



CAMERA DI COMMERCIO MILANO

QUESTIMPRESA

5

**MILANO E IL SISTEMA
DELLE PICCOLE
IMPRESE**

Da un'indagine campionaria
la Milano imprenditoriale al
bivio tra tradizione diffusa e
modernità in crescita

Servizio Studi e supporto strategico

26 marzo 2008



CAMERA DI COMMERCIO MILANO

QUESTIMPRESA

5 *

* a cura di Paolo Sorbi

QUESTIMPRESA è una collana del Servizio Studi e supporto strategico della Camera di Commercio di Milano che presenta i risultati di indagini campionarie sulle imprese milanesi realizzate tramite questionari strutturati.

1. LE PREMESSE

Nell'ambito delle attività di monitoraggio sulle problematiche afferenti l'imprenditoria milanese, è sembrato importante al Servizio Studi e Supporto strategico della Camera di Commercio di Milano, interrogare un campione rappresentativo di imprenditori sul rapporto tra città e sistema imprenditoriale locale.

L'obiettivo della rilevazione ha riguardato due aspetti: (i) la verifica degli ambiti nei quali in concreto la città aiuta l'attività economica e (ii) la ricerca delle diseconomie esterne che invece la penalizzano.

A questo scopo è stato definito un questionario con una struttura adeguata a conoscere le considerazioni degli imprenditori milanesi sulle condizioni di contesto che operano a favore o a svantaggio delle imprese. Le aree entro cui sono stati indagati i rapporti che coinvolgono il "sistema città" rispetto al tessuto imprenditoriale hanno riguardato in particolare:

- le infrastrutture materiali e immateriali per l'innovazione;
- la funzionalità dell'area metropolitana (traffico, mobilità, ambiente, fiera);
- le nuove esigenze sociali con gli aspetti di qualità e sicurezza della vita metropolitana;
- le priorità per la transizione economica e sociale e l'inclusione di nuovi soggetti economici;
- le condizioni per una efficace governance urbana.

Le informazioni ottenute con la rilevazione sono di seguito analizzate con la finalità di costruire un quadro interpretativo adeguato ad affrontare lo sviluppo condiviso dell'economia cittadina.

2. STRUTTURA DELL'INDAGINE

Il questionario è stato costruito per precisare essenzialmente tre aspetti: la visione che gli imprenditori milanesi condividono rispetto al ruolo di Milano; le dimensioni della città più favorevoli alla vita dell'impresa; le priorità da perseguire per la città globale e la sua transizione.

Correlati a questi tre assi strategici sono stati proposti alcuni assi secondari ed esplicativi, che riguardano:

- (i) il radicamento territoriale dell'impresa,
- (ii) il ruolo di innovazione e creatività che svolge Milano,
- (iii) la percezione di funzionalità o di diseconomia che il contesto milanese trasferisce ai suoi imprenditori quanto a mobilità, ambiente, sicurezza,
- (iv) il ruolo finanziario di Milano e il rapporto tra imprese e sistema bancario;
- (v) l'interesse verso il nuovo polo fieristico considerato come rafforzativo del ruolo economico di Milano e opportunità per lo sviluppo delle imprese locali;
- (vi) le priorità da adottare nella classe dirigente, nelle imprese, nei nuovi soggetti economici e nelle istituzioni per far fronte alla transizione della città.

3. SINTESI DEI RISULTATI

Si può sottolineare che un primo tratto distintivo della rilevazione è il carattere specifico del gruppo dei rispondenti. Si può dire che sia stato raggiunto un **rapporto privilegiato con l'importante segmento socio-economico delle microimprese milanesi** che, anche in esito ad una solida storia aziendale e grazie ad una tradizione familiare, risultano ben radicate nelle diverse zone della città. Da tale gruppo sono pervenute informazioni omogenee e coerenti che rappresentano il vero vantaggio conoscitivo della rilevazione.

Un secondo risultato riguarda il segnale di **criticità economica** che le piccole imprese milanesi trasferiscono, sia esplicitamente che con variabili indirette utilizzate nella rilevazione. Anche se non era questo lo scopo primario della rilevazione si può tuttavia porre in evidenza come sia emerso che la piccola impresa **si sente o si rappresenta con problemi di stabilità dei propri indici economici fondamentali**. Due potrebbero essere a questo proposito le interpretazioni: (i) una situazione di reale criticità economica per le piccole imprese che operano sul mercato milanese e che a differenza delle imprese maggiori registrano contrazione dei loro asset; (ii) un segnale "politico" di richiesta di attenzione.

Una terza indicazione riguarda il **rapporto** che definiremmo **funzional-tradizionale** tra piccola impresa milanese e città. Nelle definizioni utilizzate dagli imprenditori emergono gli elementi più noti, sia positivi che negativi, ma, per così dire, più tradizionali del legame tra piccole imprese e Milano. Gli imprenditori sottolineano in proposito come sia importante fare impresa a Milano per i vantaggi che produce in occasioni di affari, in relazioni con le filiere espositive e le vetrine internazionali, e per la possibilità di fruire di un *loasir* culturale qualificato e di occasioni di formazione professionale diversificata ed appropriata. Il lato negativo, anche per questo versante connotato con letture tradizionali, è invece costituito dalle diseconomie della mobilità costantemente congestionata e quasi esclusivamente stradale, dal costo della vita elevato, dal rapporto difficile con il credito e dalla sicurezza non ben presidiata.

Tre derivate più interessanti del rapporto funzional-tradizionale sono invece: (i) la relativa **distanza** tra il modello di piccola impresa che ha aderito alla rilevazione e la **funzione del nuovo polo fieristico esterno**; (ii) una stima del **peso delle diseconomie sulle imprese**; (iii) il **coinvolgimento**

relativamente modesto per gli aspetti più ambientali del vivere metropolitano.

In merito alla prima questione quote elevate del cluster di imprenditori che hanno aderito alla rilevazione non vivono la nuova fiera di Rho-Pero come opportunità per la propria impresa. Per la seconda gli imprenditori non formulano stime univoche e definitive ma, tuttavia, per più della metà quantificano perdite di qualche significato sul proprio fatturato. Trattandosi di un segnale che perviene dalle piccole imprese, quelle che più sono radicate a Milano e meglio conoscono la metropoli, c'è da evidenziare come le caratteristiche del contesto milanese siano da tempo entrate in una dimensione di inefficienza e relativa pressione negativa sull'esercizio delle attività economiche di piccola dimensione.

