



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



# Cosa cambia con la crisi?

Dossier a cura dell'Ufficio Studi  
della Camera di Commercio di  
Monza e Brianza  
*Giugno 2013*



Cosa cambia  
con la crisi ?



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



L'indagine...

- Cosa cambia con la crisi?
- Come cambiano le abitudini di consumo degli imprenditori lombardi?
- A cosa si è disposti a rinunciare e a cosa invece no?

Risultati dell'indagine condotta su circa 600 imprese lombarde dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza – maggio 2013



Cosa cambia  
con la crisi ?



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



## Le conseguenze della crisi

A causa della crisi la Sua impresa ha dovuto far ricorso:	BG	BS	CO	MI	MB	VA	LOMB
Al patrimonio personale dell'imprenditore	73,9%	75,8%	61,0%	54,3%	65,4%	66,0%	63,5%
Alla vendita di beni strumentali dell'impresa	2,2%	0,0%	0,0%	1,1%	1,7%	0,0%	1,2%
Alla vendita di beni immobili dell'impresa	2,2%	0,0%	0,0%	2,2%	1,1%	0,0%	1,5%
Alla ricapitalizzazione dell'impresa	6,5%	9,1%	2,4%	6,0%	2,8%	6,4%	4,5%
Altro	10,9%	6,1%	26,8%	20,1%	19,6%	17,0%	18,1%
Non ho risentito della crisi	4,3%	6,1%	7,3%	12,5%	7,8%	10,6%	9,3%
Non so	0,0%	3,0%	2,4%	3,8%	1,7%	0,0%	2,0%

In Lombardia il **63,5%** degli imprenditori dichiara di avere fatto ricorso al proprio **patrimonio personale**.

La percentuale si alza fino al 75,8% di Brescia, mentre Milano è la provincia che ha sofferto di meno.

Cosa cambia  
con la crisi ?



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



## Le conseguenze della crisi

A causa della crisi la Sua impresa ha dovuto far ricorso:	Industria	Servizi	Altri settori	TOTALE
Al patrimonio personale dell'imprenditore	63,1%	63,8%	63,3%	<b>63,5%</b>
Alla vendita di beni strumentali dell'impresa	1,4%	1,3%	0,0%	<b>1,2%</b>
Alla vendita di beni immobili dell'impresa	2,3%	1,3%	0,0%	<b>1,5%</b>
Alla ricapitalizzazione dell'impresa	2,7%	5,6%	5,0%	<b>4,5%</b>
Altro	19,4%	15,6%	26,7%	<b>18,1%</b>
Non ho risentito della crisi	<b>11,3%</b>	9,1%	3,3%	<b>9,3%</b>
Non so	0,0%	3,4%	1,7%	<b>2,0%</b>

Non si registrano grosse differenze tra i macrosettori, tranne per una maggiore percentuale di imprese dell'industria che dichiara di non avere risentito della crisi (11,3% contro il 9,1% dei servizi).

Cosa cambia  
con la crisi ?



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



## Come cambiano le abitudini a casa ....

Per contenere la spesa, quando è a casa, ha modificato le sue abitudini alimentari?	BG	BS	CO	MI	MB	VA	LOMB
Sì, cambiando menù cercando di risparmiare	39,1%	33,3%	31,7%	31,5%	35,2%	34,0%	34,2%
Sì, mangiando di meno	2,2%	0,0%	0,0%	2,2%	2,8%	2,1%	2,3%
Sì, riducendo cene/aperitivi fuori	41,3%	54,5%	46,3%	43,5%	40,2%	46,8%	43,4%
Altro	4,3%	3,0%	2,4%	6,0%	5,6%	10,6%	5,1%
No, non ho modificato le mie abitudini	13,0%	9,1%	19,5%	16,8%	16,2%	6,4%	15,0%

Cosa cambia  
con la crisi ?

La **maggioranza relativa** degli imprenditori lombardi dichiara di avere **ridotto le serate e gli aperitivi** (43,4%), in particolare a Brescia.

Circa **un terzo** (34,2%) ha invece preferito **cambiare menu** per ridurre la spesa.

Una piccola minoranza (15%) non ha cambiato abitudini.



