

IMPRESE E BUROCRAZIA IN VENETO

**Come le piccole e micro imprese
giudicano la Pubblica Amministrazione**

Venezia, 17 dicembre 2012



PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

1. L'INDAGINE : OBIETTIVI E ASPETTI METODOLOGICI

1.1. L'indagine nazionale

1.2. Il focus sulla regione Veneto

1.3. La metodologia di indagine

1.3. La composizione del campione

2. LA PA COME FONTE DI COSTO

3. LA PA COME MOTORE DI INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE

4. LA PA COME FONTE DI BUSINNES PER LE IMPRESE

5. CONOSCENZA E GRADIMENTO DEI SERVIZI CAMERALI



PROMO P.A.
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

1.1. L'indagine nazionale

“Imprese e Burocrazia” è una ricerca istituzionale progettata e realizzata da Promo P.A. Fondazione da ormai 7 anni, che si pone tre obiettivi strategici:

1

Monitorare l'andamento dei costi legati agli oneri burocratico-amministrativi delle aziende e il livello di soddisfazione delle micro e piccole imprese italiane (PMCI) in rapporto con la PA, grazie anche alle storiche maturate nel corso delle sei precedenti edizioni

2

Valutare come alcuni recenti interventi legislativi abbiano di fatto semplificato la vita delle imprese e di come la pubblica amministrazione sia riuscita a sostenere le PMCI in questa difficile congiuntura economica

3

Analizzare come la pubblica amministrazione può essere o diventare un motore di sviluppo per le micro imprese e non essere più vista come un fattore ostativo all'evoluzione delle economie di scala

1.2. Il focus sulla regione Veneto

1°
obiettivo

verificare come il **Veneto si collochi nel più ampio contesto nazionale**, relativamente ai temi del rapporto tra micro e piccole imprese e burocrazia e rispetto ai temi della semplificazione amministrativa e della sburocratizzazione

comprendere se **la PA**, in un momento di grande difficoltà per le imprese come quello attuale, **può rappresentare un volano per la ripresa della competitività delle imprese venete** oppure un ulteriore fattore ostativo e un limitante.

