

## **Bisogni, attese e comportamenti delle microimprese come driver di sviluppo delle performance commerciali**

Daniela Vitolo  
Ufficio Marketing e Customer Satisfaction – **ABI**  
d.vitolo@abi.it

Roma, 26 marzo 2010

## Agenda

- LA PERCEZIONE STORICA DELLA FISIONOMIA DEL TESSUTO IMPRENDITORIALE ITALIANO
- LA FISIONOMIA ATTUALE E ALCUNI DATI DI SCENARIO
- UN'ANALISI PIÙ COMPLETA DEI TARGET
  - I BISOGNI E LE ATTESE NELLA RELAZIONE CON LA BANCA
  - I COMPORTAMENTI DEI CLIENTI SMALL BUSINESS
- LE PERFORMANCE COMMERCIALI DEL TARGET
- IL PROSSIMO FUTURO E LE OPPORTUNITÀ

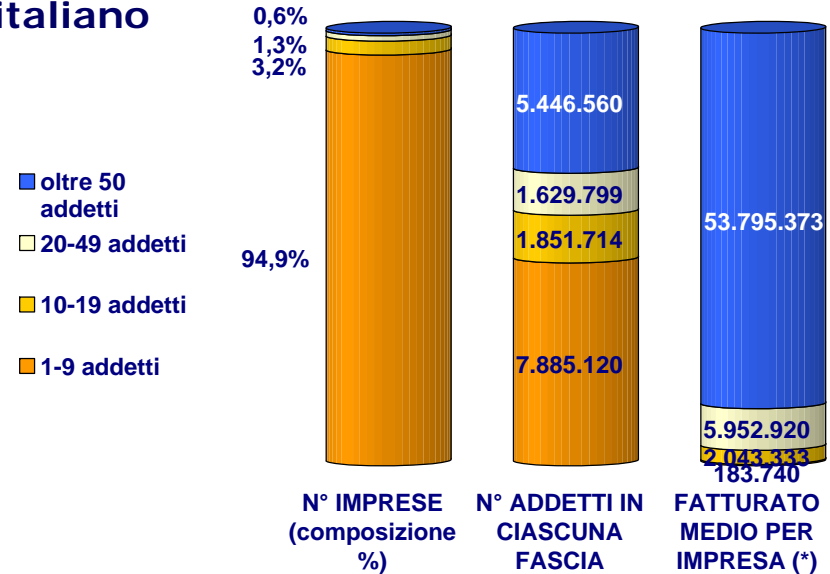
# LA PERCEZIONE STORICA DELLA FISIONOMIA DEL TESSUTO IMPRENDITORIALE ITALIANO



# LA FISIONOMIA ATTUALE E ALCUNI DATI DI SCENARIO

## La composizione del mondo imprenditoriale italiano

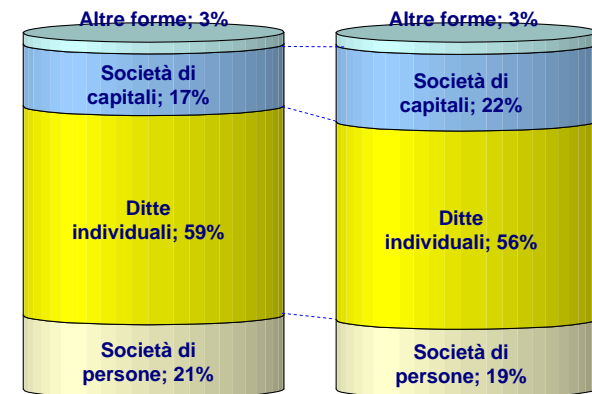
Un universo in cui oltre il 98% è di dimensione ridotta.  
In termini di addetti il peso delle piccole imprese è inferiore al 50%



Fonte: Elaborazioni ABI su dati Istat, Archivio Statistico delle Imprese Attive

**OLTRE 6 MILIONI DI IMPRESE REGISTRATE**

In calo le ditte individuali e le società di persone; crescono società di capitale e altre forme



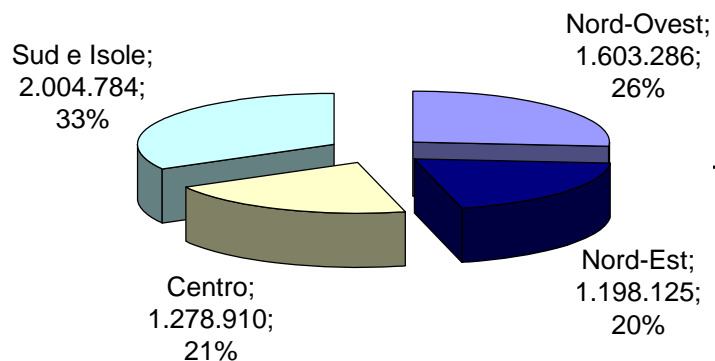
Fonte: Elaborazioni ABI su dati Unioncamere (MovImprese)

