



Unioncamere
Veneto

Crisi economica, indebitamento, risparmi: quali prospettive per la ripresa nel Veneto

Gian Angelo Bellati

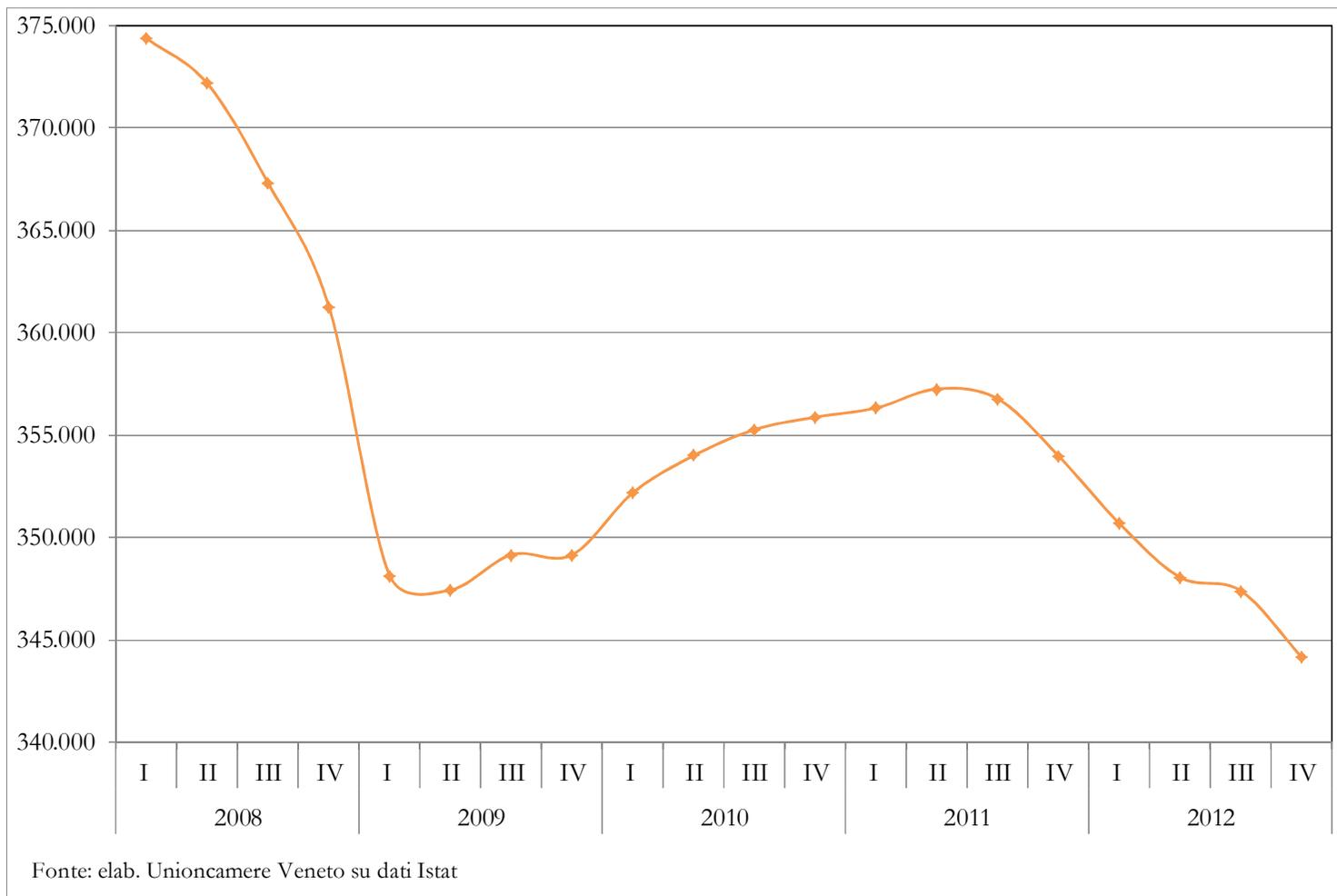
Segretario Generale - Unioncamere Veneto

*6° Congresso ADICONSUM Veneto
«Solidarietà, Partecipazione, Sviluppo»*

Abano Terme (PD) - 15 aprile 2013

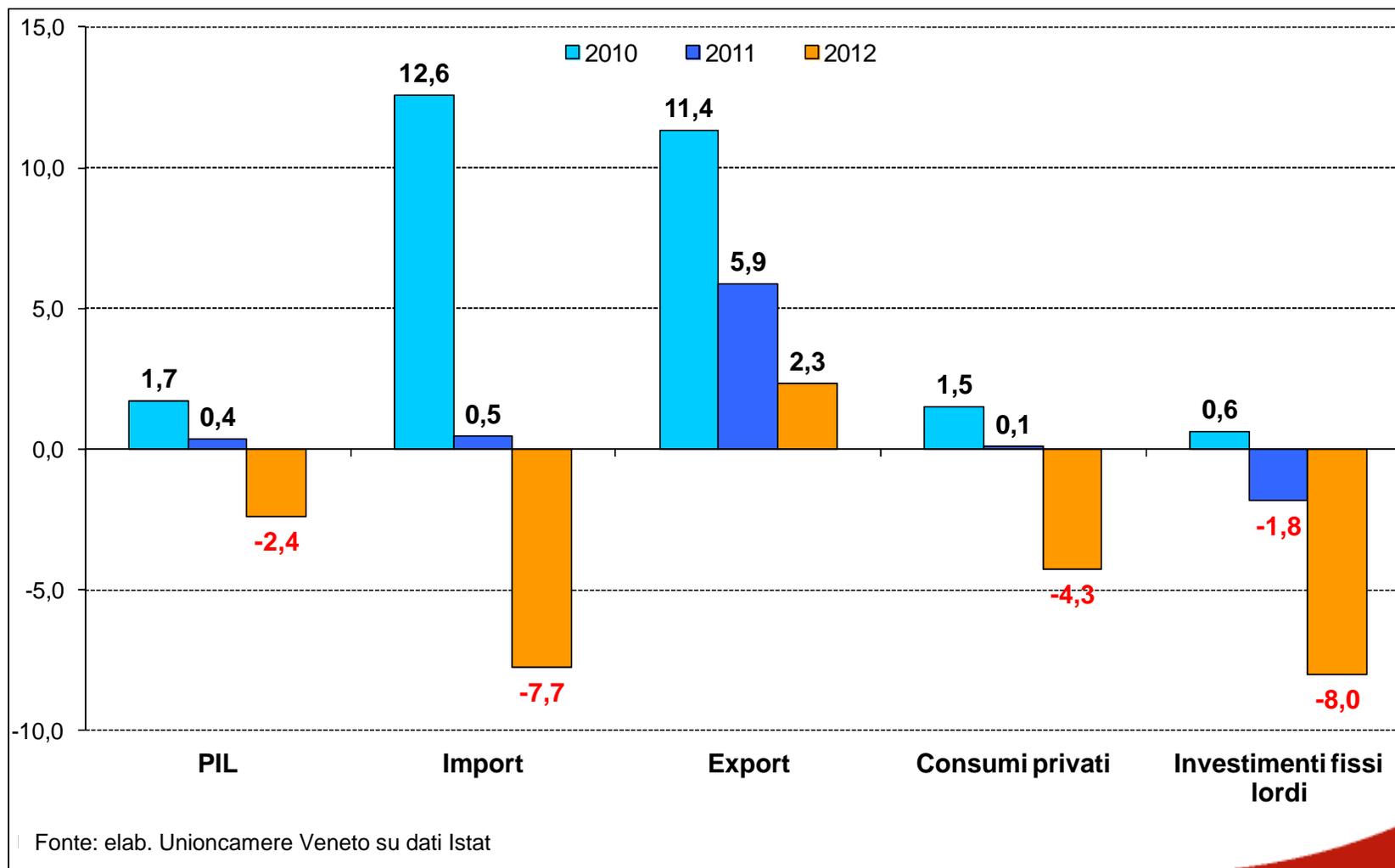
Nel 2012 il Pil italiano è diminuito del -2,4%. A fine 2012 il Pil ha superato il livello più basso raggiunto nei primi mesi del 2009. Si è verificata quella che gli analisti chiamano *double dip recession*

Italia. Andamento del Pil trimestrale (mln euro, val. conc. anno rif. 2005). Anni 2008-2012



