanto segue:

- a) le autorizzazioni complessive in tema di CIG (ordinaria, straordinaria e in deroga), pari nel 2006 a 9,2 milioni di ore, hanno subita un'impennata nel 2009 (+187,4% sull'anno precedente, a 23,1 milioni di ore) e nel 2010 (ulteriore +28,4% a 29,7 milioni), rimanendo attorno ai 20 milioni nel triennio 2011-2013 per poi scendere nel 2014 e soprattutto nel 2015 (-31,4%, a 12 milioni di ore concesse);
- b) il calo del 2015 ha interessato tutte le componenti: in misura più contenuta quella ordinaria (-11,6%), che però aveva subito nel 2014 una contrazione rilevante (attorno al 30%); nell'ordine del 40% per le componenti straordinarie (-41,7% quella in senso stretto e -37,2% quella in deroga). Va inoltre tenuto conto che il dato della CIG ordinaria risulta influenzato dal blocco autorizzativo disposto da INPS finalizzato all'allineamento delle procedure alle disposizioni normative introdotte dal decreto legislativo N.148/2015: in sostanza, nel periodo tra il 24 settembre 2015, data di entrata in vigore del decreto, e il 2 dicembre, data di pubblicazione della relativa circolare applicativa, INPS ha interrotto le autorizzazioni delle richieste di CIG ordinaria pervenute. Tale sospensione ha ovviamente reso più marcata la riduzione delle ore di cassa ordinaria autorizzate (-40,2% nell'ultimo trimestre 2015, a fronte di un -1,1% nei primi 9 mesi);
- c) i dati più recenti (primi 7 mesi 2016) mostrano una decisa ripresa del ricorso agli strumenti di integrazione salariale: +27,2%. Complessivamente sono state accordate, da gennaio a fine luglio, quasi 9,4 milioni di ore, di cui 3,4 milioni per la componente ordinaria (+2,2%) e 6 milioni per la straordinaria (cresciuta del +48%, con un +56% per quella in senso stretto e un +39% per quella in deroga).

In tavola 6 è riportato il dettaglio territoriale. Tutte le principali regioni hanno evidenziato nel 2015 una contrazione delle ore complessive di CIG rispetto al 2014, comprese le Marche, che nei primi 9 mesi registravano invece ancora un +11,9%: con oltre 5 milioni (-8,6%) costituiscono comunque di gran lunga l'area produttiva con il maggior numero di ore autorizzate nel 2015. In Campania la contrazione più leggera (-1,8%).

Nonostante le riduzioni del 2015, il raffronto con il 2008 (cioè l'inizio della crisi economica mondiale) mostra comunque ancora per la filiera, nel totale CIG nazionale, un +49,1% rispetto ad allora. Nelle Marche il numero di ore è triplo (+201,4%); doppio in Lombardia (+107,5%). Solo la Puglia risulta in calo (-69,7%).

Per quanto concerne il 2016, sensibili incrementi si registrano, nei primi 7 mesi, per l'Emilia Romagna, +123%, e la Toscana, +69,3%. Le Marche,

con un +25,2%, si confermano di gran lunga la regione col maggior numero di ore (3,8 milioni). Tra le sette regioni a vocazione calzaturiera, solo la Puglia segna un calo (-13,6%).

La tavola 7 confronta l'andamento della Cassa Integrazione Guadagni nel periodo 2008-2015, con riferimento ai diversi rami di attività economica. La variazione 2015 sull'anno precedente per l'Area Pelle (-31,4%) risulta in linea con il Totale Italia relativo a tutti i settori (sceso del 33%). Complice anche l'uscita delle nuove disposizioni normative più sopra citate, tutti i rami di attività hanno fatto segnare una riduzione, in molti casi rilevante, del ricorso agli strumenti. Uniche eccezioni i rami "Tabacchicoltura" (+84,4%) ed "Elettricità elettrica, gas e acqua" (+40,7%), entrambi peraltro ancora su livelli assoluti decisamente contenuti rispetto agli altri settori.

L'Area Pelle, con 12 milioni di ore, costituisce l'1,8% del monte ore totale autorizzato nel 2015. Il settore col maggior ricorso si conferma di gran lunga quello della Meccanica, con quasi 231 milioni di ore, oltre un terzo del totale.

Il raffronto tra 2015 e 2008 mostra come in pochissimi casi si sia scesi al di sotto dei livelli pre-crisi: solo il "Tessile" (-13,7%) e la "Tabacchicoltura" (-32,5%) fanno segnare variazioni negative, quest'ultima malgrado gli aumenti dell'ultimo biennio. Il +49,1% dell'Area Pelle, oltre ad essere decisamente più contenuto rispetto alla media nazionale (+199%), è praticamente il più basso tra tutti i rami (solo l'aumento di "Artigianato lapidei", ramo su livelli di CIG assai marginali, è inferiore: +40,2%).

Nella tavola 8 è infine riportato l'andamento per comparto nei primi 7 mesi 2016. La filiera pelle (+27,2%) appare in controtendenza rispetto al Totale settori, che mostra un calo del -7,6%. Per effetto di ciò, l'incidenza sul monte ore è salita al 2,4%.

Tav. 2 – Aziende calzaturiere e addetti (Anni 2000-2015) e trend primo semestre 2016

Anno	N. aziende	Var. % su anno precedente	N. addetti	Var. % su anno precedente	Media addetti per azienda	Var. % su anno precedente
- 2000	7.570	-	113.100	-	14,94	-
- 2001	7.500	-0,9	111.650	-1,3	14,89	-0,4
- 2002	7.380	-1,6	107.008	-4,2	14,50	-2,6
- 2003	7.283	-1,3	103.275	-3,5	14,18	-2,2
- 2004	7.084	-2,7	100.934	-2,3	14,25	0,5
- 2005	6.831	-3,6	97.005	-3,9	14,20	-0,3
- 2006	6.657	-2,5	94.143	-3,0	14,14	-0,4
- 2007	6.450	-3,1	88.668	-5,8	13,75	-2,8
- 2008	6.263	-2,9	85.918	-3,1	13,72	-0,2
- 2009	6.028	-3,8	82.907	-3,5	13,75	0,3
- 2010	5.804	-3,7	80.153	-3,3	13,81	0,4
- 2011	5.606	-3,4	80.925	1,0	14,44	4,5
- 2012	5.356	-4,5	79.254	-2,1	14,80	2,5
- 2013	5.186	-3,2	78.093	-1,5	15,06	1,8
- 2014	5.031	-3,0	76.610	-1,9	15,23	1,1
- 2015	4.936	-1,9	77.042	0,6	15,61	2,5
- Primo semestre 2016	4.877	-1,2	77.439	0,5	15,88	1,7

Fonte: stime Assocalzaturifici sulla base dei saldi registrati dalla banca dati delle Camere di Commercio

Tav. 3 – Aziende calzaturiere per regione (Anni 2000-2015)

Anno	Lombardia	Veneto	Emilia Romagna	Marche	Toscana	Campania	Puglia	Altre Regioni	Totale Italia
- 2000	645	1.212	274	2.416	1.561	612	560	290	7.570
- 2001	619	1.188	270	2.397	1.598	594	556	278	7.500
- 2002	605	1.148	252	2.359	1.601	601	554	260	7.380
- 2003	593	1.127	253	2.321	1.572	617	548	252	7.283
- 2004	566	1.085	254	2.292	1.550	595	508	234	7.084
- 2005	546	1.057	245	2.235	1.506	532	483	227	6.831
- 2006	517	1.037	238	2.213	1.483	490	464	215	6.657
- 2007	504	1.060	227	2.141	1.431	456	439	192	6.450
- 2008	485	1.046	220	2.064	1.385	444	430	189	6.263
- 2009	461	979	213	1.993	1.348	457	391	186	6.028
- 2010	436	928	214	1.937	1.305	432	376	176	5.804
- 2011	419	910	204	1.875	1.268	407	351	172	5.606
- 2012	413	852	194	1.776	1.226	406	327	162	5.356
- 2013	409	808	194	1.734	1.186	407	297	151	5.186
- 2014	394	794	184	1.673	1.149	404	288	145	5.031
- 2015	395	776	175	1.655	1.112	400	280	143	4.936
- <i>N.I. 2015 (2000=100)</i>	<i>61,2</i>	<i>64,0</i>	<i>63,9</i>	<i>68,5</i>	<i>71,2</i>	<i>65,4</i>	<i>50,0</i>	<i>49,3</i>	<i>65,2</i>

Fonte: stime Assocalzaturifici

Tav. 4 – Addetti delle aziende calzaturiere per regione (Anni 2000-2015)

Anno	Lombardia	Veneto	Emilia Romagna	Marche	Toscana	Campania	Puglia	Altre Regioni	Totale Italia
- 2000	8.772	22.233	5.253	30.876	20.685	8.323	12.180	4.778	113.100
- 2001	8.539	21.970	5.201	30.543	20.767	8.217	11.759	4.654	111.650
- 2002	8.089	21.069	4.612	30.024	19.904	8.050	10.725	4.535	107.008
- 2003	7.922	20.513	4.603	29.001	19.168	7.707	10.339	4.022	103.275
- 2004	7.737	19.793	4.483	28.541	18.804	7.543	10.157	3.876	100.934
- 2005	7.602	19.146	4.387	27.752	18.146	7.123	9.248	3.601	97.005
- 2006	7.350	18.311	4.259	27.091	17.717	6.913	9.052	3.450	94.143
- 2007	6.849	17.512	4.127	24.804	16.842	6.671	8.781	3.082	88.668
- 2008	6.544	17.177	3.892	23.991	16.408	6.392	8.560	2.954	85.918
- 2009	6.338	16.332	3.925	23.048	16.065	6.001	8.273	2.925	82.907
- 2010	6.456	15.264	3.740	22.341	15.444	5.812	8.343	2.753	80.153
- 2011	6.666	15.563	3.559	22.744	15.635	5.869	8.208	2.681	80.925
- 2012	6.447	14.876	3.748	22.563	15.684	6.116	7.016	2.804	79.254
- 2013	6.576	14.580	3.649	22.212	15.499	6.307	6.518	2.752	78.093
- 2014	6.521	14.540	3.541	21.452	15.390	6.448	6.378	2.340	76.610
- 2015	6.664	15.162	3.489	21.117	15.286	6.397	6.579	2.348	77.042
- <i>N.I. 2015 (2000=100)</i>	<i>76,0</i>	<i>68,2</i>	<i>66,4</i>	<i>68,4</i>	<i>73,9</i>	<i>76,9</i>	<i>54,0</i>	<i>49,1</i>	<i>68,1</i>

Fonte: stime Assocalzaturifici

Tav. 5 – Andamento Cassa Integrazione Guadagni ordinaria e straordinaria: ore autorizzate in migliaia per il settore “Pelli, cuoio e calzature” (Anni 2006/2015 e primi 7 mesi 2016)

Anno	Totale CIG		CIG straordinaria		CIG straordinaria in deroga		Totale CIG		CIG	
	Ordinaria (000 ore)	Var. % su anno precedente	in senso stretto (000 ore)	Var. % su anno precedente	(000 ore)	Var. % su anno precedente	Straordinaria (000 ore)	Var. % su anno precedente	Totale (000 ore)	Var. % su anno precedente
- 2006	3.837,8		3.734,0		1.604,5		5.338,5		9.176,2	
- 2007	2.940,9	-23,4	1.464,1	-60,8	1.765,5	10,0	3.229,6	-39,5	6.170,5	-32,8
- 2008	3.873,8	31,7	2.487,4	69,9	1.683,1	-4,7	4.170,5	29,1	8.044,3	30,4
- 2009	11.379,7	193,8	6.726,1	170,4	5.015,0	198,0	11.741,1	181,5	23.120,8	187,4
- 2010	6.838,9	-39,9	7.274,6	8,2	15.573,3	210,5	22.847,8	94,6	29.686,7	28,4
- 2011	3.901,0	-43,0	6.217,7	-14,5	9.215,2	-40,8	15.432,9	-32,5	19.333,9	-34,9
- 2012	5.972,6	53,1	5.907,9	-5,0	8.213,2	-10,9	14.121,1	-8,5	20.093,7	3,9
- 2013	7.227,6	21,0	6.648,4	12,5	6.608,5	-19,5	13.256,9	-6,1	20.484,6	1,9
- 2014	5.071,4	-29,8	6.283,2	-5,5	6.119,4	-7,4	12.402,6	-6,4	17.474,0	-14,7
- 2015	4.483,9	-11,6	3.665,0	-41,7	3.843,4	-37,2	7.508,4	-39,5	11.992,3	-31,4
- Primi 7 mesi 2015	3.324,6		2.147,9		1.888,7		4.036,6		7.361,3	
- Primi 7 mesi 2016	3.397,4	2,2	3.343,5	55,7	2.625,0	39,0	5.968,6	47,9	9.366,0	27,2

Fonte: Inps, elaborazione Assocalziaturifici_09/2016

Tav. 6 – Andamento Cassa Integrazione Guadagni ordinaria e straordinaria: ore autorizzate in migliaia per il settore “Pelli, cuoio e calzature” per regione (Anni 2006/2015 e primi 7 mesi 2016)

Anno	Lombardia (000 ore)	Veneto (000 ore)	Emilia Romagna (000 ore)	Marche (000 ore)	Toscana (000 ore)	Campania (000 ore)	Puglia (000 ore)	Altre regioni (000 ore)	Totale Italia (000 ore)
- 2006	1.300,9	658,3	310,7	1.670,3	1.439,3	1.298,5	2.040,7	457,6	9.176,2
- 2007	472,9	486,8	304,2	1.175,4	880,0	681,7	1.750,7	418,9	6.170,5
- 2008	711,9	810,8	255,1	1.678,5	916,0	767,4	2.619,3	285,4	8.044,3
- 2009	2.839,0	3.524,0	886,1	3.331,5	3.474,6	2.129,6	5.421,4	1.514,5	23.120,8
- 2010	2.863,1	4.453,7	2.731,3	6.482,6	4.710,4	2.145,1	4.483,1	1.817,6	29.686,7
- 2011	2.876,4	2.344,6	1.265,6	3.422,1	2.475,9	1.519,0	4.390,7	1.039,6	19.333,9
- 2012	2.867,4	2.852,7	851,7	4.369,3	2.395,2	1.453,7	3.848,5	1.455,1	20.093,7
- 2013	3.349,5	3.697,9	1.109,8	4.882,4	2.649,6	1.088,2	1.899,5	1.807,6	20.484,6
- 2014	2.264,8	2.066,6	867,7	5.537,0	2.386,0	930,0	2.183,6	1.238,2	17.474,0
- 2015	1.476,9	1.381,3	398,0	5.059,3	1.450,4	913,2	793,2	519,9	11.992,3
- Var % 2015 su 2014	-34,8%	-33,2%	-54,1%	-8,6%	-39,2%	-1,8%	-63,7%	-58,0%	-31,4%
- Var % 2015 su 2008 (= raffronto pre-crisi)	107,5%	70,4%	56,0%	201,4%	58,3%	19,0%	-69,7%	82,2%	49,1%
- Primi 7 mesi 2015	867,3	679,0	250,8	3.072,0	921,8	499,8	703,1	367,5	7.361,3
- Primi 7 mesi 2016	896,2	911,2	559,2	3.846,1	1.560,2	721,1	607,4	264,6	9.366,0
- Var % 2016 su 2015 (primi 7 mesi)	3,3%	34,2%	122,9%	25,2%	69,3%	44,3%	-13,6%	-28,0%	27,2%

Fonte: Inps, elaborazione Assocaltaturifici_09/2016

Tav. 7 - Andamento Cassa Integrazione Guadagni autorizzata: ore autorizzate in migliaia (ordinaria + straordinaria) per ramo di attività economica (Anni 2008/2015)

Ramo di attività economica	CIG Totale										Var. % 14-15	Var. % 08-15
	12 mesi 2008 (000 ore)	12 mesi 2009 (000 ore)	12 mesi 2010 (000 ore)	12 mesi 2011 (000 ore)	12 mesi 2012 (000 ore)	12 mesi 2013 (000 ore)	12 mesi 2014 (000 ore)	12 mesi 2015 (000 ore)				
- Attività economiche connesse con l'agricoltura	198,5	566,6	1.228,8	1.049,5	696,3	286,8	660,1	467,9	-29,1	135,8		
- Estrazione minerali metalliferi e non	82,8	657,5	641,6	827,2	663,7	679,6	897,8	560,2	-37,6	576,7		
- Legno e Arredamento	5.746,8	28.825,6	51.085,0	48.176,4	56.035,4	55.889,8	50.696,7	35.391,8	-30,2	515,9		
- Alimentari	6.083,8	9.523,0	13.823,3	13.879,1	15.705,1	15.390,5	14.623,6	10.834,5	-25,9	78,1		
- Metallurgiche	6.229,6	60.193,6	64.945,9	34.998,1	36.828,9	50.552,7	43.648,6	39.654,2	-9,2	536,5		
- Meccaniche	77.248,1	419.849,4	512.875,7	354.744,0	356.626,4	372.663,9	341.567,4	230.870,6	-32,4	198,9		
- Tessili	27.898,3	67.115,5	72.782,6	57.694,2	56.236,9	43.811,9	33.570,4	24.088,2	-28,2	-13,7		
- Vestiario/abbigliamento e prod. tessili per la casa	9.952,9	29.532,8	52.004,0	41.910,7	41.539,9	35.346,7	28.561,0	19.609,3	-31,3	97,0		
- Chimica, petrolchimica, gomma e mat. plastiche	16.195,6	67.540,8	63.465,3	53.073,1	67.989,1	62.443,7	50.036,0	33.442,8	-33,2	106,5		
- Pelli, cuoio e calzature	8.044,3	23.120,8	29.686,7	19.333,9	20.993,7	20.484,6	17.474,0	11.992,3	-31,4	49,1		
- Lavorazione minerali non metalliferi	6.752,6	29.333,0	41.395,8	39.874,7	49.594,8	50.109,3	43.861,4	28.543,3	-34,9	322,7		
- Carta, stampa ed editoria	5.470,9	16.613,4	27.322,2	24.414,7	29.765,0	28.454,3	28.451,1	20.201,9	-29,0	269,3		
- Installazione impianti per l'edilizia	5.201,8	10.585,9	23.856,4	22.793,9	34.014,2	28.357,6	25.268,0	18.898,8	-25,2	263,3		
- Energia elettrica, gas e acqua	116,5	128,7	188,6	653,5	774,5	922,7	841,6	1.184,3	40,7	916,3		
- Trasporti e comunicazioni	7.979,0	39.247,6	38.984,6	37.066,1	47.643,3	42.230,5	45.854,0	33.561,6	-26,8	320,6		
- Tabacchicoltura	418,2	629,0	412,9	389,2	439,6	150,2	153,1	282,3	84,4	-32,5		
- Servizi	72,6	920,0	2.460,1	2.494,1	4.351,0	4.143,9	3.667,7	1.379,8	-62,4	1800,7		
- Varie	1.863,6	7.483,1	11.008,2	10.626,8	10.805,4	11.651,5	13.170,5	9.998,2	-24,1	436,5		
- Commercio all'ingrosso	2.034,6	8.431,9	22.868,5	19.657,8	30.214,3	28.894,6	27.774,9	18.434,1	-33,6	806,0		
- Commercio al minuto	1.411,7	7.617,9	17.276,3	18.974,4	35.644,3	40.939,7	52.673,1	29.972,5	-43,1	2023,2		
- Attività varie (professionisti, artisti, scuole e case di cura private, istituti di vigilanza)	2.934,0	14.052,5	52.608,5	71.001,8	88.424,2	62.899,3	59.061,5	28.457,6	-51,8	869,9		
- Intermediari (agenzie viaggio, immobiliari, di brokeraggio, magazzini custodia conto terzi)	543,7	4.027,4	11.043,9	7.421,6	9.068,8	7.306,5	7.086,7	3.947,6	-44,3	626,1		
- Alberghi, pubblici esercizi e attività similari	165,9	1.531,4	5.206,7	5.946,0	9.387,2	7.243,0	5.085,4	2.341,3	-54,0	1311,3		
- Industria edile	22.831,2	44.148,6	53.385,8	61.260,9	77.071,6	88.910,8	85.353,8	57.446,4	-32,7	151,6		
- Artigianato edile	10.998,6	20.281,8	22.127,7	20.216,2	25.069,6	33.132,5	31.143,1	16.625,2	-46,6	51,2		
- Industria lapidei	1.452,6	3.213,5	6.281,2	4.711,5	6.281,2	6.060,8	5.584,7	3.569,5	-36,1	145,7		
- Artigianato lapidei	165,0	296,4	366,5	402,5	513,8	378,6	309,2	231,2	-25,2	40,2		
- Altro	254,5	930,4	1.248,4	1.898,0	3.133,9	2.272,2	1.710,5	670,1	-60,8	163,3		
Totale	228.347,6	916.398,0	1.198.889,2	975.548,9	1.114.610,8	1.101.608,4	1.018.783,7	682.657,4	-33,0	199,0		

Fonte: Inps, elaborazione Assocaltatruffici_09/2016

Tav. 8 – *Andamento Cassa Integrazione Guadagni autorizzata: ore autorizzate in migliaia (ordinaria + straordinaria) per ramo di attività economica (Primi 7 mesi 2016)*

Ramo di attività economica	CIG Totale			
	Genn-Lug 2015 (000 ore)	Genn-Lug 2016 (000 ore)	Var. % Primi 7 mesi 2015-2016	Inc. % Primi 7 mesi 2016
- Attività economiche connesse con l'agricoltura	338,0	123,7	-63,4%	0,0
- Estrazione minerali metalliferi e non	251,2	458,8	82,7%	0,1
- Legno e Arredamento	22.079,3	14.181,9	-35,8%	3,6
- Alimentari	7.623,6	6.538,4	-14,2%	1,7
- Metallurgiche	28.291,6	31.114,9	10,0%	8,0
- Meccaniche	139.710,5	152.981,3	9,5%	39,2
- Tessili	16.709,0	12.823,5	-23,3%	3,3
- Vestiario abbigliamento e prod. tessili per la casa	13.232,1	12.184,4	-7,9%	3,1
- Chimica, petrolchimica, gomma e mat. plastiche	22.308,5	16.281,1	-27,0%	4,2
- Pelli, cuoio e calzature	7.361,3	9.366,0	27,2%	2,4
- Lavorazione minerali non metalliferi	16.611,1	16.473,4	-0,8%	4,2
- Carta, stampa ed editoria	11.679,2	11.169,6	-4,4%	2,9
- Installazione impianti per l'edilizia	11.077,1	9.384,0	-15,3%	2,4
- Energia elettrica, gas e acqua	694,8	1.232,4	77,4%	0,3
- Trasporti e comunicazioni	20.282,8	23.751,9	17,1%	6,1
- Tabacchicoltura	272,4	39,8	-85,4%	0,0
- Servizi	668,4	610,9	-8,6%	0,2
- Varie	3.175,6	3.206,8	1,0%	0,8
- Commercio all'ingrosso	10.330,5	6.377,0	-38,3%	1,6
- Commercio al minuto	14.582,8	15.075,5	3,4%	3,9
- Attività varie (professionisti, artisti, scuole e case di cura private, istituti di vigilanza)	15.280,9	10.341,3	-32,3%	2,6
- Intermediari (agenzie viaggio, immobiliari, di brokeraggio, magazzini custodia conto terzi)	2.162,0	2.854,2	32,0%	0,7
- Alberghi, pubblici esercizi e attività similari	1.037,1	999,1	-3,7%	0,3
- Industria edile	40.643,6	24.497,9	-39,7%	6,3
- Artigianato edile	12.951,5	6.505,5	-49,8%	1,7
- Industria lapidei	2.566,6	1.659,4	-35,3%	0,4
- Artigianato lapidei	181,7	118,2	-34,9%	0,0
- Altro	402,9	243,0	-39,7%	0,1
Totale	422.505,9	390.593,9	-7,6%	100,0

Fonte: *Inps, elaborazione Assocaltiriffici_09/2016*

3. La produzione, l'export e l'import

Le serie storiche degli ultimi 15 anni relative a produzione in Italia di calzature, interscambio commerciale e saldo sono riportate nelle tavole 9, 10, 11 e 12.

Relativamente alla produzione va anzitutto precisato che le stime effettuate da Assocalzaturifici utilizzano quale criterio d'origine quello della lavorazione prevalente (che permette quindi l'apposizione sulla merce del marchio Made in Italy), non considerando le delocalizzazioni totali all'estero operate da imprese italiane o da unità operative da esse controllate o partecipate.

Analizzando in tavola 9 le stime dell'output nazionale, alla luce di questa precisazione metodologica si può osservare come dai 390 milioni di paia realizzati nel 2000 si sia passati ai 191,2 milioni del 2015, con un dimezzamento quindi in termini di quantità.

Particolarmente marcate le flessioni subite nel quadriennio 2002-2005 (con decrementi annui superiori o prossimi al 10%), gli anni in cui – specularmente – le importazioni dalla Cina in Italia sono salite dai 55,5 milioni di paia del consuntivo 2001 a 164,2 milioni (2005) e quelle della Cina nell'intera UE (considerata a 28 membri) da 422 milioni di paia a 1.321 milioni. Ovvie le conseguenze sul tessuto produttivo italiano (ed europeo), in particolare nelle fasce economico e economico-medio, più esposte alla concorrenza orientale.

Le misure antidumping comunitarie verso i flussi di calzature in pelle in arrivo da Cina e Vietnam – istituite sul finire del 2006 dopo una lunga indagine giunta a dimostrare il ricorso a pratiche scorrette e rimaste in vigore, pur con una interruzione prima della riconferma, sino all'aprile 2011 – hanno permesso una boccata di ossigeno alle imprese: nel biennio 2006-2007 la produzione ha frenato notevolmente la caduta (-2,5% e -0,9% i risultati a

consuntivo), prima di subire un'ulteriore battuta d'arresto nel 2008 e soprattutto nel 2009 (-12,1% in volume), con l'esplosione della crisi economica mondiale e le gravi conseguenze sugli scambi internazionali.

I recuperi molto parziali del biennio successivo (+2,3% e +2,6%) si sono interrotti nel 2012, quando la fase recessiva attraversata dall'economia nazionale – con le ovvie ripercussioni su reddito disponibile, clima di fiducia delle famiglie e acquisti – hanno interrotto il rimbalzo favorevole. I tre anni più recenti hanno visto infine, dopo un lieve recupero nel 2013 (+1,8%, trainato dalla domanda sui mercati extra-UE), nuovi ripiegamenti (-2,5% nel 2014 e -2,9% nel 2015), con l'intensificarsi improvviso delle tensioni geopolitiche (ed economiche) nei Paesi della Comunità Stati Indipendenti.

In termini di valore, la produzione è passata dagli 8,3 miliardi di euro del 2000 ai 7,5 miliardi nel 2015, con un andamento quindi un po' meno penalizzante (sia nelle intensità che nelle frequenze) rispetto ai volumi, a seguito dell'incremento del prezzo medio (solo nel problematico 2009 l'aumento è stato trascurabile: +0,5%), cresciuto continuamente nei quindici anni esaminati e con saggi superiori a quelli inflativi: il che vuol dire che il sistema calzaturiero italiano riesce a farsi riconoscere una qualità intrinseca del proprio prodotto, che è via via cresciuta nel tempo, ed ha compensato, attraverso l'aumento del prezzo, la diminuzione delle quantità prodotte.

Considerazioni analoghe possono essere fatte analizzando la serie storica dell'export nella tavola 10, che mostra – oltre a un trend decisamente meno penalizzante in valore rispetto alle quantità negli anni esaminati – il progressivo innalzamento del prezzo medio (uniche eccezioni il biennio nero 2009-2010), passato da 18,23 euro/paio (anno 2000) a 41,69 euro nel 2015. Un *upgrading* determinato oltre che, come già detto, dalla concorrenza estera sempre più serrata nelle fasce economiche e medie, dalla progressiva specializzazione nelle produzioni di fascia fine e lusso, a elevato contenuto moda e valore aggiunto.

Dopo la flessione a doppia cifra del 2009 (-13,3% in quantità e -15,9% in valore), se in volume le performance dell'export sono risultate piuttosto altalenanti, in termini di valore si sono susseguiti sei anni di aumenti ininterrotti.

Relativamente alle importazioni (tavola 11), dal 2000 al 2015 le cifre Istat (che vale la pena ricordare comprendono anche le reimportazioni di merci già precedentemente esportate in via temporanea) hanno registrato un forte incremento complessivo: nel 2015 sono entrati in Italia circa 328 milioni di paia, contro i 196 dell'anno 2000. Il 2007 è l'anno record, con 390 milioni di paia.

Il prezzo medio è passato da 9,2 euro/paio nel 2000 a 13,8 nel 2015. Va aggiunto che la Cina, primo fornitore con 128 milioni di paia nel 2015 (il

39% dei volumi totali importati), presenta un prezzo medio al paio di soli 7,2 euro, inferiore di due volte e mezzo rispetto al prezzo medio degli altri Paesi fornitori (18 euro).

Il prezzo medio delle importazioni – oltre ad essersi incrementato in misura decisamente più contenuta rispetto al prezzo medio dell’export nei 15 anni considerati (+50,5% rispetto a +128,7%, come emerge anche dall’esame dei Numeri Indici riportati nell’ultima colonna delle rispettive tabelle) – risulta tre volte inferiore, nel 2015, rispetto a quello dei flussi in uscita (13,8 contro 41,7 euro/paio).

In tavola 12 la serie del saldo commerciale tra export e import ci dice anzitutto che il settore, nonostante una pressione competitiva senza precedenti e la crisi economica mondiale, è riuscito a conservare un attivo superiore ai 4 miliardi di euro (4,1 nel 2015; erano 4,8 nel 2000). La flessione contenuta registrata nel 2015 (-2,7% sull’anno precedente) ha interrotto un quinquennio di risalita, dopo la brusca erosione del 2009 (in cui l’attivo si era ridotto a 2,6 miliardi di euro, con un -26,2% sul 2008, tornando sotto la soglia dei 3 miliardi come non avveniva dall’inizio anni ‘80).

Va sottolineata, in particolare, la reattività del sistema calzaturiero rispetto alla crisi, come mostrano i risultati ottenuti negli anni dal 2010 al 2013, in cui l’attivo in valore è cresciuto, nell’ordine, del +10,5%, +16,4%, +12,4% e +11,4%.

A fronte dello scenario sfavorevole, il settore ha visto le aziende applicare progressivamente un comportamento di convinta resilienza che ha consentito, ad una parte significativa di esse, di incorporare le numerose difficoltà incontrate.

La tavola 13 illustra il peso delle diverse aree geografiche mondiali quali destinazioni dei flussi di export. Oltre all’andamento recente delle singole aree, da essa si evince la rilevanza dei mercati dell’Unione Europea per il settore: sette calzature su dieci esportate finiscono ogni anno in uno dei partner comunitari (più ridotta l’incidenza in valore, ma comunque pari alla metà delle vendite estere).

Altre importanti aree di destinazione sono i restanti Paesi europei non UE (tra cui spiccano Svizzera e Turchia), l’America Settentrionale (con gli USA che sono diventati nel 2015 il nostro secondo mercato di sbocco in valore) e l’Estremo Oriente.

Il Far East, che presenta il prezzo medio più elevato (quasi 110 euro/paio nel 2015), è senza dubbio l’area con le migliori performance nel periodo 2008-2015: l’export italiano è infatti aumentato del 57% circa in volume e del 168% in valore.

In tavola 14 è presentato un focus relativo ai flussi verso i mercati della “Area CSI” (includendo in questa denominazione anche Ucraina e Georgia,

benché siano uscite, rispettivamente nel 2014 e nel 2009, dalla confederazione), con riferimento al periodo 2013-2015 e alla prima metà del 2016. Tale area è quella che presenta, nella tavola precedente, i peggiori risultati negli ultimi 7 anni (con un -35,5% in volume).

La fragilità dell'economia russa – con la svalutazione del rublo, la caduta del prezzo del petrolio e la stretta del credito bancario – nonché l'incertezza generata dalla crisi con l'Ucraina, si sono tradotte nell'atteggiamento conservativo di molti operatori, che ha condotto a un repentino rallentamento degli ordini dalla CSI a partire dagli ultimi mesi 2013, sfociato poi in battuta d'arresto in avvio 2014 e in un ulteriore crollo nel 2015. Le vendite degli operatori italiani in quest'area hanno infatti evidenziato nel 2015 un marcato arretramento, facendo segnare nel complesso contrazioni superiori al 30% sia in quantità che in valore sul 2014 (con Russia -32,5% in valore, Ucraina -37,8%; Kazakistan -23,9%).

Tali flessioni si sono aggiunte a quelle, altrettanto pesanti, registrate a consuntivo 2014: in un biennio il calo complessivo del nostro export calzature verso la CSI è stato pari al -44,1% in volume e al -46,8% in valore. Si è passati dai 10,5 milioni di paia venduti a consuntivo 2013 ai 5,9 milioni di fine 2015.

Pesante il contraccolpo sul portafoglio ordini di molte aziende del settore. Contrazioni particolarmente marcate sono state registrate nei due distretti leader per esportazioni verso la Russia: quello marchigiano e quello di San Mauro Pascoli (FC). Le aziende calzaturiere di Fermo hanno evidenziato nel 2015 un calo nell'export di "calzature e parti" verso la Russia pari al -23,7% in valore sul 2014; quelle di Macerata un -23%; quelle di Forlì-Cesena un -32,5%; Ascoli Piceno addirittura -50,7%.

Riduzioni drastiche; in un biennio, la flessione subita nel complesso in queste due regioni supera il 45% in valore.

In questo quadro le sanzioni della UE nei confronti di Mosca – per la rimozione delle quali Assocalzaturifici ha rivolto di recente alle Istituzioni ripetuti appelli – sebbene non colpiscano direttamente il prodotto calzatura stanno mettendo in crisi un collaudato sistema di rapporti commerciali consolidatosi in anni di investimenti da parte delle imprese, perché aggravano in maniera significativa il clima di incertezza e recessione dovuti alla crisi economica e alle tensioni geopolitiche nell'area.

Nel primo semestre 2016 la caduta nella CSI sembra essersi allentata, dando l'impressione che si sia forse toccato il fondo: i dati dell'export italiano evidenziano un +7% in volume globalmente (grazie a Russia +9,4% e Ucraina +45%, mentre il Kazakistan segna un -16,7%), a fronte però di un

calo di oltre il 13% dei prezzi medi, che determina un ulteriore -7,3% in valore nell'area. Recuperi in volume, quelli in Russia e Ucraina, ovviamente ancora assolutamente limitati, dal momento che i livelli attuali delle vendite rimangono marcatamente inferiori rispetto ai primi 6 mesi di due anni orsono (nell'ordine del 30% in quantità e del 40% in valore per entrambi i mercati).

Nella tavola 15 vengono invece presentate le importazioni recenti per area geografica di provenienza. Le principali aree di origine dei flussi sono il Far East, che fornisce più della metà delle paia importate in Italia, e l'Unione Europea, dove – oltre alla presenza di Paesi produttori come Spagna, Portogallo, Romania ... tanto per citare i più importanti per volumi dopo l'Italia – spesso le calzature asiatiche vengono triangolate. Anche a causa dell'instabilità politica recente, perde peso (-31,2% le paia tra 2008 e 2015) l'Africa settentrionale, fino a qualche anno fa protagonista nelle operazioni di delocalizzazione.

Nella tavola 16 vengono riportati i dati di export del primo semestre 2016 (che ha fatto segnare nel complesso un lieve calo in volume, -1,1%, accompagnato da un +3,8% in valore), disaggregati per Paese di destinazione.

Tra i primi 10 mercati, ben 6 sono comunitari. La graduatoria in valore è sempre guidata saldamente dalla Francia, malgrado l'andamento non positivo (-6,3% in quantità e -0,5% in valore). Lieve aumento in Germania (+1,2% in volume) e recupero a due cifre nei Paesi Bassi (+13,7%); nel Regno Unito, quarto nostro mercato per numero di paia, -2,4% nelle quantità e +5,8% in valore (ma il periodo di riferimento è pre-Brexit e quindi non consente valutazione alcuna al riguardo).

Rallentano la corsa, come largamente previsto, gli USA (stabili in volume e -0,6% in valore), con una frenata di oltre il 7% in quantità nel trimestre aprile-giugno.

In Asia: segni positivi nel Far East, con incrementi discreti soprattutto in valore (+8,7% nell'insieme); male invece il Medio Oriente (-13,2% in volume, con flessioni in Emirati e Arabia Saudita nell'ordine del 20% in quantità).

Nel dettaglio, Cina e Hong Kong mostrano un segno “più” sia in volume che valore (seppur lontani, soprattutto la prima, dai fasti degli anni recenti), confermandosi assieme il quinto nostro mercato in valore. La Sud Corea, dopo gli exploit degli ultimi anni, frena in quantità (-4,6%) ma con un +13% in valore. Il Giappone recupera nel secondo trimestre, chiudendo il cumulato dei primi 6 mesi con un +1,2% volume e +8,9% valore che inverte il trend negativo dell'ultimo triennio.