# LA FISIONOMIA ATTUALE E ALCUNI DATI DI SCENARIO

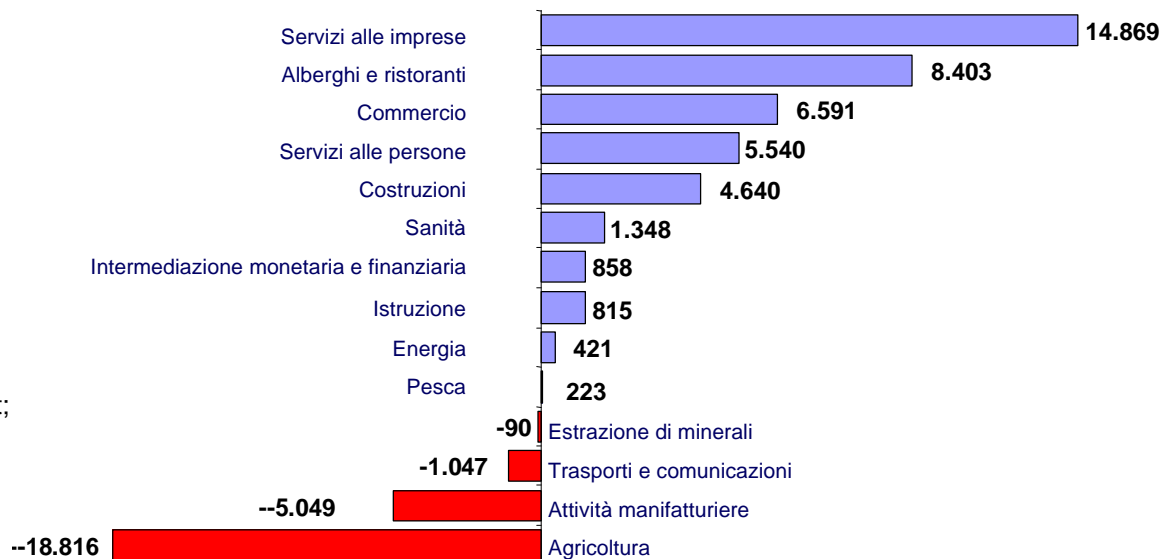
## IL TREND SETTORIALE NEL 2009

Prosegue il trend in atto da anni di riduzione delle **imprese agricole e delle attività manifatturiere.**

Si consolida il calo delle **imprese del nord est.**



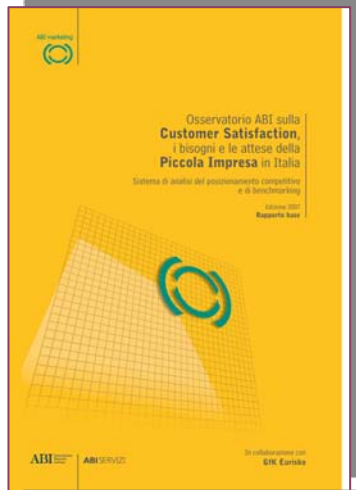
Nati-mortalità delle imprese - Anno 2009  
Graduatoria dei saldi annuali dello stock per settori di attività economica  
Totale imprese



**Mentre il saldo complessivo di imprese tiene (+0,28%), il mondo degli artigiani registra per il primo anno una sensibile battuta d'arresto (-1,06%)**

## UN'ANALISI PIÙ COMPLETA DEI TARGET

Piccole e medie imprese a 2 velocità con bisogni e attese nella loro relazione con la banca differenti e già evidenti qualche anno fa...



INDAGINE  
QUALITATIVA +  
CAMPIONARIA  
SU 1500  
IMPRESE FINO  
A 19 ADDETTI



INDAGINE  
QUALITATIVA +  
CAMPIONARIA  
SU 800  
IMPRESE DA 19  
A 250 ADDETTI

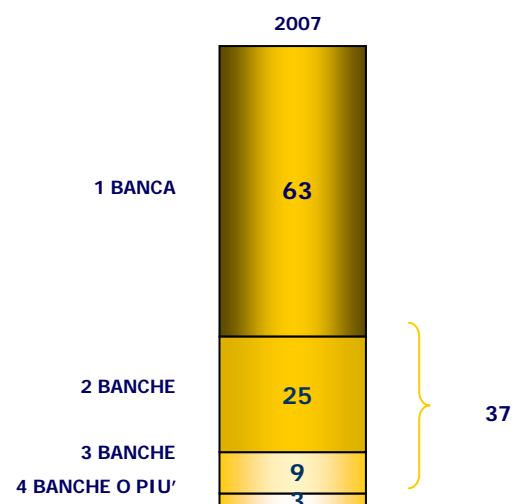
L'OSSERVATORIO ABI SUI  
**BISOGNI E LE ATTESE** DELLA  
PICCOLA E DELLA MEDIA  
IMPRESA SVOLTE A MAGGIO  
DEL 2007 FORNIVANO  
ELEMENTI UTILI AD  
AFFRONTARE IL MOMENTO  
CONGIUNTURALE NEGATIVO  
*(peraltro già in fase di  
avvio)*

# 1. I BISOGNI E LE ATTESE NELLA RELAZIONE CON LA BANCA

## La piccola impresa: una relazione più "esclusiva" con la banca

### Piccola impresa

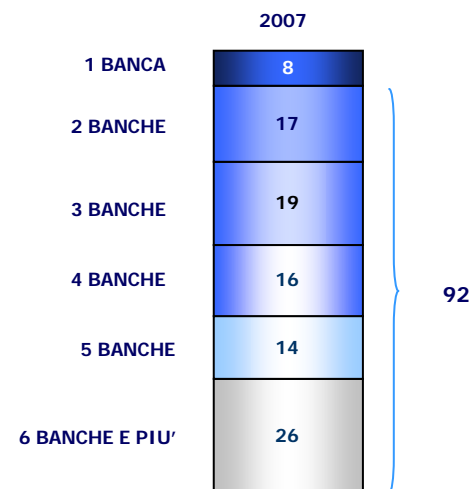
Numero di banche utilizzate per le attività dell'impresa