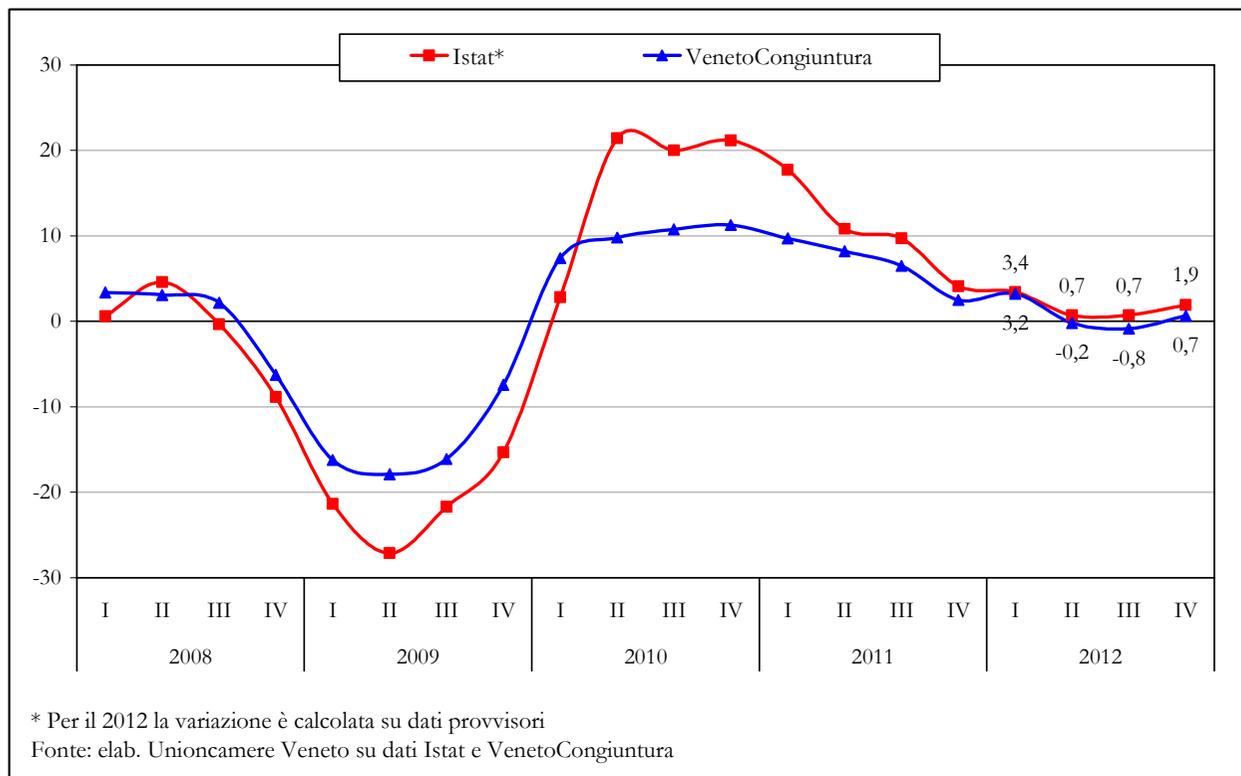
La caduta del Pil è ascrivibile alla forte flessione degli investimenti fissi lordi (-8%)
 ma anche della spesa per consumi delle famiglie (-4,3%).
 Decelerazione delle esportazioni (+2,3%). Crollano le importazioni (-7,7%)

Italia. Pil e conto economico (var. % su anno prec.). Anni 2010-2012



Le esportazioni venete hanno registrato una debole crescita (+1,6%), superando il valore di 51 mld di euro

Veneto. Andamento delle esportazioni (var. % su anno prec.). Anni 2008-2012



Prodotti export in crescita →

Metallurgia (3,4 mld; +5,1%)

Prodotti alimentari (2,3 mld; +10,1%)

Prodotti export in calo →

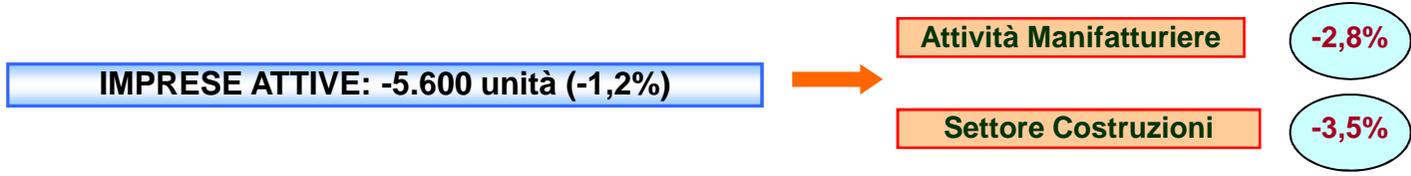
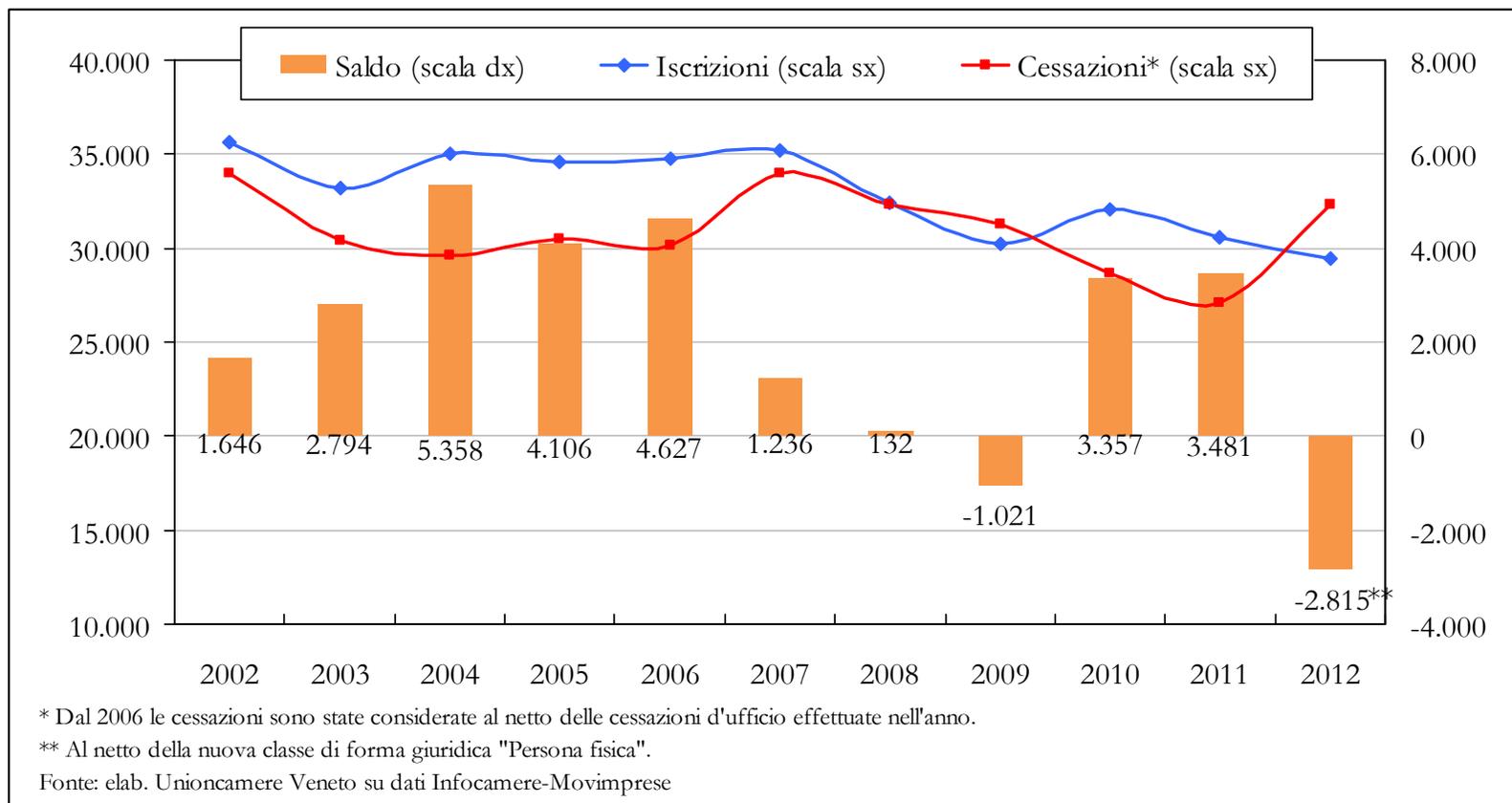
Macchinari (9,9 mld; -2,1%)

Altre apparecchiature elettriche (2,7 mld; -2,1%)

Calzature (2,1 mld; -3,8%)