Seguita a crescere infine la Svizzera, tradizionale “piattaforma logistica”: +3,2% in quantità e +12% in valore.

Le ultime tre colonne della tavola 16 confrontano le vendite dei primi 6 mesi 2016 con l'analogo periodo del 2008: i mercati più dinamici risultano, come già anticipato, quelli del Far East: Cina +205,8% in quantità, Hong Kong +89%, Sud Corea +74,6%.

In tavola 17 è riportato invece l'andamento dell'import dei primi 6 mesi 2016 (cresciuto globalmente del 5% in volume e del 6,7% in valore) per Paese di provenienza. Leggero incremento della Cina (+1,1%, accompagnato da una flessione di quasi l'8% nel prezzo medio, già molto basso) e crescita a doppia cifra per il Vietnam (+10,7% quantità e +13,9% valore). Tra gli europei, leggero calo in volume per la Romania (-3,3%), mentre aumentano le triangolazioni da Belgio (+8,1%) e Paesi Bassi (+11,5%).

Questi ultimi due spiccano anche nel raffronto tra i primi 6 mesi 2016 e 2008: assieme a Spagna, Francia, Cambogia, Repubblica Ceca, Portogallo e Ungheria sono quelli che presentano gli incrementi più consistenti dei flussi verso l'Italia in tale periodo.

Le ultime tre tavole presentano i dati Istat di interscambio suddivisi per regione. Contrariamente alle cifre nazionali, i dati territoriali vengono diffusi con cadenza trimestrale e si riferiscono alla voce Ateco CB152 "Fabbricazione di calzature" comprendente, oltre al prodotto finito, anche le parti di calzature.

Nella tavola 18 sono riportati i dati più recenti, relativi al primo semestre 2016. Tra le sette principali regioni calzaturiere, le Marche (-5,1% in valore, ancora fortemente colpite dalla crisi in CSI) e la Campania (-3,9%) mostrano un arretramento delle esportazioni; la Toscana un incremento, +2,1%, ma inferiore alla media nazionale (pari a +3,5%); le altre aumenti compresi tra il +4,7% del Veneto e il +13,4% dell'Emilia Romagna (che realizza la performance migliore, malgrado un ulteriore calo dell'8,2% sul mercato russo).

La serie storica dell'export valore per regione, anni 2008-2015, è dettagliata nella tavola 19.

Emilia Romagna e Marche, a seguito della crisi sui mercati dell'ex blocco sovietico verso cui erano (e sono) fortemente esposte, hanno chiuso il 2015 con flessioni rispettivamente del -4,6% e -2,2% in valore sul 2014. Il risultato più penalizzante è però quello conseguito dalla Campania (-7,5% sul 2014). Segno negativo anche per la Puglia (-0,8%). Crescita pari alla media nazionale (+2,4%) per il Veneto; +4,8% per la Lombardia e +4,9% per la Toscana.

La graduatoria 2015 è guidata dal Veneto, con 2,4 miliardi di euro, seguito da Toscana, 1,9 miliardi, e Marche, 1,5. Le prime tre regioni coprono assieme il 66% delle vendite estero in valore. La Toscana è la regione con la crescita maggiore dell'export tra 2008 e 2015 in termini assoluti: +600 milioni di euro, pari al +45,2%; seguono Lombardia (+372 milioni, ovvero +40,1%, e Veneto, +320 milioni, +15,2%).

L'andamento delle importazioni per regione negli anni 2008-2015 è invece illustrato nella tavola 20. Il Veneto, come per l'export, guida la graduatoria 2015, con 1,7 miliardi di euro, seguito da Lombardia, 1,1 miliardi, e, decisamente più staccate, Marche e Toscana (490 e 470 milioni di euro). La Lombardia è la regione che nel periodo 2008-2015 ha incrementato maggiormente l'import in termini assoluti (+476 milioni di euro, pari al +80%), passando da una quota del 15,6% al 20,7% del totale import nazionale in valore.

Tav. 9 – Produzione di calzature (Anni 2000-2015)

Anno	Paia (in milioni)	N.I. paia 2000=100	Valore (in milioni di euro)	N.I. valore 2000=100	Prezzo medio (in euro)	N.I. prezzo medio 2000=100
- 2000	389,9	100,0	8.269,3	100,0	21,2	100,0
- 2001	375,2	96,2	8.670,0	104,8	23,1	109,0
- 2002	335,0	85,9	8.170,7	98,8	24,4	115,0
- 2003	303,4	77,8	7.582,1	91,7	25,0	117,8
- 2004	281,0	72,1	7.310,4	88,4	26,0	122,6
- 2005	250,2	64,2	6.974,5	84,3	27,9	131,4
- 2006	244,0	62,6	7.198,7	87,1	29,5	139,1
- 2007	241,9	62,0	7.470,4	90,3	30,9	145,6
- 2008	225,2	57,8	7.319,2	88,5	32,5	153,2
- 2009	198,0	50,8	6.468,5	78,2	32,7	154,0
- 2010	202,5	51,9	6.755,9	81,7	33,4	157,3
- 2011	207,6	53,3	7.209,6	87,2	34,7	163,7
- 2012	198,5	50,9	7.122,2	86,1	35,9	169,2
- 2013	202,1	51,8	7.472,0	90,4	37,0	174,3
- 2014	197,0	50,5	7.531,2	91,1	38,2	180,2
- 2015	191,2	49,1	7.492,6	90,6	39,2	184,7

Fonte: stime Assocalzaturifici

Tav. 10 – Esportazione di calzature (Anni 2000-2015)

Anno	Paia (in milioni)	N.I. paia 2000=100	Valore (in milioni di euro)	N.I. valore 2000=100	Prezzo medio (in euro)	N.I. prezzo medio 2000=100
- 2000	362,4	100,0	6.605,6	100,0	18,2	100,0
- 2001	353,7	97,6	7.230,7	109,5	20,4	112,1
- 2002	322,3	88,9	6.781,2	102,7	21,0	115,4
- 2003	297,6	82,1	6.319,9	95,7	21,2	116,5
- 2004	279,3	77,1	6.195,8	93,8	22,2	121,7
- 2005	249,0	68,7	6.093,2	92,2	24,5	134,2
- 2006	243,6	67,2	6.479,9	98,1	26,6	145,9
- 2007	245,3	67,7	6.880,5	104,2	28,1	153,9
- 2008	221,8	61,2	6.915,0	104,7	31,2	171,0
- 2009	192,3	53,1	5.815,4	88,0	30,2	165,9
- 2010	221,4	61,1	6.611,6	100,1	29,9	163,8
- 2011	228,9	63,2	7.454,0	112,8	32,6	178,6
- 2012	214,2	59,1	7.637,7	115,6	35,6	195,6
- 2013	219,8	60,7	8.073,0	122,2	36,7	201,5
- 2014	215,0	59,3	8.389,1	127,0	39,0	214,0
- 2015	207,6	57,3	8.656,3	131,0	41,7	228,7

Fonte: elaborazioni Assocalzaturifici su dati Istat

Tav. 11 – Importazione di calzature (Anni 2000-2015)

Anno	Paia (in milioni)	N.I. paia 2000=100	Valore (in milioni di euro)	N.I. valore 2000=100	Prezzo medio (in euro)	N.I. prezzo medio 2000=100
- 2000	196,0	100,0	1.796,3	100,0	9,2	100,0
- 2001	203,1	103,6	2.086,0	116,1	10,3	112,0
- 2002	224,7	114,7	2.242,3	124,8	10,0	108,8
- 2003	268,7	137,1	2.431,7	135,4	9,1	98,7
- 2004	311,0	158,7	2.577,2	143,5	8,3	90,4
- 2005	331,7	169,3	2.877,6	160,2	8,7	94,5
- 2006	363,6	185,5	3.192,7	177,7	8,8	95,7
- 2007	390,0	199,0	3.202,3	178,3	8,2	89,5
- 2008	352,6	180,0	3.350,3	186,5	9,5	103,6
- 2009	309,9	158,1	3.184,1	177,3	10,3	112,1
- 2010	355,0	181,2	3.703,3	206,2	10,4	113,7
- 2011	357,6	182,5	4.067,4	226,4	11,4	124,0
- 2012	301,2	153,7	3.831,1	213,3	12,7	138,7
- 2013	303,5	154,9	3.834,4	213,5	12,6	137,8
- 2014	329,7	168,2	4.144,0	230,7	12,6	137,1
- 2015	327,9	167,4	4.526,1	252,0	13,8	150,5

Fonte: elaborazioni Assocalzatunifici su dati Istat

Tav. 12 – Saldo commerciale esporti/import calzature (Anni 2000-2015)

Anno	Quantità (in milioni di paia)	Var.% su anno precedente	Valore (in milioni di euro)	Var.% su anno precedente
- 2000	166,4		4.809,4	
- 2001	150,7	-9,5	5.144,7	7,0
- 2002	97,6	-35,2	4.538,9	-11,8
- 2003	28,9	-70,4	3.888,2	-14,3
- 2004	-31,7	-209,7	3.618,6	-6,9
- 2005	-82,7	-160,9	3.215,6	-11,1
- 2006	-119,9	-45,0	3.287,2	2,2
- 2007	-144,7	-20,7	3.678,2	11,9
- 2008	-130,9	9,6	3.564,7	-3,1
- 2009	-117,6	10,1	2.631,3	-26,2
- 2010	-133,6	-13,6	2.908,3	10,5
- 2011	-128,7	3,7	3.386,6	16,4
- 2012	-86,9	32,4	3.806,6	12,4
- 2013	-83,7	3,8	4.238,6	11,4
- 2014	-114,6	-37,0	4.245,1	0,2
- 2015	-120,3	-5,0	4.130,2	-2,7

Fonte: elaborazioni Assocalzatunifici su dati Istat

Tav. 13 – Esportazioni italiane di calzature per aree geografiche (Anni 2008, 2014, 2015 e Primo semestre 2016)

Aree geografiche	2008			2014			2015			Var. % 2014-2015			Var. % 2008-2015		
	Paia (in milioni)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia (in milioni)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia (in milioni)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore	Prezzo medio	Paia	Valore	Prezzo medio
- Unione Europea (UE 28)	158,0	4.062,1	25,7	149,5	4.449,6	29,8	143,9	4.454,7	31,0	-3,7	0,1	4,0	-8,9	9,7	20,4
- Altri Paesi europei	13,8	566,8	41,0	14,2	877,4	61,6	15,0	1.006,9	67,2	5,2	14,8	9,1	8,5	77,7	63,7
- Paesi Est Europa e CSI	12,8	807,0	63,0	11,1	674,2	60,8	8,3	472,1	57,1	-25,5	-30,0	-6,1	-35,5	-41,5	-9,3
- Africa Settentrionale	1,7	22,0	13,3	1,5	27,2	17,7	1,3	26,2	20,0	-15,2	-3,8	13,5	-21,0	19,0	50,7
- Altri Paesi d'Africa	2,6	48,6	18,7	3,0	53,8	18,0	2,8	54,1	19,2	-5,6	6,5	6,5	8,6	11,2	2,5
- America Settentrionale	17,7	746,6	42,3	16,4	973,7	59,4	17,0	1.132,0	66,5	3,8	16,3	12,0	-3,6	51,6	57,3
- America Centro-Sud	2,2	43,1	19,7	2,3	70,1	31,0	2,2	80,1	36,9	-3,9	14,4	19,0	-0,7	85,9	87,2
- Medio Oriente	5,7	163,9	29,0	5,7	259,4	45,3	5,9	283,1	48,4	2,2	9,2	6,8	3,5	72,7	67,0
- Altri Paesi d'Asia	6,2	401,1	64,3	10,0	939,6	93,6	9,8	1.074,2	109,9	-2,7	14,3	17,5	56,8	167,8	70,9
- Oceania	1,1	51,7	45,3	1,2	61,3	49,3	1,5	69,5	47,1	18,7	13,3	-4,5	29,1	34,3	4,0
- Diverse	0,0	2,1	93,7	0,0	2,8	113,8	0,0	3,4	86,5	59,7	21,4	-24,0	76,6	63,0	-7,7
Totale Export	221,8	6.915,0	31,2	215,0	8.389,1	39,0	207,6	8.656,3	41,7	-3,4	3,2	6,9	-6,4	25,2	33,7

Aree geografiche	Primo semestre 2015			Primo semestre 2016			Var. % 2015-2016			Inc. % Primo semestre 2016		
	Paia (in milioni)	Valore (in mil. di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia (in milioni)	Valore (in mil. di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore	Prezzo medio	Quantità	Valore	Prezzo medio
- Unione Europea (UE 28)	76,0	2.190,3	28,8	75,3	2.264,3	30,1	-1,0	3,4	4,4	69,9	51,3	8,5
- Altri Paesi europei	7,9	496,9	63,2	8,0	549,2	68,5	1,8	10,5	8,5	7,4	12,4	4,8
- Paesi Est Europa e CSI	4,2	227,8	54,4	4,2	211,0	50,1	0,5	-7,4	-7,9	3,9	0,3	0,3
- Africa Settentrionale	0,7	14,4	19,3	0,9	14,8	15,9	24,6	2,5	-17,8	0,9	0,3	0,5
- Altri Paesi d'Africa	1,3	25,9	20,1	1,1	22,0	19,6	-12,9	-14,9	-2,4	1,0	0,5	1,2
- America Settentrionale	8,7	548,5	63,2	8,7	555,1	64,0	-0,0	1,2	1,2	8,1	12,6	0,9
- America Centro-Sud	1,1	38,0	35,7	0,9	42,7	46,4	-13,4	12,6	30,0	0,9	1,0	2,5
- Medio Oriente	3,1	145,9	46,3	2,7	141,6	51,8	-13,2	-3,0	11,8	2,5	3,2	4,9
- Altri Paesi d'Asia	5,1	526,9	103,2	5,2	572,8	109,6	2,4	8,7	6,2	4,9	13,0	0,9
- Oceania	0,7	34,0	47,1	0,6	38,3	63,9	-17,1	12,5	35,7	0,6	0,9	0,0
- Diverse	0,0	1,9	109,6	0,0	1,1	129,2	-49,6	-40,6	17,9	0,0	0,0	4,9
Totale Export	108,9	4.250,5	39,0	107,7	4.413,0	41,0	-1,1	3,8	4,9	100,0	100,0	100,0

Nota: - Unione Europea a 28 = Francia, Belgio, Lussemburgo, Paesi Bassi, Germania, Regno Unito, Irlanda, Danimarca, Grecia, Portogallo, Spagna, Austria, Finlandia, Svezia, Cipro, Estonia, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Rep. Ceca, Slovacchia, Slovenia, Ungheria, Bulgaria, Romania, Croazia;
- Altri Paesi europei = Ceuta, Melilla, Islanda, Norvegia, Liechtenstein, Svizzera, Isole Faer Oer, Andorra, Gibilterra, Turchia;
- Paesi Est Europa e CSI = Albania, Bosnia-Erzegovina, Ex R. Jug. Macedonia, Serbia, Montenegro, Kosovo, Ucraina, Bielorussia, Russia, Georgia, Armenia, Azerbaigian, Kazakistan, Turkmenistan, Uzbekistan, Tagikistan, Kirghizistan;
- Africa Settentrionale = Marocco, Algeria, Tunisia, Libia, Egitto, Sudan;
- Diverse = Paesi e territori indeterminati o non specificati; punti e depositi franchi; provviste di bordo.

Fonte: elaborazioni Associazionifisci su dati Istat

Tav. 14 – Esportazioni italiane di calzature verso i mercati “Area CSI” (Anni 2013-2015 e Primo semestre 2016)

Mercati “Area CSI”	2013			2014			2015			Var. % 2014-2015			Var. % 2013-2015		
	Paia	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore	Prezzo medio	Paia	Valore	Prezzo medio
- Russia	8.139.454	643,1	79,0	6.483.977	496,8	76,6	4.548.332	335,4	73,7	-29,9	-32,5	-3,8	-44,1	-47,9	-6,7
- Ucraina	1.134.592	89,0	78,5	807.356	59,1	73,2	449.768	36,8	81,8	-44,3	-37,8	11,7	-60,4	-58,7	4,3
- Kazakistan	602.514	45,8	76,0	522.688	38,7	74,1	399.086	29,5	73,9	-23,6	-23,9	-0,3	-33,8	-35,6	-2,8
- Azerbaigian	137.937	11,2	81,4	133.434	12,6	94,6	115.128	11,6	100,5	-13,7	-8,3	6,3	-16,5	3,1	23,5
- Georgia	201.643	5,5	27,2	151.359	4,8	31,7	137.971	4,6	33,0	-8,8	-5,2	4,0	-31,6	-17,1	21,2
- Uzbekistan	33.513	4,5	134,7	31.052	4,2	134,1	32.851	4,5	135,6	5,8	7,0	1,1	-2,0	-1,3	0,7
- Bielorussia	82.614	6,7	80,8	74.218	6,3	84,7	49.265	3,8	77,0	-33,6	-39,6	-9,0	-40,4	-43,2	-4,7
- Armenia	99.343	4,5	45,3	139.416	5,3	37,7	81.241	3,6	44,7	-41,7	-30,9	18,6	-18,2	-19,2	-1,2
- Kirghizistan	20.840	1,9	89,1	20.860	1,7	79,3	23.220	1,9	82,7	11,3	16,1	4,3	11,4	3,4	-7,2
- Turkmenistan	9.654	1,5	150,3	15.719	2,1	135,1	9.569	1,3	140,0	-39,1	-36,9	3,6	-0,9	-7,7	-6,9
- Moldavia	42.954	1,4	32,3	25.700	1,0	37,4	29.561	0,9	29,7	15,0	-8,8	-20,7	-31,2	-36,8	-8,1
- Tagikistan	705	0,1	96,1	651	0,1	126,6	599	0,1	120,1	-8,0	-12,8	-5,2	-15,0	6,1	24,9
Totale	10.505.763	815,1	77,6	8.406.430	632,6	75,3	5.876.591	433,9	73,8	-30,1	-31,4	-1,9	-44,1	-46,8	-4,8

Mercati “Area CSI”	Primo semestre 2015			Primo semestre 2016			Var. % 2015-2016			Inc. % Primo semestre 2016		
	Paia	Valore (in mil. di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore (in mil. di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore	Prezzo medio	Quantità	Valore	Valore
- Russia	2.274.176	162,1	71,3	2.488.105	150,3	60,4	9,4	-7,3	-15,3	76,6	76,9	
- Ucraina	232.091	17,6	76,0	336.274	21,3	63,4	44,9	21,0	-16,5	10,4	10,9	
- Kazakistan	221.927	13,9	62,5	184.826	11,2	60,7	-16,7	-19,2	-3,0	5,7	5,7	
- Azerbaigian	63.066	6,5	102,3	57.180	3,2	56,2	-9,3	-50,1	-45,0	1,8	1,6	
- Georgia	66.492	2,0	30,0	61.670	1,8	29,1	-7,3	-10,1	-3,0	1,9	0,9	
- Uzbekistan	15.820	1,8	113,3	17.266	2,4	138,2	9,1	33,2	22,0	0,5	1,2	
- Bielorussia	82.768	2,6	31,1	18.170	1,5	84,3	-78,0	-40,5	171,1	0,6	0,8	
- Armenia	46.977	2,0	41,8	51.283	1,8	34,3	9,2	-10,5	-18,0	1,6	0,9	
- Kirghizistan	11.694	1,0	82,2	9.865	0,7	75,5	-15,6	-22,5	-8,1	0,3	0,4	
- Turkmenistan	6.172	0,8	127,7	5.501	0,6	116,4	-10,9	-18,8	-8,9	0,2	0,3	
- Moldavia	13.790	0,4	29,9	16.675	0,4	25,6	20,9	3,7	-14,2	0,5	0,2	
- Tagikistan	366	0,0	119,1	-	-	-	-100,0	-100,0	-	-	-	
Totale	3.035.339	210,6	69,4	3.246.815	195,4	60,2	7,0	-7,3	-13,3	100,0	100,0	

Nota: Nell'aggregato “CSI-Comunità degli Stati Indipendenti” sono considerate anche Georgia e Ucraina, benché ritiratesi, nel 2009 e nel 2014 rispettivamente, dalla confederazione

Fonte: elaborazioni Assocalzaturifici su dati Istat

Tav. 15 – Importazioni italiane di calzature per aree geografiche (Anni 2008, 2014, 2015 e Primo semestre 2016)

Aree geografiche	2008			2014			2015			Var. % 2014-2015			Var. % 2008-2015		
	Paia (in milioni)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia (in milioni)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia (in milioni)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore	Prezzo medio	Paia	Valore	Prezzo medio
- Unione Europea (UE 28)	77,7	1.525,9	19,6	107,8	2.025,7	18,8	107,5	2.176,0	20,2	-0,3	7,4	7,7	38,3	42,6	3,1
- Altri Paesi europei	1,7	37,8	22,9	1,6	66,5	40,5	1,9	83,9	43,4	17,5	26,1	7,3	16,9	122,1	89,9
- Paesi Est Europa e CSI	25,0	270,0	10,8	33,1	456,8	13,8	31,8	423,1	13,3	-4,0	-7,4	-3,6	27,4	56,7	23,0
- Africa Settentrionale	12,5	169,8	13,6	9,2	139,1	15,2	8,6	130,5	15,2	-6,3	-6,2	0,2	-31,2	-23,1	11,7
- Altri Paesi d'Africa	0,2	1,6	7,0	0,1	0,8	13,2	0,0	0,5	14,3	-40,3	-35,1	8,6	-84,5	-68,4	103,4
- America Settentrionale	0,3	4,9	17,2	0,1	5,9	60,8	0,1	8,2	74,1	12,9	37,7	22,0	-61,5	66,3	331,6
- America Centro-Sud	6,8	91,8	13,6	1,3	12,8	10,0	1,2	14,0	11,6	-4,7	9,8	15,3	-82,0	-84,7	-14,8
- Medio Oriente	0,0	1,1	25,3	0,0	4,3	149,5	0,0	5,7	194,9	2,1	33,0	30,3	-33,0	416,7	670,9
- Altri Paesi d'Asia	228,5	1.247,0	5,5	176,5	1.431,6	8,1	176,7	1.683,2	9,5	0,1	17,6	17,4	-22,7	35,0	74,5
- Oceania	0,0	0,3	13,8	0,0	0,4	61,2	0,0	0,9	25,4	425,4	117,9	-58,5	58,9	191,1	83,3
- Diverse	0,0	0,0	118,8	0,0	0,0	57,4	0,0	0,0	96,6	-24,6	26,9	68,4	-13,7	-29,8	-18,7
Totale Import	352,6	3.350,3	9,5	329,7	4.144,0	12,6	327,9	4.526,1	13,8	-0,5	9,2	9,8	-7,0	35,1	45,3

Aree geografiche	Primo semestre 2015			Primo semestre 2016			Var. % 2015-2016			Inc. % Primo semestre 2016		
	Paia (in milioni)	Valore (in mil. di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia (in milioni)	Valore (in mil. di euro)	Prezzo medio (in euro)	Paia	Valore	Prezzo medio	Quantità	Valore	Prezzo medio
- Unione Europea (UE 28)	56,2	1.045,2	18,6	59,7	1.170,7	19,6	6,4	12,0	5,3	31,4	48,7	2,0
- Altri Paesi europei	1,2	41,1	34,4	1,9	49,2	25,4	61,6	19,6	-26,0	1,0	2,0	9,2
- Paesi Est Europa e CSI	16,3	212,7	13,1	17,6	222,3	12,7	8,0	4,5	-3,2	9,2	3,0	2,5
- Africa Settentrionale	4,8	70,3	14,6	4,7	71,4	15,2	-2,2	1,5	3,9	2,5	0,0	0,0
- Altri Paesi d'Africa	0,0	0,4	18,6	0,0	0,4	21,4	-18,2	-5,7	15,2	0,0	0,0	0,0
- America Settentrionale	0,1	5,2	86,6	0,0	2,8	60,3	-23,2	-46,5	-30,4	0,0	0,1	0,6
- America Centro-Sud	1,1	9,8	9,3	1,2	9,2	7,8	12,6	-5,4	-16,0	0,6	0,4	0,1
- Medio Oriente	0,0	3,6	206,5	0,0	1,7	125,7	-22,4	-52,8	-39,1	0,0	0,1	0,0
- Altri Paesi d'Asia	101,7	864,0	8,5	105,1	876,9	8,3	3,4	1,5	-1,8	55,2	36,5	0,0
- Oceania	0,0	0,5	19,3	0,0	0,1	140,3	-97,3	-80,2	62,8	0,0	0,0	0,0
- Diverse	0,0	0,0	23,0	0,0	0,1	26,7	3397,2	3961,2	16,1	0,0	0,0	0,0
Totale Import	181,3	2.252,8	12,4	191,3	2.404,8	12,6	5,0	6,7	1,7	100,0	100,0	100,0

Nota: - Unione Europea a 28 = Francia, Belgio, Lussemburgo, Paesi Bassi, Germania, Regno Unito, Irlanda, Danimarca, Grecia, Portogallo, Spagna, Finlandia, Svezia, Cipro, Estonia, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Rep. Ceca, Slovacchia, Slovenia, Ungheria, Bulgaria, Romania, Croazia;
- Altri Paesi europei = Ceuta, Melilla, Islanda, Norvegia, Liechtenstein, Svizzera, Isole Faer Oer, Andorra, Gibilterra, Turchia;
- Paesi Est Europa e CSI = Albania, Bosnia-Erzegovina, Ex R. Jug. Macedonia, Serbia, Montenegro, Kosovo, Ucraina, Bielorussia, Russia, Georgia, Armenia, Azerbaigian, Kazakistan, Turkmenistan, Uzbekistan, Tagikistan, Kirghizistan;
- Africa Settentrionale = Marocco, Algeria, Tunisia, Libia, Egitto, Sudan;
- Diverse = Paesi e territori indeterminati o non specificati; punti e depositi franchi; provviste di bordo.

Fonte: elaborazioni Associazionifisci su dati Istat

Tav. 16 – Esportazioni italiane di calzature: principali Paesi di destinazione nei primi 6 mesi degli anni 2015 e 2016

rank in valore	Gennaio-Giugno 2015				Gennaio-Giugno 2016				Var.% 2016 su 2015 (primi 6 mesi)				Var.% 2016 su 2008 (primi 6 mesi)			
	Quantità (in milioni di paia)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Quantità (in milioni di paia)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Quantità (in milioni di paia)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)	Quantità	Valore	Prezzo medio	Quantità	Valore	Prezzo medio	
1) Francia	19,5	644,2	33,0	18,3	641,3	35,1	-6,3	-0,5	6,3	-3,5	37,8	42,8	-3,5	37,8	42,8	
2) Usa	7,6	502,0	65,7	7,6	498,9	65,3	-0,0	-0,6	-0,6	-7,3	44,0	55,4	-7,3	44,0	55,4	
3) Germania	17,9	470,9	26,3	18,1	491,9	27,1	1,2	4,5	3,2	-8,7	14,7	25,6	-8,7	14,7	25,6	
4) Svizzera	6,5	438,7	67,1	6,7	491,4	72,8	3,2	12,0	8,5	6,0	117,6	105,3	6,0	117,6	105,3	
5) Regno Unito	7,3	273,6	37,6	7,1	289,5	40,8	-2,4	5,8	8,4	-21,8	44,2	84,3	-21,8	44,2	84,3	
6) Hong Kong	1,2	173,6	139,0	1,3	196,5	148,0	6,3	13,2	6,5	89,0	312,7	118,4	89,0	312,7	118,4	
7) Spagna	5,3	135,4	25,7	5,3	153,2	29,1	-0,2	13,1	13,3	-11,5	-4,7	7,7	-11,5	-4,7	7,7	
8) Russia	2,3	162,1	71,3	2,5	150,3	60,4	9,4	-7,3	-15,3	-40,6	-45,4	-8,0	-40,6	-45,4	-8,0	
9) Paesi Bassi	3,8	120,9	32,0	4,3	132,6	30,8	13,7	9,7	-3,5	-15,8	1,2	20,2	-15,8	1,2	20,2	
10) Belgio	3,8	141,9	37,2	3,4	128,3	37,4	-10,0	-9,6	0,5	-20,0	-5,8	17,7	-20,0	-5,8	17,7	
11) Cina	0,9	114,9	134,9	0,9	116,1	133,4	2,2	1,0	-1,1	205,8	544,5	110,8	205,8	544,5	110,8	
12) Giappone	1,6	99,2	63,9	1,6	108,0	68,7	1,2	8,9	7,5	8,5	28,0	17,9	8,5	28,0	17,9	
13) Corea del Sud	0,8	69,8	90,0	0,7	78,8	106,6	-4,6	13,0	18,4	74,6	174,4	57,2	74,6	174,4	57,2	
14) Austria	2,6	80,0	30,8	2,3	74,0	31,7	-9,9	-7,4	2,8	-43,5	-15,8	49,1	-43,5	-15,8	49,1	
15) Emirati Arabi U.	1,0	69,6	70,1	0,8	61,7	79,8	-22,2	-11,4	13,8	-28,2	68,7	134,9	-28,2	68,7	134,9	
16) Canada	1,0	46,5	44,9	1,0	56,2	54,4	-0,1	21,0	21,1	-35,7	41,8	120,4	-35,7	41,8	120,4	
17) Polonia	1,6	40,2	24,5	1,9	46,9	24,1	18,7	16,8	-1,6	0,0	26,8	26,8	0,0	26,8	26,8	
18) Turchia	0,8	38,9	46,2	0,8	39,5	47,6	-1,4	1,4	2,9	0,2	32,3	32,0	0,2	32,3	32,0	
19) Grecia	2,3	39,3	16,8	2,0	39,3	19,4	-13,2	0,1	15,3	-43,7	-52,4	-15,4	-43,7	-52,4	-15,4	
20) Rep. Ceca	1,8	36,3	19,6	1,9	38,5	20,8	0,2	6,3	6,1	14,6	37,9	20,3	14,6	37,9	20,3	
21) Australia	0,6	30,3	47,4	0,5	34,3	65,8	-18,3	13,3	38,7	2,7	41,3	37,6	2,7	41,3	37,6	
Altri	18,5	522,2	28,3	18,5	545,7	29,5	0,1	4,5	4,4	-18,3	10,0	34,6	-18,3	10,0	34,6	
Totale Export	108,9	4.250,5	39,0	107,7	4.413,0	41,0	-1,1	3,8	4,9	-12,3	29,4	47,5	-12,3	29,4	47,5	

Fonte: Istat, elaborazioni Assocalzaturifici

Tav. 17 – Importazioni italiane di calzature: principali Paesi di origine nei primi 6 mesi degli anni 2015 e 2016

rank in valore	Gennaio-Giugno 2015				Gennaio-Giugno 2016				Var.% 2016 su 2015 (primi 6 mesi)				Var.% 2016 su 2008 (primi 6 mesi)					
	Quantità (in milioni di paia)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)		Quantità (in milioni di paia)	Valore (in milioni di euro)	Prezzo medio (in euro)		Quantità	Valore	Prezzo medio		Quantità	Valore	Prezzo medio			
1) Cina	76,5	494,5	6,5	77,3	460,9	6,0	1,1	-6,8	7,2	-28,4	28,6	79,7	1,1	-6,8	7,2	-28,4	28,6	79,7
2) Romania	13,5	210,4	15,6	13,0	218,0	16,7	-3,3	3,6	7,2	-2,5	10,8	13,6	-3,3	3,6	7,2	-2,5	10,8	13,6
3) Belgio	7,7	173,6	22,4	8,4	194,2	23,2	8,1	11,9	3,5	45,8	36,5	-6,4	8,1	11,9	3,5	45,8	36,5	-6,4
4) Vietnam	11,7	170,0	14,6	12,9	193,6	15,0	10,7	13,9	2,9	-11,2	68,3	89,6	10,7	13,9	2,9	-11,2	68,3	89,6
5) Paesi Bassi	5,6	151,0	27,1	6,2	186,5	30,0	11,5	23,5	10,7	278,1	611,1	88,1	11,5	23,5	10,7	278,1	611,1	88,1
6) Francia	7,0	154,1	22,0	6,9	174,1	25,4	-2,0	13,0	15,3	91,5	128,0	19,0	-2,0	13,0	15,3	91,5	128,0	19,0
7) Spagna	7,1	107,9	15,1	8,7	132,0	15,1	22,8	22,3	-0,4	174,5	162,9	-4,2	22,8	22,3	-0,4	174,5	162,9	-4,2
8) Albania	6,9	74,7	10,9	7,9	88,0	11,1	14,9	17,8	2,5	76,6	190,8	64,7	14,9	17,8	2,5	76,6	190,8	64,7
9) Bosnia Erz.	5,9	78,6	13,4	6,2	76,9	12,3	6,1	-2,1	-7,8	35,4	53,8	13,6	6,1	-2,1	-7,8	35,4	53,8	13,6
10) Germania	3,3	58,3	17,5	3,7	75,1	20,3	10,7	28,8	16,3	68,7	169,0	59,4	10,7	28,8	16,3	68,7	169,0	59,4
11) Indonesia	4,5	71,9	16,0	4,5	73,0	16,0	1,5	1,5	0,0	-0,4	56,5	57,0	1,5	1,5	0,0	-0,4	56,5	57,0
12) India	4,3	60,7	14,0	4,4	65,9	15,1	0,6	8,7	8,0	-31,7	-6,3	37,2	0,6	8,7	8,0	-31,7	-6,3	37,2
13) Tunisia	4,5	64,4	14,4	4,3	60,7	14,3	-4,7	-5,7	-1,0	-32,9	-20,0	19,3	-4,7	-5,7	-1,0	-32,9	-20,0	19,3
14) Cambogia	1,8	26,4	14,9	2,5	39,8	15,8	42,8	50,8	5,6	462,6	1115,5	116,1	42,8	50,8	5,6	462,6	1115,5	116,1
15) Svizzera	0,3	31,9	126,7	0,3	38,6	136,1	12,6	20,9	7,4	-11,9	139,7	172,0	12,6	20,9	7,4	-11,9	139,7	172,0
16) Regno Unito	0,9	33,9	38,7	1,1	33,4	29,8	28,1	-1,5	-23,1	18,9	49,4	25,6	28,1	-1,5	-23,1	18,9	49,4	25,6
17) Rep. Ceca	1,7	36,9	22,1	1,7	33,2	20,0	-0,7	-10,1	-9,5	343,7	863,8	117,2	-0,7	-10,1	-9,5	343,7	863,8	117,2
18) Bulgaria	3,1	36,0	11,7	2,8	32,9	11,7	-8,5	-8,7	-0,2	0,0	22,0	22,0	-8,5	-8,7	-0,2	0,0	22,0	22,0
19) Serbia	1,4	26,7	18,8	1,7	31,3	18,4	19,5	17,0	-2,1	-15,7	19,3	41,5	19,5	17,0	-2,1	-15,7	19,3	41,5
20) Portogallo	0,6	16,6	26,5	0,8	18,2	23,3	24,3	9,2	-12,1	273,1	284,0	2,9	24,3	9,2	-12,1	273,1	284,0	2,9
21) Ungheria	0,7	17,1	24,6	1,0	18,1	18,4	41,7	6,1	-25,1	164,6	33,2	-49,7	41,7	6,1	-25,1	164,6	33,2	-49,7
Altri	12,6	157,4	12,5	14,1	160,7	11,4	12,2	2,1	-9,0	-12,2	-17,1	-5,6	12,2	2,1	-9,0	-12,2	-17,1	-5,6
Totale import	181,3	2.252,8	12,4	190,3	2.404,8	12,6	5,0	6,7	1,7	-5,8	52,5	61,9	5,0	6,7	1,7	-5,8	52,5	61,9

Fonte: Isat, elaborazioni Assocalzaturifici

Tav. 18 - Interscambio commerciale italiano di calzature e parti di calzature, primi 6 mesi 2016 - Valore (euro) per regione (a)

Territorio	Primi 6 mesi 2015		Primi 6 mesi 2016		Import Var. % 2015/2016	Import Incid. % 6m 2015	Import Var. % 2015/2016	Export Incid. % 6m 2015	Export Var. % 2015/2016	Export Incid. % 6m 2015	Export Incid. % 6m 2016
	Import	Export	Import	Export							
- Piemonte	164.662.596	126.794.196	165.997.778	133.956.858	0,8	6,4	6,0	6,4	5,6	2,9	2,9
- Valle d'Aosta	1.651.399	1.046.641	1.182.334	738.000	-28,4	0,1	0,0	0,1	-29,5	0,0	0,0
- Lombardia	521.223.248	652.918.309	545.952.008	693.194.868	4,7	20,1	19,8	20,1	6,2	14,7	15,1
- Liguria	10.316.213	5.268.503	11.229.144	4.183.865	8,8	0,4	0,4	0,4	-20,6	0,1	0,1
- Trentino A.A.	78.320.602	43.693.716	79.095.551	47.570.213	1,0	3,0	2,9	3,0	8,9	1,0	1,0
- Veneto	825.678.078	1.180.253.958	929.317.307	1.236.107.654	12,6	31,9	33,6	31,9	4,7	26,5	26,9
- Friuli V. Giulia	10.764.913	11.317.911	12.972.662	9.218.782	20,5	0,4	0,5	0,4	-18,5	0,3	0,2
- Emilia Romagna	165.600.174	308.194.407	185.359.084	349.537.671	11,9	6,4	6,7	6,4	13,4	6,9	7,6
- Toscana	247.275.129	989.532.132	238.930.384	1.009.849.844	-3,4	9,5	8,7	9,5	2,1	22,2	21,9
- Umbria	26.877.961	36.871.922	26.907.376	39.737.705	0,1	1,0	1,0	1,0	7,8	0,8	0,9
- Marche	249.246.175	766.230.249	240.578.471	726.907.132	-3,5	9,6	8,7	9,6	-5,1	17,2	15,8
- Lazio	59.198.614	36.810.675	66.156.314	42.592.218	11,8	2,3	2,4	2,3	15,7	0,8	0,9
- Abruzzo	29.927.500	5.936.186	29.984.332	16.191.841	0,2	1,2	1,1	1,2	172,8	0,1	0,4
- Molise	843.871	2.590	599.614	12.345	-28,9	0,0	0,0	0,0	376,6	0,0	0,0
- Campania	70.376.599	130.864.718	82.020.039	125.739.412	16,5	2,7	3,0	2,7	-3,9	2,9	2,7
- Puglia	100.191.393	135.795.637	110.943.853	142.957.722	10,7	3,9	4,0	3,9	5,3	3,1	3,1
- Basilicata	754.294	196.030	1.105.312	89.612	46,5	0,0	0,0	0,0	-54,3	0,0	0,0
- Calabria	2.454.378	537.656	3.158.251	515.331	28,7	0,1	0,1	0,1	-4,2	0,0	0,0
- Sicilia	18.709.622	4.627.994	21.637.448	6.418.536	15,6	0,7	0,8	0,7	38,7	0,1	0,1
- Sardegna	4.301.910	4.134.383	4.551.562	3.914.670	5,8	0,2	0,2	0,2	-5,3	0,1	0,1
- Diverse o non spec.	3.628.759	6.870.265	4.059.081	12.438.672	11,9	0,1	0,1	0,1	81,1	0,2	0,3
Totale Italia	2.592.003.428	4.447.898.078	2.761.737.905	4.601.872.951	6,5	100,0	100,0	100,0	3,5	100,0	100,0

(a) Il gruppo CBI52 della classificazione "Ateco2007" comprende sia le calzature finite (eccetto quelle da sci e per il surf da neve) che le parti di calzature (con la sola eccezione di: suole e tacchi in gomma o plastica e parti in legno).

