

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

FACOLTA' DI SCIENZE STATISTICHE
Corso di laurea in Statistica e Gestione delle imprese

**Il Terziario Avanzato visto dalle aziende
manifatturiere**

Un'indagine quantitativa nelle imprese veronesi.

RELATORE: Prof.ssa Pertile Martina

LAURENDA: Paluan Giulia
Matricola n° 491953 - GEI

ANNO ACCADEMICO 2004-2005

SOMMARIO

INTRODUZIONE	1
CAPITOLO PRIMO - IL TERZIARIO AVANZATO: ASPETTI TEORICI.....	3
1.1 <i>Situazione passata.....</i>	3
1.2 <i>Situazione attuale.....</i>	4
1.3 <i>Crescita e dimensioni del Terziario Avanzato</i>	6
1.4 <i>Creazione di conoscenze e innovazione.....</i>	7
1.5 <i>Potenzialità occupazionali.....</i>	7
CAPITOLO SECONDO - LE MACRO-AREE DI ATTIVITA' DEL TERZIARIO AVANZATO	9
2.1 <i>Il contesto nazionale e regionale</i>	14
CAPITOLO TERZO - L'ASSOCIAZIONE DEGLI INDUSTRIALI DI VERONA: BREVE DESCRIZIONE	17
3.1 <i>Esperienza di stage</i>	19
CAPITOLO QUARTO - LA RICERCA.....	21
4.1 <i>Obiettivo.....</i>	21
4.2 <i>Metodologia adottata e raccolta dati.....</i>	21
4.3 <i>Elaborazione dati.....</i>	22
4.4 <i>Il campione.....</i>	22
4.5 <i>Struttura del questionario</i>	24
CAPITOLO QUINTO - I RISULTATI.....	27
5.1 <i>Utilizzo dei servizi del Terziario Avanzato da parte delle aziende manifatturiere.....</i>	27
5.2 <i>Rapporto con il Terziario Avanzato.....</i>	28
5.3 <i>Ulteriori analisi</i>	31
CONCLUSIONI	33
6.1 <i>Gli scenari futuri.....</i>	33
6.2 <i>Suggerimenti</i>	34
GRAFICI E TABELLE	37
ALLEGATI.....	41
BIBLIOGRAFIA.....	49
SITOGRAFIA.....	51

INTRODUZIONE

Con questa indagine sullo sviluppo del Terziario Avanzato nel territorio veronese, l'Associazione degli Industriali di Verona vuole conoscere quanto questo settore sia importante e presente nella nostra economia.

Il Terziario Avanzato è diventato in tutte le economie mature un settore di primaria importanza, in termini sia di valore aggiunto sia come maggior bacino di forza lavoro.

E' noto che il T.A. è tra quelli che si avvantaggiano di più dell'innovazione tecnologica.

La crescita di questo settore, infatti, è da una parte conseguenza dei processi di trasformazione e riorganizzazione delle attività produttive, dei servizi e della Pubblica Amministrazione, verso più elevati standard di qualità, efficienza ed efficacia; dall'altra è determinata dall'aumento di risorse umane qualificate e di nuove forme di comunicazione (tecnologie informatiche e infrastrutture telematiche).

Dai dati raccolti emerge che la provincia di Verona è impegnata in questa direzione (alla crescita di questo nuovo settore) e che, sempre più, affida a specialisti esterni lo svolgimento di servizi professionali specialisti.

CAPITOLO PRIMO

IL TERZIARIO AVANZATO: ASPETTI TEORICI

Il comparto industriale “Terziario Avanzato” è costituito da imprese che offrono i loro servizi (così detti ‘innovativi’ o ‘avanzati’) tipici della New Economy alle altre imprese del sistema produttivo.

Esso è il risultato di un processo di evoluzione del settore terziario tradizionale che s’identifica con il complesso delle imprese che hanno come scopo la produzione e la vendita di servizi reali a terzi, quali imprese agricole, industriali, commerciali, di servizi, enti pubblici.

I servizi forniti sono definiti “avanzati” perché di natura complessa, caratterizzati da prevalente contenuto intellettuale, da un uso intensivo delle tecnologie di Internet e richiedenti alta specializzazione professionale: si tratta di un ‘nuovo modo di fare le cose vecchie’.

1.1 Situazione passata

L’avvento dell’industria informatica e le trasformazioni che la New Economy ha portato all’intero tessuto produttivo delle nazioni industrializzate hanno avuto un impatto enorme nelle nostre società.

Molti studiosi non esitano a definire tali cambiamenti una vera e propria *rivoluzione industriale* di portata mondiale che vede i paesi avanzati passare da economie industriali a economie dell’informazione.

Già dagli anni settanta nelle economie avanzate si rilevava il contributo crescente del settore dei servizi (appunto il Terziario) rispetto alla manifattura nella creazione del reddito nazionale. I paesi più ricchi iniziavano a creare reddito non più con la manifattura e lo scambio di beni materiali, ma con la fornitura di servizi e beni immateriali. Servizi che avevano e hanno tuttora come principale materia prima la conoscenza, incorporata negli uomini e nelle macchine, che ne fanno un uso intensivo e per i quali è almeno in parte l’output.

Se la terziarizzazione delle economie industriali era già in atto prima della diffusione dell’informatica, le tecnologie dell’informazione e della comunicazione (dette TIC) hanno

aumentato ed accelerato questa tendenza, spingendo le economie avanzate verso la produzione di servizi che fanno un uso intensivo di conoscenza, appunto il **Terziario Avanzato**.

La concorrenza internazionale più intensa ed immediata, ossia la globalizzazione, ha reso le imprese più vulnerabili ed il loro ambiente più complesso. Queste tendenze, insieme alla stagnazione in molti settori produttivi tradizionali nei primissimi anni novanta, hanno spinto le imprese a spostare il proprio business verso le attività che possono garantire maggiore redditività, ossia i settori a maggior contenuto tecnologico e di conoscenza. Le economie avanzate si sono spostate progressivamente verso la produzione di beni ad alta intensità tecnologica e soprattutto verso la produzione di servizi che usano e trasformano le informazioni, vale a dire la conoscenza codificata e trasferibile.

Il termine *economie dell'informazione*, si riferisce dunque ai sistemi economici caratterizzati da:

- crescente importanza della creazione e diffusione di informazioni non solo come input, ma anche come output del servizio
- confini sempre più sfumati tra beni e servizi, tra le imprese che li producono e li commercializzano. Per far fronte alle nuove pressioni competitive è sempre più essenziale la componente di servizio nell'offerta delle imprese. Per esempio, nel caso di prodotti standardizzati, le imprese puntano sui servizi accessori per differenziare i propri prodotti da quelli dei concorrenti.
- crescente ricorso all'outsourcing. A fronte di una crescente specializzazione della conoscenza e bassi costi di comunicazione delle informazioni, ha più senso ricorrere a specialisti esterni che non costruire internamente all'azienda delle skills specialistiche. Le grandi aziende si mantengono snelle, esternalizzando alcune delle loro funzioni e ricorrendo a network di consulenti e fornitori di servizi.

La conoscenza, e il suo prodotto informazione, rivestono dunque un ruolo economico fondamentale nelle moderne economie; esse sono *output* di settori ad alta profittabilità e *input* fondamentale delle attività produttive e di innovazione di tutti i settori.

1.2 *Situazione attuale*

Negli ultimi anni si è registrata una crescita impetuosa del Terziario Avanzato.

Nel 2003 esso aveva raggiunto nel nostro Paese la ragguardevole quota di 1.650.000 addetti (pari a 10,8% dell'occupazione complessiva nazionale) e tutt'oggi continua ad essere caratterizzato da trend positivi di crescita per quanto riguarda diversi indicatori strutturali, quali il livello di crescita occupazionale, di produttività e capacità d'innovazione. Ad esempio, negli ultimi quattro anni la forza lavoro è cresciuta complessivamente di ben 40 punti percentuali.

Tuttavia, se il Terziario Avanzato può essere considerato trainante nell'economia italiana, gli elevati ritmi di sviluppo non potranno continuare a manifestarsi se non saranno rimossi alcuni vincoli che ne frenano le potenzialità.

Nel nostro Paese, infatti, vi sono segnali, se pur ancora deboli, di rallentamento della crescita.

E' in particolare il raffronto internazionale a preoccupare, poiché mostra appunto un settore ancora molto sottodimensionato rispetto alle proporzioni assunte in altri paesi industrializzati (in Francia il settore arriva a rappresentare il 12,3% dell'occupazione, in Olanda il 15,7 % e in UK il 13,1%).

In Italia permangono ostacoli che limitano e frenano le potenzialità di sviluppo del T.A. e che sono collegati all'eccesso di regolamentazione, alle mancate privatizzazioni dei servizi e alle difficoltà con cui viene avviato il processo di outsourcing della Pubblica Amministrazione. Tuttavia il futuro del settore verrà sempre più influenzato dal contesto internazionale e in particolare dalla politica comunitaria¹.

Con la "Direttiva Servizi", che dovrà entrare in vigore gradualmente a partire dal 2005, l'Unione Europea, infatti, si propone di realizzare un mercato unico dei servizi così com'è stato realizzato per le merci, per agevolare la libera circolazione, il libero scambio, di servizi e il libero stabilimento degli operatori, sia professionisti sia imprese, sulla base di un processo di armonizzazione dei sistemi, di riconoscimenti reciproci tra Stati e di cooperazione amministrativa.

La direttiva, nota anche con il nome 'Bolkestein', afferma nelle conclusioni che "...al fine di promuovere la crescita e l'occupazione e di rafforzare la competitività, il mercato interno dei servizi deve essere pienamente operativo, preservando al tempo stesso il modello sociale europeo."

Il 2010 è stato fissato come traguardo di un percorso che potrebbe portare a fare dell'Europa l'economia basata sulla conoscenza più competitiva del mondo.

Oggi oltre il 70% della forza lavoro dei paesi europei opera nell'area dei servizi e spesso i diversi settori sono caratterizzati da barriere alla concorrenza. La Direttiva Servizi, intervenendo su questa materia, avrà effetti sull'intera economia europea ed è perciò necessario rivolgere la massima attenzione alle indicazioni tecniche che essa propone; la sua applicazione contribuirà, come è avvenuto in passato nei settori manifatturieri, ad integrare maggiormente le economie dei singoli paesi, aumentando la dimensione e la produttività delle imprese dei servizi e la competitività esterna dell'Unione.

La Direttiva rappresenterà dunque una forte spinta verso sistemi più competitivi e una grande occasione di sviluppo per il settore.

¹ D.ssa Anna Borioni, Ufficio Stampa FITA , *Speciale Terziario Avanzato*.

In questo quadro di crescente internalizzazione di mercati le competenze e le professionalità del T.A. sono destinate ad assumere sempre più rilievo. I servizi professionali, infatti, diventano sempre più indispensabili per aumentare la competitività dei sistemi economici, rilanciare l'export, orientare le produzioni verso fasce alte di mercato qualificando le produzioni...

1.3 Crescita e dimensioni del Terziario Avanzato

L'ultimo trimestre del 2004 registra una decisiva impennata del Terziario Avanzato, con ritmi di crescita dell'occupazione ben al di sopra della media nazionale. Lo rileva la Federazione Italiana Terziario Avanzato (FITA) aderente a Confindustria e diffusa dell'ISTAT. Il balzo, registrato appunto negli ultimi tre mesi del 2004, è tanto più significativo se si considerano i tassi di crescita negativi fatti registrare nello stesso periodo da settori quali l'agricoltura, le costruzioni, il commercio, gli alberghi e i trasporti.

Inoltre aumentano i lavoratori indipendenti: a livello territoriale è stato soprattutto il Mezzogiorno ad ottenere un incremento annuale del 15%, mentre nel Centro e nel Nord d'Italia le percentuali vanno dal 12 al 7% circa. Gli ultimi rapporti congiunturali segnalano che il T.A. continua a manifestare un trend di crescita abbastanza soddisfacente: esso infatti continua a creare nuova occupazione che giova sia ai lavoratori autonomi sia ai dipendenti².

Nel T.A. prevalgono imprese piccole e piccolissime, con una media di 2,4 addetti per azienda ed una struttura dimensionale che, dal 1991 al 2001, ha subito una contrazione. Nel 1991, infatti, il numero medio di addetti per impresa era pari a 2,7³.

La crescita dei servizi innovativi è dunque avvenuta negli ultimi anni sia in termini occupazionali sia di valore aggiunto, ossia di ricchezza prodotta.

Per quanto riguarda l'occupazione, il settore ha ottenuto risultati eccellenti (oggi il totale occupati nel settore equivale alla somma degli occupati del settore bancario, assicurativo, dei trasporti e delle comunicazioni).

Anche in termini di valore aggiunto le performance del settore sono brillanti: nel 2002 esso è cresciuto del 7,5% a fronte di un -16,3% dell'industria³. Tuttavia le quote di valore aggiunto prodotto dal T.A. sono ancora distanti da quelle prodotte dal manifatturiero e dall'industria, ciò a dimostrazione del fatto che non è ancora stato sfruttato appieno il contributo potenziale che il settore può dare alla competitività, alla crescita del sistema economico italiano.

²AA.VV., "Terziario Avanzato: in un anno creati 207 mila nuovi posti", Il Sole 24 Ore, 23 Marzo 2005.

³ Stime di FITA su dati ISTAT – "Il ruolo del Terziario avanzato nella struttura economica italiana".

Esistono quindi diverse possibilità per accrescere la dimensione del settore, che potranno essere sfruttate se le condizioni si presenteranno più favorevoli per il funzionamento dei servizi innovativi oggi penalizzati da normative vecchie, dalla lentezza con cui si procede alle esternalizzazioni e alle privatizzazioni dei servizi.

1.4 Creazione di conoscenze e innovazione

La maggior parte dei servizi innovativi implica un elevato grado di conoscenze.

Essi forniscono informazioni strategiche che consentono all'industria di adeguarsi allo sviluppo tecnologico, all'internalizzazione e ad una società sempre più complessa.

Sono pertanto un fattore chiave dell'innovazione tecnologica ed organizzativa. Spesso per consentire ad un cliente di avvalersi dei servizi innovativi è necessaria l'introduzione di nuove tecnologie, che comporta un aggiornamento della base tecnologica industriale.

Il Terziario Avanzato è definito un comparto 'leggero' perché, in paragone agli altri settori produttivi, il lavoro pesa percentualmente di più e gli investimenti infrastrutturali molto di meno, le imprese operano più facilmente in rete e vivono relazioni continue con i partner internazionali.

1.5 Potenzialità occupazionali

Un aspetto importante del Terziario Avanzato è il suo **potenziale di creazione indiretta di occupazione**. L'accumulazione di capacità e competenze specialistiche nel settore, soprattutto per quanto riguarda la ricerca e la selezione del personale consente di migliorare gli investimenti in capitale umano, risorsa fondamentale ed indispensabile per la crescita competitiva di qualsiasi settore dell'economia.

CAPITOLO SECONDO

LE MACRO-AREE DI ATTIVITA' DEL TERZIARIO AVANZATO

Il Terziario Avanzato è il settore che più si avvantaggia dell'innovazione tecnologica per generare sviluppo ed è il settore che più degli altri ha investito in know-how, ricerca e sviluppo, marketing e formazione.

Le opportunità sono determinate dalla disponibilità di personale con alte capacità professionali e dalla concentrazione di poli universitari, di centri di ricerca e dalla presenza di infrastrutture informatiche e telematiche.

Il Terziario Avanzato – come settore di produzione di Servizi Innovativi – occupa un ruolo strategico rispetto all'intera economia, favorendo la propensione al cambiamento di tutto il mondo produttivo, le interrelazioni fra competenze diverse, la visione e la comprensione delle innovazioni in atto.

In questa ottica, lo stato di sviluppo dei Servizi del Terziario Avanzato può essere assunto come un indicatore di modernizzazione del Sistema Paese.

Ad oggi, sulla base della configurazione delle caratteristiche del mercato italiano e delle indicazioni comunitarie, FITA (Federazione Italiana Terziario Avanzato) definisce sei macro-aree interdipendenti all'interno delle quali si sviluppano le specifiche attività che caratterizzano il T.A.:

➤ **Information Technology:**

- progetti e realizzazione di sistemi informativi
- sviluppo software
- licenze per l'uso di programmi per elaboratori
- manutenzione di programmi per l'elaboratore
- fornitura di servizi di assistenza e/o consulenza
- realizzazione di siti Web

➤ **Ingegneria, Territorio e Ambiente:**

- studi preliminari e di fattibilità
- valutazione di impatto ambientale
- project financing
- progettazione e direzione lavori, collaudo ed avviamento
- aerofotogrammetria
- logistica e pianificazione del territorio
- gestione reti collegate al settore energetico

➤ **Prove, controlli, valutazioni e certificazioni:**

- certificazione di sistemi di gestione, prodotti e professioni
- prove di laboratorio, collaudi e taratura di apparecchiature di misura
- controlli, ispezione, campionamento e valutazione

➤ **Servizi integrati agli immobili e alle infrastrutture:**

- Facility e Building Management
 - servizi gestionali tecnici
 - servizi di pianificazione e manutenzione
- Property Management
 - gestione amministrativa
 - gestione patrimoniale
 - recupero crediti
- Servizi di Project Management
 - vendita
 - locazione
 - censimento
 - intermediazione immobiliare
 - intermediazione finanziaria

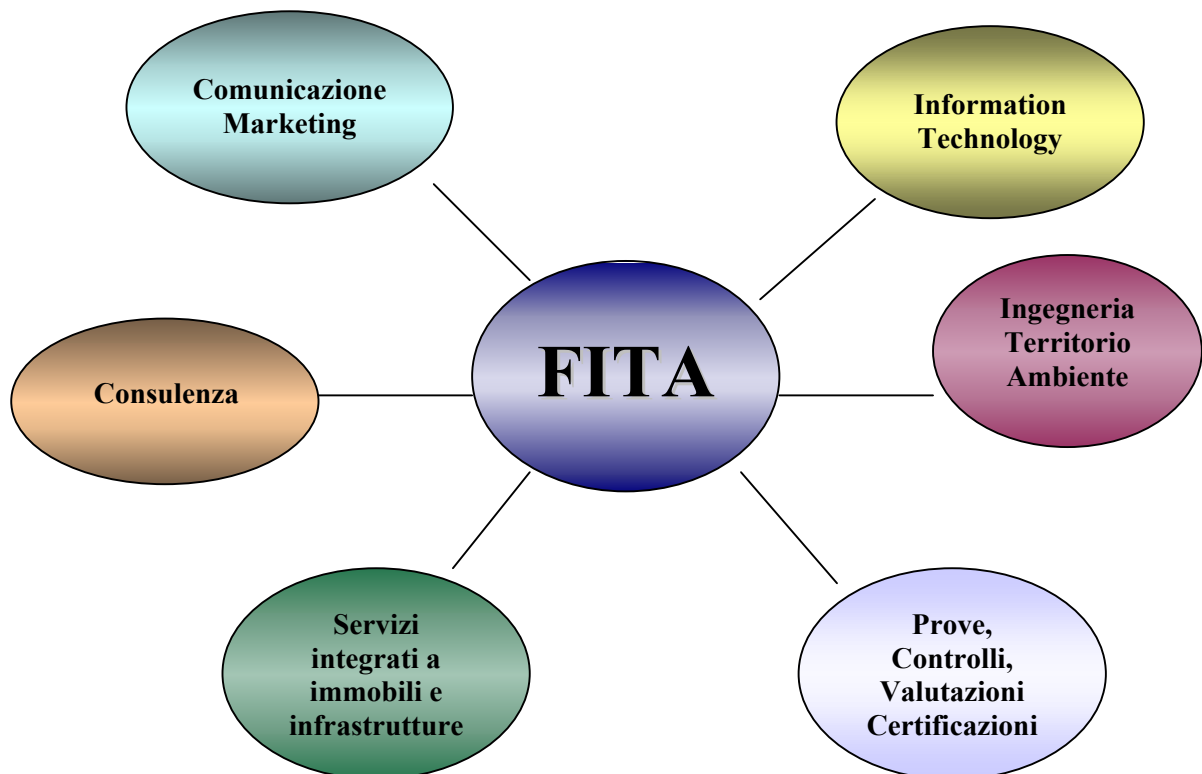
➤ **Consulenza:**

- organizzazione e strategia d'impresa
- amministrazione, finanza e controllo
- risorse umane: formazione, ricerca e selezione
- informazioni commerciali
- outsourcing
- problematiche collegate all'ambiente e alla sicurezza

- consulenza assicurativa
- consulenza legale
- analisi statistiche

➤ **Comunicazione e marketing:**

- pubblicità
- promozioni e incentivazioni
- relazioni pubbliche
- marketing diretto
- pianificazione e acquisto mezzi
- strategie e piani di Marketing
- ricerche di mercato e sondaggi d'opinione
- sponsorizzazioni
- progettazione siti Internet
- attività congressuali



La definizione delle macro-aree non è statica ma dinamica cioè revisionabile alla luce delle costanti trasformazioni del mercato.

Tra queste macro-aree individuate quelle maggiormente presenti e con un peso non indifferente sono:

INFORMATION TECHNOLOGY

Dagli inizi degli anni Novanta in poi il mercato dei servizi legati all'informatica ha visto crescere il suo volume d'affari in maniera costante. Dal 1995 al 2000 il fatturato delle aziende del settore è raddoppiato con una crescita annua media del 13%. Tra il 1998 ed il 1999 si assiste ad una crescita record del 26,3%⁴.

La costante innovazione dei prodotti, il crescente utilizzo delle tecnologie informatiche all'interno di aziende e Pubblica Amministrazione ha permesso al settore di espandersi e di differenziarsi, diventando uno dei settori di riferimento del Terziario Avanzato.

Tra i fattori che hanno contribuito a questa crescita va citato il continuo processo di alfabetizzazione informatica che le aziende pubbliche e private hanno promosso in questi anni. La Pubblica Amministrazione in particolare ha investito risorse ingenti per informatizzare i propri processi e per permettere al proprio personale di utilizzare gli strumenti informatici.

Le grandi aziende private si sono dotate di sistemi informativi sempre più potenti ed imponenti rendendo necessari interventi di consulenza informatica che hanno permesso a tante piccole aziende di servizi informatici di proliferare .

INGEGNERIA, TERRITORIO E AMBIENTE

Lo sviluppo di questo settore ha dato alle imprese la possibilità di essere assistite in tema di normative e di essere tutelati dagli organi di controllo e di vigilanza.

In *ambito ambientale* è necessario un continuo aggiornamento sulle normative tecniche nazionali e comunitarie e un'assistenza su quelle statali e regionali, nei vari settori della tutela delle acque, delle emissioni atmosferiche e di rifiuti industriali, e sui modelli di certificazione ambientale (ISO 14001, EMAS).

Le imprese devono salvaguardarsi inoltre in materia di *sicurezza del lavoro*: documentazioni, aggiornamenti sulle normative tecniche nazionali e comunitarie in tema di prevenzione, igiene e sicurezza negli ambienti di lavoro, antincendio (Vigili del fuoco), su macchine e impianti (Ispesl e Arpav). Su richiesta, professionisti specializzati, possono attuare visite mirate a controllare la corrispondenza degli strumenti aziendali a quelli imposti dalle norme.

Le *problematiche urbanistiche e territoriali* riguardano gli insediamenti produttivi, le attività imprenditoriali estrattive, la creazione e gestione di discariche controllate, l'impatto ambientale. Questo tipo di consulenza facilita alle imprese il rapporto con gli Enti (Comuni, Provincia e Regione) preposti appunto alla tutela e alla gestione del territorio.

PROVE, CONTROLLI, VALUTAZIONI E CERTIFICAZIONI

L'obiettivo primario per chi si occupa di questi servizi è contribuire al buon funzionamento del sistema aziendale, questo grazie alle capacità professionali degli operatori che svolgono attività di *valutazione* in conformità a Norme e Regole Tecniche di prodotti, servizi, sistemi, processi e persone.

Precisamente si tratta di:

- organismi di certificazione di sistemi di gestione aziendale
- organismi di certificazione di prodotti
- organismi di certificazione di personale
- organismi di ispezione.

La *taratura* di apparecchiature di misura riguarda quelle aziende che utilizzano strumenti per pesare o per misurare la quantità e/o prezzo nelle transazioni commerciali.

Garantire il puntuale rispetto degli standard qualitativi richiesti dalle normative di certificazione è un obbligo cui è tenuta l'azienda.

Le *prove di laboratorio* rappresentano il mezzo più idoneo per raccogliere dati ed informazioni sulle caratteristiche dei materiali e dei trattamenti ai quali sono stati sottoposti; da qui l'importanza per le aziende di conoscere e valutare attentamente le proprietà dei materiali impiegati. Questo tipo di servizio può prevedere, ad esempio, analisi chimiche, prove meccaniche, esami strutturali e controlli non distruttivi. E' necessario dunque che il personale tecnico sia costantemente aggiornato .

SERVIZI INTEGRATI AGLI IMMOBILI E ALLE INFRASTRUTTURE

“Il settore immobiliare e delle infrastrutture scontano un ritardo di circa 15-20 anni tra il grado di maturazione e sofisticazione raggiunto negli USA e in Gran Bretagna e quello esistente in paesi come l'Italia. Questo divario non è sostenibile a lungo: approcci professionali e innovativi si stanno diffondendo a livello mondiale. Anche in questo settore, chi non sarà in grado di rinnovarsi è destinato a essere progressivamente emarginato.”

Questo tipo di servizi permette la realizzazione di opere e infrastrutture negli obiettivi di costo, tempo e qualità definiti dall'azienda.

La *gestione dei progetti* oggi avviene secondo le metodologie e tecniche del Project Management per la pianificazione, il controllo e lo sviluppo di azioni preventive e correttive per i rischi di progetto e sono basate sull'utilizzazione di software e hardware che consentono un'analisi approfondita di tutti i parametri territoriali.

E' bene ricordare che la riuscita di qualsiasi opera e infrastruttura dipende dalla loro corretta introduzione nell'ambiente.

⁴ Sito www.cfi.it – Overview Terziario

I servizi di *pianificazione territoriale* nascono dall'esigenza sempre maggiore, per grandi e piccoli proprietari, di accrescere la redditività del patrimonio

CONSULENZA

Il settore della *consulenza gestionale e amministrativa* ha registrato una crescita media annua del suo fatturato dello 8,3% tra il 1995 e il 1999⁴. Nel 2000-2001 il settore non ha risentito più di tanto della congiuntura sfavorevole trainato dal boom del settore Telecomunicazioni e dalla grande espansione dell'area Formazione, sostenuta dagli investimenti in formazione della Pubblica Amministrazione e dai finanziamenti dell'Unione Europea.

Nel 2002 si è invece avvertito un forte rallentamento provocato da una serie di fattori tra cui la crisi del settore delle Telecomunicazioni e New Economy in generale e il progressivo calo dei finanziamenti da parte dell'UE.

COMUNICAZIONE E MARKETING

Negli ultimi dieci anni il settore ha visto crescere i suoi volumi di attività in maniera costante. Tra la fine del 1999 e l'inizio del 2000 il trend di crescita ha subito un primo rallentamento (da +6% a +0.3%); ulteriori difficoltà sono subentrate nel 2001-2002, periodo in cui il settore *Comunicazioni* diminuiva il proprio fatturato dell'1,7%. il settore dei sondaggi d'opinione ha invece mantenuto un trend positivo⁴.

Le aziende che offrono servizi di *Marketing* forniscono consulenza di marketing operativo (indagini di mercato, marketing diretto, promozione vendite, ecc.), di comunicazione pubblicitaria (definizione delle strategie di comunicazione, degli strumenti e dei mezzi per attuarle), di relazioni pubbliche (creazione e gestione di relazioni con i pubblici esterni e interni, con l'obiettivo di consolidare relazioni ad alto valore aggiunto e di costruire la miglior reputazione), di direct marketing (progettazione e realizzazione di campagne complete di comunicazione diretta)...

2.1 Il contesto nazionale e regionale

A livello nazionale, le aziende che forniscono servizi professionali sono appunto rappresentate dalla FITA Confindustria, la Federazione Italiana Industrie e Servizi Professionali e del Terziario Avanzato, alla quale fanno capo 47 Associazioni di Categoria e 96 Sezioni Territoriali, costituite nell'ambito delle Associazioni industriali delle varie province italiane.

Nel territorio italiano queste aziende sono 20.000, con circa 200.000 addetti e realizzano un fatturato complessivo di oltre 60.000 miliardi di euro.

⁴ Sito www.cfi.it – Overview Terziario

Le imprese venete di Terziario Avanzato, che hanno dato vita alle Sezioni Territoriali provinciali e che sono rappresentate da Industriali Veneto, sono 906 e occupano circa 8.000 addetti⁵.

Il Terziario Avanzato è una presenza d'impatto sull'economia del territorio ed è attualmente una delle principali soluzioni all'effettiva necessità di mutamento che la realtà produttiva del nostro paese va gradualmente realizzando in seguito alla globalizzazione dei mercati.

La competitività richiede oggi un mutamento strutturale capace di dar valore alle risorse umane più esperte. Il T.A. possiede come peculiare caratteristica quella di fornire agli altri settori economici gli strumenti, sotto forma di prodotti eccellenti e servizi innovativi, per incrementare l'efficienza, la produttività dei processi ed abilitare nuovi modi di operare.

Da uno studio ISTAT relativo al periodo 1991-2001, presentato in un volume intitolato: "Il sistema produttivo del Veneto; struttura ed evoluzione attraverso i censimenti 1991-2001.", emergono interessanti riflessioni del sistema economico del territorio.

Verona si dimostra essere una provincia con una spiccata tendenza alla terziarizzazione e con un'industria in leggera flessione, nella quale però l'edilizia si è rafforzata notevolmente, assieme alle attività commerciali e alle istituzioni no-profit.

Dai dati, non freschissimi, viene alla luce una struttura produttiva solida e ben radicata in tutti i macrosettori (industria, servizi, commercio e costruzioni).

Verona si colloca al secondo posto nel Veneto, dopo Padova, per numero di unità locali in cui si svolgono le attività economiche. Nonostante ciò, il primo dato che colpisce è un leggero calo (-3%) dell'attività industriale in senso stretto, nel corso del decennio.