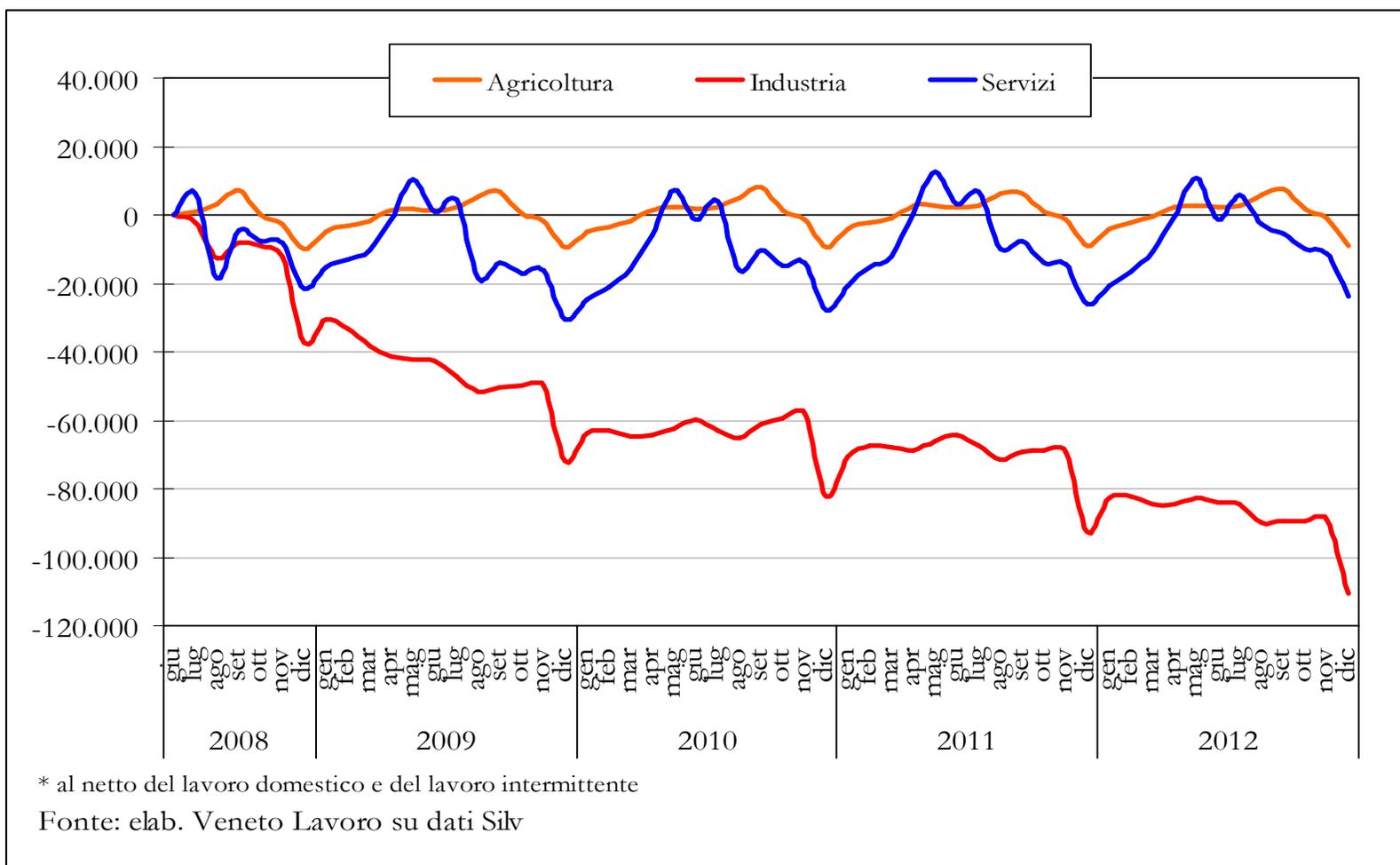
Nel 2012 il saldo iscrizioni/cessazioni è tornato negativo (-2.815 imprese), quasi il triplo di quella registrata nel 2009
Circa 90 imprese ogni giorno hanno chiuso i battenti

Veneto. Dinamica delle iscrizioni, cessazioni e saldi delle imprese. Anni 2002-2012



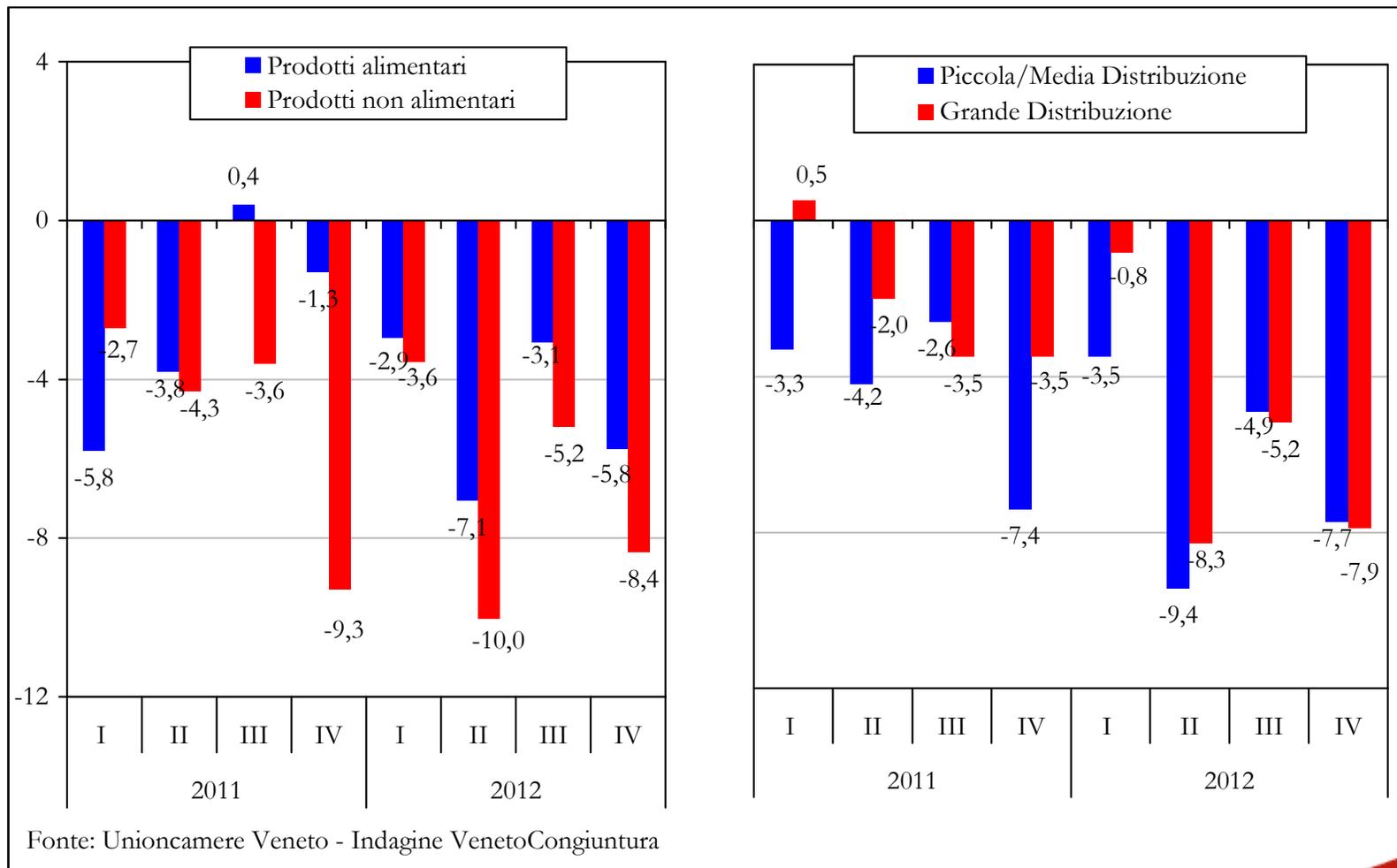
L'occupazione prosegue la sua caduta: oltre -15 mila posti, in forte diminuzione rispetto al saldo 2011 (-8.700 unità).

Veneto. Posizioni di lavoro dipendente per macrosettore (var. cumulate rispetto a giugno 2008, dati mensili). Giu. 2008 – Dic. 2012.