Fonte: elaborazioni Associazionifisci su dati COEWEB ISTAT settembre 2016. Dati provvisori.

Tav. 19 – Esportazioni italiane di calzature e parti di calzature per regione (Anni 2008-2015): valore in milioni di euro (a)

Territorio	Export												Variazione %		Incidenza %	
	Anno		Anno		Anno		Anno		Anno		Anno		su Totale Export		su Totale Export	
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015	2015	su 2014	2015	2015	2008	2015	
- Piemonte	166,6	189,3	205,2	220,4	221,9	211,8	196,7	261,4	32,9	56,9	32,9	56,9	2,3	2,9		
- Valle d'Aosta	0,1	0,0	0,1	0,4	0,5	1,0	1,0	1,3	34,8	1938,7	34,8	1938,7	0,0	0,0		
- Lombardia	928,3	751,0	829,2	939,8	1.035,6	1.192,2	1.241,1	1.300,3	4,8	40,1	4,8	40,1	12,7	14,5		
- Liguria	4,1	4,3	10,1	4,4	7,1	7,0	8,4	9,9	17,9	141,5	17,9	141,5	0,1	0,1		
- Trentino A.A.	46,9	36,6	46,1	57,1	60,2	64,1	75,0	81,8	9,2	74,6	9,2	74,6	0,6	0,9		
- Veneto	2.105,8	1.835,8	2.047,0	2.191,7	2.109,2	2.194,9	2.369,5	2.426,1	2,4	15,2	2,4	15,2	28,8	27,1		
- Friuli V.Giulia	17,9	17,8	19,2	15,3	13,1	14,0	22,4	24,1	7,6	34,4	7,6	34,4	0,2	0,3		
- Emilia Romagna	491,9	406,7	448,1	555,4	610,2	648,9	665,8	635,3	-4,6	29,1	-4,6	29,1	6,7	7,1		
- Toscana	1.328,5	1.162,0	1.369,5	1.584,2	1.669,6	1.736,2	1.838,0	1.928,8	4,9	45,2	4,9	45,2	18,2	21,5		
- Umbria	50,5	55,0	53,3	60,7	59,1	67,2	71,0	73,6	3,6	45,8	3,6	45,8	0,7	0,8		
- Marche	1.540,8	1.206,3	1.314,9	1.494,6	1.575,5	1.642,5	1.592,0	1.556,7	-2,2	1,0	-2,2	1,0	21,1	17,4		
- Lazio	37,5	56,2	72,8	142,8	67,7	56,5	63,7	73,8	15,8	96,6	15,8	96,6	0,5	0,8		
- Abruzzo	46,4	41,9	50,7	42,2	24,2	10,5	11,8	13,0	10,1	-72,0	10,1	-72,0	0,6	0,1		
- Molise	16,8	8,3	6,4	3,7	6,1	4,0	0,0	0,0	6,9	-99,9	6,9	-99,9	0,2	0,0		
- Campania	213,0	170,5	201,2	223,8	242,0	275,8	284,8	263,3	-7,5	23,6	-7,5	23,6	2,9	2,9		
- Puglia	287,3	180,3	243,4	263,9	238,7	241,6	276,4	274,1	-0,8	-4,6	-0,8	-4,6	3,9	3,1		
- Basilicata	0,1	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2	0,6	0,2	0,2	252,7	0,2	252,7	0,0	0,0		
- Calabria	0,4	0,3	0,2	0,4	0,3	0,8	0,9	1,1	29,8	178,0	29,8	178,0	0,0	0,0		
- Sicilia	4,0	2,1	2,4	3,2	3,7	5,9	6,0	8,3	38,9	108,8	38,9	108,8	0,1	0,1		
- Sardegna	7,5	6,0	8,3	8,4	6,0	7,8	8,0	8,0	0,1	7,4	0,1	7,4	0,1	0,1		
- Diverse o non specificate	5,6	11,5	3,7	6,3	6,7	10,7	7,8	13,8	76,8	146,1	76,8	146,1	0,1	0,2		
Totale Export Italia	7.299,8	6.141,9	6.931,9	7.818,6	7.957,7	8.393,5	8.740,9	8.955,1	2,4	22,7	2,4	22,7	100,0	100,0		

(a) Il gruppo CBI52 della classificazione "Ateco2007" comprende sia le calzature finite (eccetto quelle da sci e per il surf da neve) che le parti di calzature (con la sola eccezione di: suole e tacchi in gomma o plastica e parti in legno).

Fonte: elaborazioni Assocalzaturifici su dati COEWEB ISTAT settembre 2016. Dati provvisori.

Tav. 20 – Importazioni italiane di calzature per regione (Anni 2008-2015): valore in milioni di euro (a)

Territorio	Import										Variazione %			Incidenza % su Totale Import	
	Anno 2008	Anno 2009	Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012	Anno 2013	Anno 2014	Anno 2015	2015 su 2014	2015 su 2008	2015	2008	2015		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	su 2014	su 2008	2015	2008	2015		
- Piemonte	276,3	279,1	347,5	353,9	310,4	279,6	279,0	305,9	9,7	10,7	7,3	5,9			
- Valle d'Aosta	1,4	1,1	1,3	1,8	1,4	1,2	1,5	2,6	70,6	88,3	0,0	0,1			
- Lombardia	594,8	602,9	705,3	799,2	829,1	874,7	957,7	1.070,6	11,8	80,0	15,6	20,7			
- Liguria	47,3	48,3	48,7	42,7	47,4	25,3	19,0	19,9	4,6	-57,9	1,2	0,4			
- Trentino A.A.	68,0	72,8	97,1	110,1	103,7	99,1	123,4	147,9	19,8	117,5	1,8	2,9			
- Veneto	1.288,4	1.177,2	1.402,3	1.529,6	1.366,4	1.408,5	1.598,2	1.676,6	4,9	30,1	33,9	32,4			
- Friuli V.Giulia	29,2	29,9	35,7	28,8	17,2	17,9	19,2	23,9	24,1	-18,4	0,8	0,5			
- Emilia Romagna	174,7	168,8	196,6	247,1	229,5	253,0	285,9	334,8	17,1	91,7	4,6	6,5			
- Toscana	388,8	343,4	377,8	422,6	429,4	441,5	451,5	468,9	3,8	20,6	10,2	9,1			
- Umbria	54,1	49,9	52,1	61,4	57,4	58,5	50,5	53,5	5,8	-1,1	1,4	1,0			
- Marche	442,3	399,6	477,6	524,0	479,3	485,2	480,9	489,1	1,7	10,6	11,6	9,5			
- Lazio	92,7	101,7	113,6	117,9	107,7	101,0	108,1	121,4	12,3	30,9	2,4	2,3			
- Abruzzo	35,7	33,6	44,6	49,8	37,0	42,5	43,1	54,8	27,1	53,7	0,9	1,1			
- Molise	3,1	2,5	2,9	2,3	3,7	2,7	2,1	1,7	-20,5	-45,4	0,1	0,0			
- Campania	99,6	112,6	127,1	121,6	128,4	130,9	132,5	142,0	7,1	42,5	2,6	2,7			
- Puglia	155,7	156,2	187,6	193,0	178,1	162,0	188,3	193,1	2,5	24,0	4,1	3,7			
- Basilicata	1,9	1,9	2,7	3,3	2,3	2,4	1,4	1,9	34,5	0,1	0,0	0,0			
- Calabria	10,3	7,1	7,3	8,1	8,0	6,6	4,8	5,2	8,7	-49,7	0,3	0,1			
- Sicilia	27,9	30,9	35,8	42,2	40,2	34,9	34,9	40,2	15,3	44,2	0,7	0,8			
- Sardegna	8,5	11,0	11,2	12,8	10,8	10,7	8,8	9,0	2,9	6,6	0,2	0,2			
- Diverse o non specificate	1,8	1,1	5,6	7,0	9,0	8,3	7,6	9,7	27,6	452,5	0,0	0,2			
Totale Import Italia	3.802,3	3.631,5	4.280,6	4.679,0	4.396,4	4.446,6	4.798,5	5.172,6	7,8	36,0	100,0	100,0			

(a) Il gruppo CBI52 della classificazione "Ateco2007" comprende sia le calzature finite (eccetto quelle da sci e per il surf da neve) che le parti di calzature (con la sola eccezione di: suole e tacchi in gomma o plastica e parti in legno).

Fonte: elaborazioni Assocalzaturifici su dati COEWEB ISTAT settembre 2016. Dati provvisori.

4. I consumi delle famiglie italiane

Nel 2015, per l'ottavo anno consecutivo, gli acquisti delle famiglie hanno evidenziato a consuntivo un segno negativo in volume, benché la flessione sia risultata meno rilevante rispetto al triennio precedente e non siano mancati durante l'anno segnali (da ultimo il lieve recupero del mese di dicembre) almeno di rallentamento della caduta. Un mercato, quello nazionale, che – malgrado il trend assolutamente poco favorevole – rimane strategico per le imprese italiane, con 28,7 milioni di paia annue prodotte ad esso destinate: il terzo per importanza in quantità e secondo in valore per i nostri operatori.

Nonostante l'andamento soddisfacente degli acquisti nell'ultimo mese dell'anno, comunque, anche il quarto trimestre 2015 ha chiuso in terreno negativo (-1,2% in volume e -0,1% in spesa), e i dati finali a consuntivo elaborati per Assocalzaturifici dal *Fashion Consumer Panel* di Sita Ricerca denotano flessioni dell'1,2% in quantità e del 2,4% in spesa su gennaio-dicembre 2014, con prezzi medi in ribasso dell'1,3%.

Un trend comune, purtroppo, anche agli altri componenti del comparto abbigliamento-pelletteria-calzature.

Nella tavola 21 è esposta la serie storica degli acquisti delle famiglie per gli anni 2000-2015.

Considerando l'evoluzione in termini di volume, dopo il calo del 2001 e una sostanziale stagnazione tra il 2002 e il 2006, nel 2007 è stato raggiunto il picco (188,3 milioni di paia), cui è seguita la fase di contrazione tuttora in atto. Dall'inizio della crisi mondiale ad oggi in particolare (periodo 2008-2015), il calo degli acquisti è stato pari al -16,1% in quantità. Simile l'andamento in termini di valore: fase di consolidamento sino al 2007 e poi progressiva contrazione a partire dal 2008, con una riduzione complessiva della spesa, tra 2008 e 2015, del -18,3%.

Il prezzo medio del 2015 (40,1 euro al dettaglio) risulta inferiore del 2,6% rispetto a quello del 2008, confermando l'estrema attenzione al fattore prez-

zo, come risulta dalla frequenza crescente, negli ultimi anni, di acquisti effettuati in sconto o durante svendite e saldi, che hanno superato la quota del 50% sulle vendite complessive.

La disaggregazione degli acquisti 2014-2015 per segmento è riportata nella tavola 22. Da essa si vede come le scarpe destinate alla clientela maschile siano risultate nel 2015 le più colpite (-3,3% in volume), seguite da quelle per donna (-2,2%, malgrado gli incrementi per le tipologie “polacchetti/desert boot” e “tempo libero”). È scesa dell’1,7% la pantofoleria; recuperi marginali si rilevano invece per le sportive/sneakers e per le calzature per bambini (+0,8% in quantità per entrambe le voci). Queste ultime sono le uniche a far segnare un (debole) segno positivo in termini di spesa: +0,5%; per gli altri segmenti, contrazioni comprese tra il -1,2% delle sportive e il -5,4% delle scarpe uomo.

Solo le scarpe donna evidenziano un prezzo medio pressoché stabile (+0,1%); arretramento invece attorno al 2% (con un meno marcato -0,3% solo per le scarpe bambino) per tutti gli altri segmenti.

Relativamente ai canali di vendita, altro anno negativo per il dettaglio tradizionale: i negozi specializzati in calzature hanno registrato cali del 5,5% in volume e del 6,4% in valore. Male pure i negozi di abbigliamento e di articoli sportivi. In forte aumento, anche nel 2015, le vendite online (+19,4% in paia sull’anno precedente), che cominciano a rappresentare quote non più trascurabili sul totale acquisti delle famiglie (5,7% in quantità e 6,7% in spesa, secondo le rilevazioni di Sita Ricerca).

In tavola 23 è esposto l’andamento più recente per segmento, relativo alla prima metà del 2016, ancora poco premiante: -0,7% in volume su gennaio-giugno dello scorso anno, con una flessione del 2,3% in termini di spesa e prezzi medi in ribasso dell’1,6%. Male in particolare il segmento donna (-5,8% in quantità nell’insieme, con primi segnali di recupero per le calzature classiche chiuse ed i mocassini, ma cali non trascurabili per scarponcini/stivali e per scarpe aperte e sabot); riduzione più contenuta per l’uomo (-1,8%) e lieve per il comparto bambino (-0,3%). Segni positivi solo per le sportive/sneakers (+2,1%) e la pantofoleria (+2,4%).

In tavola 24 è condotta l’analisi degli acquisti per fascia di prezzo, nel biennio 2014-2015:

- a) la fascia più colpita è risultata quella con prezzo medio più elevato, oltre i 200 euro/paio (che detiene la quota più bassa in volume sul totale: 0,8% degli acquisti, a fronte del 4,8% in valore), che ha registrato un calo dell’8,8% in quantità sull’anno precedente (e -14,9% in spesa); la crisi quindi ha colpito anche dal punto di vista psicologico, tagliando gli acquisti di calzature di prezzo più alto anche da parte di quei soggetti che avrebbero le risorse per poterli sostenere;

- b) su 9 fasce prezzo considerate, solo 3 hanno evidenziato un incremento, o quantomeno una riconferma, dei livelli 2014: quella più economica fino a 10 euro, +0,3% in volume, quella economica da 20 a 40 euro/paio (+3,6%) e quella fine (la penultima, con prezzi da 125 a 200 euro/paio, in recupero dell'1,5% in quantità);
- c) trend negativi per tutte le fasce intermedie (che coprono il range dai 40 ai 125 euro/paio), con cali di oltre il 5% per le fasce 80-100 euro e 100-125 euro/paio.

In tavola 25 è riportato infine il dettaglio degli acquisti per macroarea geografica.

Nell'Italia meridionale-insulare viene acquistato il maggior numero di paia (48,1 milioni nel 2015), ma quest'area risulta quella col prezzo medio più basso tra le 4 in cui viene divisa la Penisola (38,4 euro/paio rispetto ai 40,1 euro della media nazionale). L'Italia nord-occidentale è la zona con prezzo più alto (41,3 euro/paio) ed anche quella con la spesa più elevata per acquisti di calzature (1,9 miliardi di euro nel 2015, il 31,1% del totale nazionale: quota in crescita rispetto al 29,3% del 2014).

Tav. 21 – Consumi di calzature delle famiglie italiane (Anni 2000-2015)

Anno	Paia (in milioni)	N.I. paia 2000=100	Valore franco fabbrica (in milioni di euro)	Prezzo medio franco fabbrica (in euro)	N.I. prezzo medio (a) 2000=100	Valore al dettaglio (in milioni di euro)	N.I. valore al dettaglio 2000=100	Prezzo medio al dettaglio (in euro)	N.I. prezzo medio 2000=100
- 2000	185,2	100,0	3.278,5	17,7	100,0	6.993,0	100,0	37,8	100,0
- 2001	180,7	97,6	3.305,9	18,3	103,3	7.051,5	100,8	39,0	103,3
- 2002	182,7	98,7	3.401,6	18,6	105,2	7.255,6	103,8	39,7	105,2
- 2003	181,0	97,7	3.412,9	18,9	106,5	7.279,6	104,1	40,2	106,5
- 2004	181,6	98,1	3.459,2	19,0	107,6	7.378,5	105,5	40,6	107,6
- 2005	182,3	98,4	3.488,2	19,1	108,1	7.440,3	106,4	40,8	108,1
- 2006	182,7	98,7	3.520,2	19,3	108,8	7.508,6	107,4	41,1	108,8
- 2007	188,3	101,7	3.729,6	19,8	111,9	7.955,2	113,8	42,3	111,9
- 2008	186,1	100,5	3.596,7	19,3	109,2	7.671,7	109,7	41,2	109,2
- 2009	183,8	99,3	3.574,0	19,4	109,8	7.623,3	109,0	41,5	109,8
- 2010	182,7	98,7	3.561,6	19,5	110,1	7.596,9	108,6	41,6	110,1
- 2011	179,5	97,0	3.576,3	19,9	112,5	7.628,3	109,1	42,5	112,5
- 2012	172,9	93,4	3.440,7	19,9	112,4	7.339,0	104,9	42,4	112,4
- 2013	162,6	87,8	3.242,5	19,9	112,6	6.916,2	98,9	42,5	112,6
- 2014	157,9	85,3	3.009,8	19,1	107,6	6.420,0	91,8	40,7	107,6
- 2015	156,1	84,3	2.937,1	18,8	106,3	6.264,8	89,6	40,1	106,3
- Var. % 2012/2011	-3,7					-3,8		-0,1	
- Var. % 2013/2012	-6,0					-5,8		0,2	
- Var. % 2014/2013	-2,9					-7,2		-4,4	
- Var. % 2015/2014	-1,2					-2,4		-1,3	
- Var. % 2015/2008	-16,1					-18,3		-2,6	

(a) La colonna in oggetto è uguale all'ultima colonna della presente tavola, in quanto il calcolo del prezzo franco fabbrica viene dedotto da quello al dettaglio attraverso un apposito coefficiente.

Nota: In seguito alla riparametrizzazione dei tassi di copertura sui consumi, nel giugno 2014 è stata creata una nuova serie di dati a partire dall'anno 2000.

Fonte: Sita Ricerca

Tav. 22 – Consumi di calzature delle famiglie italiane per comparto (Anni 2014-2015)

Comparto	Gen-Dic. 2014		Gen-Dic. 2015		Var. % 2014/2015 quantità	Gen-Dic. 2014		Gen-Dic. 2015		Var. % 2014/2015 spesa	Gen-Dic. 2014		Gen-Dic. 2015		Var. % 2014/2015 p.m.
	Paia (milioni)	Paia (milioni)	Paia (milioni)	Paia (milioni)		Euro (milioni)	Euro (milioni)	Prezzo medio (euro)	Prezzo medio (euro)		Euro (milioni)	Euro (milioni)	Prezzo medio (euro)	Prezzo medio (euro)	
- Uomo	17,2	16,7	-3,3	1.154,0	1.091,7	67,0	65,5	-2,1							
- Donna	44,3	43,3	-2,2	2.307,8	2.258,2	52,1	52,1	0,1							
- Bambini/Ragazzi	12,6	12,7	0,8	366,0	367,7	29,1	29,0	-0,3							
- Sportive e sneakers	42,0	42,3	0,8	2.063,3	2.038,2	49,2	48,2	-2,0							
- Relax (a)	41,8	41,1	-1,7	528,9	506,9	12,7	12,3	-2,5							
- Relax uomo	11,0	10,6	-2,9	136,3	131,0	12,4	12,3	-1,0							
- Relax donna	24,7	24,1	-2,3	332,0	315,7	13,5	13,1	-2,7							
- Relax bambini	6,2	6,4	2,8	60,6	60,2	9,8	9,5	-3,3							
Tot. consumi famiglie	157,9	156,1	-1,2	6.420,0	6.264,8	40,7	40,1	-1,3							

(a) Relax = Pantofole, zoccoli e ciabatte per uomo donna e bambino. Prezzi al dettaglio.

Fonte: Sita Ricerca

Tav. 23 – Consumi di calzature delle famiglie italiane per comparto (trend Primo semestre 2016)

Comparto	Gen-Giu. 2015		Gen-Giu. 2016		Var. % 2015/2016 quantità	Gen-Giu. 2015		Gen-Giu. 2016		Var. % 2015/2016 spesa	Gen-Giu. 2015		Gen-Giu. 2016		Var. % 2015/2016 p.m.
	Paia (milioni)	Paia (milioni)	Paia (milioni)	Paia (milioni)		Euro (milioni)	Euro (milioni)	Prezzo medio (euro)	Prezzo medio (euro)		Euro (milioni)	Euro (milioni)	Prezzo medio (euro)	Prezzo medio (euro)	
- Uomo	8,2	8,0	-1,8	551,9	513,3	67,5	63,9	-5,3							
- Donna	21,9	20,6	-5,8	1.116,1	1.064,4	51,0	51,6	1,2							
- Bambini/Ragazzi	6,5	6,5	-0,3	191,1	187,6	29,5	29,1	-1,6							
- Sportive e sneakers	20,7	21,2	2,1	1.003,4	1.022,5	48,4	48,3	-0,2							
- Relax (a)	19,5	20,0	2,4	246,9	250,7	12,6	12,5	-0,8							
- Relax uomo	5,0	5,0	0,5	60,6	59,8	12,1	11,9	-1,9							
- Relax donna	11,8	12,3	4,4	159,2	165,2	13,5	13,4	-0,6							
- Relax bambini	2,7	2,6	-2,9	27,0	25,7	9,9	9,7	-2,2							
Tot. consumi famiglie	76,8	76,3	-0,7	3.109,5	3.038,4	40,5	39,8	-1,6							

(a) Relax = Pantofole, zoccoli e ciabatte per uomo donna e bambino. Prezzi al dettaglio.

Fonte: Sita Ricerca

Tav. 24 – Acquisti totali delle famiglie italiane per fasce di prezzo (Anni 2014-2015)

Fasce prezzo *	Quantità (milioni di paia)		Quantità (Inc. %)		Valore (milioni di euro)		Valore (Inc. %)		Prezzo medio (euro)		Valore Var. % 2014/2015
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	
- Fino a 10,00 euro	23,1	23,2	14,6	14,8	152,4	153,5	2,4	2,4	6,6	6,6	0,7
- Da 10,01 a 20,00 euro	35,4	33,5	22,4	21,5	502,0	480,8	7,8	7,7	14,2	14,3	-4,2
- Da 20,01 a 40,00 euro	40,7	42,2	25,8	27,0	1.192,2	1.211,2	18,6	19,3	29,3	28,7	1,6
- Da 40,01 a 60,00 euro	24,9	24,7	15,8	15,8	1.214,1	1.205,4	18,9	19,2	48,7	48,8	-0,7
- Da 60,01 a 80,00 euro	13,9	13,6	8,8	8,7	966,4	936,2	15,1	14,9	69,4	69,1	-3,1
- Da 80,01 a 100,00 euro	8,7	8,1	5,5	5,2	769,8	721,0	12,0	11,5	88,4	89,3	-6,3
- Da 100,01 a 125,00 euro	5,0	4,8	3,2	3,1	558,6	528,6	8,7	8,4	110,8	110,6	-5,4
- Da 125,01 a 200,00 euro	4,8	4,9	3,0	3,1	711,9	728,3	11,1	11,6	148,1	149,2	2,3
- Oltre 200,00 euro	1,3	1,2	0,8	0,8	352,5	299,9	5,5	4,8	270,2	252,2	-14,9
Totale	157,9	156,1	100,0	100,0	6.420,0	6.264,8	100,0	100,0	40,7	40,1	-2,4

(*) Fasce di prezzo al dettaglio.

Fonte: Sita Ricerca

Tav. 25 – Acquisti di calzature delle famiglie italiane per aree geografiche – Paia, spesa e prezzo medio (Anno 2015)

Zone	Quantità (in milioni di paia)		Spesa* (in milioni di euro)*		Prezzo medio* (euro/paia)		Inc. % su Totale qtà		Inc. % su Totale spesa		
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	
- Italia nord-occidentale	47,1	47,1	1.948,0	1.948,0	41,3	41,3	30,2	30,2	31,1	28,0	29,3
- Italia nord-orientale	32,0	32,0	1.295,5	1.295,5	40,5	40,5	20,5	20,5	20,7	20,7	19,7
- Italia centrale	28,9	28,9	1.178,4	1.178,4	40,8	40,8	18,5	18,5	18,8	19,9	22,0
- Italia meridionale-insulare	48,1	48,1	1.842,9	1.842,9	38,4	38,4	30,8	30,8	29,4	31,4	28,9
Totale consumi famiglie	156,1	156,1	6.264,8	6.264,8	40,1	40,1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Prezzi al dettaglio.

(*) Italia nord-orientale = Friuli Venezia Giulia, Veneto, Trentino Alto Adige, Emilia Romagna.

Fonte: Sita Ricerca

5. Il settore calzaturiero nella UE e nel mondo

Nel mondo si stima siano state prodotte, nel 2015, 23 miliardi di paia di calzature. Di queste, come si evince in tavola 26, 588 milioni di paia sono state realizzate in Unione Europea, che a seguito delle contrazioni subite nell'ultimo biennio (-1,7% nel 2014 e -1% nel 2015) è scesa nuovamente sui livelli 2012, dopo il recupero del 2013, anno in cui si era attestata a 604 milioni prodotti.

Il 2015 ha visto inoltre una frenata negli scambi, sia in uscita (scesi del -4,5% in volume) che in ingresso (-4,4%). Nella prima metà del 2016 entrambi tendono alla stabilità (+0,0% l'export e -1,2% l'import rispetto a gennaio-giugno 2015).

La tavola 27 riporta le serie storiche, di fonte Eurostat, relative all'intercambio commerciale comunitario per il periodo 2005-2015.

Con riferimento all'export verso le destinazioni extra-UE, l'ultimo decennio ha registrato un aumento complessivo del 36,7% in volume, da 157,2 milioni di paia del 2005 ai 215 del 2015, accompagnato da un +85,7% in valore. Il prezzo medio è salito di anno in anno (con la sola eccezione del 2009, -6%) da 27,1 euro/paio a 36,8.

Sul risultato del 2015 ha pesato ovviamente la forte flessione nell'area CSI, che ha interrotto il trend positivo che, innescatosi dopo la brusca frenata dell'anno di crisi 2009 (-11,9% in volume e -17,2% in valore sul 2008), aveva caratterizzato gli anni successivi, non solo permettendo di ripianare il gap con il periodo pre-crisi ma avviando una fase espansiva che ha iniziato a rallentare solo nel 2014 (+1,1% in quantità sul 2013), agli inizi delle tensioni sul fronte russo.

Va detto che parte dall'Italia una quota pari al 30% circa in volume e al 53% in valore delle esportazioni comunitarie dirette ai mercati extra-UE (anno 2015).

L'import comunitario in quantità dai Paesi extra-UE invece (cfr. sempre tav. 27) segue nel decennio un percorso oscillatorio, alternando bienni di crescita a bienni di calo tra 2005 e 2011, per poi frenare nel 2012 (-10,2%

sull'anno precedente) e recuperare nel biennio successivo, fino al nuovo stop del 2015 (-4,4%). Il risultato complessivo, nel confronto tra 2015 e 2005, mostra nel decennio un aumento del 29%, nel passaggio da 1.940 a 2.503 milioni di paia importate. Il valore invece è andato via via incrementandosi (due soli i segni negativi: -2,3% nel 2009 e -0,3% nel 2013), tanto da segnare nel decennio un +88,2%.

Il saldo tra i flussi risulta (da sempre) negativo, importando l'Unione annualmente circa 2.500 milioni di paia a fronte dei 215 milioni esportati.

Appare evidente in questi dati il consolidarsi della componente *trade* di calzature specie per i Paesi del Nord Europa, per i quali le operazioni di importazione/commercializzazione rappresentano la parte largamente predominante rispetto alla produzione, a differenza del Sud Europa.

Nella tavola 28 è descritta la composizione dei flussi comunitari, attraverso la disaggregazione per materiale di tomaio.

Da essa si evince come, sul fronte delle esportazioni, il comparto prevalente sia quello delle calzature con tomaio in pelle, che a consuntivo 2015 detiene quote del 48% in volume e del 76% in valore (103 milioni di paia sui 215 milioni complessivi di export), nonostante presenti il risultato più penalizzante: -8,4% in volume sul 2014. Il 28% circa dei volumi (59,2 milioni di paia) è rappresentato da scarpe con tomaio in sintetico/gomma; il 15,5% da calzature in tessuto; il 9% rimanente da scarpe in "Altri materiali" (corrispondenti alle voci del capitolo 6405 della nomenclatura combinata).

La tabella analizza il trend degli anni 2008-2015, sia per i volumi che per i valori. Benché tutti i comparti abbiano conseguito in tale intervallo un incremento dell'export, sia in volume che in valore, quello delle calzature in pelle risulta decisamente inferiore alla media (+7,7% in quantità, contro un +26,7% del totale calzature nel periodo). Meglio in termini di valore, dove le scarpe in pelle hanno colto nel periodo un +44,8% (al di sotto, ma molto più vicino, al +54,4% del totale calzature), grazie alla crescita del 34,4% del prezzo medio.

Relativamente alle importazioni della UE28, si può invece osservare come le calzature in pelle (ovvero le voci del capitolo 6403 della nomenclatura doganale) ricoprano in volume un ruolo minoritario (483,4 milioni di paia nel 2015, pari al 19,3% dei flussi in ingresso), pur rappresentando oltre il 40% in termini di valore (42,4%), grazie al prezzo medio (16,4 euro/paio) decisamente più elevato rispetto agli altri comparti (5 euro per il sintetico/gomma e 6,6 per il tessuto). Le scarpe in sintetico e gomma (Capitoli 6401 e 6402 della classificazione) superano il miliardo di paia, coprendo il 42% circa delle importazioni in quantità.

L'analisi del periodo 2008-2015 evidenzia aumenti in valore rilevanti per tutti i comparti (+27,4% per le scarpe in pelle, la metà dell'incremento %

medio riferito al totale calzature, pari al 55,7%). In volume invece calano le scarpe in pelle (-12%) e sintetico/gomma (-8,3%); aumento del 34% quelle realizzate in tessuto (da 581 milioni di paia nel 2008 a 779 nel 2015).

La tavola 29 riporta l'andamento, per tomaio, dei primi 6 mesi 2016.

Per l'export, rimasto nel complesso sugli stessi livelli del 2015, si evidenzia un calo delle calzature realizzate in pelle (-4,9% in quantità e -0,4% in valore), mentre crescite si registrano per i comparti "sintetico/gomma" (+4,5% in volume) e "tessuto" (+9,9%). Prezzi medi in aumento in tutti i segmenti (+3,6% nel complesso).

Per quanto concerne l'import nella UE, il lieve calo globale in quantità (-1,2%) è dovuto soprattutto alle scarpe in pelle (-6,5%) e sintetico/gomma (-4,7%); in controtendenza le scarpe con tomaio in tessuto (+6,9%), cresciute in valore a doppia cifra (+13,3%).

L'analisi di import e export della UE per Paese di provenienza/destinazione è riportata nella tavola 30, che mette a confronto il consuntivo degli ultimi due anni (2014 e 2015) con il dato che possiamo considerare "pre-crisi" di fine 2008, rendendo possibili le seguenti valutazioni:

- a) in cima alla graduatoria dei mercati di sbocco della UE per il 2015 (i mercati in tabella sono ordinati per valore) vi sono USA e Svizzera, entrambi in crescita rispetto al 2014 (+9,6% e +1,7% in quantità rispettivamente e con aumenti a doppia cifra in valore). La Russia è terza, malgrado registri flessioni del -32,4% in volume e del -34,6% in valore rispetto al 2014, seguita dai tre mercati più importanti dell'Estremo Oriente – vale a dire Hong Kong, Giappone (in affanno, sceso del 2,1% in volume) e Cina – e poi dalla Turchia (che segna però un -11,1% in volume e un calo superiore al 20% in valore sull'anno precedente);
- b) allargando l'intervallo considerato, tra i mercati che nel periodo 2008-2015 sono cresciuti maggiormente si distinguono quelli del Far East: Cina, +463% in valore; Singapore, +253%; Corea del Sud, +245% e Hong Kong, +218%. Vi è un solo segno negativo, sia nelle quantità che nei valori, tra i primi 13 mercati di sbocco: la Russia, in calo del 10% in volume e di ben il 32% in valore rispetto ai livelli del 2008 pre-crisi;
- c) Hong Kong è, tra quelli considerati, il mercato di destinazione con il prezzo medio più alto (123,9 euro/paio nel 2015), seguito da Singapore (89,2 euro) e Cina (82,1 euro). Prezzo piuttosto elevato anche per USA (57,3 euro) e Svizzera (50,2), che come abbiamo visto sono i due principali mercati clienti dell'Unione;
- d) se si sposta l'attenzione sui flussi di import, spicca ovviamente il ruolo assolutamente dominante della Cina, da cui provengono 7 calzature su 10 in ingresso nella UE (mentre in valore la quota sul totale 2015 è del

48,3%), seguita da Vietnam (277,4 milioni di paia importati nel 2015, +10,2%) e Indonesia (118 milioni di paia, +14,7%).

La Cina nel 2015 ha fatto segnare un calo dell'8,1% in volume, accompagnato però da una crescita in valore del 12%, a seguito dell'aumento del 21,8% nel prezzo medio. Nonostante ciò, il prezzo medio delle calzature cinesi importate nella UE è risultato pari a 5,1 euro al paio, di gran lunga il più basso tra i principali fornitori;

- e) analizzando il periodo 2008-2015 si nota come la Cina non abbia registrato variazioni di rilievo nei volumi, rimasti attorno a 1,8 miliardi di paia (-0,2%), ma abbia incrementato i valori di oltre il 50%, con un prezzo medio "aumentato" da 3,3 euro al paio (!) nel 2008 a 5,1 euro nel 2015. Dinamiche simili a quelle del Vietnam, sceso del -5,5% in quantità (da 293,6 milioni di paia nel 2008 a 277,4 nel 2015) a fronte di un aumento del 53,8% in valore (con prezzo medio che da 7,7 euro/paio è salito a 12,5, con un +62,8%).

La tavola 31 presenta l'aggiornamento dei dati di interscambio dell'Unione ai primi 6 mesi 2016.

Con riferimento all'export, gli USA non solo si confermano il primo mercato, ma risultano ancora in aumento (+8% in quantità), sebbene debole in valore (+2,3%).