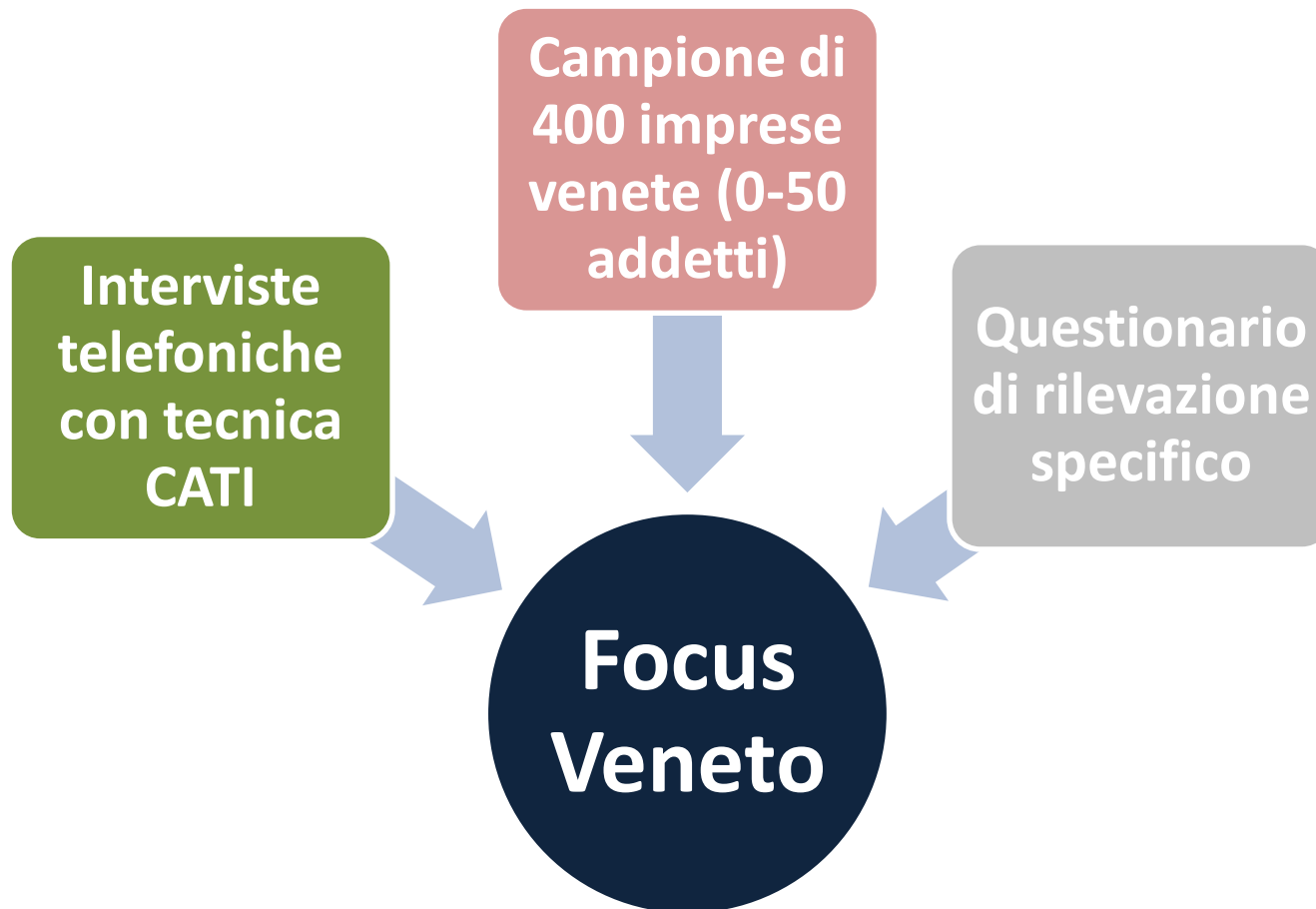
2° obiettivo



PROMO P.A.
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

1.3. La metodologia



PROMO P.A.
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

1. L'INDAGINE : OBIETTIVI E ASPETTI METODOLOGICI

2. LA PA COME FONTE DI COSTO

2.1. Il costo degli adempimenti amministrativi

2.2. Il gradimento delle PA locali

2.3. L'efficienza e l'efficacia della PA

2.4. Le reti di impresa

3. LA PA COME MOTORE D'INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE

4. LA PA COME FONTE DI BUSINNES PER LE IMPRESE

5. CONOSCENZA E GRADIMENTO DEI SERVIZI CAMERALI VENETI

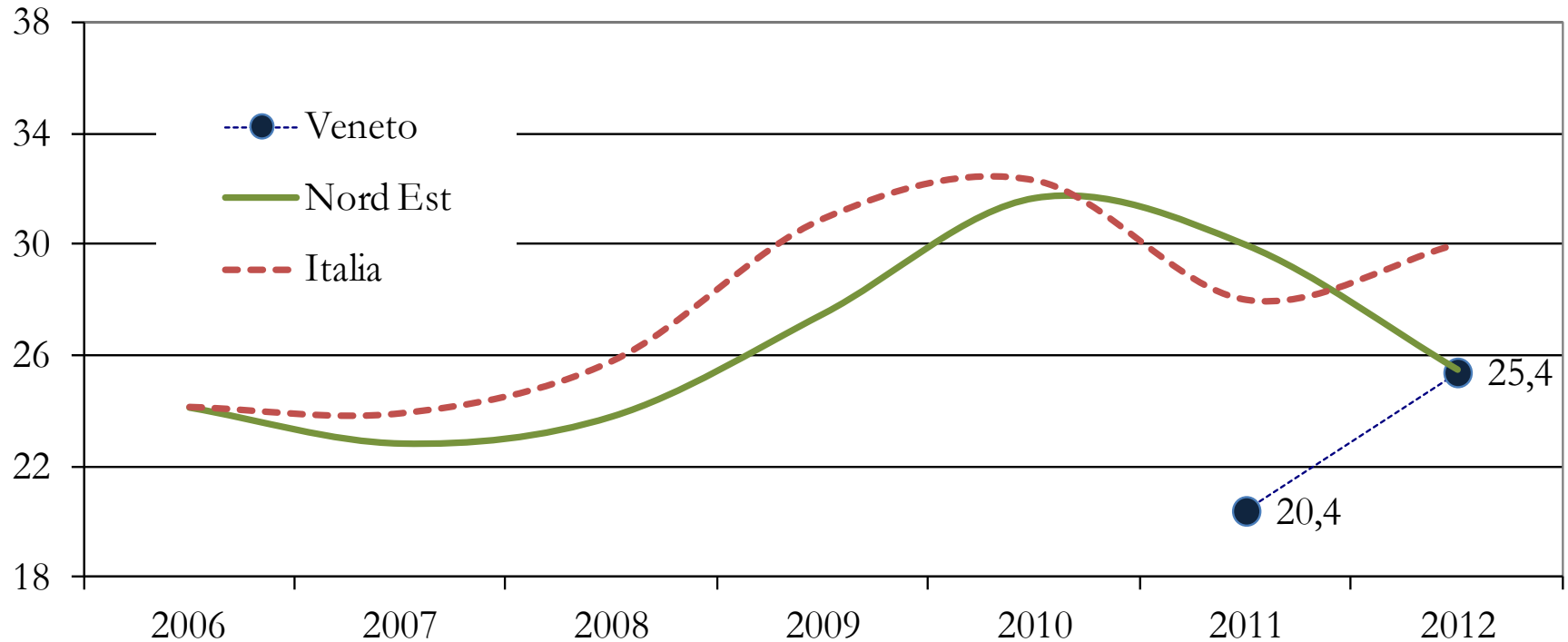


PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

2.1. Il costo degli adempimenti amministrativi: i costi interni (1/4)

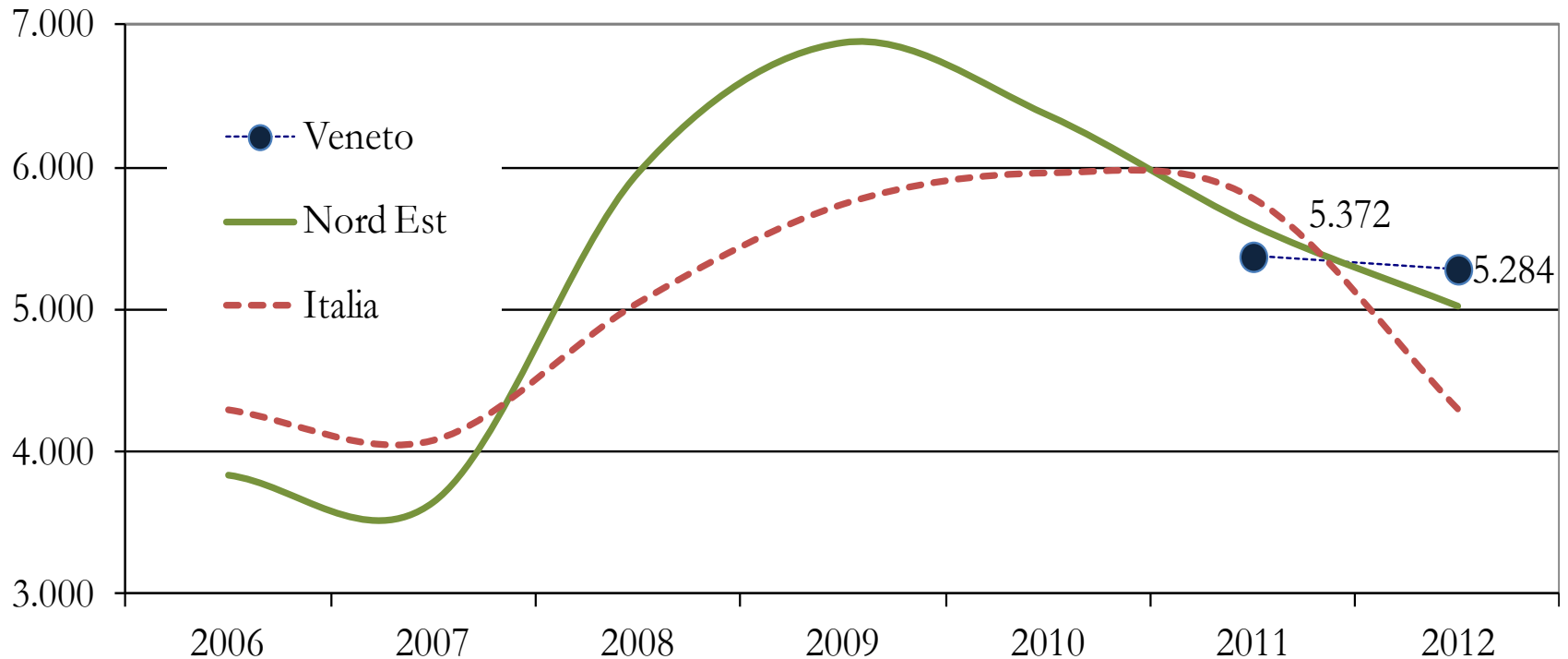
Giornate/persona annue dedicate all'espletamento degli adempimenti amministrativi, valori assoluti, trend 2006-2012



Il Veneto registra 25,4 giornate/uomo nel 2012, in crescita rispetto al 2011, pur nella media del Nord Est e al di sotto del dato nazionale. Il dato deriva probabilmente da un maggior impiego del personale interno nell'espletare gli oneri burocratici a fronte di politiche aziendali volte al contenimento del costo dei consulenti

2.1. I costi degli adempimenti amministrativi: i costi esterni (2/4)

Ricorso all'opera di consulenti per l'espletamento degli adempimenti amministrativi, valori assoluti, trend 2006-2012



I costi per i consulenti esterni in effetti si riducono leggermente passando da 5.372 euro del 2011 a 5.284 euro del 2012. Si nota in questo dato il duplice effetto della liberalizzazione delle tariffe e del processo di fronte riorganizzazione interna alle imprese in questa fase particolarmente difficile.