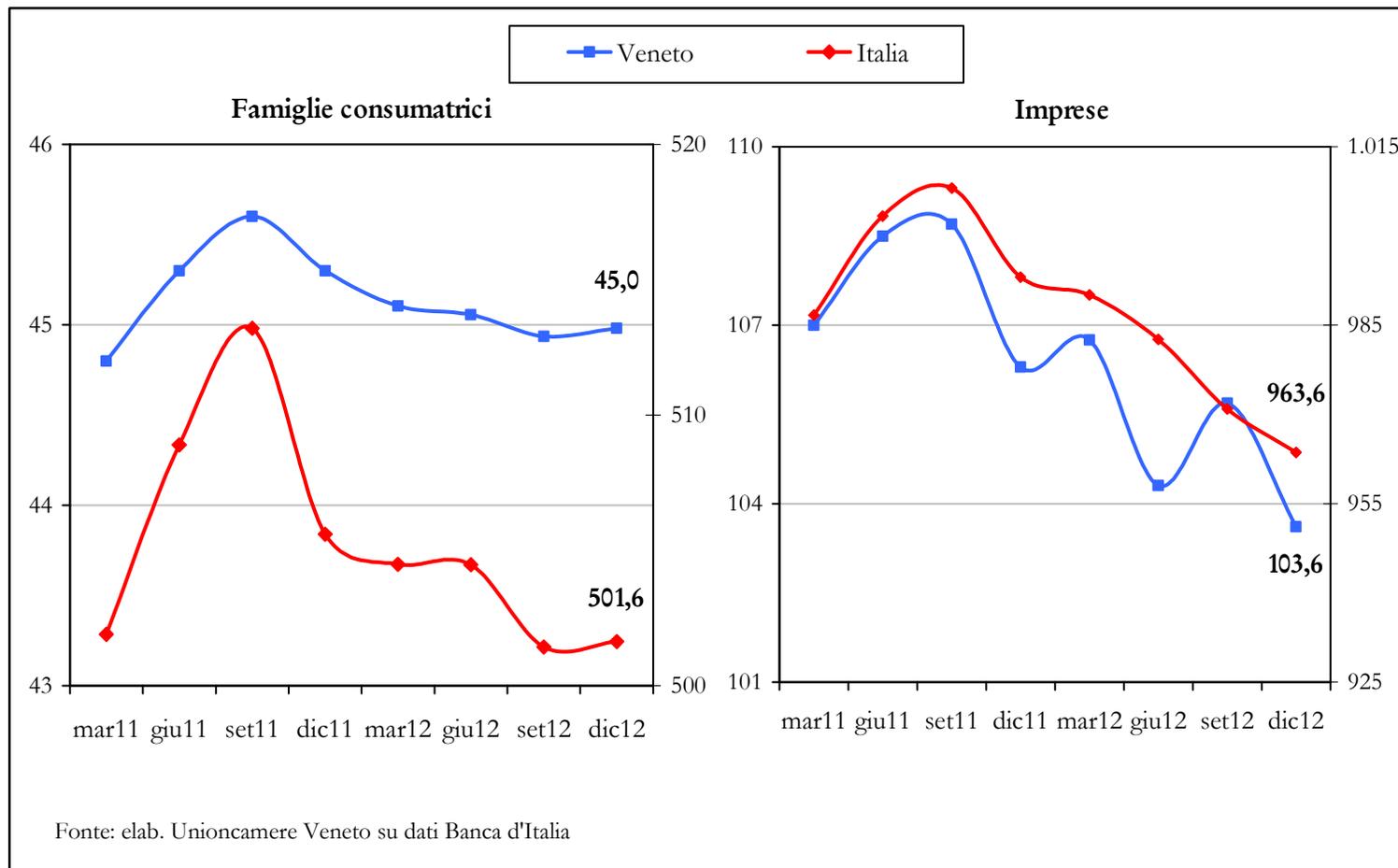
**Il bilancio delle vendite al dettaglio è nettamente negativo (-5,8%),
con un calo doppio rispetto al 2011 (era -2,7%)**

Veneto. Andamento delle vendite al dettaglio per tipologia di prodotto venduto e per dimensioni d'impresa (var.% su trim. anno prec.). Anni 2011-2012



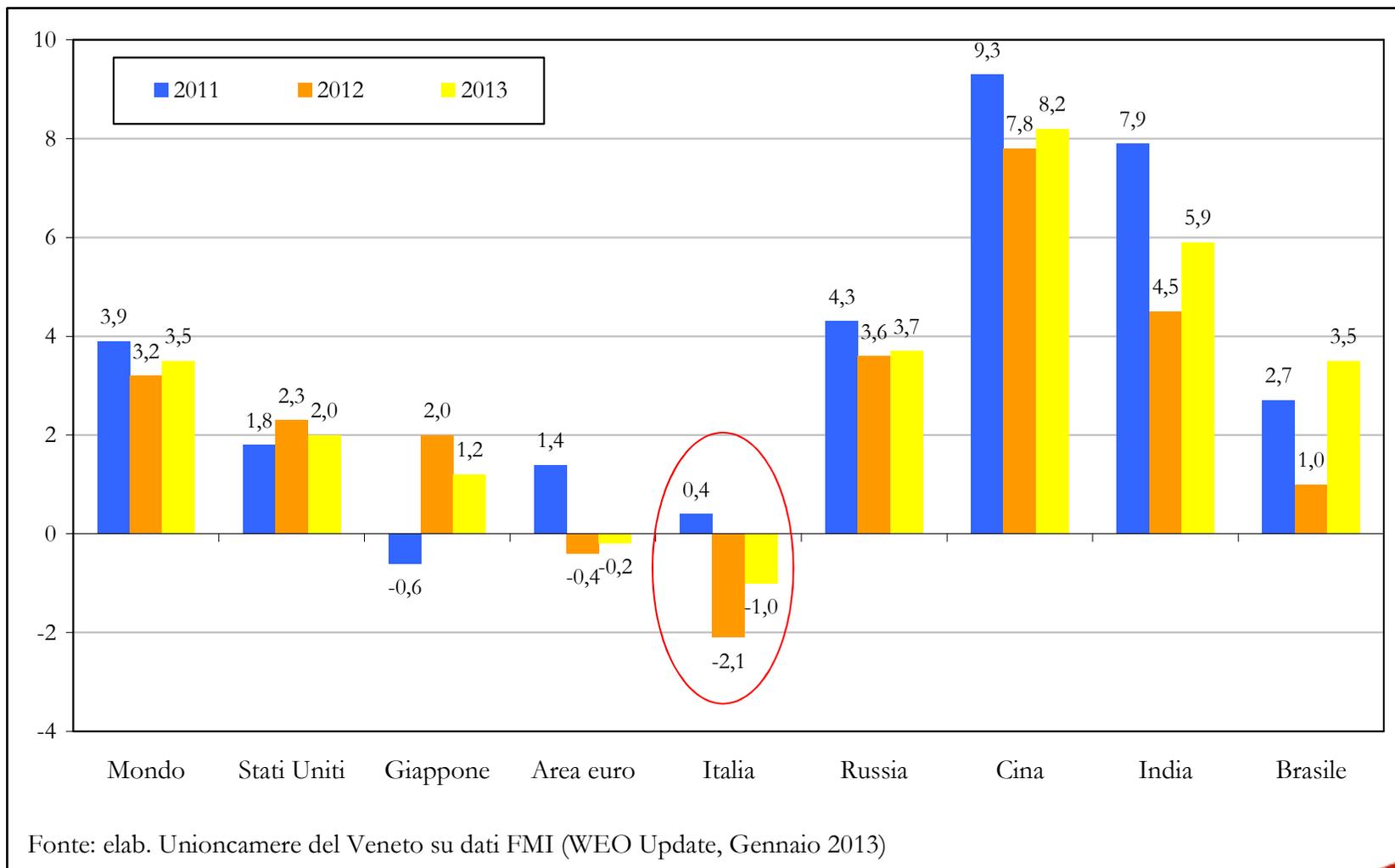
Nel corso del 2012 prosegue la contrazione dell'attività di prestito: -2%

Italia e Veneto. Andamento degli impieghi bancari alle imprese e alle famiglie consumatrici (valori in miliardi di euro). Mar. 11 – Dic. 12