Secondo quanto afferma Angelo Nardi, direttore dell'Associazione degli Industriali di Verona "la flessione del 3% preoccupa fino a un certo punto, perché comunque l'occupazione industriale del 36%, sommata all'8,9% dell'edilizia, dà un 45% che è parecchio superiore alla media regionale del 41%. Ciò vuol dire che l'industria è ancora un asso portante del territorio veronese."

A preoccupare piuttosto la struttura produttiva industriale caratterizzata da una netta prevalenza di aziende di piccole e medie dimensioni⁶.

⁵ Dati della Commissione Consultiva regionale per il Terziario Avanzato (Industriali Veneto).

⁶ Zandoni L., "Verona guarda verso il terziario.", L'Arena – Il Giornale di Verona, 13 Aprile 2005.

CAPITOLO TERZO

L'Associazione degli Industriali di Verona: breve descrizione

La tesi è frutto di uno stage che ho svolto presso l'Associazione degli Industriali di Verona.

Fin dall'aprile del 1945 un gruppo di imprenditori, ispirandosi al primo organismo rappresentativo imprenditoriale denominato "Lega Industriale Veronese" del 1870, costituisce l'Unione Provinciale degli Industriali che solo più tardi diventerà **Associazione degli Industriali**. L'Associazione oggi riunisce le imprese appartenenti ai diversi settori industriali e al terziario avanzato che esercitano la loro attività nel territorio della provincia. Essa opera nell'ambito di Confindustria, la principale organizzazione rappresentativa delle imprese manifatturiere e di servizi in Italia. Confindustria raggruppa, su base volontaria, più di 111.000 imprese di tutte le dimensioni per un totale di circa 4.200.000 addetti. A Verona, la struttura confindustriale rappresenta 1200 aziende di cui l'86% ha meno di 100 addetti, il 12% ha un numero di addetti compreso tra 100 e 250 e il 2% supera i 250 addetti.

Compito dell'Associazione degli Industriali della provincia di Verona è di mettere in grado gli imprenditori, soprattutto medi e piccoli, di esprimere le loro istanze verso i pubblici poteri, di aver un costante e proficuo scambio di esperienze, di essere supportati nell'attività di impresa con servizi di informazione e consulenza sempre aggiornati.

L'Associazione è apartitica, non ha alcun fine di lucro e, come da statuto, ha i seguenti scopi:

- a) stimolare e promuovere costantemente nella società in cui opera e presso gli imprenditori la coscienza dei valori dell'impresa e dell'imprenditorialità nel contesto di una libera società in sviluppo
- b) concorrere a promuovere, con le istituzioni civili, le organizzazioni economiche, politiche, sociali, culturali e del tempo libero, forme di collaborazione che consentano di perseguire in comune più vaste finalità di progresso, fatti salvi l'autonomia e l'interesse delle imprese, nonché valorizzare gli apporti dell'impresa allo sviluppo economico, sociale e territoriale della provincia di Verona anche attraverso l'elaborazione, la promozione e la realizzazione di progetti di interesse generale, da attuarsi in proprio o in raccordo con le istituzioni e/o con le altre

rappresentanze economiche e sociali in relazione alle specifiche esigenze e competenze, nella consapevolezza del ruolo delle imprese

c) rappresentare, nei limiti del presente Statuto, le imprese associate nei rapporti con le istituzioni e organizzazioni civiche, economiche, politiche, sindacali e con ogni altra componente della società provinciale

d) interagire con le componenti regionali e le componenti nazionali del sistema confederale per tutte le problematiche del territorio provinciale rappresentato

e) svolgere le seguenti funzioni per i propri associati:

- 1) tutelare le imprese e le attività degli imprenditori sul piano morale, sociale, economico, sindacale, finanziario, tributario e in ogni altro campo di utilizzo, promuovendo azioni adeguate e stipulando accordi interessanti singole aziende, gruppi e la loro collettività
- 2) assumere ogni iniziativa efficace al fine di potenziare la collaborazione fra gli imprenditori, intensificando la partecipazione diretta degli associati e la collaborazione costruttiva fra le sezioni aderenti
- 3) raccogliere ed elaborare elementi, notizie e dati relativi ai settori rappresentati e ai loro problemi, provvedendo alla loro diffusione; fornire consulenza ed assistenza di servizi agli associati relativamente ai problemi generali e specifici dell'impresa e dell'imprenditorialità nonché individuare, progettare e sperimentare nuovi strumenti e nuovi servizi corrisposti per sostenere le imprese associate e far crescere la loro competitività, anche in ambito internazionale
- 4) promuovere, organizzare, documentare ricerche, studi, dibattiti e convegni su temi economici, sociali, tecnici e gestionali, su argomenti di interesse per l'impresa o per l'imprenditore
- 5) provvedere alla designazione e alla nomina di propri rappresentanti presso enti, amministrazioni, istituzioni, associazioni, ed ogni altro organismo nel quale la rappresentanza sia richiesta, promuovendo altresì la nomina se tale rappresentanza sia ritenuta necessaria o utile
- 6) rappresentare le esigenze e valorizzare gli apporti degli imprenditori associati ai vari livelli di rappresentanza del sistema confederale. Nell'ambito degli scopi statutari, l'Associazione può dar vita, partecipare o contribuire ad associazioni, enti, istituzioni o società ed in generale ad organismi regolati dal codice civile o da altre disposizioni di legge, purché strumentalmente finalizzati ad una migliore realizzazione degli scopi istituzionali e nell'interesse degli associati. Fermo restando quanto specificato al primo comma l'Associazione persegue le finalità e assolve a tutte le funzioni sopra descritte in piena indipendenza da qualsiasi condizionamento e nel rispetto delle disposizioni confederali in materia di ripartizione dei ruoli e delle prestazioni fra le componenti del

sistema. L'Associazione adotta il codice etico e la carta dei valori associativi, ispira ad essi i propri comportamenti e le proprie modalità organizzative, impegnando alla loro osservanza tutti gli associati.

3.1 Esperienza di stage

Come stagista ero incaricata dall'Ufficio Studi, diretto dal Dottor Franco Zandomeneghi; per problemi di spazio, alla terza settimana sono stata trasferita all'Ufficio Qualità - Ambiente e Urbanistica e Territorio. Ho avuto così la possibilità di entrare in contatto con più realtà.

Il lavoro mi è stato presentato ed assegnato dalla D.ssa Caterina Fenzi con la possibilità di gestirmi autonomamente sui tempi e sui modi di completarlo, nel rispetto comunque delle modalità date.

La mia esperienza di stage è durata circa tre mesi e si è rivelata molto positiva.

Da subito l'ambiente mi è sembrato molto tranquillo e sereno e i colleghi cordiali e disponibili.

La mia occupazione principale è stata sicuramente l'indagine oggetto della tesi (il Terziario avanzato), ma ho anche partecipato ad altri studi.

Nel periodo marzo-aprile si è riproposta, per il secondo anno, una ricerca dal titolo "L'impegno sociale dell'impresa". Attraverso questa indagine si è voluto verificare di che natura sono gli interventi che le imprese realizzano nel campo sociale e su quali aspetti si concentrano maggiormente (cultura, salute, sport, sostegno umanitario...).

La ricerca ha visto protagoniste sessantaquattro aziende di Verona e provincia.

Di questa, non ho potuto partecipare alla fase creativa di costruzione del questionario, ma ho elaborato graficamente (con opportuni confronti rispetto l'anno precedente) e analizzato i risultati dei questionari raccolti.

Altra indagine partita durante il periodo di stage è stata la Federmeccanica, indagine rivolta a tutte le aziende appartenenti al settore metalmeccanico al fine di reperire dati utili per conoscere la situazione dell'industria metalmeccanica territoriale (l'indagine è comunque estesa a livello nazionale). Per quanto riguarda questa ricerca mi sono occupata di sensibilizzare al massimo le imprese ritardatarie, in particolare quelle appartenenti al panel.

Mi hanno permesso, inoltre, piccoli interventi riguardo altre ricerche sul tema dell'innovazione in azienda, la valutazione di focus Group svolti in alcune scuole, la situazione degli alberghi a Verona...

Del lavoro svolto sono stata molto contenta soprattutto perché ho visto mettere in pratica quanto studiato all'università: le analisi di mercato, la costruzione di questionari, ...

CAPITOLO QUARTO

LA RICERCA

La sezione Consulenze d'impresa dell'Associazione degli Industriali di Verona assieme alla Camera di Commercio e alle altre associazioni di categoria ha progettato una ricerca attraverso la quale vuole capire il ruolo che l'impresa manifatturiera assegna al Terziario Avanzato, nelle diverse macro-aree di cui si compone.

4.1 Obiettivo

L'indagine è volta a conoscere quali sono i servizi maggiormente utilizzati dalle aziende veronesi, come sono gestiti e come sono valutati dalle stesse.

Allo scopo di spiegare chiaramente il valore della ricerca e i suoi obiettivi, il questionario è stato accompagnato da una lettera di presentazione firmata dal Direttore, Dr Angelo Nardi.

4.2 Metodologia adottata e raccolta dati

La rilevazione è durata quasi un mese: i questionari sono stati inviati per posta a metà febbraio con una prima scadenza corrispondente al 14 Marzo.

In data 8 Marzo in Associazione erano pervenuti 47 questionari perciò si sono rese necessarie circa una cinquantina di sollecitazioni telefoniche per raggiungere il campione obiettivo di 100 unità statistiche.

Sono state molte le aziende del campione originario che non è stato possibile contattare e si è ricorsi al campione sostitutivo: questa decisione si è resa necessaria sia perché alcune aziende, sottoposte a cicli produttivi stagionali, non hanno potuto dare la loro disponibilità nella compilazione del questionario (ad esempio, alcune aziende del settore moda erano impegnate con il campionario), sia perché ad altre non interessava l'indagine in sé (rifiuto diretto).

La metodologia prescelta è stata dunque di natura composita in quanto si è avvalsa dello strumento della raccolta documentale così come delle interviste.

L'intervista telefonica è stata strutturata in modo tale che la conversazione risultasse facile e veloce, utilizzando una traccia d'intervista come guida.

Mediamente la durata media di un'intervista era di 2-3 minuti; nel caso in cui l'azienda non disponesse del tempo necessario per l'intervista telefonica si provvedeva al rinvio via fax del questionario.

Per questo motivo la scadenza è stata posticipata al 25 Marzo.

La figura da contattare veniva scelta secondo la dimensione aziendale su due livelli: se si trattava di una piccola azienda ci si rivolgeva al titolare, se invece si trattava di una medio-grande ci si rivolgeva al Responsabile delle risorse umane o all'Amministratore Delegato.

4.3 *Elaborazione dati*

Una volta raggiunto il campione obiettivo, ho iniziato il processo di elaborazione dati.

I dati, la materia prima del processo di ricerca, devono essere trattati con la tabulazione, l'analisi e l'interpretazione, in modo che i risultati della ricerca possano essere comunicati ai clienti in modo chiaro e utilizzabile.

In questa fase sono andata oltre il trattamento puramente meccanico dei dati; ho cercato, infatti, di individuare le relazioni connesse ai problemi della ricerca.

Per la loro elaborazione mi sono avvalsa di fogli Excel attraverso cui è stata costruita una 'maschera' nella quale ho inserito appunto i dati dei 109 questionari raccolti. Successivamente ho impostato tabelle e grafici, per sintetizzare in modo opportuno i risultati ottenuti.

Nell'analizzare i dati ho cercato di capire le problematiche che incontrano le aziende, ma al tempo stesso ho cercato di raccogliere eventuali suggerimenti utili alle consulenze del Terziario Avanzato.

I grafici relativi ad ogni quesito permettono di avere un'indicazione visiva immediata; ad ogni modo ho creato altri grafici derivanti da aggregazioni dei dati raccolti per ottenere ulteriori informazioni.

4.4 *Il campione*

La rilevazione ha interessato tutte le imprese manifatturiere iscritte all'Associazione degli Industriali della provincia di Verona (n°573).

Il campione è stato stratificato per tipo di settore merceologico di appartenenza e per numero di addetti e la scelta delle aziende da inserire nel campione si è rivelata ragionata perché si è tenuto conto del fatto che l'argomento in questione avrebbe interessato soprattutto le aziende di medio-

grandi dimensioni e quelle appartenenti ai settori maggiormente presenti nel territorio veronese, il metalmeccanico e l'agroalimentare.

Ho creato due griglie di campionamento di numerosità diversa: la prima di 100 unità statistiche, la seconda di 120 unità (che mi avrebbe aiutato nella scelta delle aziende da contattare telefonicamente nel caso riuscissi a superare la soglia obiettivo di 100).

Nel corso dell'indagine, si è reso necessario modificare la numerosità di alcune celle delle griglie di campionamento a causa dell'arrivo di un numero maggiore di questionari rispetto a quanto si era previsto.

Tabella 1. “Popolazione di riferimento”

Dipendenti	Agric./ caccia/ pesca	Aliment./ bevande	Sistema moda	Carta/ grafica	Costruz.	Metalm.	Gomma/ plastica	Chimica/ fibre	Miner. nm	Altro	TOT
Fino 20		38	22	23	1	51	10	19	31	16	211
21 - 50		30	16	8	3	48	3	12	14	17	151
51 - 100		24	14	10	4	43	5	2	5	6	113
101- 250		10	13	6	1	30	1	3	4	2	70
251 – 500		1	1	1		12		1	2		18
Oltre 500		2	1	1		5		1			10
	0	105	67	49	9	189	19	38	56	41	573

Nota 1: La categoria “Minerali non metalliferi comprende le aziende la cui attività riguarda la lavorazione del marmo, di materiali da costruzione...”

Nota 2: La categoria “Altro” comprende le aziende la cui attività riguarda la lavorazione del legno o del vetro, il settore edile o della ceramica, l'estrazione di minerali di cava...”

Tabella 2. “Campione 100 unità”

Dipendenti	Agric./ caccia/ pesca	Aliment. bevande	Sistema moda	Carta/ grafica	Costruz.	Metalm.	Gomma/ plastica	Chimica/ fibre	Miner. nm	Altro	TOT
Fino 20		1	1	2		4	2	1		1	12
21 - 50		5	2		1	8		3	0	4	23
51 - 100		7	3	1	2	8	3	1	2	3	30
101- 250		2	2	2		8	1	0	1	2	18
251 – 500		1	1	1		5					8
Oltre 500		2	1	1		3		2			9
		17	10	7	3	37	7	7	5	7	100

Tabella 3. “Campione 120 unità”

Dipendenti	Agric./ caccia/ pesca	Aliment./ bevande	Sistema moda	Carta/ grafica	Costruz.	Metalm.	Gomma/ plastica	Chimica/ fibre	Miner. nm	Altro	TOT
Fino 20		6	3	3		9	2	1	0	1	25
21 - 50		5	3	1	1	12		3	1	3	29
51 - 100		5	3	2	2	11	3	1	2	2	31
101- 250		3	2	2		7	2	1	1	1	19
251 – 500		1	2	1		4		1	1		10
Oltre 500		1	1	1		2		1			6
	0	21	14	10	3	45	7	8	5	7	120

Tabella 4. “Questionari raccolti”

Dipendenti	Agric./ caccia/ pesca	Aliment./ bevande	Sistema moda	Carta/ grafica	Costruz.	Metalm.	Gomma/ plastica	Chimica/ fibre	Miner. nm	Altro	TOT
Fino 20		2	1	2		4	2	1		1	13
21 - 50		5	2			8		3		4	22
51 - 100		8	3	1	2	9	3	1	1	3	30
101- 250		4	2	3		10	1		3	2	25
251 – 500		1	2			8		1			12
Oltre 500		2		1		2		1			6
		22	10	7	2	41	6	7	4	10	109

4.5 *Struttura del questionario*

Un questionario è un insieme di domande volte ad ottenere informazioni specifiche riguardo un determinato problema.

La struttura di un questionario dipende da una serie di fattori:

- natura del problema oggetto d’indagine
- modalità di somministrazione scelta
- popolazione di riferimento
- dimensione del campione.

I suoi obiettivi sono prevalentemente tre:

- 1) raccogliere le informazioni desiderate attraverso un set di domande alle quali gli intervistati non solo possono, ma vogliono rispondere
- 2) coinvolgere gli intervistati per ottenerne la loro collaborazione e partecipazione all’indagine
- 3) ridurre gli errori di risposta, attraverso la progettazione e la realizzazione di un questionario adeguato.

Nella maggior parte dei casi ogni questionario si articola in quattro sezioni all’interno delle quali possono esserci ulteriori articolazioni a seconda delle esigenze e degli obiettivi della ricerca.

- *richiesta di collaborazione*, rappresentata da una o più frasi di apertura studiate per ottenere il consenso e l'approvazione dell'intervistato sugli obiettivi e le finalità della ricerca
- *istruzioni* per la compilazione del questionario
- *rilevazione delle informazioni*
- *dati di classificazione*: solitamente riguardano le caratteristiche dell'intervistato, come ad esempio il reddito, il livello d'istruzione e le notizie socio-demografiche.

La progettazione del questionario non è dunque una cosa banale; non esistono infatti procedure standardizzate per la sua redazione.

Ogni questionario deve essere progettato avendo sempre presenti gli obiettivi specifici della ricerca da condurre.

Nel mio caso, il questionario era strutturato in tre parti:

- la prima prevedeva una serie di domande riguardanti il settore di appartenenza dell'azienda, la numerosità degli addetti e la classe di fatturato
- la sezione successiva era preceduta da una domanda filtro, con la quale si chiedeva all'azienda se utilizzava consulenze del Terziario Avanzato, poi, a seguire veniva chiesto all'azienda di dare una definizione sintetica del T.A., di rilevare le motivazioni alla base della scelta dei servizi e di attribuire un giudizio sull'informazione territoriale
- Infine, un'intera sezione era riservata alle domande relative alle diverse consulenze del T.A., secondo una determinata struttura. Per ogni servizio si voleva sapere se si era rivolta all'esterno negli ultimi due anni. In caso affermativo seguiva un approfondimento sui seguenti aspetti: se si trattava di una scelta sistematica o saltuaria, il tipo di consulenza cui si era rivolta, se questa risiedeva in provincia di Verona o fuori e un giudizio qualitativo a riguardo

E' bene sottolineare che i dati raccolti sono stati elaborati in maniera aggregata e soltanto a fini statistici, per tutelare la privacy di ogni impresa intervistata⁷.

⁷ Vedi Allegato

CAPITOLO QUINTO

I RISULTATI

5.1 Utilizzo dei servizi del Terziario Avanzato da parte delle aziende manifatturiere

Il tracciato del profilo della struttura produttiva di un determinato territorio passa attraverso il collegamento di una serie di dati che consentono di visualizzarne la fisionomia.

I dati inizialmente richiesti in questa prospettiva d'indagine sono stati il numero delle imprese, il settore merceologico di appartenenza, il numero di addetti e la classe di fatturato realizzata.

I dati raccolti e rielaborati ci permettono di collocare il Terziario Avanzato all'interno del sistema produttivo della provincia di Verona; nel paragrafo successivo si procederà ad un'analisi più dettagliata del fenomeno.

Il campione interessato è rappresentativo della popolazione di riferimento, ossia delle 573 aziende manifatturiere iscritte all'Associazione. Su 109 aziende, infatti, il 37% circa appartiene al settore metallurgico e il 20% al settore agroalimentare; a seguire, poi, proporzionalmente, si collocano le altre aziende appartenenti ai settori di minore importanza⁸.

Le aziende del campione, nella maggior parte dei casi, presentano un numero di addetti compreso tra 50 e 250 (medio-grandi) e una classe di fatturato compresa tra i sette e i 40 milioni di euro⁹.

L'analisi dei dati raccolti relativi alle domande 1.1 e 3.1-2-3¹⁰ consente alcune interessanti riflessioni:

- la maggior parte delle imprese considera il Terziario Avanzato il settore dei servizi e non della conoscenza
- l'assistenza continuata e la flessibilità risultano essere le motivazioni principali che spingono a scegliere consulenze di T.A.
- ciò che spinge un'azienda a interpellare consulenza esterne site fuori provincia è nel 57% dei casi l'inadeguatezza dell'offerta di servizi nel territorio

⁸ Grafico 0.1 "Il Settore merceologico di appartenenza", pag. 41

⁹ Grafici 0.2 "La dimensione dell'azienda" e 0.3 "Il fatturato dell'azienda", pag. 43

¹⁰ Grafici da 1.1 a 3.3, pagg. 45-49

- le aziende si ritengono discretamente informate riguardo all'offerta di servizi presente nel territorio: è naturale, tuttavia, che il giudizio non sia negativo, perché nel momento in cui un'azienda non è più soddisfatta da un certo tipo di consulenza si rivolge altrove.

5.2 *Rapporto con il Terziario Avanzato*

Le domande del questionario successive si proponevano di conoscere quali fossero le scelte organizzative prodotte dalle imprese rispondenti.

In particolare, per ogni consulenza in cui era stato suddiviso il settore del Terziario Avanzato, si chiedeva se negli ultimi due anni l'azienda si fosse rivolta all'esterno o avesse gestito autonomamente il servizio; nel caso di richiesta esterna, di che ente si era trattato (o società di servizi o professionista o associazioni varie), se questo risiedeva in provincia o fuori Verona e di dare un giudizio in merito al servizio ricevuto.

Si sono raggruppate le attività che compongono il T.A. in quattordici categorie:

- ◆ Consulenza organizzativa e pianificazione strategica
- ◆ Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale
- ◆ Certificazioni Qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi
- ◆ Consulenza igiene del lavoro, antinfortunistica, campo ecologia
- ◆ Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche
- ◆ Marketing, ricerche e analisi di mercato, consulenza commerciale
- ◆ Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro
- ◆ Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti
- ◆ Consulenza finanziaria e bancaria
- ◆ Ricerca, selezione e gestione del personale
- ◆ Formazione
- ◆ Consulenza Informatica – Information Technology
- ◆ Servizi amministrativi e tenuta contabilità/paghe
- ◆ Automation Technology Industriale (CAD, CAM, CIM).

Fatte queste necessarie precisazioni, si osserva che, sulla base dei dati relativi a queste domande, emergono importanti aspetti diversi da consulenza a consulenza.

Come ci si poteva attendere, da questo punto di vista la varietà delle risposte è decisamente rilevante in funzione della natura del servizio e delle richieste dell'azienda.

Le categorie di attività più diffuse¹¹ sono nell'ordine:

- 1) Consulenza fiscale, con circa 170 aziende (76 di provincia e 93 site fuori Verona)
- 2) Consulenza informatica, con circa 150 aziende (61 di provincia e 84 site fuori Verona)
- 3) Igiene del lavoro, antinfortunistica, con 140 aziende (63 di provincia e 77 site fuori Verona)
- 4) Amministrazione e paghe, con circa 125 aziende (59 di provincia e 65 site fuori Verona)
- 5) Certificazioni Qualità, ambiente e sicurezza, con 105 aziende (35 di provincia e 70 site fuori Verona).

Ad occupare l'ultimo posto è l'Automazione Industriale: in realtà, anche dalle interviste telefoniche, si è constatato che le aziende possiedono già internamente programmi quali il CAD o il CAM.

Con riferimento alle rappresentazioni grafiche d'ogni singola consulenza, si possono trarre importanti informazioni.

La *Consulenza organizzativa e la pianificazione strategica* sono gestite, dalla maggior parte delle aziende, internamente; è opportuno, tuttavia, considerare la struttura del campione, composto soprattutto da aziende di medie dimensioni che interpellano raramente enti esterni per questo tipo di servizio. La gestione esterna della consulenza, nelle mani soprattutto di società di servizi, è ripartita abbastanza equamente tra strutture in provincia e fuori Verona ed è considerata molto soddisfacente¹².

L'Impiantistica e l'ingegneria meccanica, se utili all'attività dell'azienda, risultano gestite nella metà dei casi internamente e nell'altra metà soprattutto da professionisti o società di servizi della provincia di Verona, la cui consulenza è giudicata positivamente¹³.

Nell'ambito delle *Certificazioni di qualità, ambiente e sicurezza*, le aziende rispondenti dichiarano di rivolgersi, nella maggior parte dei casi, a società esterne o professionisti (risulta significativa la percentuale di aziende che interpellano enti o associazioni varie) sia di Verona sia di località fuori provincia, con buoni risultati¹⁴.

Dai dati raccolti risulta inoltre che, sono soprattutto le società di servizi e i professionisti della provincia di Verona a gestire le consulenze relative all'*Igiene del lavoro e l'antinfortunistica* e alla *Pubblicità e l'immagine*, in maniera molto soddisfacente; in particolare, quest'ultimo

¹¹ Grafico 4.27: "La diffusione delle consulenze", pag. 159

¹² Grafici 4.1.1-2-3-4: "Consulenza organizzativa e pianificazione strategica", pagg. 51-55

¹³ Grafici 4.2.1-2-3-4: "Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale", pagg. 57-61

¹⁴ Grafici 4.3.1-2-3-4: "Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi", pagg. 63-67

servizio può non essere presente in azienda semplicemente perché l'attività svolta non ne prevede l'utilizzo o si avvale di altri strumenti¹⁵.

Per quanto riguarda il *Marketing e le ricerche di mercato*, più della metà delle aziende si avvale di consulenze esterne provenienti da società di servizi site fuori Verona e giudicate positivamente. Risulta, tuttavia, opportuno considerare il fatto che molte aziende ritengono questo tipo di servizio inutile all'attività svolta¹⁶.

Rispetto la *Consulenza fiscale* le aziende sono abbastanza concordi nell'affermare di rivolgersi soprattutto a professionisti esterni (generalmente della provincia di Verona), il cui lavoro è valutato quasi in maniera ottimale¹⁷.

Anche l'assistenza ricevuta da strutture che si occupano di *Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti* è valutata molto positivamente: l'erogazione di questo servizio, infatti, proviene soprattutto da società di servizi della provincia di Verona, ma coinvolge anche enti e associazioni varie¹⁸.

Dall'analisi dei dati emerge, inoltre, che le aziende non sono solite interpellare strutture esterne per la *Consulenza finanziaria e bancaria*, ma gestiscono il servizio internamente. Nel caso di richiesta esterna, ci si rivolge soprattutto a professionisti della provincia, per di più bisogna considerare il peso che hanno gli enti e le associazioni per questo tipo di servizio¹⁹.

La *Ricerca e la Selezione del personale* è solitamente gestita internamente all'azienda, con l'appoggio di società di servizi esterne e di associazioni varie della provincia di Verona, valutate sufficientemente²⁰.

Rispetto la *Formazione*, invece, emerge un'assistenza più sistematica da parte delle aziende di consulenti esterni (ripartiti equamente tra società di servizi, professionisti ed enti vari), valutata positivamente²¹.

¹⁵ Grafici 4.4.1-2-3-4: "Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia" e Grafici 4.5.1-2-3-4: "Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche", pagg. 69-79

¹⁶ Grafici 4.6.1-2-3-4: "Mktg, ricerche/analisi di mercato, consul. comm.le", pagg. 81-85

¹⁷ Grafici 4.7.1-2-3-4: "Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro", pagg. 87-91

¹⁸ Grafici 4.8.1-2-3-4: "Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti", pagg. 93-97

¹⁹ Grafici 4.9.1-2-3-4: "Consulenza finanziaria e bancaria", pagg. 99-103

²⁰ Grafici 4.10.1-2-3-4: "Ricerca, selezione e gestione del personale", pagg. 105-109

²¹ Grafici 4.11.1-2-3-4: "Formazione", pagg. 111-115

La gestione della *Consulenza Informatica* proviene nettamente da strutture esterne all'azienda: si tratta principalmente di società di servizi della provincia di Verona, il cui servizio è ritenuto molto soddisfacente²².

Per quanto riguarda *l'Amministrazione e la tenuta contabilità/paghe* vi sono alcune riflessioni da fare: dalla raccolta e dall'analisi dei dati è emersa una situazione molto frequente tra le aziende ma che non si era considerata. Accade, infatti, che la maggior parte delle aziende disponga internamente di un ufficio amministrativo ma che, ad esempio, per la compilazione delle buste paghe si avvalga di strutture esterne (società di servizi o professionisti distribuiti quasi in uguale misura tra il campione).

Queste, inoltre, provengono di rado da località fuori provincia e offrono un servizio percepito quasi brillantemente dalle aziende rispondenti²³.

L'Automazione Industriale, infine, è gestita solo per una piccola percentuale del campione da strutture esterne, costituite nella maggior parte dei casi da società di servizi sia di Verona sia di fuori provincia²⁴.

5.3 Ulteriori analisi

L'elaborazione incrociata di certi dati ha permesso la raccolta di ulteriori informazioni.

Si è ritenuto importante verificare se il giudizio attribuito dalle aziende alle diverse consulenze differisse a seconda della risposta che queste avevano dato alla domanda 3.2., con la quale le si chiedeva la motivazione nello scegliere strutture fuori provincia. Le risposte possibili erano tre: l'inesistenza di strutture sul territorio, l'inadeguatezza dei servizi offerti e infine l'onerosità dell'offerta territoriale. L'incrocio dei dati ottenuti dal quesito 3.2 correlati con il giudizio attribuito alle diverse consulenze hanno permesso di osservare in maniera più dettagliata l'andamento dei diversi servizi²⁵.

Si è poi rappresentato graficamente il giudizio complessivo percepito dalle aziende, indipendentemente dalla motivazione o da altri fattori²⁶.

Altro punto importante di questa analisi è stato considerare il giudizio attribuito dalle aziende del campione alle consulenze secondo la provenienza: per questo motivo, si sono dunque costruiti

²² Grafici 4.12.1-2-3-4: "Consulenza informatica", pagg. 117-121

²³ Grafici 4.13.1-2-3-4: "Amministrazione e contabilità/paghe", pagg. 123-127

²⁴ Grafici 4.14.1-2-3-4: "Automation Technology Industriale", pagg. 129-133

²⁵ Grafici 4.15-16-17: "Giudizio attribuito dalle aziende alle consulenze del T.A.", pagg. 135-139

due grafici per valutare il livello di soddisfazione delle aziende rispetto i servizi erogati dalla provincia o da località fuori Verona.

