

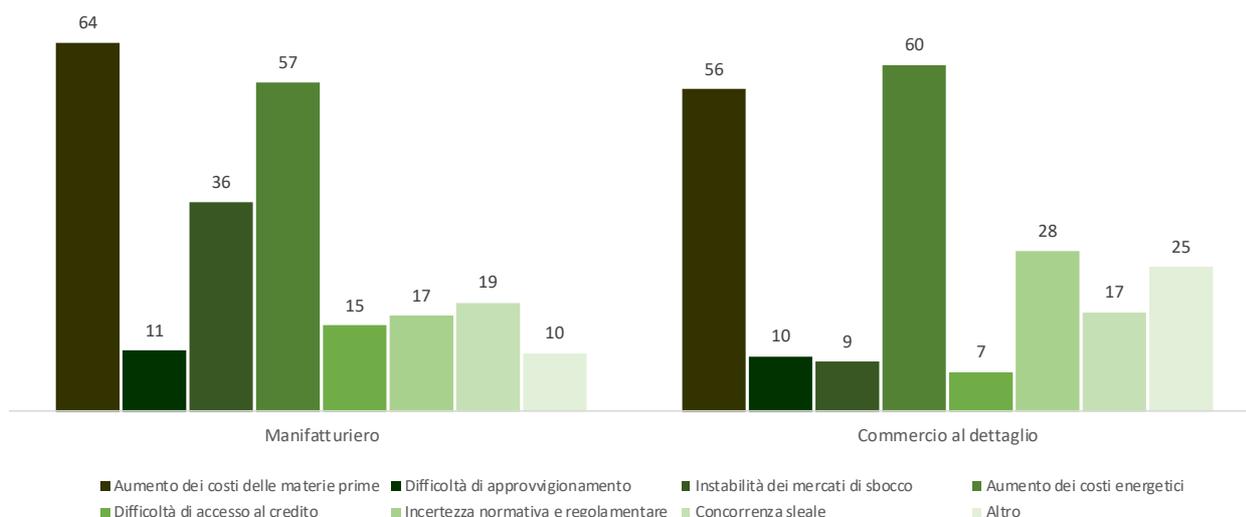
L'ATTUALE CONTESTO DI INCERTEZZA RENDE CAUTE LE IMPRESE BOLOGNESI

Investimenti e assunzioni le principali leve su cui agiscono gli imprenditori

Per oltre 6 imprenditori bolognesi su 10 aumento dei costi energetici e delle materie prime rappresentano le principali sfide da affrontare in un contesto di incertezza globale, con picchi che vanno oltre il 90% per le industrie alimentari e per la grande distribuzione.

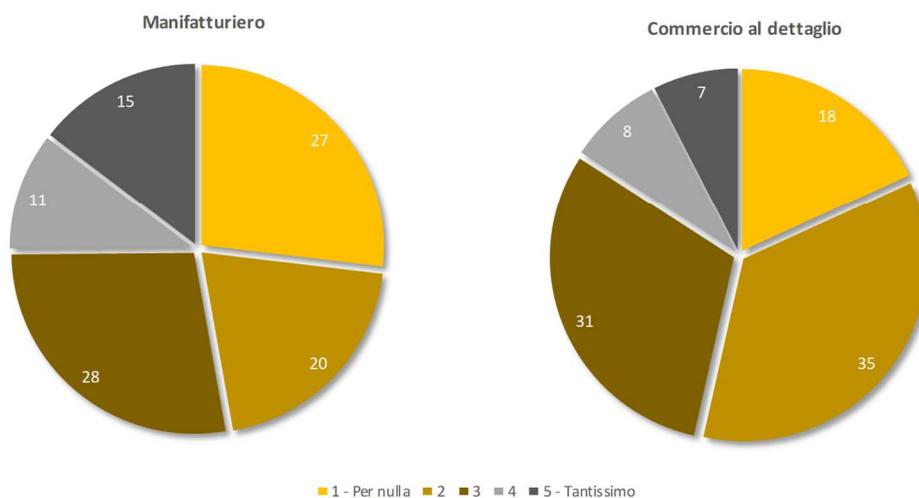
Ma se nell'ambito del commercio al dettaglio solo il 9% degli imprenditori si dimostra preoccupato per l'instabilità dei mercati di sbocco, nel comparto manifatturiero oltre 1 imprenditore su 3, ed oltre uno su due nelle grandi imprese, segnala ulteriori difficoltà legate al contesto internazionale.