Crescono anche Cina e Hong Kong (ma, al contrario dei dati italiani, è più marcato l'incremento nella prima, +19,4% in quantità, che nel secondo, +3,9%). Stabile il Giappone. Arretramento per la Sud Corea (-20,3% in volume).

Come già segnalato nei dati Istat per l'Italia, primo timido recupero per la Russia, limitato peraltro ai volumi (+2,8%), giacché in valore segna ancora -5,7% (prezzi in calo dell'8,3%).

Dinamiche sfavorevoli per Turchia (-7,1% in volume) e Emirati Arabi (-5,8%).

Nei dati di import spicca la flessione della Cina (-4% in volume e -5% in valore), mentre cresce il Vietnam (+6,8% e +12,2% rispettivamente).

Come emerge dalla tavola 32, che considera i principali produttori di calzature dell'Unione, l'Italia si conferma di gran lunga il leader continentale. Nonostante la flessione in volume subita nel 2015, e più in generale nel quadriennio esaminato nella tabella, nel nostro Paese viene realizzato poco meno di 1/3 delle calzature comunitarie: 191 milioni di paia nel 2015, pari al 32,5% del totale.

Spagna (105 milioni) e Portogallo (79 milioni) seguono in graduatoria; assieme all'Italia rappresentano circa il 64% della produzione UE in quantità. La Romania, che segue al quarto posto con 54 milioni di paia prodotte, fa

tradizionalmente parte del grande processo di *outsourcing* produttivo dei calzaturieri italiani, per quanto riguarda sia componenti che prodotti finiti.

Allargando il campo di analisi ai principali produttori mondiali di calzature (tavola 33) la situazione per l'anno 2015 – secondo il World Footwear Yearbook redatto da Apiccaps, l'associazione dei calzaturieri portoghese – è la seguente:

- a) tra i produttori mondiali, il primo posto è occupato saldamente dalla Cina, che con 13,6 miliardi di paia detiene una quota pari a ben il 59,1% delle calzature prodotte, seguita da India (2,2 miliardi) e Vietnam (1,1 miliardi di paia).

Nella *top10*, ben 7 posizioni su 10 sono occupate da Paesi asiatici. Il Brasile, primo dei Paesi non appartenenti a questo continente, occupa la quinta posizione con 877 milioni di paia prodotte, destinate in buona parte al consumo nazionale (è infatti solo 14° nella classifica degli esportatori, con 124 milioni di paia).

Secondo tali dati, l'Italia, coi suoi 191 milioni di paia, risulta il 12° produttore mondiale in volume;

- b) passando ai leader mondiali per volumi esportati – tra cui primeggia sempre la Cina con poco meno di 10 miliardi di paia vendute nel 2015 fuori dai confini nazionali, seguita dal Vietnam con 1 miliardo circa – troviamo l'Italia in sesta posizione, con 207 milioni di paia. Davanti a noi, in terza e quarta posizione, due Paesi europei votati alla commercializzazione, più che alla produzione, di calzature: Belgio (con 239 milioni di paia esportati) e Germania (238 milioni), che non a caso – proprio anche grazie alle triangolazioni di cui sono protagonisti – compaiono nella graduatoria degli importatori (dove la Germania è terza e il Belgio è ottavo, subito dietro all'Italia), ma non ai primi posti tra i produttori (in Belgio la produzione calzaturiera è stimata al di sotto del milione di paia).

Analogo discorso, sempre tra i Paesi UE, vale per il Regno Unito: la propensione al commercio appare evidente considerando che il Paese è all'81° posto nella graduatoria mondiale dei produttori (6 milioni di paia nel 2015) ma al 2° tra gli importatori (con 749 milioni di paia) e all'8° tra gli esportatori (con 194 milioni);

- c) gli USA sono invece i principali importatori mondiali di calzature con circa 2,5 miliardi di paia. Ovviamente, visto la rilevanza come produttori, la *top10* degli importatori scarseggia di Paesi del Far East. Vi figura infatti solo Hong Kong (al 9° posto), per il suo ruolo di importante “punto di transito” dei commerci mondiali nell'area (è infatti al 5° posto nella graduatoria degli esportatori);

d) per quanto riguarda il consumo “apparente” (ovvero calcolato aggiungendo alla stima della produzione nazionale le cifre di import e sottraendo quelle di export) Cina, USA e India figurano ai primi tre posti, coprendo assieme oltre il 40% del totale in quantità.

In sintesi dunque l’Italia, in termini di volume, rappresenta il 12° produttore mondiale di calzature, il 6° esportatore (il 3°, dietro a Cina e Vietnam, se si considerano le sole calzature con tomaio in pelle) e il 7° importatore mondiale.

Se poi si passa a considerare i flussi di export e import 2015 in valore anziché in volume, si può osservare che (tavola 34):

- a) la graduatoria dell’export vede sempre al primo posto la Cina, come per le quantità, con 51,2 miliardi di dollari (pari al 40,3% del totale export mondiale), ma ad un prezzo medio di 5,18 dollari a paio, che risulta il più basso tra i primi 15 Paesi considerati. Nessun altro esportatore della classifica presenta prezzo medio inferiore ai 10 dollari;
- b) l’Italia si colloca al 3° posto dietro al Vietnam, con 9,6 miliardi di dollari di export, pari al 7,5% delle esportazioni mondiali 2015, ma con un prezzo medio di 46,21 dollari/paio (nove volte più alto rispetto a quello cinese) che risulta il più elevato in assoluto tra quelli indicati all’interno della tavola 34.

Se si restringe l’analisi alle sole calzature con tomaio in pelle, l’Italia è il 2° esportatore mondiale in valore, dietro alla Cina;

- c) dei 15 Paesi leader per export in valore, 6 sono del Far East (oltre ai due citati, figurano Indonesia, Hong Kong, India e Cambogia) e ben 8 sono membri UE (oltre all’Italia vi sono Belgio, Germania, Spagna, Francia, Olanda, Regno Unito e Portogallo). Chiudono la graduatoria, al 15° posto, gli USA;
- d) esaminando i prezzi medi dei prodotti esportati, le prime cinque posizioni (l’analisi è ristretta ai 15 leader in valore riportati nella tavola) sono occupate da Paesi della UE: l’Italia, l’esportatore col prezzo medio di gran lunga più alto in assoluto (46,21 dollari/paio) precede infatti la Francia (28,65 dollari), il Portogallo (26,08), il Belgio (22,63) e la Spagna (20,72). L’Indonesia è il primo non europeo, con 20,65 dollari/paio. La Cina, come anticipato, presenta il prezzo medio più basso: 5,18 dollari;
- e) passando alla classifica degli importatori in valore (a destra, sempre nella tavola 34), risulta guidata, come era per le quantità, dagli USA, che con 28,3 miliardi di dollari coprono il 23,7% dell’import mondiale. Seguono, staccate, Germania e Regno Unito. L’Italia è sesta (una posizione più su, quindi, rispetto alla classifica dell’import in volume riportata nella tavola

precedente). Da notare l'11° posto occupato dalla Cina, che – contrariamente alla classifica dell'export, dove detiene il prezzo più basso – è il Paese, tra i primi 15 importatori in valore, con il prezzo medio più elevato (25,34 dollari/paio).

A chiusura dei confronti internazionali, nella tavola 35 viene proposto, come nelle precedenti edizioni del rapporto, un raffronto tra i Paesi della UE in tema di produzione e commercializzazione dei prodotti. In particolare viene calcolato, per ciascun membro, il rapporto tra volumi esportati e prodotti assieme a quello tra volumi importati e prodotti, così da evidenziare quali siano i Paesi in cui la pura commercializzazione prevalga in modo rilevante sulle fasi produttive, tanto da renderli essenzialmente dei “triangolatori”.

Le differenze che emergono in questa analisi tra i Paesi dell'Unione sono alla base del disaccordo riguardo un tema da molto tempo dibattuto: l'introduzione obbligatoria dell'indicazione di origine sui prodotti importati nella UE. Quel “Made-IN” obbligatorio, peraltro da tempo in vigore in quasi tutti i Paesi fuori dall'Unione (a cominciare da USA e Cina), che garantirebbe ai consumatori europei trasparenza e decisioni di acquisto informate. Una misura più volte proposta ma mai definitivamente approvata dall'Unione Europea, e in particolare dal suo Consiglio, malgrado i ripetuti pareri favorevoli espressi anche in sede di Parlamento Europeo.

La tavola fornisce un'idea dei diversi mix nazionali di produzione, importazione, consumo ed esportazione di calzature, in quantità. Calcolando il rapporto tra import e produzione nazionale, nonché il rapporto tra export e produzione nazionale di calzature, viene evidenziata la polarizzazione esistente:

- da un lato vi sono infatti i Paesi che esprimono un valore del tutto sbilanciato tra produzione nazionale, import e successivo export, tra cui molti Paesi del Nord Europa. Ad esempio il Belgio, che importa oltre 300 volte quello che produce e ne esporta 239 volte tanto; o i Paesi Bassi, che importano 265 volte la produzione nazionale e ne esportano 142 volte; il Regno Unito, che ne importa 124,8 volte e ne esporta 32,5 volte; la Svezia, che importa 45 volte quanto produce e ne esporta 10 volte tanto...;
- dall'altro vi sono Paesi in cui questi rapporti diventano decisamente modesti, giacché essi conservano una produzione nazionale non trascurabile (in primis i leader del calzaturiero europeo situati nel Sud Europa – Italia, Spagna, Portogallo – e poi diversi Paesi dell'Est). Non a caso, partendo dal fondo della tavola 35, troviamo il Portogallo, che importa meno di quanto produce (rapporto import/produzione uguale a 0,7); poi la Roma-

nia, che importa 1,1 volte quello che produce (con rapporto export/produzione pari a 0,9); l'Italia, che importa 1,7 volte quanto produce e ne esporta per 1,1 volte. Tutte nazioni con una base produttiva di assoluta solidità. Come ancora, in ordine di rapporto import/produzione, troviamo la Bulgaria, la Spagna, l'Ungheria, fino alla Polonia.

Questi dati permettono di meglio comprendere il motivo per cui i Paesi dell'Unione siano sostanzialmente divisi, sulla base dei loro interessi, tra "sostenitori del Made-IN", collocati prevalentemente nel Sud dell'Europa, e membri meno favorevoli, o comunque meno interessati a promuoverlo (i Paesi prevalentemente orientati al *trading*, collocati nel Nord Europa).

Tav. 26 – Il settore calzaturiero nella UE28 (Anni 2012-2015 e trend 2016)

Il settore in sintesi	Anno 2012	Anno 2013	Anno 2014	Anno 2015	Variazione % 2014/2015	Primi 6 mesi 2015	Primi 6 mesi 2016	Variazione % 2015/2016
- Produzione (in milioni di paia)	586,0	604,0	594,0	588,0	-1,0%	n.d.	n.d.	n.d.
- Export verso extra-UE (in milioni di paia)	206,4	222,6	225,1	215,0	-4,5%	114,4	114,4	0,0%
- Import da extra-UE (in milioni di paia)	2.317,8	2.394,8	2.619,3	2.503,3	-4,4%	1.398,1	1.381,7	-1,2%
- Consumo apparente (in milioni di paia)	2.697,4	2.776,2	2.988,2	2.876,4	-3,7%	n.d.	n.d.	n.d.

Dati provvisori.

Fonte: APICCAPS-World Footwear Yearbook 2016 e dati Eurostat (29/09/2016); elaborazioni e stime Assocalzatutifici

Tav. 27 – UE28: interscambio commerciale calzature con i Paesi extra-UE - serie storica anni 2005-2015

Anno (Genn-Dic)	Export					
	Paia (milioni)	Valore (milioni di euro)	Prezzo medio (euro)	Quantità	Var. % rispetto all'anno precedente Valore	Prezzo medio
- 2005	157,2	4.265	27,1			
- 2006	164,9	4.640	28,1	4,9	8,8	3,7
- 2007	169,4	4.995	29,5	2,7	7,6	4,8
- 2008	169,6	5.130	30,2	0,1	2,7	2,6
- 2009	149,4	4.246	28,4	-11,9	-17,2	-6,0
- 2010	164,7	4.837	29,4	10,2	13,9	3,3
- 2011	188,6	5.870	31,1	14,5	21,4	6,0
- 2012	206,4	6.790	32,9	9,4	15,7	5,7
- 2013	222,6	7.431	33,4	7,9	9,5	1,5
- 2014	225,1	7.689	34,2	1,1	3,5	2,3
- 2015	215,0	7.920	36,8	-4,5	3,0	7,9

Anno (Genn-Dic)	Import					
	Paia (milioni)	Valore (milioni di euro)	Prezzo medio (euro)	Quantità	Var. % rispetto all'anno precedente Valore	Prezzo medio
- 2005	1.939,9	9.945	5,1			
- 2006	2.120,3	11.135	5,3	9,3	12,0	2,4
- 2007	2.525,5	11.672	4,6	19,1	4,8	-12,0
- 2008	2.444,1	12.021	4,9	-3,2	3,0	6,4
- 2009	2.254,6	11.745	5,2	-7,8	-2,3	5,9
- 2010	2.537,7	13.799	5,4	12,6	17,5	4,4
- 2011	2.581,1	14.078	5,5	1,7	2,0	0,3
- 2012	2.317,8	14.553	6,3	-10,2	3,4	15,1
- 2013	2.394,8	14.505	6,1	3,3	-0,3	-3,5
- 2014	2.619,3	16.119	6,2	9,4	11,1	1,6
- 2015	2.503,3	18.718	7,5	-4,4	16,1	21,5

L'aggregato considerato si riferisce alla UE a 28 Paesi, indipendentemente dalla data del loro ingresso nell'Unione.

Fonte: Eurostat 29/09/2016, elaborazioni Assocalzatuturifici

Tav. 28 – UE28: interscambio commerciale calzature per materiale di tomaio (Anni 2008-2015)

	Quantità											Var. % 08/15
	Anno 2008 (in milioni di paia)	Anno 2009 (in milioni di paia)	Anno 2010 (in milioni di paia)	Anno 2011 (in milioni di paia)	Anno 2012 (in milioni di paia)	Anno 2013 (in milioni di paia)	Anno 2014 (in milioni di paia)	Anno 2015 (in milioni di paia)	Var. % 14/15	Var. % 08/15		
Export verso Paesi extra-UE28	169,6	149,4	164,7	188,6	206,4	222,6	225,1	215,0	-4,5	26,7		
di cui con tomaio in:												
- Pelle cuoio	95,6	76,1	82,3	94,8	104,7	113,3	112,4	103,0	-8,4	7,7		
- Sintetico & Gomma	38,4	37,3	40,4	45,5	48,3	54,3	58,1	59,2	2,0	54,1		
- Tessuto	20,1	20,4	24,1	29,7	31,5	33,5	34,1	33,4	-2,0	65,9		
- Altro materiale	15,5	15,6	17,9	18,7	21,9	21,5	20,6	19,4	-6,0	25,2		
Import da Paesi extra-UE28	2.444,1	2.254,6	2.537,7	2.581,1	2.317,8	2.394,8	2.619,3	2.503,3	-4,4	2,4		
di cui con tomaio in:												
- Pelle cuoio	549,0	466,0	497,5	463,0	440,6	445,4	481,8	483,4	0,3	-12,0		
- Sintetico & Gomma	1.144,3	1.016,1	1.206,7	1.251,6	1.044,5	1.083,2	1.178,9	1.049,8	-10,9	-8,3		
- Tessuto	581,2	593,4	657,5	699,9	679,4	698,1	764,7	778,9	1,9	34,0		
- Altro materiale	169,6	179,0	176,0	166,6	153,4	168,1	193,9	191,1	-1,4	12,7		
	Valore											
Export verso Paesi extra-UE28	5.130	4.246	4.837	5.870	6.790	7.431	7.689	7.920	3,0	54,4		
di cui con tomaio in:												
- Pelle cuoio	4.166	3.378	3.797	4.625	5.340	5.901	6.016	6.031	0,3	44,8		
- Sintetico & Gomma	493	437	513	611	658	727	796	848	6,5	72,1		
- Tessuto	346	323	400	487	555	594	644	769	19,4	122,5		
- Altro materiale	126	108	126	147	236	210	233	271	16,3	115,8		
Import da Paesi extra-UE28	12.021	11.745	13.799	14.078	14.553	14.505	16.119	18.718	16,1	55,7		
di cui con tomaio in:												
- Pelle cuoio	6.226	5.711	6.355	6.294	6.504	6.515	7.080	7.931	12,0	27,4		
- Sintetico & Gomma	3.341	3.459	4.244	4.332	4.260	4.142	4.625	5.216	12,8	56,1		
- Tessuto	2.121	2.210	2.803	3.072	3.424	3.465	4.021	5.132	27,6	141,9		
- Altro materiale	332	364	397	381	365	383	393	440	11,9	32,4		

./.

(segue) Tav. 28 – UE28: interscambio commerciale calzature per materiale di tomaio (Anni 2008-2015)

	Prezzo medio										
	Anno 2008 (euro)	Anno 2009 (euro)	Anno 2010 (euro)	Anno 2011 (euro)	Anno 2012 (euro)	Anno 2013 (euro)	Anno 2014 (euro)	Anno 2015 (euro)	Var. % 14/15	Var. % 08/15	
Export verso Paesi extra-UE28	30,2	28,4	29,4	31,1	32,9	33,4	34,2	36,8	7,9	21,8	
di cui con tomaio in:											
- Pelle cuoio	43,6	44,4	46,2	48,8	51,0	52,1	53,5	58,6	9,4	34,4	
- Sintetico & Gomma	12,8	11,7	12,7	13,4	13,6	13,4	13,7	14,3	4,4	11,6	
- Tessuto	17,2	15,8	16,6	16,4	17,6	17,7	18,9	23,0	21,9	34,1	
- Altro materiale	8,1	6,9	7,1	7,9	10,8	9,7	11,3	14,0	23,7	72,4	
Import da Paesi extra-UE28	4,9	5,2	5,4	5,5	6,3	6,1	6,2	7,5	21,5	52,0	
di cui con tomaio in:											
- Pelle cuoio	11,3	12,3	12,8	13,6	14,8	14,6	14,7	16,4	11,6	44,7	
- Sintetico & Gomma	2,9	3,4	3,5	3,5	4,1	3,8	3,9	5,0	26,6	70,2	
- Tessuto	3,6	3,7	4,3	4,4	5,0	5,0	5,3	6,6	25,3	80,5	
- Altro materiale	2,0	2,0	2,3	2,3	2,4	2,3	2,0	2,3	13,5	17,5	

Dati provvisori.

Fonte: Eurostat 29/09/2016, elaborazioni Assocalzaturifici

Tav. 29 – UE28: interscambio commerciale calzature per materiale di tomaio – Primo semestre 2016

	Quantità		Var. %		Valore		Prezzo medio	
	6 mesi 2015 (in milioni di paia)	6 mesi 2016 (in milioni di paia)	15/16	15/16	6 mesi 2015 (in milioni di euro)	6 mesi 2016 (in milioni di euro)	15/16	15/16
Export verso Paesi extra-UE28	114,4	114,4	0,0	3,6	3,901	4,042	34,1	35,3
di cui con tomaio in:								
- Pelle cuoio	53,8	51,2	-4,9	-0,4	2,972	2,960	55,3	57,9
- Sintetico & Gomma	31,5	32,9	4,5	13,5	395	448	12,5	13,6
- Tessuto	18,4	20,3	9,9	25,7	390	491	21,2	24,2
- Altro materiale	10,7	10,1	-5,5	-0,6	144	143	13,4	14,1
Import da Paesi extra-UE28	1.398,1	1.381,7	-1,2	1,5	9.308	9.447	6,7	6,8
di cui con tomaio in:								
- Pelle cuoio	248,2	232,1	-6,5	-3,1	3.778	3.660	15,2	15,8
- Sintetico & Gomma	629,4	600,0	-4,7	-4,2	2.600	2.490	4,1	4,1
- Tessuto	447,0	477,8	6,9	13,3	2.785	3.155	6,2	6,6
- Altro materiale	73,5	71,7	-2,5	-1,6	144	142	2,0	2,0
Dati provvisori.								

Fonte: Eurostat 29/09/2016, elaborazioni Assocalzaturifici

Tav. 30 – Interscambio commerciale calzature con i Paesi extra-UE da parte della UE28 - Anni 2008, 2014 e 2015

	Quantità				Anno 2015 Inc. %
	Anno 2008 (in mil. di paia)	Anno 2014 (in mil. di paia)	Anno 2015 (in mil. di paia)	Var. % 14/15	
Export verso Paesi extra-UE28	169,6	225,1	215,0	-4,5	26,7
di cui verso:					
USA	25,2	27,2	29,8	9,6	18,1
Svizzera	23,5	26,0	26,4	1,7	12,5
Russia	20,7	27,6	18,7	-32,4	-9,9
Hong Kong	2,6	4,3	4,6	7,9	75,9
Giappone	1,8	5,8	4,8	-2,1	45,8
Cina	9,5	21,4	19,0	-11,1	169,8
Turchia	4,7	5,8	5,4	-8,3	101,2
Emirati Arabi	7,2	6,9	7,6	10,2	14,6
Norvegia	5,0	5,8	5,8	0,1	6,5
Canada	1,2	3,9	5,0	27,3	17,8
Corea del Sud	2,1	3,2	3,3	1,9	2,9
Australia	0,5	1,0	1,1	1,1	303,6
Singapore	59,9	78,6	75,0	-4,5	55,9
Altri	2,444,1	2,619,3	2,503,3	-4,4	95,5
Import da Paesi extra-UE28					
di cui da:					
Cina	1,775,7	1,926,9	1,771,6	-8,1	-0,2
Vietnam	293,6	231,7	277,4	10,2	-5,5
Indonesia	75,9	103,0	118,1	14,7	55,5
India	66,8	83,4	83,4	0,1	24,8
Cambogia	13,7	32,2	37,0	14,9	170,5
Svizzera	2,3	2,9	3,4	15,5	46,2
Bangladesh	10,5	22,8	29,7	29,8	182,6
Tunisia	23,9	18,9	18,6	-1,5	-22,2
Bosnia-Erzegovina	12,7	18,9	18,1	-4,1	42,7
Marocco	14,9	14,7	14,0	-5,3	-6,2
Hong Kong	13,1	16,6	14,6	-12,1	11,5
Albania	8,1	15,4	15,0	-2,8	85,6
Thailandia	23,5	13,1	11,0	-16,0	-53,4
Altri	109,4	98,7	91,5	-7,3	-16,4
	2,444,1	2,619,3	2,503,3	-4,4	25,3
					33,3
					100,0
					100,0

./.

(Segue) Tav. 30 – Interscambio commerciale calcolate con i Paesi extra-UE da parte della UE28 - Anni 2008, 2014 e 2015

	Valore					
	Anno 2008		Anno 2014		Anno 2015	
	(in mil. di euro)	Var. % 14/15	Var. % 08/15			
Export verso Paesi extra-UE28	5.130	7.689	7.920	3,0	54,4	100,0
di cui verso:						
USA	1.011	1.431	1.706	19,2	68,8	19,7
Svizzera	749	1.174	1.327	13,0	77,2	14,6
Russia	988	1.026	671	-34,6	-32,1	19,3
Hong Kong	181	507	574	13,2	217,7	3,5
Giappone	291	403	394	-2,4	35,2	5,7
Cina	70	329	393	19,5	463,2	1,4
Turchia	223	459	352	-23,4	57,7	4,4
Emirati Arabi	130	236	259	9,7	99,4	2,5
Norvegia	211	240	246	2,7	16,4	4,1
Canada	147	214	234	9,6	59,8	3,0
Corea del Sud	66	176	229	29,9	245,5	1,3
Australia	77	127	131	3,5	70,5	1,7
Singapore	27	82	95	15,6	253,1	0,5
Altri	960	1.286	1.309	1,8	36,4	18,7
Import da Paesi extra-UE28	12.021	16.119	18.718	16,1	55,7	100,0
di cui da:						
Cina	5.841	8.066	9.032	12,0	54,6	48,6
Vietnam	2.255	2.671	3.469	29,8	53,8	18,8
Indonesia	671	1.201	1.539	28,2	129,3	5,6
India	774	1.136	1.216	7,1	57,2	6,5
Cambogia	114	350	491	40,3	332,0	0,9
Svizzera	186	312	411	31,5	120,8	1,5
Bangladesh	76	215	308	43,0	306,9	0,6
Tunisia	325	295	292	-1,1	-10,1	2,7
Bosnia-Erzegovina	146	275	251	-8,7	71,8	1,2
Marocco	191	247	235	-4,7	23,3	1,6
Hong Kong	99	124	216	74,3	118,8	0,8
Albania	60	184	181	-1,7	203,6	0,5
Thailandia	252	190	168	-11,5	-33,6	2,1
Altri	1.031	853	909	6,6	-11,9	8,6

/.

(Segue) Tav. 30 – Interscambio commerciale calzature con i Paesi extra-UE da parte della UE28 - Anni 2008, 2014 e 2015

	Prezzo medio			Var. % 08/15
	Anno 2008 (euro)	Anno 2014 (euro)	Anno 2015 (euro)	
Export verso Paesi extra-UE28	30,2	34,2	36,8	7,9
di cui verso:				
USA	40,1	52,6	57,3	8,8
Svizzera	31,9	45,2	50,2	11,1
Russia	47,7	37,2	36,0	-3,1
Hong Kong	68,6	118,2	123,9	4,9
Giappone	50,1	46,5	46,4	-0,3
Cina	39,3	70,3	82,1	16,9
Turchia	23,6	21,4	18,5	-13,8
Emirati Arabi	27,7	40,3	48,3	19,6
Norvegia	29,6	34,7	32,3	-6,8
Canada	29,5	36,6	40,1	9,4
Corea del Sud	53,8	45,1	46,0	2,0
Australia	36,2	39,0	39,6	1,6
Singapore	49,4	86,6	89,2	3,0
Altri	16,0	16,4	17,4	6,7
Import da Paesi extra-UE28	4,9	6,2	7,5	21,5
di cui da:				
Cina	3,3	4,2	5,1	21,8
Vietnam	7,7	10,6	12,5	17,8
Indonesia	8,8	11,7	13,0	11,8
India	11,6	13,6	14,6	7,0
Cambogia	8,3	10,9	13,3	22,1
Svizzera	80,1	106,2	121,0	13,9
Bangladesh	7,2	9,4	10,4	10,1
Tunisia	13,6	15,6	15,7	0,4
Bosnia-Erzegovina	11,5	14,6	13,9	-4,8
Marocco	12,8	16,7	16,9	0,7
Hong Kong	7,5	7,5	14,8	98,3
Albania	7,4	12,0	12,1	1,2
Thailandia	10,7	14,5	15,3	5,4
Altri	9,4	8,6	9,9	15,0

Dati provvisori. Graduatoria Paesi per Valore (milioni di euro) decrescente 2015.

Fonte: Eurostat 29/09/2016, elaborazioni Associazaturifici

Tav. 31 – Interscambio commerciale calzature con i Paesi extra-UE da parte della UE28 – Primo semestre 2016

	Quantità			Valore			Prezzo medio		
	6 mesi 2016		Var. %	6 mesi 2016		Var. %	6 mesi 2015		Var. %
	(in mil. di paia)	(in mil. di paia)	15/16	(in mil. di euro)	(in mil. di euro)	15/16	(euro)	(euro)	15/16
Export verso Paesi extra-UE28	114,4	114,4	0,0	3.901	4.042	3,6	34,1	35,3	3,6
di cui verso:									
USA	14,6	15,8	8,0	824	843	2,3	56,3	53,3	-5,3
Svizzera	14,0	14,4	2,7	654	719	9,9	46,8	50,0	7,0
Russia	10,0	10,3	2,8	321	302	-5,7	32,1	29,4	-8,3
Hong Kong	2,3	2,4	3,9	282	294	4,4	120,4	121,0	0,5
Giappone	4,8	4,8	-0,7	4,8	204	0,1	42,4	42,8	0,8
Cina	2,3	2,8	19,4	186	199	6,9	80,2	71,8	-10,4
Turchia	10,9	10,1	-7,1	181	184	1,9	16,6	18,2	9,7
Emirati Arabi	3,0	2,8	-5,8	134	130	-3,4	45,2	46,4	2,6
Norvegia	3,8	4,1	6,4	120	126	5,1	31,2	30,8	-1,2
Corea del Sud	3,0	2,4	-20,3	124	122	-1,8	41,1	50,6	23,2
Canada	3,1	3,1	0,6	108	120	10,7	35,4	39,0	10,0
Australia	1,5	1,6	2,9	63	72	14,6	40,5	45,1	11,4
Singapore	0,6	0,6	4,8	47	58	22,8	80,9	94,8	17,2
Altri	40,3	39,2	-2,7	653	668	2,4	16,2	17,0	5,2
Import da Paesi extra-UE28	1.398,1	1.381,7	-1,2	9.308	9.447	1,5	6,7	6,8	2,7
di cui da:									
Cina	1.009,9	969,9	-4,0	4.583	4.353	-5,0	4,5	4,5	-1,1
Vietnam	144,6	154,4	6,8	1.672	1.876	12,2	11,6	12,1	5,1
Indonesia	61,8	58,5	-5,4	758	795	4,8	12,3	13,6	10,8
India	45,4	44,1	-2,9	603	589	-2,4	13,3	13,4	0,5
Cambogia	18,9	20,4	7,8	237	262	10,6	12,5	12,8	2,6
Svizzera	1,6	1,9	20,5	188	238	26,8	117,7	123,9	5,2
Tunisia	10,5	10,0	-4,3	158	154	-3,0	15,1	15,3	1,4
Bangladesh	16,6	18,8	13,4	134	145	7,9	8,1	7,7	-4,9
Bosnia-Erzegovina	8,9	9,9	12,1	126	131	4,4	14,2	13,2	-6,8
Marocco	7,8	7,7	-1,4	122	123	1,0	15,6	16,0	2,4
Albania	7,8	9,3	19,4	86	107	24,8	11,0	11,5	4,5
Turchia	15,5	24,6	58,6	86	106	23,7	5,5	4,3	-22,0
Brasile	13,5	15,0	11,2	91	91	0,1	6,7	6,0	-10,0
Altri	35,3	37,0	4,8	465	478	2,9	13,2	12,9	-1,9

Dati provvisori. Graduatoria Paesi per Valore (milioni di euro) decrescente 2016.

Fonte: Eurostat 29/09/2016, elaborazioni Assocalzaturifici

Tav. 32 – I principali produttori della UE28: Anni 2012-2015 - Quantità

	Produzione 2012 (milioni di paia)	Inc. % su Totale UE28 2012 quantità	Produzione 2013 (milioni di paia)	Inc. % su Totale UE28 2013 quantità	Produzione 2014 (milioni di paia)	Inc. % su Totale UE28 2014 quantità	Produzione 2015 (milioni di paia)	Inc. % su Totale UE28 2015 quantità
– Italia	199	34,0	202	33,4	197	33,2	191	32,5
– Spagna	97	16,6	92	15,2	102	17,2	105	17,9
– Portogallo	74	12,6	75	12,4	75	12,6	79	13,4
– Romania	50	8,5	50	8,3	50	8,4	54	9,2
– Polonia	52	8,9	34	5,6	36	6,1	35	6,0
– Germania	26	4,4	28	4,6	30	5,1	33	5,6
– Francia	23	3,9	25	4,1	23	3,9	23	3,9

Fonte: APICCAPS-World Footwear Yearbook, ed.2016 e anni precedenti (www.worldfootwear.com)

Tav. 33 – Top-ten anno 2015 dei Paesi calzaturieri nel mondo – Quantità

	Produzione		Consumo apparente		Export		Import		
	Paia (milioni)	% su Tot. mondo							
1 Cina	13.581	59,1	Cina	18,4	Cina	69,1	USA	2.496	20,8
2 India	2.200	9,6	USA	11,8	Vietnam	7,3	Regno Unito	749	6,2
3 Vietnam	1.140	5,0	India	10,6	Belgio	1,7	Germania	650	5,4
4 Indonesia	1.000	4,4	Indonesia	4,0	Germania	1,7	Giappone	585	4,9
5 Brasile	877	3,8	Brasile	3,8	Hong Kong	1,5	Francia	509	4,2
6 Pakistan	366	1,6	Giappone	3,2	Italia	1,5	Emirati Arabi	378	3,1
7 Bangladesh	353	1,5	Regno Unito	2,7	India	1,4	Italia	328	2,7
8 Turchia	350	1,5	Germania	2,2	Regno Unito	1,4	Belgio	304	2,5
9 Messico	251	1,1	Francia	2,0	Indonesia	1,3	Hong Kong	289	2,4
10 Thailandia	200	0,9	Russia	1,9	Turchia	1,3	Spagna	284	2,4

Fonte: APICCAPS-World Footwear Yearbook 2016 (www.worldfootwear.com)

Tav. 34 – Principali esportatori e importatori mondiali anno 2015 – Valore

		Export			Import			
	Paese	Valore (milioni di \$)	% su Tot. mondo	Prezzo medio (US \$)	Paese	Valore (milioni di \$)	% su Tot. mondo	Prezzo medio (US \$)
1	Cina	51.194	40,3	5,18	1 USA	28.308	23,7	11,34
2	Vietnam	15.041	11,8	14,45	2 Germania	9.740	8,1	14,98
3	Italia	9.595	7,5	46,21	3 Regno Unito	7.203	6,0	9,61
4	Belgio	5.415	4,3	22,63	4 Francia	7.069	5,9	13,90
5	Germania	4.691	3,7	19,75	5 Giappone	5.159	4,3	8,83
6	Indonesia	3.972	3,1	20,65	6 Italia	5.020	4,2	15,31
7	Hong Kong	3.578	2,8	17,19	7 Hong Kong	3.945	3,3	13,64
8	Spagna	3.270	2,6	20,72	8 Belgio	3.667	3,1	12,07
9	Francia	3.149	2,5	28,65	9 Paesi Bassi	3.291	2,8	12,40
10	Paesi Bassi	2.801	2,2	19,67	10 Spagna	2.976	2,5	10,50
11	India	2.465	1,9	11,92	11 Cina	2.459	2,1	25,34
12	Regno Unito	2.191	1,7	11,27	12 Canada	2.412	2,0	14,14
13	Portogallo	2.069	1,6	26,08	13 Russia	2.255	1,9	10,90
14	Cambogia	1.363	1,1	14,53	14 Emirati Arabi	2.140	1,8	5,65
15	USA	1.194	0,9	14,41	15 Corea del Sud	2.113	1,8	11,58

Fonte: APICCAPS-World Footwear Yearbook 2016 (www.worldfootwear.com), elaborazioni Assocaltaturifici

Tav. 35 – Produzione e commercio di calzature dei Paesi della UE - Anno 2015 (in quantità), ordinati per rapporto import/produzione

Paese	Produzione		Import (milioni di paia)	Consumo* (milioni di paia)	Export (milioni di paia)	Rapporto	
	(milioni di paia)	Quota su Totale UE28				Export/ Produzione	Import/ Produzione
- Belgio	1**	0,0	304	65	239	239,0	304,0
- Paesi Bassi	1	0,2	265	124	142	142,0	265,0
- Regno Unito	6	1,0	749	560	195	32,5	124,8
- Svezia	1	0,2	45	36	10	10,0	45,0
- Austria	2	0,3	80	55	27	13,5	40,0
- Irlanda	1	0,2	38	33	6	6,0	38,0
- Grecia	3	0,5	71	53	21	7,0	23,7
- Francia	23	3,9	509	422	110	4,8	22,1
- Repubblica Ceca	4	0,7	81	44	41	10,3	20,3
- Germania	33	5,6	650	445	238	7,2	19,7
- Lituania	1	0,2	12	7	6	6,0	12,0
- Danimarca	6	1,0	46	32	20	3,3	7,7
- Slovacchia	9	1,5	66	11	64	7,1	7,3
- Lettonia	1	0,2	7	7	1	1,0	7,0
- Finlandia	3	0,5	18	18	3	1,0	6,0
- Croazia	4	0,7	21	18	7	1,8	5,3
- Slovenia	3	0,5	13	10	6	2,0	4,3
- Polonia	35	6,0	134	99	70	2,0	3,8
- Estonia	2	0,3	6	6	2	1,0	3,0
- Ungheria	11	1,9	31	24	18	1,6	2,8
- Spagna	105	17,9	284	231	158	1,5	2,7
- Bulgaria	10	1,7	25	21	14	1,4	2,5
- Italia	191	32,5	328	312	207	1,1	1,7
- Romania	54	9,2	57	60	51	0,9	1,1
- Portogallo	79	13,4	54	54	79	1,0	0,7
...							
Totale UE28	588	100,0					
variazione% 2014/2015	-1,0%						

(*) Consumo apparente.