La terza questione è confermata dalle modeste percentuali di attenzione ai temi del recupero energetico e ambientale.

Da ultimo il punto di vista delle piccole imprese milanesi sulle **priorità riguardanti la transizione della città**. In questo caso gli imprenditori coinvolti sottolineano interesse per una situazione gestita da una classe dirigente all'altezza dei confronti internazionali, che evolva rafforzando la funzione innovativa della città (con buoni ricercatori e migliori studenti), e veda le istituzioni migliorare il metodo di scelta degli interventi (ancora funzionalità ma più mirata). Da affrontare meglio anche il cambio generazionale tra imprenditori vecchi e nuovi e con più attenzione alla rappresentanza dei nuovi soggetti economici.

Di seguito ognuno degli elementi citati sarà affrontato e descritto in dettaglio.

4. CARATTERISTICHE DEL SEGMENTO SOCIO-ECONOMICO DELLE MICROIMPRESE MILANESI STABILIZZATE

Si è detto che il **primo risultato della ricerca** è quello di avere ottenuto un rapporto conoscitivo privilegiato con l'importante segmento socio-economico delle **"microimprese milanesi" radicate territorialmente e stabilizzate** intendendo con questa definizione le imprese milanesi di variegata attività, con operatività e localizzazione consolidate da tempo.

Si tratta di un aggregato che la ricerca permette di descrivere in modo assai preciso nei suoi caratteri costitutivi e che costituisce un vero e proprio vantaggio conoscitivo della ricerca. Queste le connotazioni più chiare:

- sono quasi interamente imprese di prima fascia dimensionale tanto che 840 rispondenti su 976, ossia l'86,1% del totale, **non superano i 9 addetti**;
- per stato giuridico sono in prevalenza **ditte individuali** o **società di persone** (le due categorie sommano il 58,4% del totale) e più raramente società di capitali (16,6%);
- svolgono attività che riflettono una struttura economica locale equilibrata tanto che il campione vede rappresentate imprese manifatturiere, di costruzioni, commercio e informatica-ricerca con simili percentuali di rappresentatività (20% per ciascuno dei settori di attività citati);
- sono **attive da almeno vent'anni** con punte significative di imprese con oltre trent'anni di operatività (più del 60% ha una anzianità di esercizio superiore ai 27 anni e solo il 12,7% ha iniziato ad operare dopo il 2000);
- hanno **alta stabilità localizzativa** (solo il 20,6% ha avuto un cambio di sede dopo la costituzione dell'azienda);
- operano in condizioni di **radicamento territoriale** molto elevato oltre che ragionevolmente soddisfacente (il 76,7% è insediato nella sede attuale dal momento della costituzione e solo il 14,9% cambierebbe la propria sede per altra localizzazione a Milano o in provincia di Milano);

- in percentuale significativa la localizzazione attuale è in esito alla **continuità generazionale** dell'impresa che viene dichiarata dal 44,3% dei rispondenti (vedi dettagli al paragrafo 5);
- sono infine imprese presenti in tutte le zone territoriali che costituiscono Milano ma con **particolare incidenza nel Centro Storico** (27,2% del totale), a Città Studi (13,8%), zona Fiera (11,9%) e zona Stazione Centrale (10,5%).

Se si volesse ricorrere ad una definizione sintetica si potrebbe sottolineare che probabilmente i rispondenti ben rappresentano la **piccola imprenditoria stabile**, radicata a Milano anche da più generazioni, con un rilievo maggiore nel Centro Storico come atteso dalla funzione economica svolta da questa parte della città.

In ragione degli indicatori generazionali e localizzativi un elemento importante presente in queste imprese è il legame tra la stabilità imprenditoriale e il contesto familiare che ha permesso a tali imprese di radicarsi e consolidarsi. La **dimensione familiare** è stata probabilmente rilevante sia come garanzia di continuità del ruolo imprenditoriale che come condizione di radicamento territoriale e di supporto alla visibilità relazionale.

Si immaginino per esempio aziende commerciali, di produzione, di costruzioni edili, anche di servizio che sono state promosse da **"famiglie-imprese"** e hanno costruito solidi rapporti con il territorio di insediamento. Esse si sono affermate grazie alla rete di relazioni con il loro contesto zonale al punto da non mostrare esigenze rilocalizzative. Solo per una minoranza sono infatti presenti esigenze che spingono per una mobilità di sede e in particolare per le imprese ora localizzate in zona Vigentina e ad Affori.

Conferme dei caratteri fin qui tracciati della piccola impresa milanese si riscontrano anche dalle **caratteristiche personali degli intervistati**. Hanno accettato di essere coinvolti nella ricerca i proprietari (73,9%) e gli amministratori dell'impresa (17,5%), categorie che portano **al 91% il coinvolgimento diretto dei titolari**. La loro età media è di poco inferiore ai **50 anni** (48 anni) tanto che i "giovani" con età fino ai 35 anni sono solo l'11% del totale. L'età ed il ruolo aziendale sono completati da un titolo di studio in prevalenza di scuola superiore (63% dei rispondenti sono diplomati) coerente con le scelte formative delle generazioni mature della piccola imprenditoria milanese.

Anche l'ambito operativo delle imprese è in prevalenza cittadino visto che i titolari dichiarano un forte legame con un **mercato di tipo locale** (53%) cui si aggiunge un altro 20,2% che ha un riferimento di mercato regionale. Non manca ma è secondario il riferimento al mercato nazionale ed estero (quest'ultimo significativamente indicato solo dal 4,7% degli imprenditori).

Quindi ancora conferme: si tratta in prevalenza di piccole imprese che hanno costruito e continuano a costruire il proprio bilancio economico attraverso uno stretto radicamento funzionale e territoriale con porzione precise del territorio di Milano e con i milanesi o non milanesi che vi transitano.

E' addirittura probabile che, data la lunghezza dell'anzianità di esercizio, per alcune di tali imprese (imprese commerciali, produttive, di costruzioni edili e di servizio), si sia determinata una integrazione spinta con la propria zona di localizzazione tanto da concorrere a delineare il carattere stesso del quartiere di insediamento. In questo caso di potrebbe rimarcare che insieme al carattere di "famiglia-impresa" sia presente anche quello di "impresa di quartiere" o di "impresa di zona".