2.1. I costi degli adempimenti amministrativi (3/4)

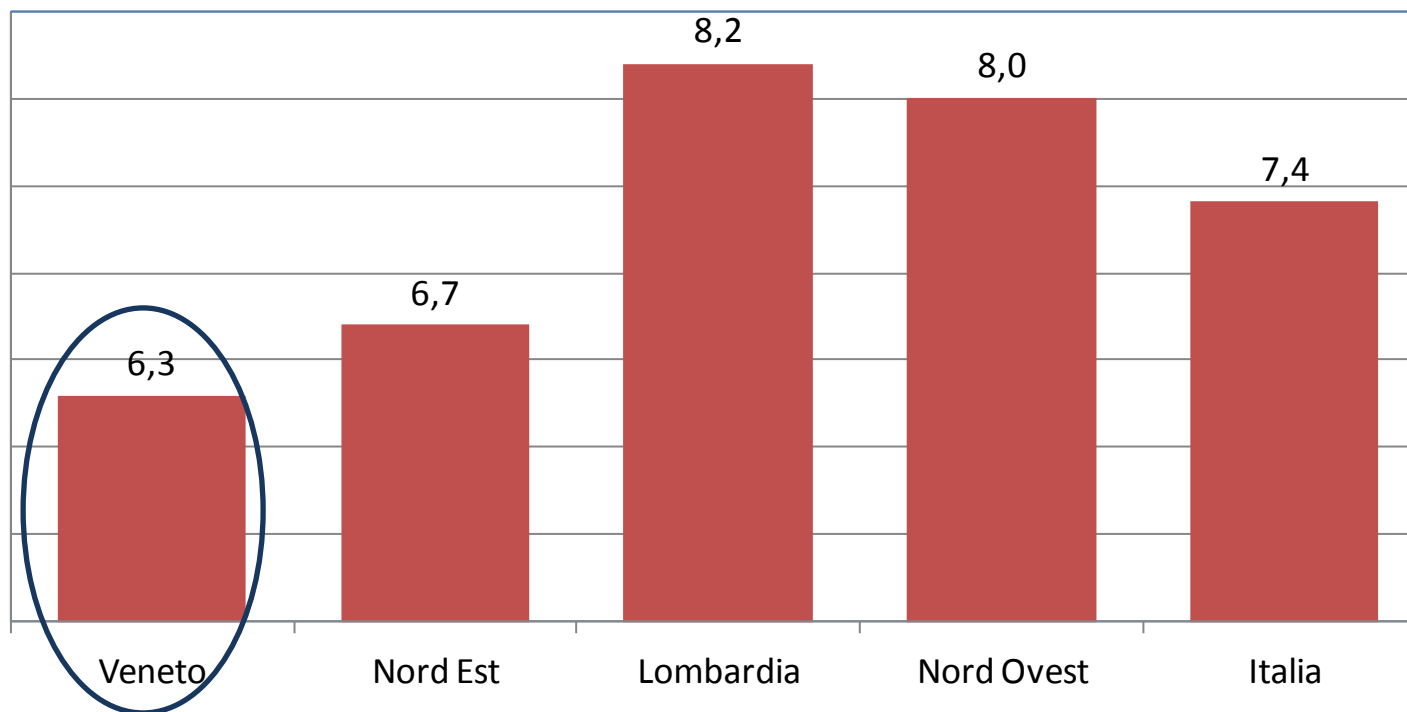
Totale costi sostenuti, consulenti esterni + gg/uomo 250 euro,
valori assoluti, trend 2006-2012

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Veneto						10.478	11.634
Lombardia			12.686	12.223	16.701	11.841	12.415
Nord Est	9.859	9.224	11.908	13.753	14.286	12.351	11.392
Nord Ovest	11.811	11.230	10.573	13.544	15.888	12.455	12.733
Italia	10.332	10.061	11.494	13.464	14.024	12.765	11.797

Se a livello nazionale i costi complessivi si riducono, ma non tanto per effetto della riduzione dei costi burocratici quanto per il contenimento del ricorso ai consulenti e quindi per un ridimensionamento complessivo interno all'azienda, in Veneto i **costi totali aumentano per effetto della crescita delle giornate uomo.**

2.1. I costi degli adempimenti amministrativi (4/4)

Incidenza dell'onere da PA sul fatturato, valori percentuali, anno 2012

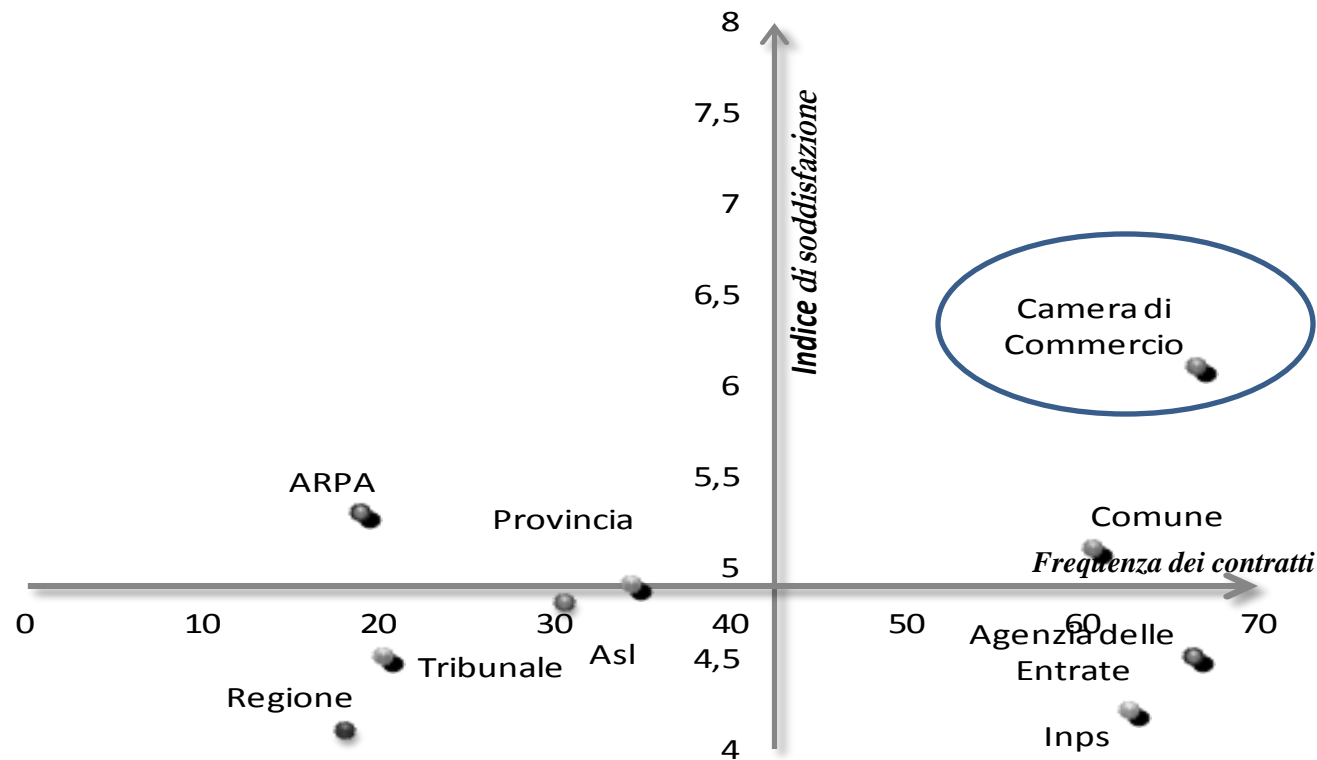


L'aumento dei costi si traduce in una **percezione dell'onere da PA sul fatturato che si attesta intorno al 6,3%.**

Il dato è comunque più basso rispetto al dato medio Italia.

2.2. Il gradimento delle PA locali

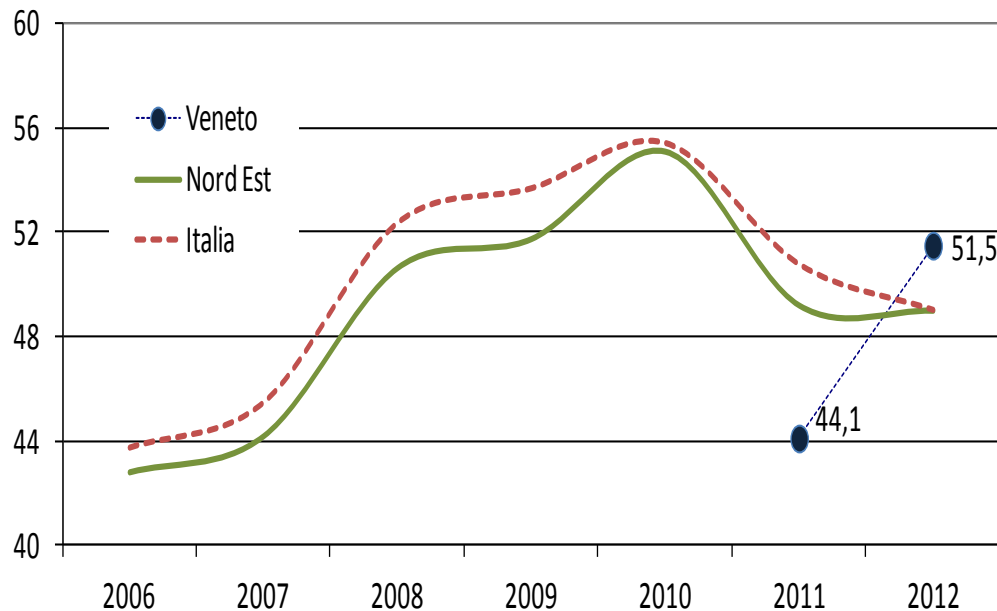
Livello di contatto e di gradimento degli uffici pubblici, scala 0-10, 2012



La **Camera di Commercio** anche per il 2012 si confermano essere gli Enti più frequentati e più apprezzati dalle imprese

2.3. L'efficienza e l'efficacia della PA (1/1)

Efficiency gap medio per area territoriale, valori percentuali, anno 2012



In termini percettivi l'attesa di miglioramento nei rapporti con la PA è più forte in Veneto che nel resto del paese.