Dalla loro lettura non risultano grandi differenze: in provincia, soddisfano pienamente la consulenza finanziaria, la Formazione ma soprattutto la consulenza Fiscale; fuori Verona è ancora la consulenza Fiscale a primeggiare, ma sono significativi anche servizi quali la Certificazione della Qualità, la Pubblicità, la consulenza Contrattualistica e Informatica e, infine, la Ricerca del personale. Un confronto più chiaro si è reso possibile grazie alla creazione di un altro grafico, composto dalla sovrapposizione dei precedenti, utile ad evidenziare possibili differenze²⁷.

La misurazione del livello di soddisfazione del campione è stata, poi, associata al tipo di struttura esterna alla quale l'azienda si era rivolta. Dall'incrocio di questi dati sono nati altri tre grafici, uno relativo alle società di servizi²⁸, uno relativo alla consulenza erogata da professionisti²⁹ e uno relativo agli enti e le associazioni varie³⁰.

Anche qui, è risultato necessario per una lettura più veloce e un confronto immediato, la sovrapposizione dei grafici³¹.

²⁶ Grafici 4.18-19: “Giudizio complessivo attribuito alle diverse consulenze del T.A.”, pagg. 141-143

²⁷ Grafici 4.20-21: “Giudizio complessivo attribuito alle consulenze di Verona e fuori provincia” e Grafico 4.22: “Giudizi a confronto” pagg. 145-149

²⁸ Grafico 4.23: “Giudizio attribuito alle società di servizi”, pag. 151

²⁹ Grafico 4.24: “Giudizio attribuito ai professionisti”, pag. 153

³⁰ Grafico 4.25: “Giudizio attribuito alle associazioni e agli enti”, pag. 155

³¹ Grafico 4.26 : “Giudizi a confronto”, pagg. 157-158

Conclusioni

Le analisi condotte hanno consentito di raccogliere importanti elementi e riflessioni per la valutazione della situazione del settore del Terziario Avanzato nel territorio veronese.

Per questa ricerca, a parer mio, però non è possibile formulare delle conclusioni né sarà mai possibile farlo, dato il continuo ed intenso cambiamento dei processi.

Nel complesso, si potrebbe affermare che il Terziario Avanzato della provincia di Verona:

- rivela una dimensione tutt'altro che trascurabile
- mostra una consistente vitalità se si considera il forte sviluppo degli ultimi anni
- rappresenta una preziosa fonte d'imprenditorialità
- accoglie attività che possiedono diverse velocità di sviluppo; alcune di loro sono già in fase di maturità.

Risulta opportuno, di fronte a questa situazione, valutare cosa accadrà in futuro al “nuovo settore” e come sarà possibile valorizzarlo, quale agente di innovazione e sviluppo del sistema delle imprese.

6.1 *Gli scenari futuri*

Saper tracciare i lineamenti degli scenari futuri nei quali l'impresa sarà chiamata ad agire rappresenta il primo passo per definire una visione futura.

L'affermarsi della tecnologia Internet nel tempo potrà rivelarsi sia una minaccia sia un'opportunità, di certo sta modificando e modificherà la concezione di servizio e i modi di offrirlo.

Quale sarà il futuro? Sarà sicuramente innovazione e ricerca e, come ha annunciato Bruno Luciani, presidente della Consulta regionale del T.A. in un convegno organizzato da Confindustria, “...a candidarsi come punta di diamante di quello che sta già diventando il cosiddetto Terzo Veneto è il Terziario Avanzato di Confindustria...Il Veneto si attrezza sempre più a produrre, attraverso idee e conoscenze, beni immateriali funzionali alla crescita delle imprese che fanno dell'innovazione un punto fondante per competere nei nuovi scenari mondiali dove l'ideazione del prodotto, il suo sviluppo, promozione e commercializzazione, restano nei

siti industriali originari mentre la produzione in senso stretto si sposta in aree di maggior convenienza geografica ed economica....Si aprono nuove prospettive per l'economia veneta ma la visione deve essere di lungo periodo e per un intero sistema economico dove il T.A. oltre a contribuire in maniera determinante al cambiamento in atto, è soggetto che deve crescere a sua volta, arricchendosi attraverso interscambi con nuove culture non solo del nord-est, ma europee ed internazionali....Il Terziario Avanzato ha dimostrato di essere in grado di produrre valore perché la propria attività professionale è sicuramente a più alto contenuto di conoscenza.”³²

Questo passaggio verso il cosiddetto ‘Terzo Veneto’ sarà possibile, dunque, grazie allo sviluppo continuo delle capacità intellettuali, all’innovazione intesa non solo come nuovi prodotti e processi, ma qualità del capitale umano, alla cultura imprenditoriale e così via.

6.2 *Suggerimenti*

I suggerimenti che possono essere tratti dalla lettura complessiva e integrata di tutti i risultati della ricerca fanno pensare alla necessità di intervenire sulla ristrutturazione di alcuni punti del questionario attraverso la conduzione, in primis, di una piccola indagine pilota.

Su piano metodologico, essa permette:

- di selezionare tra tutte le variabili individuate quelle più significative, al fine di mettere a punto uno strumento di rilevazione più essenziale e più mirato
- di confermare le modalità di selezione dei soggetti, ossia di confermare i criteri con cui è realizzato il campionamento
- di verificare l’adeguatezza della struttura del questionario: se mancano domande, se sono ridondanti, se devono essere riformulate diversamente...

Dato che l’Associazione degli Industriali è considerato un ambiente reattivo agli stimoli provenienti dalla base associativa e il rapporto con gli associati è buono, soprattutto se questi assumono un ruolo attivo, potrei consigliare di riproporre la stessa indagine l’anno prossimo, per vedere l’evoluzione del Terziario Avanzato.

Il rapporto delle aziende con le consulenze del Terziario Avanzato appare buono e in crescita, tuttavia ci sono alcune considerazioni da fare in merito alla struttura del questionario:

- nel caso di gestione autonoma di una certa consulenza da parte dell’azienda, non era possibile conoscere il suo livello di soddisfazione (giudizio interno) perché mancava la domanda

³² www.unindustria.pd.it – Comunicato stampa relativo al Convegno “*Confindustria: Terziario Avanzato discute a Padova su futuro economia.*” svoltosi a Padova il 25/10/04.

- il giudizio attribuito dalle aziende rispondenti agli enti e le associazioni varie si potrebbe considerare *viziato* poiché l'indagine è stata condotta proprio da un'associazione di categoria e di conseguenza, nel momento in cui l'azienda dichiarava di rivolgersi ad un ente di questo tipo, per una qualsiasi consulenza, era chiaro che se si trattava dell'Associazione degli Industriali di Verona il giudizio era positivo (ancor più nell'intervista telefonica)
- un'indagine pilota avrebbe mostrato come fosse errato considerare la consulenza “Servizi amministrativi e tenuta contabilità/paghe” insieme. Nella maggior parte delle aziende, infatti, l'ufficio Amministrazione è presente internamente all'azienda, mentre le paghe sono gestite esternamente da società specializzate.

GRAFICI E TABELLE

- Grafico n° 0.1: “Il settore merceologico di appartenenza”, pag. 41
- Grafico n° 0.2: “La dimensione dell’azienda”, pag. 43
- Grafico n° 0.3: “Il fatturato dell’azienda”, pag. 43
- Grafico n° 1.1: “L’identità riconosciuta”, pag. 45
- Grafico n° 3.1: “Le motivazioni alla base della scelta del T.A.”, pag. 47
- Grafico n° 3.2: “Perché mi rivolgo fuori provincia?”, pag. 49
- Grafico n° 3.3: “Come giudico l’informazione sul T.A. nel territorio veronese?”, pag. 49
- Grafico n° 4.1.1: “Consulenza organizzativa e pianificazione strategica: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 51
- Grafico n° 4.1.2: “Consulenza organizzativa e pianificazione strategica: a chi si è rivolta?”, pag. 53
- Grafico n° 4.1.3: “Consulenza organizzativa e pianificazione strategica: dove si è rivolta?”, pag. 53
- Grafico n° 4.1.4: “Consulenza organizzativa e pianificazione strategica: un giudizio?”, pag. 55
- Grafico n° 4.2.1: “Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 57
- Grafico n° 4.2.2: “Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale: a chi si è rivolta?”, pag.59
- Grafico n° 4.2.3: “Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale: dove si è rivolta?”, pag.59
- Grafico n° 4.2.4: “Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale: un giudizio?”, pag. 61
- Grafico n° 4.3.1: “Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 63
- Grafico n° 4.3.2: “Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi: a chi si è rivolta?”, pag. 65
- Grafico n° 4.3.3: “Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi: dove si è rivolta?”, pag. 65
- Grafico n° 4.3.4: “Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi: un giudizio?”, pag. 67
- Grafico n° 4.4.1: “Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 69
- Grafico n° 4.4.2: “Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia: a chi si è rivolta?”, pag. 71
- Grafico n° 4.4.3: “Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia: dove si è rivolta?”, pag. 71
- Grafico n° 4.4.4: “Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia: un giudizio?”, pag. 73

Grafico n° 4.5.1: “Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 75

Grafico n° 4.5.2: “Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche: a chi si è rivolta?”, pag. 77

Grafico n° 4.5.3: “Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche: dove si è rivolta?”, pag. 77

Grafico n° 4.5.4: “Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche: un giudizio?”, pag. 79

Grafico n° 4.6.1: “Mktg, ricerche/analisi di mercato, consul. comm.le: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 81

Grafico n° 4.6.2: “Mktg, ricerche/analisi di mercato, consul. comm.le: a chi si è rivolta?”, pag. 83

Grafico n° 4.6.3: “Mktg, ricerche/analisi di mercato, consul. comm.le: dove si è rivolta?”, pag. 83

Grafico n° 4.6.4: “Mktg, ricerche/analisi di mercato, consul. comm.le: un giudizio?”, pag. 85

Grafico n° 4.7.1: “Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 87

Grafico n° 4.7.2: “Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro: a chi si è rivolta?”, pag. 89

Grafico n° 4.7.3: “Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro: dove si è rivolta?”, pag. 89

Grafico n° 4.7.4: “Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro: un giudizio?”, pag. 91

Grafico n° 4.8.1: “Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 93

Grafico n° 4.8.2: “Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti: a chi si è rivolta?”, pag. 95

Grafico n° 4.8.3: “Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti: dove si è rivolta?”, pag. 95

Grafico n° 4.8.4: “Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti: un giudizio?”, pag. 97

Grafico n° 4.9.1: “Consulenza finanziaria e bancaria: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 99

Grafico n° 4.9.2: “Consulenza finanziaria e bancaria: a chi si è rivolta?”, pag. 101

Grafico n° 4.9.3: “Consulenza finanziaria e bancaria: dove si è rivolta?”, pag. 101

Grafico n° 4.9.4: “Consulenza finanziaria e bancaria: un giudizio?”, pag. 103

Grafico n° 4.10.1: “Ricerca, selezione e gestione del personale: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 105

Grafico n° 4.10.2: “Ricerca, selezione e gestione del personale: a chi si è rivolta?”, pag. 107

Grafico n° 4.10.3: “Ricerca, selezione e gestione del personale: dove si è rivolta?”, pag. 107

Grafico n° 4.10.4: “Ricerca, selezione e gestione del personale: un giudizio?”, pag. 109

Grafico n° 4.11.1: “Formazione: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 111

Grafico n° 4.11.2: “Formazione: a chi si è rivolta?”, pag. 113

Grafico n° 4.11.3: “Formazione: dove si è rivolta?”, pag. 113

Grafico n° 4.11.4: “Formazione: un giudizio?”, pag. 115

Grafico n° 4.12.1: “Consulenza informatica: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 117

Grafico n° 4.12.2: “Consulenza informatica: a chi si è rivolta?”, pag. 119

Grafico n° 4.12.3: “Consulenza informatica: dove si è rivolta?”, pag. 119

- Grafico n° 4.12.4: “Consulenza informatica: un giudizio?”, pag. 121
- Grafico n° 4.13.1: “Amministrazione e contabilità/paghe: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 123
- Grafico n° 4.13.2: “Amministrazione e contabilità/paghe: a chi si è rivolta?”, pag. 125
- Grafico n° 4.13.3: “Amministrazione e contabilità/paghe: dove si è rivolta?”, pag. 125
- Grafico n° 4.13.4: “Amministrazione e contabilità/paghe: un giudizio?”, pag. 127
- Grafico n° 4.14.1: “Automation Technology Industriale: l’azienda si è rivolta all’esterno?”, pag. 129
- Grafico n° 4.14.2: “Automation Technology Industriale: a chi si è rivolta?”, pag. 131
- Grafico n° 4.14.3: “Automation Technology Industriale: dove si è rivolta?”, pag. 131
- Grafico n° 4.14.4: “Automation Technology Industriale: un giudizio?”, pag. 133
- Grafico n° 4.15: “Giudizio attribuito dalle aziende alle consulenze del T.A.”, pag. 135
- Grafico n° 4.16: “Giudizio attribuito dalle aziende alle consulenze del T.A.”, pag. 137
- Grafico n° 4.17: “Giudizio attribuito dalle aziende alle consulenze del T.A.”, pag. 139
- Grafico n° 4.18: “Giudizio complessivo attribuito alle consulenze del T.A.”, pag. 141
- Grafico n° 4.19: “Giudizio complessivo attribuito alle consulenze del T.A.”, pag. 143
- Grafico n° 4.20: “Giudizio complessivo attribuito alle consulenze di Verona e provincia”, pag. 145
- Grafico n° 4.21: “Giudizio complessivo attribuito alle consulenze fuori Verona”, pag. 147
- Grafico n° 4.22: “Giudizi a confronto”, pag. 149
- Grafico n° 4.23: “Giudizio attribuito alle società di servizi”, pag. 151
- Grafico n° 4.24: “Giudizio attribuito ai professionisti”, pag. 153
- Grafico n° 4.25: “Giudizio attribuito alle associazioni e agli enti”, pag. 155
- Grafico n° 4.26: “Giudizi a confronto”, pagg. 157-158
- Grafico n° 4.27: “La diffusione delle consulenze del T.A.”, pag. 159

Tabella 1: “Popolazione di riferimento”, pag. 23

Tabella 2: “Campione 100 unità”, pag. 23

Tabella 3: “Campione 120 unità”, pag. 24

Tabella 4: “Questionari raccolti”, pag. 24

ALLEGATO

Allegato: “Questionario Terziario Avanzato”

IL TERZIARIO AVANZATO VISTO DALL'IMPRESA MANIFATTURIERA VERONESE

Questionario di indagine

0 Dati aziendali

0.1 Settore merceologico di appartenenza

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Agricoltura, caccia e pesca | <input type="checkbox"/> Metalmeccanica |
| <input type="checkbox"/> Alimentari e bevande | <input type="checkbox"/> Gomma e plastica |
| <input type="checkbox"/> Sistema moda | <input type="checkbox"/> Chimica e fibre |
| <input type="checkbox"/> Carta e grafica | <input type="checkbox"/> Minerali non metalliferi |
| <input type="checkbox"/> Costruzioni | <input type="checkbox"/> altro (specificare: _____) |

0.2 Dimensione azienda

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Fino a 20 dipendenti | <input type="checkbox"/> Da 101 a 250 dipendenti |
| <input type="checkbox"/> Da 21 a 50 dipendenti | <input type="checkbox"/> Da 251 a 500 dipendenti |
| <input type="checkbox"/> Da 51 a 100 addetti | <input type="checkbox"/> oltre 501 dipendenti |

0.3 Classe fatturato

- Fino a 7 milioni di euro
 Da 7 a 40 milioni di euro
 Oltre 40 milioni di euro

1 L'identità riconosciuta

1.1 Secondo la sua opinione quale è la dicitura di sintesi che meglio interpreta il settore del Terziario Avanzato?

- l'impresa della conoscenza
 servizi per l'impresa

2 L'utilizzo dei servizi

2.1 L'azienda utilizza consulenze/servizi del Terziario Avanzato?

- SI NO

3 Gli elementi della scelta

3.1 Nella scelta a quali delle seguenti motivazioni date maggiore peso? (massimo 3 risposte)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> vicinanza alla sede aziendale | <input type="checkbox"/> costi contenuti |
| <input type="checkbox"/> notorietà, immagine sul mercato | <input type="checkbox"/> qualità a prescindere dai costi |
| <input type="checkbox"/> referenze e documentazione presentata | <input type="checkbox"/> più servizi in un'unica struttura |
| <input type="checkbox"/> appartenenza a network regionali, nazionali, internazionali | <input type="checkbox"/> flessibilità, velocità e puntualità |
| <input type="checkbox"/> segnalazione da altri imprenditori | <input type="checkbox"/> assistenza continuata |

3.2 La scelta di strutture fuori provincia è accompagnata da quale motivazione?

- non esistono sul territorio
 non riteniamo adeguata l'offerta presente sul territorio
 l'offerta territoriale ha costi superiori

3.3 Come giudica l'informazione dell'offerta sul territorio dei prodotti/servizi del Terziario Avanzato?

- buona
 discreta
 insufficiente

4 Il rapporto con il Terziario Avanzato

4.1 Consulenza organizzativa e pianificazione strategica

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> Dove risiedono:
<input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.2 Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> Dove risiedono:
<input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.3 Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> Dove risiedono:
<input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.4 **Consulenza igiene del lavoro, antinfortunistica, campo ecologia**

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.5 **Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche**

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.6 **Marketing, ricerche e analisi di mercato, consulenza commerciale**

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |
-

4.7 **Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro**

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- | | | |
|---|--|---|
| Vi rivolgete prevalentemente a: | Dove risiedono: | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.8 **Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti**

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- | | | |
|---|--|---|
| Vi rivolgete prevalentemente a: | Dove risiedono: | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.9 **Consulenza finanziaria e bancaria**

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli

- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- | | | |
|---|--|---|
| Vi rivolgete prevalentemente a: | Dove risiedono: | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |
-

4.10 Ricerca, selezione e gestione del personale

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli
- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | Dove risiedono: | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.11 Formazione

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli
- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | Dove risiedono: | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |

4.12 Consulenza informatica – Information Technology

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli
- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

- Vi rivolgete prevalentemente a:
- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> una società di servizi | Dove risiedono: | Con quale giudizio: |
| <input type="checkbox"/> un professionista | <input type="checkbox"/> nella provincia di Verona | <input type="checkbox"/> poco soddisfacente |
| <input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti | <input type="checkbox"/> fuori provincia | <input type="checkbox"/> sufficiente |
| | | <input type="checkbox"/> buono |
| | | <input type="checkbox"/> ottimo |
-

4.13 **Servizi amministrativi e tenuta contabilità/paghe**

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli
- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

Vi rivolgete prevalentemente a:

<input type="checkbox"/> una società di servizi	Dove risiedono:	Con quale giudizio:
<input type="checkbox"/> un professionista	<input type="checkbox"/> nella provincia di Verona	<input type="checkbox"/> poco soddisfacente
<input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti	<input type="checkbox"/> fuori provincia	<input type="checkbox"/> sufficiente
		<input type="checkbox"/> buono
		<input type="checkbox"/> ottimo

4.14 **Automation Technology industriale (CAD,CAM, CIM)**

Per i servizi/prodotto di questa area l'azienda si è rivolta all'esterno negli ultimi due anni?

- NO, perché:
- presenti all'interno dell'azienda
 - non considerati utili
 - troppo onerosi
 - stiamo valutando di usarli
- SI
- in modo sistematico
 - talvolta

Vi rivolgete prevalentemente a:

<input type="checkbox"/> una società di servizi	Dove risiedono:	Con quale giudizio:
<input type="checkbox"/> un professionista	<input type="checkbox"/> nella provincia di Verona	<input type="checkbox"/> poco soddisfacente
<input type="checkbox"/> servizi di associazioni/enti	<input type="checkbox"/> fuori provincia	<input type="checkbox"/> sufficiente
		<input type="checkbox"/> buono
		<input type="checkbox"/> ottimo

COMMENTI E OSSERVAZIONI

BIBLIOGRAFIA

Brasini S., Tassinari F., Tassinari G., *“Marketing e pubblicità”*, Il Mulino, Bologna, 1996, cap 2: “Prevenzione e correzione degli errori non campionari”.

Grant R. M., *“L'analisi strategica per le decisioni aziendali”*, Il Mulino, Bologna, 1999.

Grandinetti R., *“Concetti e strumenti di marketing”*, Milano, Etas, 2002, Capp. 2, 3, 4, 6 e 10.

Di Fonzo T. e Lisi F., *“Complementi di statistica economica: analisi delle serie storiche univariate”*, CLEUP, Padova 2000.

Favotto F., *“Economia aziendale”*, Mc Graw Hill, 2001.

Masarotto G., lucidi Statistica Descrittiva (A.A. 2001/2002).

Cerbioni F., Cinquini L., Sostero U., *“Contabilità e bilancio”*, McGraw Hill, Milano 2003.

SITOGRAFIA

www.assindustria.vr.it

Sito ufficiale dell'Associazione degli Industriali di Verona, con informazioni aggiornate sull'economia veronese e sui servizi, consultato quotidianamente.

www.cfi.it

Sito ufficiale della Compagnia Finanziaria Industriale, consultato il 29 Marzo 2005

La CFI è una società finanziaria di partecipazione che ha come scopo ed oggetto della propria attività la promozione, il sostegno, lo sviluppo e il consolidamento delle imprese cooperative su tutto il territorio nazionale, a salvaguardia e incremento dei livelli occupazionali.

www.corriere.it

Sito ufficiale del quotidiano "Il Corriere della sera", consultato nel mese di Aprile 2005.

www.europa.eu.int

Sito ufficiale dell'Unione Europa, consultato il 20 Aprile 2005.

www.fita.it

Sito ufficiale di FITA (Federazione Italiana Terziario Avanzato), consultato quotidianamente.

FITA si propone di far acquisire ai Servizi Professionali una posizione centrale nella politica economica del Paese, attraverso il consolidamento del ruolo istituzionale della Federazione e l'affermazione delle professionalità del comparto.

www.ilsole24ore.com

Sito ufficiale del quotidiano economico "Il Sole 24 Ore", consultato il 23 Marzo 2005.

www.istat.it

Sito ufficiale dell'ISTAT, l'Istituto Nazionale di Statistica, consultato quotidianamente.

L'ISTAT produce informazione statistica ufficiale, giustificata cioè da un mandato istituzionale, e pubblica, poiché non nasce dalle esigenze di un committente privato ma da un bisogno informativo riconosciuto e condiviso.

La mission dell'Istituto è quella di produrre e diffondere informazioni affidabili, imparziali, trasparenti, accessibili e pertinenti, capaci di descrivere le condizioni sociali, economiche,

demografiche e ambientali del Paese e i cambiamenti che avvengono in esso, con il vincolo del più rigoroso rispetto del segreto statistico.

www.larena.it

Sito ufficiale del quotidiano “L’Arena – il giornale di Verona”, consultato il 13 Aprile 2005.

www.netmanager.it

Portale della cultura e degli strumenti manageriali, consultato nel mese di Aprile 2005.

www.terziarioavanzatoveneto.it

Sito ufficiale di Confindustria Veneto, consultato nel mese di Aprile 2005.

A livello Veneto il comparto è rappresentato da uno specifico raggruppamento Regionale per il Terziario Avanzato, formata da imprenditori che a livello provinciale rappresentano la specifica Sezione Merceologica.

www.unindustria.pd.it

Sito ufficiale dell’Unindustria di Padova, il partner di fiducia dell’industria padovana.

IL TERZIARIO AVANZATO VISTO DALL'IMPRESA MANIFATTURIERA VERONESE

Dati aziendali

DOMANDA 0.1. "Settore merceologico di appartenenza"

A	B	C	D	E	F	G	H	I	Altro
Agricoltura, caccia e pesca	Alimentari e bevande	Sistema moda	Carta e grafica	Costruzioni	Metalmecanica	Gomma e plastica	Chimica e fibre	Minerali non metalliferi	Altro
0%	20,18%	9,17%	6,42%	1,83%	37,61%	5,50%	6,42%	3,67%	9,17%
0	22	10	7	2	41	6	7	4	10
									109

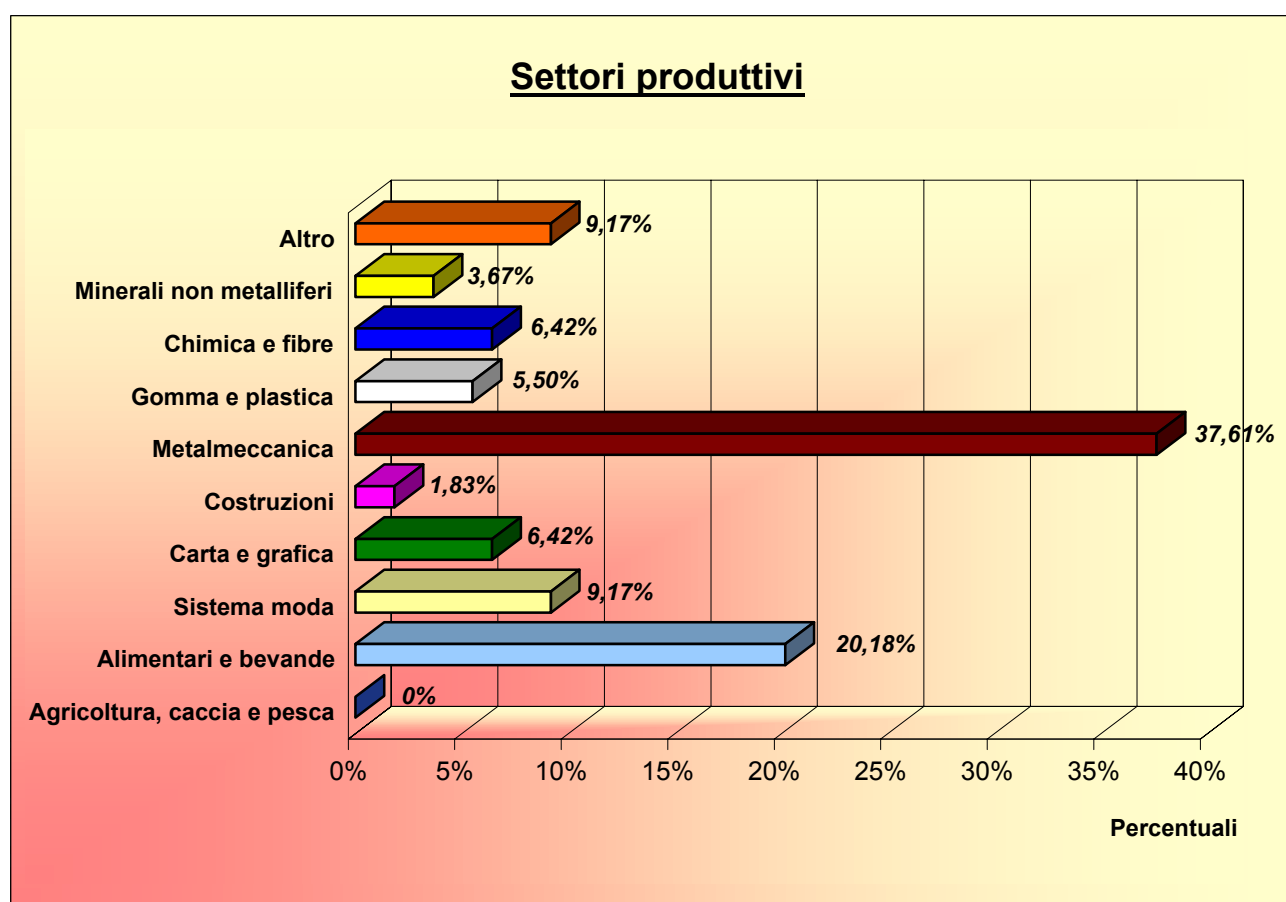


Grafico 0.1.: "Il settore merceologico di appartenenza"

Il grafico mostra la suddivisione per settore merceologico di appartenenza delle aziende manifatturiere del territorio veronese che hanno partecipato all'indagine sul Terziario Avanzato.

Si può osservare come il settore predominante sia senz'altro il settore metalmeccanico (37%), seguito da quello agroalimentare (20%) e dal settore moda (9%).

Il settore denominato "Altro" comprende le lavorazioni della ceramica, il settore edile e del vetro.

La cartografica e la chimica si posizionano sullo stesso livello (6% circa), seguiti poi dal settore della gomma e della plastica (5,5%) e infine dalle costruzioni.

DOMANDA 0.2. "Dimensione azienda"

fino 20	21-50	51-100	101-250	251-500	oltre 501	
11,93%	20,18%	28,44%	23,85%	10,09%	5,50%	100%
13	22	31	26	11	6	109

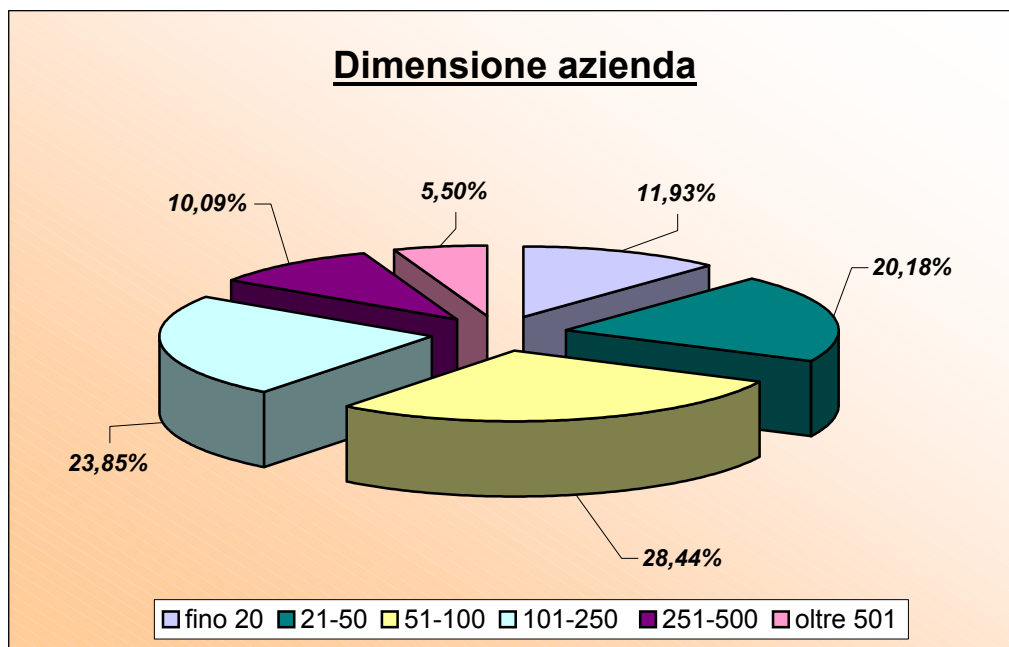


Grafico 0.2.: "La dimensione dell'azienda"

Il grafico riporta il numero di addetti presenti nelle aziende intervistate.