Da questo tratto relazionale emerge il carattere auto contenuto e di comunità territoriale che ha costituito e in gran parte costituisce ancora la chiave urbana di Milano. Ogni zona, ogni quartiere si riconosce anche nelle proprie imprese e grazie ad esse definisce la propria identità funzionale e riesce a rispondere alle proprie esigenze di servizio.

Riletto sul lato delle imprese questo rapporto è di grande effetto economico, permette decenni di attività, solidità, buona location, ruolo familiare di tenuta e continuità imprenditiva. E' probabilmente per tutte queste motivazioni che le imprese coinvolte nella ricerca esprimono limitata attrazione per i gli asset economici rappresentati dal nuovo Polo fieristico.

▣ Classe dimensionale dell'impresa

	Percentuali
Micro impresa (fino a 9 addetti)	86,1%
Piccola impresa (da 10 a 49 addetti)	12,2%
Media impresa (da 50 a 250 addetti)	1,1%
Grande impresa (oltre 250 addetti)	0,6%
Totale	100,0%

▣ **Forma giuridica dell'impresa**

	Percentuali
Ditta individuale	44,6%
Società di persone	13,8%
Società di capitali	16,6%
Altra forma giuridica	25,0%
Totale	100,0%

▣ **L'impresa ha iniziato ad operare**

	Percentuali
Prima del 1950 - più di 57 anni di attività	5,2%
Tra il 1950 e il 1970 - da 57 a 37 anni	15,9%
Tra il 1971 e il 1990 - da 36 a 27 anni	40,5%
Tra il 1991 e il 2000 - da 16 a 7 anni	25,7%
Dopo il 2000 - da 6 anni in giù	12,7%
Totale	100,0%

La sommatoria del periodo di esercizio dell'impresa - da almeno 27 anni di attività a più di 57 anni - è pari al 61,6% delle imprese rispondenti.

▣ **L'impresa è localizzata nella sede attuale**

	Percentuali
Dalla sua costituzione	76,7%
Da un periodo successivo	20,6%
Non so / non risponde	2,7%
Totale	100,0%

- Se ne avesse l'opportunità, Lei vorrebbe cambiare sede della sua impresa in altra parte di Milano o della provincia?

	Percentuali
Sì	14,9%
No	82,0%
Non so / non risponde	3,2%
Totale	100,0%

- Se ne avesse l'opportunità, Lei vorrebbe cambiare sede della sua impresa in altra parte di Milano o della provincia?

	Percentuali	
	Cambiarebbe	Localizzazione nella zona
Centro Storico	12,1	27,2%
Stazione Centrale	18,6	10,5%
Città Studi - Lambrate	11,1	13,8%
Vittoria - Forlanini	14,9	8,9%
Vigentina - Chiaravalle - Gratosoglio	22,9	3,6%
Barona - Lorenteggio	14,7	7,7%
San Siro - Baggio - Trenno	11,0	8,4%
Fiera - Gallaratese - Quarto Oggiaro	16,4	11,9%
Affori - Bruzzano - Comasina - Bovisasca	24,1	8,1%
Totale	14,9	100,0%

- Età dell'intervistato

	Percentuali
Da 18 a 35 anni	11,7%
Da 36 a 50 anni	46,5%
Oltre 50 anni	41,8%
Totale	100,0%

▣ **Titolo di studio dell'intervistato**

	Percentuali
Scuola dell'obbligo	16,1%
Diploma	63,0%
Laurea	20,3%
Master/Post Laurea	0,6%
Totale	100,0%

▣ **Carica ricoperta dall'intervistato**

	Percentuali
Proprietario/socio	73,9%
Amministratore/rappresentante legale	17,5%
Dirigente	3,0%
Altro	5,6%
Totale	100,0%

▣ **Nell'ultimo anno (2006) quale è stato il suo principale mercato di sbocco?**

	Percentuali
Locale	53,0%
Regionale	20,2%
Nazionale	21,3%
Eestero	4,7%
Non so / non risponde	0,8%
Totale	100,0%

▣ Settore di attività dell'impresa e mercato di sbocco

	Percentuali						
	Industria manifatturiera	Costruzioni	Commercio	Trasporti	Alberghi, ristoranti	Attività finanziarie	Informatica, ricerca
Locale e regionale	73,3%	80,1%	67,2%	73,3%	76,1%	70,5%	72,4%
Nazionale	21,0%	15,2%	26,8%	16,7%	16,9%	23,2%	23,5%
Eestero	5,1%	3,1%	5,6%	10,0%	5,6%	4,2%	4,1%

Si consideri a proposito del rapporto tra piccola impresa milanese e mercato di sbocco la specificità delle **imprese di costruzioni** che per l'80% operano per la zona nella quale sono insediate e per poco altro per il mercato regionale. Lo stesso i servizi alberghieri e di ristorazione, come ovvio. Interessante il ruolo invece anche nazionale svolto da una parte non secondaria delle piccole **imprese commerciali** e il rapporto con il mercato estero svolto da una parte più significativa delle **imprese di trasporto**. Esce confermato da queste relazioni anche il ruolo di Milano cerniera commerciale e piattaforma logistica con l'intero Paese e con i Paesi esteri.

Come già evidenziato, aver ottenuto un rapporto conoscitivo privilegiato con questo universo imprenditoriale ha i vantaggi di poterne cogliere in modo omogeneo le opinioni e le visioni nei confronti dell'esercizio attuale della funzione economica nella metropoli milanese.