L'efficiency gap **aumenta di circa 7 punti tra il 2011 e il 2012**, a testimonianza del malumore diffuso e della percezione negativa delle imprese.



PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE
RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

1. L'INDAGINE : OBIETTIVI E ASPETTI METODOLOGICI

2. LA PA COME FONTE DI COSTO

3. LA PA COME MOTORE DI INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE

3.1. L'impatto della riforma del lavoro

3.2. Conoscenza ed efficacia degli interventi di semplificazione

3.3. L'impatto delle misure anticrisi

4. LA PA COME FONTE DI BUSINESS PER LE IMPRESE

5. CONOSCENZA E GRADIMENTO DEI SERVIZI CAMERALI

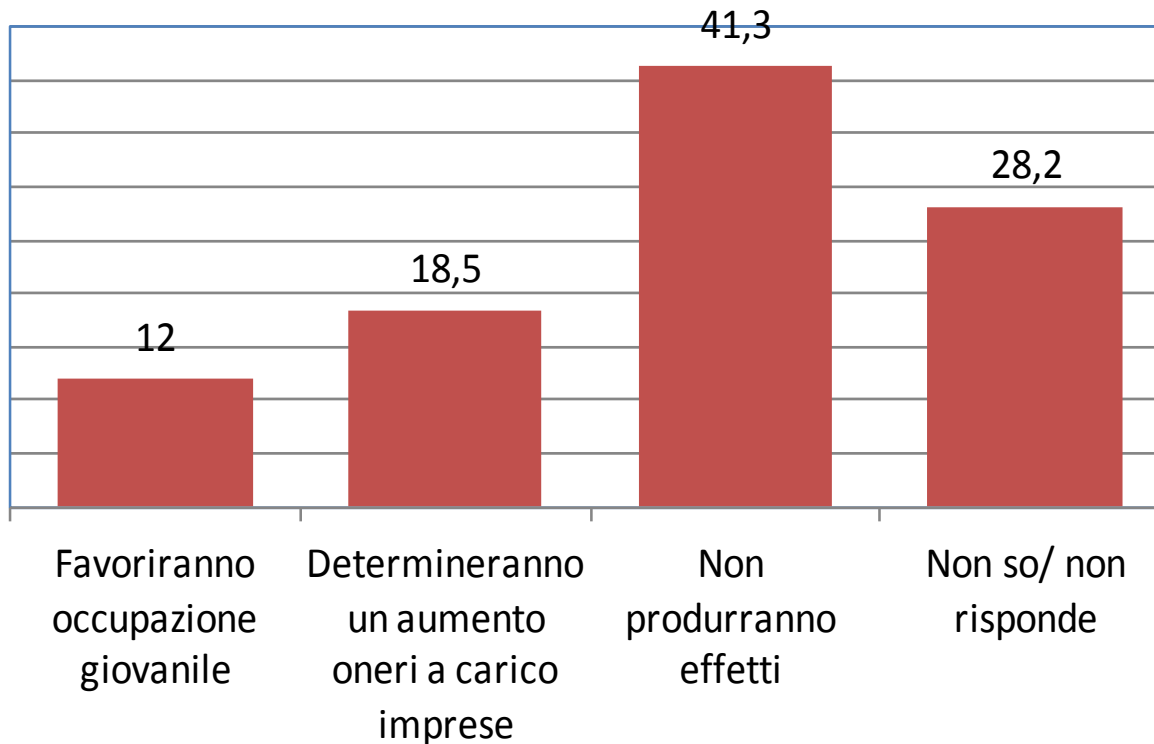


PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

3.1. L'impatto della riforma del lavoro (1/2)

L'impatto della riforma Fornero , valori percentuali anno 2012



Quasi la metà degli imprenditori veneti (41,3%) ritiene che il nuovo impianto legislativo non sia adeguato a risolvere le problematiche legate alle difficoltà di accesso dei giovani al mercato del lavoro. Il dato è leggermente migliore rispetto alla media nazionale (45%)

3.2. Conoscenza ed efficacia degli interventi di semplificazione (1/2)

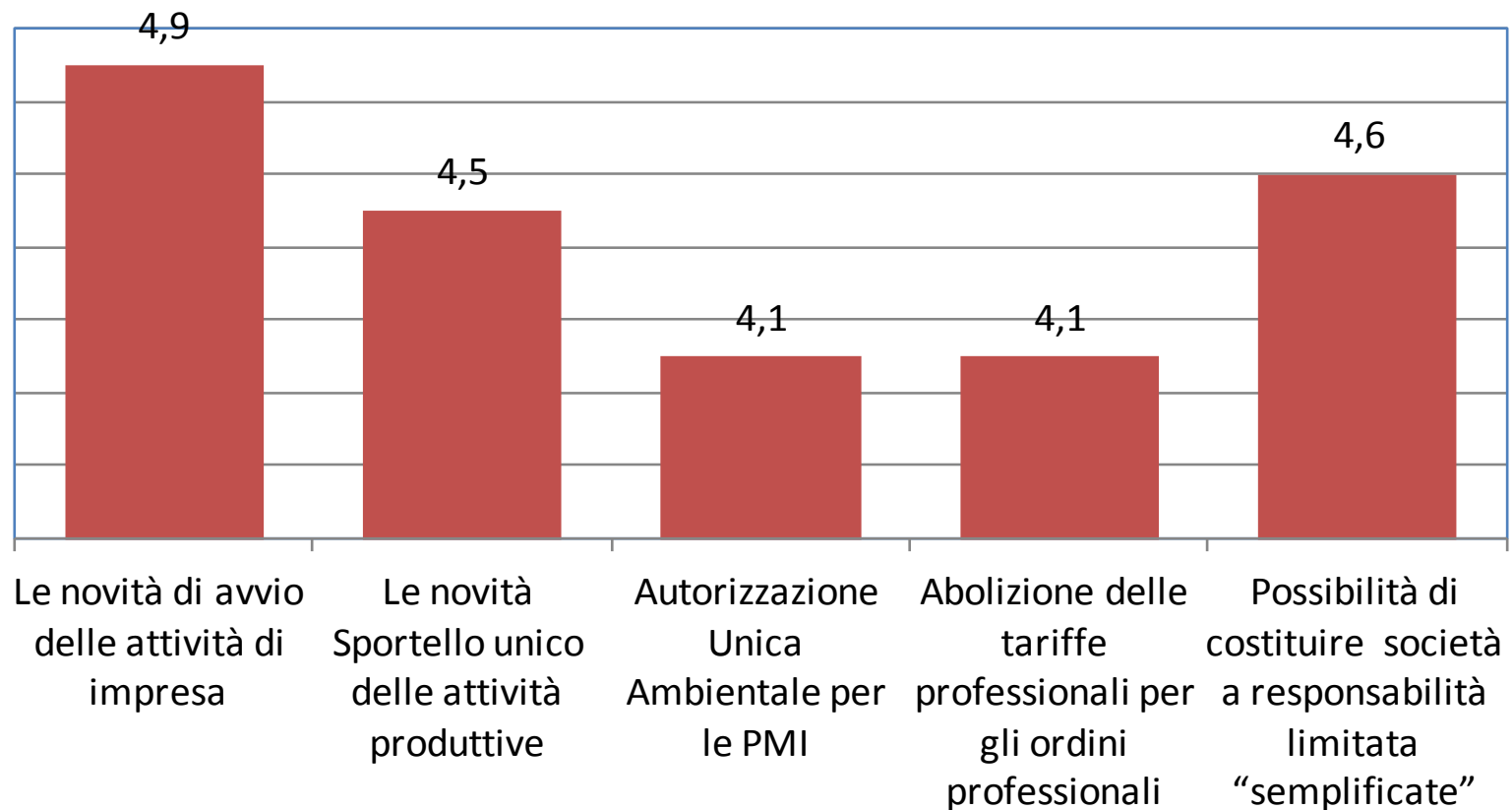
Conoscenza delle diverse tipologie di intervento, valori percentuali, anno 2012