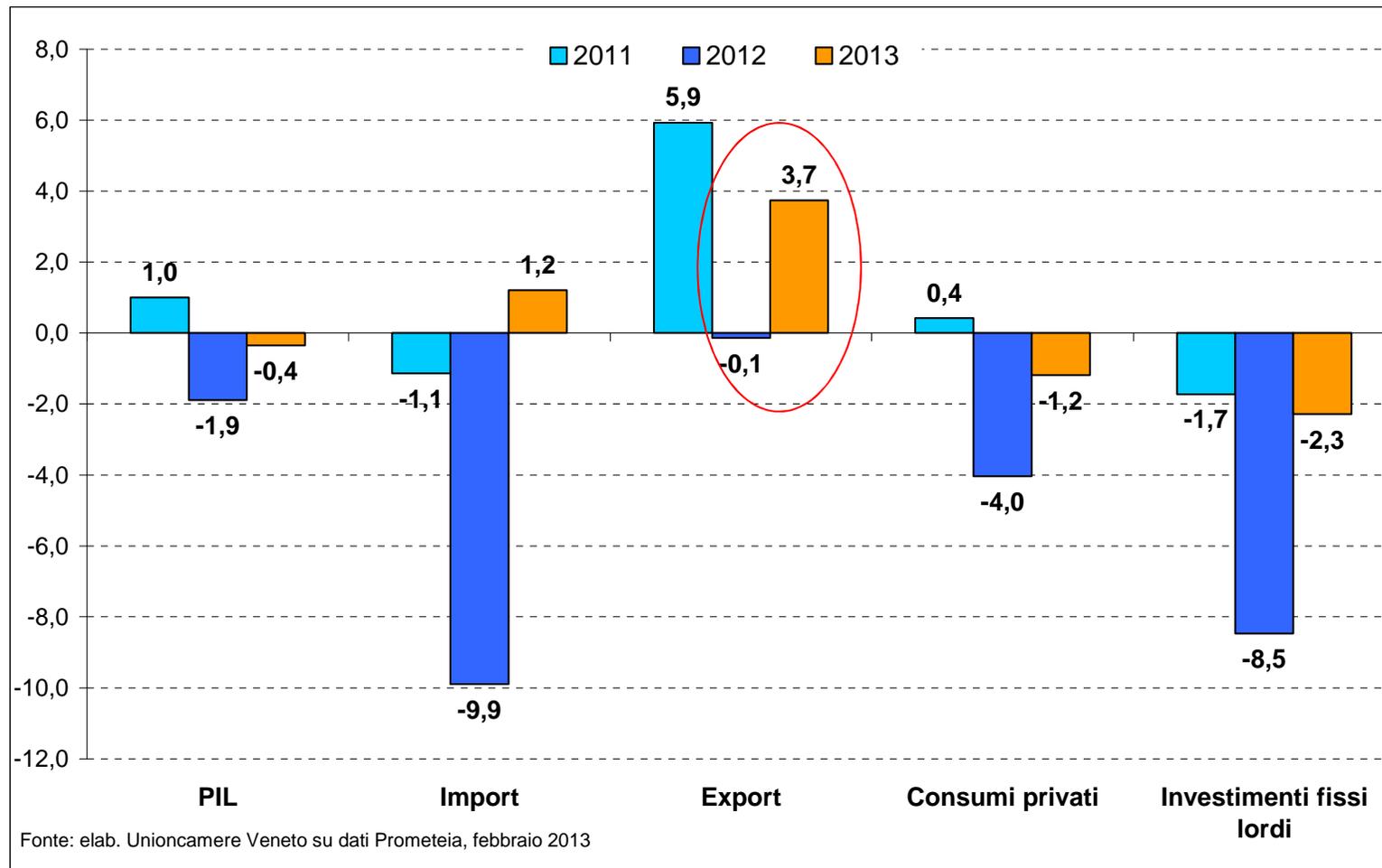
**Il 2013 si preannuncia un altro anno senza crescita.
L'economia mondiale si sta avviando verso un lento recupero.**

Tasso di variazione del Pil. Anni 2011-2013



Nel 2013 si prevede una flessione del Pil pari a -0,4%. La crescita dell'export non riuscirà a bilanciare il calo di consumi e investimenti.

Veneto. Pil e conto economico (var. % su anno prec.). Anni 2011-2013

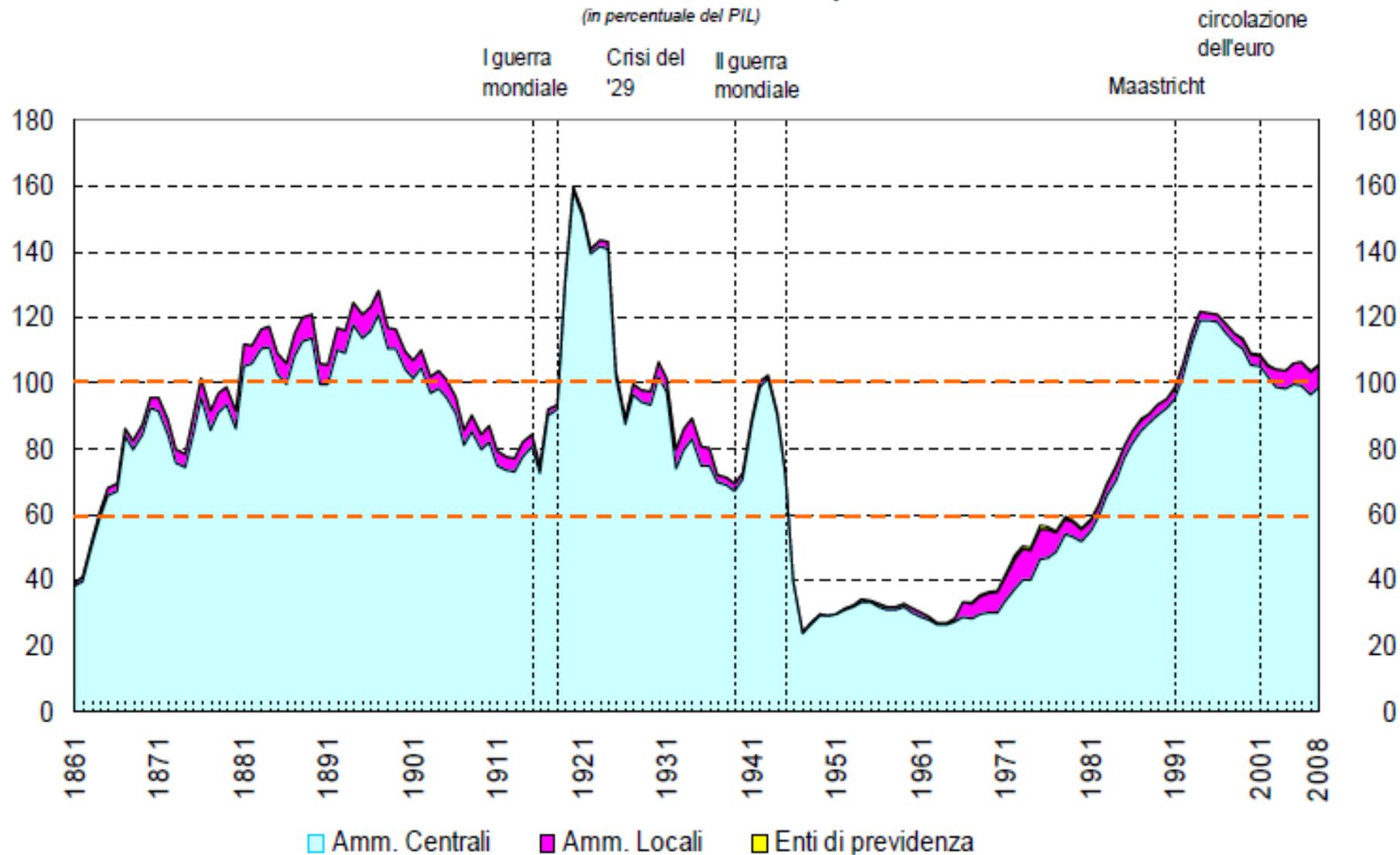


Le inefficienze del sistema Italia nel confronto con l'Europa:

- Elevato debito pubblico
- Alto costo del credito
- Insostenibile peso del fisco
- Lunghi tempi della giustizia
- Elettricità e gas più cari
- Bassa produttività
- Burocrazia macchinosa
- Difficoltà nell'esportare beni
- Bassa qualità delle infrastrutture
- Piaga della corruzione