5. SEGNALI DI CRITICITÀ DEGLI ANDAMENTI ECONOMICI

Le opinioni espresse circa l'andamento economico ed occupazionale di questa categoria di imprese milanesi nell'ultimo anno di esercizio (2006) costituiscono, a nostro parere, **il secondo interessante risultato della rilevazione.**

Le considerazioni sulle variabili aziendali riflettono la funzione e le caratteristiche societarie delle imprese coinvolte. Per gli imprenditori il bilancio segna per il 2006 **stabilità dell'occupazione**, che probabilmente non può essere compresa più di tanto in imprese già piccole e probabilmente, come si è descritto, contrassegnate anche da una dimensione di tipo familiare, ma segnala **tensioni sul lato della produzione, del fatturato e degli utili.**

Si consideri la tabella seguente che persegue due obiettivi conoscitivi: (i) confrontare le opinioni riguardanti il calo degli andamenti con quelle relative all'aumento; (ii) valorizzare le stesse informazioni per classe dimensionale delle imprese. Appare in forma evidente che solo per le microimprese (fino a 9 addetti) gli indici riguardanti produzione, fatturato/vendite e utili sono preceduti da **segno negativo e da valori a due cifre.**

Anche se lo scopo primario della rilevazione era rivolto ad altri aspetti si può porre in evidenza come sia emerso con chiarezza che la piccola impresa milanese **si sente o si rappresenta con minore stabilità dei propri indici economici fondamentali.** Due potrebbero essere le interpretazioni:

- una situazione di reale criticità economica per le piccole imprese che operano sul mercato milanese e che a differenza delle imprese maggiori registrano contrazione dei loro asset;
- un segnale "politico" di richiesta di attenzione.

- ▣ Quale è stato nell'ultimo anno (2006) l'andamento delle seguenti variabili nella sua azienda?

		Percentuali			
	Tendenza 2006	Micro impresa (fino a 9 addetti)	Piccola impresa (da 10 a 49 addetti)	Media impresa (da 50 a 250 addetti)	Grande impresa (oltre 250 addetti)
Occupazione	Stabile	76,4%	68,1%	45,5%	50,0%
	Saldo aumento-calò	-10,7%	13,4%	27,3%	50,0%
Produzione	Stabile	48,2%	40,3%	27,3%	16,7%
	Saldo aumento-calò	-22,6%	12,6%	0,0%	83,3%
Fatturato/vendite	Stabile	47,5%	36,1%	27,3%	16,7%
	Saldo aumento-calò	-23,1%	20,2%	18,2%	83,3%
Utili	Stabile	41,2%	43,7%	45,5%	16,7%
	Saldo aumento-calò	-23,6%	11,8%	0,0%	83,3%

E' opportuno che la condizione di criticità economica emersa con questa domanda rimanga come elemento di contesto per meglio interpretare le considerazioni che gli imprenditori hanno successivamente espresso nei confronti della città e delle sue istituzioni.

6. IL RAPPORTO FRUNZIONAL-TRADIZIONALE TRA PICCOLA IMPRESA E MILANO

Vediamo ora cosa comporta operare come piccola impresa a Milano.

I fattori localizzativi. Per le imprese rispondenti la localizzazione aziendale a Milano è fortemente influenzata dalla **continuità generazionale** (si è già visto il valore importante del 44,3%) e, al secondo livello delle motivazioni, per garantirsi i vantaggi dell'**ampiezza del mercato milanese** (30,1% riconosce che Milano è un grande mercato di affari). Non assenti ma di fatto secondarie le considerazioni che correlano la localizzazione alla presenza di servizi avanzati e alla possibilità di relazioni mondiali (5,9%). Significativa da questo punto di vista anche la posizione molto bassa attribuita alla filiera dell'alta formazione e della ricerca (1,4%). Per imprese come quelle che sono state individuate dalla ricerca il fattore più importante si concentra quindi nell'accedere ad una localizzazione favorevole nel territorio milanese e nel continuare ad alimentare la posizione acquisita per restare nell'ampio mercato milanese. Non è invece un fattore attrattivo, almeno in questo caso, cercare localizzazione a Milano per accedere ai fattori immateriali della ricerca e dell'alta formazione.

Stimoli alla creatività e all'innovazione. Emergono limitati riconoscimenti della funzione innovativa svolta dalla multietnicità e dalle giovani intelligenze. Gli imprenditori rispondenti riconoscono invece il ruolo innovativo prodotto, nell'ordine, dai **circuiti espositivi di richiamo internazionale** (27,1% del totale), dalle agenzie culturali tradizionali (musei, biblioteche, teatro, cinema con il 17,2%) e dalla possibilità di fruire dei più appropriati percorsi formativi e accademici (sommati corrispondono al 14% del totale). Rispetto agli items proposti non stupisce che per caratteristiche generazionali si apprezzino come innovativi specialmente gli eventi che assomigliano alle grandi campionarie. In fondo mantengono il vantaggio di cogliere, a costi contenuti e in tempi rapidi, le propensioni del mercato e dei più grandi players industriali e commerciali.

Diseconomie (mobilità, ambiente, sicurezza e credito). La congestione e la più frequente incidentalità stradale rappresentano le criticità maggiori della mobilità milanese (56,8% del totale dei rispondenti) segnalate da queste imprese. I due fattori di differenziazione negativa sono accentuati secondo gli imprenditori dalla insufficienza di servizi pubblici

(24,6%) ma dalla distribuzione delle frequenze si ricava l'impressione che per le funzioni aziendali il ricorso alla mobilità privata su strada sia decisamente prevalente rispetto a quello sui mezzi pubblici.

Tra gli aspetti "ambientali" viene significativamente indicato l'**elevato costo della vita** (54,8% del totale) in misura tre volte superiore del secondo item riguardante l'inquinamento atmosferico (evidenziato con il 18,3%).

Quanto alla sicurezza le considerazioni più frequenti riguardano il **controllo del territorio** (30,2%) e la microcriminalità (29,8%) con un rilievo non secondario alla integrazione non completa degli immigrati (16,4%). Sono indici di particolare interesse in quanto espressi da imprenditori che si vedono esposti alle trasformazioni urbane e sociali delle zone di Milano in cui sono insediati.

Relativamente all'accesso al credito è invece fortemente maggioritaria la considerazione che **sia insufficiente il credito erogato alle imprese** (71,5%) anche per eccesso di burocrazia (41,4%).