Come si può notare, in base alle nostre scelte di campionamento, la maggior parte è di medio-grande dimensioni, ossia con un numero di addetti superiore a 50 e inferiore a 250 (50% circa sul totale).

Si sono comunque contattate anche aziende di dimensioni più piccole (12% circa sul totale) e particolare riguardo hanno ricevuto quelle più grandi.

DOMANDA 0.3. "Classe fatturato"

fino 7	da 7 a 40	oltre 40	Non risp	
18,35%	40,37%	25,69%	15,60%	100%
20	44	28	17	109

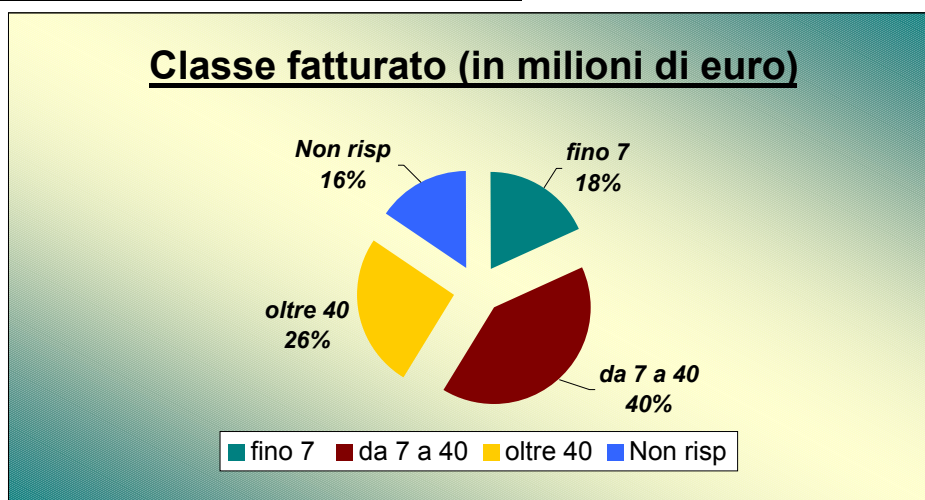


Grafico 0.3.: "Il fatturato dell'azienda"

Da questo grafico è possibile ottenere una stima del fatturato prodotto dalle imprese partecipanti all'indagine. Per tante ragioni - prima fra tutte il senso di riservatezza diffuso in molte imprese su tale dato - risulta difficile disporre di valori puntuali sul fatturato delle imprese.

Si è ritenuto di chiedere all'azienda una sua classificazione: il 40% dichiara di raggiungere un fatturato tra i 7 e i 40 milioni di euro, il 26% va oltre i 40 milioni di euro mentre il 18% si arresta ai 7.

E' comunque rilevante il fatto che ben 17 aziende abbiano deciso di non rispondere al quesito, o per il senso di riservatezza espresso in precedenza o perché non a conoscenza dell'informazione richiesta.

L'identità riconosciuta

DOMANDA 1.1. "Secondo la sua opinione quale è la dicitura di sintesi che meglio interpreta il settore del Terziario Avanzato?"

L'impresa della conoscenza	Servizi per l'impresa	Non risp	
11,93%	77,06%	11,01%	100%
13	84	12	109

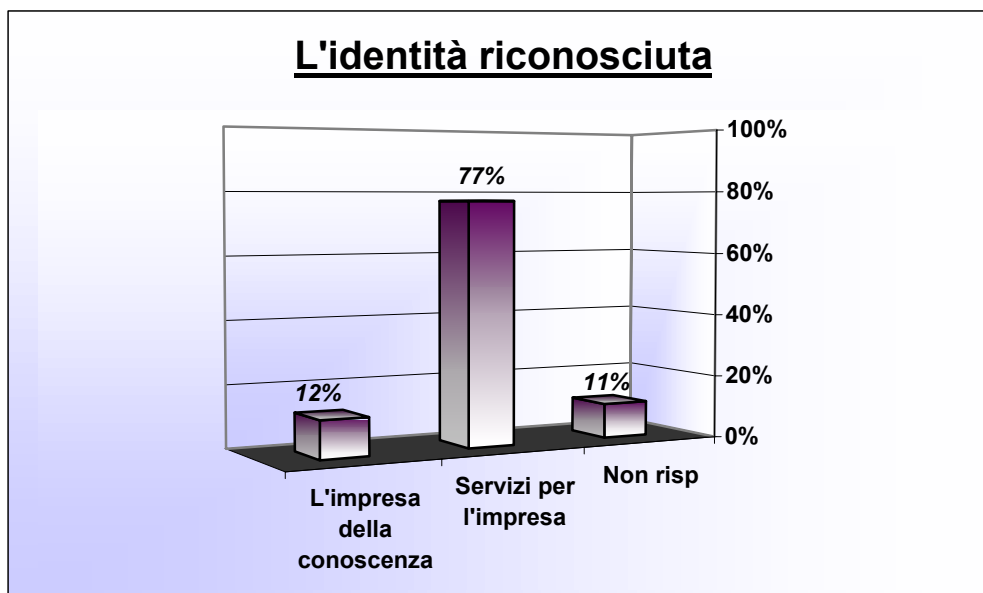


Grafico 1.1.: "L'identità riconosciuta"

In prima analisi, come da grafico riportato, emerge che quasi tutte le aziende del campione alla richiesta di dare una definizione sintetica del Terziario Avanzato siano concordi nel definirlo "I servizi per l'impresa", piuttosto che "L'impresa della conoscenza". Una piccola percentuale (11%) non ha risposto perché probabilmente non ha ritenuto le alternative sufficientemente chiare.

L'utilizzo dei servizi

DOMANDA 2.1. "L'azienda utilizza consulenze/servizi del Terziario Avanzato?"

SI	NO	
105	4	109

Questa domanda si presenta come domanda filtro, ossia come una domanda dalla cui risposta dipendono alcuni quesiti successivi: nel nostro caso, la risposta affermativa significava l'utilizzo da parte dell'azienda di almeno uno dei servizi che fanno parte del Terziario Avanzato e quindi la successiva compilazione del questionario.

Dall'analisi dei dati, si sono riscontrate alcune anomalie legate alle risposte di 4 aziende che hanno dichiarato di non utilizzare nessun servizio ma che poi hanno completato il questionario. Incoerenze che pensiamo siano dovute semplicemente ad un'incomprensione della domanda posta.

Gli elementi della scelta

DOMANDA 3.1. "Nella scelta a quali delle seguenti motivazioni date maggior peso?"

vicinanza	notorietà	referenze	network	segnalazi	costo	qualità	più servizi	flessibilità	assistenza	
11,93%	14,68%	20,18%	1,83%	11,01%	21,10%	20,18%	9,17%	35,78%	47,71%	193,58%
13	16	22	2	12	23	22	10	39	52	

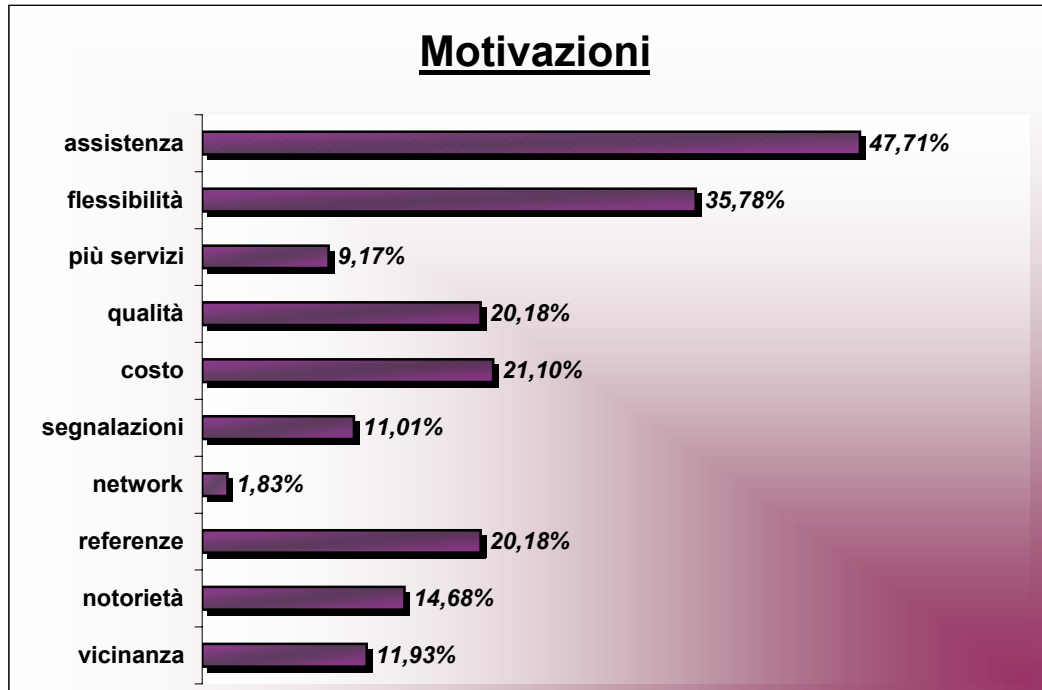


Grafico 3.1.: "Le motivazioni alla base della scelta del T.A."

Il grafico 3.1 spiega quali sono le motivazioni alla base della scelta dei servizi del Terziario Avanzato.

In prima analisi, emerge l'importanza che le aziende attribuiscono, nella scelta di consulenze del T.A., a ricevere un'assistenza continuata e che risponda alle loro esigenze.

Il 20% del campione richiede una qualità eccellente e la stessa percentuale, composta naturalmente da altre aziende, si preoccupa dei costi, affinché risultino sostenuti.

Percentualmente, lo stesso peso viene inoltre attribuito a segnalazioni ricevute da altri imprenditori, alla vicinanza dalla sede aziendale e all'immagine che ne deriva sul mercato.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli intervistati avevano la possibilità di inserire per questa domanda un massimo di tre risposte.

DOMANDA 3.2. "La scelta di strutture fuori provincia è accompagnata da quale motivazione?"

inesistenti	inadeguata	costi alti	non risp	
22,94%	56,88%	6,42%	13,76%	100%
25	62	7	15	109

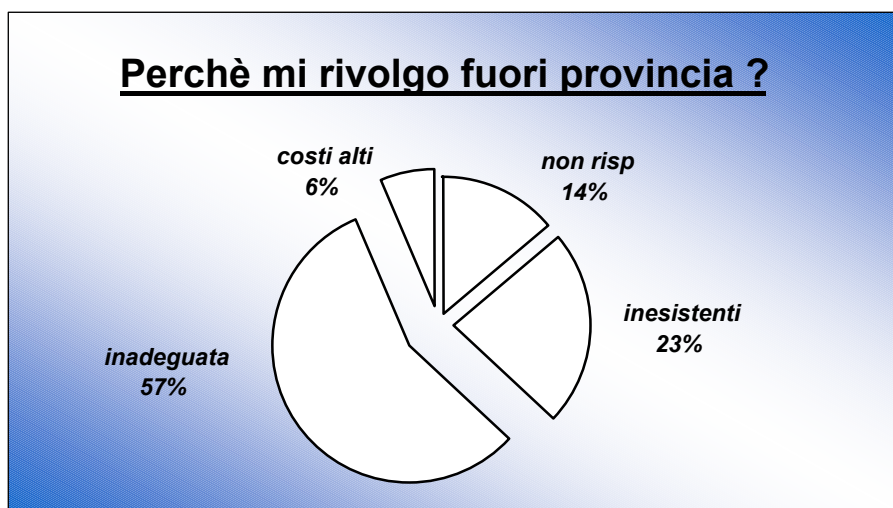


Grafico 3.2.: "Perché mi rivolgo fuori provincia?"

La scelta di strutture fuori provincia è dettata soprattutto dalla presenza di un'informazione territoriale considerata dalle aziende inadeguata (57%) o addirittura inesistente (23%).

Ad influenzare la scelta, seppur per una piccola percentuale, risulta anche l'onerosità del servizio (6%).

L'informazione che emerge da questo grafico si completerà con le osservazioni che verranno riportate di seguito rispetto la presenza delle consulenze fuori Verona.

DOMANDA 3.3. "Come giudica l'informazione di offerta sul territorio dei prodotti/servizi del Terziario Avanzato?"

buona	discreta	insuff	non risp	
33,03%	54,13%	8,26%	4,59%	100%
36	59	9	5	109



Grafico 3.3.: "Come giudico l'informazione sul T.A. nel territorio veronese?"

Più della metà delle aziende intervistate afferma di ricevere un'informazione discreta sul territorio dei servizi del T.A., con una quota del 54% circa. Una buona percentuale (33%) inoltre del campione si dichiara molto soddisfatto; solo l'8% la giudica insufficiente.

Si registra anche un 5% di aziende non rispondenti.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.1. "Consulenza organizzativa e pianificazione strategica"

	NON RISP	NO	SI	
presenti		65,14%		
inutili		6,42%		
costosi		2,75%		
valutare		3,67%		
sistematico			5,50%	
talvolta			13,76%	
non risp	2,75%			
	2,75%	77,98%	19,27%	100%

si	23	21,10%
no	85	77,98%
	108	99,08%

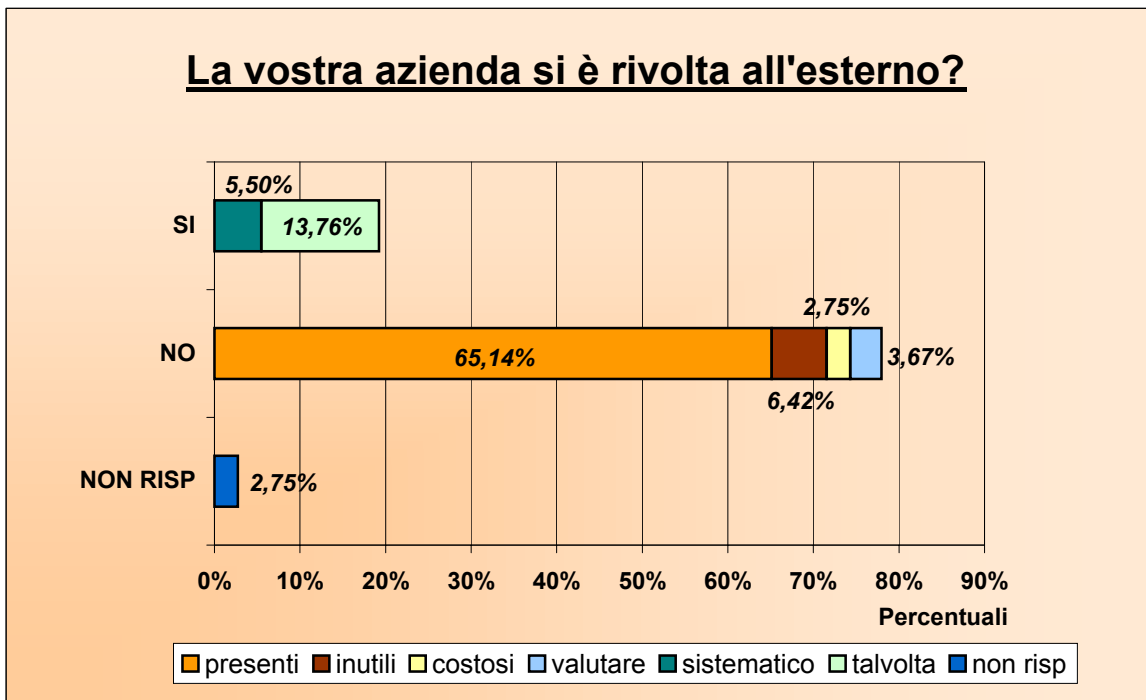


Grafico 4.1.1.: "Consulenza organizzativa e pianificazione strategica: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Il grafico mostra chiaramente la scelta delle aziende di rivolgersi o meno all'esterno per questo tipo di consulenza.

Si nota come il 65% circa del campione intervistato gestisca in maniera autonoma l'organizzazione e la pianificazione delle strategie aziendali.

In realtà, alcune piccole percentuali considerano questo tipo di servizio inutile (6%), da valutare (3%) o troppo costoso (3%) per poterne usufruire.

E' dunque solo il 20% a rivolgersi a consulenti esterni e di questi la maggior parte lo fa saltuariamente: questo è dovuto al fatto che generalmente la pianificazione delle strategie aziendali avviene in sede di Consiglio d'Amministrazione, nel caso di un'azienda di medio-grandi dimensioni, o è compito del titolare, nel caso di un'azienda più piccola.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
60,87%	39,13%	8,70%	108,70%
14	9	2	25

si

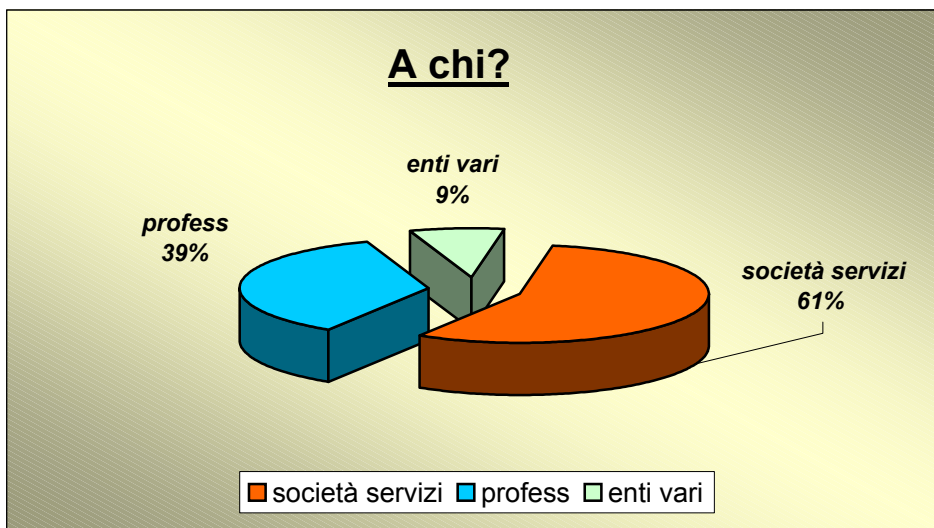


Grafico 4.1.2.: "Consulenza organizzativa e pianificazione strategica: a chi si è rivolta?"

Dal grafico si deduce che le aziende, per questo tipo di consulenza, si rivolgono in particolare a società di servizi (61%) e professionisti (39%). Gli enti e le associazioni sono poco interpellati nella gestione di questa consulenza.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poichè gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	
43,48%	39,13%	17,39%	100%
10	9	4	23

si

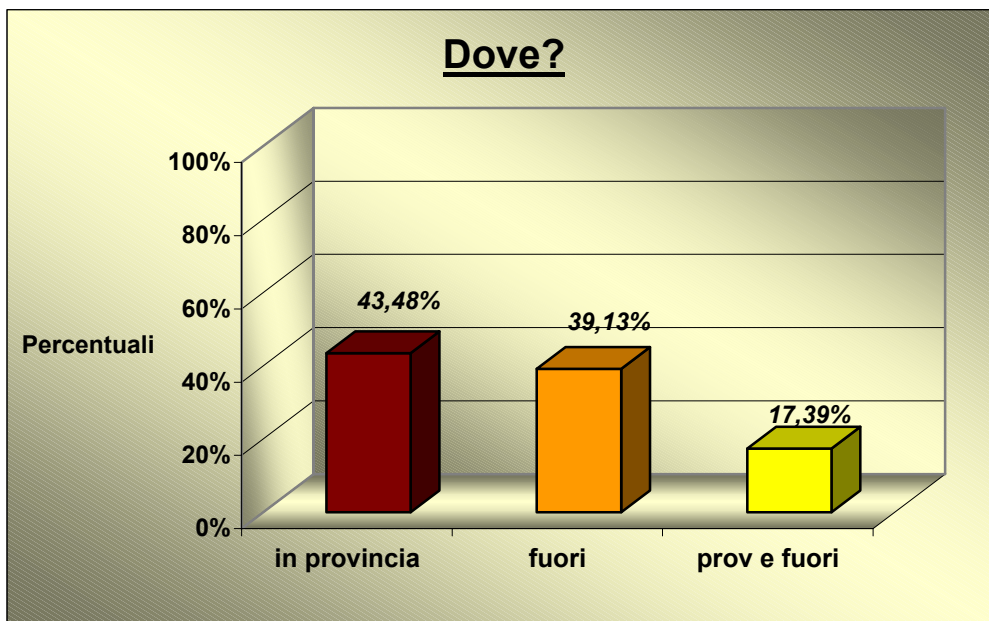


Grafico 4.1.3.: "Consulenza organizzativa e pianificazione strategica: dove si è rivolta?"

Dal grafico emerge che gli enti ai quali le aziende si rivolgono risiedono soprattutto in provincia di

Dal grafico emerge che gli enti ai quali le aziende si rivolgono risiedono soprattutto in provincia di Verona, seppur la scelta di strutture fuori provincia si discosti di soli 4 punti percentuali. Alla base vi sono motivi legati al costo e alla vicinanza dalla sede aziendale. Una buona parte (17% circa) contatta consulenti sia della provincia sia provenienti da fuori Verona.

Se Sì, con quale giudizio

poco soddisf	suff	buono	ottimo	
4,35%	26,09%	65,22%	4,35%	100%
1	6	15	1	23

si

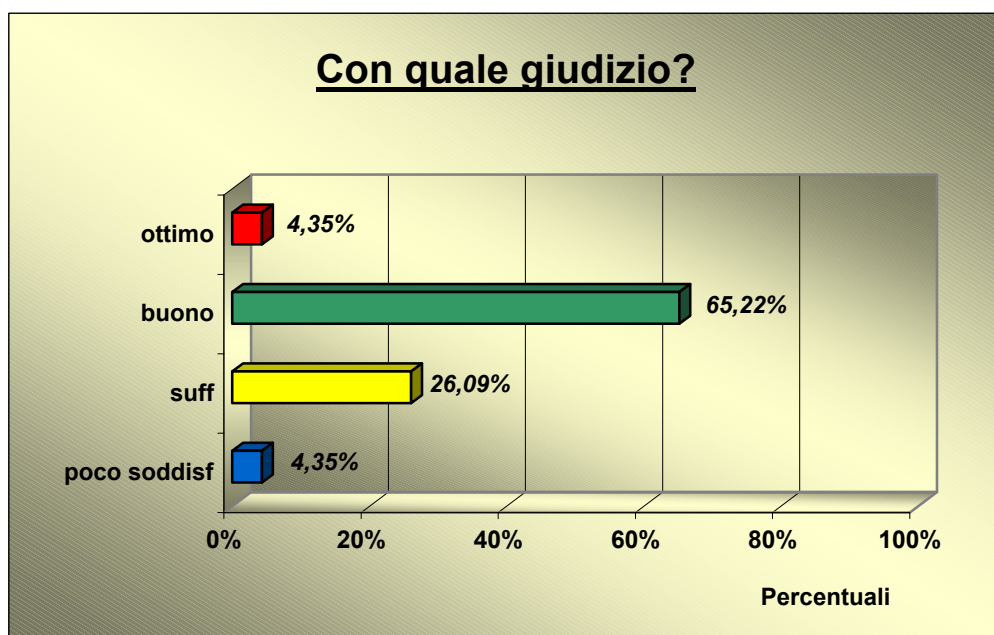


Grafico 4.1.4.: "Consulenza organizzativa e pianificazione strategica: un giudizio?"

Nel complesso, anche se si registra un piccolo livello d'insoddisfazione da parte degli utenti, si giudica la consulenza buona (65%), in alcuni casi addirittura ottima (4%).

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.2. "Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale"

	NON RISP	NO	SI	
presenti		38,18%		
inutili		21,82%		
costosi		0%		
valutare		0,91%		
sistematico			9,09%	
talvolta			28,18%	
non risp	1,82%			
	1,82%	60,91%	37,27%	100%

si	41	37,61%
no	69	63,30%
	110	100,92%

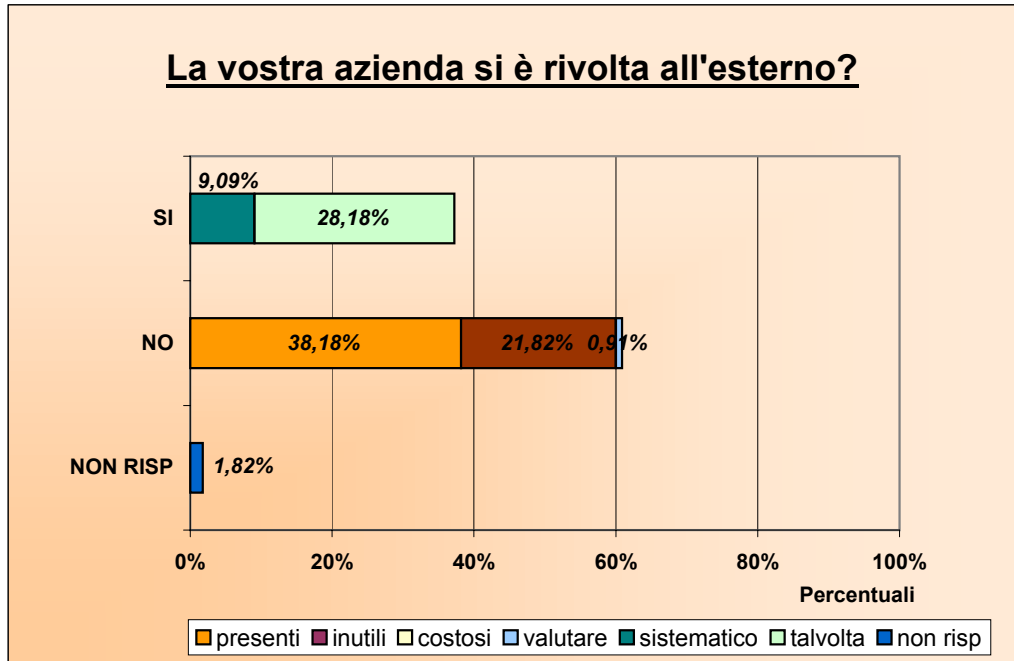


Grafico 4.2.1.: "Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Rispetto a questo tipo di servizio c'è un certo equilibrio tra la presenza all'interno dell'azienda e la richiesta di consulenti esterni; infatti, il 40% degli utenti afferma che è già presente in azienda, mentre circa il 38% si rivolge all'esterno.

Vi è un 22% a ritenere questa consulenza inutile: questo perché probabilmente l'attività da loro svolta non necessita di questo servizio.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
43,90%	56,10%	4,88%	104,88%
18	23	2	43

si

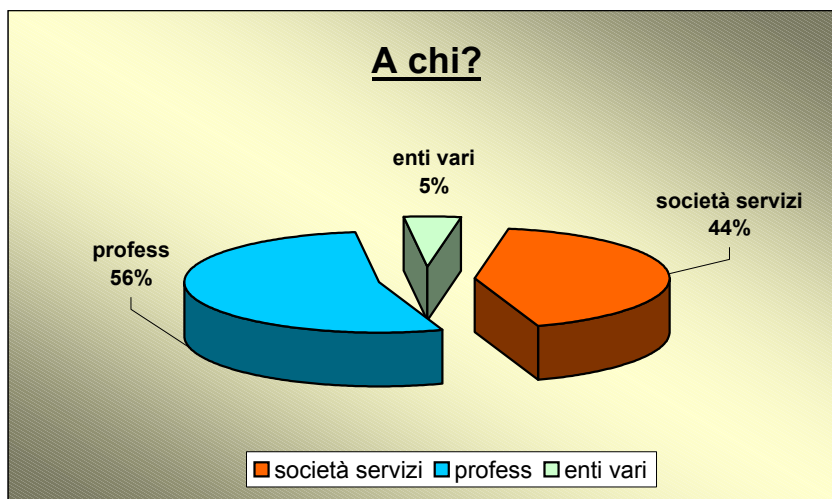


Grafico 4.2.2.: "Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale: a chi si è rivolta?"

Dalle risposte ottenute è evidente notare che sono i professionisti, seguiti dalle società di servizi ad essere maggiormente richiesti dalle aziende. Gli enti e le associazioni erogano questo servizio ad un 5% del campione considerato.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poichè gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	non risp	
48,78%	24,39%	24,39%	2,44%	100%
20	10	10	1	41

si

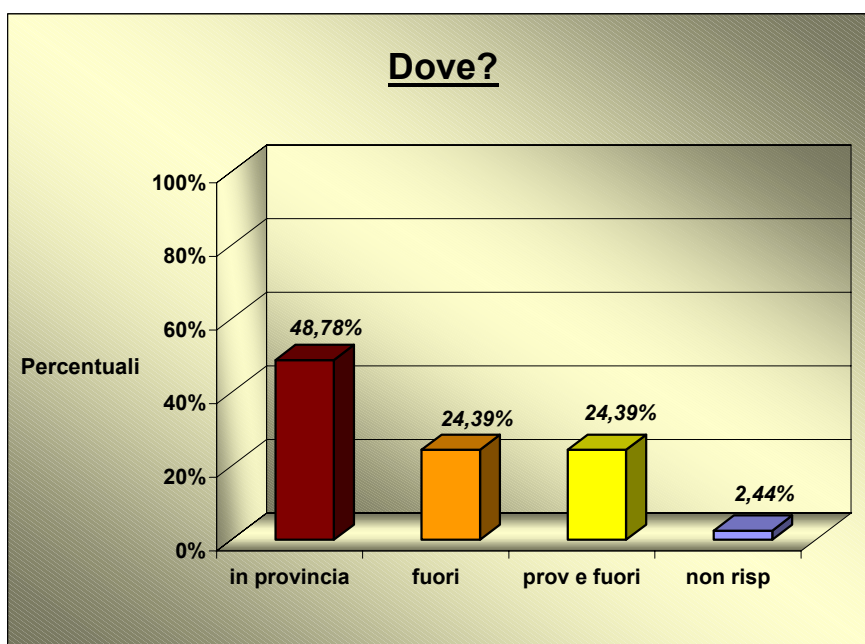


Grafico 4.2.3.: "Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale: dove si è rivolta?"