Debito delle Amministrazioni pubbliche

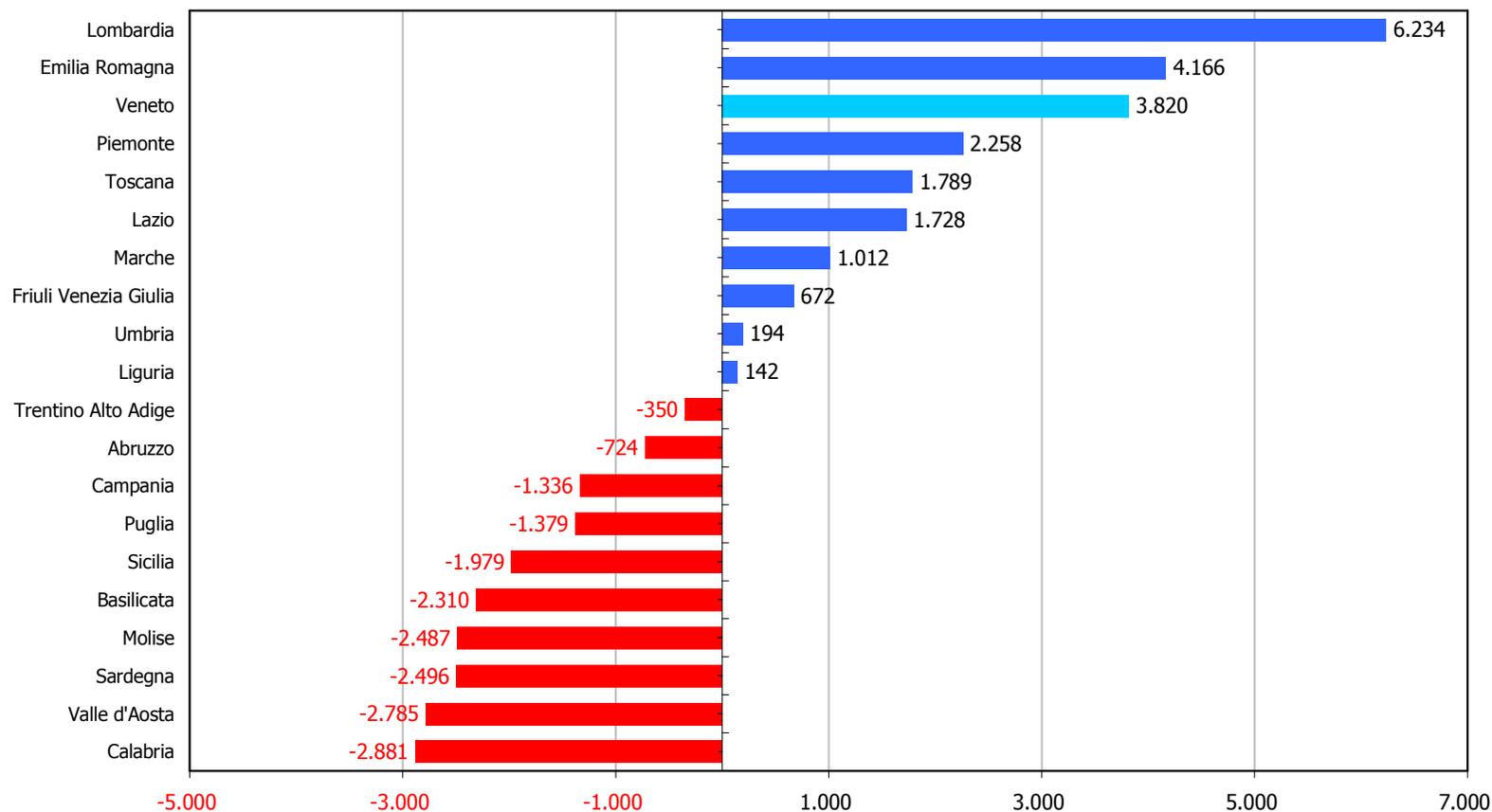
(in percentuale del PIL)



Fonte: Banca d'Italia

La mappa del dare-avere: il residuo fiscale

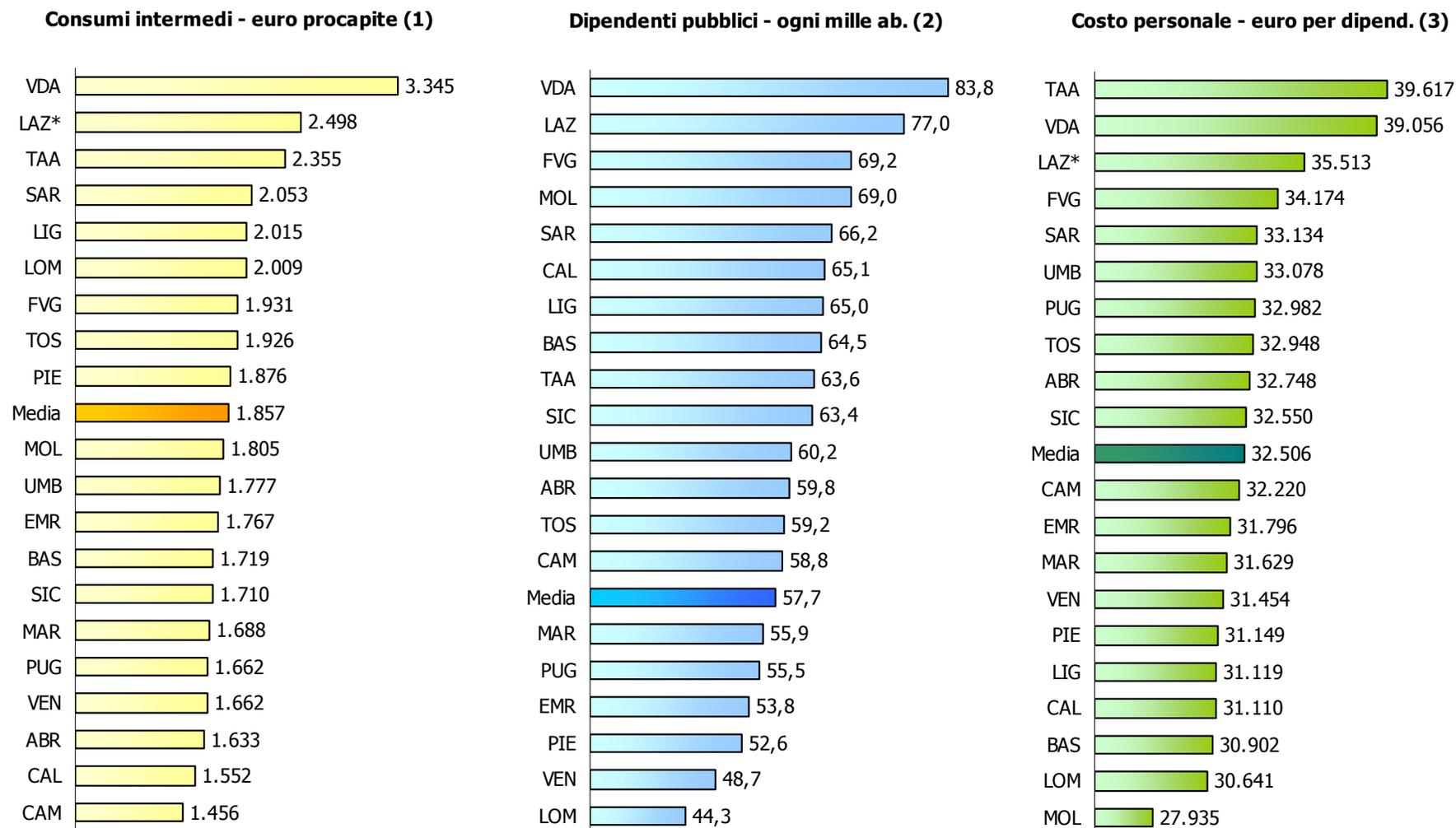
Italia. Residuo fiscale delle Amministrazioni pubbliche per regione. Euro procapite. Media 2008-2010



Fonte: elab. Unioncamere del Veneto su dati CPT - Conti Pubblici Territoriali - Ministero Sviluppo Economico