Numero medio banche utilizzate: 1.6

### Media impresa

Numero di banche utilizzate per le attività dell'impresa



Numero medio banche utilizzate: 4.5

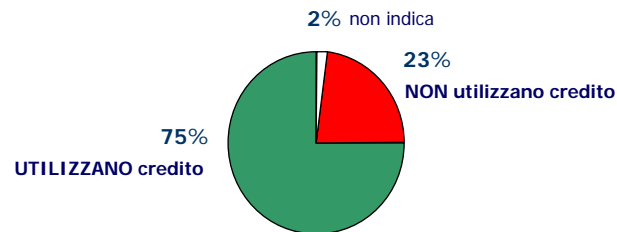
Fonte: i Bisogni e le attese della piccola e media impresa; Indagine campionaria ABI-GFK Eurisko; 2007

# 1. I BISOGNI E LE ATTESE NELLA RELAZIONE CON LA BANCA

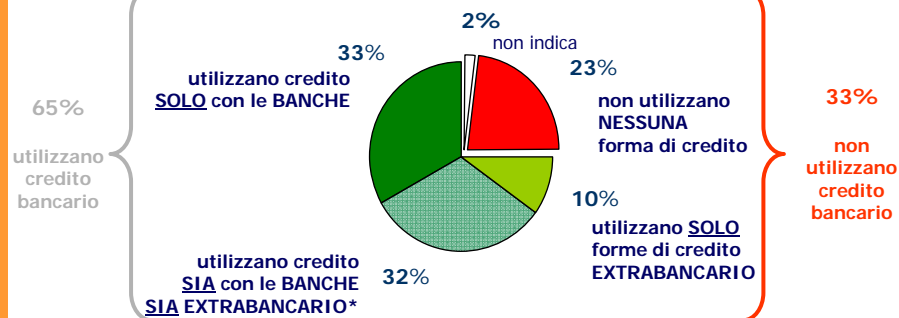
... con diversi **bisogni di credito** in generale: meno spiccati rispetto alle medie imprese

## Piccola impresa

IL RICORSO COMPLESSIVO AL CREDITO, OGGI



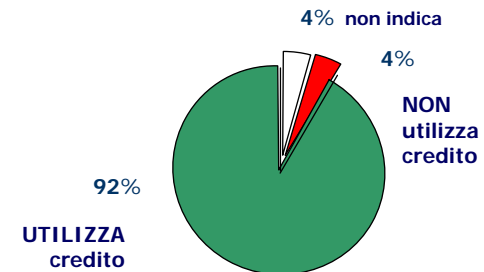
LE DINAMICHE COMPETITIVE



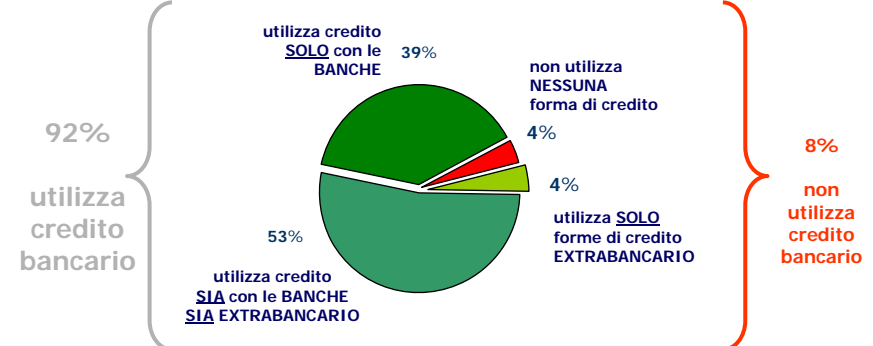
\* Credito extrabancario = autofinanziamento, finanziamenti/mutui da società finanziarie, crediti dai fornitori, agevolati ecc.