Emerge che le aziende si orientano maggiormente verso consulenze presenti nella provincia di Verona, anche se una buona percentuale (25% circa) usufruisce servizi provenienti da fuori Verona. Rappresentano un quarto del campione le aziende che si rivolgono a consulenze site in provincia e fuori Verona.

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
2,44%	0%	21,95%	75,61%	0%	100%
1	0	9	31	0	41

si

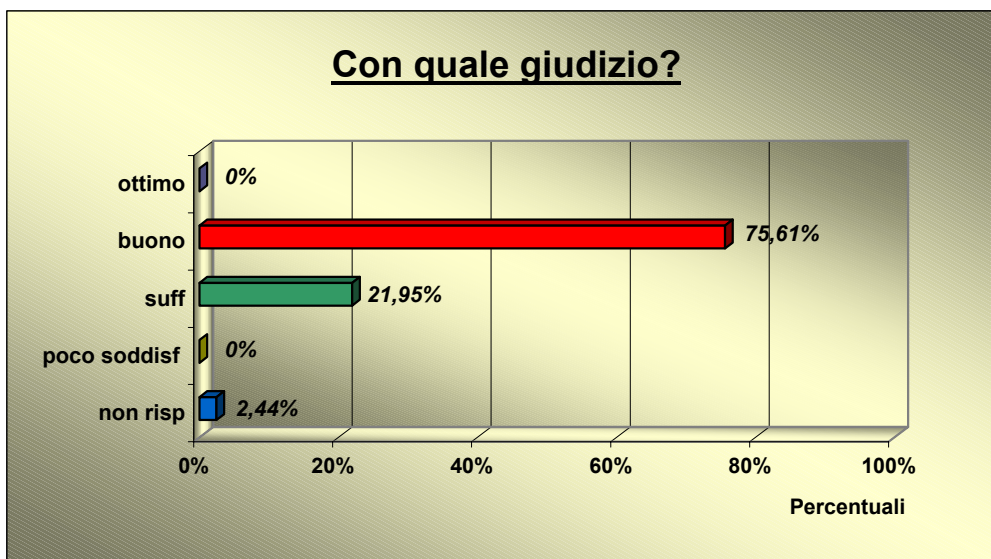


Grafico 4.2.4.: "Impiantistica, ingegneria meccanica, analisi industriale: un giudizio?"

Nella soddisfazione espressa rispetto questo tipo di consulenza possiamo riscontrare giudizi positivi; infatti, il 75% giudica buono il servizio ottenuto.

Vi è una piccola parte di aziende che non risponde alla domanda.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.3. "Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi"

	NON RISP	NO	SI	
presenti		24,55%		
inutili		10%		
costosi		0,91%		
valutare		0%		
sistematico			42,73%	
talvolta			20%	
non risp	1,82%			
	1,82%	35,45%	62,73%	100%

si	70	64,22%
no	40	36,70%
	110	100,92%

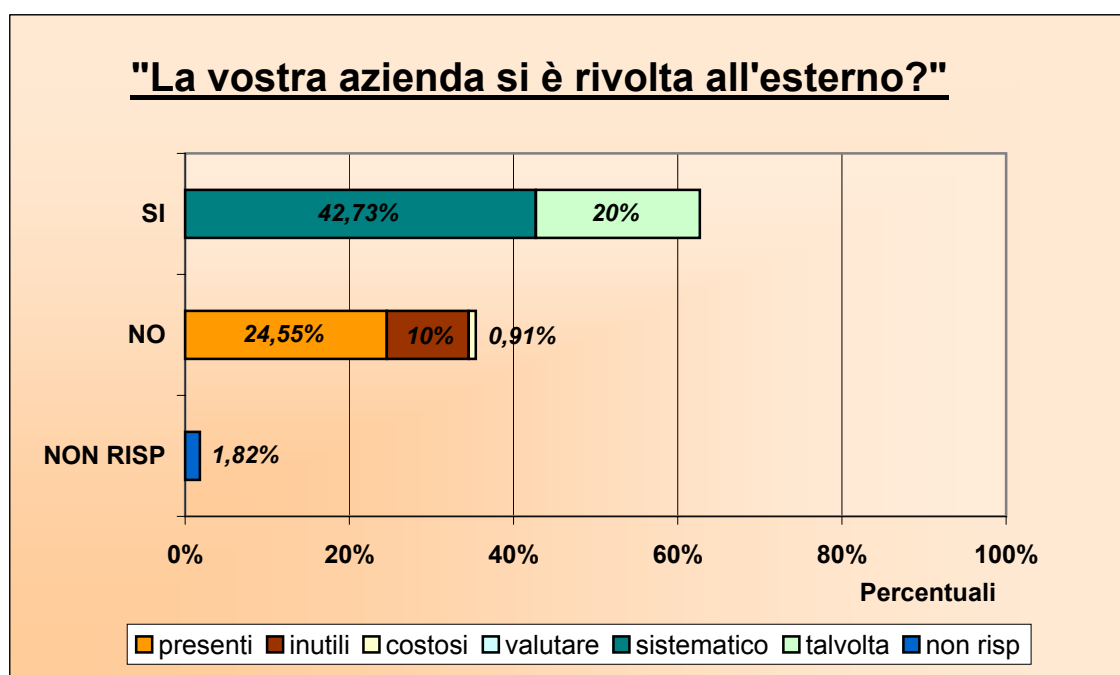


Grafico 4.3.1.: "Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Rispetto alla certificazione della qualità, l'ambiente, la sicurezza le aziende che hanno fatto ricorso ad una consulenza esterna sono più della metà del campione (60%): questo perché oramai le aziende hanno per così dire 'metabolizzato' questo tipo di sistema. Emerge chiaramente infatti che un quarto delle aziende presenta al suo interno questa consulenza; di fatto, è da presumere sia da un punto di vista sostanziale (espresso dal 'no') sia da un punto di vista formale (espresso dal 'si'), che le modalità per la certificazione della qualità e della sicurezza sono usate.

Si registra anche in questo caso una piccola percentuale di aziende che considerano il servizio inutile probabilmente perché la loro attività non ne prevede la presenza e/o l'utilità.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
60%	35,71%	12,86%	109%
42	25	9	76

si

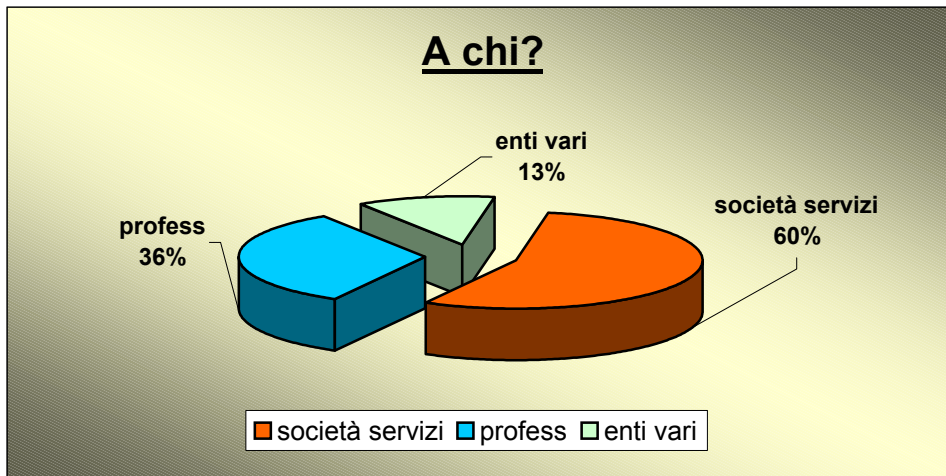


Grafico 4.3.2.: "Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi: a chi si è rivolta?"

Il grafico mostra come la maggioranza delle aziende coinvolga per questa consulenza società di servizi (60%) rispetto ai professionisti (36%) e alle associazioni/enti (13%).

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	non risp	
44%	45,71%	5,71%	4%	100%
31	32	4	3	70

si

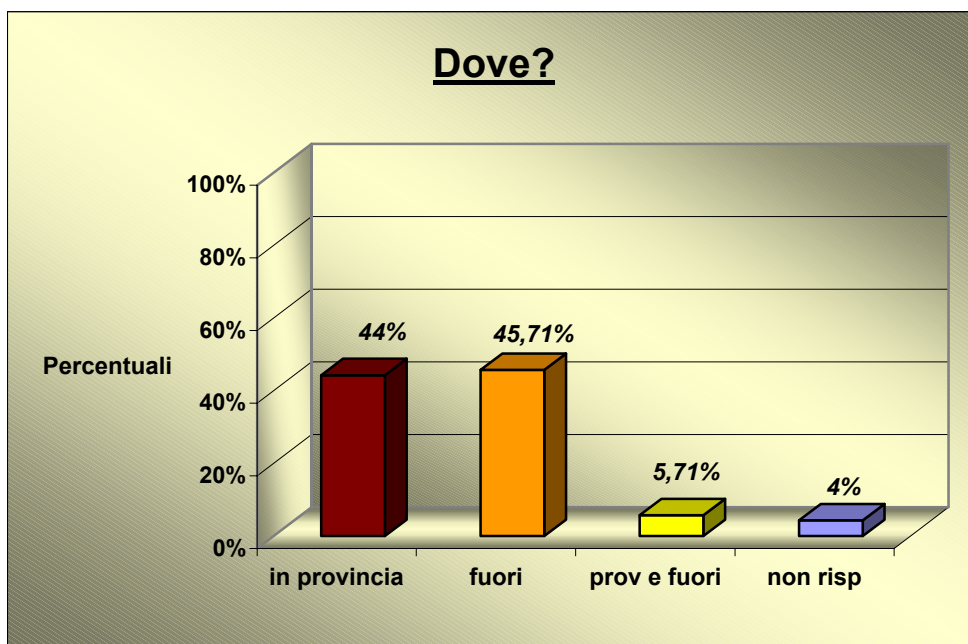


Grafico 4.3.3.: "Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi: dove si è rivolta?"

Da questo grafico possiamo notare come le aziende si rivolgano per la metà in provincia e per l'altra metà fuori. La percentuale di aziende che utilizza sia consulenti del versante che provenienti

Da questo grafico possiamo notare come le aziende si rivolgano per la metà in provincia e per l'altra metà fuori Verona. La percentuale di aziende che utilizza sia consulenti del veronese che provenienti da fuori Verona è irrilevante, così pure la percentuale di unità non rispondenti.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
1,43%	0%	11,43%	87,14%	0%	100%
1	0	8	61	0	70

sì

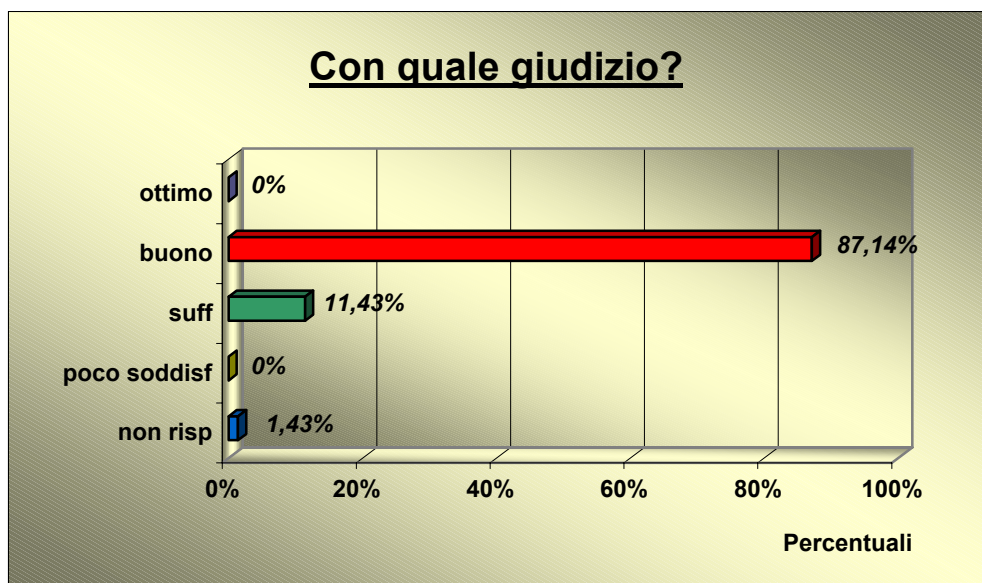


Grafico 4.3.4.: "Certificazioni qualità, ambiente, sicurezza, controlli e collaudi: un giudizio?"

Per quanto riguarda l'erogazione del servizio, ci troviamo di fronte a livelli di soddisfazione buoni, anche se una piccola percentuale la considera sufficiente.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.4. "Consulenza igiene del lavoro, antinfortunistica, campo ecologia"

	NO	SI	
presenti	27,52%		
inutili	0,92%		
costosi	0,92%		
valutare	0%		
sistematico		42,20%	
talvolta		28,44%	
	29,36%	70,64%	100%

si	77	70,64%
no	32	29,36%
	109	100%

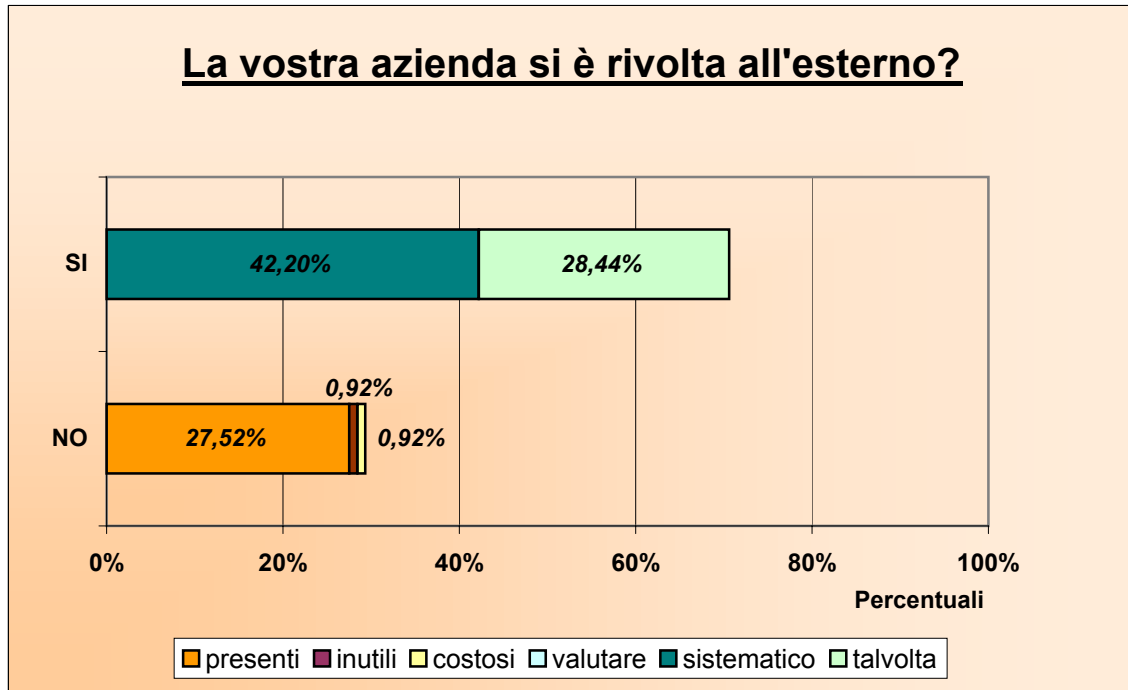


Grafico 4.4.1.: "Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Per quanto riguarda l'igiene del lavoro e l'antinfortunistica più del 60% del campione dichiara di rivolgersi a consulenti esterni, nella maggior parte dei casi in maniera sistematica; ad occuparsi del servizio internamente è solo il 27% circa delle aziende del campione.

Una minima parte considera il servizio inutile o troppo costoso.

Tuttavia è opportuno tenere presente che in genere sono le aziende più grandi a richiedere l'appoggio ossia di Responsabile del Servizio di Protezione e Prevenzione, come disposto dalla legge.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
57,14%	49,35%	3,90%	110,39%
44	38	3	85

si

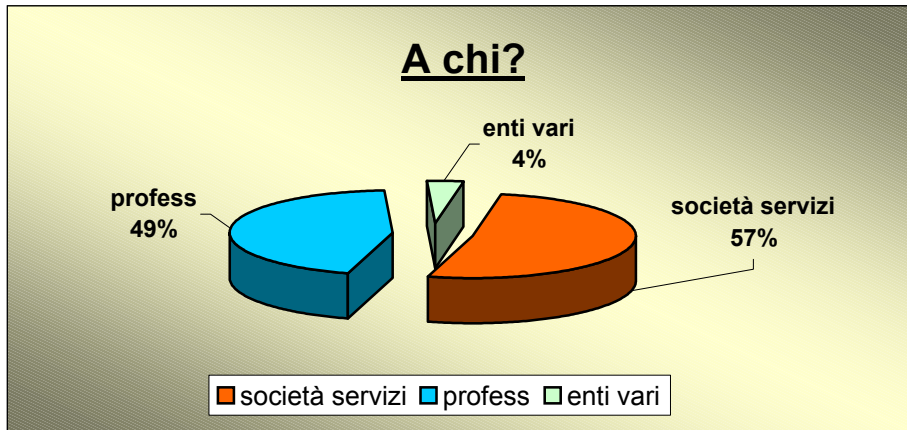


Grafico 4.4.2.: "Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia: a chi si è rivolta?"

Ad erogare il servizio, come mostra il grafico, sono soprattutto le società di servizi (57%). I professionisti si collocano al secondo posto ma per valori leggermente inferiori (49%); gli enti e le associazioni sono interpellati minimamente nella gestione di questa consulenza.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	non risp	
76,62%	16,88%	5,19%	1,30%	100%
59	13	4	1	77

si

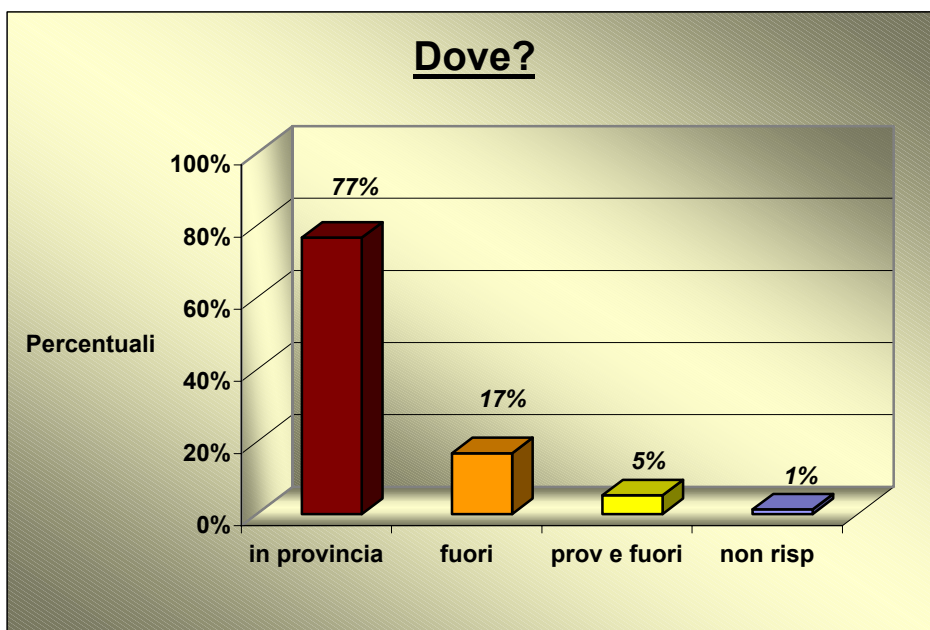


Grafico 4.4.3.: "Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia: dove si è rivolta?"

Dal grafico possiamo notare una netta prevalenza di servizi erogati alle aziende provenienti dalla provincia di Verona. Pochi si rivolgono a consulenze di altre province (17% circa), ancor meno quelli che si rivolgono di consulenze di altre province che restano...

provincia di Verona. I conti si rivolgono a consulenze di altre province (17% circa), ancor meno quelli che si avvalgono di consulenti sia della provincia che esterni.

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
3,90%	0%	10,39%	80,52%	5,19%	100%
3	0	8	62	4	77

si

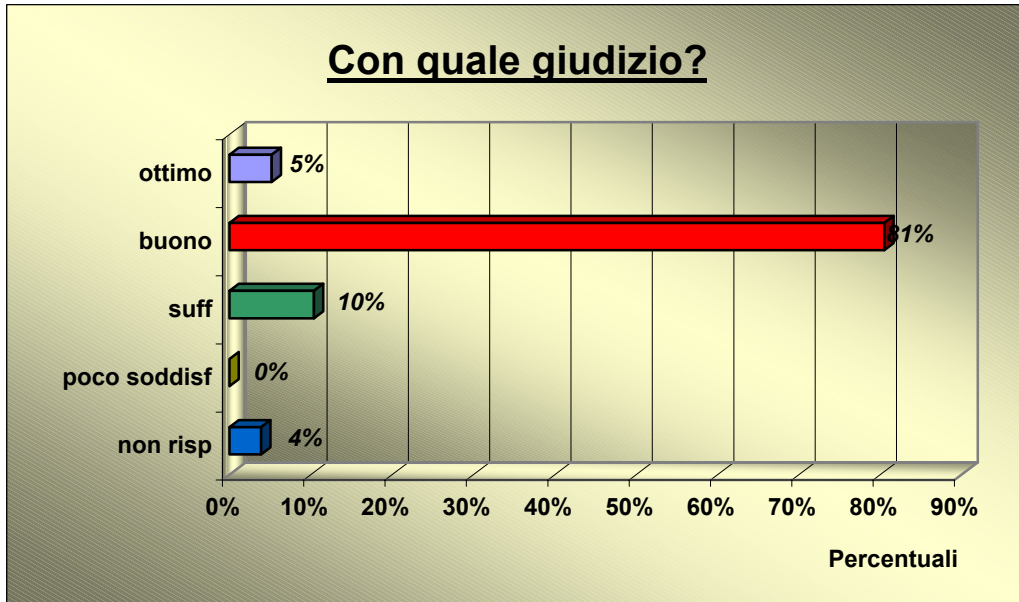


Grafico 4.4.4.: "Igiene del lavoro, antinfortunistica, ecologia: un giudizio?"

Molto buono appare il livello di soddisfazione delle aziende intervistate riguardo la qualità offerta dal servizio; questa situazione viene ulteriormente rafforzata dalla presenza di una piccola percentuale di aziende (5%) che giudicano la consulenza ottima.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.5. "Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche"

	NO	SI	
presenti	23,85%		
inutili	21,10%		
costosi	1,83%		
valutare	1,83%		
sistematico		21,10%	
talvolta		31,19%	
	48,62%	52,29%	100,92%

si	56	51,38%
no	53	48,62%
	109	100%

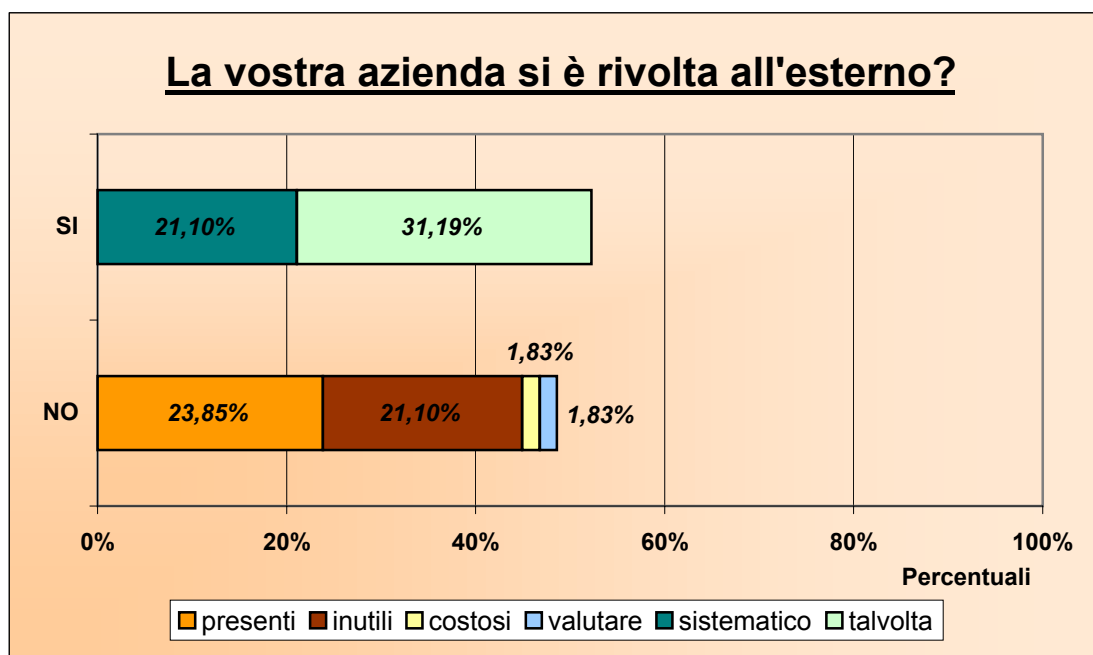


Grafico 4.5.1.: "Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Per questo tipo di servizio si denota una situazione di questo tipo: più del 50% delle aziende del campione dichiarano di rivolgersi a consulenti esterni, e per valori leggermente superiori lo fanno saltuariamente, mentre quasi un 30% dichiara di possedere consulenti internamente all'azienda. Una buona parte considera il servizio inutile (21%): questo probabilmente perché l'attività svolta non prevede l'utilizzo o si avvale di altri strumenti.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
66,07%	41,07%	1,79%	108,93%
37	23	1	61

si

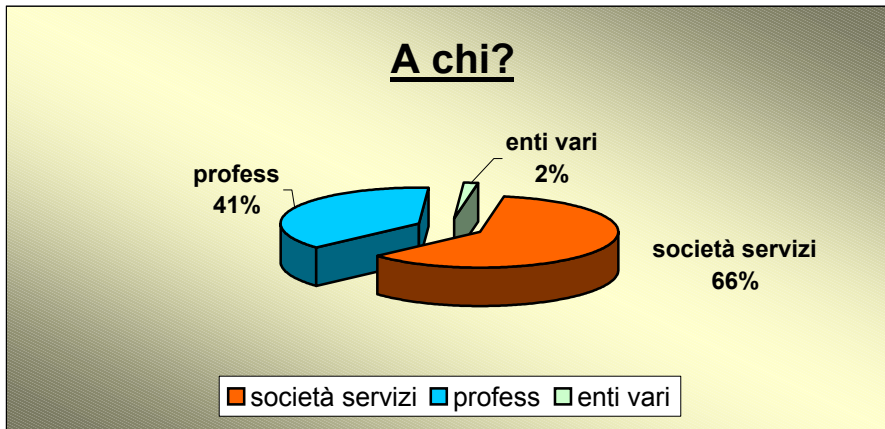


Grafico 4.5.3.: "Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche: a chi si è rivolta?"

Ad essere maggiormente coinvolte dalle aziende, per l'erogazione di questo servizio, sono per il 66% dei casi le società di servizi, seguiti dai professionisti (41%) e infine a enti ed associazioni vari.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	non risp	
60,71%	26,79%	10,71%	1,79%	100%
34	15	6	1	56

si

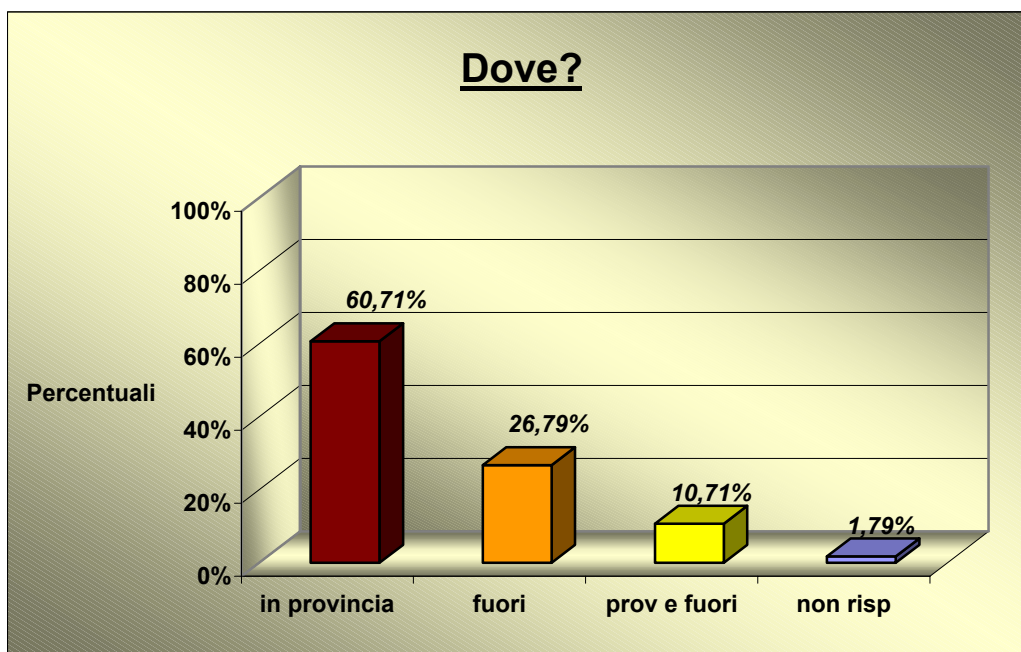


Grafico 4.5.3.: "Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche: dove si è rivolta?"

Dal grafico si può notare come le aziende preferiscano rivolgersi a consulenti esterni della provincia di Verona (60%). La ricerca di enti di consulenza fuori Verona non è particolarmente rilevante.

dal grande si può notare come le aziende preferiscano rivolgersi a consulenti esterni della provincia di Verona (60%). La ricerca di enti di consulenza fuori Verona non è particolarmente rilevante.