Principali sfide affrontate dalle imprese a causa del contesto di incertezza globale
(distrib.% risposte delle imprese - fino a 3 risposte a impresa)



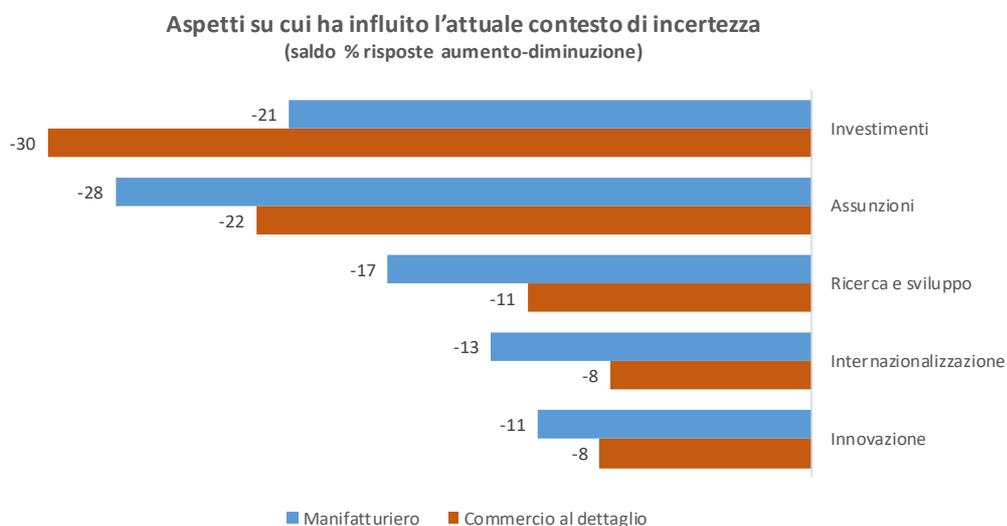
E sono i dazi ipotizzati dagli Stati Uniti sulle merci provenienti dall'Unione Europea a complicare le scelte degli imprenditori bolognesi, tra i quali regna l'incertezza, tanto che il 30% circa degli intervistati, alla domanda relativa all'incidenza dei dazi sulla propria attività lascia ancora una risposta interlocutoria. Ma nel settore manifatturiero, un'ampia fetta di imprenditori, oltre il 25%, si confessa già preoccupato per i potenziali effetti dei dazi sulla sua attività.

Quanto potranno incidere i dazi inseriti da parte degli USA sulle merci provenienti dalla UE sull'attività
(distrib.% risposte delle imprese)



L'attuale contesto di incertezza ha finito per influire anche su alcuni dei principali aspetti dell'attività imprenditoriale: il saldo tra la percentuale di imprese che ha dichiarato un aumento del ricorso a strumenti di miglioramento aziendale e competitivo, rispetto a quella che ne ha dichiarato invece una

diminuzione, è negativo per tutti gli aspetti rilevati. In particolare, sembrano essere investimenti e assunzioni le leve su cui gli imprenditori bolognesi agiscono per mitigare gli effetti delle attuali tensioni economiche, tanto che oltre il 35% degli imprenditori ne segnala una diminuzione. Ma anche strumenti concorrenziali importanti, come l'internazionalizzazione e l'innovazione, hanno visto un recente peggioramento delle condizioni, legato all'attuale contesto di incertezza globale.