	Veneto	Nord Est	Lombardia	Nord Ovest	Italia
Novità avvio delle attività di impresa	25,8	22,9	25,2	23	28,5
Novità Sportello unico delle attività produttive	20,9	18,2	17,2	17,2	21,5
Autorizzazione Unica Ambientale	19,7	16,3	14,3	14,6	17,6
Abolizione tariffe professionali	21,4	21,9	17,6	17,2	22,4
Costruzione di società a responsabilità limitata "semplificate"	19,1	13,9	18,5	19,9	21,7

Gli interventi più conosciuti sono le novità in materia di avvio delle attività d'impresa e l'abolizione delle tariffe professionali.

3.2. Conoscenza ed efficacia degli interventi di semplificazione (2/2)

Livello di efficacia degli interventi di semplificazione, scala 0-10, anno 2012



Gli **interventi di semplificazione** dell'ultimo anno sono ritenuti **inadeguati** dalle imprese venete, a conferma dello sforzo ulteriore che deve essere fatto nella direzione di una concreta attuazione dei provvedimenti

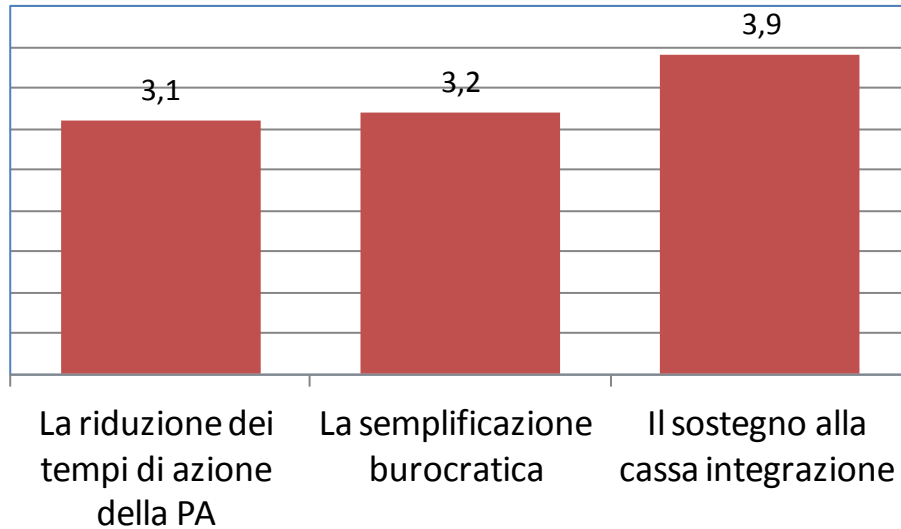


PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

3.3. L'impatto delle misure anticrisi

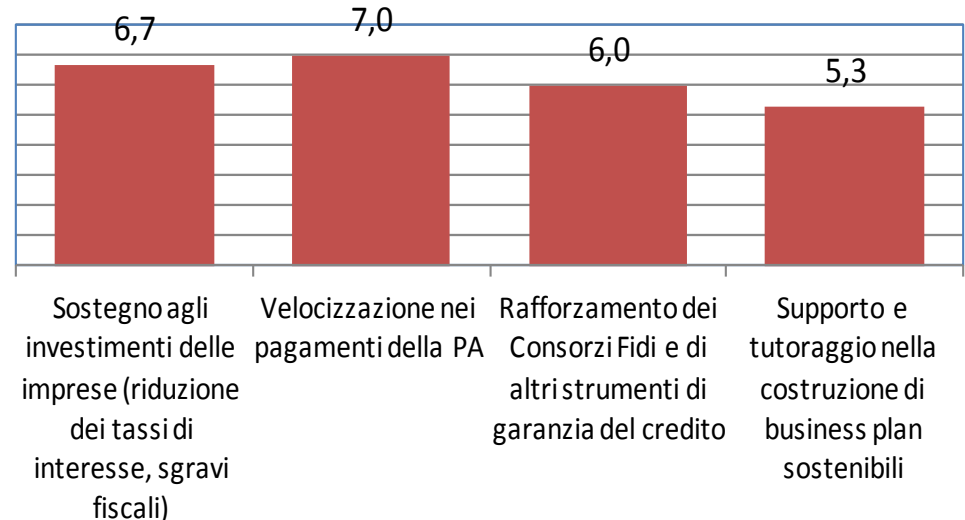
Adeguatezza del ruolo della PA per alleviare gli effetti della crisi, valori percentuali anno



Le PMCI venete esprimono la loro sfiducia nelle istituzioni pubbliche e si fermano su giudizi molto bassi, intorno ai 3-4 punti, per tutti gli *item* proposti. Il **valore più bassi** è registrato sia sul tema della **semplificazione burocratica** che sul tema della **riduzione dei tempi di azione della PA**

Interventi della PA per favorire gli investimenti, scala 0-10

Le imprese chiedono due cose: **velocizzare i tempi di pagamento e sostenere la capacità di investimento delle imprese.**



1. L'INDAGINE : OBIETTIVI E ASPETTI METODOLOGICI
 2. LA PA COME FONTE DI COSTO
 3. LA PA COME EMOTORE D'INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE
 4. LA PA COME FONTE DI BUSINNES PER LE IMPRESE
 - 4.1. *La PA come mercato per le piccole e microimprese*
 - 4.2. *I crediti delle imprese nei confronti della PA*
-
5. CONOSCENZA E GRADIMENTO DEI SERVIZI CAMERALI