## Media impresa

IL RICORSO COMPLESSIVO AL CREDITO



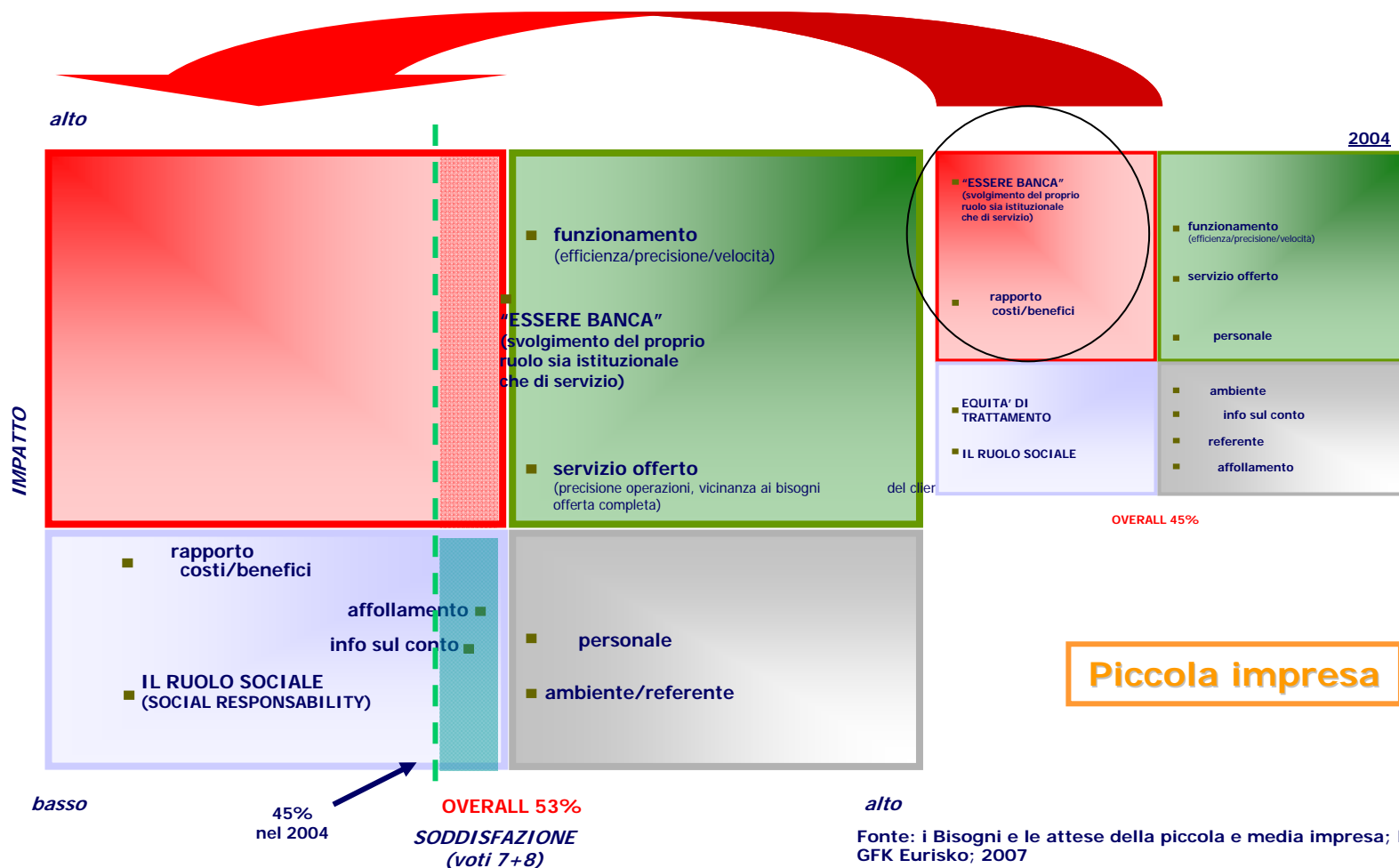
LE DINAMICHE COMPETITIVE



Fonte: i Bisogni e le attese della piccola e media impresa; Indagine campionaria ABI-GFK Eurisko; 2007

# 1. I BISOGNI E LE ATTESE NELLA RELAZIONE CON LA BANCA

... e una soddisfazione connessa ai bisogni primari di efficienza, servizio, e "supporto", che le banche avevano già iniziato a prendersi in carico seriamente!



# 1. I BISOGNI E LE ATTESE NELLA RELAZIONE CON LA BANCA

... con risultati evidenti in termini di fedeltà

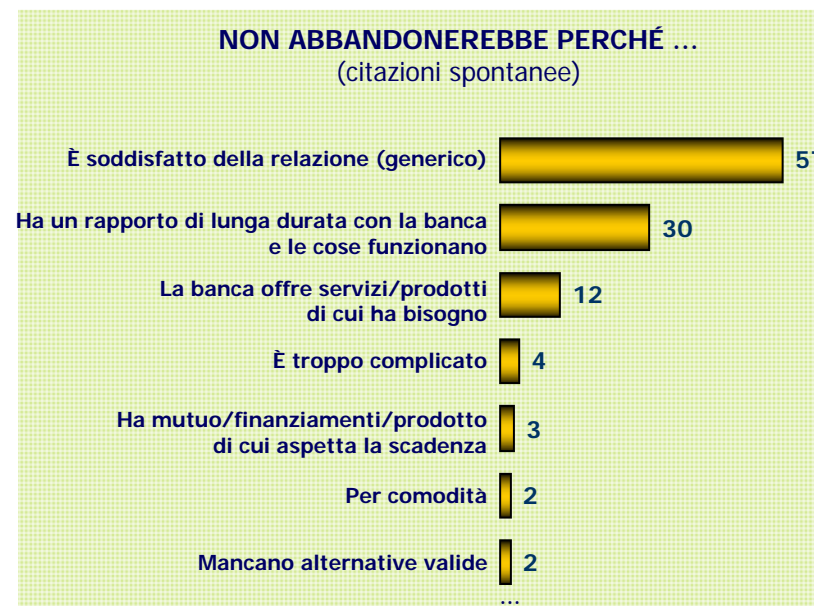
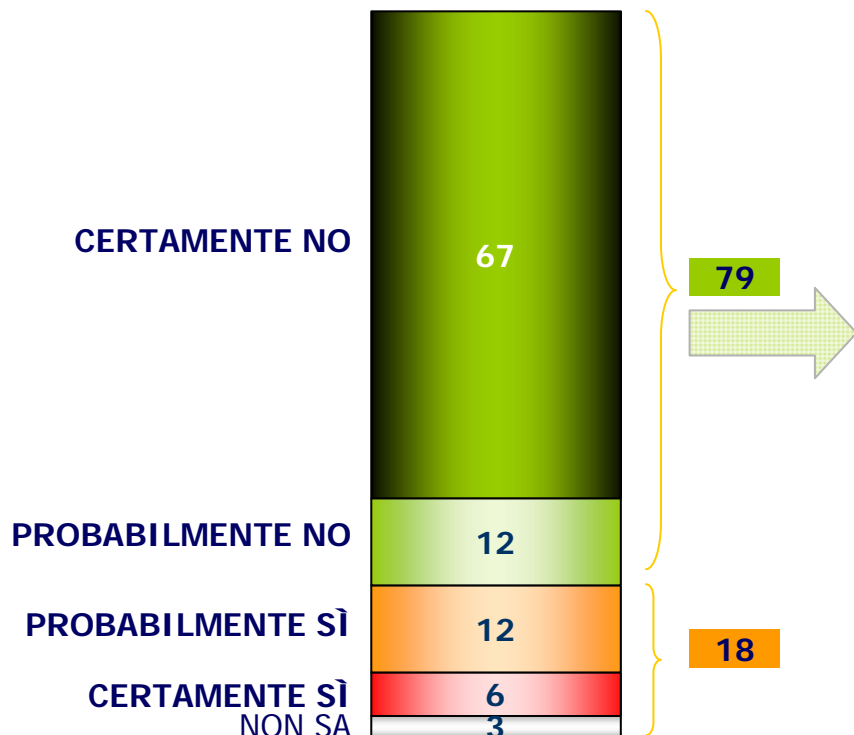
## La fedeltà dichiarata

Piccola impresa

Valori %

Pensi ora a tutte le banche con cui ha un rapporto in essere. Nei prossimi 12 mesi ha intenzione di chiudere i rapporti con una o più di queste banche?  
Per quali motivi non ha intenzione di chiudere i rapporti con la banca/le della sua azienda?