Principali sfide affrontate dalle imprese a causa del contesto di incertezza globale per settore di attività, classe dimensionale e provincia
(distrib.% risposte delle imprese)¹

Bologna

	Quali sono le principali sfide che la sua impresa si trova ad affrontare a causa del contesto di incertezza globale (guerre, tensioni commerciali, ecc.)?							
	Aumento dei costi delle materie prime	Difficoltà di approvvigionamento	Instabilità dei mercati di sbocco	Aumento dei costi energetici	Difficoltà di accesso al credito	Incertezza normativa e regolamentare	Concorrenza sleale	Altro
TOTALE MANIFATTURIERO escluse Costruzioni	64	11	36	57	15	17	19	10
- di cui: Artigianato	62	8	33	55	18	15	24	11
SETTORI DI ATTIVITA'								
Industrie dei metalli	47	7	48	47	25	13	36	15
Industrie alimentari e delle bevande	91	12	14	68	6	12	11	3
Ind. tessili, abbigliamento, cuoio, calzature	64	9	28	68	7	24	17	4
Industrie del legno e del mobile	87	2	49	67	0	14	21	1
Industrie meccaniche, elettriche e mezzi di trasporto	66	15	40	57	10	20	10	11
Altre industrie manifatturiere	71	10	23	62	20	16	11	8
CLASSE DIMENSIONALE								
Imprese 1-9 dip.	61	9	34	56	18	18	23	10
Imprese 10-49 dip.	70	11	36	63	14	13	15	10
Imprese 50 dip. e oltre	69	21	57	47	1	20	7	13
TOTALE MANIFAT. comprese Costruzioni	67	10	27	51	16	20	16	11
- di cui: Artigianato	64	8	23	47	19	19	19	13
Costruzioni	71	9	8	38	18	26	10	14
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	56	10	9	60	7	28	17	25
SETTORI DI ATTIVITA'								
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	82	7	1	83	4	26	17	7
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	48	11	11	53	8	29	18	31
- <i>Abbigliamento ed accessori</i>	74	0	26	59	26	26	22	19
- <i>Prodotti per la casa ed elettrodomestici</i>	60	1	4	60	18	1	19	37
- <i>Altri prodotti non alimentari</i>	38	16	7	51	0	34	16	34
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	97	0	32	82	3	0	0	18
CLASSE DIMENSIONALE								
Piccola Distribuzione	55	9	8	62	7	29	16	26
Media Distribuzione	66	19	11	49	8	22	26	13
Grande Distribuzione	75	0	21	58	11	16	25	18

(1) La somma dei valori percentuali relativi alle varie modalità indicate può superare il 100% in quanto le imprese potevano indicare fino a tre risposte

Aspetti su cui l'attuale contesto di incertezza ha influito maggiormente (e in che misura), per settore di attività, classe dimensionale e provincia
(distrib.% risposte delle imprese)