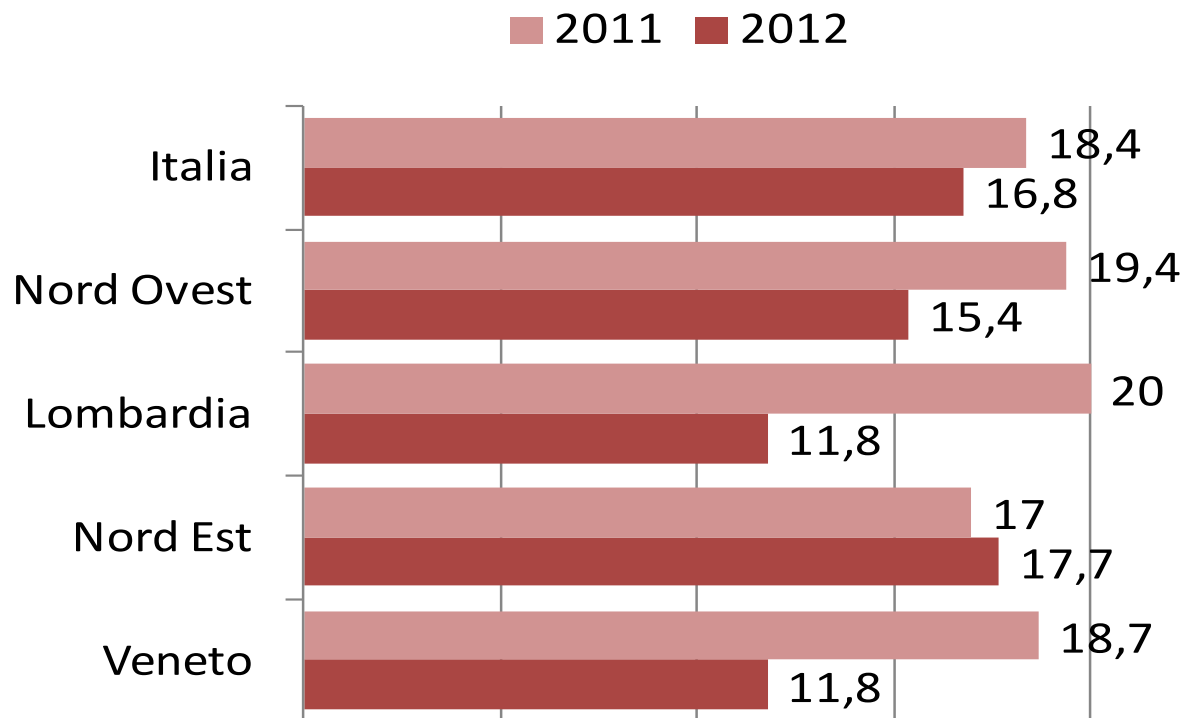


PROMO P.A.
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

4.1. La PA come mercato per le piccole e microimprese (1/2)

Partecipazione a gare bandite dalla PA e mercato della PA, valori percentuali dei "si", confronto 2011-2012,



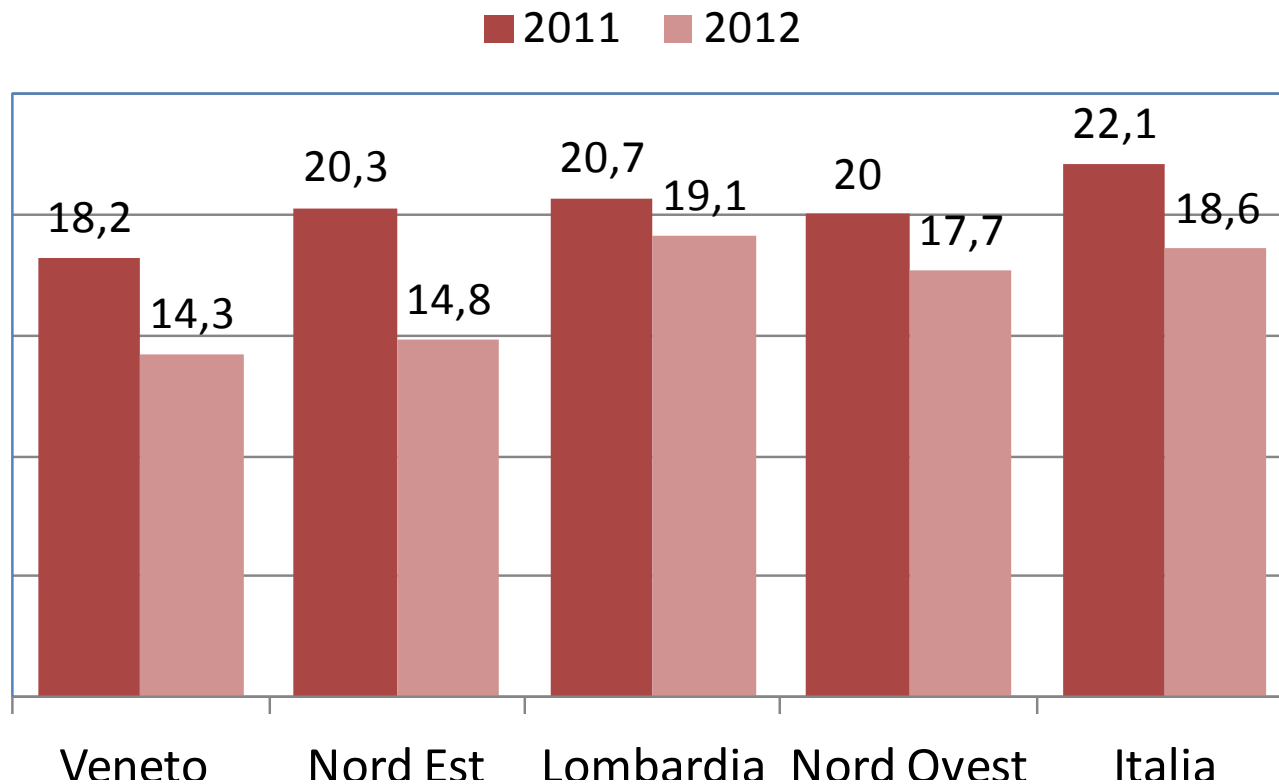
Si conferma la **bassa propensione** delle PMCI venete a partecipare a gare. In calo rispetto all'anno scorso la percentuale di aziende venete che partecipa a gare pubbliche; il dato è inferiore sia alla media nazionale e al Nord Est.



PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE
RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

4.1. La PA come mercato per le piccole e microimprese (2/2)

Incidenza media del cliente PA sul fatturato, valori percentuali, raffronto 2011-2012

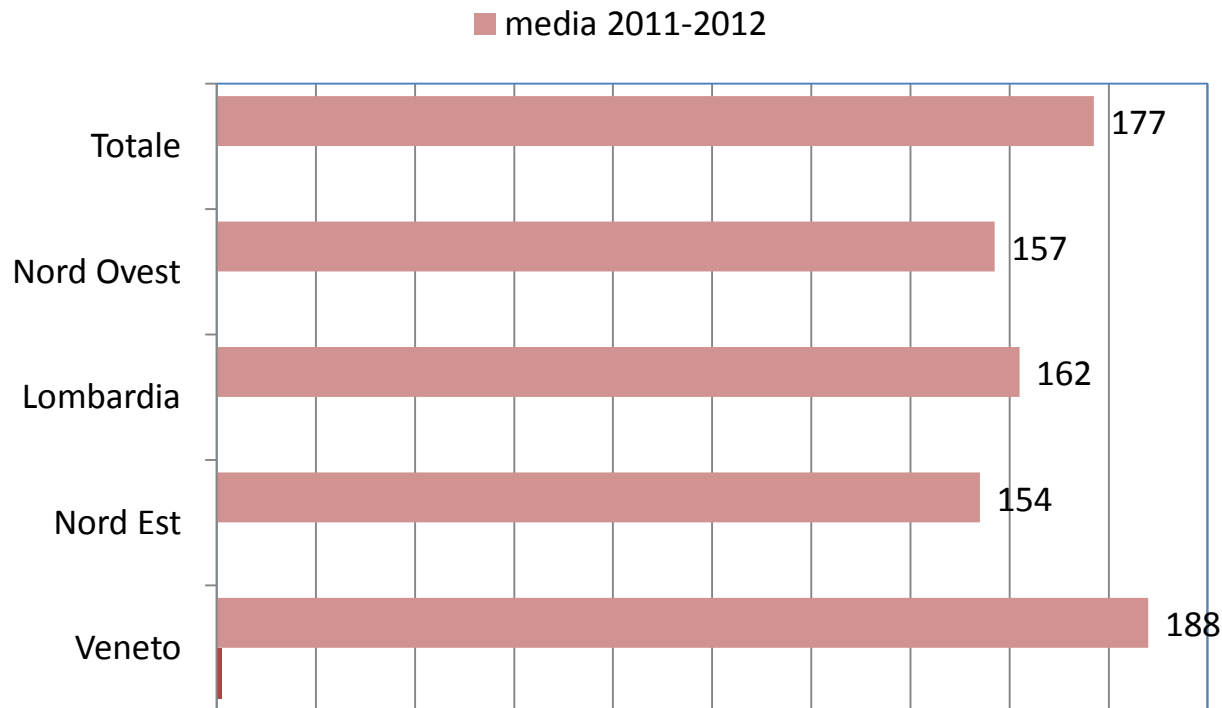


Dal confronto temporale con le percentuali di fatturato 2011, si delinea un panorama di **forte e generalizzata contrazione**.