### HA INTENZIONE DI CHIUDERE I RAPPORTI CON LA/LE BANCHE NEI PROSSIMI 12 MESI



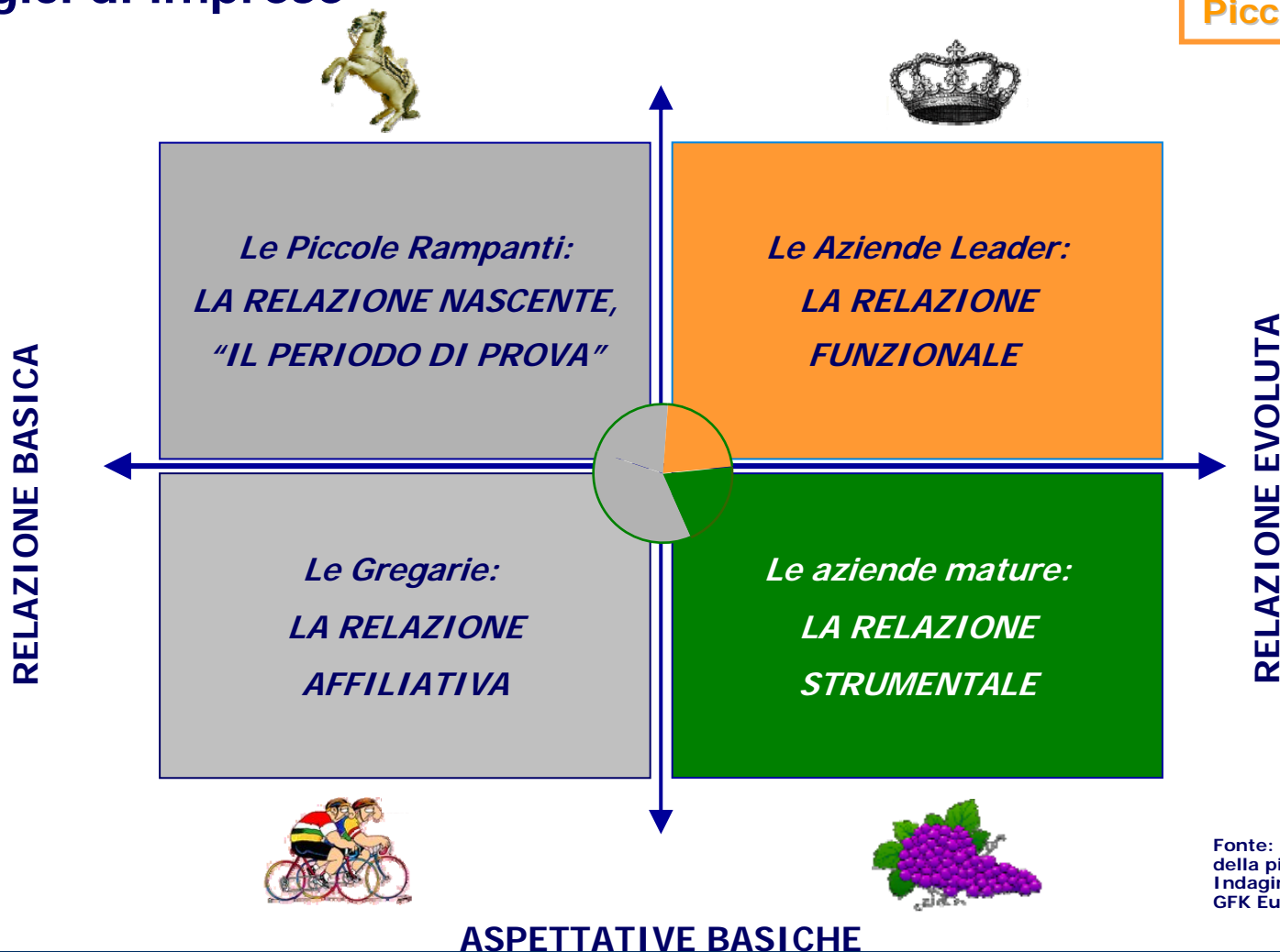
Fonte: i Bisogni e le attese della piccola e media impresa; Indagine campionaria ABI-GFK Eurisko; 2007

# I comportamenti dei clienti small business

Quattro modi di relazionarsi con le banche, quattro gruppi  
tipologici di imprese

ASPETTATIVE ARTICOLATE

Piccola impresa



Fonte: i Bisogni e le attese della piccola e media impresa; Indagine campionaria ABI - GfK Eurisko; 2007

# I comportamenti dei clienti small business

## I segmenti: la struttura aziendale nel 2007



	LE GREGARIE	LE AZIENDE MATURE	LE AZIENDE LEADER	LE PICCOLE RAMPANTI
<u>NUMERO ADDETTI</u>				
1-2	87	64	66	83
3-9	12	30	28	15
10-19	1	6	6	2
<u>IMPRESE START UP (fino a 5 anni)</u>	9	8	16	18
<u>SESSO</u>				
maschio	65	63	55	57
femmina	35	37	45	43
<u>ETA'</u>				
25/34 anni	12	16	13	17
35/44 anni	27	25	37	30
45/54 anni	28	29	34	31
55/64 anni	19	26	13	18
oltre 64 anni	14	4	3	4
<u>TITOLO DI STUDIO</u>				
elementare/media inferiore	31	21	14	22
media superiore	53	63	74	60
laurea	16	16	12	18