(**) Convenzionalmente arrotondato al milione di unità per comodità di calcolo

Fonte: APICCAPS-World Footwear Yearbook 2016 (www.worldfootwear.com), elaborazioni Assocalzaturifici

Allegati

1. La metodologia utilizzata

Anche lo Shoe Report/2016 si è avvalso, come negli anni scorsi, di diverse metodologie per la predisposizione dei differenti capitoli.

La prima metodologia si basa sull'individuazione delle tesi interpretative di fondo circa l'andamento del settore calzaturiero nell'ultimo anno (che in realtà questa volta si riferisce all'ultimo anno e mezzo, avendo spostato lo Shoe Report in autunno rispetto al mese di febbraio). A tale proposito si è tenuto conto dell'evoluzione, in sintesi dei principali indicatori del settore (produzione, export, mercato interno, occupazione, ecc.), dei risultati delle interviste rivolte agli imprenditori e di un apposito Focus Group con questi ultimi, nonché di alcuni fenomeni-chiave emersi dall'annuale check-up delle aziende calzaturiere.

Il relativo commento trova posto nelle Considerazioni introduttive e di sintesi.

La seconda metodologia utilizzata ha fatto riferimento ad un apposito questionario, diretto ad un panel di imprese e centrato su due temi: il posizionamento di queste ultime rispetto all'attuale ciclo economico, da porre a confronto con quello degli anni precedenti, nonché l'approfondimento monografico specifico per il 2016 riguardante i rapporti che intercorrono tra aziende e sistema creditizio-finanziario.

Tale questionario è stato predisposto – come si è appena ricordato – tenendo conto di alcune interviste individuali agli imprenditori, nonché dei risultati di un apposito Focus Group composto sempre da questi ultimi ed era strutturato nel modo seguente:

- *Sezione 1 – Il punto sull'andamento delle imprese*, volta a registrare l'andamento delle stesse nell'ultimo anno (questa volta un anno e 1/2) in modo da comprendere le caratteristiche dell'intero esercizio 2015 e del primo semestre 2016 e il posizionamento rispetto al ciclo economico negativo iniziato nel 2008, nonché di raccogliere le valutazioni degli

imprenditori circa l'andamento di ordinativi, fatturato, export e clima di fiducia, con riferimento all'esercizio 2015 e al primo semestre del 2016, procedendo poi ad analizzare il tema dell'occupazione e della Cassa Integrazione Guadagni; infine si è voluto misurare l'evoluzione dei comportamenti delle aziende sul piano della loro capacità "reattiva", tenendo conto della propensione ad investire, dell'orientamento verso "strategie di movimento" piuttosto che di "strategie di attesa/adattamento" come pure dell'atteggiamento nei confronti delle possibili collaborazioni tra imprese;

- *Sezione 2 – Esperienze, problemi e aspettative nei confronti del sistema del credito*, diretta ad esplorare quale sia la valutazione degli intervistati rispetto a tale argomento, ivi compreso il livello di soddisfazione/in-soddisfazione maturato in proposito, la tipologia di esigenze che hanno spinto le aziende a ricorrere al sistema bancario nonché alcune valutazioni qualitative (di tipo positivo come pure di tipo negativo) che gli imprenditori si sentono di esprimere sul tema in oggetto; inoltre si è voluto anche misurare l'eventuale apertura degli intervistati nei confronti del possibile ingresso nella compagine proprietaria di eventuali investitori finanziari come ad esempio i Fondi, tenendo conto di eventuali esperienze passate o presenti e di opzioni possibili per il futuro, delle reazioni positive o negative nei confronti degli investitori finanziari stessi e del loro possibile ruolo all'interno dell'azienda dell'intervistato, a cui sono state aggiunte alcune domande riguardanti l'utilizzo dei *Bond* aziendali e dei *Bond* di distretto oltre che un insieme di giudizi concernenti il sistema bancario, il sistema extrabancario e la cultura finanziaria di cui è portatrice l'impresa;
- *Sezione 3 – Profilo dell'azienda*, indirizzata a raccogliere le informazioni di base, concernenti le imprese come la tipologia giuridica, l'appartenenza eventuale ad un Gruppo, l'anzianità operativa, la tipologia di prodotto, le dimensioni dell'azienda e la relativa fascia di fatturato, nonché le notizie sulle filiere all'interno delle quali l'azienda intervistata possa risultare inserita sia come capofila sia come fornitore in conto terzi sia come subfornitore di altre imprese.

Il suddetto questionario è stato inviato per l'autosomministrazione all'inizio del mese di luglio 2016 ad un panel di aziende appartenenti ai diversi distretti e/o aree produttive calzaturiere italiane. Le relative risposte sono state raccolte tra la fine di luglio e i primi giorni del mese di agosto dello stesso anno, giungendo ad un numero complessivo di questionari pari a 66 unità. Essendo i questionari validi lievemente sbilanciati rispetto alla distribuzione delle aziende iscritte ad Assocalzaturifici (con una certa sovrarappresentazione dei distretti delle Marche ed una sottorappresentazione dei

distretti o aree produttive della Toscana e della Campania), si è proceduto ad una opportuna ponderazione che ha meglio avvicinato la distribuzione dei questionari raccolti alla distribuzione delle imprese iscritte, come emerge dallo schema che segue:

<i>Regioni in cui si trovano i Distretti e/o le Aree produttive</i>	<i>Distribuzione aziende iscritte (val. %)</i>	<i>Distribuzione ponderata delle aziende rispondenti (val. %)</i>
Piemonte	1,0	-
Lombardia	9,1	7,4
Veneto	16,2	19,9
Friuli Venezia Giulia	0,6	-
Trentino Alto Adige	0,3	-
Emilia Romagna	3,5	1,5
Marche	37,1	43,2
Toscana	15,2	10,2
Lazio + Abruzzo	0,6	-
Campania	11,8	13,3
Puglia	4,1	4,5
Sicilia	0,3	-
Totale	100,0	100,0

Le risposte ottenute dagli imprenditori sono state commentate rispettivamente nella Parte prima e nella Parte seconda del Rapporto.

Il profilo delle aziende intervistate viene sintetizzato dalle tabelle che seguono, le quali vanno dalla tabella All. 1 alla tabella All. 10. Esse pongono a confronto tale profilo con quello delle imprese coinvolte nelle indagini di check-up degli anni precedenti.

Le eventuali oscillazioni nella composizione dei panel utilizzati nei vari anni vanno interpretate all'interno di una logica di indagine che resta di tipo qualitativo, basata sulle opinioni e sulle valutazioni di un gruppo di testimoni privilegiati (imprenditori), senza alcuna pretesa di rappresentatività statistica in senso stretto. Ma è il caso di ribadire che i risultati a cui si è pervenuti consentono in ogni caso di affermare che si è davanti a dei panel abbastanza indicativi, tenuto conto di un coinvolgimento "bilanciato" tra le diverse tipologie di imprenditori: il che consente di ottenere dei panel mediamente ben confrontabili tra un anno e l'altro.

La terza ed ultima metodologia impiegata per la predisposizione dello Shoe Report 2016 si è basata, come da tradizione, sull'aggiornamento degli indicatori statistici fondamentali del settore calzaturiero così da garantire delle informazioni circa l'evoluzione di medio periodo. Tali indicatori forniscono le principali grandezze di tale settore: numero di aziende e di addetti,

valore della produzione per quantità e qualità, dimensione dell'export e dell'import, evoluzione dei consumi delle famiglie italiane, confronti tra produzione, import ed export all'interno e all'esterno dell'Unione Europea.

Tali indicatori sono confluiti, con il relativo commento, nella Parte terza del Rapporto.

Tab. All.1/1 – Ragione sociale dell'intervistato (val. %)

Ragione	Check-up 2009	Check-up 2010	Check-up 2011	Check-up 2012	Check-up 2013	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Soc. di persone	4,7	3,8	7,1	10,7	5,5	11,2	10,7	12,0
– Srl	56,2	57,7	60,8	67,0	63,5	70,7	68,0	64,7
– SpA	39,1	38,5	32,1	15,7	25,5	15,5	21,3	17,8
– Altro	-	-	-	6,6	5,5	2,6	-	5,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	64	52	56	121	55	116	75	66

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. All.2 – Eventuale appartenenza dell'azienda dell'intervistato ad un Gruppo (val. %)

Risposta	Check-up 2009	Check-up 2010	Check-up 2011	Check-up 2012	Check-up 2013	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Sì, ad un gruppo italiano	17,2	9,6	8,9	9,8	12,7	4,3	7,9	10,4
– Sì, ad un gruppo non italiano	1,6	3,8	3,6	0,8	-	1,7	2,6	-
– No, non appartiene ad alcun Gruppo	81,2	86,6	87,5	89,4	87,3	94,0	89,5	89,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	64	52	56	122	55	115	76	66

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. All.3 – Anzianità dell'intervistato (val. %)

Anni	Check-up 2009	Check-up 2010	Check-up 2011	Check-up 2012	Check-up 2013	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Fino a 3 anni	1,6	-	-	4,9	5,5	-	3,9	1,0
– Oltre 3 e fino a 5 anni	3,1	3,8	-	2,4	3,6	1,7	2,6	7,8
– Oltre 5 e fino a 10 anni	1,6	7,7	5,5	8,1	7,3	5,2	3,9	2,7
– Oltre 10 e fino a 20 anni	10,9	1,9	5,5	13,8	12,7	15,5	10,6	16,8
– Oltre 20 anni	82,8	86,6	89,0	70,8	70,9	77,6	79,0	71,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	64	52	55	123	55	116	76	66

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. All.4 – Tipologia di clienti di riferimento dell'azienda dell'intervistato (val. %)

Tipologia	Check-up 2009	Check-up 2010	Check-up 2011	Check-up 2012	Check-up 2013	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Donna	75,0	75,0	80,0	77,0	70,9	82,8	81,6	86,4
– Uomo	48,4	53,8	49,1	45,9	54,5	45,7	47,4	54,6
– Bambino/Bambina	25,0	26,9	21,8	13,1	12,7	10,3	11,8	12,0
– Giovane	7,8	19,2	12,7	11,5	9,1	8,6	11,8	16,4
– Sportive/Tempo libero	29,7	30,8	14,5	9,0	12,7	10,3	25,0	26,9
– Sportive professionali	4,7	5,8	5,5	4,1	-	4,3	1,3	5,4
– Relax-casa	9,4	15,4	7,3	7,4	3,6	2,6	6,6	8,4
– Lavoro-Antiinfortunistica	4,7	7,7	3,6	4,1	-	0,9	3,9	5,6
v.a.	64	52	55	122	55	116	76	65

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte.

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. All.5 – Autodefinizione delle dimensioni dell'impresa dell'intervistato (val. %)

Dimensione	Check-up 2011	Check-up 2012	Check-up 2013	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Una piccolissima impresa	3,6	8,1	3,6	7,8	7,9	4,5
– Una piccola impresa	41,1	48,8	45,5	43,1	39,5	48,7
– Una media impresa	49,9	40,7	49,1	45,7	48,7	44,5
– Una grande impresa	5,4	2,4	1,8	3,4	3,9	2,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	56	123	55	116	76	61

Fonte: indagine *Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Tab. All.6 – Autoclassificazione delle dimensioni del fatturato dell'azienda dell'intervistato (val. %)

Classi di fatturato	Check-up 2010	Check-up 2011	Check-up 2012	Check-up 2013	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Fatturato di piccolissime dimensioni (fino a 2 mil. di €)	144,0	7,4	31,1	21,8	25,9	19,7	20,7
– Fatturato di piccole dimensioni (3-8 milioni di euro)		35,2	35,3	34,5	37,4	39,5	48,6
– Fatturato di medio-piccole dimensioni (9-15 mil. di €)	22,0	29,6	18,9	25,5	18,8	13,2	15,6
– Fatturato di medie dimensioni (16-35 milioni di euro)	12,0	7,4	9,0	10,9	12,5	17,1	9,3
– Fatturato di medio-grandi dimensioni (36-80 mil. di €)	14,0	20,4	4,9	5,5	2,7	7,9	3,1
– Fatturato di grandi dimensioni (oltre 80 mil. di €)	8,0	-	0,8	1,8	2,7	2,6	2,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	50	54	122	55	112	76	64

Fonte: indagine *Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Tab. All.7 – Utilizzo di eventuali lavorazioni effettuate da subfornitori (val. %)

Lavorazioni	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Sì, utilizzo imprese fornitrici nell'ambito del mio Distretto e/o Area di appartenenza	74,6	83,3	70,4
– Sì, utilizzo imprese fornitrici in altri Distretti e/o Aree della stessa Regione	43,9	41,7	58,9
– Sì, utilizzo imprese fornitrici appartenenti a Distretti e/o Aree produttive calzaturiere situati fuori dalla mia Regione	63,2	52,8	62,0
– Sì, utilizzo imprese fornitrici situate fuori Italia	20,2	25,0	26,4
v.a. rispondenti	114	72	64
Numero medio risposte per intervistato	230	146	140
	2,0	2,0	2,2

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte.

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzaturifici, 2016*

Tab. All.8– Svolgimento di eventuali attività in “filiera” con altre aziende (val. %)

Attività	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Si, attività conto terzi per aziende del Distretto o Area di appartenenza	39,0	30,8	23,8
– Si, attività conto terzi per aziende fuori dal Distretto o Aree di appartenenza, ma nell’ambito della stessa Regione	12,2	-	8,7
– Si, attività conto terzi per aziende fuori dalla mia Regione ma in Italia	39,0	11,5	26,3
– Si, attività in conto terzi per le grandi griffe internazionali	-	50,0	87,6
– Si, attività conto terzi per aziende fuori Regione, ma all’estero	31,7	-	-
– Si, attività di subfornitura componenti per aziende collocate nel mio Distretto o Area di appartenenza	2,4	-	-
– Si, attività di subfornitura componenti per aziende collocate fuori dal Distretto o Area di appartenenza, ma nell’ambito della stessa Regione	2,4	-	2,2
– Si, attività di subfornitura componenti per aziende fuori Regione ma in Italia	2,4	11,5	6,1
– Si, attività di subfornitura componenti per aziende fuori Regione, ma all’estero	17,1	-	-
– Si, attività di subfornitura di componenti per le grandi griffe internazionali	-	3,8	-
v.a. rispondenti	41	26	34
v.a. risposte	60	28	53
Numero medio risposte per intervistato	1,5	1,1	1,6

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte.

Fonte: indagine Ermenega – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. All.9 – Impegno dell'azienda tra produzione per le grandi griffe e produzione per il mercato (val. %)

Tipologia	Check-up 2015	Check-up 2016
– Lavora totalmente (o in grande parte) per le grandi griffe (fornendo calzature complete)	15,3	8,9
– Lavora totalmente (o in grande parte) per le grandi griffe (fornendo parti di calzature e/o di lavorazione)	1,4	-
– Lavora solo in parte per le grandi griffe e parte per il mercato, con proprio marchio (attraverso calzature complete)	29,2	47,3
– Lavora esclusivamente per il mercato, con proprio marchio (attraverso calzature complete)	51,4	37,9
– Lavora esclusivamente in conto terzi e/o fornendo parti di calzature o di lavorazione	-	2,1
– Lavora solo in parte per le grandi griffe (fornendo calzature complete)	11,1	5,9
– Lavora solo in parte per le grandi griffe (parti di calzature e/o di lavorazione)	1,4	-
v.a.	72	64

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte.

Fonte: *indagine Ermenegina – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzatuturifici, 2016*

Tab. All.10 – Distretti calzaturieri di appartenenza delle imprese intervistate (val. %)

Distretto	Check-up 2011	Check-up 2012	Check-up 2013	Check-up 2014	Check-up 2015	Check-up 2016
– Lombardia	13,5	11,3	13,0	13,1	13,3	7,4
– Veneto	23,0	19,3	16,7	22,6	25,3	19,9
– Emilia Romagna	3,8	3,2	3,7	4,3	4,0	1,5
– Marche	40,4	38,8	35,2	29,7	26,7	43,2
– Toscana	11,6	17,7	20,4	18,1	20,0	10,2
– Campania (Napoli e Caserta)	-	-	-	7,0	5,3	13,3
– Puglia	5,8	3,2	5,6	5,2	5,4	4,5
– Altro	1,9	6,5	9,3	-	-	-
v.a.	52	124	54	115	75	67
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: *indagine Ermenegina – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzatuturifici, 2016*

2. Le tabelle di dettaglio dell'indagine sulle imprese

Le tabelle che seguono comprendono gli incroci di alcune variabili con le domande poste agli intervistati tramite l'apposito questionario autosomministrato che è stato richiamato nel precedente capitolo 1 degli Allegati. È il caso di ricordare che le variabili utilizzate sono state le seguenti ed hanno dato origine a due tipologie di tabelle e cioè:

- 1) le tabelle di tipo "A ...", comprendenti le dimensioni dell'impresa, la classe di fatturato, la quota di quest'ultimo derivante dall'export, il tipo di mercato delle aziende intervistate (in parte o in toto derivante dalle grandi *griffe* oppure esclusivamente dal mercato), l'anzianità dell'attività aziendale, il posizionamento dell'impresa rispetto alla crisi, nonché le strategie di tipo generale adottate;
- 2) le tabelle di tipo "B ...", che hanno preso in considerazione invece il livello di soddisfazione circa i rapporti intrattenuti dalle imprese col sistema bancario, il miglioramento o il peggioramento di tali rapporti nel tempo, l'eventuale interesse per la possibile apertura del capitale sociale agli investitori finanziari, i distretti/aree di produzione calzaturiera dei rispondenti.

Nel corso del commento delle tabelle di distribuzione semplice, collocate rispettivamente nella Parte prima e nella Parte seconda dello Shoe Report, alcuni dei dati provenienti dagli incroci effettuati nel modo appena richiamato sono stati utilizzati al fine di esplicitare meglio le caratteristiche delle risposte fornite dalle diverse componenti del panel.

Si ricorda ancora una volta che le aziende coinvolte nell'indagine non costituiscono un campione statistico in senso stretto bensì concorrono a formare un panel di testimoni. E tuttavia tale panel viene costruito con un'attenzione particolare per quanto riguarda la relativa composizione: il che permette di cogliere l'evoluzione nel tempo delle opinioni, delle valutazioni e degli orientamenti degli imprenditori in maniera più che soddisfacente.

Al fine di facilitare la consultazione delle tabelle di incrocio si riporta di seguito il relativo indice di riferimento.

		pag.
– Influenza della crisi sull'azienda dell'intervistato rispetto alle altre aziende, presenti nello stesso Distretto (val. %)	Tab. A1	198
	Tab. B1	199
– Andamento dell'azienda dell'intervistato nell'anno 2015 (val. %)	Tab. A2	200
	Tab. B2	201
– Andamento complessivo dell'azienda dell'intervistato nell'anno 2016 (val. %)	Tab. A3	202
– Valutazione della fase di “attraversamento” della crisi dell'azienda dell'intervistato (val. %)	Tab. A4	203
– Specificazioni circa l'uscita dalla crisi (val. %)	Tab. A5	204
– Andamento degli ordinativi rispetto all'anno precedente (val. %)	Tab. A6.1	205
– Andamento del fatturato rispetto all'anno precedente (val. %)	Tab. A7	206
– Percentuale sul fatturato proveniente da vendite all'estero (val. %)	Tab. A9	207
– Andamento dell'export rispetto all'anno precedente (val. %)	Tab. A10	208
– Andamento del clima di fiducia rispetto all'anno precedente (val. %)	Tab. A13	209
– Andamento previsto del clima di fiducia negli anni considerati (val. %)	Tab. A14	210
– Andamento dell'occupazione nell'anno precedente (val. %)	Tab. A15	211
– Andamento degli investimenti dell'azienda dell'intervistato (val. %)	Tab. A19	212-213
	Tab. B19	214-215
– Strategie generali per affrontare l'attuale crisi economica (val. %)	Tab. A20	216-217
	Tab. B20	218-219
– Modalità più opportuna da adottare in tema di collaborazione tra imprese (val. %)	Tab. A21	220
	Tab. B21	221
– Ambiti particolarmente problematici per l'azienda dell'intervistato (val. %)	Tab. A22	222
	Tab. B22	223
– Valutazione dell'intensità dei problemi dichiarati per il 2016 dall'intervistato (Problemi definiti come “Molto importanti”) (val. %)	Tab. A23	224
	Tab. B23	225
– Livello di soddisfazione circa i rapporti intrattenuti dall'azienda dell'intervistato col sistema bancario (val. %)	Tab. A24	226
– Ragioni dell'eventuale soddisfazione circa i rapporti attuali dell'azienda col sistema bancario (val. %)	Tab. A25	227

		pag.
– Ragioni dell’eventuale insoddisfazione circa i rapporti attuali dell’azienda col sistema bancario (val. %)	Tab. A26	228
– Miglioramento o peggioramento dei problemi dell’azienda col sistema bancario rispetto a prima della crisi e rispetto agli ultimi 12 mesi (val. %)	Tab. A27	229
– Esigenze dell’azienda per le quali sono stati chiesti finanziamenti bancari negli ultimi 12 mesi (val. %)	Tab. A28 Tab. B28	230 231
– Valutazioni (positive e negative) degli intervistati circa il sistema bancario (Giudizi “Molto + Abbastanza d’accordo”) (val. %)	Tab. A30 Tab. B30	232-234 235-237
– Alcune proposte in tema di <i>rating</i> e di finanza per le imprese (Giudizi “Molto + abbastanza d’accordo”) (val. %)	Tab. A31 Tab. B31	238-240 241-243
– Interesse degli intervistati circa la possibile apertura del capitale sociale agli investitori finanziari (val. %)	Tab. A32 Tab. B32	244 244
– Reazione dell’intervistato circa il ruolo che può svolgere un eventuale investitore finanziario che entri nel capitale di rischio della Sua azienda (val. %)	Tab. A33 Tab. B33	245 246
– Preferenze dell’intervistato circa un eventuale intervento nel capitale dell’azienda da parte di un investitore finanziario (val. %)	Tab. A34 Tab. B34	247 248
– Ragioni in base alle quali l’azienda ha preso o potrà prendere in considerazione l’apertura del capitale agli investitori finanziari esterni (val. %)	Tab. A36.2 Tab. B36.2	249 250
– Valutazione da parte dell’azienda della possibilità di utilizzare la formula dei <i>bond</i> aziendali e/o dei <i>bond</i> di distretto (val. %)	Tab. A37 Tab. B37	251 252

Tab. A1 – Influenza della crisi sull'azienda dell'intervistato rispetto alle altre aziende, presentati nello stesso Distretto (val. %)

Valutazione dell'impatto	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esportato sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate		
	Grande + Media + Piccola	Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Fatturato	Oltr il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato solo	Fino a 20 anni	Oltr 20 anni	Fuori + Dentro dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi
- Ne ha risentito molto di più	4,8	9,7	5,9	5,7	2,8	8,4	-	4,9	6,3	6,7	-	10,2	5,3	6,3	-
- Ne ha risentito un po' di più	3,3	5,3	7,8	5,0	2,6	6,4	-	4,5	2,7	3,5	-	7,0	4,9	2,7	-
- Ne ha risentito più o meno come le altre	65,9	79,3	62,2	53,5	74,1	43,1	71,9	42,4	88,4	71,4	48,7	63,0	66,4	64,4	66,3
- Ne ha risentito un po' meno	20,2	10,5	18,7	30,9	14,8	33,7	18,4	30,1	11,6	14,1	33,7	24,0	19,3	26,4	14,4
- Ne ha risentito molto meno	3,3	4,9	2,3	7,8	3,4	-	1,2	12,7	-	2,2	5,9	4,1	3,0	6,3	-
- Non saprei dare una valutazione	2,5	-	5,1	-	12,5	3,1	-	2,9	2,7	5,4	1,4	2,9	2,1	-	4,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	19	47	34	31	31	24	5

Fonte: *indagine Ermenegildo Zegna - Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016*

Tab. B1 – Influenza della crisi sull'azienda dell'intervistato rispetto alle altre aziende, presenti nello stesso Distretto (val. %)

Valutazione dell'impatto	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche				Andamento dei rapporti con le banche				Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari				Distretti/Aree di riferimento					
	Molto + Abbastanza soddisfatto		Poco + Non ha bisogno del sistema bancario		Molto + Abbastanza + Molto peggiorati		Non utilizza il sistema bancario		Interessato in passato, oggi in futuro		Non interessato		Lombardia + Emilia Romagna		Marche + Trentino + Veneto + Friuli Venezia Giulia		Toscana	
	Totale	Abbastanza	Molto	Poco	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto peggiorati	Molto	Non utilizza il sistema bancario	Interessato in passato, oggi in futuro	Non interessato	Lombardia + Emilia Romagna	Marche + Trentino + Veneto + Friuli Venezia Giulia	Toscana					
- Ne ha risentito molto di più	4,8	2,4	13,2	-	3,8	11,6	-	5,6	3,4	20,2	7,3	-	-					
- Ne ha risentito un po' di più	3,3	-	13,2	-	-	16,7	-	-	4,2	-	7,3	-	-					
- Ne ha risentito più o meno come le altre	65,9	68,5	57,0	65,6	68,8	50,8	34,7	66,1	66,3	67,9	58,4	79,7	75,0					
- Ne ha risentito un po' meno	20,2	23,0	12,6	25,9	21,6	15,9	49,2	16,1	21,9	11,9	14,2	20,3	25,0					
- Ne ha risentito molto meno	3,3	3,7	-	8,5	3,5	-	16,1	4,8	2,9	-	7,3	-	-					
- Non saprei dare una valutazione	2,5	2,4	4,0	-	2,3	5,0	-	7,4	1,3	-	5,5	-	-					
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0					
v.a.	67	41	17	8	44	13	4	14	52	5	30	16	4					

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Assocciaturifici, 2016

Tab. A2 – Andamento dell'azienda dell'intervistato nell'anno 2015 (val. %)

Andamento	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni				Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Grande + Medio grande + Medio	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte	per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Mietamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi
Totale	48,8	58,5	31,5	53,5	41,2	57,7	48,0	54,1	35,2	51,2	44,9	52,9	46,1	67,3	30,3	46,4	52,7	84,1	
- Ha tenuto bene e/o abbastanza bene nel corso del 2015, malgrado la crisi in corso	12,1	3,5	21,8	-	19,7	-	15,0	-	23,6	16,1	5,5	24,0	7,7	19,8	4,3	7,5	5,5	-	
- Non è andata bene nei primi 3-4 mesi del 2015, ma poi si è cominciato a cogliere qualche segnale positivo	7,0	6,1	9,0	-	8,0	10,7	7,3	6,4	-	5,2	9,0	11,7	5,3	5,1	9,4	8,1	9,0	-	
- Non è andata bene in tutta la prima metà del 2015, ma poi si è colto qualche segnale positivo	13,6	22,3	8,2	38,7	9,7	10,2	12,5	19,3	41,2	7,8	17,0	4,1	17,6	3,9	20,6	10,0	17,5	15,9	
- È andata bene o abbastanza bene nella prima metà del 2015, ma nella seconda metà si sono avvertiti di nuovo segnali di indebolimento	18,5	9,6	29,5	7,8	21,4	21,4	17,2	20,2	-	19,7	23,6	7,3	23,3	3,9	35,4	28,0	15,3	-	
- Non è andata bene né abbastanza bene nel corso dell'intero anno 2015	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Totale	67	29	33	10	41	13	5,4	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5	
v.a.																			

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016

Tab. B2 – Andamento dell'azienda dell'intervistato nell'anno 2015 (val. %)

Andamento	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari													
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche					Andamento dei rapporti con le banche								
	Totale	Molto + Abbastanza soddisfatto	Poco + Per nulla soddisfatto	Non ha bisogno del sistema bancario	Non ha bisogno di migliorati	Molto + Abbastanza + Molto peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Non interessato in passato, oggi in futuro	Non Lombardìa + Emilia Romagna	Marche + Trentino	Altri			
- Ha tenuto bene e/o abbastanza bene nel corso del 2015, malgrado la crisi in corso	48,8	54,0	28,3	63,1	55,7	32,0	62,7	61,6	46,5	35,8	46,4	58,8	25,0	54,2
- Non è andata bene nei primi 3-4 mesi del 2015, ma poi si è cominciato a cogliere qualche segnale positivo	12,1	19,7	-	-	8,3	-	-	-	15,6	20,2	-	16,5	-	37,4
- Non è andata bene in tutta la prima metà del 2015, ma poi si è colto qualche segnale positivo	7,0	2,4	22,4	-	4,0	22,5	-	-	9,0	-	12,4	-	-	8,4
- È andata bene o abbastanza bene nella prima metà del 2015, ma nella seconda metà si sono avvertiti di nuovo segnali di indebolimento	13,6	11,5	18,2	17,2	15,6	17,2	-	22,8	10,4	11,9	9,5	16,5	75,0	-
- Non è andata bene né abbastanza bene nel corso dell'intero anno 2015	18,5	12,4	31,1	19,7	16,4	28,3	37,3	15,6	18,5	32,1	31,7	8,2	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	41	17	8	44	13	4	14	52	5	30	16	4	12

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. A3 – Andamento complessivo dell'intervistato nell'anno 2016 (val. %)

Risposta	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate						
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi			
Totale																			
- Il 2016 mi sembra sostanzialmente positivo per la prima parte dell'anno, ma prevedo problemi per la seconda parte	18,5	6,7	32,0	6,1	27,1	5,0	16,6	28,1	11,6	30,6	5,6	31,7	13,7	28,4	8,5	8,5	19,2	5,4	13,7
- Il 2016 si presenta bene e/o abbastanza bene sia per la prima che per la seconda parte dell'anno	23,6	26,1	11,8	21,4	14,5	45,2	24,5	21,1	47,1	18,5	25,8	35,7	19,4	41,5	4,9	28,2	23,3	-	-
- Il 2016 si è presentato con problemi nella prima parte dell'anno, ma ritengo che nella seconda parte andrà meglio	12,2	19,6	7,7	20,0	12,7	7,5	15,1	-	-	19,6	6,3	13,6	11,9	21,6	2,4	-	22,6	56,6	56,6
- Il 2016 è (e sarà) un anno molto e/o abbastanza difficile	45,7	47,6	48,5	52,5	45,7	42,3	43,8	50,8	41,3	31,3	62,3	19,0	55,0	8,5	84,2	52,6	48,7	29,7	29,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	24	5

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. 44 – Valutazione della fase di “attraversamento” della crisi dell’azienda dell’intervistato (val. %)

Fase di attraversamento	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate					
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi		
- La mia azienda si trova sostanzialmente fuori dalla crisi	29,8	20,5	53,5	19,3	7,5	20,4	33,9	46,0	28,4	10,8	13,0	27,1	43,3	-	24,9	17,5	54,4	
- La mia azienda si trova dentro la crisi, ma con segnali positivi consistenti e/o molto consistenti	19,6	22,4	-	29,9	33,7	30,5	8,4	30,8	26,0	28,9	52,1	16,2	49,9	-	15,0	24,9	29,7	
- La mia azienda si troverà fuori dalla crisi, ma a partire dal 2016 in poi	8,5	-	-	5,8	-	4,4	-	-	6,9	-	-	5,1	6,8	-	3,4	5,5	-	
- La mia azienda si trova dentro la crisi, ma con qualche segnale positivo di ripresa	26,8	34,5	38,7	23,3	42,3	27,4	37,5	23,2	20,9	37,4	31,7	27,7	-	62,9	29,8	37,2	15,9	
- La mia azienda si trova ancora pienamente dentro la crisi	17,6	15,3	22,6	7,8	21,7	16,5	17,3	20,2	-	17,8	22,9	3,2	23,9	-	37,1	26,9	14,9	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	66	27	33	10	40	13	53	12	4	34	24	19	46	34	31	30	24	5

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. A5 – Specificazioni circa l'uscita dalla crisi (val. %)

Valutazioni	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esport sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate					
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande	Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi
Totale																		
- La mia azienda non è stata interessata per nulla dalla crisi	2,7	6,6	-	9,9	2,2	-	3,3	-	-	-	7,7	-	4,3	3,6	-	3,1	3,9	-
- La mia azienda è stata interessata dalla crisi, ma ha saputo affrontare le difficoltà e operare le trasformazioni che servivano e oggi va decisamente molto e/o abbastanza meglio	42,0	60,2	35,1	54,6	42,8	18,1	42,0	42,1	100,0	51,2	13,1	17,9	55,5	49,4	19,0	36,2	45,4	81,0
- La mia azienda è stata interessata dalla crisi, ma ha affrontato le trasformazioni che servivano e oggi deve portare a pieno compimento tale trasformazione	55,3	33,2	64,9	35,5	55,0	81,9	54,7	57,9	-	48,8	79,2	82,1	40,2	47,0	81,0	60,7	50,7	19,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	45	19	22	6	29	8	37	8	3	25	16	16	29	34	11	19	17	4

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. 46.1 – Andamento degli ordinativi rispetto all'anno precedente (val. %)

	Dimensione di impresa			Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate	
				Fatturato		Fatturato		Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate	
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi	
Check-up a luglio 2016																		
Totale																		
Nella Sua azienda																		
- In forte crescita	1,1	2,6	7,8	-	-	6,4	-	2,2	-	1,6	-	2,2	-	2,5	-	-	-	
- In discreta crescita	24,5	30,8	23,1	27,7	13,3	23,6	30,0	35,1	30,7	13,9	13,0	29,5	38,5	10,2	11,4	44,0	45,6	
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	19,5	7,0	20,1	12,8	38,1	21,5	11,3	-	17,3	29,6	56,3	5,5	34,0	4,3	16,8	11,2	-	
- Più o meno costante (ma sostanzialm. modesto)	13,8	24,7	6,5	27,9	12,1	15,6	6,4	23,6	15,1	11,5	12,3	14,7	10,5	13,7	18,9	3,1	54,4	
- Un po' in diminuzione	21,9	26,1	21,8	10,3	27,8	10,7	20,1	25,7	23,6	21,7	24,6	3,2	29,7	10,9	34,9	30,5	14,1	
- Molto in diminuzione	17,1	8,8	24,2	18,1	16,0	15,7	16,6	20,2	17,7	11,1	17,2	11,7	17,4	3,9	32,4	19,9	21,7	
- Non saprei dare una valutazione	2,1	-	4,3	-	10,7	2,6	-	-	1,9	3,2	3,5	1,6	-	4,5	-	5,9	-	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	
Nelle altre aziende simili alla sua che operano nel Distretto e/o nell'area di appartenenza																		
- In forte crescita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
- In discreta crescita	1,0	2,3	6,8	-	-	1,2	-	-	-	-	3,5	-	1,9	-	-	2,7	-	
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	9,0	5,5	13,7	6,1	13,3	8,2	13,3	-	13,2	6,6	24,0	3,4	17,6	-	6,6	-		
- Più o meno costante (ma sostanzialm. modesto)	12,4	17,2	10,2	-	16,4	5,7	14,0	5,5	23,6	14,3	8,7	8,2	14,3	10,0	11,3	15,4	11,3	
- Un po' in diminuzione	9,0	6,1	13,0	10,3	12,2	-	7,3	11,9	29,3	8,4	6,3	-	12,7	4,1	14,7	10,3	5,9	
- Molto in diminuzione	12,0	6,6	15,7	6,1	12,0	11,5	12,0	12,7	-	6,4	17,0	12,3	10,1	7,8	17,2	13,6	13,1	
- Non saprei dare una valutazione	56,6	62,3	47,4	70,7	46,1	82,8	57,3	56,6	47,1	57,7	61,4	52,0	59,5	58,6	60,7	60,4	56,6	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurfici, 2016

Tab. A7 – Andamento del fatturato rispetto all'anno precedente (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Adattamento	Strategie generali adottate
Totale																
<i>Nella Sua azienda</i>																
- In forte crescita	6,1	10,7	3,1	7,8	5,7	4,3	14,7	23,6	5,2	4,1	-	8,6	11,9	-	5,7	9,6
- In discreta crescita	10,1	12,4	9,7	23,1	6,7	12,4	-	11,6	9,1	9,7	13,0	9,2	12,3	8,1	1,9	19,6
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	21,4	6,6	24,3	12,8	20,8	20,3	27,5	-	22,8	27,2	56,3	8,1	41,6	-	23,1	5,6
- Più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	14,7	24,7	8,3	20,0	12,4	15,5	11,9	23,6	17,3	10,8	12,3	15,9	8,6	17,7	18,6	8,7
- Un po' in diminuzione	29,3	35,7	25,7	28,5	33,3	10,7	29,3	41,2	26,4	30,5	6,7	36,9	19,5	41,6	29,7	35,7
- Molto in diminuzione	15,1	9,9	22,2	7,8	19,3	10,7	14,2	20,2	-	15,0	14,5	8,2	3,9	28,1	21,0	14,9
- Non saprei dare una valutazione	3,3	-	6,7	-	1,8	10,7	4,0	-	4,2	3,2	3,5	3,2	2,2	4,5	-	5,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	34	31	31	24
<i>Nelle altre aziende simili alla sua che operano nel Distretto e/o nell'area di appartenenza</i>																
- In forte crescita	1,0	2,3	-	6,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- In discreta crescita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	10,0	7,8	13,7	6,1	14,9	-	9,4	13,3	-	6,6	24,0	4,7	19,5	-	-	6,6
- Più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	10,3	12,6	10,0	-	11,6	10,2	12,7	-	23,6	8,4	11,2	8,2	6,1	11,1	15,4	5,6
- Un po' in diminuzione	10,3	6,1	12,7	10,3	10,3	5,0	10,3	5,5	29,3	8,4	5,9	3,5	1,9	20,0	10,3	12,7
- Molto in diminuzione	7,5	2,3	13,4	-	8,5	11,5	6,5	12,7	-	2,2	14,5	12,3	4,1	11,6	9,2	9,0
- Non saprei dare una valutazione	60,9	68,9	50,2	76,8	54,7	73,3	59,9	47,1	65,9	61,8	48,5	67,1	66,5	57,3	65,1	63,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	34	31	31	24