▣ **Perchè ha localizzato la sua impresa a Milano e non altrove? (max 3 risposte)**

	Percentuali
Per continuità generazionale	44,3%
Milano è un grande mercato che facilita gli affari	30,1%
La presenza a Milano di una economia poco specializzata e multisetoriale	6,1%
Milano è un centro fondamentale di servizi avanzati per le imprese	6,1%
Milano è fortemente dotata di università e centri di ricerca sia pubblici che privati	1,4%
Milano ha un serbatoio importante di risorse umane adeguate	2,5%
Milano è un nodo dell'economia mondiale	5,9%
Non so / non risponde	3,7%
Totale	100,0%

QUESTIMPRESA
Milano e il sistema delle piccole imprese

▣ In che modo la città di Milano stimola la creatività e la propensione a innovare? (max 3 risposte)

	Percentuali
Per la presenza multietnica	5,5%
Per l'offerta culturale (musei, biblioteche, teatro, cinema, musica)	17,2%
Per l'organizzazione di eventi di richiamo internazionale (SMAU, Fuori Salone, sfilate di moda etc)	27,1%
Per la presenza di giovani intelligenze	5,4%
Per la possibilità di confrontarsi più facilmente con il mondo della ricerca accademica e non	6,8%
Per la possibilità di fruire di percorsi formativi ai vari livelli	6,9%
Altro	10,4%
Non so / non risponde	20,7%
Totale	100,0%

▣ Quali sono, a Suo parere, i problemi di traffico e mobilità che incidono maggiormente sulla attività della Sua impresa? (max 3 risposte)

	Percentuali
Milano è una città come le altre	2,9%
A Milano la viabilità stradale è sempre congestionata	45,0%
Sono più frequenti gli incidenti stradali	11,8%
A Milano mancano nuove metropolitane e i servizi pubblici sono inadeguati	24,6%
La rete ferroviaria (merci e viaggiatori) non è a regime	9,0%
L'accessibilità di Malpensa è disagiata	2,8%
Non so / non risponde	3,9%
Totale	100,0%

- ▣ Quali sono, a Suo parere, gli aspetti ambientali di Milano che penalizzano l'attività della Sua impresa? (max 2 risposte)

	Percentuali
Milano è meno attraente e gradevole che in passato	7,0%
Ci sono squilibri socio-economici tra centro e periferia	11,8%
L'inquinamento ambientale e atmosferico è costantemente a livelli critici	18,3%
L'elevato costo della vita	54,8%
Non so / non risponde	8,1%
Totale	100,0%

- ▣ Qual è il principale problema in tema di sicurezza che, a Suo parere, non è risolto e si riflette sull'attività della Sua impresa?

	Percentuali
La non completa integrazione degli immigrati nel tessuto sociale	16,4%
La microcriminalità	29,8%
La non adeguata presenza per il controllo del territorio	30,2%
Non so / non risponde	23,6%
Totale	100,0%

- ▣ Quali sono i principali problemi relativi al credito incontrati dalla Sua azienda?

	Percentuali
La difficoltà nella erogazione del capitale di rischio	7,0%
La difficoltà nel ricorso al credito non garantito	26,9%
La lungaggine nei tempi ed eccesso di burocrazia	41,4%
Non so / non risponde	24,6%
Totale	100,0%

Da tutto ciò si può ricavare quello che abbiamo definito come il terzo risultato di rilievo della rilevazione: il **prevalente rapporto "funzionale"** (meglio si dovrebbe definire "funzional-tradizionale") tra il gruppo di imprenditori raggiunto con la rilevazione e la città di Milano.

Per l'esercizio della piccola impresa Milano è in definitiva forte occasione di affari, permette di ricevere stimoli dalle filiere espositive che aprono alle vetrine internazionali, ha un loasir culturale qualificato (e di vanto internazionale se vi si comprende pure la Scala) e la possibilità di formarsi nel modo più adeguato. Insieme a queste positività, Milano rivela per le piccole imprese il volto diseconomico della città congestionata dove la mobilità è quasi esclusivamente su strada, il costo della vita è elevato, il rapporto con il credito è difficile e dove è necessario un presidio più costante del territorio a garanzia della sicurezza. In queste categorie quasi si possono cogliere gli argomenti che trovano risalto nelle lettere che i lettori mandano ai principali quotidiani milanesi fatti di riconoscimento delle possibilità di Milano e insieme di allarme per i suoi punti critici.

7. LE ASPETTATIVE VERSO IL NUOVO POLO FIERISTICO

Una ulteriore precisazione del rapporto che abbiamo definito "tradizionale" intercorrente tra piccola impresa e Milano è fornito dalle considerazioni sulle opportunità offerte dal **nuovo Polo fieristico** di Rho-Pero. Per il 69,1% degli imprenditori coinvolti **la nuova fiera non rappresenta una opportunità** e di questo aggregato la motivazione principale coincide con l'item che la **struttura è concettualmente molto distante dal proprio modo di fare impresa** (53,6% del totale).

E' probabile che gli imprenditori si riferiscano nella scelta per questo items al loro ruolo territoriale dove fa premio, più che l'apparire in vetrine espositive di livello nazionale e sovranazionale come è di fatto il livello della fiera di Rho-Pero, la continuità localizzativa e il mantenimento di buoni rapporti di prossimità con la propria fetta di mercato locale. Questa osservazione assume un valore per così dire strutturale proprio in presenza di insufficienze negli asset economici che non si ritengono colmabili ricorrendo alla soluzione della presenza nelle filiere espositive.

- ▣ **A suo parere, il Nuovo Polo fieristico (Rho-Pero) rappresenta un'opportunità che favorisce l'attività della Sua impresa?**

	Percentuali
Sì	21,2%
No	69,1%
Non so / non risponde	9,7%
Totale	100,0%

- Qual è il principale fattore che attualmente ne impedisce il pieno utilizzo da parte della Sua impresa?

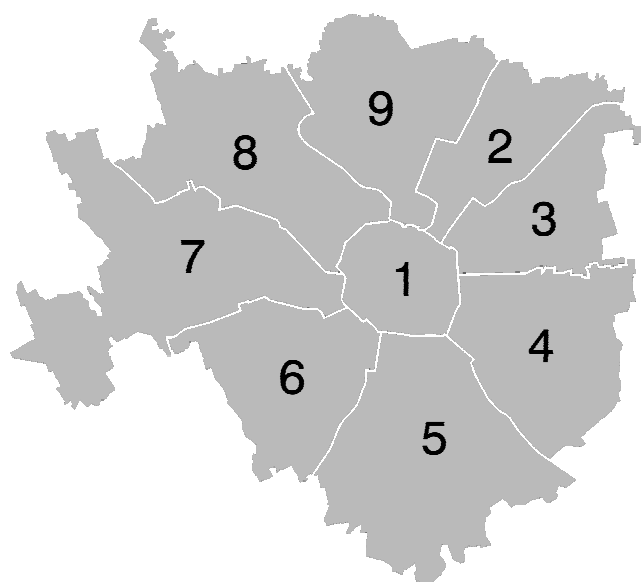
	Percentuali
Le strade di accesso al Nuovo Polo fieristico sono ancora inadeguate	13,2%
I costi espositivi non sono alla portata della piccola impresa	10,8%
La struttura è concettualmente molto distante dal mio modo di fare impresa	53,6%
Non so / non risponde	22,4%
Totale	100,0%