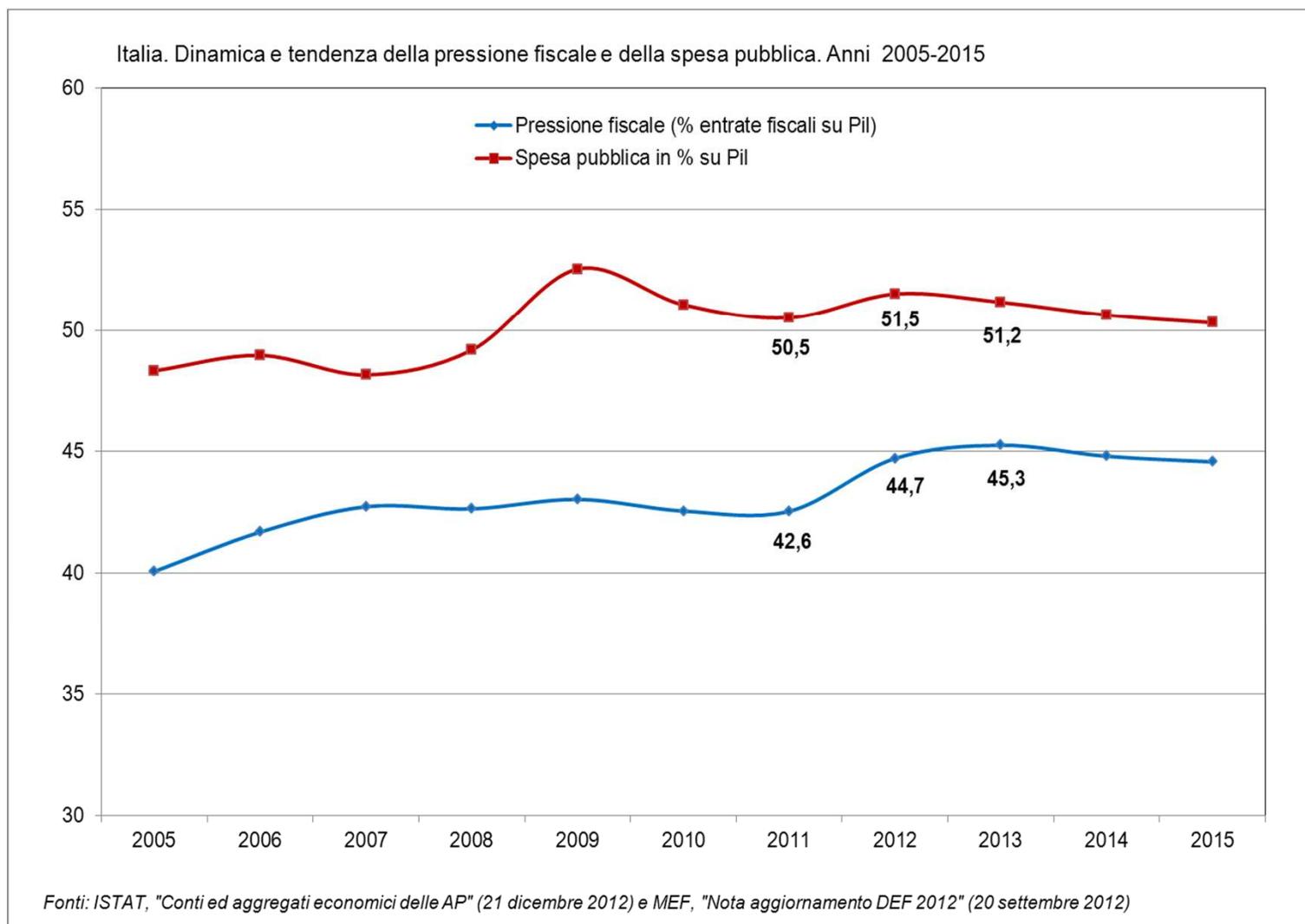
Nel triennio 2008-2010 il Veneto ha registrato un **residuo fiscale pari a 18,8 mld di euro**, ossia 3.820 euro per abitante, collocandosi nelle prime posizioni delle regioni in avanzo fiscale (Lombardia 6.234 euro, Emilia-Romagna 3.820 euro).

Divari regionali di spesa pubblica

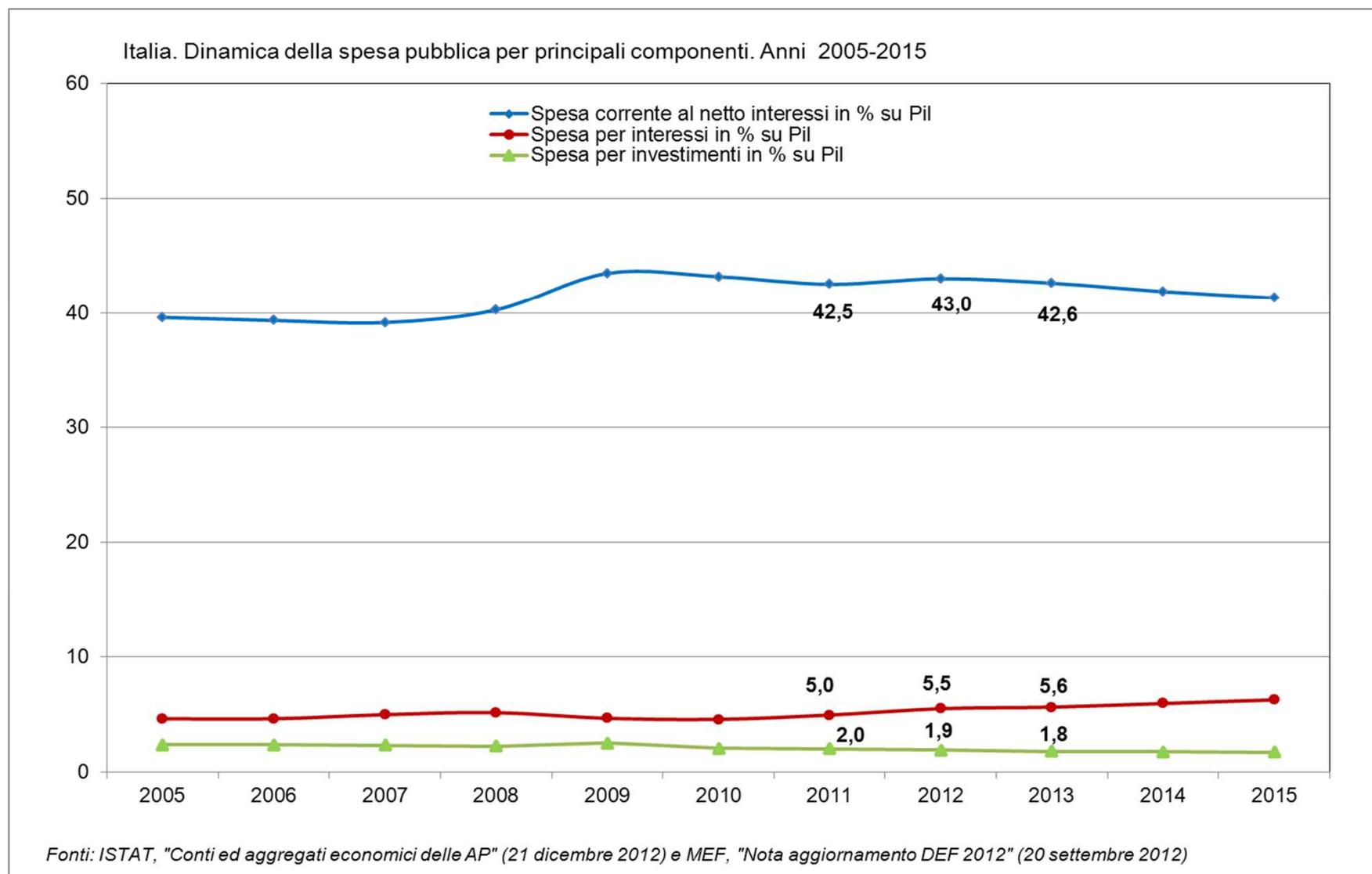


Fonte: Elaborazione su dati Conti Pubblici Territoriali e Ragioneria Generale dello Stato

Pressione fiscale e spesa pubblica (1/2)



Pressione fiscale e spesa pubblica (2/2)



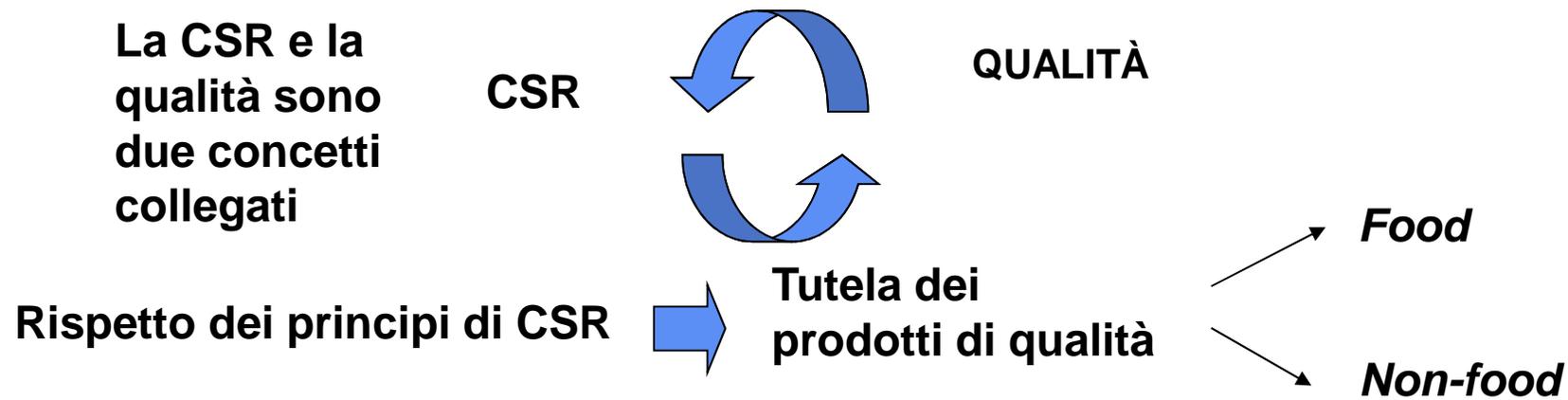
L'imposizione fiscale delle società di capitali: uno studio sul Veneto