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Assocziaturifici, 2016

Tab. 49 – Percentuale sul fatturato proveniente da vendite all'estero (val. %)

Percentuale	Dimensione di impresa		Fatturato		Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate				
	Totale	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Totamente + In gran parte per le tariffe	Per tariffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi
- La mia azienda non esporta o esporta in quantità trascurabili	1,0	-	2,1	-	1,6	-	-	2,0	-	-	1,4	-	2,1	-	2,7	-
- Esporta fino al 10% del fatturato	1,5	3,5	-	10,3	-	-	-	-	4,1	-	2,1	-	3,3	-	-	-
- Esporta oltre il 10% e fino al 30% del fatturato	7,4	4,9	10,8	7,8	8,6	5,0	-	10,1	6,3	4,1	8,8	7,9	7,1	-	-	-
- Esporta oltre il 30% e fino al 50% del fatturato	8,2	8,2	9,6	13,9	8,2	5,7	-	11,5	6,6	4,1	10,0	6,8	10,1	8,3	12,0	-
- Esporta oltre il 50% e fino al 70% del fatturato	15,1	18,0	15,2	23,8	14,1	7,5	23,6	14,3	13,6	17,1	14,7	19,6	10,7	7,7	29,0	-
- Esporta oltre il 70% e fino al 90% del fatturato	43,9	37,7	42,9	44,2	42,8	50,2	41,2	48,1	44,5	59,8	38,6	54,1	34,4	41,5	32,2	72,5
- Esporta oltre il 90% del fatturato	22,9	27,7	19,4	-	24,7	31,6	35,2	14,0	24,9	14,9	24,4	11,6	32,3	26,4	24,1	27,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	66	29	32	10	41	13	6	33	24	19	47	34	31	30	24	5

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturfici, 2016

Tab. A10 – Andamento dell'export rispetto all'anno precedente (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esporti sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate								
			+ Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo		Piccolissimo		Totamente + In gran parte per le griffe		Solo per il mercato		Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi		Dentro la crisi		Attesa + Adattamento		Ripostizionamento + Metamorfosi		Impresa non interessata dalla crisi		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Ripostizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi					
Totale																					
Check-up a luglio 2016 (2015 su 2014)																					
In quantità																					
- In forte crescita	1,5	3,5	-	2,4	-	8,4	-	4,1	-	2,1	2,9	-	-	-	4,1	-	-	-	-	-	
- In discreta crescita	25,2	11,5	27,8	22,6	31,0	-	35,2	26,5	21,6	64,6	42,7	7,0	14,4	23,7	45,6	-	-	-	-	-	
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	16,1	24,4	11,5	37,0	11,7	4,4	16,0	17,7	-	13,0	26,3	8,2	19,6	22,9	9,3	20,7	12,1	-	-	-	
- Più o meno costante (ma sostanz. modesto)	18,2	24,7	15,5	30,3	19,0	10,7	16,7	20,2	23,6	18,3	19,2	12,3	20,9	7,6	26,4	17,8	12,6	54,4	-	-	
- Un po' in diminuzione	23,3	23,3	27,1	18,1	28,3	16,5	21,3	33,5	41,2	28,9	14,2	10,8	28,6	23,9	23,6	27,9	28,6	-	-	-	
- Molto in diminuzione	13,6	12,6	13,8	7,8	14,4	10,7	13,6	14,7	-	11,4	11,4	4,1	15,6	-	29,2	19,2	13,1	-	-	-	
- Non saprei dare una valutazione	1,1	-	2,3	-	-	5,7	1,4	-	-	3,2	-	1,6	-	-	2,4	-	3,1	-	-	-	
- La mia azienda non è interessata e/o è marginalmente interessata all'export	1,0	-	2,0	-	1,6	-	-	1,9	-	1,4	-	2,1	-	-	2,7	-	-	-	-	-	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5	-	-	
In valore																					
- In forte crescita	4,5	6,9	3,1	10,3	2,4	7,5	3,7	8,4	-	2,9	8,3	5,4	4,2	5,8	3,2	-	12,4	-	-	-	
- In discreta crescita	17,0	11,5	24,7	6,8	22,7	10,7	21,0	-	35,1	23,5	3,2	35,2	10,2	26,8	7,0	-	19,5	45,7	-	-	
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	13,6	18,6	11,5	20,0	11,7	4,4	12,9	17,7	-	11,1	22,2	8,2	16,1	21,0	6,1	20,7	8,0	-	-	-	
- Più o meno costante (ma sostanz. modesto)	15,1	17,4	15,7	10,3	16,8	16,5	10,4	32,0	23,6	14,5	16,0	15,5	15,3	1,9	26,0	20,2	9,0	13,7	-	-	
- Un po' in diminuzione	15,2	19,1	14,4	18,1	17,0	10,7	15,2	16,2	17,7	18,9	11,5	3,5	20,1	14,2	16,9	21,2	14,9	-	-	-	
- Molto in diminuzione	13,6	14,8	11,8	7,8	16,0	5,7	13,6	14,7	-	11,4	11,4	4,1	15,6	1,9	27,2	19,2	13,1	-	-	-	
- Non saprei dare una valutazione	21,0	11,7	18,8	26,7	13,4	44,5	23,2	11,0	23,6	17,7	27,4	28,1	18,5	28,4	13,6	18,7	23,1	40,6	-	-	
- La mia azienda non è interessata e/o è marginalmente interessata all'export	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5	-	-	

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. A.13 – Andamento del clima di fiducia rispetto all'anno precedente (val. %)

	Dimensione di impresa			Fatturato			Fatturato esport sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
				Fatturato			Fatturato esport sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Piccola + Medio grande + Medio	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi			
Totale																					
<i>Nella Sua azienda</i>																					
- In forte crescita	2,0	4,6	-	-	3,2	-	2,5	-	23,6	-	-	-	2,8	3,9	-	-	5,5	-			
- In discreta crescita	32,6	17,7	37,5	28,4	29,5	44,5	28,8	51,2	11,6	40,3	30,9	55,7	24,2	49,3	15,5	33,1	22,3	13,7			
- Più o meno costante (ma consist. o abbastanza consistente)	11,3	17,4	7,7	18,9	9,6	7,5	12,8	4,9	-	12,0	14,3	13,6	10,6	19,7	2,4	5,1	12,8	29,7			
- Più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	26,4	32,4	25,6	34,6	29,7	15,9	27,6	17,3	-	29,9	28,5	19,0	29,9	19,1	35,7	23,2	32,2	56,6			
- Un po' in diminuzione	14,6	18,0	11,1	18,1	13,6	10,7	14,0	18,2	64,8	8,7	9,0	4,1	16,9	8,0	18,3	21,9	12,3	-			
- Molto in diminuzione	11,0	9,9	13,8	-	14,4	10,7	11,7	8,4	-	9,1	11,4	7,6	12,6	-	23,6	16,7	9,0	-			
- Non saprei dare una valutazione	2,1	-	4,3	-	-	10,7	2,6	-	-	-	5,9	-	3,0	-	4,5	-	5,9	-			
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0			
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5			
<i>Nelle altre aziende simili alla sua che operano nel distretto e/o nell'area di appartenenza</i>																					
- In forte crescita	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
- In discreta crescita	15,3	-	17,7	-	14,1	33,7	18,9	-	-	17,1	18,5	48,1	2,8	29,9	-	18,7	-	-			
- Più o meno costante (ma consist. o abbastanza consistente)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
- Più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	7,1	10,8	5,1	6,1	5,9	-	4,6	18,8	-	4,9	12,9	4,1	8,5	9,8	4,5	3,2	12,4	-			
- Un po' in diminuzione	10,0	6,1	15,2	10,3	10,2	11,5	7,1	18,2	17,7	10,6	8,7	12,3	9,4	-	21,5	17,1	5,9	-			
- Molto in diminuzione	6,9	2,3	9,0	-	7,1	5,0	8,5	-	-	6,1	6,3	3,5	6,2	1,9	12,6	2,5	13,1	13,7			
- Non saprei dare una valutazione	7,4	7,6	8,4	-	8,5	10,7	9,1	-	-	2,2	10,9	7,6	7,4	1,9	13,7	9,2	8,6	-			
Totale	53,3	73,2	44,6	83,6	54,2	39,1	51,8	63,0	82,3	59,1	42,7	24,4	65,7	56,5	47,7	49,3	60,0	86,3			
v.a.	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0			
	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5			

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. A.14 – Andamento previsto del clima di fiducia (val. %)

	Dimensione di impresa			Fatturato		Fatturato esport sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate				
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi		
Totale																		
<i>Nella Sua azienda</i>	8,1	9,2	8,4	-	11,3	5,7	7,4	11,9	23,5	12,0	-	4,1	9,8	11,6	4,5	6,7	13,7	-
- In forte crescita	23,9	17,4	20,1	30,8	18,9	39,5	23,3	28,0	23,6	20,6	29,1	55,7	12,0	41,5	5,6	22,5	14,8	-
- In discreta crescita																		
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	12,7	18,4	9,7	16,4	10,9	5,0	15,6	-	-	15,8	12,9	7,6	14,9	19,9	5,3	5,1	22,1	15,9
- Più o meno costante (ma sostanz. modesto)	25,6	25,7	29,6	26,0	28,1	22,7	21,5	39,8	17,7	23,0	28,2	20,9	28,0	8,6	45,4	38,1	21,8	-
- Un po' in diminuzione	15,0	19,4	13,7	20,0	17,8	5,7	15,9	11,9	23,6	17,0	12,2	8,2	18,0	12,7	14,0	17,0	5,9	70,4
- Molto in diminuzione	10,6	7,6	12,1	-	11,4	10,7	11,3	8,4	-	9,7	11,7	3,5	11,5	1,9	20,7	10,6	15,8	-
- Non saprei dare una valutazione	4,1	2,3	6,4	6,8	1,6	10,7	5,0	-	11,6	1,9	5,9	-	5,8	3,8	4,5	-	5,9	13,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5
<i>Nelle altre aziende simili alla sua che operano nel Disretto e/o nell'area di appartenenza</i>																		
- In forte crescita	2,0	-	4,1	-	3,2	-	2,5	-	-	3,9	-	-	2,8	3,9	-	4,3	-	-
- In discreta crescita	13,3	-	13,7	-	10,8	33,7	16,4	-	-	13,2	18,5	48,1	-	26,0	-	14,4	-	-
- Più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	6,1	6,1	7,1	-	4,0	5,0	4,5	13,8	-	6,8	7,3	3,5	7,2	8,0	4,2	3,2	9,6	-
- Più o meno costante (ma sostanz. modesto)	12,2	8,8	17,2	10,3	11,8	17,2	12,4	6,4	17,7	6,4	14,2	20,5	9,2	-	26,1	18,9	9,4	-
- Un po' in diminuzione	4,2	2,3	6,7	-	6,9	-	4,0	5,5	-	6,1	3,2	-	6,0	4,1	4,5	-	5,9	29,7
- Molto in diminuzione	9,2	7,6	9,0	-	10,8	5,0	11,3	-	-	9,0	8,6	3,5	9,4	1,9	17,5	7,4	15,8	-
- Non saprei dare una valutazione	53,0	75,2	42,2	89,7	52,5	39,1	48,9	74,3	82,3	54,6	48,2	24,4	65,4	56,1	47,7	51,8	59,3	70,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5

Fonte: Indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016

Tab. A15 – Andamento dell'occupazione rispetto all'anno precedente (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato			Fatturato esport sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Dentro con segni positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi			
Totale																				
<i>Nella Sua azienda</i>																				
- Occupazione lievemente in aumento	18,6	17,1	23,0	20,7	23,5	5,7	18,3	21,1	23,6	21,8	15,3	35,4	12,4	30,1	6,8	8,7	12,8	31,9		
- Occupazione sostanzialmente stabile	65,2	68,1	56,7	71,5	62,3	67,9	67,5	52,3	76,4	60,7	64,2	57,0	67,7	67,7	60,8	67,9	75,5	68,1		
- Occupazione in diminuzione lieve	9,2	12,2	8,2	-	8,1	15,7	10,2	5,5	-	10,4	11,0	4,1	11,4	2,2	17,3	15,3	2,7	-		
- Occupazione in diminuzione significativa	6,0	2,6	10,1	7,8	6,1	5,7	2,8	21,1	-	5,2	9,5	-	8,5	-	13,0	8,1	6,3	-		
- Non saprei dare una valutazione	1,0	-	2,0	-	-	5,0	1,2	-	-	1,9	-	3,5	-	-	2,1	-	2,7	-		
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5		
<i>Nelle altre aziende simili alla sua che operano nel Distretto e/o nell'area di appartenenza</i>																				
- Occupazione lievemente in aumento	8,2	3,5	13,7	10,3	10,8	-	10,1	-	17,7	13,2	-	24,0	2,1	13,0	3,2	3,2	-	-		
- Occupazione sostanzialmente stabile	11,4	13,5	11,4	6,1	14,6	-	7,5	24,3	-	11,0	12,9	4,1	14,5	7,5	16,1	10,3	18,3	-		
- Occupazione in diminuzione lieve	10,7	5,3	17,2	-	12,1	10,7	10,4	12,7	-	6,7	20,1	11,7	10,5	4,4	18,0	16,0	5,9	-		
- Occupazione in diminuzione significativa	6,7	4,6	6,7	-	4,8	11,5	8,3	-	11,6	4,2	2,7	8,2	4,2	5,7	8,1	2,5	10,0	27,5		
- Non saprei dare una valutazione	63,0	73,1	51,0	83,6	57,7	77,8	63,7	63,0	70,7	64,9	64,3	52,0	68,7	69,4	54,6	68,0	65,8	72,5		
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5		

Fonte: Indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. A19 – Andamento degli investimenti dell'azienda dell'intervistato (val. %)

Andamento	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esport sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Totale		Fatturato		Fatturato			Fatturato			Fatturato			Fatturato			Fatturato		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Piccolo	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Meantofosi	Impresa non interessata dalla crisi		
Nel 2013 (rispetto al 2012)																			
- Andamento in forte crescita	1,1	2,6	-	7,8	-	1,4	-	-	-	3,2	-	1,6	-	2,4	2,5	-	-	-	
- Andamento in discreta crescita	16,6	4,7	16,1	-	11,8	47,1	17,8	11,9	-	15,5	24,1	36,7	9,0	13,7	27,9	10,0	-	-	
- Andamento più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	14,6	21,3	11,1	44,9	11,2	5,7	14,0	17,7	41,2	11,6	14,3	8,2	17,4	16,6	13,0	15,7	14,2	15,9	
- Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	36,7	50,3	31,1	26,7	44,5	20,1	35,7	38,4	35,2	45,5	23,9	15,3	46,0	36,2	34,6	40,4	36,3	68,2	
- Andamento un po' in diminuzione	4,6	8,1	2,3	10,3	5,1	-	5,7	-	-	6,2	4,1	-	6,5	6,1	3,2	-	9,6	15,9	
- Andamento molto in diminuzione	12,9	4,6	22,3	-	19,1	5,7	12,1	17,3	23,6	19,3	3,2	28,1	7,2	16,9	9,1	2,5	14,1	-	
- Non saprei dare una valutazione	13,5	8,4	17,1	10,3	8,3	21,4	13,3	14,7	-	1,9	27,2	11,7	12,3	4,4	24,0	11,0	15,8	-	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5	
Nel 2014 (rispetto al 2013)																			
- Andamento in forte crescita	7,0	12,9	-	7,8	7,2	-	8,7	-	-	8,7	3,2	-	7,8	8,6	5,6	2,5	16,3	-	
- Andamento in discreta crescita	9,4	6,1	13,8	18,1	8,5	7,5	7,5	18,2	-	13,3	7,3	5,4	11,1	9,0	10,2	9,2	14,1	-	
- Andamento più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	21,1	18,6	13,1	22,5	14,4	45,2	23,7	4,9	41,3	11,3	29,5	36,3	15,5	27,3	15,1	27,3	17,4	29,7	
- Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	31,1	39,5	29,0	26,8	38,7	9,4	31,1	33,0	58,7	37,1	17,6	11,2	39,7	35,8	23,1	33,7	28,7	70,3	
- Andamento un po' in diminuzione	7,6	7,3	9,0	-	8,6	11,5	8,1	5,5	-	4,2	11,9	11,4	6,2	-	16,2	9,3	9,0	-	
- Andamento molto in diminuzione	12,0	4,9	20,3	7,8	14,3	10,7	9,6	23,7	-	21,5	3,2	28,1	6,0	13,0	11,5	7,0	5,9	-	
- Non saprei dare una valutazione	11,8	10,7	14,8	17,0	8,3	15,7	11,3	14,7	-	3,9	27,3	7,6	13,7	6,3	18,3	11,0	8,6	-	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5	

./.

(Segue) Tab. A.19 – Andamento degli investimenti dell'azienda dell'intervistato (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esport sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Trattamento + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Meccanofosi	Impresa non interessata dalla crisi
Nel 2015 rispetto al 2014																
- Andamento in forte crescita	7,9	18,3	- 10,3	10,4	- 9,7	- 23,6	8,7	4,1	- 11,1	12,5	3,2	- 21,7	-	-	-	-
- Andamento in discreta crescita	7,6	-	15,5	-	9,9	7,5	8,1	5,5	23,6	11,1	-	5,4	8,6	10,7	4,5	15,5
- Andamento più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	24,8	18,6	20,6	30,3	22,3	33,7	24,8	26,0	17,7	21,8	33,7	52,2	14,6	40,8	8,1	24,4
- Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	30,7	39,8	28,0	42,4	30,7	20,9	27,9	40,0	35,1	42,9	13,9	11,7	38,9	29,7	29,0	42,9
- Andamento un po' in diminuzione	13,6	12,6	13,7	-	12,5	22,2	16,8	-	6,7	17,8	23,1	8,0	-	29,2	14,2	19,4
- Andamento molto in diminuzione	3,6	-	7,4	-	5,9	-	1,4	13,8	-	4,9	3,2	-	5,1	-	7,7	3,2
- Non saprei dare una valutazione	11,8	10,7	14,8	17,0	8,3	15,7	11,3	14,7	-	3,9	27,3	7,6	13,7	6,3	18,3	11,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31
Nel 2016 rispetto al 2015 (previsioni)																
- Andamento in forte crescita	9,0	14,9	5,4	-	12,2	-	11,1	-	23,6	13,9	-	-	12,8	15,4	2,4	3,2
- Andamento in discreta crescita	21,4	17,6	28,1	14,6	29,4	5,7	22,5	17,3	23,6	36,2	-	31,7	17,7	31,6	10,9	16,7
- Andamento più o meno costante (ma consistente o abbastanza consistente)	20,9	22,1	9,7	40,6	11,2	41,3	18,8	31,5	17,7	11,3	37,9	33,5	16,4	26,4	15,8	24,4
- Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	21,9	22,1	25,2	27,8	22,1	20,9	19,5	28,1	35,1	27,3	13,9	8,2	27,7	20,3	20,2	29,7
- Andamento un po' in diminuzione	9,0	10,0	6,7	-	8,8	10,7	11,2	-	-	2,2	14,6	14,9	4,8	-	19,4	9,3
- Andamento molto in diminuzione	6,0	2,6	10,1	-	8,0	5,7	5,6	8,4	-	5,2	6,3	4,1	6,9	-	13,0	5,7
- Non saprei dare una valutazione	11,8	10,7	14,8	17,0	8,3	15,7	11,3	14,7	-	3,9	27,3	7,6	13,7	6,3	18,3	11,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31

Fonte: indagini Ermenèia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. B19 – Andamento degli investimenti dell'azienda dell'intervistato (val. %)

Andamento	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche				Andamento dei rapporti con le banche				Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari				Distretti/Aree di riferimento								
	Molto + Abbastanza soddisfatto		Poco + Non ha bisogno del sistema bancario		Molto + Abbastanza + Molto peggiorati		Non utilizza il sistema bancario		Interessato in passato, oggi, in futuro		Non interessato		Lombardia + Emilia Romagna		Marche + Riviera del Brenta		Verona + Treviso		Altri		
	Totale	Abbastanza	Molto	Non ha bisogno del sistema bancario	Abbastanza	Molto peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Interessato in passato, oggi, in futuro	Non interessato	Lombardia + Emilia Romagna	Marche + Riviera del Brenta	Verona + Treviso	Altri	Toscana							
<i>Nel 2013 (rispetto al 2012)</i>																					
-	1,1	-	4,6	-	1,7	-	-	5,6	-	2,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
-	16,6	23,4	8,6	-	20,3	16,7	-	16,5	17,0	11,9	15,7	8,2	-	37,4	-	-	-	-	-	-	
-	14,6	11,8	26,0	7,6	11,1	32,8	14,4	10,0	16,1	44,1	17,5	8,2	25,0	-	-	-	-	-	-	-	
-	36,7	31,3	33,5	79,5	41,8	21,2	85,6	49,3	32,0	44,0	33,3	59,0	-	25,2	-	-	-	-	-	-	
-	4,6	5,1	6,1	-	3,0	13,5	-	7,4	4,0	-	2,5	8,2	25,0	-	-	-	-	-	-	-	
-	12,9	19,3	4,0	-	8,0	5,0	-	5,6	15,1	-	9,5	8,2	-	37,4	-	-	-	-	-	-	
-	13,5	9,1	17,2	12,9	14,1	10,8	-	5,6	15,8	-	19,0	8,2	50,0	-	-	-	-	-	-	-	
-	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	67	41	17	8	44	13	4	14	52	5	30	16	4	12	-	-	-	-	-	-	
<i>Nel 2014 (rispetto al 2013)</i>																					
-	7,0	7,1	4,6	12,9	10,7	-	-	27,3	1,9	-	2,5	18,3	25,0	-	-	-	-	-	-	-	
-	9,4	9,3	14,7	-	7,0	24,3	-	19,6	6,9	-	13,2	8,2	25,0	-	-	-	-	-	-	-	
-	21,1	24,4	16,7	16,1	26,2	10,3	30,5	4,3	24,7	44,1	17,1	8,2	25,0	37,4	-	-	-	-	-	-	
-	31,1	29,1	20,3	71,0	33,0	27,1	69,5	27,6	31,7	44,0	21,6	57,1	-	25,2	-	-	-	-	-	-	
-	7,6	4,9	18,5	-	8,1	11,6	-	10,0	7,1	11,9	14,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
-	12,0	16,1	8,6	-	5,0	10,8	-	5,6	14,0	-	12,0	-	-	37,4	-	-	-	-	-	-	
-	11,8	9,1	16,6	-	10,0	15,9	-	5,6	13,7	-	18,7	8,2	25,0	-	-	-	-	-	-	-	
-	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	67	41	17	8	44	13	4	14	52	5	30	16	4	12	-	-	-	-	-	-	

./.

(Segue) Tab. B19 – Andamento degli investimenti dell'azienda dell'intervistato (val. %)

Andamento	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche				Andamento dei rapporti con le banche				Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari				Distretti/Aree di riferimento							
	Molto + Abbastanza soddisfatto		Poco + Per nulla soddisfatto		Molto + Abbastanza migliorati		Non abbastanza + Molto peggiorati		Non interessato in passato, oggi, in futuro		Non interessato in passato, interessato in futuro		Lombardia + Emilia Romagna		Marche + Riviera del Brenta		Verona + Treviso		Altri	
	Totale	Abbastanza	Molto + Abbastanza	Poco + Per nulla	Molto + Abbastanza	Non abbastanza + Molto peggiorati	Non interessato in passato, oggi, in futuro	Non interessato in passato, interessato in futuro	Non interessato in passato, interessato in futuro	Non interessato in passato, interessato in futuro	Lombardia + Emilia Romagna	Marche + Riviera del Brenta	Verona + Treviso	Altri	Toscana					
<i>Nel 2015 rispetto al 2014</i>																				
- Andamento in forte crescita	7,9	10,4	6,1	-	9,8	7,6	-	29,1	2,6	-	-	26,5	25,0	-	-	-	-	-	-	-
- Andamento in discreta crescita	7,6	10,7	4,0	-	8,3	10,8	-	12,2	6,6	-	8,1	16,5	-	-	-	-	-	-	-	-
- Andamento più o meno costante (ma consistente o abb. consist.)	24,8	32,0	12,8	16,1	18,2	22,0	30,5	11,7	28,8	23,8	14,9	-	25,0	83,2	-	-	-	-	-	-
- Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	30,7	28,4	20,3	71,0	37,4	10,3	69,5	31,4	28,8	44,1	28,6	48,8	-	16,8	-	-	-	-	-	-
- Andamento un po' in diminuz.	13,6	5,1	36,2	12,9	12,3	28,4	-	10,0	14,9	11,9	25,1	-	25,0	-	-	-	-	-	-	-
- Andamento molto in diminuz.	3,6	4,3	4,0	-	4,0	5,0	-	-	4,6	20,2	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Non saprei dare una valutazione	11,8	9,1	16,6	-	10,0	15,9	-	5,6	13,7	-	18,6	8,2	25,0	-	-	-	-	-	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	41	17	8	44	13	4	14	52	5	30	16	4	12	-	-	-	-	-	-
<i>Nel 2016 rispetto al 2015 (previsioni)</i>																				
- Andamento in forte crescita	9,0	14,6	-	-	12,0	5,8	-	21,7	5,9	-	2,5	26,5	-	8,4	-	-	-	-	-	-
- Andamento in discreta crescita	21,4	28,2	8,0	17,2	19,4	10,0	-	4,8	26,2	-	11,7	33,0	-	45,8	-	-	-	-	-	-
- Andamento più o meno costante (ma consistente o abb. consist.)	20,9	21,5	23,5	16,1	20,2	29,7	30,5	26,4	20,0	23,8	17,9	-	50,0	45,8	-	-	-	-	-	-
- Andamento più o meno costante (ma sostanzialmente modesto)	21,9	19,0	15,7	53,8	23,8	10,3	69,5	31,6	17,4	44,1	24,2	32,3	-	-	-	-	-	-	-	-
- Andamento un po' in diminuz.	9,0	3,3	22,4	12,9	8,8	16,7	-	4,3	10,5	11,9	14,9	-	25,0	-	-	-	-	-	-	-
- Andamento molto in diminuz.	6,0	4,3	13,8	-	11,6	-	-	5,6	6,3	20,2	10,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Non saprei dare una valutazione	11,8	9,1	16,6	-	10,0	15,9	-	5,6	13,7	-	18,6	8,2	25,0	-	-	-	-	-	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	67	41	17	8	44	13	4	14	52	5	30	16	4	12	-	-	-	-	-	-

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Assocatturifici, 2016

Tab. A20 – Strategie generali per affrontare l'attuale crisi economica (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi				
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno In corso + Dentro con segnali positivi Dentro la crisi		
Totale															
<i>Check-up a luglio 2016</i>															
- Attraverso un'azione di significativo riposizionamento, ristrutturazione e riorganizzazione, nei modi che sono stati e/o saranno necessari ed opportuni	23,5	17,7	29,8	27,9	23,9	15,7	21,8	32,5	23,6	12,1	30,6	20,1	22,8	17,5	30,1
- Attraverso una vera e propria trasformazione profonda (metamorfosi) dell'impresa, delle sue strategie e delle sue modalità di gestione	16,9	24,2	13,4	-	19,4	22,7	20,9	-	23,6	20,6	12,8	22,5	15,5	23,2	11,7
- Aspettando con pazienza che la crisi faccia il suo corso, come è avvenuto altre volte in precedenza	11,3	2,9	21,4	-	14,4	11,5	9,0	16,1	-	19,0	5,9	10,8	11,7	-	22,5
- Attraverso l'adattamento progressivo alla situazione con la flessibilità che è stato e/o sarà necessario adottare	40,3	45,3	27,7	48,0	36,6	44,4	38,4	51,4	41,2	36,6	47,3	41,2	41,1	45,2	33,2
- Nessuna particolare nuova strategia, perché la crisi ha inteso relativamente poco e/o per niente la mia azienda	8,0	9,9	7,7	24,1	5,7	5,7	9,9	-	11,6	11,7	3,4	5,4	8,9	14,1	2,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	60	26	28	8	37	13	48	11	6	29	22	14	45	28	30

./.

(Segue) Tab. A20 – Strategie generali per affrontare l'attuale crisi economica (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esport sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi				
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno In corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	
Totale															
<i>Strategie previste per il 2016</i>															
- Attraverso un'azione di significativo riposizionamento, ristrutturazione e riorganizzazione, nei modi che sono stati e/o saranno necessari ed opportuni	37,4	46,0	32,6	39,4	43,6	17,5	38,4	35,0	30,8	29,3	43,3	31,4	37,7	21,5	48,7
- Attraverso una vera e propria trasformazione profonda (metamorfosi) dell'impresa, delle sue strategie e delle sue modalità di gestione	17,0	16,2	21,2	-	18,2	26,7	18,2	12,9	30,8	17,4	12,8	20,8	16,2	15,8	18,9
- Aspettando con pazienza che la crisi faccia il suo corso, come è avvenuto altre volte in precedenza	4,8	2,5	8,1	-	8,0	-	4,6	-	-	9,9	-	-	6,5	2,4	7,2
- Attraverso l'adattamento progressivo alla situazione con la flessibilità che è stato e/o sarà necessario adottare	36,4	27,9	35,7	36,5	28,3	55,8	33,3	52,1	23,2	36,7	43,9	47,8	33,6	50,7	25,2
- Nessuna particolare nuova strategia, perché la crisi ha interessato relativamente poco e/o per niente la mia azienda	4,4	7,4	2,4	24,1	1,9	-	5,5	-	15,2	6,7	-	-	6,0	9,6	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	59	26	27	8	35	13	47	11	4	29	22	14	44	27	30

Fonte: *Indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016*

Tab. B20 – Strategie generali per affrontare l'attuale crisi economica (val. %)

	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche				Andamento dei rapporti con le banche				Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari				Distretti/Aree di riferimento							
	Molto + Abbastanza soddisfatto		Poco + Per nulla soddisfatto		Molto + Abbastanza + Molti migliorati		Non abbastanza + Molto peggiorati		Non interessato in passato, interessato oggi, in futuro		Non Lombardìa + Emilia Romagna		Marche + Trentino + Veneto + Friuli Venezia Giulia		Aree di riferimento					
	Totale	Molto + Abbastanza soddisfatto	Poco + Per nulla soddisfatto	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abbastanza + Molti migliorati	Non abbastanza + Molto peggiorati	Non interessato in passato, interessato oggi, in futuro	Non Lombardìa + Emilia Romagna	Marche + Trentino + Veneto + Friuli Venezia Giulia	Toscana	Totale	Molto + Abbastanza soddisfatto	Poco + Per nulla soddisfatto	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abbastanza + Molti migliorati	Non abbastanza + Molto peggiorati	Non interessato in passato, interessato oggi, in futuro	Non Lombardìa + Emilia Romagna	Marche + Trentino + Veneto + Friuli Venezia Giulia	Toscana
<i>Check-up a luglio 2016</i>																				
- Attraverso un'azione di significativo riposizionamento, ristrutturazione e riorganizzazione, nei modi che sono stati e/o saranno necessari ed opportuni	23,5	16,6	41,0	21,4	16,2	52,4	16,1	36,4	20,5	11,9	32,2	8,2	66,7	13,4						
- Attraverso una vera e propria trasformazione profonda (metamorfosi) dell'impresa, delle sue strategie e delle sue modalità di gestione	16,9	18,5	22,3	-	17,2	17,0	-	30,8	12,2	11,9	13,8	34,7	-	-						
- Aspettando con pazienza che la crisi faccia il suo corso, come è avvenuto altre volte in precedenza	11,3	10,8	9,0	19,7	10,5	6,1	37,3	11,9	10,0	20,2	15,7	8,2	-	-						
- Attraverso l'adattamento progressivo alla situazione con la flessibilità che è stato e/o sarà necessario adottare	40,3	44,4	27,7	41,9	49,8	18,4	14,4	20,9	46,9	56,0	28,3	36,9	33,3	86,6						
- Nessuna particolare nuova strategia, perché la crisi ha interessato relativamente poco e/o per niente la mia azienda	8,0	9,7	-	17,0	6,3	6,1	32,2	-	10,4	-	10,0	12,0	-	-						
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0						
v.a.	60	36	16	8	43	12	4	13	46	5	28	16	3	7						

./.