- A suo parere, il Nuovo Polo fieristico (Rho-Però) rappresenta una opportunità che favorisce l'attività della Sua impresa? (per settore di attività)

	Percentuali						
	Industria manifatturiera	Costruzioni	Commercio	Trasporti	Alberghi, ristoranti	Attività finanziarie	Informatica, ricerca
Sì	17,9%	26,7%	23,2%	20,0%	8,5%	17,9%	23,5%
No	75,4%	58,6%	71,2%	63,3%	77,5%	73,7%	66,3%
Non so/non risponde	6,7%	14,7%	5,6%	16,7%	14,1%	8,4%	10,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Una relativa riarticolazione della posizione tradizionale espressa dalle imprese rispondenti rispetto al nuovo Polo fieristico viene dalla **distribuzione per settore di attività** delle aziende e per **localizzazione territoriale** dell'impresa. Quanto al primo aspetto segnali comprensibili di disinteresse sono espressi dagli alberghi e dalle imprese manifatturiere (77,5 e 75,4% di non interessati). Per il secondo elemento è invece degno di rilievo il rapporto tra localizzazione nei territori a nord di Milano in particolare nella zona 9 - Affori e 8 - Fiera, Gallaratese e interesse per il nuovo Polo. Non a caso sono le parti della città già proiettate nell'area vasta sulla quale insiste il nuovo Polo fieristico.

Zone di decentramento di Milano



- Legenda:
- 1 - Centro Storico.
 - 2 - Stazione Centrale.
 - 3 - Città Studi-Lambrate.
 - 4 - Vittoria-Forlanini.
 - 5 - Vigentina-Chiaravalle-Gratosoglio.
 - 6 - Barona-Lorenteggio.
 - 7 - San Siro-Baggio-Trenno.
 - 8 - Fiera-Gallaratese-Quarto Oggiaro.
 - 9 - Affori-Bruzzano-Comasina-Bovisasca

▣ A suo parere, il Nuovo Polo fieristico (Rho-Pero) rappresenta una opportunità che favorisce l'attività della Sua impresa? (per localizzazione dell'impresa)

Percentuali

	Centro Storico	Stazione Centrale	Città Studi Lambrate	Vittoria Forlanini	Vigentina Chiaravalle Gratosoglio	Barona Lorenteggio	S.Siro Baggio Trenno	Fiera Gallaratese Quarto Oggiaro	Affori Bruzzano Comasina Bovisasca
Sì	15,8%	21,6%	23,7%	16,1%	2,9%	25,3%	20,7%	29,3%	32,9%

8. IL PESO DELLE DISECONOMIE SULLE IMPRESE

Il peso complessivo delle diseconomie sui ricavi dell'impresa. Le stime che gli imprenditori formulano a riguardo di una incidenza delle diseconomie sui ricavi aziendali non sono univoche ed emerge inoltre un margine di incertezza nella quantificazione (37,1% non risponde o non sa quantificare). Resta tuttavia un 28,5% che quantifica nel 5% la perdita causata dalle diseconomie nei propri ricavi e un 34,4% che indica perdite superiori al 5% (17,2% superiore anche al 15%). In totale più del **60% delle imprese** rispondenti **subisce perdite economiche per diseconomie territoriali**.

Se si approfondisce il rapporto tra diseconomie e zone territoriali sembrano più svantaggiate le imprese localizzate alla Barona, Affori e zona Stazione Centrale. In tali territori sono maggiori le imprese che segnalano particolare incidenza delle diseconomie (item superiore al 15%).

Sia la quantificazione in sé che il dettaglio per zone sono in fondo una **misurazione** auto referenziata **inedita da valorizzare nel sistema politico ed associativo** utile ad evidenziare come traffico, mobilità, qualità della vita, sicurezza e credito, non sono funzioni metropolitane senza impatto sulle imprese.

La stessa quantificazione potrebbe strumentare meglio le discussioni sulla opportunità di dare continuità ad interventi che riguardano queste criticità con la visione degli effetti positivi che potrebbero essere prodotti sulle imprese.

▣ Quanto pesano le diseconomie (traffico e mobilità, qualità della vita, sicurezza e credito) da Lei sopra indicate sui ricavi della Sua impresa?

	Percentuali
Almeno il 5% di ricavi mancati	28,5%
Dal 5 al 15% di ricavi mancati	17,2%
Più del 15% di ricavi mancati	17,2%
Non saprei quantificare	27,2%
Non so / non risponde	9,9%
Totale	100,0%

9. LE PRIORITÀ PER LA TRANSIZIONE

A quale Milano aspirano le piccole imprese? E come si devono attrezzare: la città, la sua classe dirigente, gli imprenditori, le istituzioni locali per affrontare una transizione di ruolo? Gli ambiti di approfondimento riguardavano gli asset innovativi, il ricambio generazionale nelle imprese e il ruolo delle istituzioni. Vediamo le opinioni delle imprese.

Grado di innovazione. I piccoli imprenditori mandano innanzitutto un **segnale per l'innovazione**. Milano potrebbe ricevere impulso da uno sforzo di attrazione dei migliori studenti e dei migliori ricercatori nei centri di ricerca e nelle imprese (quasi 89% è molto e abbastanza d'accordo). Per secondo mandano un **segnale alla nuova classe dirigente** milanese. Riconoscono lo sforzo di costruzione di un nuovo gruppo dirigente ma auspicano che riesca a **confrontarsi con realtà più avanzate** e complesse della Milano attuale (67,4% molto e abbastanza d'accordo). Meno rilevante invece il tema della ricostituzione di un livello da grande impresa (56,9% è molto e abbastanza d'accordo).

Nel proiettarsi al futuro anche la piccola impresa intuisce che solo con forti assetti innovativi e una robusta classe dirigente, Milano potrà essere all'altezza del cambiamento.