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
7,14%	0%	8,93%	83,93%	0%	100%
4	0	5	47	0	56

si

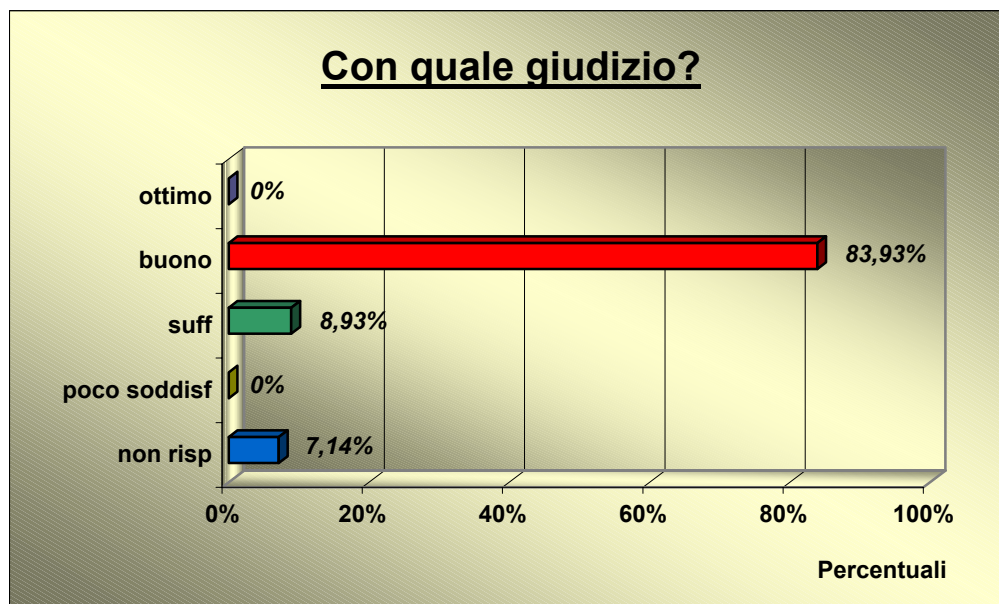


Grafico 4.5.4.: "Pubblicità, immagine, relazioni pubbliche: un giudizio?"

Il livello di soddisfazione relativo a questo tipo di consulenza è buono, nonostante si registri un certo livello di sufficienza (8%).

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.6. "Marketing, ricerche e analisi di mercato, consulenza commerciale"

	NO	SI	
presenti	23,85%		
inutili	21,10%		
costosi	1,83%		
valutare	1,83%		
sistematico		21,10%	
talvolta		31,19%	
	48,62%	52,29%	100,92%

si	21	19,27%
no	89	81,65%
	110	100,92%

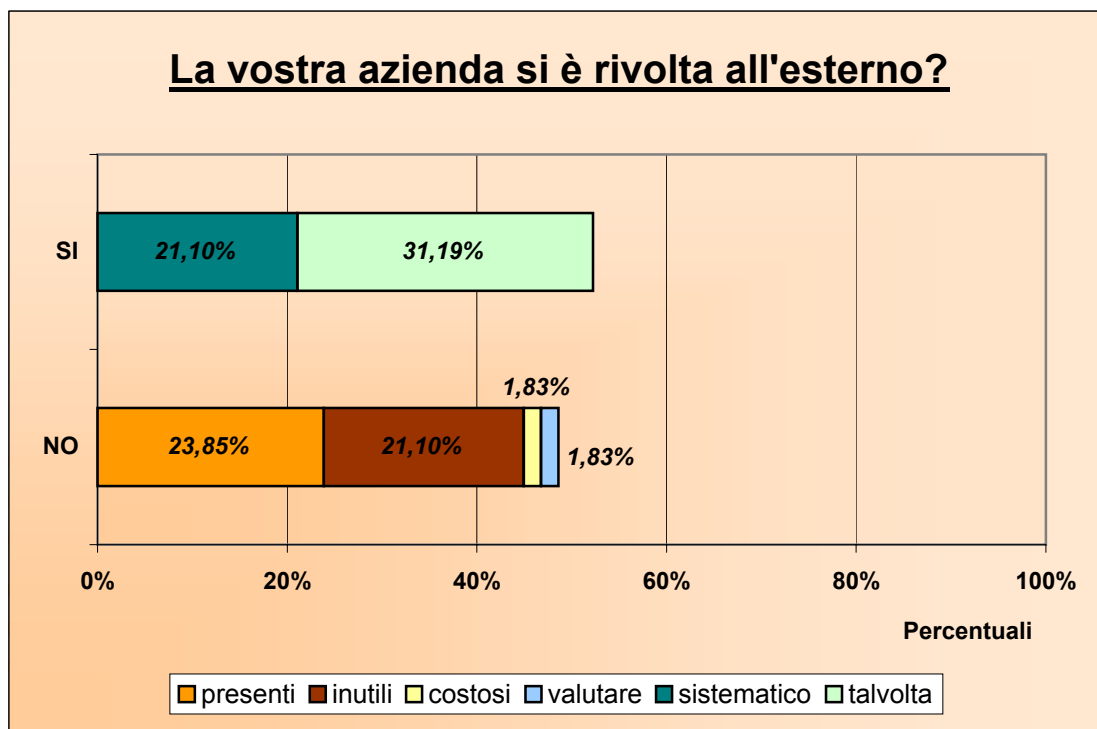


Grafico 4.6.1.: "Mktg. ricerche/analisi di mercato, consul. comm.le: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Rispetto questo tipo di servizio si osserva come ci sia un certo equilibrio tra chi si avvale di consulenti interni all'azienda (29% circa) e chi invece si avvale di consulenti esterni, i quali per la maggior parte dei casi vengono interpellati saltuariamente.

Una buona percentuale tuttavia ritiene inutile questo tipo di consulenza probabilmente perché abbastanza sofisticata.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
61,90%	42,86%	4,76%	109,52%
13	9	1	23

si

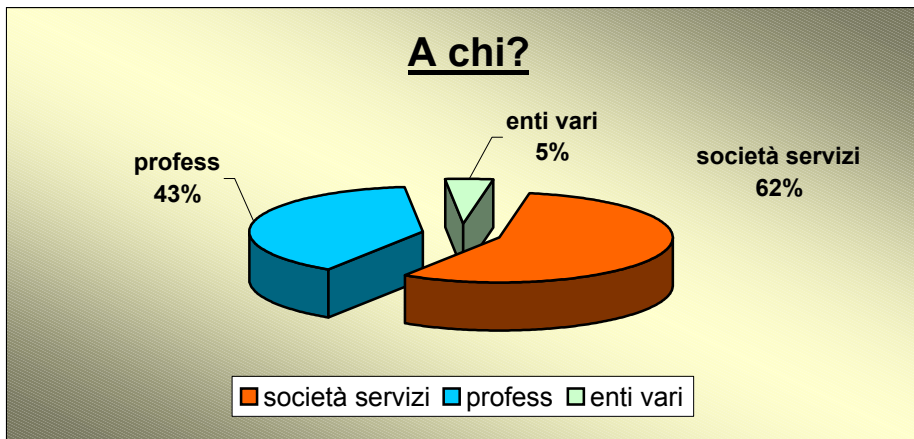


Grafico 4.6.2.: "Mktg, ricerche/analisi di mercato, consul. comm.le: a chi si è rivolta?"

Dalle risposte ottenute è evidente notare che sono le società dei servizi, seguiti dai professionisti e infine dagli enti e le associazioni ad essere maggiormente richiesti dalle aziende.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	
23,81%	66,67%	9,52%	100%
5	14	2	21

si

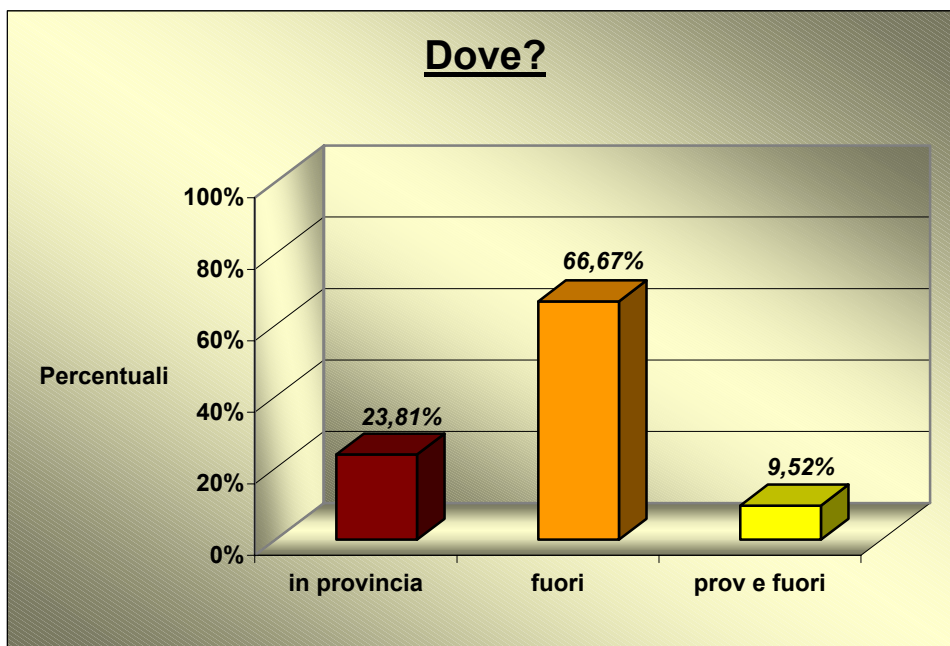


Grafico 4.6.3.: "Mktg, ricerche/analisi di mercato, consul. Comm: dove si è rivolta?"

Diversamente dalle precedenti consulenze, riguardo il Marketing e le ricerche di mercato le aziende si rivolgono soprattutto a consulenti che risiedono fuori dal territorio veronese. La richiesta di

Preferibilmente dalle precedenti esperienze, riguarda il marketing e la ricerca di mercato le aziende si rivolgono soprattutto a consulenti che risiedono fuori dal territorio veronese. La richiesta di consulenti di provincia non è infatti molto elevata (23%).

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
4,76%	0%	19,05%	76,19%	0%	100%
1	0	4	16	0	21

sì

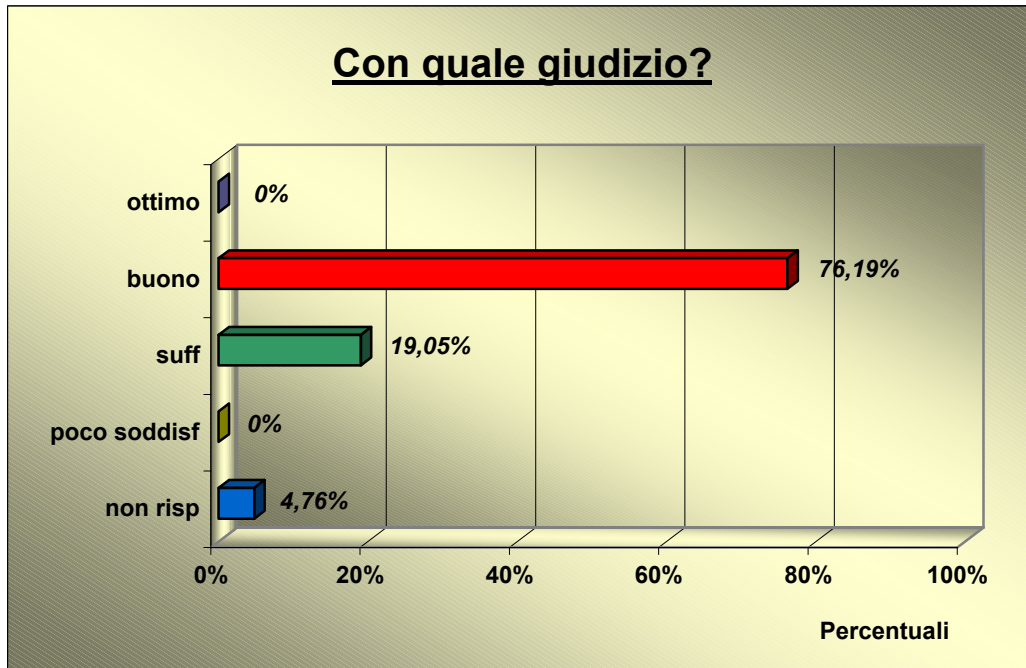


Grafico 4.6.4.: "Mktg, ricerche/analisi di mercato, consul. comm.le: un giudizio?"

Il livello di soddisfazione per questo tipo di servizio si attesta su valori sufficientemente buoni.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.7. "Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro"

	NON RISP	NO	SI	
presenti		13,76%		
inutili		0%		
costosi		0%		
valutare		0%		
sistematico			66,97%	
talvolta			18,35%	
non risp	0,92%			
	0,92%	13,76%	85,32%	100%

si	93	85,32%
no	15	13,76%
	108	99,08%

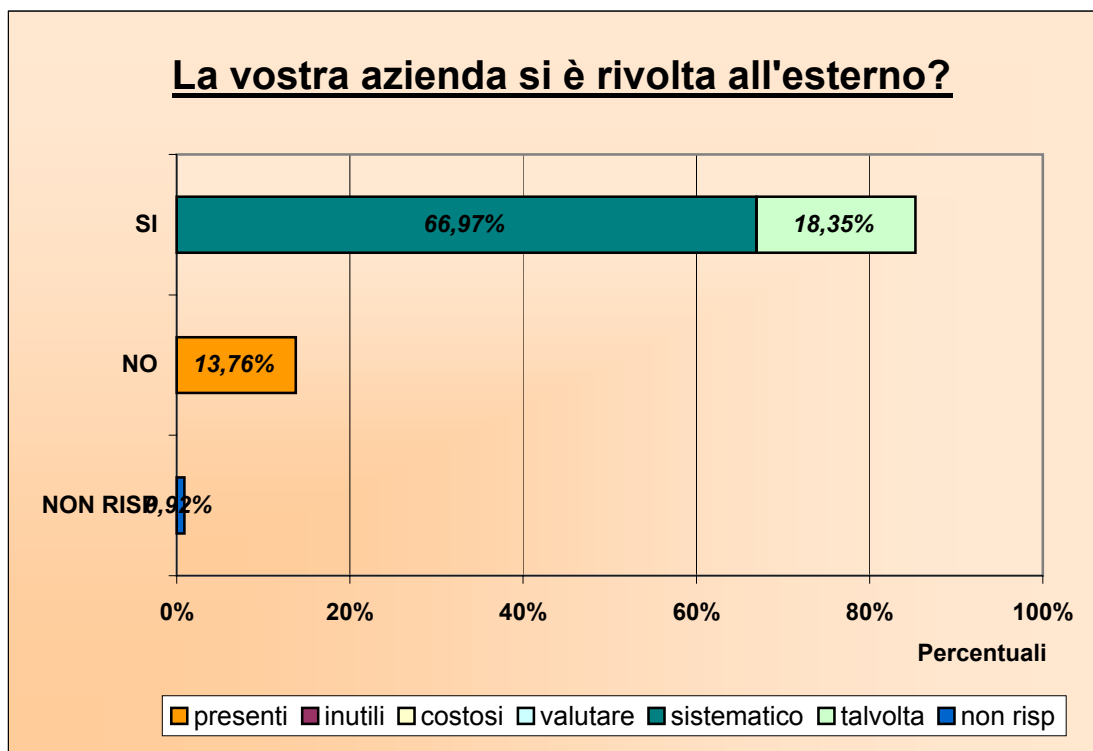


Grafico 4.7.1.: "Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Dal grafico emerge una netta prevalenza da parte delle aziende a rivolgersi per questo tipo di servizio a consulenti esterni, per il 70% dei casi sistematicamente.

Di poca rilevanza la percentuale di aziende che presenta il servizio all'interno dell'impresa.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
40,86%	63,44%	5,38%	109,68%
38	59	5	102

si

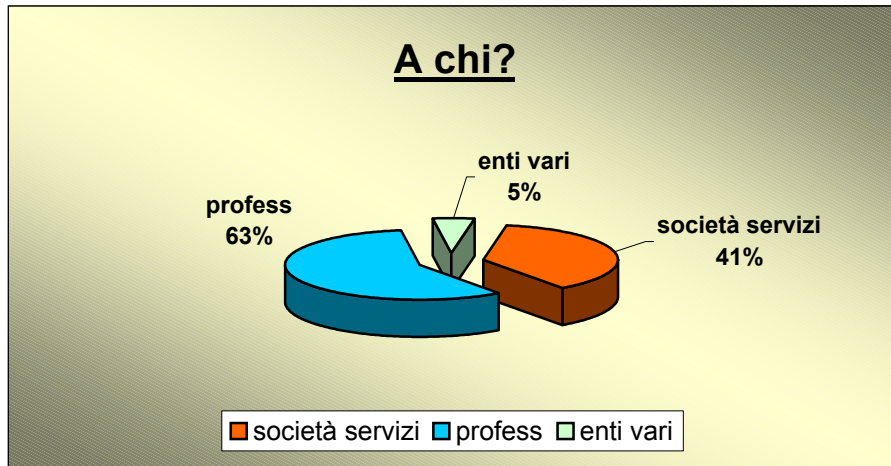


Grafico 4.7.2.: "Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro: a chi si è rivolta?"

Per quanto riguarda l'erogazione del servizio, le aziende interessate dichiarano di rivolgersi nel 63% dei casi a professionisti; per una buona parte risultano comunque coinvolte anche le società di servizi. Gli enti e le associazioni sono meno interpellati nella gestione di questa consulenza.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	non risp	
76,34%	16,13%	5,38%	2,15%	100%
71	15	5	2	93

si

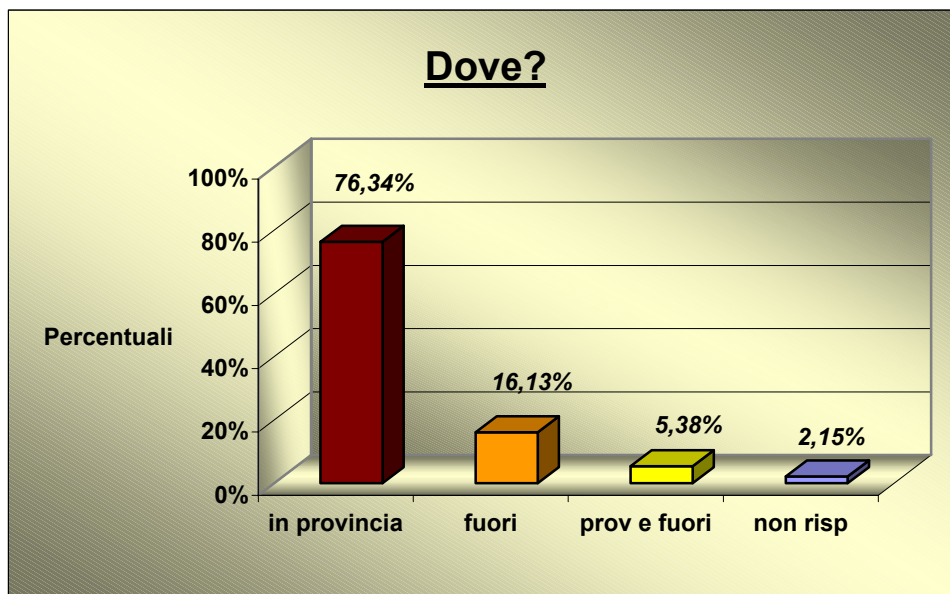


Grafico 4.7.3.: "Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro: dove si è rivolta?"

Più del 75% delle aziende interessate dichiara di rivolgersi a consulenti che risiedono in provincia di Verona; le strutture fuori provincia si rilevano probabilmente poco competitive rispetto alla qualità percepita.

Se Sì, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
2,15%	1,08%	4,30%	82,80%	9,68%	100%
2	1	4	77	9	93

si

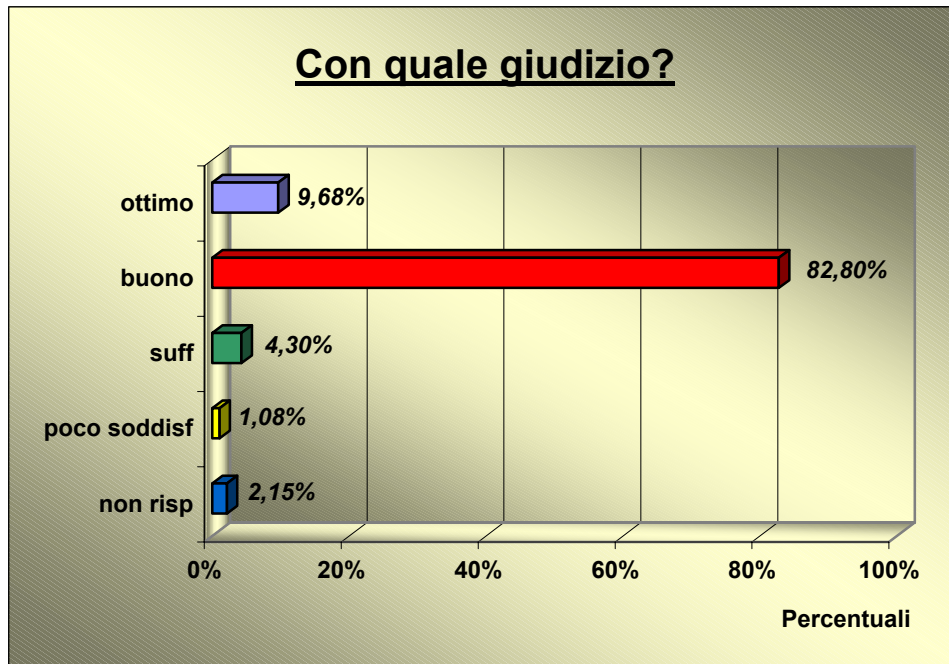


Grafico 4.7.4.: "Consulenza fiscale, societaria, contabile e del lavoro: un giudizio?"

Le aziende esprimono un alto livello di soddisfazione riguardo l'erogazione di questo servizio, con un giudizio nel 10% dei casi addirittura ottimo.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.8. "Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti"

	NON RISP	NO	SI	
presenti		16,51%		
inutili		23,85%		
costosi		0,92%		
valutare		1,83%		
sistematico			28,44%	
talvolta			23,85%	
non risp	4,59%			
	4,59%	43,12%	52,29%	100%

si	57	52,29%
no	47	43,12%
	104	95,41%

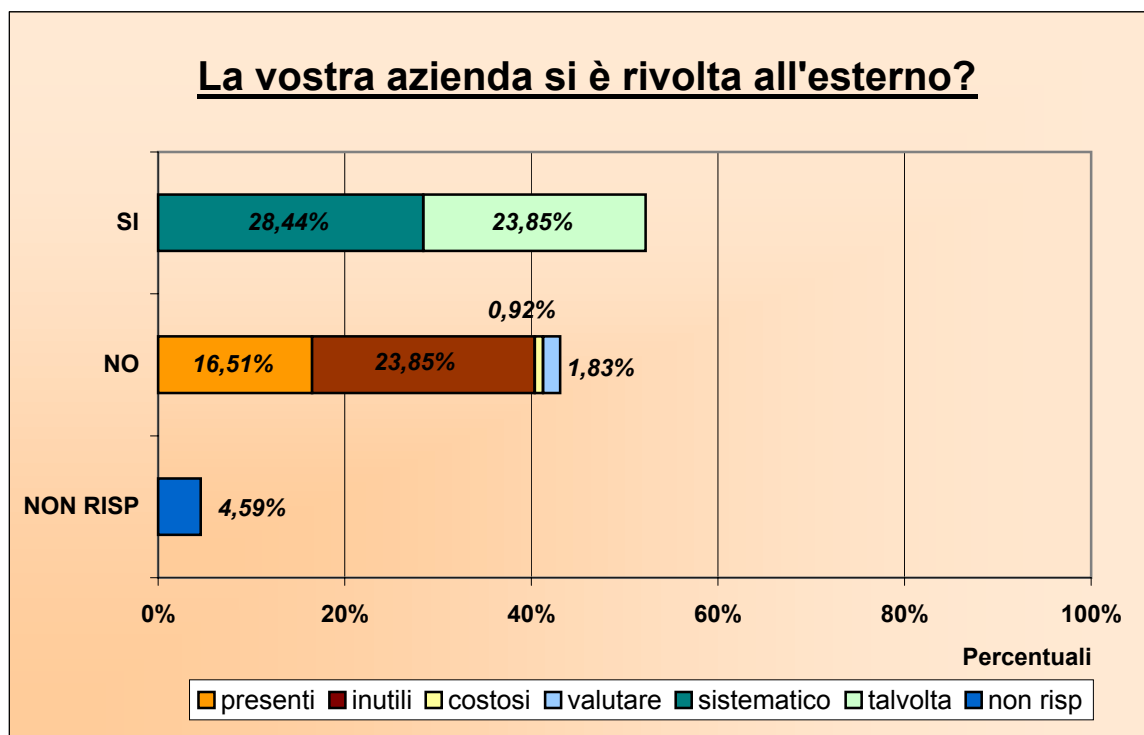


Grafico 4.8.1.: "Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Grazie al grafico è possibile notare un certo equilibrio tra le aziende che si rivolgono, nella maggior parte dei casi in maniera sistematica, a consulenti esterni e le aziende che gestiscono autonomamente questo tipo di servizio.

A seconda dell'attività svolta però la consulenza può risultare inutile: nel nostro caso, infatti, ben il 23% delle aziende non ne fa uso.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	non risp	
61,40%	29,82%	7,02%	1,75%	100%
35	17	4	1	57

si

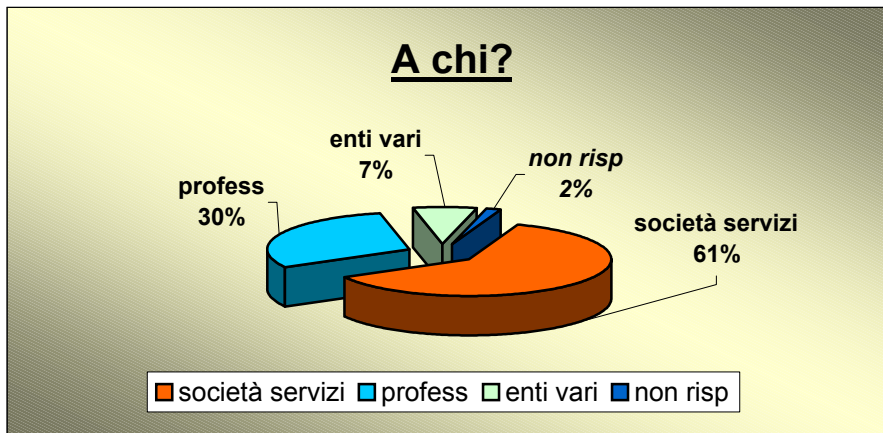


Grafico 4.8.2.: "Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti: a chi si è rivolta?"

Per quanto riguarda l'erogazione del servizio, sono soprattutto le società di servizi ad essere coinvolte nella maggior parte dei casi dalle aziende. Di seguito, troviamo i professionisti (30%) e gli enti e le associazioni.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	
63,16%	36,84%	100%
36	21	57

si

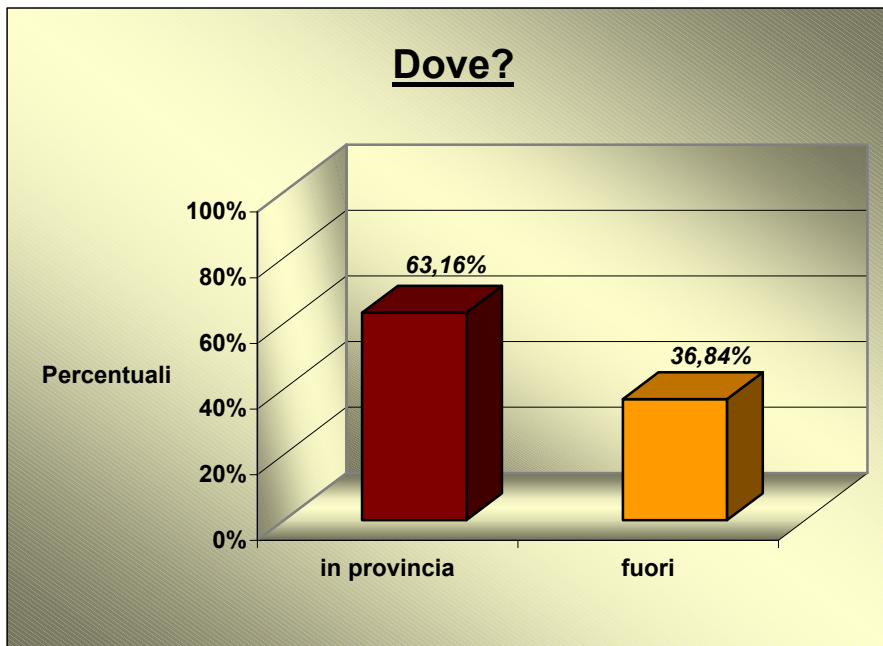


Grafico 4.8.3.: "Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti: dove si è rivolta?"

Anche per questa consulenza si nota un orientamento maggiore da parte delle aziende interessate a consulenti che risiedono in provincia.

Anche per questa consulenza si nota un orientamento maggiore da parte delle aziende interessate a consulenti che risiedono in provincia.

Non si registrano casi di utilizzo simultaneo sia in provincia sia fuori.