(Segue) Tab. B20 – Strategie generali per affrontare l'attuale crisi economica (val. %)

	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari													
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche					Andamento dei rapporti con le banche								
	Molto + Abbastanza soddisfatto	Poco + Per nulla soddisfatto	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abbastanza dei migliorati	Non abbastanza + Molto peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Interessato in passato, oggi in futuro	Non interessato	Non Lombardia + Emilia Romagna	Marche + Riviera Brenta Toscana	Altri Verona + Treviso			
Totale	37,4	26,9	52,5	55,7	31,2	66,9	16,1	54,6	33,4	11,9	46,7	26,9	66,7	26,8
Strategie previste per il 2016	17,0	14,6	31,2	-	14,0	28,4	-	34,9	11,0	11,9	18,0	28,9	-	-
- Attraverso un'azione di significativo riposizionamento, ristrutturazione e riorganizzazione, nei modi che sono stati e/o saranno necessari ed opportuni	4,8	-	4,1	28,2	1,6	-	53,4	5,9	3,2	-	10,0	-	-	-
- Attraverso una vera e propria trasformazione profonda (metamorfosi) dell'impresa, delle sue strategie e delle sue modalità di gestione	36,4	52,9	12,2	7,6	48,5	4,7	14,4	4,6	46,6	76,2	23,0	31,1	33,3	73,2
- Aspettando con pazienza che la crisi faccia il suo corso, come è avvenuto altre volte in precedenza	4,4	5,6	-	8,5	4,7	-	16,1	-	5,8	-	2,3	13,1	-	-
- Attraverso l'adattamento progressivo alla situazione con la flessibilità che è stato e/o sarà necessario adottare	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- Nessuna particolare nuova strategia, perché la crisi ha interessato relativamente poco e/o per niente la mia azienda	59	34	16	8	42	12	4	13	45	5	28	15	3	7
Totale	59	34	16	8	42	12	4	13	45	5	28	15	3	7

Fonte: indagini Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionisti, 2016

Tab. A21 – Modalità più opportuna da adottare in tema di collaborazione tra imprese (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esporti sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate					
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento + Kipizzazione + Metamorfose	Impresa non interessata dalla crisi		
- Credo che cercherò attivamente delle occasioni per collaborare con altre imprese, perché non si può fare tutto da soli, specie quando è in corso una crisi come l'attuale	5,2	9,8	2,4	8,1	4,7	5,7	6,4	-	23,6	6,2	10,8	3,0	2,0	4,6	6,3	2,7	15,9	
- Credo che la collaborazione tra imprese faccia parte della "mutazione" necessaria del modo di fare impresa di oggi e del prossimo futuro	35,3	29,1	32,5	29,2	30,2	60,1	35,8	35,2	27,8	48,5	43,4	32,7	39,8	31,9	36,2	45,0	13,7	
- Se sarà proprio necessario trovare forme di collaborazione con altre imprese batterò questa strada stando però molto attento a non cadere in situazioni difficili	36,9	29,4	46,2	18,9	41,8	23,5	37,2	37,6	-	50,6	26,3	35,2	42,2	32,6	29,9	38,1	15,9	
- Tutto sommato è meglio muoversi come impresa in maniera autonoma, perché la collaborazione con altre imprese risulta sempre problematica e difficile	22,6	31,7	18,9	43,8	23,3	10,7	20,6	27,4	41,2	21,6	19,0	8,2	29,1	16,0	30,9	27,6	14,2	54,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	64	26	32	8	41	13	52	11	6	33	22	19	44	33	30	30	24	5

Fonte: Indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016

Tab. B21 – Modalità più opportuna da adottare in tema di collaborazione tra imprese (val. %)

Check-up a luglio 2016	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari													
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche					Andamento dei rapporti con le banche								
	Molto + Abbastanza soddisfatto	Poco + Per nulla soddisfatto	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abbastanza dei migliorati	Abbastanza + Molto peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Non interessato in passato, interessato oggi, in futuro	Non Lombardia + Emilia Romagna	Marche + Brescia Trentino + Toscana	Riviera Verona del Brenta + Treviso	Altri			
Totale	5,2	5,0	-	17,2	7,9	-	-	15,0	2,9	11,9	5,1	8,2	-	
	35,3	31,4	37,3	51,6	34,9	36,1	65,3	37,8	35,6	32,1	33,0	33,0	33,3	45,8
	36,9	43,4	31,9	12,9	35,0	34,6	-	36,7	36,6	11,9	33,3	38,5	33,3	54,2
	22,6	20,2	30,8	18,3	22,2	29,3	34,7	10,5	24,9	44,1	28,6	20,3	33,4	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	64	40	16	8	42	12	4	13	50	5	28	16	3	12

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifitci, 2016

- Credo che cercherò attivamente delle occasioni per collaborare con altre imprese, perché non si può fare tutto da soli, specie quando è in corso una crisi come l'attuale
- Credo che la collaborazione tra imprese faccia parte della "mutualizzazione" necessaria del modo di fare impresa di oggi e del prossimo futuro
- Se sarà proprio necessario trovare forme di collaborazione con altre imprese batterò questa strada stando però molto attento a non cadere in situazioni difficili
- Tutto sommato è meglio muoversi come impresa in maniera autonoma, perché la collaborazione con altre imprese risulta sempre problematica e difficile

Tab. A22 – Ambiti particolarmente problematici per l'azienda dell'intervistato (val. %)

Ambiti	Dimensione di impresa			Fatturato			Fatturato esporti sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Totale			Fatturato			Fatturato esporti sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi			
- I ritardati pagamenti da parte dei clienti	70,3	65,7	68,9	69,7	66,9	82,8	68,9	74,3	54,0	67,7	75,8	74,2	68,4	73,9	70,0	71,5	78,9	31,9			
- Il calo degli ordinativi dall'estero	62,4	64,2	69,2	56,2	71,1	45,4	66,8	42,8	69,2	69,8	49,5	47,6	66,2	41,3	79,5	63,6	63,6	70,3			
- Il calo degli ordinativi dall'Italia	48,6	48,6	42,3	66,5	39,2	60,5	49,8	46,8	23,2	53,3	54,0	58,8	46,5	51,6	48,0	58,8	32,4	56,6			
- La diminuzione dei prezzi per tenersi i clienti	44,2	40,6	52,7	7,8	55,1	33,4	46,3	38,4	76,8	56,2	21,6	33,3	46,4	37,6	47,8	36,5	58,1	43,4			
- Le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti (per le difficoltà di cui risentono anche loro)	32,4	34,9	20,5	43,0	21,2	59,3	34,3	26,6	-	27,4	46,2	61,8	23,9	34,5	31,9	26,3	42,0	15,9			
- I rapporti con il sistema bancario	27,5	30,9	29,6	30,9	31,2	19,3	29,0	23,1	-	29,3	27,9	24,8	29,0	25,4	30,6	14,1	50,0	15,9			
- La difficoltà nel recupero dei propri crediti	27,0	42,1	17,9	24,2	33,7	15,2	29,7	17,7	30,8	33,1	22,3	15,4	31,2	23,8	26,7	22,2	41,0	-			
- La titubanza nell'inviare ordinativi da parte dei clienti	24,8	22,3	32,0	24,2	30,0	15,2	18,3	46,9	23,2	31,5	16,9	15,4	28,3	13,8	35,7	24,1	26,6	29,7			
- I ripensamenti sugli ordinativi potenziali da parte dei clienti	20,3	18,6	25,9	6,1	26,8	16,5	15,3	41,4	30,8	24,8	12,3	15,4	22,3	9,1	26,9	21,1	24,9	-			
- Il mancato ritiro della merce ordinata	16,0	17,1	18,1	7,8	23,3	5,0	16,6	14,7	-	25,7	5,8	10,1	18,2	4,8	26,7	21,7	12,8	-			
- L'aumento delle contestazioni da parte dei clienti	10,0	19,8	2,7	24,9	10,2	-	11,0	6,4	54,0	7,8	3,3	10,1	10,2	2,4	13,0	12,4	9,5	-			
- Altro	2,2	5,0	-	-	3,8	-	2,8	-	30,8	-	-	-	2,9	-	-	4,3	-	-			
v.a.	60	27	28	10	35	13	48	12	4	29	23	14	45	28	31	31	23	5			

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per AssociaZaturifici, 2016

Tab. B22 – *Ambiti particolarmente problematici per l'azienda dell'intervistato (val. %)*

Ambiti	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche				Andamento dei rapporti con le banche				Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari				Distretti/Aree di riferimento									
	Totale		Poco + Abbastanza soddisfatto		Non ha bisogno del sistema bancario		Molto + Abbastanza migliorati		Molto + Abbastanza peggiorati		Non interessa oggi, in futuro		Interessato in passato, interessato		Lombardia + Emilia Romagna		Marche + Riviera del Brenta		Verona + Treviso		Altri	
	Molto + Abbastanza soddisfatto	Poco + Abbastanza	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abbastanza migliorati	Molto + Abbastanza peggiorati	Non interessa oggi, in futuro	Interessato in passato, interessato	Molto + Abbastanza migliorati	Molto + Abbastanza peggiorati	Non interessa oggi, in futuro	Interessato in passato, interessato	Lombardia + Emilia Romagna	Marche + Riviera del Brenta	Verona + Treviso	Altri	Toscana						
- I ritardati pagamenti da parte dei clienti	70,3	68,9	86,8	47,5	67,6	89,2	33,1	62,9	71,5	88,1	71,1	59,9	75,0	73,2								
- Il calo degli ordinativi dall'estero	62,4	52,6	75,7	83,9	60,8	63,5	69,5	76,5	58,7	64,3	66,3	82,0	75,0	-								
- Il calo degli ordinativi dall'Italia	48,6	56,4	40,0	27,0	51,7	45,5	18,7	26,7	54,7	32,1	37,9	49,0	75,0	86,6								
- La diminuzione dei prezzi per terzi i clienti	44,2	41,2	43,2	64,2	42,9	49,5	32,2	47,1	43,4	32,1	50,9	55,8	25,0	13,4								
- Le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti (per le difficoltà di cui risentono anche loro)	32,4	36,0	36,5	9,8	30,0	41,0	18,7	36,7	32,1	-	34,8	19,9	50,0	59,8								
- I rapporti con il sistema bancario	27,5	18,2	61,4	-	13,4	78,3	-	46,5	21,7	23,8	34,8	28,9	25,0	-								
- La difficoltà nel recupero dei propri crediti	27,0	19,2	44,9	27,0	20,9	45,8	18,7	45,8	21,3	23,8	25,8	37,9	25,0	13,4								
- La titubanza nell'inviare ordinativi da parte dei clienti	24,8	19,4	36,5	26,8	19,1	31,5	50,8	14,9	25,6	56,0	31,8	13,1	25,0	-								
- I ripensamenti sugli ordinativi potenziali da parte dei clienti	20,3	16,9	30,0	17,2	17,2	32,8	-	26,9	19,1	32,1	25,4	22,1	-	-								
- Il mancato ritiro della merce ordinata	16,0	13,0	26,0	9,8	12,2	23,3	18,7	-	20,9	32,1	23,2	9,0	-	-								
- L'aumento delle contestazioni da parte dei clienti	10,0	6,8	13,8	17,2	8,8	17,5	-	10,4	10,2	-	12,7	9,0	25,0	-								
- Altro	2,2	-	-	17,2	3,1	-	-	10,4	-	-	-	9,0	-	-								
v.a.	60	35	17	8	43	13	4	13	46	5	29	15	4	7								

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *indagine Ermeneta - Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016*

Tab. A23 – Valutazione dell'intensità dei problemi dichiarati per il 2016 dall'intervistato (Problemi definiti come "Molto importanti") (val. %)

Problemi	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate						
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato solo	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfoosi	Impresa non interessata dalla crisi				
Totale	81,9	77,3	84,9	50,6	83,8	100,0	78,7	100,0	78,0	78,3	85,9	100,0	77,8	68,7	87,3	87,2	89,0	22,7	
- Il calo degli ordinativi dall'estero																			
- Le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti (per le difficoltà di cui risentono anche loro)	70,8	55,1	73,6	36,4	59,5	100,0	71,3	68,6	-	71,7	74,5	83,7	60,5	93,1	49,4	81,3	66,9	100,0	
- Il calo degli ordinativi dall'Italia	63,5	47,6	67,5	54,5	60,1	72,0	61,9	70,4	100,0	48,4	80,4	70,9	60,6	63,2	63,8	85,7	32,6	28,2	
- I rapporti con il sistema bancario	62,4	59,8	64,8	25,3	63,9	100,0	69,8	27,5	-	74,8	59,3	76,0	59,6	71,5	55,1	65,2	65,7	-	
- La diminuzione dei prezzi per tener-si i clienti	59,3	65,8	51,1	-	60,7	68,0	62,0	44,7	40,1	62,2	64,6	69,8	54,7	57,8	56,4	57,6	64,9	36,7	
- I ritardati pagamenti da parte dei clienti	57,4	38,0	63,0	32,2	52,1	80,2	59,5	46,3	-	64,7	54,4	79,2	48,4	67,4	47,5	54,2	60,4	50,0	
- La difficoltà nel recupero dei propri crediti	52,3	43,6	69,8	32,4	54,8	62,1	49,1	72,1	-	58,6	55,0	100,0	44,4	65,9	51,5	25,8	68,9	-	
- I ripensamenti sugli ordinativi potenziali da parte dei clienti	47,8	41,9	50,7	-	37,3	100,0	74,6	15,4	-	40,3	53,0	65,1	43,5	-	62,2	43,7	51,5	-	
- La titubanza nell'inviare ordinativi da parte dei clienti	45,6	53,4	40,1	42,5	49,7	29,4	67,5	13,3	100,0	34,1	65,8	34,9	47,6	17,1	56,1	31,5	77,1	-	
- Il mancato ritiro della merce ordinata	42,4	33,4	50,5	-	41,7	100,0	51,9	-	-	36,4	43,6	46,3	41,7	100,0	33,2	51,2	22,3	-	
- L'aumento delle contestazioni da parte dei clienti	29,7	39,7	-	-	45,3	-	39,7	-	57,1	23,2	-	-	37,3	-	15,1	43,1	-	-	

Fonte: *Indagine Ermenegina – Studi & Strategie di Sistema per AssociaLaturfici, 2016*

Tab. B23 – Valutazione dell'intensità dei problemi dichiarati per il 2016 dall'intervistato (Problemi definiti come "Molto importanti") (val. %)

Problemi	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche				Andamento dei rapporti con le banche			Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari				Distretti/Aree di riferimento					
	Molto + Abbastanza soddisfatto		Poco + Per nulla soddisfatto		Molto + Abbastanza + Molto peggiorati		Non ha bisogno del sistema bancario		Non utilizza il sistema bancario		Interessato in passato, oggi in futuro		Non interessato in passato, interessato in futuro		Marche + Emilia Romagna + Lombardia + Riviera del Brenta + Verona + Treviso + Toscana		
	76,1	93,5	78,2	82,2	90,8	50,0	92,2	77,7	68,5	80,0	84,0	100,0	-	-	-		
- Il calo degli ordinativi dall'estero	81,9	76,1	93,5	78,2	82,2	90,8	50,0	92,2	77,7	68,5	80,0	84,0	100,0	-	-	-	
- Le insolvenze vere e proprie da parte dei clienti (per le difficoltà di cui risentono anche loro)	70,8	75,1	70,7	-	75,1	67,1	-	78,8	68,3	-	63,5	100,0	-	100,0	-	100,0	
- Il calo degli ordinativi dall'Italia	63,5	64,8	59,7	63,6	63,4	79,1	-	29,2	69,8	62,9	55,7	54,9	66,7	84,5	-	-	
- I rapporti con il sistema bancario	62,4	66,2	59,8	-	86,7	48,4	-	62,3	60,1	50,0	53,5	100,0	-	-	-	-	
- La diminuzione dei prezzi per tenersi i clienti	59,3	59,2	49,5	73,6	68,1	54,5	-	100,0	44,8	100,0	40,7	83,9	100,0	-	-	-	
- I ritardati pagamenti da parte dei clienti	57,4	59,1	62,4	27,2	55,2	66,8	-	58,4	55,4	27,1	55,2	70,0	33,3	81,7	-	-	
- La difficoltà nel recupero dei propri crediti	52,3	63,9	58,0	-	46,9	60,7	-	50,2	50,5	50,0	59,5	52,6	-	-	-	-	
- I ripensamenti sugli ordinativi potenziali da parte dei clienti	47,8	38,2	59,4	-	25,4	71,0	-	72,1	42,0	-	70,6	-	-	-	-	-	
- La titubanza nell'inviare ordinativi da parte dei clienti	45,6	40,5	43,1	68,3	41,6	48,7	68,3	69,0	41,5	42,6	50,6	-	100,0	-	-	-	
- Il mancato ritiro della merce ordinata	42,4	28,8	64,5	-	36,9	50,0	-	-	42,4	37,1	32,3	100,0	-	-	-	-	
- L'aumento delle contestazioni da parte dei clienti	29,7	-	33,4	100,0	28,0	33,3	-	100,0	13,4	-	20,6	100,0	-	-	-	-	

Fonte: Indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. A24 – Livello di soddisfazione circa i rapporti intrattenuti dall'azienda dell'intervistato col sistema bancario (val. %)

Livello di soddisfazione	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esport sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate					
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento + Riposizionamento + Memoriosi	Impresa non interessata dalla crisi		
- Sono molto soddisfatto	11,3	10,5	-	-	7,3	33,6	14,0	-	8,7	19,6	24,0	6,4	22,1	-	14,7	12,2	-	
- Sono abbastanza soddisfatto	51,6	51,6	60,6	55,1	58,0	29,8	47,9	71,3	66,8	30,2	52,5	52,5	64,3	40,0	50,4	39,6	72,5	
- Sono poco soddisfatto	17,8	13,8	24,2	24,2	14,3	26,4	15,7	22,3	-	7,7	23,5	15,8	4,0	33,6	9,7	35,8	-	
- Non sono per nulla soddisfatto	7,5	7,8	8,4	14,6	5,2	10,2	7,8	6,4	-	6,4	-	10,6	2,0	13,8	9,5	5,6	-	
- Sono abbastanza capitalizzato e/o liquido per non aver che poco o nessun bisogno del sistema bancario	11,8	16,3	6,8	6,1	15,2	-	14,6	-	35,2	10,4	5,5	14,7	7,6	12,6	15,7	6,8	27,5	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	66	28	32	10	41	13	53	12	6	34	23	19	46	34	31	30	24	5

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. A25 – Ragioni dell'eventuale soddisfazione circa i rapporti attuali dell'azienda col sistema bancario (val. %)

Ragioni	Dimensione di impresa			Fatturato		Fatturato esportazioni sul totale		Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate	
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Grande + Medio	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte	Per le griffe	Per griffe e mercato solo	per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi
- La situazione economica e finanziaria dell'azienda viene di solito valutata come adeguata	64,1	59,8	62,9	78,7	61,9	65,3	58,5	84,6	53,3	58,0	88,8	74,4	62,8	69,2	52,5	82,7	28,2	78,0
- C'è un buon livello di fiducia della banca rispetto all'azienda che conosce da lungo tempo	61,2	76,4	64,9	58,7	73,8	43,0	61,3	60,6	73,3	69,1	51,2	39,3	70,8	48,0	79,4	55,0	72,5	44,0
- La banca riesce a valutare gli aspetti positivi dei progetti aziendali presentati per il finanziamento	34,6	23,7	30,9	-	31,5	67,9	37,8	22,7	26,7	34,2	37,5	63,1	26,1	54,4	5,2	35,6	44,3	-
- Nei confronti dell'azienda di solito non ci sono limitazioni di principio ai crediti erogabili, posto che le richieste siano fondate e ragionevoli	31,3	19,9	26,9	-	24,2	72,5	32,8	25,5	-	30,6	43,8	68,4	19,7	42,9	15,0	36,7	27,2	22,0
- I tempi di attesa di un eventuale finanziamento non sono troppo lunghi	30,2	29,5	35,0	16,2	40,2	7,2	16,8	79,4	26,7	34,8	19,7	13,7	33,4	28,4	26,8	43,2	19,5	-
- I tassi e le condizioni non sono troppo onerosi	29,0	18,9	49,9	42,5	35,7	10,9	21,9	55,1	46,7	28,5	26,7	17,9	33,8	26,6	35,5	34,4	22,7	-
- L'azienda è in grado di comunicare abbastanza bene la validità dei progetti proposti	27,0	19,6	16,9	-	26,3	48,7	32,3	7,7	-	26,9	42,4	51,2	19,7	39,8	8,6	29,4	26,4	22,0
- Più banche offrono finanziamenti all'azienda anche (e specialmente) se questa, essendo solida ed affidabile, non ne ha bisogno	25,0	22,6	29,9	58,7	25,9	-	16,8	55,1	46,7	23,8	13,3	-	30,9	16,9	31,5	36,7	7,3	-
- Non si chiedono eccessive garanzie	21,5	9,7	14,3	21,3	12,9	48,7	21,0	23,4	-	14,6	45,8	45,2	14,1	24,2	18,9	31,3	5,6	-
- La reputazione della griffe per cui l'azienda lavora favorisce la concessione del credito a quest'ultima	7,8	-	12,9	-	5,6	8,3	7,5	8,9	-	9,9	-	7,7	4,6	5,6	12,1	9,6	7,3	-
- Altro	7,4	16,3	-	-	12,3	-	9,4	-	-	13,9	-	10,2	12,3	-	-	-	21,6	-
v.a.	40	18	16	5	24	9	31	9	5	21	12	10	29	24	15	22	14	3

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: Indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurifici, 2016

Tab. A26 – Ragioni dell'eventuale insoddisfazione circa i rapporti attuali dell'azienda col sistema bancario (val. %)

Ragioni	Dimensione di impresa			Fatturato			Fatturato esporti sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate	
	Grande + Media	Piccola	Piccolissima	Grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte	Per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Impresa non interessata		
- Si richiedono eccessive garanzie	73,9	72,6	74,5	56,1	82,4	62,5	76,2	77,8	-	85,8	60,2	62,3	78,1	71,9	72,3	67,6	-	-		
- C'è un costo elevato in termini di tassi e di condizioni	58,9	36,0	69,2	17,4	82,4	17,7	56,7	60,6	-	84,7	30,3	64,8	54,7	79,1	48,8	57,4	37,0	-		
- Le banche pensano soprattutto ai loro problemi (maggiore capitalizzazione, crediti incagliati, ecc.)	36,5	50,3	30,3	20,2	46,5	17,7	32,8	41,4	-	30,6	37,2	28,4	42,3	11,8	48,8	70,3	38,1	-		
- I tempi di attesa per la decisione di finanziamento da parte delle banche sono troppo lunghi	21,5	34,9	15,4	56,1	11,4	19,8	14,1	58,6	-	22,4	22,3	17,6	24,2	9,1	27,6	29,7	28,7	-		
- La situazione economica e finanziaria aziendale non viene ritenuta adeguata	19,0	25,2	16,2	-	24,5	19,8	24,0	-	-	8,2	31,0	36,5	6,7	11,8	22,6	14,9	31,7	-		
- Le banche non sono in grado di comprendere gli aspetti positivi dei progetti presentati per il finanziamento	17,6	20,6	16,2	33,1	17,6	-	14,1	17,2	-	14,2	22,3	9,5	23,3	19,3	16,7	12,8	22,8	-		
- Le banche tendono a far rientrare i clienti alle prime difficoltà	15,1	12,6	16,2	20,2	12,3	19,8	9,2	44,5	-	8,2	23,0	17,6	13,3	-	22,6	29,7	15,3	-		
- Le banche dichiarano che ci sono limitazioni nell'ammontare dei crediti erogabili	7,3	12,6	4,9	-	6,1	19,8	9,2	-	-	6,9	-	12,4	-	-	10,9	14,9	7,1	-		
- L'azienda peraltro non è sempre in grado di comunicare in maniera sufficiente la validità dei progetti proposti per il finanziamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
- Altro	5,1	16,5	-	26,5	-	-	6,5	-	-	-	10,5	-	8,7	-	7,7	-	10,8	-		
v.a.	20	6	13	4	12	3	15	3	-	9	9	8	11	6	13	5	9	-		

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016*

Tab. A27 – Miglioramento o peggioramento dei problemi dell'azienda col sistema bancario rispetto a prima della crisi e rispetto agli ultimi 12 mesi (val. %)

Miglioramento/Peggioramento	Dimensione di impresa			Fatturato			Fatturato esporti sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Totale			Fatturato			Fatturato esporti sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola	Piccolissima	Grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Olire il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Olire 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi			
Rispetto a prima della crisi																					
- È molto migliorato	7,3	-	-	-	-	35,4	9,2	-	-	19,1	33,1	-	15,3	-	14,4	-	-	-			
- È abbastanza migliorato	12,8	6,9	21,2	20,0	9,0	12,1	14,5	6,4	23,6	17,5	6,1	11,3	13,4	19,2	7,1	12,1	5,6	56,6			
- È rimasto più o meno uguale (e sostanz. sodd.)	51,8	70,2	39,9	42,9	61,4	31,3	48,0	64,9	64,8	57,5	38,3	39,4	54,4	47,2	54,2	56,8	55,0	-			
- È rimasto più o meno uguale (ma sostanzialm. insoddisfacente)	7,7	2,1	14,8	6,1	7,7	9,9	4,1	22,3	-	7,2	11,1	4,9	8,6	4,6	10,9	2,5	13,4	15,9			
- È abbastanza peggiorato	7,1	2,3	13,4	6,8	6,2	11,3	9,0	-	-	4,9	12,6	11,3	6,1	4,9	9,6	-	15,7	-			
- È molto peggiorato	6,6	11,7	2,8	18,1	6,2	-	6,8	6,4	-	5,3	7,5	-	8,7	-	13,2	7,4	7,5	-			
- Non utilizzo (o quasi) il sistema bancario	6,7	6,8	7,9	6,1	9,5	-	8,4	-	11,6	7,6	5,3	-	8,8	8,8	5,0	6,8	2,8	27,5			
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0			
v.a.	61	28	28	10	37	13	48	12	6	29	23	13	47	29	31	31	24	5			
Rispetto agli ultimi 12 mesi																					
- È molto migliorato	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
- È abbastanza migliorato	12,8	16,8	11,2	20,0	11,1	6,1	11,1	20,2	-	20,8	7,3	5,4	15,3	17,0	9,3	11,0	10,3	40,6			
- È rimasto più o meno uguale (e sostanz. sodd.)	61,5	60,2	55,3	43,0	61,3	78,6	63,5	51,2	88,4	55,1	61,1	79,1	55,3	67,3	54,3	72,3	53,5	31,9			
- È rimasto più o meno uguale (ma sostanzialm. insoddisfacente)	12,9	13,5	14,9	30,9	9,8	10,0	9,2	28,6	-	14,1	16,4	10,1	14,0	4,3	21,7	7,4	20,9	-			
- È abbastanza peggiorato	4,8	2,7	7,9	-	6,2	5,3	6,1	-	-	2,6	6,3	5,4	4,8	2,6	7,2	2,5	3,2	-			
- È molto peggiorato	1,3	-	2,8	-	2,1	-	1,6	-	-	3,4	-	1,7	-	-	2,5	-	3,2	-			
- Non utilizzo (o quasi) il sistema bancario	6,7	6,8	7,9	6,1	9,5	-	8,5	-	11,6	7,4	5,5	-	8,9	8,8	5,0	6,8	2,8	27,5			
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0			
v.a.	61	28	27	10	37	12	48	12	6	29	23	14	46	29	30	31	23	5			

Fonte: indagine Ermenewa – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. 428 – Esigenze dell'azienda per le quali sono stati chiesti finanziamenti bancari negli ultimi 12 mesi (val. %)

Esigenze	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esporti sul totale		Tipo di lavorazioni				Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio + Piccolo	Piccolissimo	Olire il 50%	Fino al 50%	Totilmente e In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Olire 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi		
- Non sono stati richiesti finanziamenti in quanto l'azienda è sufficientemente capitalizzata e/o presenta flussi di cassa adeguati	24,5	30,9	23,6	49,2	24,6	11,5	24,3	26,6	35,2	22,4	28,3	4,1	33,6	22,6	27,8	26,9	14,7	68,1
- Il ripristino delle scorte e del capitale circolante	51,9	48,1	50,0	35,7	53,1	67,1	49,7	58,7	41,3	60,7	45,9	64,2	47,9	62,0	42,6	54,6	47,1	31,9
- L'acquisto e/o l'aggiornamento di impianti, macchinari, tecnologie produttive	33,8	32,7	37,2	-	47,2	5,7	36,7	23,1	47,1	43,0	17,3	43,6	28,2	41,2	22,1	26,2	40,1	-
- Ristrutturazione dei fidi esistenti (da breve a medio termine)	21,4	16,2	29,0	8,7	25,5	20,6	21,1	23,7	-	26,5	19,0	39,9	14,1	21,8	21,9	12,1	24,1	-
- Progetti industriali (nuovi siti produttivi o ampliamenti dei medesimi, in Italia o all'estero)	20,8	5,5	19,6	7,5	18,0	33,7	22,2	16,2	-	19,7	23,3	55,7	4,4	34,3	6,1	21,6	10,4	-
- Progetti di sviluppo commerciale (reti di vendita, show-room, logistica) all'estero	17,7	8,2	11,3	6,8	9,6	44,4	20,9	4,9	-	4,7	35,7	36,3	8,0	19,6	16,3	15,0	26,1	15,9
- Progetti di sviluppo commerciale (reti di vendita, show-room, logistica) in Italia	11,3	5,3	18,0	6,8	16,7	-	11,7	10,4	-	15,7	9,4	28,1	4,5	15,0	7,5	-	11,9	-
- Finanziamento del campionario	5,5	3,0	8,5	8,7	2,5	13,3	3,4	14,7	-	8,5	3,4	9,5	4,0	3,0	8,7	8,5	4,3	-
- Progetti di formazione tecnica e/o manageriale	4,6	11,5	-	-	7,4	-	5,8	-	-	9,0	-	-	6,7	8,8	-	-	12,7	-
- Sviluppo della proprietà industriale (marchi/brevetti)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Fusioni, acquisizioni e ristrutturazioni degli assetti societari	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Altro	1,0	2,6	-	7,5	-	-	1,3	-	-	2,0	-	-	1,5	2,0	-	-	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	64	26	33	9	40	13	51	12	6	33	22	19	44	34	29	30	23	5

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. B28 – Esigenze dell'azienda per le quali sono stati chiesti finanziamenti bancari negli ultimi 12 mesi (val. %)

Esigenze	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche				Andamento dei rapporti con le banche				Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari				Distretti/Aree di riferimento							
	Molto + Abbastanza soddisfatto		Poco + Per nulla soddisfatto		Non ha bisogno del sistema bancario		Molto + Abbastanza + Molti peggiorati		Non utilizza in passato, interessato il sistema bancario		Interessato in passato, interessato oggi, in futuro		Non Lombardìa + Emilia Romagna		Non Lombardia + Emilia Romagna		Riviera del Brenta + Verona + Treviso		Altri	
	Totale	Abbastanza	Molto + Abbastanza soddisfatto	Poco + Per nulla soddisfatto	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abbastanza + Molti peggiorati	Non utilizza in passato, interessato il sistema bancario	Interessato in passato, interessato oggi, in futuro	Non Lombardìa + Emilia Romagna	Non Lombardia + Emilia Romagna	Interessato in passato, interessato oggi, in futuro	Non Lombardìa + Emilia Romagna	Non Lombardia + Emilia Romagna	Riviera del Brenta + Verona + Treviso	Altri	Toscana	Toscana			
- Non sono stati richiesti finanziamenti in quanto l'azienda è sufficientemente capitalizzata e/o presenta flussi di cassa adeguati	24,5	21,6	12,9	63,7	25,6	5,4	100,0	18,5	26,5	44,0	27,0	31,1	33,3							
- Il ripristino delle scorte e del capitale circolante	51,9	61,6	49,8	-	50,8	53,0	-	63,8	48,0	35,7	40,8	51,0	33,3	91,6						
- L'acquisto e/o l'aggiornamento di impianti, macchinari, tecnologie produttive	33,8	42,9	9,8	36,3	36,6	12,6	-	49,6	30,9	32,1	15,7	46,8	33,3	62,6						
- Ristrutturazione dei fidi esistenti (da breve a medio termine)	21,4	20,9	32,4	-	11,6	35,2	-	12,0	24,1	-	27,0	9,0	-	37,4						
- Progetti industriali (nuovi siti produttivi o ampliamenti dei medesimi, in Italia o all'estero)	20,8	27,9	4,9	15,6	20,7	-	-	-	26,2	-	4,9	13,1	33,3	74,8						
- Progetti di sviluppo commerciale (reti di vendita, show-room, logistica) all'estero	17,7	14,5	27,7	15,6	18,2	29,2	-	11,4	19,6	11,9	17,9	-	33,3	37,4						
- Progetti di sviluppo commerciale (reti di vendita, show-room, logistica) in Italia	11,3	10,8	17,9	-	1,8	16,6	-	17,0	10,3	11,9	7,5	-	-	37,4						
- Finanziamento del campionario	5,5	6,7	4,9	-	8,3	-	-	21,4	2,0	20,2	8,7	-	-	-						
- Progetti di formazione tecnica e/o manageriale	4,6	7,1	-	-	6,9	-	-	24,9	-	-	-	19,9	-	-						
- Sviluppo della proprietà industriale (marchi/brevetti)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
- Fusioni, acquisizioni e ristrutturazioni degli assetti societari	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
- Altro	1,0	-	4,2	-	5,4	-	-	-	1,3	-	2,3	-	-	-						
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0				
v.a.	64	41	16	6	43	12	4	12	51	5	29	15	3	12						

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi e Strategie di Sistema per Assocatturifici, 2016

Tab. A30 – Valutazioni (positive e negative) degli intervistati circa il sistema bancario (Giudizi “Molto + Abbastanza d'accordo”) (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate				
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Dentro dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Adattamento + Attesa + Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi		
Totale	60,2	71,6	60,1	75,8	62,9	45,4	53,5	88,1	52,9	69,5	43,8	67,9	49,3	70,4	49,3	70,4	48,2
	43,6	56,0	39,9	45,6	52,5	15,7	45,7	30,6	47,2	58,0	42,5	44,9	55,0	28,5	55,0	28,5	34,0
	39,3	45,2	27,0	24,9	39,4	50,1	39,8	34,1	64,8	36,3	46,6	37,2	44,7	30,7	44,7	30,7	45,9
	32,8	29,4	38,2	26,7	40,9	11,4	34,7	20,2	23,6	49,3	39,5	28,7	35,3	31,3	35,3	31,3	28,9
	12,6	20,9	7,4	20,6	13,2	0,0	12,5	8,4	17,7	15,0	7,3	15,0	6,8	19,5	6,8	19,5	17,2
																	8,6

Affermazioni positive

- Sono diminuiti i tassi richiesti dalle banche per i finanziamenti e quindi oggi conviene chiedere dei prestiti
- Le banche hanno ripreso a concedere mutui
- Le grandi banche stanno lentamente “tornando al territorio” (è aumentata la faticola di concedere credito, anche per impianti consistenti, da parte delle filiali)
- Le banche fanno lavorare bene l'azienda qualora quest'ultima abbia un accordo produttivo con le grandi griffe
- Le banche hanno alleggerito le pratiche per l'incasso dei crediti

./.

(Segue) Tab. A30 – Valutazioni (positive e negative) degli intervistati circa il sistema bancario (Giudizi: “Molto + Abbastanza d'accordo”) (val. %)

	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato export sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate				
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi	
- Le banche (specie quelle locali) sono state talvolta mal gestite, come i fatti di cronaca hanno dimostrato	69,9	67,8	72,6	73,5	56,1	68,4	74,9	76,4	79,6	64,2	71,4	62,3	76,9	62,3	76,9	68,1	63,4
- Le banche predicano bene, ma razzolano male	62,7	66,8	70,8	64,5	49,1	62,4	61,6	64,8	75,4	56,0	64,5	61,7	62,1	61,7	62,1	55,8	65,2
- I Confidi sono diventati a loro volta come le banche: non sanno gestire i rischi, vogliono innanzitutto fare business (i costi sono alti) e spesso si sono burocratizzati (e non di rado contano le “relazioni”)	63,0	43,4	74,1	32,0	63,9	88,5	65,0	51,8	64,8	66,7	84,2	53,9	67,2	57,7	67,2	74,0	54,5
- La verità è che spesso le aziende fanno da banca ai negozianti che oggi sono in difficoltà, visio l'andamento del mercato interno	63,0	56,3	76,3	62,2	63,3	60,6	61,1	69,4	52,8	68,9	68,3	60,1	71,4	53,9	71,4	66,0	47,3

Fonte: *Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016*

Tab. B30 – Valutazioni (positive e negative) degli intervistati circa il sistema bancario (Giudizi “Molto + Abbastanza d'accordo”) (val. %)

	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari													
	Soddisfazione/insoddisfazione dei rapporti con le banche					Andamento dei rapporti con le banche								
	Molto + Abb. soddisf.		Poco + Abb. Per nulla soddisf.		Non ha bisogno del sistema bancario		Molto + Abb. migliorati		Non utilizza il sistema bancario		Interessato in oggi, in futuro			
Totale	60,2	62,9	50,1	69,6	73,1	37,0	66,9	49,3	63,2	76,2	70,1	65,3	50,0	25,2
- Le banche hanno ripreso a concedere mutui	43,6	51,6	20,1	50,5	45,7	26,2	30,5	43,9	39,6	35,7	32,5	63,2	0,0	62,6
- Le grandi banche stanno lentamente “tornando al territorio” (è aumentata la facoltà di concedere credito, anche per importi consistenti, da parte delle filiali)	39,3	45,6	21,2	51,3	54,0	10,0	32,2	59,3	33,7	32,1	25,6	59,4	25,0	54,2
- Le banche fanno lavorare bene l'azienda qualora quest'ultima abbia un accordo produttivo con le grandi griffe	32,8	33,8	25,8	48,4	30,2	21,7	34,7	15,6	36,8	52,3	26,6	36,8	25,0	37,4
- Le banche hanno alleggerito le pratiche per l'incasso dei crediti	12,6	11,9	8,6	27,0	17,5	0,0	18,7	10,0	12,3	11,9	7,3	16,5	50,0	8,4

./.

(Segue) Tab. B30 – Valutazioni (positive e negative) degli intervistati circa il sistema bancario (Giudizi: “Molto + Abbastanza d'accordo”) (val. %) /.