▣ Quali obiettivi per la Milano del futuro

	Percentuali					Totale
	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla, un'altra città sarebbe equivalente	Non so / non risponde	
Si sta formando una nuova classe dirigente che si deve confrontare con realtà più avanzate e complesse.	30,3%	37,1%	14,2%	11,1%	7,3%	100,0%
La città dovrebbe attirare i migliori studenti e ricercatori sia nei centri di ricerca pubblici che nelle imprese.	65,2%	23,7%	4,0%	2,2%	5,0%	100,0%
Senza la grande impresa un'imprenditorialità moderna e manageriale difficilmente può formarsi	22,3%	34,6%	18,1%	16,0%	8,9%	100,0%

Rilevanza del cambio generazionale nelle imprese. In evidenza anche le questioni riguardanti il **ricambio generazionale nelle imprese**. Per il 63,3% il ringiovanimento delle leadership aziendali è affrontato in modo problematico o appena sufficiente.

- ▣ **A suo parere, a Milano il ricambio tra “padri e figli in azienda”, ovvero il ringiovanimento nelle leadership aziendali è:**

	Percentuali
Problematico, scarso	42,9%
Appena sufficiente	20,4%
Adeguito	16,4%
Non so / non risponde	20,3%
Totale	100,0%

Aspettative verso le istituzioni. Le attese sono di **metodo** e di **visione**. Quanto al metodo si auspica il “meno ma meglio”, “più tempestivo e più coordinato” (33.2%). Riguardo alla visione l’attesa è che le istituzioni non operino solo sulle emergenze ma agiscano con una visione strategica della Milano del futuro (27,2%).

- ▣ **Cosa si aspetta dalle istituzioni locali per la vita della Sua impresa? (max 2 risposte)**

	Percentuali
Che si concentrino su poche questioni importanti e decidano nel merito con tempestività e con il massimo coordinamento possibile	33,2%
Che coinvolgano i privati nei grandi progetti	18,6%
Che ricompongano gli interessi delle diverse “popolazioni” che vivono a Milano (residenti, pendolari, turisti), per migliorare la qualità della vita urbana	14,9%
Che non operino solo sulle emergenze, ma agiscano con una visione strategica della Milano del futuro	27,2%
Non so / non risponde	6,1%
Totale	100,0%

Nella indicazione delle priorità da porre al primo posto riaffiora il modello funzionalista (le istituzioni locali devono migliorare la funzionalità dell'area metropolitana 26,2%) al secondo posto forse un segnale politico verso il proprio cluster sociale (devono promuovere e valorizzare il merito nei giovani imprenditori 22,5%).

- ▣ **A suo parere, quale fra le seguenti priorità le amministrazioni locali dovrebbero affrontare per aiutare la vita delle imprese milanesi? (max 3 risposte)**

	Percentuali
Promuovere e valorizzare il merito nei giovani imprenditori	22,5%
Migliorare la funzionalità dell'area metropolitana	26,2%
Promuovere il tradizionale "welfare ambrosiano"	13,0%
Promuovere interventi di recupero energetico e miglioramento ambientale	13,6%
Tendere ad una governance urbana più coesa	4,4%
Sollecitare misure di sicurezza più incisive	17,7%
Non so / non risponde	2,5%
Totale	100,0%

Scelte di inclusione verso i nuovi soggetti economici. Tra le piccole imprese è presente una buona parte di operatori che concorda con la necessità di dar voce ai nuovi soggetti economici. Che si tratti di nuove professioni, terziario avanzato e altri soggetti con simili profili innovativi, **il sistema della rappresentanza** dovrebbe garantire **spazi per i nuovi soggetti economici** prevalentemente attraverso l'apertura degli organi direttivi attuali (46,8% del totale).

- A suo parere, come si potrebbe dare voce ai soggetti economici (nuove professioni, terziario avanzato, etc.) significativi del sistema economico milanese?

	Percentuali
Con inserimento dei loro rappresentanti negli organi direttivi delle associazioni di categoria esistenti	46,8%
Creando nuove associazioni riconosciute dalle istituzioni economiche e locali	23,2%
Non so / non risponde	30,0%
Totale	100,0%

Meno presente e su valori di circa un quinto dei rispondenti la soluzione extra istituzionale da perseguire creando nuove associazioni di rappresentanza da riconoscere poi dalle istituzioni economiche locali.

Si considerino per questo aspetto le differenze per livello formativo degli imprenditori. C'è un rapporto diretto tra alta scolarità e sottolineatura dei sistemi di rappresentanza: gli imprenditori laureati privilegiano l'inclusione nelle attuali istituzioni economiche, gli imprenditori con scolarità di base hanno valori più elevati rispetto alla scelta di creare nuove associazioni.

- A suo parere, come si potrebbe dare voce ai soggetti economici (nuove professioni, terziario avanzato, etc.) significativi del sistema economico milanese?

	Titolo di studio dell'intervistato:				Totale
	Scuola dell'obbligo	Diploma	Laurea	Master/ Post Laurea	
Con inserimento dei loro rappresentanti negli organi direttivi delle associazioni di categoria esistenti	38,2%	47,2%	52,5%	50,0%	46,8%
Creando nuove associazioni riconosciute dalle istituzioni economiche e locali	27,4%	24,4%	15,7%	33,3%	23,2%
Non so / non risponde	34,4%	28,5%	31,8%	16,7%	30,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

10. SPUNTI OPERATIVI

Rispetto al cluster delle piccole imprese milanesi (stabilizzate e radicate nei propri territori), così ben emerse dalla rilevazione, i temi che potrebbero essere ripresi in una riflessione operativa sono i seguenti:

- un accertamento sulle **condizioni che nel sistema milanese sembrano aver ridotto le performance economiche** e quindi la redditività di tali imprese. Emerge in proposito un tratto generale, appesantito in alcune zone territoriali, di insufficienza dei sistemi di prossimità sui quali le imprese hanno costruito la propria solidità economica. Si dovrebbe cercare di comprendere meglio i fattori che concorrono a creare l'ambiente competitivo delle piccole imprese a radicamento zonale e a quali condizioni è possibile verificare un segnale di difficoltà e, se effettivo, trasformarlo in una politica di rilancio. Tra le dimensioni che sono da conoscere meglio sembra proponibile quella della **sicurezza**, neppure per la sua soglia sostanziale ma per quella percepita. C'è da cogliere velocemente se, trattandosi di imprese ad alta esposizione agli asset localizzativi, non siano in azione **fattori di trasformazione sociale e urbanistica** poco compresi e quindi forieri di pessimismo e staticità economica e sociale, con possibilità di concretizzare traiettorie discendenti sia del reddito prodotto che della qualità della sicurezza del quartiere;
- la verifica più precisa **dell'incidenza delle diseconomie locali sui bilanci delle piccole imprese**. L'apporto informativo ottenuto (più del 60% delle imprese che dichiara perdite economiche per diseconomie territoriali) arriva a illuminare un quadro di scarsità delle misure riguardanti il rilievo delle diseconomie delle metropoli sui bilanci aziendali e rafforza l'utilità di un impegno operativo finalizzato a ridurle. Ma forse non è sufficiente. La riflessione sulle diseconomie può essere efficace se diventa intrinseca a quella sul **futuro della metropoli lombarda** e porta ad interrogarsi sull'adeguatezza del modello funzionalista per una Milano che si vuole più globale e insieme più sostenibile e più socialmente integrata;

- **il futuro dei territori che costituiscono Milano.** Il numero significativo di imprese che ha prosperato a Milano grazie ad una buona localizzazione, al radicamento territoriale e alla capacità di fornire servizi di prossimità pone in evidenza il doppio movimento che darà un futuro a Milano: da una parte la spinta al globale e dall'altra la resistenza dei luoghi, delle relazioni e delle identità inframetropolitane. Potrebbe verificarsi un andamento di evoluzione della città in cui si confronteranno percorsi di sviluppo indipendenti delle diverse aree. Tra tutte risalterà tuttavia il centro cittadino, diventato un polo a sé, autoconsistente e iperterziario. Non sarà solo banale confronto di rendite territoriali ma confronto sul capitale sociale o meglio sul capitale territoriale che "ha fatto" Milano e può continuare a farlo anche con scelte di caratterizzazione economica diverse da quelle che il nuovo polo fieristico evoca;

- **il confronto sui modelli di business.** Si è osservato come siano numerose le piccole imprese milanesi che grazie alla capacità di avere il polso del mercato locale e di avere alle spalle il ruolo esercitato dalla "famiglia-impresa" riescono a produrre profitto con solidità e tenuta economica di lunga durata. Ma Milano non è solo questo. C'è un secondo gruppo di imprenditori, probabilmente ugualmente numeroso, che fa innovazione di business staccandosi dalla tradizione della "local economy" e cercando formule che spingono in là la frontiera dell'innovazione e delle pratiche economiche. Le due formule imprenditoriali influenzeranno in forme diverse il clima istituzionale e chiederanno alle élite politiche e ai gruppi responsabili delle istituzioni economiche di scegliere quale tipo di dinamismo è più appropriato per la Milano attuale e per la Milano attesa per il futuro. Il dilemma a nostro parere potrebbe tuttavia non rivelarsi così drammatico. Una parte delle imprese più innovative potrebbe beneficiare dell'utilità di avere un rapporto con le imprese ad assetto più locale e queste seconde imprese potrebbero dimostrare una inaspettata capacità adattiva rispetto alle innovazioni prodotte al loro esterno. In fondo anche nelle piccole imprese con forti asset locali non mancano le doti tipiche dell'imprenditoria che si basano sulla periodica ricombinazione dei fattori della produzione tale da creare un abbassamento della curva dei costi. Operare su questi temi in modo appropriato significherebbe trattare l'innovazione come un fatto di sistema che prima o poi innerva anche nel contesto circostante. In questo caso risulterà centrale lo sforzo delle istituzioni economiche di far crescere lo stock di conoscenze a disposizione di tutto il sistema delle imprese;

- **l'evoluzione della rappresentanza dei soggetti economici.** Il cluster socio-economico coinvolto nella rilevazione non è probabilmente quello che manca di rappresentanza ed è inoltre in prevalenza, ancora, tradizionale nell'approccio ai nuovi soggetti economici (per quasi il 50% è sufficiente inserire rappresentanti nei direttivi attuali delle associazioni di categoria). Non mancano tuttavia gli spunti per precisare nuove forme e istanze di rappresentazione, come per sperimentare soluzioni innovative che arrivino sia ai nuovi che ai soggetti già rappresentati;
- **le nuove capacità delle istituzioni.** Le imprese coinvolte hanno **aspettative di metodo e di visione verso le istituzioni:** "meno ma meglio", "più tempestivo e più coordinato", una "visione strategica della Milano del futuro e non solo interventi sulle emergenze". C'è abbastanza perché il sistema camerale si faccia sentire per sé e nei confronti delle altre istituzioni locali rispetto a queste chiare attese.

NOTE METODOLOGICHE

Nota informativa (in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: delibera 153/02/CSP, pubblicato su G.U.185 del 8/8/2002 e 237/03/CSP del 9/12/2003)

- Soggetto realizzatore: Unità Indagini Demoscopiche, CedCamera
- Committente: Servizio Studi e supporto strategico della Camera di Commercio di Milano
- Argomento: Milano e i suoi imprenditori
- Tipo di rilevazione: Interviste telefoniche somministrate con il metodo C.A.T.I.
- Universo di riferimento: Le imprese del Comune di Milano appartenenti ai settori manifatturiero, costruzioni, commercio, terziario tradizionale e terziario avanzato (Fonte: Istat, Censimento industria e servizi 2001)
- Unità intervistate: 976 soggetti
- Tipo di campione e criteri di estrazione: campionamento stratificato per settore di attività delle imprese del Comune di Milano; estrazione avvenuta con campionamento casuale semplice che garantisce l'indipendenza di ogni campione.
- Estensione territoriale: Comune di Milano
- Periodo di realizzazione del sondaggio: dal 9 novembre al 18 dicembre 2007
- Numero imprese contattate:
 - Interviste complete 976
 - Numero dei non rispondenti 2751
 - Totale contatti effettuati 6707
-
- Metodo di raccolta delle informazioni: Interviste telefoniche C.A.T.I., basate su un questionario strutturato
- Elaborazione dati: SPSS
- Margine di errore: +/- 7% (livello di significatività del 95%) per ogni settore di attività considerato