4.2. I crediti delle imprese nei confronti della PA (1/3)

Ritardo medio dei pagamenti della PA, valori assoluti media 2011-2012,



Nel biennio 2011-2012 si registra anche un **peggioramento dei tempi di pagamento**, che arrivano a 188 giornate. Il dato veneto è il peggiore di tutte le aree territoriali esaminate.

4.2. I crediti delle imprese nei confronti della PA (2/3)

Crediti in sofferenza maturati verso la PA nell'ultimo anno, percentuale sul totale dei rispondenti che hanno dichiarato di lavorare con la PA, confronto territoriale, anno 2012,

	Veneto	Nord Est	Lombardia	Nord Ovest	Italia
Mai	49	65,3	60,7	53	47,9
Sì,	36,9	22,2	17,7	21,4	26,6
Frequentemente	14	12,4	21,6	25,6	25,5

Il 51% delle aziende venete dichiara di aver maturato crediti con la PA . Il dato è leggermente inferiore alla media Italia (53%), ma superiore a quello lombardo (39,3%).

4.2. I crediti delle imprese nei confronti della PA (3/3)

Stima del costo della mancata liquidità, valori assoluti, media 2011-2012

	Italia			Veneto		
	Totale Micro e Piccole Imprese (milioni di euro)	Costi medi per imprese fornitrici della PA (euro)	Costi medi per impresa PMIC (euro)	Totale Micro e Piccole Imprese (milioni di euro)	Costi medi per imprese fornitrici della PA (euro)	Costi medi per impresa PMIC (euro)
Valore dei crediti verso la PA	10.596	44.276	11.674	601	21.996	6.371
periodo medio di mora (ritardo oltre i 30 gg)	148	148	148	159	159	159
(A) Onere finanziario dovuto alla mancanza di liquidità (si ipotizza l' applicazione di un tasso del 5% sul valore del credito annuo, per i giorni di ritardo medio di pagamento)	214	895	236	13	478	138
(B) Interessi di mora (interesse che per legge la Pa è obbligata a versare in caso di ritardato pagamento)	68	285	75	4	155	45
Totale "costo mancata liquidità" (A-B)	146	610	161	9	323	93

Il costo medio dei crediti ammonta per il sistema Veneto a **circa 600 milioni di euro** nel biennio 2011-2012, che corrisponde a 22.000 euro ad impresa, se consideriamo solo le imprese che lavorano per la PA e a 6.370 euro, se invece consideriamo tutte le PMCI. La mancata liquidità derivata dai ritardi nei pagamenti della PA ammonta a **323 euro per le sole imprese fornitrici della PA.**



PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

1. L'INDAGINE : OBIETTIVI E ASPETTI METODOLOGICI
2. LA PA COME FONTE DI COSTO
3. LA PA COME MOTORE D'INNOVAZIONE E SEMPLIFICAZIONE
4. LA PA COME FONTE DI BUSINNES PER LE IMPRESE
5. CONOSCENZA E GRADIMENTO DEI SERVIZI CAMERALI
 - 5.1. *Conoscenza, utilizzo e gradimento dei servizi del sistema camerale veneto*
 - 5.2. *Strategicità e adeguatezza delle aree di intervento camerali*
 - 5.3. *Focus internazionalizzazione e reti*

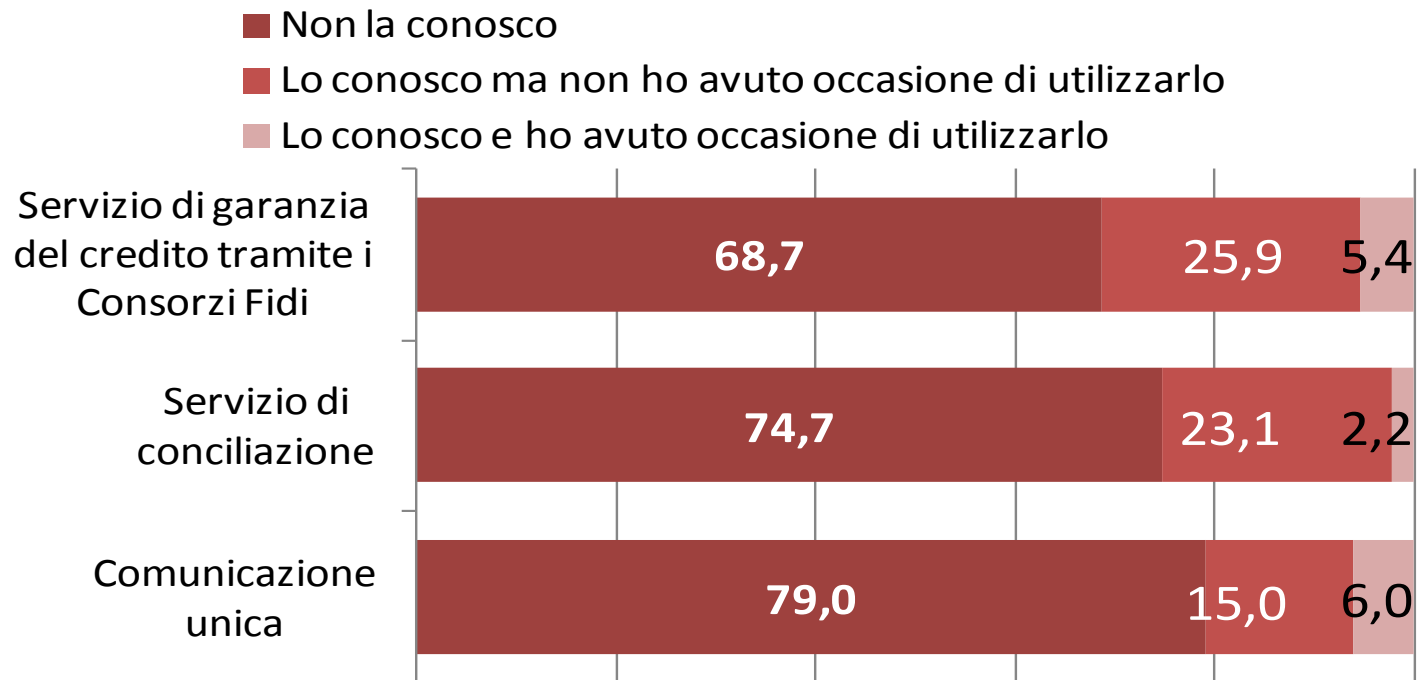


PROMO P.A.[®]
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

5.1. Conoscenza, utilizzo e gradimento dei servizi del sistema camerale veneto (1/2)

Conoscenza e utilizzo dei servizi camerali veneti, valori percentuali, anno 2012



Si registra anche nel 2012 un **non sufficiente livello di conoscenza dei servizi camerali** tra le imprese piccole e piccolissime. Le aree di azione più conosciute sono quelle relative al sostegno al credito e al servizio di conciliazione.