... e sul lavoro

Per contenere la spesa, quando è al lavoro, ha modificato le sue abitudini di consumo della pausa pranzo?	BG	BS	CO	MI	MB	VA	LOMB
Sì, portando il pasto da casa	34,8%	21,2%	29,3%	35,9%	29,6%	36,2%	31,1%
Sì, pranzando fuori ma riducendo la spesa fino al 20%	6,5%	9,1%	2,4%	9,2%	7,3%	0,0%	6,6%
Sì, pranzando fuori ma riducendo la spesa fino al 50%	15,2%	6,1%	7,3%	11,4%	6,7%	8,5%	9,1%
No, non mi riguarda (es. pranzo a casa, usufruisco della mensa aziendale ...)	28,3%	45,5%	36,6%	24,5%	40,8%	34,0%	34,7%
No, non ho modificato le mie abitudini	13,0%	15,2%	24,4%	17,9%	15,6%	21,3%	17,8%
Non so	2,2%	3,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,7%

In **pausa pranzo** sono invece di meno coloro che hanno cambiato abitudini: **più della metà non fa rinunce.**

Chi invece ha subito le conseguenze della crisi, sceglie principalmente di portarsi il **pranzo da casa (31,1%)**, una quota minore invece sceglie di ridurre la spesa delle uscite a pranzo (**9,1% + 6,6%**).



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



## Cambiano le abitudini tra uomini e donne?

Per contenere la spesa, quando è a casa, ha modificato le sue abitudini alimentari?	M	F
Sì, cambiando menù cercando di risparmiare	32,6%	37,5%
Sì, mangiando di meno	2,7%	1,5%
Sì, riducendo cene/aperitivi fuori	44,3%	41,5%
Altro	4,7%	6,0%
No, non ho modificato le mie abitudini	15,7%	13,5%

Per contenere la spesa, quando è al lavoro, ha modificato le sue abitudini di consumo della pausa pranzo?	M	F
Sì, portando il pasto da casa	27,1%	39,0%
Sì, pranzando fuori ma riducendo la spesa fino al 20%	8,7%	2,5%
Sì, pranzando fuori ma riducendo la spesa fino al 50%	12,4%	2,5%
No, non mi riguarda (es. pranzo a casa, usufruisco della mensa aziendale ...)	34,1%	36,0%
No, non ho modificato le mie abitudini	17,4%	18,5%
Non so	0,2%	1,5%

Le **imprenditrici** lombarde preferiscono **cambiare menu a casa** (37,5%) e **portare il pranzo da casa** (39,0%), mentre gli **uomini** riducono maggiormente gli **aperitivi** e le **cene fuori** (44,3%) e in pausa pranzo **spendono meno** (21,1%).

Cosa cambia  
con la crisi ?



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



## Le vacanze del 2013

Per le prossime vacanze estive:	BG	BS	CO	MI	MB	VA	LOMB
Non andrò in vacanza	47,8%	54,5%	34,1%	25,0%	29,6%	31,9%	33,4%
Ho ridotto il budget	23,9%	24,2%	29,3%	40,8%	40,8%	44,7%	35,9%
Ho ridotto il budget ma mi concederò più week end	2,2%	3,0%	0,0%	2,2%	1,7%	4,3%	2,3%
Andrò in vacanza come al solito	6,5%	9,1%	12,2%	14,7%	12,3%	8,5%	11,0%
Non ho ancora deciso	19,6%	9,1%	24,4%	17,4%	15,6%	10,6%	17,4%

Cosa cambia  
con la crisi ?

**Un terzo** degli imprenditori lombardi **non andrà in vacanza** quest'estate, pochi di più quelli che andranno comunque in ferie ma spendendo di meno, circa **un decimo non cambierà abitudini**.

Monzesi e Milanesi sono quelli che faranno meno rinunce, all'opposto bresciani e bergamaschi.



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



## Le vacanze del 2013

Per le prossime vacanze estive:	M	F
Non andrò in vacanza	32,8%	34,5%
Ho ridotto il budget	40,3%	27,0%
Ho ridotto il budget ma mi concederò più week end	2,0%	3,0%
Andrò in vacanza come al solito	9,5%	14,0%
Non ho ancora deciso	15,4%	21,5%

Circa la stessa quota di uomini e donne non andrà in vacanza la prossima estate, mentre tra chi ci andrà comunque, gli uomini sono quelli che ridurranno maggiormente il budget.