... l'indagine del 2007 aveva già messo in evidenza alcune **variabili che aiutavano a distinguere le piccole imprese dinamiche da sostenere:**

**in start up, con pochi addetti, il cui imprenditore è spesso donna, giovane e con un livello mediamente più elevato di istruzione**

Fonte: i Bisogni e le attese della piccola e media impresa; Indagine campionaria ABI-GFK Eurisko; 2007

## Le performance commerciali del target

Al fine di monitorare le performance commerciali delle banche relativamente al segmento small business (fino a 1,5 mil. di euro di fatturato), da 9 anni ABI e SDA Bocconi realizzano un **sistema di benchmarking** basato sui dati interni delle banche che desiderano confrontarsi sulla stabilità e sull'intensità della relazione con il target con un'ampia articolazione per segmenti di mercato.



Per le rilevazioni future il Gruppo di lavoro delle banche partecipanti ha recentemente fissato dei **nuovi parametri**, estendendo la rilevazione non solo allo small business, ma anche alle **piccole imprese** (fino a 5 mln di euro di fatturato). In particolare l'indagine verrà svolta su **tre perimetri di rilevazione** così definiti:

imprese con **fatturato stimato <1,5 mln** di euro o, in mancanza, con un'esposizione finanziaria (in termini di **accordato su sistema**), <500 mila euro;

imprese con **fatturato stimato <2,5 mln** di euro o, in mancanza, con un'esposizione finanziaria (in termini di **accordato su sistema**), <1 mln di euro;

imprese con **fatturato stimato <5 mln** di euro o, in mancanza, con un'esposizione finanziaria (in termini di **accordato su sistema**), <2 mln di euro;

### Metodologia e struttura dell'indagine

L'universo oggetto di analisi è composto da micro imprese con un **fatturato** stimato inferiore a **1.500.000 euro** e con un importo dei finanziamenti per cassa utilizzati su sistema (Centrale Rischi) inferiore a 250.000 euro\*, nonché da soggetti che, seppure censiti come clienti privati, presentano comportamenti bancari peculiari al segmento small business (possessori di prodotti tipicamente volti a soddisfare esigenze professionali).

L'indagine, che fornisce analisi di benchmarking per le singole banche, rileva una serie di indicatori volti a valutare la mobilità e l'intensità dei rapporti banca-clientela small business, con un'ampia articolazione per segmenti di mercato; sono in particolare analizzati:

- La capacità di mantenere relazioni durature, misurata dalla **retention** annuale e dalla **retention** calcolata solo sui **nuovi clienti**,
- l'**acquisizione** di nuova clientela,
- lo **sviluppo** del portafoglio clienti, derivante dal saldo fra clienti acquisiti e clienti persi,
- il **cross selling** calcolato su 13 famiglie di prodotti/servizi di riferimento,
- l'**esposizione finanziaria** del cliente, misurata dall'importo totale (in euro) medio dell'anno dei finanziamenti per cassa effettivamente erogati dalla banca,
- il **patrimonio finanziario** del cliente, misurato dalla raccolta diretta e indiretta.

Nelle prossime edizioni verranno rilevati anche

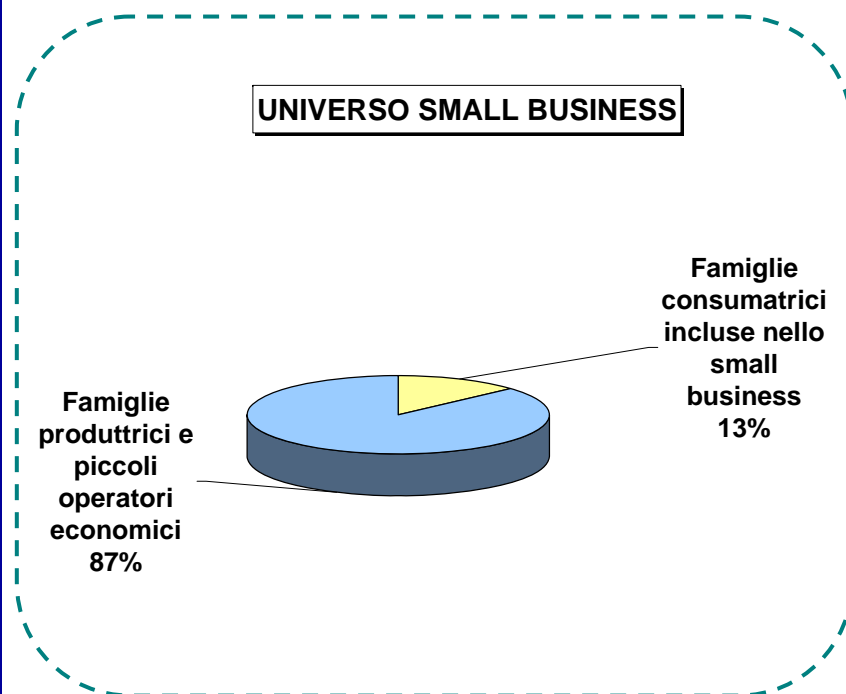
- n. medio di **enti segnalanti** (i. di multiaffidamento)
- **share of wallet** (utilizzato banca/utilizzato sistema)
- **grado di utilizzo del credito** (utilizzato banca/accordato banca)

I dati presentati sono riferiti alle medie semplici del campione ABI.