	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari												
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche					Andamento dei rapporti con le banche							
	Molto + Abb.	Poco + Per soddisf.	Non ha bisogno del sist. bancario	Molto + Abb. miglioratori	Abb. peggiorati	Non utilizza il sist. bancario	Interessato in passato, oggi, in futuro	Non interess.	Lombardia + Emilia Romagna	Marche + Brenna Toscana	Riviera + Verona + Treviso	Altri	
Totale	79,4	79,7	90,2	75,8	90,5	81,3	89,6	78,1	56,0	78,2	83,5	75,0	91,6
80,0	79,4	79,7	90,2	75,8	90,5	81,3	89,6	78,1	56,0	78,2	83,5	75,0	91,6
75,8	74,4	75,0	90,2	72,9	78,8	81,3	78,3	75,6	56,0	69,8	75,3	100,0	91,6
68,2	59,4	87,8	77,3	56,4	95,0	81,3	82,2	63,7	67,9	80,0	55,1	75,0	54,2
63,3	54,3	78,6	81,7	52,3	89,2	65,3	83,9	57,0	67,9	65,7	55,0	100,0	54,2

Affermazioni negative

- Le banche offrono finanziamenti alle aziende capitalizzate che vanno bene, ma stentano ad esporsi verso le imprese che pure presentano buone potenzialità e progetti di sviluppo per il futuro, ma che non sono abbastanza capitalizzate
- Ci sono due tipi di situazioni: aziende che chiedono ma non ottengono facilmente finanziamenti dalla banca ed aziende che sono "inseguite" dalle banche che offrono finanziamenti, anche se le imprese non hanno bisogno
- Le banche non riescono ad essere un vero partner per l'azienda a tutti gli effetti
- Le banche non sono preparate a gestire l'attuale situazione di crisi che le aziende attraggono

(Segue) Tab. B30 – Valutazioni (positive e negative) degli intervistati circa il sistema bancario (Giudizi: “Molto + Abbastanza d'accordo”) (val. %) (segue)

	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari																	
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche					Andamento dei rapporti con le banche												
	Molto + Abb. soddisf.		Poco + Abb. Per nulla soddisf.		Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abb. migliorati		Abb. + Molto peggiorati		Non utilizza il sistema bancario	Interessato in passato, oggi, in futuro		Non interess.		Distretti/Aree di riferimento			
Totale	66,1	55,8	64,7	65,1	54,6	33,1	65,6	61,4	55,9	56,6	71,5	50,0	74,8	Lombardia	Marche + Emilia Romagna	Riviera del Brenta	Verona + Treviso	Altri
– Le banche chiedono garanzie più di quanto era solito fare una volta	48,8	39,6	66,4	61,1	34,5	78,9	50,9	41,8	32,1	59,1	42,9	25,0	45,8					
– Il rating dato all'azienda cambia da una banca all'altra	45,5	39,7	51,1	73,0	32,2	60,3	81,3	48,8	56,0	51,1	36,8	25,0	45,8					
– Le banche (specie quelle locali) sono state talvolta mal gestite, come i fatti di cronaca hanno dimostrato	69,9	69,4	67,5	81,7	68,2	69,3	65,2	80,4	67,5	73,4	75,3	100,0	54,2					
– Le banche predicano bene, ma razzolano male	62,7	60,4	60,8	81,7	56,2	72,5	65,3	83,9	56,2	53,3	75,3	100,0	54,2					
– I Confidi sono diventati a loro volta come le banche: non sanno gestire i rischi, vogliono innanzitutto fare business (i costi sono alti) e spesso si sono burocratizzati (e non di rado contano le “relazioni”)	63,0	66,1	55,8	64,7	65,1	54,6	33,1	65,6	61,4	56,6	71,5	50,0	74,8					
– La verità è che spesso le aziende fanno da banca ai negozianti che oggi sono in difficoltà, visto l'andamento del mercato interno	63,0	57,4	69,7	90,2	55,4	72,0	81,3	56,1	63,9	73,8	48,8	75,0	54,2					

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionisti, 2016

Tab. A31 – Alcune proposte in tema di rating e di finanza per le imprese (Giudizi “Molto + Abbastanza d'accordo”) (val. %)

Proposte	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esport sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate				
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato solo	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi		
Totale	92,4	92,2	93,2	94,3	91,3	100,0	100,0	92,6	93,7	96,5	91,5	93,0	92,7	91,9	94,2	100,0	
– Bisogna sviluppare un sistema bancario che sappia effettivamente valutare il “Progetto” per cui l'impresa chiede il finanziamento	92,9	92,4	93,2	94,3	91,3	100,0	100,0	92,6	93,7	96,5	91,5	93,0	92,7	91,9	94,2	100,0	
– Bisogna sviluppare un sistema bancario che sappia valutare anche il “Soggetto” che presenta la richiesta di finanziamento (tenendo conto della storia e della reputazione dell'imprenditore oltre che dell'affidabilità e delle potenzialità dell'azienda)	88,5	90,1	85,3	89,3	90,7	78,3	76,4	87,9	93,7	96,5	85,3	86,3	90,6	86,7	88,7	100,0	
– Bisogna sviluppare un sistema bancario un “rating di filiera”, diretto alle imprese che lavorano con aziende più grandi, in grado di ottenere un rating più elevato, aumentando così il merito di credito anche per le aziende più piccole presenti nella filiera	56,6	60,1	70,8	60,9	37,4	53,7	68,0	88,4	59,5	42,3	43,0	61,1	52,2	59,8	51,3	54,5	70,4
	93,5	95,1	91,0	93,2	94,8	94,3	93,4	93,6	100,0	95,8	87,8	95,9	92,4	93,7	93,0	100,0	100,0

./.

(Segue) Tab. A31 – Alcune proposte in tema di rating e di finanza per le imprese (Giudizi “Molto + Abbastanza d’accordo”) (val. %) (

Proposte	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esportazioni sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate				
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato solo	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Adattamento + Attesa + Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi		
Totale	86,4	76,1	93,4	93,2	83,3	94,3	83,3	100,0	81,9	87,8	95,9	82,5	84,4	88,1	89,7	81,6	100,0
– Un'attenzione maggiore per l'economia reale																	
– Bisogna che il sistema bancario non rincorra solo le aziende che non hanno bisogno di credito (perché capitalizzate e/o con flussi di cassa adeguati), bensì sappia valutare il merito di credito di quelle imprese che presentano un potenziale reale di sviluppo e con adeguati progetti di crescita																	
– Bisogna che il sistema bancario sappia “tornare all'economia reale”, come oggi essa è diventata e soprattutto come può ancora diventare grazie al rafforzamento e allo sviluppo delle imprese: anche le banche devono “reinventarsi” come imprese dopo l'esaurimento dello spread tra tassi attivi e tassi passivi, ascoltando di più i clienti, assumendo dei rischi operativi e diventando partner effettivi delle aziende (anche perché bisognerà, come banche, migliorare i risultati sul piano del Conto Economico)																	

./.

(Segue) Tab. A31 – Alcune proposte in tema di rating e di finanza per le imprese (Giudizi “Molto + Abbastanza d’acordo”) (val. %)

Proposte	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esporti sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate			
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totalemente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi	
<i>L'importanza dell'extrabancario</i>																
– Bisogna sviluppare il sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, anche tramite l'ingresso nel capitale da parte di investitori finanziari esterni, come ad esempio i Fondi	46,8	55,6	46,9	52,0	52,7	34,7	49,3	38,4	23,6	51,9	48,2	45,6	45,8	34,1	59,3	40,6
– Bisogna anche sviluppare il sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, utilizzando anche i bond aziendali (per le imprese più strutturate) e i bond di distretto (per quelle di minori dimensioni)	39,4	29,2	38,3	10,3	40,7	57,7	44,1	20,2	70,7	29,4	44,0	48,8	26,5	33,0	45,0	15,9
<i>Una migliore preparazione delle aziende</i>																
– Le aziende a loro volta devono migliorare la loro cultura di gestione per quanto riguarda gli aspetti economico-finanziari	92,5	90,1	93,4	86,4	94,7	94,3	92,0	94,5	100,0	91,6	93,6	90,8	90,6	95,0	91,4	100,0
– Bisogna aiutare le imprese a comprendere cosa è diventato oggi e cosa diventerà in prospettiva il sistema calzaturiero italiano, al di là della routine che assorbe il tempo quotidiano del capo-azienda	76,9	65,6	82,9	72,6	77,5	79,1	76,4	77,8	64,8	76,5	82,9	79,6	77,2	79,2	71,3	86,3

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionattifici, 2016

Tab. B31 – Alcune proposte in tema di rating e di finanza per le imprese (Giudizi “Molto + Abbastanza d'accordo”) (val. %)

Proposte	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari																	
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche		Andamento dei rapporti con le banche		Interessato in passato, oggi, in futuro		Disprezzi/Aree di riferimento			Toscana								
	Molto + Abb. soddisf.	Poco + Abb. nulla soddisf.	Molto + Abb. migliorati	Molto + Abb. peggiorati	Non ha bisogno del sistema bancario	Non utilizza il sistema bancario	Non interessato	Lombardia	Marche + Emilia Romagna		Riviera del Brenta + Toscana							
Totale	94,2	95,4	90,2	92,7	100,0	81,3	94,4	92,4	100,0	87,6	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Una valutazione più appropriata delle imprese																		
– Bisogna sviluppare un sistema bancario (e successivamente applicare un rating aziendale che tenga conto anche della storia, delle potenzialità dell'impresa oltre che del valore dell'iniziativa per cui si chiede il finanziamento)	92,9	94,2	95,4	90,2	92,7	100,0	81,3	94,4	92,4	100,0	87,6	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	91,6
– Bisogna sviluppare un sistema bancario che sappia effettivamente valutare il “Progetto” per cui l'impresa chiede un finanziamento	88,5	87,0	95,4	90,2	86,1	100,0	81,3	94,4	86,8	100,0	85,4	79,8	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
– Bisogna sviluppare un sistema bancario che sappia valutare anche il “Soggetto” che presenta la richiesta di finanziamento (tenendo conto della storia e della reputazione dell'imprenditore oltre che dell'affidabilità e delle potenzialità dell'azienda)	56,6	57,5	52,4	71,9	53,3	57,4	46,6	49,3	57,6	59,6	41,2	81,7	100,0	45,8				
– Bisogna sviluppare un sistema bancario un “rating di filiera”, diretto alle imprese che lavorano con aziende più grandi, in grado di ottenere un rating più elevato, aumentando così il merito di credito anche per le aziende più piccole presenti nella filiera	93,5	98,2	91,4	90,2	95,1	95,0	81,3	94,4	93,1	100,0	85,5	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

./.

(Segue) Tab. B31 – Alcune proposte in tema di rating e di finanza per le imprese (Giudizi: “Molto + Abbastanza d’acordo”) (val. %)

Proposte	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari													
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche		Andamento dei rapporti con le banche		Interessato in passato, oggi, in futuro		Disprezzi/Aree di riferimento		Altri					
Totale	Molto + Abb. soddisf.	Poco + Per nulla soddisf.	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abb. migliorati	Abb. + Molto peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Non interessato	Lombardia + Emilia Romagna + Toscana	Marche + Riviera del Brenta + Toscana	Verona + Treviso + Altri				
	86,4	88,6	86,8	90,2	84,3	95,0	81,3	72,7	89,7	100,0	82,9	81,7	100,0	91,6
Un'attenzione maggiore per l'economia reale														
- Bisogna che il sistema bancario non rincorra solo le aziende che non hanno bisogno di credito (perché capitalizzate e/o con flussi di cassa adeguati), bensì sappia valutare il merito di credito di quelle imprese che presentano un potenziale reale di sviluppo e con adeguati progetti di crescita														
- Bisogna che il sistema bancario sappia “tornare all'economia reale”, come oggi essa è diventata e soprattutto come può ancora diventare grazie al rafforzamento e allo sviluppo delle imprese: anche le banche devono “reinventarsi” come impresa dopo l'esaurimento dello spread tra tassi attivi e tassi passivi, ascoltando di più i clienti, assumendo dei rischi opportuni e diventando partner effettivi delle aziende (anche perché bisognerà, come banche, migliorare i risultati sul piano del Conto Economico)	85,4	86,7	87,2	90,2	82,6	95,5	81,3	72,7	89,5	67,9	82,6	81,7	100,0	100,0

/.

(Segue) Tab. B31 – Alcune proposte in tema di rating e di finanza per le imprese (Giudizi “Molto + Abbastanza d’acordo”) (val. %)

Proposte	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari													
	Soddisfazione/insoddisfazione dei rapporti con le banche		Andamento dei rapporti con le banche			Disprezzi/Aree di riferimento								
	Molto + Abb. soddisf.	Poco + Per nulla soddisf.	Non ha bisogno del sistema bancario	Molto + Abb. migliorati	Abb. + Molto peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Interessato in passato, oggi, in futuro	Non interessati	Lombardia + Emilia Romagna + Toscana	Marche + Riviera del Brenta + Toscana	Liguria + Piemonte + Veneto + Friuli Venezia Giulia + Umbria + Marche + Toscana			
Totale	46,8	43,1	58,5	50,5	41,2	57,6	30,5	84,4	38,1	56,0	39,8	63,3	25,0	45,8
<i>L'importanza dell'extrabancario</i>	39,4	42,5	27,5	55,8	39,4	30,1	16,1	42,4	39,6	32,1	25,2	32,9	50,0	83,2
– Bisogna sviluppare il sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, anche tramite l'ingresso nel capitale da parte di investitori finanziari esterni, come ad esempio i Fondi														
– Bisogna anche sviluppare il sistema di finanziamento extrabancario rispetto ad oggi, utilizzando anche i bond aziendali (per le imprese più strutturate) e i bond di distretto (per quelle di minori dimensioni)														
<i>Una migliore preparazione delle aziende</i>														
– Le aziende a loro volta devono migliorare la loro cultura di gestione per quanto riguarda gli aspetti economico-finanziari	92,5	96,6	87,4	90,2	95,1	90,0	81,3	94,4	91,9	100,0	83,3	100,0	100,0	100,0
– Bisogna aiutare le imprese a comprendere cosa è diventato oggi e cosa diventerà in prospettiva il sistema calzaturiero italiano, al di là della routine che assorbe il tempo quotidiano del capo-azienda	76,9	82,3	75,7	64,5	77,1	75,2	65,2	58,5	82,2	76,2	66,4	73,5	100,0	100,0

Fonte: indagini Ermenea – Studi & Strategie di Sistema per Assocalzatuffici, 2016

Tab. A32 – Interesse degli intervistati circa la possibile apertura del capitale sociale agli investitori finanziari (val. %)

Risposta	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esporti sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate		
	di impresa		Fatturato		totale		per il mercato		impresa		crisi		adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Olire il 50%	Fino al 50%	Totilmente le griffe	Solo e mercato	Fino a 20 anni	Olire 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfoosi	Impresa non interessata dalla crisi
- Sì, in passato	1,8	4,1	-	6,1	1,1	4,9	-	-	3,2	1,3	1,7	2,0	1,9	2,5	-
- Sì, attualmente	1,2	2,6	-	7,8	1,4	-	-	3,2	1,7	-	-	2,5	2,5	-	-
- Sì, per il futuro	17,7	26,7	12,5	10,3	13,9	17,2	20,2	23,6	18,4	17,7	18,5	13,1	9,4	33,9	-
- No, sino ad oggi	53,1	48,9	66,3	52,7	27,6	50,9	63,0	58,7	70,8	34,0	54,6	53,9	47,2	46,9	70,3
- No, anche per il futuro	26,2	17,7	21,2	23,1	16,2	58,5	29,4	11,9	17,7	10,8	25,2	28,5	39,0	16,7	29,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	66	29	31	10	41	13	54	12	6	33	24	30	30	24	5

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. B32 – Interesse degli intervistati circa la possibile apertura del capitale sociale agli investitori finanziari (val. %)

Risposta	Soddisfazione rapporti con banche		Andamento rapporti con banche		Discreti									
	soddisf.		soddisf.		sistema bancario									
	Totale	Poco + Abb. Soddisf.	Molto + Abb. Soddisf.	Molto + Abb. peggiorati	Lombardia	Marche + Emilia Romagna	Riviera del Brenta + Toscana	Verona + Treviso	Altri					
- Sì, in passato	1,8	1,4	3,9	1,4	4,7	-	27,1	-	-	-	-	-	-	-
- Sì, attualmente	1,2	-	5,0	1,8	-	-	-	2,6	-	-	-	-	-	-
- Sì, per il futuro	17,7	13,8	15,8	16,3	19,4	34,8	-	18,3	26,5	26,5	26,5	25,0	25,0	8,4
- No, sino ad oggi	53,1	57,8	50,3	35,5	51,5	34,7	59,4	48,9	65,3	54,6	65,3	50,0	50,0	54,2
- No, anche per il futuro	26,2	27,0	25,0	29,0	24,4	30,5	13,5	30,2	8,2	8,2	8,2	8,2	8,2	37,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	66	41	15	8	12	4	4	29	16	16	16	4	4	12

Fonte: indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. A33 – Reazione dell'intervistato circa il ruolo che può svolgere un eventuale investitore finanziario che entri nel capitale di rischio della Sua azienda (val. %)

Reazioni	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esporti sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate					
	Grande + Media + Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio + Medio piccolo + Piccolo	Grande + Medio + Piccolo + Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfosi				
Totale	50,2	56,5	49,9	66,5	51,7	29,0	46,2	70,8	41,3	58,1	40,4	49,3	49,4	52,5	45,5	50,5	51,4	-
- Può fornire dei capitali per la crescita e lo sviluppo dell'azienda	38,1	34,5	44,6	23,5	51,4	-	33,2	62,1	-	59,1	18,4	27,2	41,0	45,9	31,1	38,7	37,2	-
- Può contribuire a realizzare una strategia più incisiva di crescita	17,8	18,9	19,7	28,4	20,3	5,7	11,1	49,2	41,3	21,3	9,7	11,4	20,7	14,0	18,5	33,0	6,8	-
- Può aiutare la predisposizione di una strategia di crescita più incisiva	31,7	35,5	33,6	32,0	39,6	13,3	28,1	49,7	64,8	36,8	20,9	44,9	27,2	36,6	23,4	27,9	33,4	-
- Può dare un positivo contributo alla managerializzazione dell'azienda	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Può dare un contributo positivo se il Fondo è effettivamente "adeguato" per l'azienda, nel senso che sa tener conto delle specifiche caratteristiche ed esigenze di quest'ultima	27,7	26,2	33,7	49,1	30,0	10,7	21,0	59,5	17,7	37,6	19,7	35,8	25,1	32,5	23,6	27,7	12,7	15,9
- Può aiutare il riequilibrio finanziario dell'azienda	14,1	13,7	16,9	26,6	12,6	12,5	13,7	16,7	-	12,1	22,2	16,2	13,6	10,7	18,5	13,8	17,3	-
REAZIONI PRUDENTI/NEGATIVE																		
- Suscita timori di intrusione nella gestione aziendale	30,1	19,1	31,1	28,4	20,2	60,8	27,6	42,8	52,9	27,7	32,1	39,9	26,9	34,0	22,8	52,5	2,7	45,6
- C'è il rischio di perdere il controllo in prospettiva dell'azienda	24,9	26,7	10,7	40,6	14,2	44,4	25,8	22,2	17,7	20,0	32,6	24,0	23,7	27,6	22,9	35,3	8,3	56,6
- Resta un fondo di diffidenza verso l'arrivo di un investitore, anche per l'immagine che questi stessi hanno	13,3	6,1	8,3	10,3	6,6	39,4	11,0	24,6	-	8,0	25,8	24,0	9,4	18,6	8,1	25,6	-	-
- Altro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Non saprei rispondere	18,5	18,3	21,9	6,8	23,4	10,2	20,2	6,4	23,6	13,6	20,9	7,6	23,2	12,8	25,6	14,8	26,4	13,7
v.a.	67	29	33	10	41	13	54	12	6	34	24	19	47	34	31	31	24	5

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *indagine Ermeneta - Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016*

Tab. B33 – Reazione dell'intervistato circa il ruolo che può svolgere un eventuale investitore finanziario che entri nel capitale di rischio della Sua azienda (val. %)

Reazioni	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari													
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche		Andamento dei rapporti con le banche			Interessato in passato, interess. oggi, in futuro			Discreti/Aree di riferimento					
	Molto + Abb. soddisf.	Poco + Per nulla soddisf.	Non ha bisogno del migliorati	Abb. Molto peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Molto + Abb. soddisf.	Molto peggiorati	Non interessato in passato, interess. oggi, in futuro	Non Lombardia + Emilia del Romagna + Trentino	Marche Riviera del Brenta + Verona Treviso	Altri			
REAZIONI POSITIVE														
- Può fornire dei capitali per la crescita e lo sviluppo dell'azienda	50,2	53,2	40,7	63,4	53,4	33,8	30,5	74,0	45,2	64,3	32,5	63,2	100,0	54,2
- Può contribuire a realizzare una strategia più incisiva di crescita	38,1	48,8	21,8	22,7	39,7	21,7	18,7	55,1	34,5	52,3	21,9	55,0	25,0	54,2
- Può aiutare la predisposizione di una strategia di crescita più incisiva	17,8	21,6	10,0	17,2	23,3	12,7	-	27,1	15,8	32,1	12,4	28,5	50,0	-
- Può dare un positivo contributo alla managerializzazione dell'azienda	31,7	38,2	25,0	17,2	31,8	21,2	-	49,3	27,9	35,7	25,6	33,0	25,0	45,8
- Può dare un contributo positivo se il Fondo è effettivamente "adeguato" per l'azienda, nel senso che sa tener conto delle specifiche caratteristiche ed esigenze di quest'ultima	27,7	33,2	21,2	17,4	21,0	26,7	33,1	13,0	32,2	52,3	21,9	12,0	50,0	45,8
- Può aiutare il riequilibrio finanziario dell'azienda	14,1	13,8	19,3	7,6	13,0	24,3	14,4	24,7	11,7	44,0	13,2	8,2	50,0	-
REAZIONI PRUDENTI/NEGATIVE														
- Suscita timori di intrusione nella gestione aziendale	30,1	38,7	8,6	35,5	39,4	5,8	34,7	15,4	34,6	-	27,0	28,5	50,0	45,8
- C'è il rischio di perdere il controllo in prospettiva dell'azienda	24,9	31,3	4,6	30,1	36,2	5,8	-	7,4	30,1	-	12,0	28,5	75,0	45,8
- Resta un fondo di diffidenza verso l'arrivo di un investitore, anche per l'immagine che questi stessi hanno	13,3	18,0	9,2	-	18,6	5,8	-	-	17,1	-	5,1	12,0	25,0	37,4
- Altro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Non saprei rispondere	18,5	14,4	26,0	18,3	13,3	33,6	34,7	5,6	20,0	11,9	31,7	8,2	-	8,4
v.a.	67	41	17	8	44	13	4	14	52	5	30	16	4	12

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionurfici, 2016

Tab. A34 – Preferenze dell'intervistato circa un eventuale intervento nel capitale dell'azienda da parte di un investitore finanziario (val. %)

Risposta	Dimensione di impresa			Fatturato			Fatturato esporti sul totale			Tipo di lavorazioni			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio + Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Riposizionamento + Metamorfosi	Impresa non interessata dalla crisi						
- Sì, ma esclusivamente con una quota di minoranza	27,8	41,7	20,3	46,6	31,6	6,0	25,8	37,0	23,6	33,4	24,9	11,4	35,4	26,9	25,5	28,3	37,4	-			
- Sì, anche con una quota di maggioranza, ma a certe specifiche condizioni	18,8	17,3	23,5	20,0	23,0	7,9	19,0	17,7	-	29,5	11,1	33,5	13,0	28,0	8,8	6,8	15,3	40,6			
- No, preferirei non orientarmi affatto verso l'ingresso di investitori finanziari nel capitale dell'impresa	53,4	41,0	56,2	33,4	45,4	86,1	55,2	45,3	76,4	37,1	64,0	55,1	51,6	45,1	65,7	64,9	47,3	59,4			
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0			
v.a.	63	27	31	10	39	13	52	11	6	32	23	19	44	34	29	30	23	5			

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016

Tab. B34 – *Preferenze dell'intervistato circa un eventuale intervento nel capitale dell'azienda da parte di un investitore finanziario (val. %)*

Risposta	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche				Andamento dei rapporti con le banche				Distretti/Arce di riferimento						
	Molto + Abb. soddisf.		Poco + Per nulla soddisf.		Molto + Abb. migliorati		Abb. + Molto peggiorati		Lombardia + Emilia Romagna		Riviera del Brenta + Toscana		Verona + Treviso		Altri
- Sì, ma esclusivamente con una quota di minoranza	27,8	24,0	35,5	35,5	27,8	37,4	34,7	34,7	27,1	26,6	51,2	25,0	25,0	-	
- Sì, anche con una quota di maggioranza, ma a certe specifiche condizioni	18,8	25,7	10,4	-	15,8	6,4	-	-	45,8	9,3	12,0	-	-	45,8	
- No, preferirei non orientarmi affatto verso l'ingresso di investitori finanziari nel capitale dell'impresa	53,4	50,3	54,1	64,5	56,4	56,2	65,3	65,3	27,1	64,1	36,8	75,0	75,0	54,2	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
v.a.	63	40	15	8	42	12	4	4	4	27	16	4	4	12	

Fonte: *Indagine Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema per Associazionifici, 2016*

Tab. A36.2 – Ragioni in base alle quali l'azienda ha preso o potrà prendere in considerazione l'apertura del capitale agli investitori finanziari esterni (val. %)

In futuro	Dimensione di impresa			Fatturato			Fatturato esport sul totale			Anzianità di impresa			Posizionamento rispetto alla crisi			Strategie generali adottate		
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio + Piccolo	Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Oltre il 50%	Fino al 50%	Totalmente + In gran parte per le tariffe	Per tariffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Oltre 20 anni	Fuori + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Adattamento	Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi
Totale																		
- Tale opzione non è stata/non sarà presa in considerazione	45,6	31,9	50,1	39,1	31,5	79,7	49,0	34,3	55,5	32,4	55,3	65,3	38,4	46,6	47,1	57,1	26,1	51,7
- In vista di finanziare nuovi investimenti	29,5	35,8	28,4	9,2	45,9	6,4	27,2	41,4	-	41,1	22,5	21,5	32,4	31,9	29,1	24,1	44,4	-
- Per aiutare il passaggio generazionale	11,7	18,4	6,3	23,4	13,6	-	8,8	25,0	-	17,7	7,4	4,4	14,4	18,8	6,9	6,2	12,0	48,3
- Per rafforzare il capitale dell'azienda	10,5	15,7	6,8	21,2	12,2	-	11,5	7,1	-	11,5	11,7	14,4	-	-	19,1	11,1	12,6	-
- Per rendere più agevole il passaggio di proprietà	9,5	11,2	9,6	-	13,1	8,4	6,9	21,6	-	12,5	8,2	13,2	8,2	14,3	6,4	7,8	14,4	-
- Per far fronte a flussi di cassa non soddisfacenti che richiedono una maggiore capacità di autofinanziarsi	9,1	2,4	18,9	-	13,1	6,4	5,3	19,0	-	13,2	6,3	15,8	6,6	-	16,4	14,6	4,0	-
- Per le difficoltà di accedere al credito	7,4	3,1	14,1	9,2	7,9	5,5	7,3	8,2	-	3,2	13,6	11,4	6,0	3,6	10,6	3,0	15,3	-
- Per altre ragioni	3,8	7,8	-	7,1	4,6	-	3,3	6,4	44,5	-	2,7	5,2	5,2	2,8	-	5,2	3,1	-
v.a.	50	25	21	8	29	12	40	9	3	24	22	13	37	21	28	26	19	4

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016*

Tab. B36.2 – Ragioni in base alle quali l'azienda ha preso o potrà prendere in considerazione l'apertura del capitale agli investitori finanziari esterni (val. %)

In futuro	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari													
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche		Andamento dei rapporti con le banche			Interessato in passato, interess. oggi, in futuro		Discreti/Aree di riferimento						
	Molto + Abb. soddisf.	Poco + Per nulla soddisf.	Non ha bisogno del migliorati sistema bancario	Molto + Abb. Molto migliorati peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Non interessato in passato, interess. oggi, in futuro	Non Lombardia + Emilia Romagna	Marche + Trentino	Riviera del Brenta	Verona + Treviso	Altri			
Totale	50,0	36,8	39,6	43,9	40,3	65,2	-	62,4	15,6	53,8	-	66,7	86,6	
- Tale opzione non è stata/non sarà presa in considerazione	45,6	50,0	36,8	39,6	43,9	40,3	65,2	-	62,4	15,6	53,8	-	66,7	86,6
- In vista di finanziare nuovi investimenti	29,5	33,9	31,4	9,7	30,7	32,5	16,1	49,7	22,9	68,7	25,6	55,0	-	-
- Per aiutare il passaggio generazionale	11,7	18,1	4,7	-	15,2	5,9	-	17,5	9,9	42,2	5,1	19,0	-	13,4
- Per rafforzare il capitale dell'azienda	10,5	4,9	18,1	19,7	10,3	15,9	-	19,7	7,5	-	11,5	13,0	33,3	-
- Per rendere più agevole il passaggio di proprietà	9,5	14,0	5,5	-	13,9	-	-	15,6	7,6	53,1	6,9	-	-	13,4
- Per far fronte a flussi di cassa non soddisfacenti che richiedono una maggiore capacità di autofinanziarsi	9,1	8,2	10,2	11,3	8,8	6,9	18,7	16,5	4,8	42,2	11,5	-	-	-
- Per le difficoltà di accedere al credito	7,4	-	26,6	-	-	33,5	-	5,9	8,1	-	14,5	-	-	-
- Per altre ragioni	3,8	-	4,2	19,7	3,9	5,3	-	15,0	-	15,6	-	13,0	-	-
v.a.	50	29	14	7	34	11	4	13	37	4	26	10	3	7

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: *indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Assocdaturifci, 2016*

Tab. A37 – Valutazione da parte dell'azienda della possibilità di utilizzare la formula dei bond aziendali e/o dei bond di distretto (val. %)

Valutazione	Dimensione di impresa		Fatturato		Fatturato esporti sul totale		Tipo di lavorazioni		Anzianità di impresa		Posizionamento rispetto alla crisi		Strategie generali adottate					
	Grande + Media	Piccola + Piccolissima	Grande + Medio grande + Medio	Medio piccolo + Piccolo	Piccolissimo	Olire il 50%	Fino al 50%	Totamente + In gran parte per le griffe	Per griffe e mercato	Solo per il mercato	Fino a 20 anni	Olire 20 anni	Fuori + Fuori dall'anno in corso + Dentro con segnali positivi	Dentro la crisi	Attesa + Riposizionamento + Metamorfofi	Impresa non interessata dalla crisi		
Totale	48,1	34,9	50,0	21,1	44,6	80,6	41,9	73,2	47,1	40,4	56,8	54,8	43,9	44,6	49,6	54,5	53,7	31,9
- Non conosco o non conosco abbastanza lo strumento dei bond	48,1	34,9	50,0	21,1	44,6	80,6	41,9	73,2	47,1	40,4	56,8	54,8	43,9	44,6	49,6	54,5	53,7	31,9
- Conosco lo strumento bond, ma non ho valutato sino ad oggi l'opportunità di utilizzarlo (sia che si tratti di bond aziendale o di bond di distretto)	37,9	45,1	38,5	42,4	43,4	12,6	43,7	12,9	52,9	47,0	20,2	36,7	39,3	51,2	23,6	24,5	38,4	68,1
- Ho provato ad informarmi, ma i bond non mi sembrano utili all'azienda (per le dimensioni di essa, per il costo di accesso allo strumento, per le procedure richieste, ecc.)	13,1	20,0	9,6	36,5	10,5	6,8	13,2	13,9	-	12,6	20,0	8,5	15,4	4,2	24,7	19,1	7,9	-
- Altro	0,9	-	1,9	-	1,5	-	1,2	-	-	-	3,0	-	1,4	-	2,1	1,9	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	62	26	31	9	41	11	51	11	6	34	20	18	44	34	28	30	22	5

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Associazaturifici, 2016

Tab. B37 – Valutazione da parte dell'azienda della possibilità di utilizzare la formula dei bond aziendali e/o dei bond di distretto (val. %)

Valutazione	Possibile apertura del capitale agli investitori finanziari												
	Soddisfazione/Insoddisfazione dei rapporti con le banche			Andamento dei rapporti con le banche			Distretti/Aree di riferimento						
	Molto + Abb. soddisf.	Poco + Per nulla soddisf.	Non ha bisogno del migliorati sistema bancario	Molto + Abb. migliorati	Abb. peggiorati	Non utilizza il sistema bancario	Interessato oggi, in futuro	Non interessato in passato, interess. oggi, in futuro	Non Lombardia	Lombardia + Emilia Romagna	Riviera del Brenta	Verona + Treviso	Altri
Totale	46,8	53,7	47,5	52,8	51,6	33,1	41,6	49,0	50,0	52,1	45,0	33,4	45,8
- Non conosco o non conosco abbastanza lo strumento dei bond	48,1												
- Conosco lo strumento bond, ma non ho valutato sino ad oggi l'opportunità di utilizzarlo (sia che si tratti di bond aziendale o di bond di distretto)	37,9	47,4	15,0	35,3	33,9	19,7	66,9	38,7	38,2	36,5	26,2	46,8	33,3
- Ho provato ad informarmi, ma i bond non mi sembrano utili all'azienda (per le dimensioni di essa, per il costo di accesso allo strumento, per le procedure richieste, ecc.)	13,1	5,8	27,2	17,2	11,9	28,7	-	19,7	11,6	-	21,7	8,2	33,3
- Altro	0,9	-	4,1	-	1,4	-	-	-	1,2	13,5	-	-	-
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
v.a.	62	40	15	8	42	11	4	13	49	4	27	16	3

Fonte: Indagine Ermeneta – Studi & Strategie di Sistema per Assocdatturifici, 2016

the MICAM

WHERE THE WORLD MEETS FOOTWEAR



FIERA MILANO RHO
12/15 FEBBRAIO 2017
COLLEZIONE AUTUNNO/INVERNO 2017/2018
17/20 SETTEMBRE 2017
COLLEZIONE PRIMAVERA/ESTATE 2018

info@themicam.com
tel. +39 02 43829.1
www.themicam.com



Promosso da
ASSOCALZATURIFICI

Seguici su



VAI SU: www.francoangeli.it

**PER SCARICARE (GRATUITAMENTE)
I CATALOGHI DELLE NOSTRE PUBBLICAZIONI
DIVISI PER ARGOMENTI E CENTINAIA DI VOCI:
PER FACILITARE LE TUE RICERCHE.**

Management & Marketing
Psicologia e psicoterapia
Didattica, scienze della formazione
Architettura, design, territorio
Economia
Filosofia, letteratura, linguistica, storia
Sociologia
Comunicazione e media
Politica, diritto
Antropologia
Politiche e servizi sociali
Medicina
Psicologia, benessere, auto aiuto
Efficacia personale, nuovi lavori



FrancoAngeli

QUESTO LIBRO TI È PIACIUTO?



Comunicaci il tuo giudizio su:
www.francoangeli.it/latuaopinione.asp



**VUOI RICEVERE GLI AGGIORNAMENTI
SULLE NOSTRE NOVITÀ
NELLE AREE CHE TI INTERESSANO?**



Seguici in rete



Sottoscrivi
i nostri feed RSS



Iscriviti
alle nostre newsletter

FrancoAngeli

È questo l'ottavo Shoe Report, promosso da Assocalzaturifici Italiani e realizzato dalla società Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema, che come di consueto fa il punto sull'andamento del settore nell'attuale ciclo economico: mettendo in luce – tra l'altro – il formarsi di tre tipologie di imprese come risultato dell'attraversamento della crisi, ma anche della capacità di reazione attiva rispetto ad essa da parte delle medesime. Lo sforzo di spostamento del sistema calzaturiero verso il prodotto medio-alto data ormai da lungo tempo e ha consentito di affrontare meglio la crisi attraverso l'export grazie al costante riconoscimento della qualità del prodotto calzaturiero italiano, che ha contribuito a compensare la lunga flessione del mercato interno. Anche se alcuni mercati (Russia e Paesi CSI in testa, sottoposti a tensioni derivanti dal prezzo del petrolio come dai provvedimenti di embargo) hanno cambiato di segno, penalizzando le aziende più esposte su queste aree, a cui si aggiunge un certo ridimensionamento della capacità di spesa delle nuove classi medie dei Paesi emergenti, che mandano di conseguenza qualche segnale in favore del prodotto sintetico e gomma rispetto a quello pelle e cuoio.

Ma con lo Shoe Report 2016 si è voluto anche sviluppare più ampiamente una parte monografica, dedicata quest'anno ai rapporti delle imprese calzaturiere con il sistema bancario e con quello finanziario. Il risultato è che gli imprenditori, pur riconoscendo qualche maggiore attenzione nei confronti dell'economia reale da parte delle banche, sottolineano come queste ultime tendano più facilmente ad offrire finanziamenti alle aziende che già vanno bene, ma stentino ad esporsi verso la seconda tipologia di imprese, quelle che – pur non essendo consolidate e dinamiche – presentano buone potenzialità e buoni progetti, anche se non risultano abbastanza capitalizzate o con un *cash flow* abbondante.

Mentre, sotto il profilo finanziario, si è davanti ad un duplice atteggiamento imprenditoriale: da un lato si ha consapevolezza dei vantaggi derivanti dall'ingresso di possibili investitori esterni nel capitale dell'azienda e dall'altro si è assai prudenti sotto il profilo dei comportamenti conseguenti. Anche se una certa apertura esiste, da parte soprattutto delle aziende grandi e medie, ma anche da quelle particolarmente impegnate nelle operazioni di riposizionamento/ristrutturazione e portatrici di progetti di sviluppo.

Ermeneia – Studi & Strategie di Sistema è una società di consulenza e di ricerca, che opera per conto di singole aziende, di soggetti della rappresentanza economica e sociale, di soggetti istituzionali a livello nazionale e locale. Si occupa con particolare attenzione dello sviluppo delle imprese, dell'evoluzione dei diversi settori economici e delle loro articolazioni territoriali, nonché di evoluzione dei sistemi associativi.

ASSOCALZATURIFICI ITALIANI rappresenta le imprese del settore calzaturiero che sono in grande maggioranza di dimensione media, piccola o addirittura micro. Fa parte del Sistema Confindustria a livello nazionale ed è anche parte integrante del CEC – Confederazione Europea dei Produttori di Calzature. Oltre alla rappresentanza del comparto nei confronti delle associazioni sindacali, dei consumatori e del Governo, Assocalzaturifici Italiani eroga servizi ai propri associati, organizza manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero e predispone periodiche informazioni statistiche riguardanti l'evoluzione del settore.