Cosa cambia  
con la crisi ?



## Come cambia il tempo libero

In tempo di crisi come utilizza il suo tempo libero di tutti i giorni?	BG	BS	CO	MI	MB	VA	LOMB
Esco di meno e guardo più TV	23,9%	18,2%	14,6%	26,1%	21,8%	25,5%	22,6%
Esco di meno e frequento di più internet e i social network	6,5%	9,1%	7,3%	7,6%	7,8%	12,8%	8,1%
Mi dedico di più alla famiglia e al "fai da te"	37,0%	51,5%	36,6%	31,0%	36,3%	34,0%	35,4%
Altro	15,2%	6,1%	4,9%	5,4%	6,1%	6,4%	7,0%
Non ho modificato le mie abitudini	17,4%	15,2%	36,6%	29,3%	26,8%	21,3%	26,4%
Non so	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	1,1%	0,0%	0,5%

Cosa cambia  
con la crisi ?

Con la crisi **più di un terzo** degli imprenditori lombardi (35,4%) ha trovato più tempo da dedicare alla **famiglia** e ai propri **hobbies**, circa 3 su 10 hanno ridotto le uscite.

Gli imprenditori di Como sono quelli che hanno modificato di meno l'uso del proprio tempo libero.



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



## A cosa non vorremmo rinunciare

A cosa le è costato di più rinunciare a causa della crisi?	BG	BS	CO	MI	MB	VA	LOMB
Alla cura per il corpo (palestra, centri benessere ecc ...)	4,3%	3,0%	4,9%	9,8%	3,9%	8,5%	6,1%
Alle vacanze	32,6%	15,2%	17,1%	28,3%	26,8%	29,8%	26,7%
All'abbigliamento	10,9%	18,2%	12,2%	15,2%	17,9%	27,7%	15,9%
Alle abitudini alimentari	2,2%	12,1%	0,0%	5,4%	5,6%	8,5%	6,1%
Alle uscite serali, a fare happy hour con gli amici	8,7%	9,1%	9,8%	8,7%	9,5%	4,3%	8,5%
A spese culturali (libri, giornali, cinema, concerti ecc...)	10,9%	12,1%	9,8%	8,2%	8,9%	6,4%	9,0%
Altro	17,4%	18,2%	22,0%	8,7%	16,2%	8,5%	14,1%
Non ho dovuto rinunciare a nulla	8,7%	9,1%	17,1%	13,6%	7,3%	2,1%	10,3%
Non so	4,3%	3,0%	7,3%	2,2%	3,9%	4,3%	3,2%

Le **vacanze** sono la rinuncia che costa più fatica agli imprenditori lombardi, seguite dall'abbigliamento.

Cosa cambia  
con la crisi ?



CAMERA di COMMERCIO  
MONZA BRIANZA



## A cosa non vorremmo rinunciare

In tempo di crisi come utilizza il suo tempo libero di tutti i giorni?	M	F
Esco di meno e guardo più TV	25,5%	22,6%
Esco di meno e frequento di più internet e i social network	12,8%	8,1%
Mi dedico di più alla famiglia e al "fai da te"	34,0%	35,4%
Altro	6,4%	7,0%
Non ho modificato le mie abitudini	21,3%	26,4%
Non so	0,0%	0,5%

A cosa le è costato di più rinunciare a causa della crisi?	M	F
Alla cura per il corpo (palestra, centri benessere ecc ...)	5,2%	8,0%
Alle vacanze	27,9%	24,5%
All'abbigliamento	13,9%	20,0%
Alle abitudini alimentari	5,5%	7,5%
Alle uscite serali, a fare happy hour con gli amici	8,7%	8,0%
A spese culturali (libri, giornali, cinema, concerti ecc...)	9,7%	7,5%
Altro	15,4%	11,5%
Non ho dovuto rinunciare a nulla	10,7%	9,5%
Non so	3,0%	3,5%

Tra le donne è maggiore la percentuale di chi non ha cambiato il modo di trascorrere il proprio tempo libero (26,4% contro 21,3%), mentre tra le rinunce più faticose, l'abbigliamento lo è per le donne (20,0%) più che per gli uomini (13,9%).

Cosa cambia  
con la crisi ?