\*tale parametro verrà sostituito dall'accordato nelle prossime rilevazioni.

# Le performance commerciali del target

## La composizione del campione\*



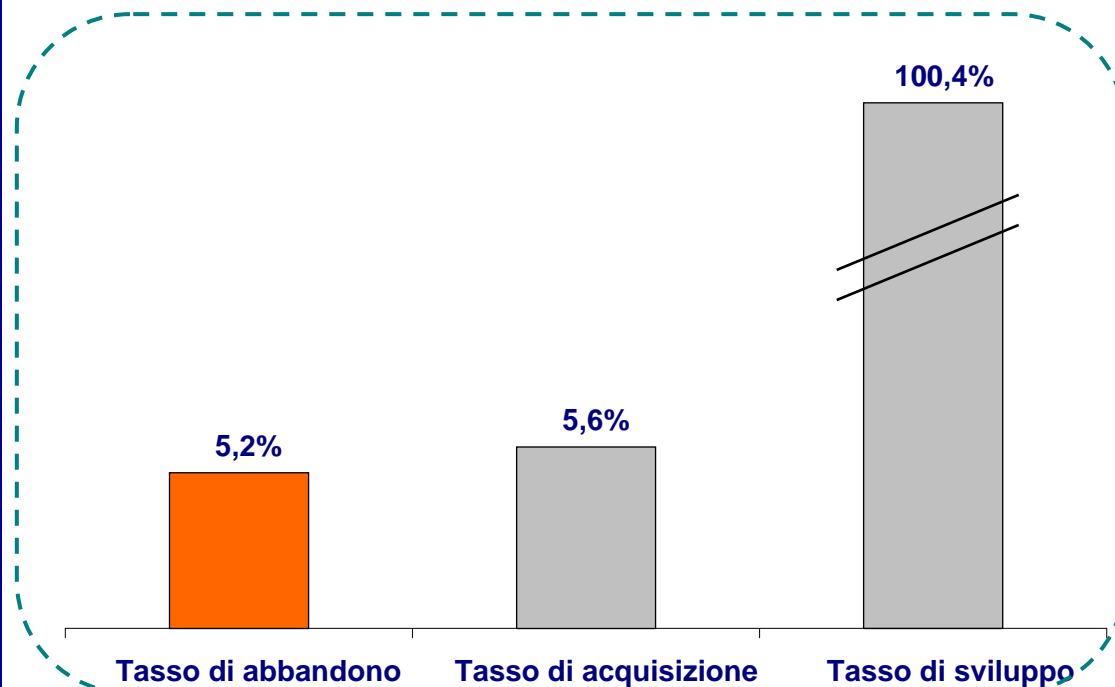
Fonte: Monitoraggio ABI-SDA Bocconi – segmento small business; giugno 2009

- Il mondo dei clienti small business è composto da micro-realtà che, se da un lato si trovano ad avere bisogni tipici di chi opera in settori di attività produttive, dall'altro sono portate a realizzare una **commistione di interessi imprenditoriali e personali nella gestione della propria relazione con la banca di riferimento.**
- Il fenomeno è infatti confermato dalla presenza nell'“universo ABI small business” di oltre il 10% di soggetti che, seppure censiti come clienti privati, presentano comportamenti bancari peculiari al segmento small business (possessori di prodotti tipicamente volti a soddisfare esigenze professionali, come ad es. i POS)

\* Il campione del primo semestre 2009 è composto da 22 banche, rappresentative del 33% del totale sistema in termini di totale attivo con un universo complessivo di clienti small business pari a circa 1,7 mln di unità

# Le performance commerciali del target

## La mobilità della clientela



Fonte: Monitoraggio ABI-SDA Bocconi – segmento small business; giugno 2009

- Il **tasso di acquisizione di nuova clientela**\*\* è pari al **5,6%** e risulta più elevato nel caso della clientela non affidata che di quella affidata. Pur essendo superiore al **tasso di abbandono**\*\*\* (**5,2%**), la differenza tra i due indicatori non è molto elevata, cosicché lo **sviluppo netto**\*\*\*\* della clientela risulta mediamente, per le banche analizzate, praticamente nullo.
- Il **41%** delle banche che hanno partecipato all'indagine registra **un numero di clienti inferiore** a quello di inizio periodo.

- Nel corso dei primi sei mesi del 2009, in media il **5,2% dei clienti small business ha chiuso il proprio rapporto con una banca\***.
- A determinare tale valore non ha contribuito certo una politica restrittiva del credito dal momento che **i valori più elevati di mobilità sono connessi alla clientela affidata a più basso rischio e a quella non affidata.**
- È quindi probabile che **la mobilità della clientela small business dipenda anche da fenomeni competitivi e di mercato.**

\* Il tasso di abbandono è calcolato come percentuale rispetto al totale di clienti a inizio anno.

\*\* L'indicatore misura la percentuale dei nuovi clienti rispetto al totale dei clienti di inizio anno.

\*\*\* I livelli del tasso di acquisizione e del tasso di abbandono si intendono al lordo rispettivamente delle iscrizioni e delle cessazioni delle imprese.

\*\*\*\* L'indicatore misura la percentuale di crescita/decrecita nell'anno dei correntisti rispetto alla base (=100) esistente a inizio anno.

## Il prossimo futuro - Avviso comune - Sospensione debiti Pmi

### AVVISO COMUNE

Il 3 agosto 2009 il Ministro dell'economia e delle finanze, il Presidente dell'ABI e le Associazioni dei rappresentanti delle imprese hanno firmato un **Avviso comune** per la sospensione dei debiti delle piccole e medie imprese verso il sistema creditizio con l'obiettivo di dare respiro finanziario alle imprese aventi adeguate prospettive economiche\* e in grado di provare la continuità aziendale.