- Dai bilanci aggregati delle società di capitali del Veneto è desumibile la situazione economico-finanziaria regionale. Il CARICO FISCALE è misurato come l'onere comprensivo di due imposte (IRES+IRAP pari al 31,4% secondo la normativa tributaria).
- Per le imprese **venete** l'imposizione fiscale effettiva nel 2011 è stata pari al **58,7%** (era 50,2% nel 2007).
- Per le imprese **italiane** è andato ancora peggio perché si è passati dal 45,9% a ben il **113,8%** dell'ultimo. In altri termini, le imprese italiane nel complesso, per il fatto di aver conseguito redditi molto ridotti, hanno pagato più imposte di quanto hanno guadagnato e soprattutto hanno versato imposte anche le imprese in perdita.
- Anche la produttività del lavoro è notevolmente diminuita in Veneto (dal 16,1 al 18,6%) mentre in Italia è rimasta stabile.

La difficoltà delle famiglie e delle imprese

- In Veneto, nel 2011 il **reddito disponibile delle famiglie per abitante** è risultato pari a 20.113 euro (-2,2% rispetto ai livelli pre-crisi valutato a prezzi costanti 2008- stima Unioncamere Veneto).
 - La flessione del reddito disponibile ha rallentato la crescita dei consumi: nel periodo 2008-2011 **la spesa media delle famiglie a prezzi costanti** è diminuita del 5,9 per cento.
-
- Il 49,8% delle **piccole imprese italiane** (meno di 20 addetti) intervistate da Fondazione Impresa ha incontrato **difficoltà di accesso al credito**. La richiesta di garanzie eccessive ha rappresentato la principale difficoltà di accesso al credito (43,2%), seguita dai costi bancari (27,3%) e dai tassi di interesse considerati troppo elevati (15,9%).
 - Il 44,8% degli imprenditori **si è rivolta alle banche** negli ultimi 6 mesi (ottobre 2012-marzo 2013), **in diminuzione** di 1,4 punti percentuali rispetto ai 6 mesi precedenti

Le proposte di Unioncamere del Veneto



1. Misure per garantire la qualità dei prodotti e dei servizi ed adozione del marchio di qualità con indicazione d'origine «Qualità Veneto» (PdL regionale N. 23 del 28 aprile 2010)

2. Progetto CSR Veneto: Requisiti minimi per un percorso di responsabilità sociale d'impresa

Il Marchio “Qualità Veneto”

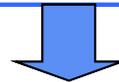
Obiettivi

Consumatori

- Tutela della **salute** del consumatore
- Mettere in grado il consumatore di identificare specifiche **caratteristiche, peculiarità e unicità** del prodotto, nonché le **modalità e la qualità dei processi produttivi**

Imprese

- Valorizzare la **tipicità e la qualità** dei prodotti veneti e italiani sul mercato nazionale e internazionale
- Più **competitività e visibilità** soprattutto alle PMI per combattere **concorrenza sleale e dumping sociale**
- Tutela e valorizzazione delle imprese che rispetteranno i **requisiti minimi di responsabilità sociale**.
- Combattere la **concorrenza sleale** extra - UE



INCREMENTO DELL'EXPORT
e della FORZA COMPETITIVA del sistema imprenditoriale veneto

Il Marchio “Qualità Veneto”

Peculiarità

- Un marchio collettivo di qualità con indicazione d’origine di cui sarà titolare la Regione Veneto
- Il controllo del rispetto dei requisiti sarà di responsabilità dell’ente pubblico
- Per ottenere il marchio le imprese dovranno rispettare:
 - **requisiti di responsabilità sociale d’impresa** definiti dal Forum multistakeholder veneto;
 - rigidi **disciplinari di qualità**.
- Disciplinari, regolamenti d’uso definiti da **Commissioni tecniche**

Il Marchio “Qualità Veneto”

Azioni a sostegno

Azioni e investimenti regionali per la **promozione del marchio “Qualità Veneto” a livello locale, europeo ed internazionale**

Misure di sostegno alle imprese per **campagne informative, promozionali e pubblicitarie** del marchio “Qualità Veneto”

Tutela legale del marchio “Qualità Veneto”

La responsabilità sociale d'impresa come strumento competitivo strategico

Il Libro Verde della Commissione Europea (2001) definisce la Corporate Social Responsibility (CSR) come:

*“l’integrazione **volontaria** da parte delle imprese delle tematiche **sociali e ambientali** nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le **parti interessate**. [...] Essere socialmente responsabili significa non solo soddisfare gli obblighi giuridici applicabili, ma anche **andare al di là**, investendo nel capitale umano, nell’ambiente e nei rapporto con le altre **parti interessate**”*

Un comportamento socialmente responsabile, quindi:

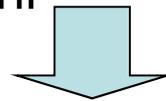
- è un comportamento che **va al di là delle prescrizioni legali**;
- è un atto **volontario**;
- va a beneficio della **sostenibilità economica** di lungo periodo;
- è connesso con il concetto di **sviluppo durevole**: nella gestione delle loro attività le imprese devono tener conto anche delle ripercussioni economiche, sociali ed ambientali;
- non è un elemento "addizionale" all'attività d'impresa, bensì è **intrinsecamente correlato alla gestione stessa dell'impresa**.

Benefici della CSR in generale:

- **ambiente di lavoro migliore**, più sicuro e **motivante** **maggiore capacità dell'impresa di attrarre e mantenere personale qualificato e motivato**;
- **rafforzamento del marchio d'azienda**, attraverso lo sviluppo di un rapporto stabile e duraturo con i consumatori/clienti, basato sulla **fiducia e la fedeltà alla marca**;
- riduzione del **rischio d'impresa**;
- aumento della **competitività** dell'azienda e dell'intero sistema produttivo;
- aiuta a consolidare il **rapporto con clienti e fornitori** e con tutti gli stakeholder e a migliorare la capacità di rispondere alle aspettative degli stessi;
- rafforzando la reputazione dell'impresa, **riduce i rischi** di iniziative di **boicottaggio** da parte di organizzazioni terze.

Benefici della CSR /2

- in un quadro competitivo internazionale sempre più complesso e dinamico, dove forme di dumping sociale e ambientale creano disequilibri nella competitività delle imprese, la CSR può rappresentare un qualificante **elemento di differenziazione**;
- miglioramento della relazione con le istituzioni finanziarie, nell'ottica di un **più facile accesso alle fonti di finanziamento** in virtù della già evidenziata **riduzione del profilo di rischio**. Permette di usufruire, laddove previsti, di vantaggi fiscali e semplificazioni amministrative;
- **sviluppo economico sostenibile** attento ai risvolti ambientali e sociali dell'attività d'impresa e alle esigenze di tutti gli stakeholder interni ed esterni



Creazione di **valore aggiunto** per

- Impresa
- Ambiente
- Società

Concludendo. I buoni propositi ... (1)

- **Onorare i debiti verso le imprese:** in arrivo 40 miliardi di liquidità per le imprese.
- **Anticipare il federalismo fiscale:** il principio di responsabilità è un beneficio per la collettività se applicato in tempo.
- **Ridurre il residuo fiscale:** affermando il principio di correlazione tra “cosa tassata” e “cosa amministrata”.
- **Aumentare le spese di investimento:** accrescendo le spese per i servizi destinati alla collettività rispetto a quelle per il funzionamento della P.A.

Concludendo. I buoni propositi ... (2)

- **Diminuire le tasse:** riducendo l'imposizione fiscale che grava sulle imprese.
- **Contrastare l'evasione fiscale:** accrescendo il ruolo di Regioni ed enti locali nel far emergere il sommerso, soprattutto nelle Regioni a più alta intensità di evasione.
- **Differenziare le manovre per aree macroregionali:** il legislatore è chiamato alla responsabilità di emanare provvedimenti differenziati, al fine di ottenere maggiori risparmi di spesa pubblica e quindi maggiore efficienza della P.A.



Unioncamere
Veneto

Grazie per l'attenzione!

Per richieste e informazioni:

unione@ven.camcom.it