5.1. Conoscenza, utilizzo e gradimento dei servizi del sistema camerale veneto (2/2)

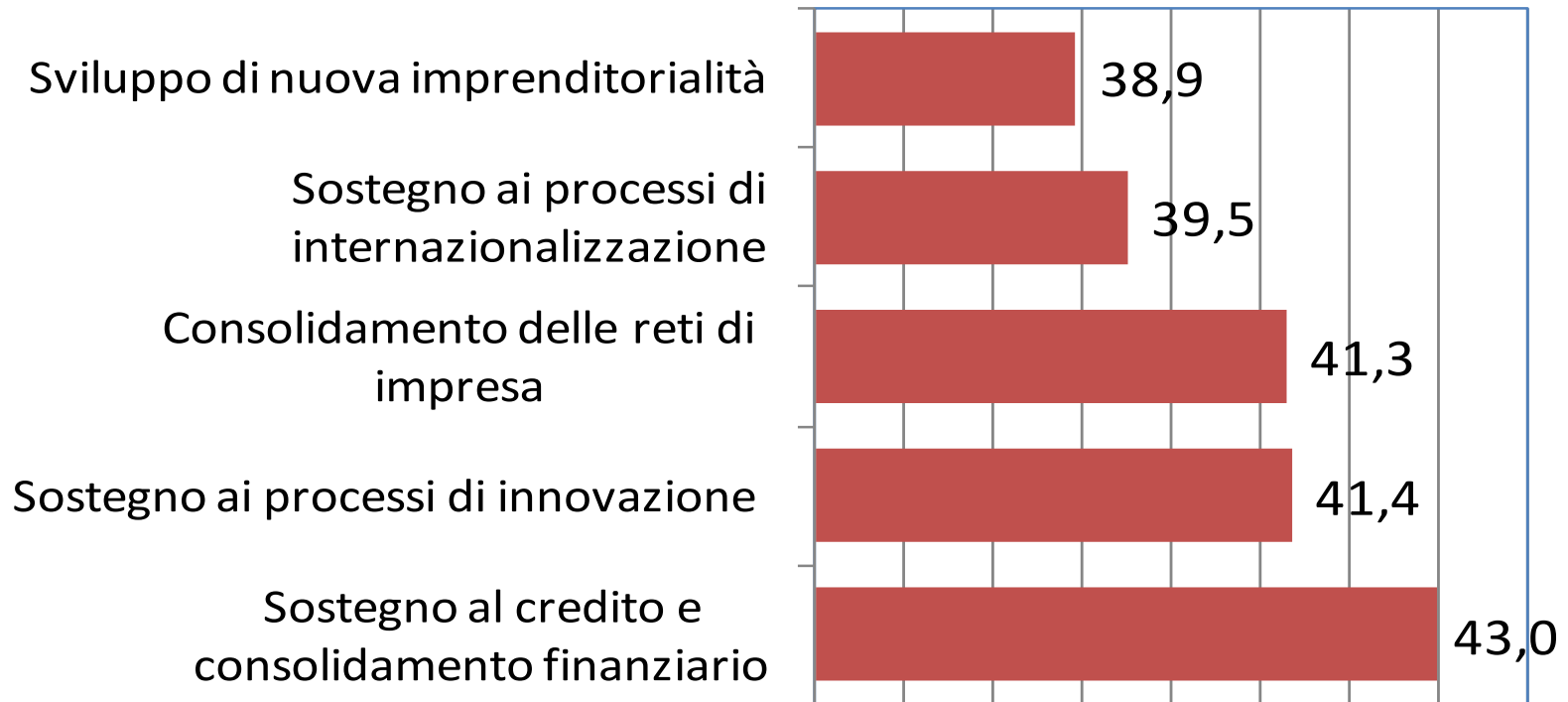
*Livello di efficacia degli interventi, scala 0-10 (5=livello di sufficienza),
anno 2012*



Tutti e tre i **servizi esaminati** presentano un **livello di efficacia soddisfacente**, se si considera il momento di particolare “sfiducia” del tessuto imprenditoriale verso l’operato delle istituzioni. La Comunicazione Unica, nonostante sia meno conosciuta, risulta essere il servizio più apprezzato.

5.2. Strategicità e adeguatezza delle aree di intervento camerali dei servizi del sistema camerale veneto (2/2)

Aree su cui si concentrano i fabbisogni delle imprese, efficiency gap, valori percentuali, anno 2012



Il **sostegno al credito** è l'area dove si concentra il maggiore fabbisogno del sistema imprenditoriale in questo particolare momento storico. Molto importanti anche gli interventi sul tema dell'**internazionalizzazione** e delle **reti**.

5.3. Internazionalizzazione e reti di impresa (1/3)

Internazionalizzazione: tipologia di supporto da parte della PA, valori percentuali, anno 2012



Gli strumenti messi in campo dalla PA appaiono soddisfacenti. In particolare spicca il giudizio positivo **sull'assistenza specializzata** e sugli **incentivi finanziari**.

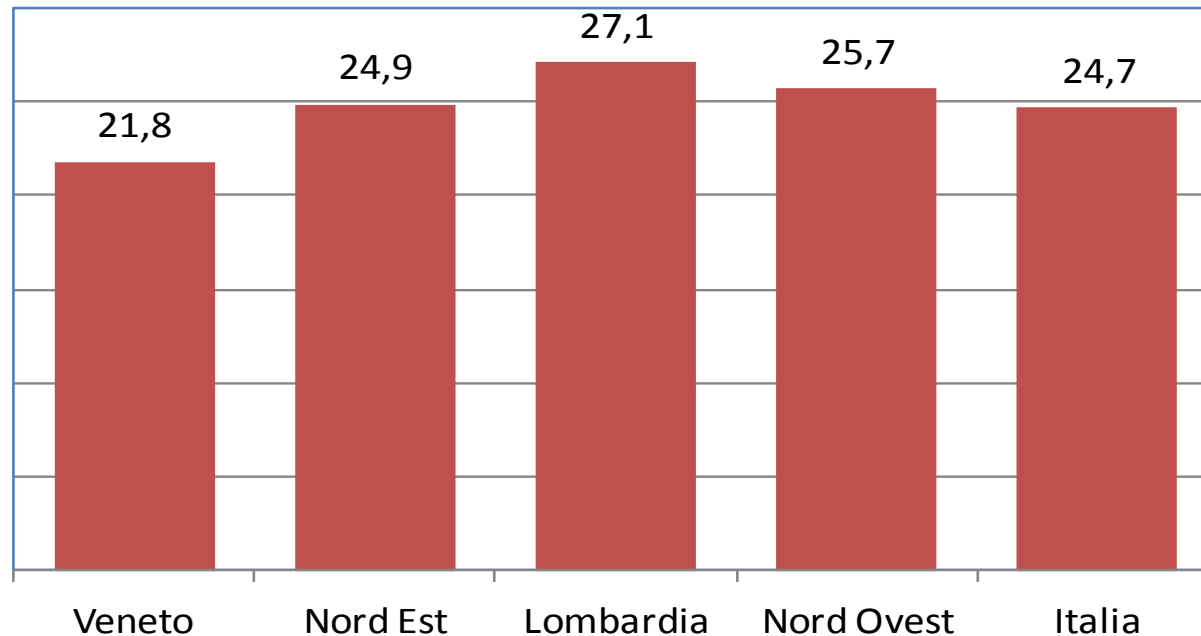
Le aree in cui si concentra il supporto alle imprese riguardano le **pratiche amministrative** e la **partecipazione a fiere ed eventi esteri**. Prevalgono le tipologie di intervento tradizionali del sistema camerale.

Giudizio sull'efficacia del supporto (scala 0-10)



5.3. Internazionalizzazione e reti di impresa (2/3)

Partecipazione a forme di partenariato, valori percentuali, anno 2012



La **propensione al partenariato** rimane in Veneto, come nel resto del Paese, piuttosto **bassa** e interessa il 21% de rispondenti, contro il 24% del dato nazionale.



PROMO P.A.
FONDAZIONE

RICERCA, ALTA FORMAZIONE E PROGETTI
PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

5.3. Internazionalizzazione e reti di impresa (3/3)

Vantaggi dalla costituzione di reti, percentuale dei “sì”, confronto territoriale, anno 2012

	Veneto	Nord Est	Lombardia	Nord Ovest	Italia
Riduzione dei costi	66	69	46,4	39,9	53,6
Mancanza di risorse interne	15,3	13,8	7,7	6,3	12,6
Accesso a nuovi mercati	51,4	47,1	51,6	53,6	53,2
Accesso a nuove tecnologie	38	24,1	38,7	35,2	28,3
Aumento del fatturato	29,4	22	20,6	18,6	25,7
Maggiore visibilità	41,5	18,7	40,7	36,6	48,1
Sviluppo di nuovi prodotti	27,7	24,4	29,9	26,3	17,4

I vantaggi maggiori delle reti sono nella **riduzione dei costi** e nell'**accesso di nuovi mercati**, in coerenza con le priorità delle imprese in questo momento di particolare difficoltà