L'accordo prevede, in particolare, la **possibilità di sospendere temporaneamente il pagamento della quota capitale** delle rate o dei canoni relativi ad operazioni di mutui di leasing. E' inoltre previsto **l'allungamento a 270 giorni delle anticipazioni bancari e dei crediti.**



**Le operazioni di sospensione** del pagamento delle rate dei finanziamenti a medio- lungo termine nonché quelle per il sostegno delle esigenze di cassa **non possono comportare un aumento dei tassi praticati rispetto al contratto originario e non determinano l'applicazione di interessi di mora per il periodo di sospensione.**

**Le operazioni di sospensione, inoltre, non comportano l'applicazione di commissioni e spese di istruttoria**, restando fermo il rimborso delle eventuali spese vive sostenute dalle banche nei confronti di terzi connesse con l'operazione, di cui sarà fornita adeguata evidenza.

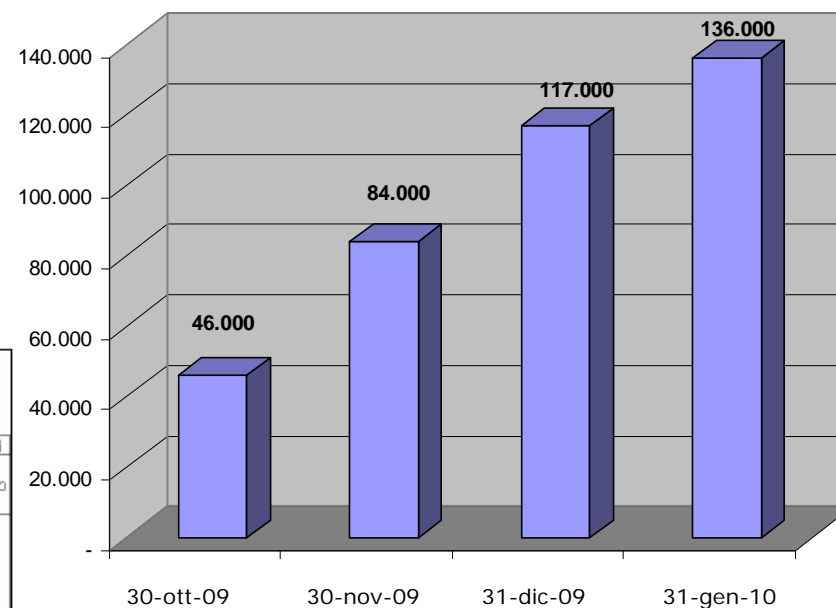
**Le operazioni previste dall'Avviso vengono effettuate senza richieste di garanzie aggiuntive.**

\* Sono ammissibili le imprese che alla data del 30 settembre 2008 avevano esclusivamente posizioni classificate dalla banca "in bonis" e che al momento della presentazione della domanda per l'attivazione di una delle operazioni di cui al punto 2 non hanno posizioni classificate come "ristrutturate" o "in sofferenza" ovvero procedure esecutive in corso

## Il prossimo futuro - Avviso comune - Sospensione debiti Pmi

Al 31 gennaio 2010 giunte 136mila domande, erano 117mila a fine dicembre. Il 91% delle richieste sono risultate ammissibili, fornendo **8 miliardi di liquidità**. Solo il 2% delle domande non è stato accolto. Gli ultimi dati del monitoraggio confermano che **tra i settori spiccano industria, commercio/alberghiero e altri servizi**.

n° domande pervenute



AVVISO COMUNE SOSPENSIONE DEBITI PMI: MONITORAGGIO OPERAZIONI  
FINO AL 31 GENNAIO 2010

	Numero	Debito residuo (mln di euro)	In % domande pervenute		In % domande ammissibili	
			Quota su numero	Quota su debito residuo	Quota su numero	Quota su debito residuo
Domande pervenute	135.876	42.011	100,0%	100,0%		
Domande pervenute non ancora analizzate	7.784	1.533	5,7%	3,6%		
Domande analizzate	128.092	40.478	94,3%	96,4%		
Domande non ammissibili	5.049	1.128	3,7%	2,7%		
Domande ammissibili	123.043	39.349	90,6%	93,7%	100,0%	100,0%
Domande accolte*	99.211	31.577	73,0%	75,2%	80,6%	80,2%
Domande in corso di esame	21.079	7.118	15,5%	16,9%	17,1%	18,1%
Domande non accolte	2.753	654	2,0%	1,6%	2,2%	1,7%

\* La quota capitale sospesa è pari a circa 8 miliardi di euro

## Le opportunità "estere" e di "rete"

I trend dello sviluppo italiano evidenziano (fra le tante) alcune opportunità da cogliere...

### Opportunità "estere"



#### L'ITALIA VERSO I PAESI EMERGENTI:

Lo sviluppo dei PVS può rappresentare un'opportunità di crescita del fatturato



#### GLI IMMIGRATI COME MOTORE DI SVILUPPO DELLE MICRO IMPRESE

Rappresentano oltre il 7% delle imprese individuali italiane e il contributo al valore aggiunto prodotto in Italia è pari al 10%

### Opportunità di "rete"



#### SVILUPPO DEI RAPPORTI DI RETE:

- DISTRETTI
- COOPERATIVE (dove si distingue il mondo "rosa")



#### LE OPPORTUNITÀ DEL WEB:

Internet come trampolino verso nuovi mercati



## **Bisogni, attese e comportamenti delle microimprese come driver di sviluppo delle performance commerciali**

Daniela Vitolo  
Ufficio Marketing e Customer Satisfaction – **ABI**  
d.vitolo@abi.it

Roma, 26 marzo 2010