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
7,02%	0%	7,02%	77,19%	8,77%	100%
4	0	4	44	5	57

si

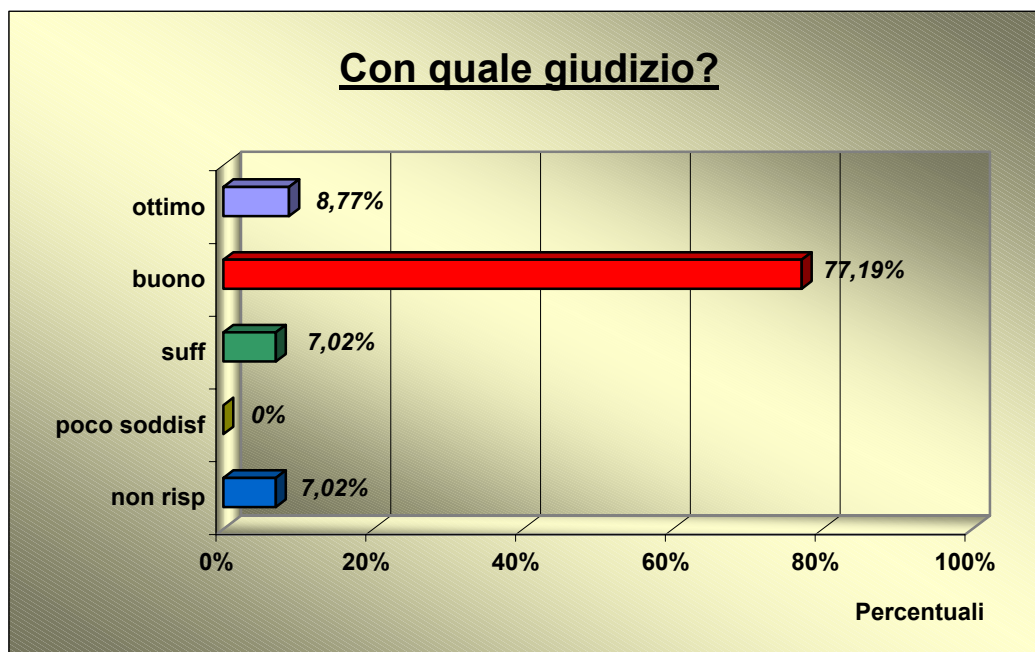


Grafico 4.8.4.: "Consulenza contrattualistica e marchi & brevetti: un giudizio?"

Il livello di soddisfazione per questo tipo di consulenza risulta molto positivo, addirittura il 9% delle aziende da un giudizio ottimo dell'assistenza ricevuta.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.9. "Consulenza finanziaria e bancaria"

	NON RISP	NO	SI	
presenti		55,05%		
inutili		7,34%		
costosi		0,92%		
valutare		2,75%		
sistematico			15,60%	
talvolta			16,51%	
non risp	1,83%			
	1,83%	66,06%	32,11%	100%

si	35	32,11%
no	72	66,06%
	107	98,17%

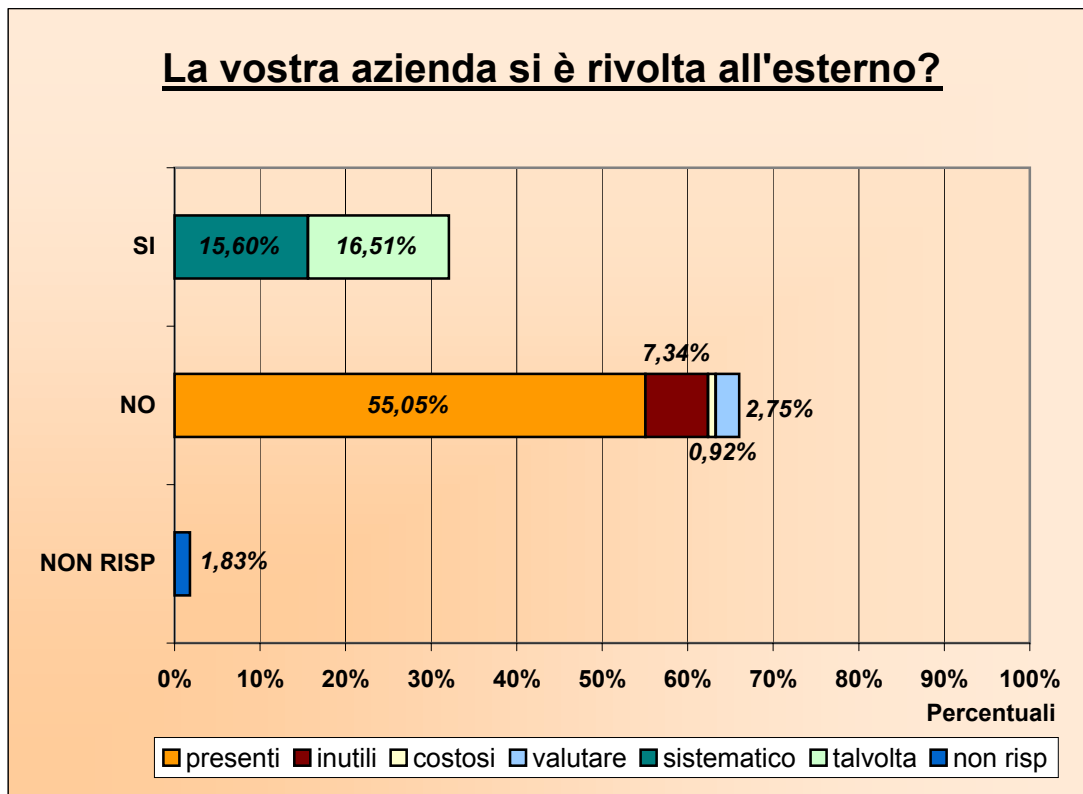


Grafico 4.9.1.: "Consulenza finanziaria e bancaria: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Dal grafico emerge che più del 60% del campione gestisce autonomamente la consulenza finanziaria e bancaria. Solitamente è infatti un dipendente aziendale ad occuparsi direttamente del rapporto con le banche, anche se questo dipende molto dalle dimensioni aziendali. Rimane poi una percentuale ininfluyente di aziende non rispondenti.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	non risp	
40%	42,86%	14,29%	2,86%	100%
14	15	5	1	35

si

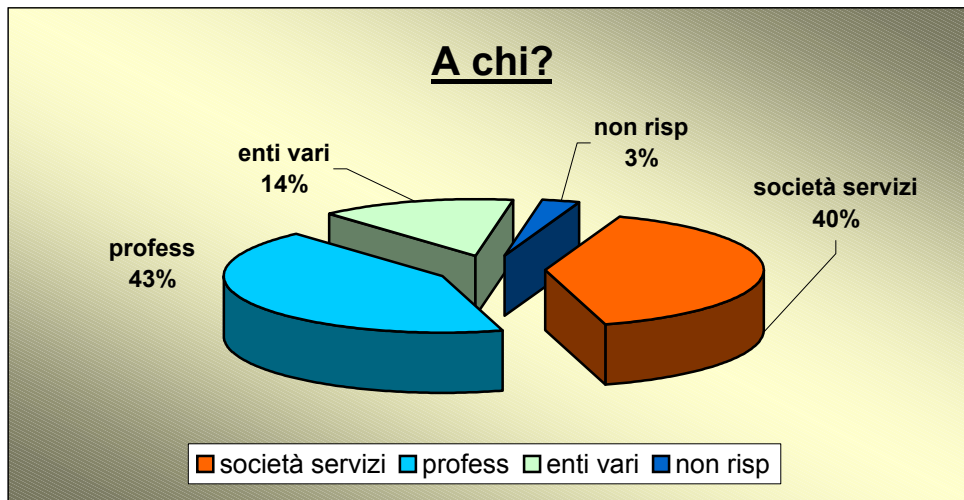


Grafico 4.9.2.: "Consulenza finanziaria e bancaria: a chi si è rivolta?"

Il 43% della consulenza finanziaria e bancaria proviene da professionisti, tuttavia anche le società di servizi partecipano per ben il 40%. Gli enti e le associazioni hanno un peso abbastanza rilevante per questo tipo di servizio (14%).

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	
74,29%	25,71%	100%
26	9	35

si

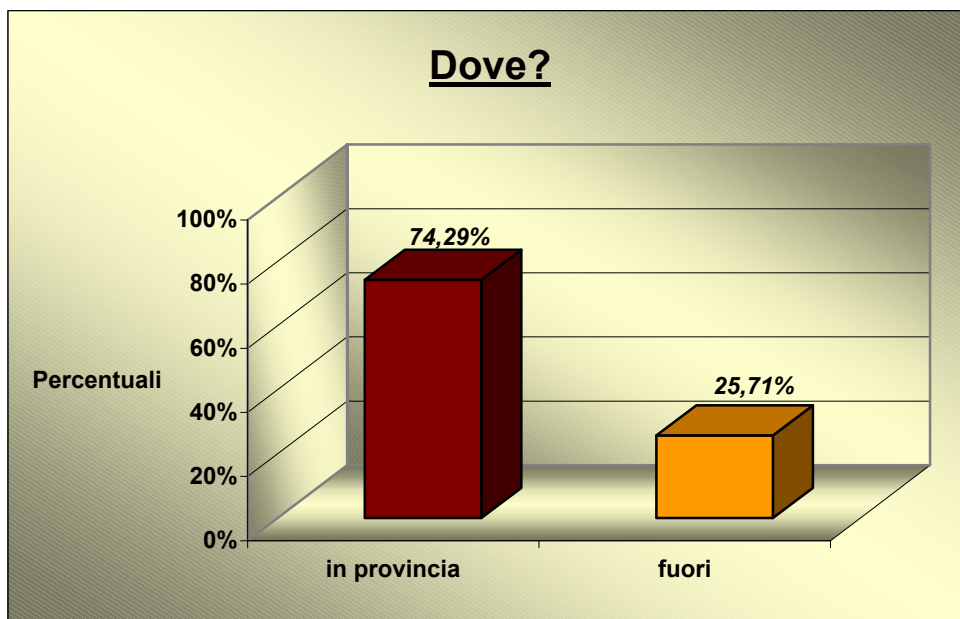


Grafico 4.9.3.: "Consulenza finanziaria e bancaria: dove si è rivolta?"

Dal grafico emerge una richiesta maggiore di consulenze site in provincia di Verona (quasi il 75%).

Dal grafico emerge una richiesta maggiore di consulenze site in provincia di Verona (quasi il 75%), le restanti consulenze provengono da fuori (25%).
 Nessuna azienda dichiara di ricevere il servizio da consulenti di entrambe le zone.

Se Sì, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
5,71%	0%	8,57%	77,14%	8,57%	100%
2	0	3	27	3	35

si

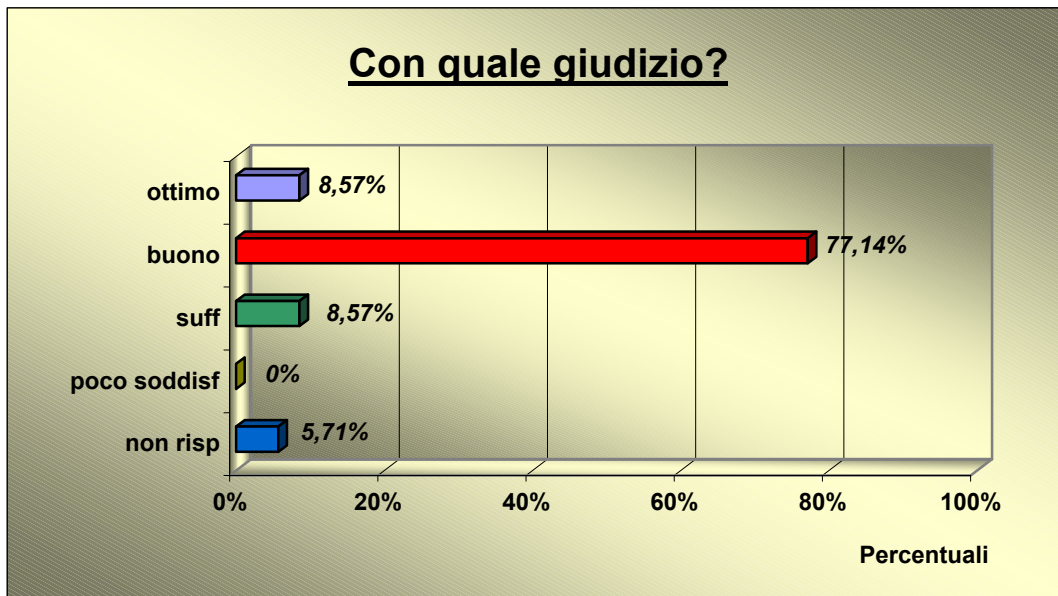


Grafico 4.9.4.: "Consulenza finanziaria e bancaria: un giudizio?"

Per quanto riguarda l'erogazione del servizio ci troviamo di fronte a livelli di soddisfazione buoni; una buona percentuale (8,5%) giudica il servizio ottimo e al tempo stesso sufficiente. Si registra un 5% di aziende non rispondenti.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.10. "Ricerca, selezione e gestione del personale

	NO	SI	
presenti	48,62%		
inutili	1,83%		
costosi	4,59%		
valutare	1,83%		
sistematico		9,17%	
talvolta		35,78%	
	56,88%	44,95%	101,83%

si	49	44,95%
no	62	56,88%
	111	101,83%

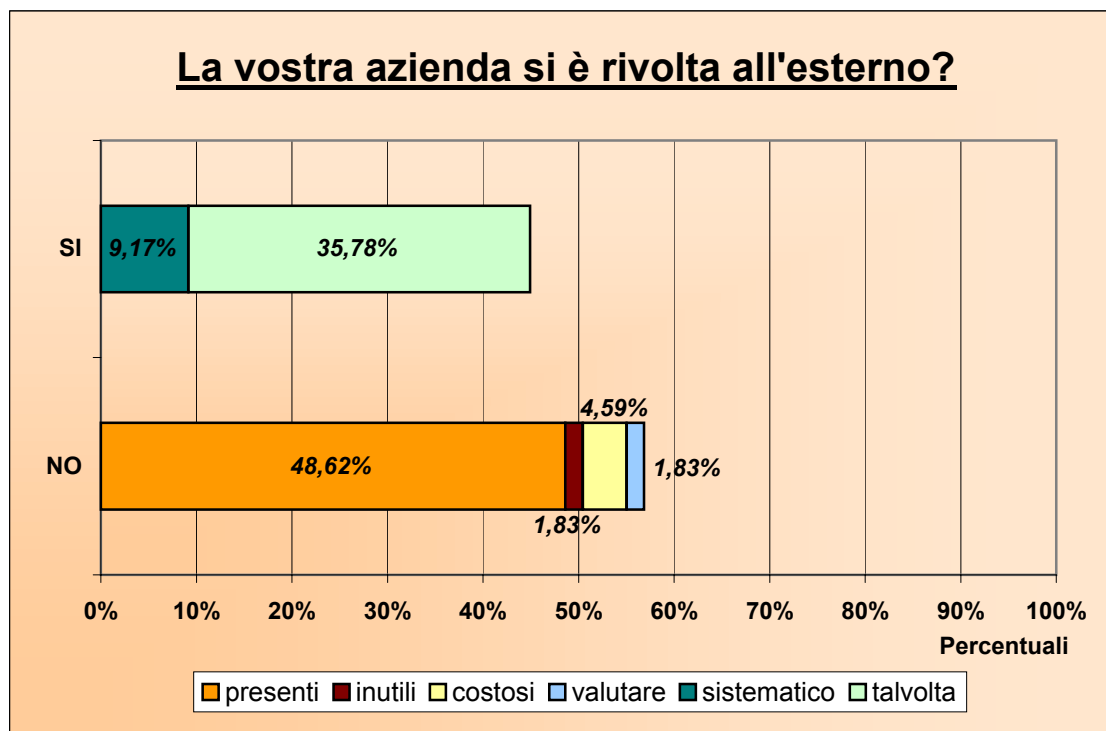


Grafico 4.10.1.: "Ricerca, selezione e gestione del personale: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Per questo tipo di servizio si può osservare un certo equilibrio tra le aziende che lo gestiscono all'interno dell'azienda in maniera autonoma e le aziende che richiedono un consulente esterno, nella maggior parte dei casi come appoggio non come figura sistemica.

Generalmente nelle aziende, ad occuparsi della ricerca, selezione e gestione del personale, è il responsabile del personale, che per l'appunto, in alcuni casi, si avvale dell'appoggio di consulenti esterni.

Per il 4,5% del campione, la richiesta di aiuti esterni risulta essere troppo costoso, mentre piccole percentuali considera il servizio inutile o da valutare.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poichè gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
85,71%	10,20%	12,24%	108,16%
42	5	6	53

si

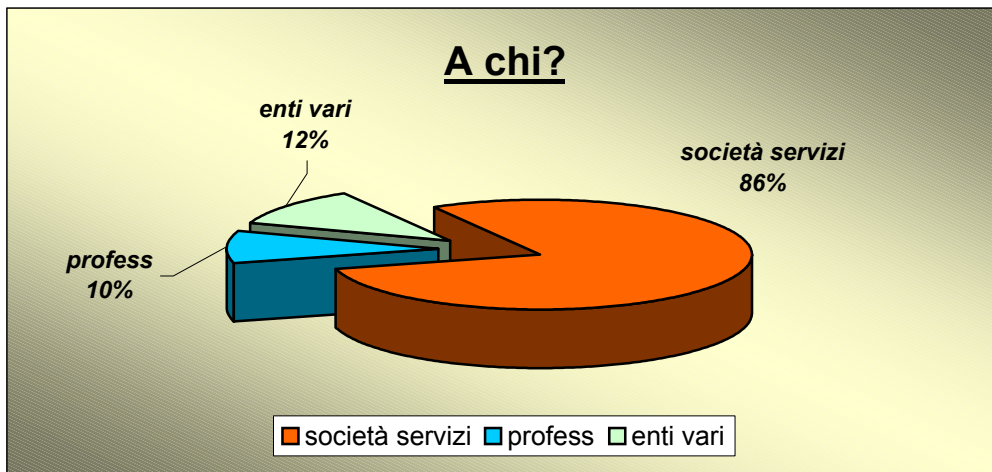


Grafico 4.10.2.: "Ricerca, selezione e gestione del personale: a chi si è rivolta?"

Dal grafico emerge la preponderanza nell'erogazione del servizio delle società di servizi che costituisce ben l'86% del totale. Seguono poi gli enti e le associazioni, interpellati dal 12% delle aziende, e infine i professionisti.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	non risp	
73,47%	12,24%	12,24%	2,04%	100%
36	6	6	1	49

si

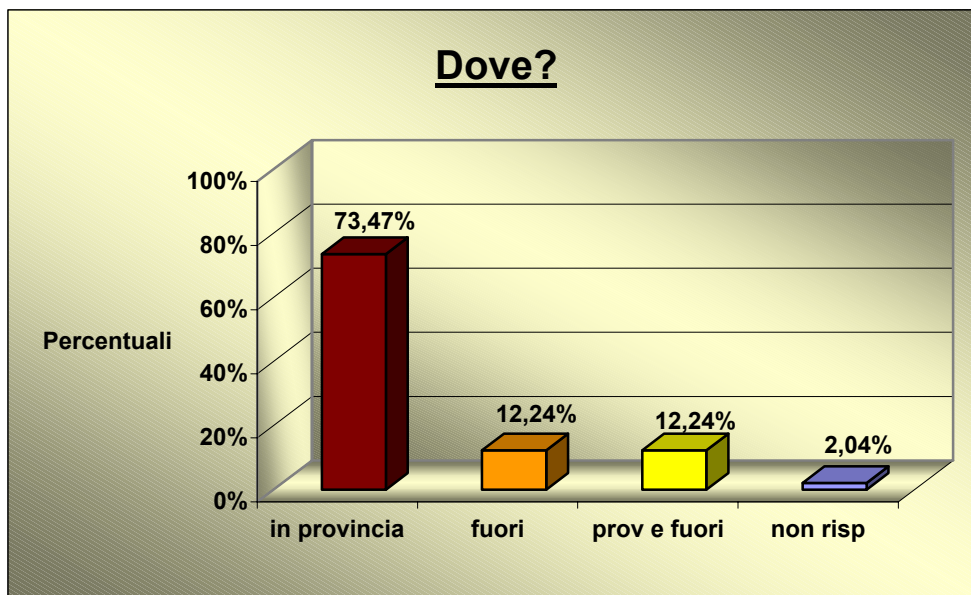


Grafico 4.10.3.: "Ricerca, selezione e gestione del personale: dove si è rivolta?"

Le consulenze in provincia, come si deduce dal grafico, erogano questo tipo di servizio al 73% delle aziende interessate. Meno interpellate sono quelle site fuori Verona. Una minima percentuale non risponde alla domanda posta.

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
2,04%	2,04%	30,61%	65,31%	0%	100%
1	1	15	32	0	49

si

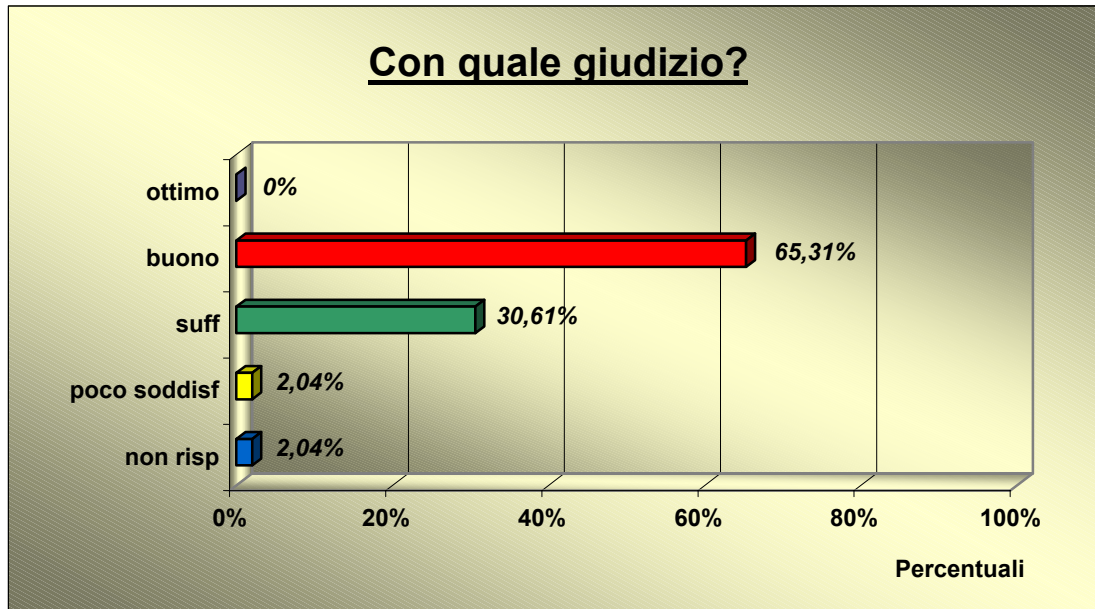


Grafico 4.10.4.: "Ricerca, selezione e gestione del personale: un giudizio?"

La soddisfazione relativa all'erogazione del servizio mostra un quadro meno brillante dei precedenti, sebbene si mantenga sempre su livelli di valutazione più che sufficienti. Rimane poi una piccola percentuale (2%) di aziende non rispondenti.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.11. "Formazione"

	NO	SI	
presenti	31,19%		
inutili	7,34%		
costosi	3,67%		
valutare	5,50%		
sistematico		10,09%	
talvolta		44,95%	
	47,71%	55,05%	102,75%

si	60	55,05%
no	52	47,71%
	112	102,75%

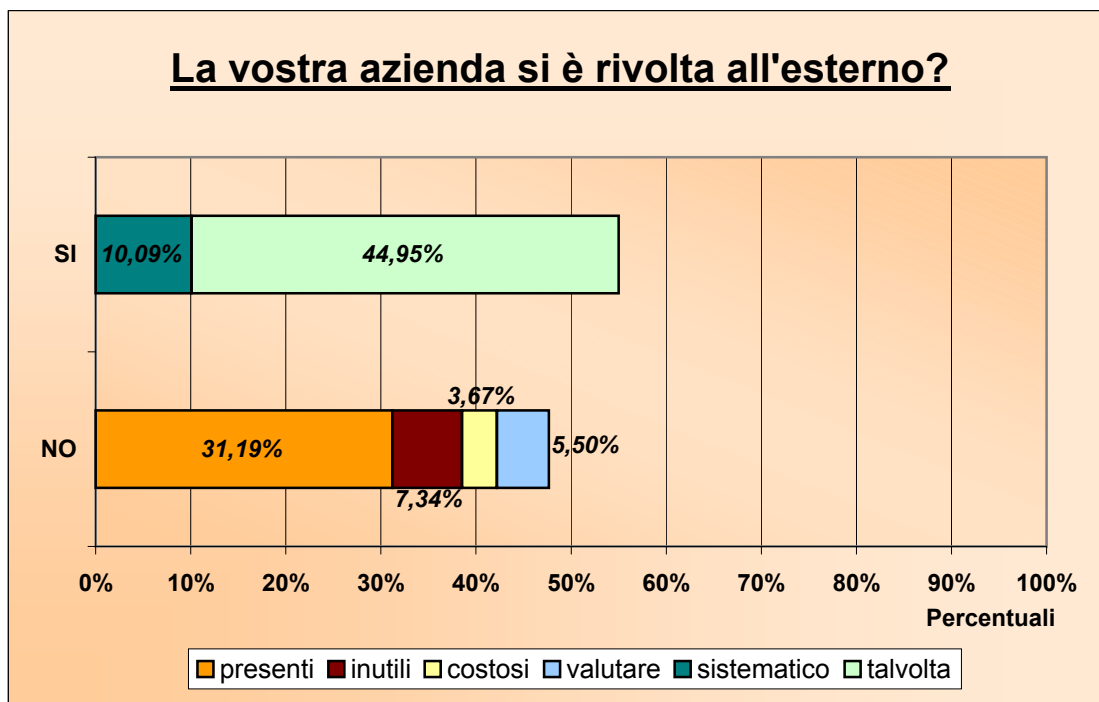


Grafico 4.11.1.: "Formazione: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Dalle risposte ottenute si registra un maggior utilizzo da parte delle aziende di consulenti esterni, che nel 45% circa dei casi vengono interpellati saltuariamente, a seconda delle esigenze in azienda. Il 31% del campione, invece, gestisce autonomamente la formazione del personale; particolarmente rilevante è la percentuale di aziende che considera questo tipo di servizio inutile (7%). In genere, accade che nelle aziende di maggiori dimensioni per la formazione del top-management ci si avvalga dell'appoggio di consulenti esterni.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
48,33%	35%	33,33%	116,67%
29	21	20	70

si

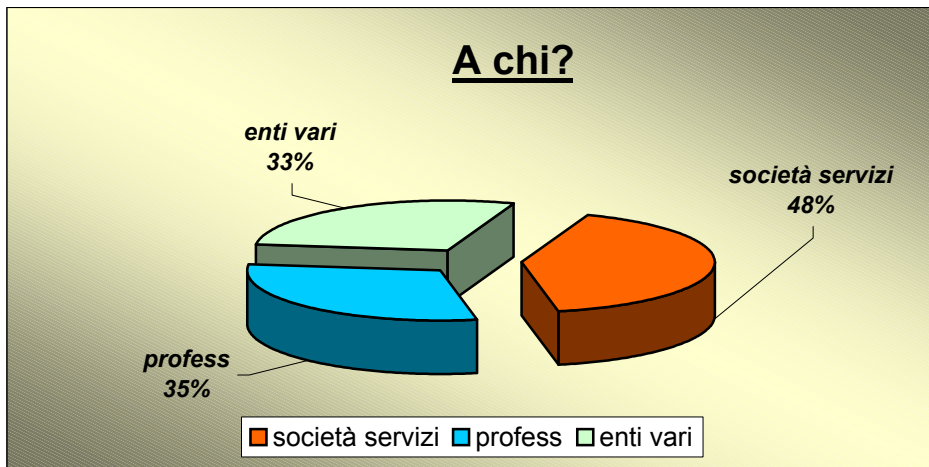


Grafico 4.11.2.: "Formazione: a chi si è rivolta?"

Per quanto riguarda l'erogazione del servizio, il grafico mostra una ripartizione abbastanza equa tra le società di servizi (48%), i professionisti (35%) e gli enti e le associazioni (33%). Particolarmente rilevante è il peso attribuito a questi ultimi, rispetto alle precedenti consulenze.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	
58,33%	26,67%	15%	100%
35	16	9	60

si

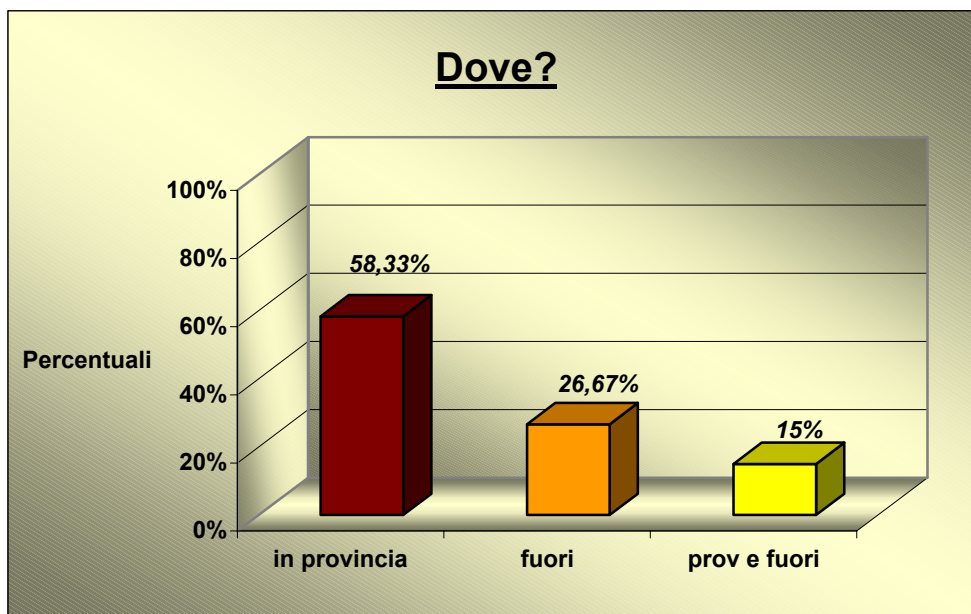


Grafico 4.11.3.: "Formazione: dove si è rivolta?"

Dal grafico emerge che il 58% circa delle consulenze esterne proviene dalla provincia di Verona, il 26% proviene da strutture site fuori Verona.

26% proviene da strutture site fuori Verona.

Il 15% del campione dichiara inoltre di utilizzare servizi provenienti da entrambe le zone.