Bologna

	Investimenti			Assunzioni			Ricerca e sviluppo			Internazionalizzazione			Innovazione		
	Aumento	Diminuz.	Ininfluyente	Aumento	Diminuz.	Ininfluyente	Aumento	Diminuz.	Ininfluyente	Aumento	Diminuz.	Ininfluyente	Aumento	Diminuz.	Ininfluyente
TOTALE MANIFATTURIERO escluse Costruzioni	16	37	47	8	35	57	4	21	74	8	21	72	14	25	60
- di cui: Artigianato	16	39	44	5	39	57	2	24	74	5	21	74	11	31	58
SETTORI DI ATTIVITA'															
Industrie dei metalli	29	49	22	4	54	43	4	29	68	2	34	64	12	38	50
Industrie alimentari e delle bevande	5	40	55	6	21	74	0	22	78	1	8	90	2	27	71
Ind. tessili, abbigliamento, cuoio, calzature	11	22	66	6	21	73	2	14	84	3	10	86	11	13	76
Industrie del legno e del mobile	0	13	87	14	13	73	14	19	67	14	5	82	15	18	67
Industrie meccaniche, elettriche e mezzi di trasporto	11	36	53	13	30	56	6	22	72	15	21	64	19	23	58
Altre industrie manifatturiere	15	24	61	4	34	62	3	9	87	8	12	80	18	14	68
CLASSE DIMENSIONALE															
Imprese 1-9 dip.	18	36	46	7	38	56	4	20	76	6	19	75	12	29	59
Imprese 10-49 dip.	13	40	47	8	33	59	3	27	70	7	26	67	14	25	60
Imprese 50 dip. e oltre	12	32	56	13	27	60	9	9	82	20	15	65	28	4	68
TOTALE MANIFAT. comprese Costruzioni	13	35	51	9	31	59	6	17	77	6	16	78	13	20	67
- di cui: Artigianato	12	38	50	7	33	60	5	18	77	5	15	80	9	23	68
Costruzioni	8	33	59	13	23	64	10	8	82	3	7	90	9	10	81
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	5	36	59	2	24	74	6	17	77	1	9	90	10	18	73
SETTORI DI ATTIVITA'															
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	7	16	77	7	4	89	1	4	95	3	0	97	11	13	77
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	4	42	54	0	30	70	7	21	72	0	12	88	9	20	71
- <i>Abbigliamento ed accessori</i>	11	59	30	0	41	59	8	30	63	0	11	89	15	15	70
- <i>Prodotti per la casa ed elettrodomestici</i>	18	39	43	0	20	80	1	1	98	0	1	99	2	20	78
- <i>Altri prodotti non alimentari</i>	0	36	64	0	28	72	8	22	70	0	13	87	8	21	71
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	32	21	47	0	55	45	0	3	97	0	3	97	0	21	79
CLASSE DIMENSIONALE															
Piccola Distribuzione	5	35	60	2	23	75	4	16	80	1	9	90	8	18	74
Media Distribuzione	4	38	58	3	23	74	18	20	62	0	7	93	21	18	61
Grande Distribuzione	14	37	49	0	45	55	26	26	49	0	12	89	25	10	65

Valutazione delle imprese su quanto potranno incidere i dazi inseriti da parte degli USA sulle merci provenienti dalla UE sulla propria attività, per settore di attività, classe dimensionale e provincia (distrib.% risposte delle imprese)¹

Bologna

	Quanto pensa potranno incidere i dazi inseriti da parte degli USA sulle merci provenienti dalla UE sulla sua attività? (in una scala da 1 a 5, dove 1 = per nulla e 5 = tantissimo)				
	1 - Per nulla	2	3	4	5 - Tantissimo
TOTALE MANIFATTURIERO escluse Costruzioni	27	20	28	11	15
- di cui: Artigianato	29	19	30	5	17
SETTORI DI ATTIVITA'					
Industrie dei metalli	20	19	26	6	29
Industrie alimentari e delle bevande	60	26	9	4	2
Ind. tessili, abbigliamento, cuoio, calzature	19	16	23	29	13
Industrie del legno e del mobile	34	33	4	1	29
Industrie meccaniche, elettriche e mezzi di trasporto	20	19	36	16	9
Altre industrie manifatturiere	36	22	34	3	5
CLASSE DIMENSIONALE					
Imprese 1-9 dip.	30	18	30	9	13
Imprese 10-49 dip.	26	23	24	10	17
Imprese 50 dip. e oltre	11	26	24	22	17
TOTALE MANIFAT. comprese Costruzioni	25	23	29	10	14
- di cui: Artigianato	21	24	32	7	16
Costruzioni	20	27	32	9	12
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	18	35	31	8	7
SETTORI DI ATTIVITA'					
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	40	17	22	12	10
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	12	41	33	7	7
- <i>Abbigliamento ed accessori</i>	37	27	18	11	7
- <i>Prodotti per la casa ed elettrodomestici</i>	19	22	55	2	3
- <i>Altri prodotti non alimentari</i>	2	49	35	7	7
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	0	18	71	11	0
CLASSE DIMENSIONALE					
Piccola Distribuzione	18	34	32	8	8
Media Distribuzione	15	46	21	13	6
Grande Distribuzione	16	42	27	11	4

(1) La somma dei valori percentuali relativi alle varie modalità indicate può superare il 100% in quanto le imprese potevano indicare più di una modalità di risposta

FONTE: elaborazione uff. Statistica Camera di commercio di Bologna su dati Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale sull'industria, l'artigianato e le costruzioni