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
1,67%	0%	18,33%	78,33%	1,67%	100%
1	0	11	47	1	60

si

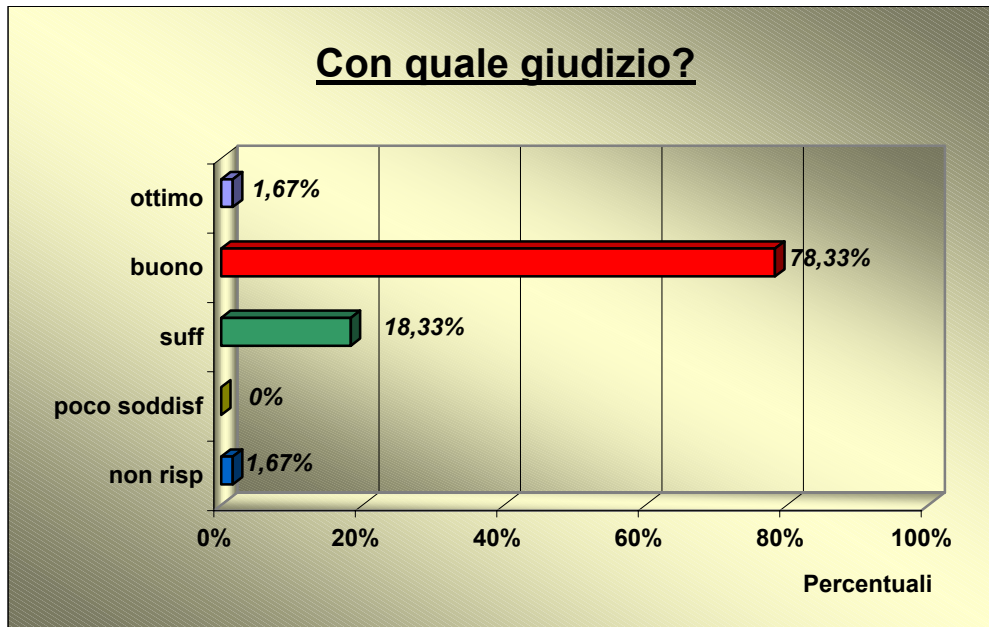


Grafico 4.11.4.: "Formazione: un giudizio?"

L'analisi del livello di soddisfazione percepito dalle aziende interessate per questo tipo di servizio mostra una situazione positiva: si registrano, infatti, valutazioni buone per quasi l'80% dei casi. Una minima percentuale del campione (1,6%) non risponde alla domanda posta.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.12. "Consulenza informatica - Information Technology"

	NO	SI	
presenti	21,10%		
inutili	1,83%		
costosi	1,83%		
valutare	0%		
sistematico		33,94%	
talvolta		41,28%	
	24,77%	75,23%	100%

si	84	77,06%
no	27	24,77%
	111	101,83%

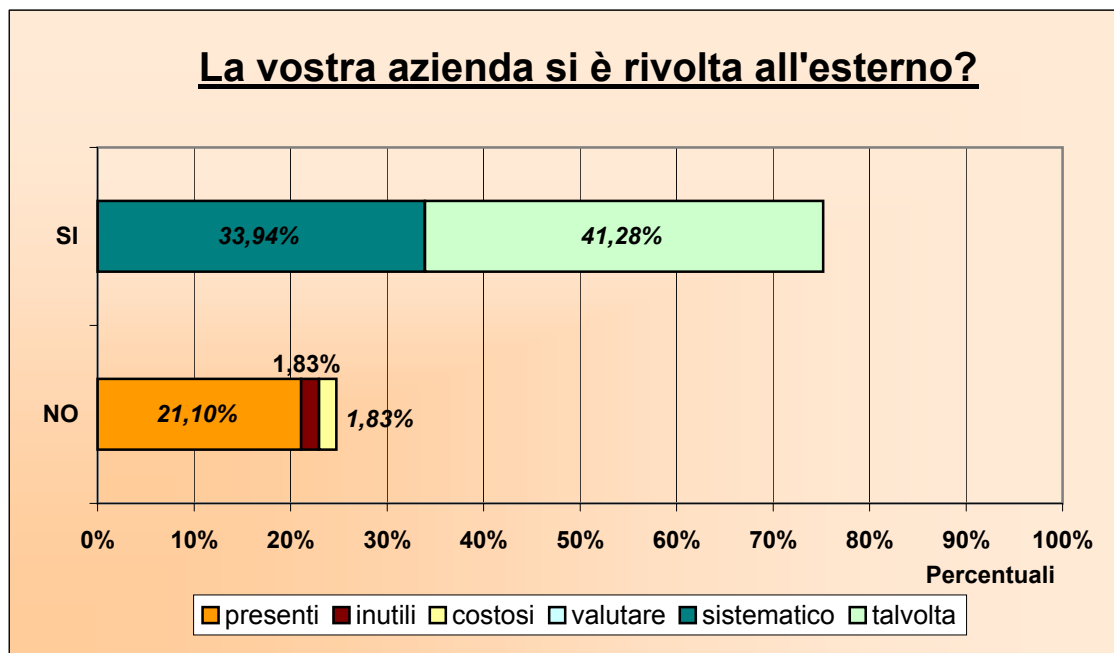


Grafico 4.12.1.: "Consulenza informatica: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Dal grafico emerge chiaramente una maggiore preferenza, da parte delle aziende del campione, verso consulenze esterne. Quasi l'80% infatti delle unità, dichiara di rivolgersi a strutture esterne all'azienda e per quasi la metà dei casi si tratta di appoggio.

A gestire in completa autonomia la consulenza informatica è solo il 20% delle aziende.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
73,81%	33,33%	0%	107,14%
62	28	0	90

si

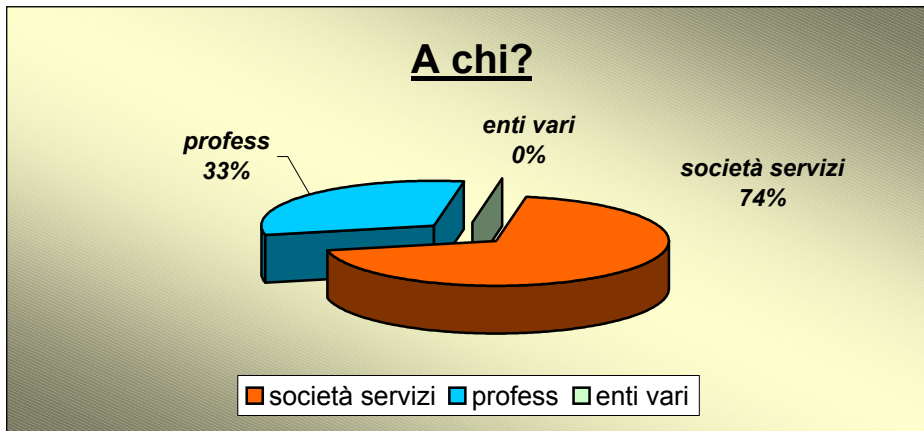


Grafico 4.12.3.: "Consulenza informatica: a chi si è rivolta?"

Le società di servizi risultano essere le strutture maggiormente interpellate dalle aziende per questo tipo di consulenza; nel 33% dei casi il servizio viene erogato da professionisti. Non si registrano aziende che ricevono la consulenza da enti e associazioni vari.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	non risp	
63,10%	26,19%	9,52%	1,19%	100%
53	22	8	1	84

si

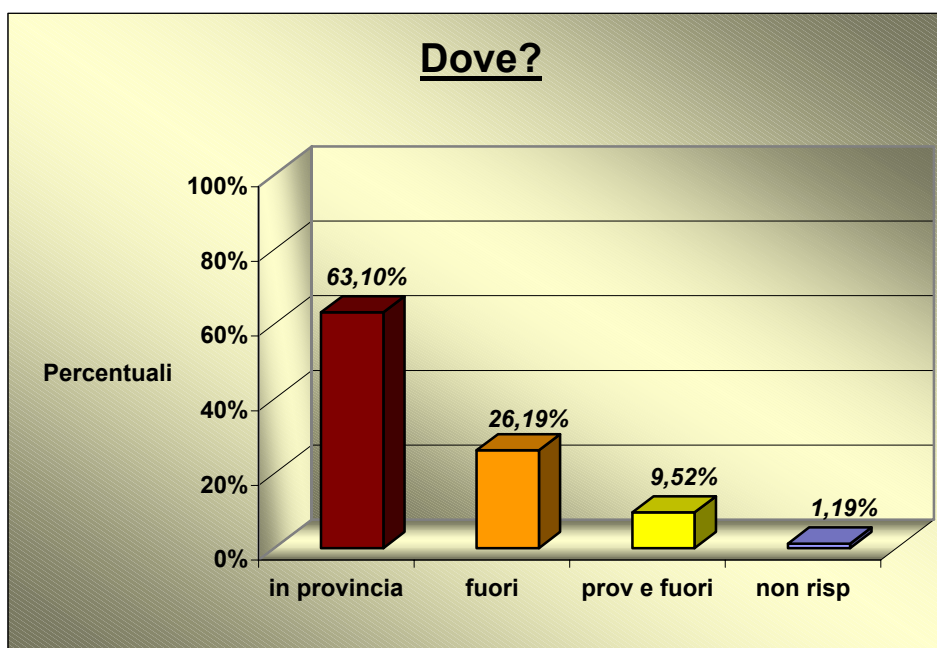


Grafico 4.12.3.: "Consulenza informatica: dove si è rivolta?"

Dal grafico si può notare come le consulenze site in provincia di Verona siano interpellate nel 63% dei casi; un quarto delle aziende dichiara invece di rivolgersi fuori Verona, mentre un 10% del campione riceve consulenze provenienti da entrambe le zone. Minima si rivela la percentuale di aziende non rispondenti.

Se SI, con quale giudizio

poco soddisf	suff	buono	ottimo	
0%	19,05%	78,57%	2,38%	100%
0	16	66	2	84

si

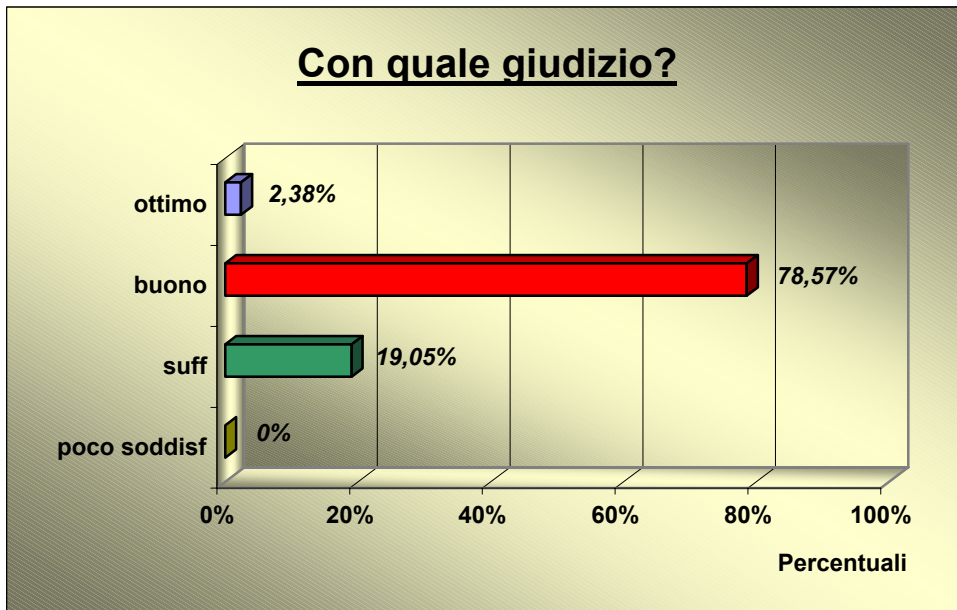


Grafico 4.12.4.: "Consulenza informatica: un giudizio?"

Per quanto riguarda l'erogazione del servizio ci troviamo di fronte a livelli di soddisfazione buoni, anche se il 20% delle aziende valuta il servizio sufficientemente. Si registra comunque una piccola percentuale di aziende che giudica brillantemente il servizio ricevuto.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.13. "Servizi amministrativi e tenuta contabilità/paghe"

	NO	SI	
presenti	62,39%		
inutili	0%		
costosi	0%		
valutare	0%		
sistematico		55,05%	
talvolta		4,59%	
	62,39%	59,63%	122,02%

sì	65	59,63%
no	68	62,39%
	133	122,02%

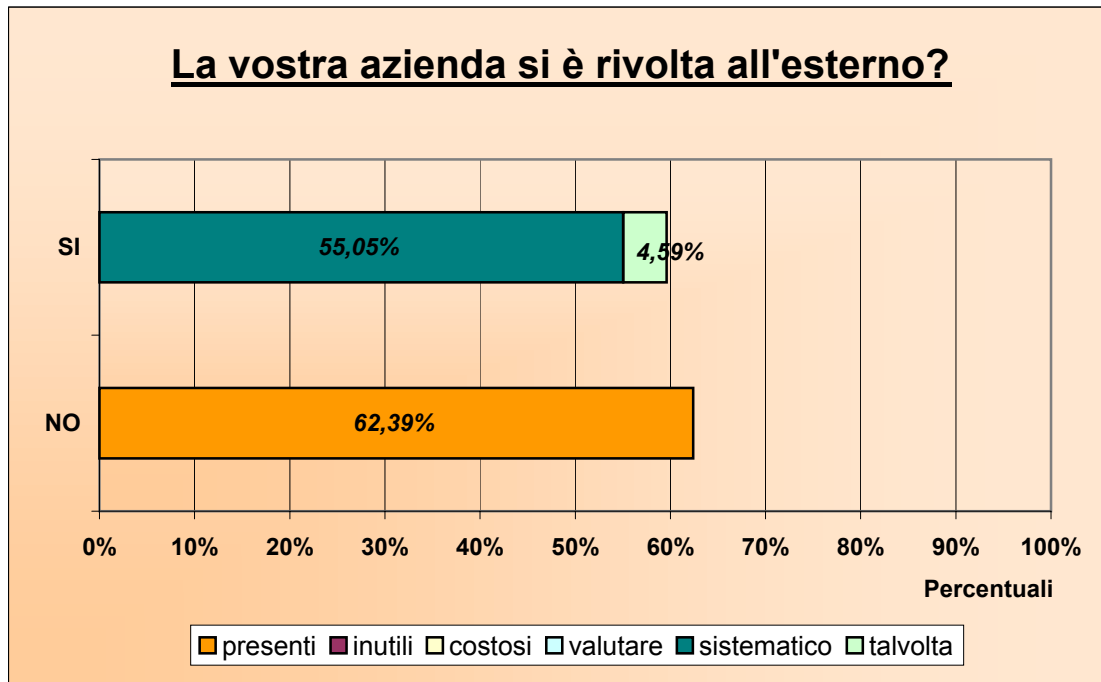


Grafico 4.13.1.: "Amministrazione e contabilità/paghe: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Per questo tipo di servizio è opportuno fornire una serie di precisazioni.

Nel questionario, l'amministrazione e le paghe erano poste sullo stesso piano, ma dalle risposte ottenute ci si accorge che questi due servizi, solitamente, si presentano staccati.

Il 55% delle aziende che ha dichiarato di rivolgersi a consulenti esterni, per la maggior parte, si riferisce solo al servizio paghe, mentre il 62% delle aziende che ha dichiarato di gestire autonomamente il servizio si riferisce all'amministrazione.

Risulta infatti abbastanza impensabile un'azienda sprovvista di un'amministrazione interna.

Una piccola percentuale (5% circa) si avvale di consulenti esterni come appoggio (in particolare per le paghe).

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	
49,23%	52,31%	3,08%	104,62%
32	34	2	68

si

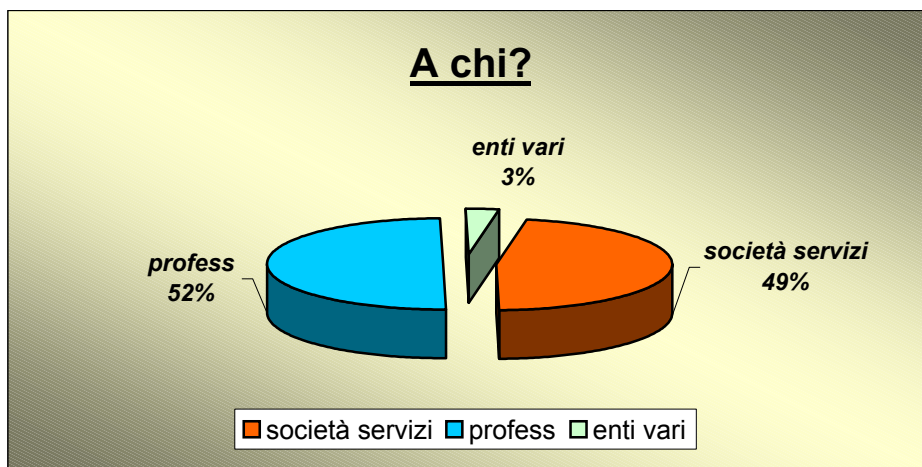


Grafico 4.13.2.: "Amministrazione e contabilità/paghe: a chi si è rivolta?"

Più della metà (52%) delle consulenze sull'amministrazione e la tenuta della contabilità e delle paghe proviene da professionisti, sebbene una buona percentuale (49%) sia gestita anche dalle società di servizi. Gli enti e le associazioni vengono interpellati nel 3% dei casi.

Nota: La somma delle percentuali è superiore a 100 poiché gli interessati hanno fornito più risposte.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	
90,77%	7,69%	1,54%	100%
59	5	1	65

si

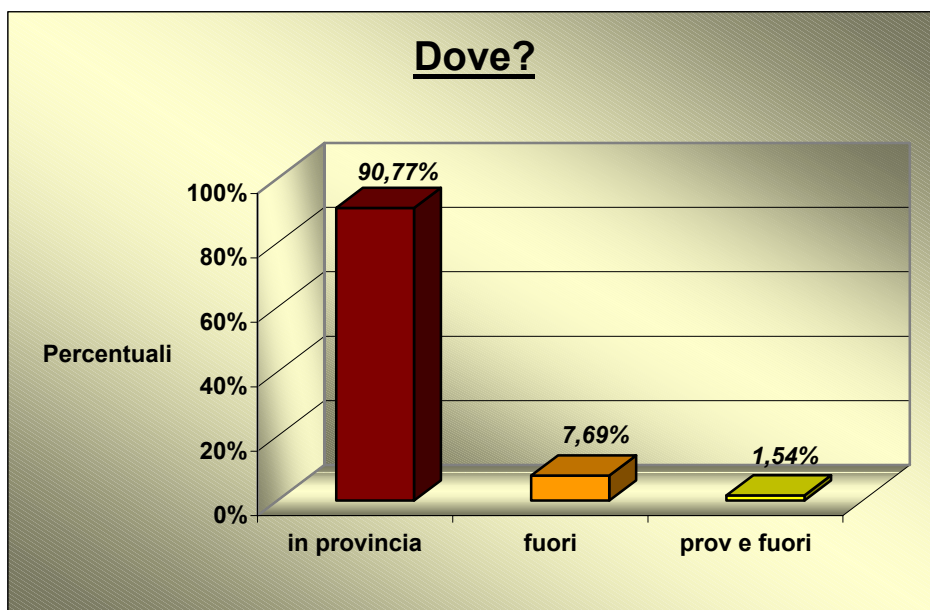


Grafico 4.13.3.: "Amministrazione e contabilità/paghe: dove si è rivolta?"

Il grafico mostra chiaramente la provenienza della maggior parte delle consulenze in questo campo: ben il 90% proviene dalla provincia di Verona. Solo un 7% circa delle aziende si rivolge a strutture

ben il 90% proviene dalla provincia di Verona. Solo un 7% circa delle aziende si rivolge a strutture site fuori Verona; bassa è la percentuale di aziende che richiedono il servizio da entrambe le zone.

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
6,15%	0%	4,62%	83,08%	6,15%	100%
4	0	3	54	4	65

si

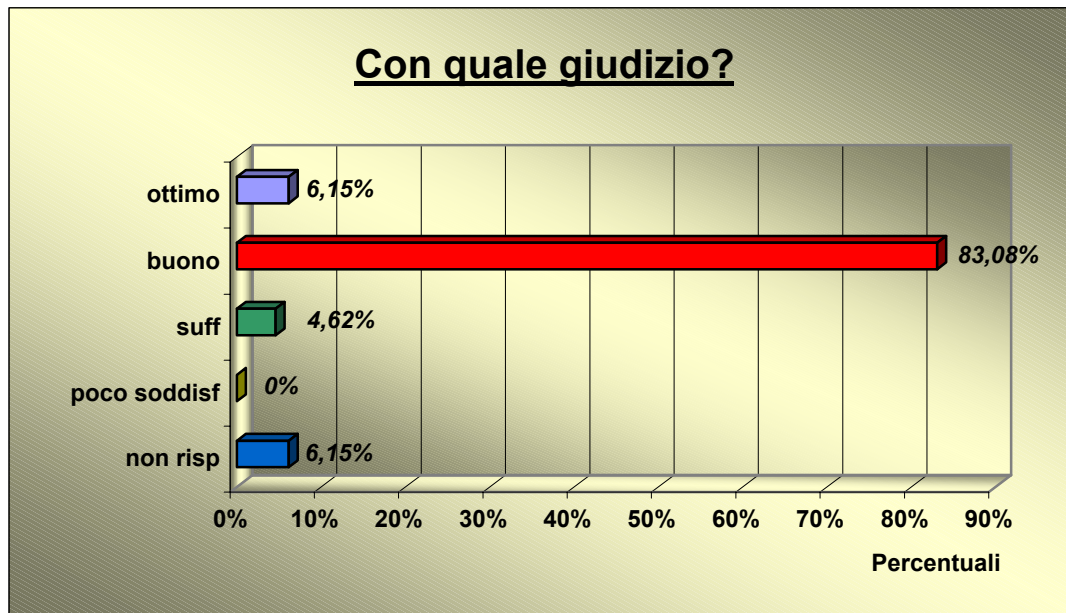


Grafico 4.13.4.: "Amministrazione e contabilità/paghe: un giudizio?"

Nel complesso, le aziende percepiscono un servizio molto buono; il 6% lo giudica addirittura ottimo. Le aziende non rispondenti costituiscono il 6% del totale.

Il rapporto con il Terziario Avanzato

DOMANDA 4.14. "Automation Technology Industriale (CAD, CAM, CIM)"

	NON RISP	NO	SI	
presenti		46,79%		
inutili		32,11%		
costosi		0%		
valutare		2,75%		
sistematico			2,75%	
talvolta			10,09%	
non risp	5,50%			
	5,50%	81,65%	12,84%	100%

si	14	12,84%
no	90	82,57%
	104	95,41%

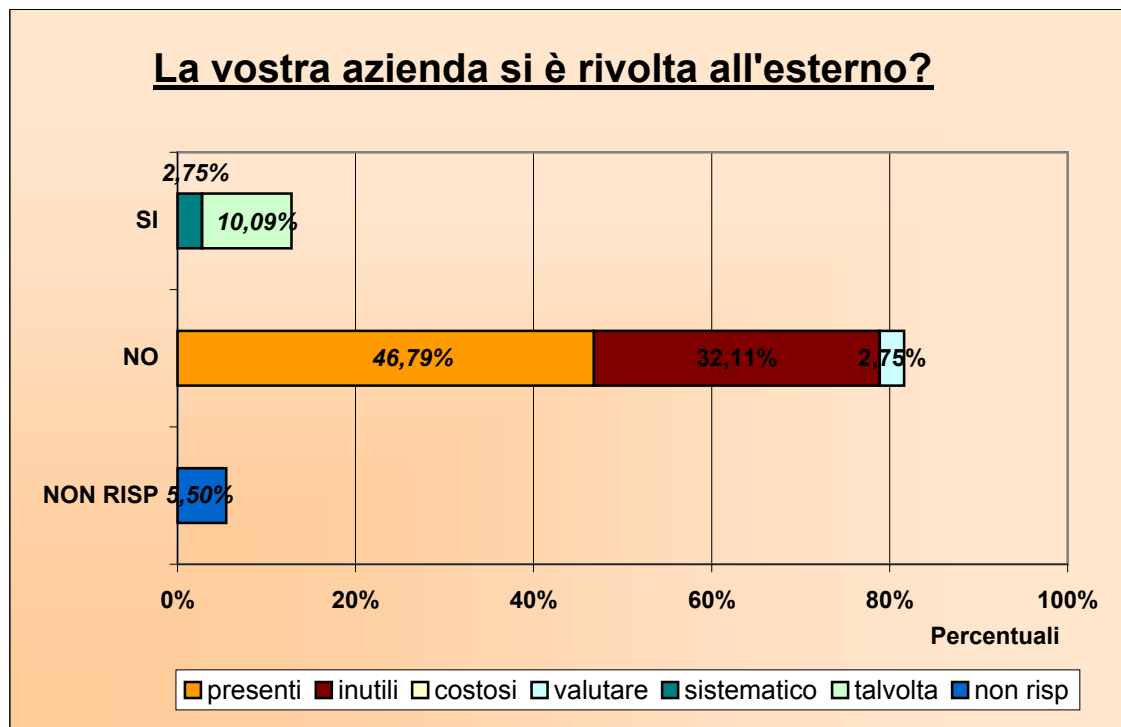


Grafico 4.14.1.: "Automation Technology Industriale: l'azienda si è rivolta all'esterno?"

Dal grafico emerge che quasi il 50% delle aziende del campione gestisce autonomamente questo tipo di servizio. Ad avvalersi di consulenti esterni, richiesti nella maggior parte dei casi saltuariamente a seconda delle esigenze dell'azienda, è poco più del 10% del campione. Un terzo considera l'automazione industriale un servizio inutile, questo perché non tutte i settori necessitano di questo tipo di servizio. Una minima percentuale non risponde al quesito posto.

Se SI, vi rivolgete prevalentemente a

società servizi	profess	enti vari	non risp	
85,71%	7,14%	0%	7,14%	100%
12	1	0	1	14

si 14

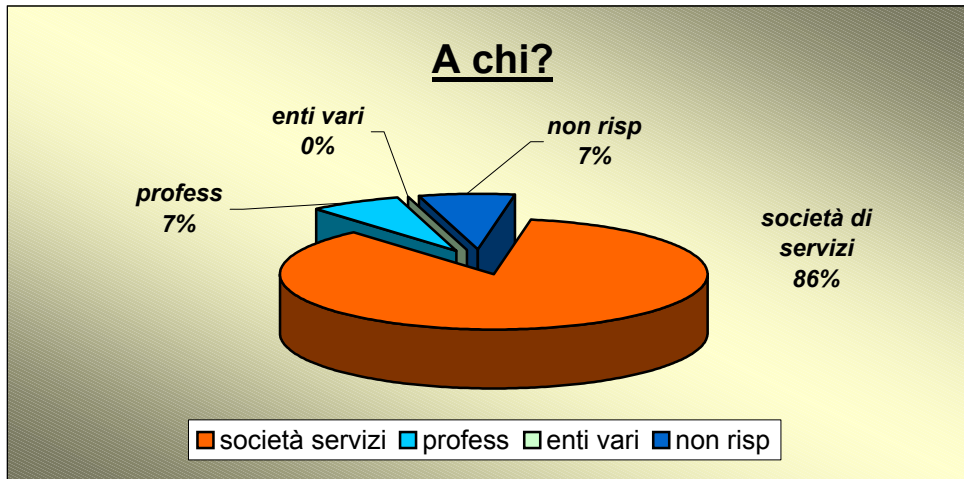


Grafico 4.14.2.: "Automation Technology Industriale: a chi si è rivolta?"

Per quanto riguarda l'erogazione del servizio, è evidente la netta prevalenza delle società di servizi, interpellate nell' 86% dei casi; ai professionisti rimane la gestione del 7% delle consulenze. Nessuna azienda dichiara di rivolgersi ad enti o associazioni per questa consulenza. Il 7% del campione non risponde al quesito posto.

Se SI, dove risiedono

in provincia	fuori	prov e fuori	non risp	
42,86%	42,86%	7,14%	7,14%	100%
6	6	1	1	14

si 14

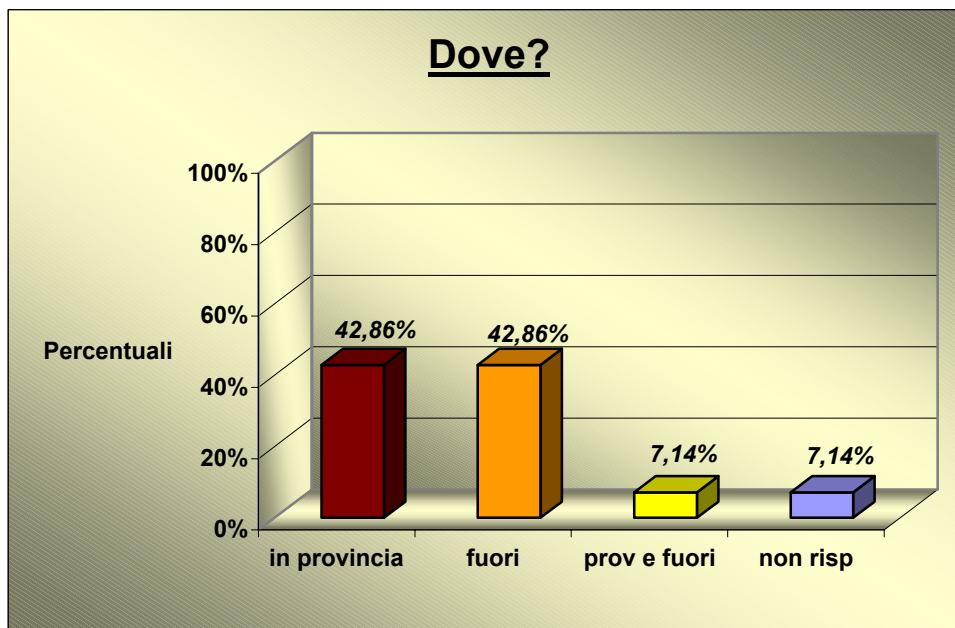


Grafico 4.14.3.: "Automation Technology Industriale: dove si è rivolta?"

La situazione appare molto equilibrata: il servizio viene ripartito quasi perfettamente (43%) tra strutture site in provincia e strutture fuori Verona.

Solo un'azienda dichiara di avvalersi di consulenti provenienti da entrambe le zone.

Se SI, con quale giudizio

non risp	poco soddisf	suff	buono	ottimo	
14,29%	0%	28,57%	57,14%	0%	100%
2	0	4	8	0	14

si

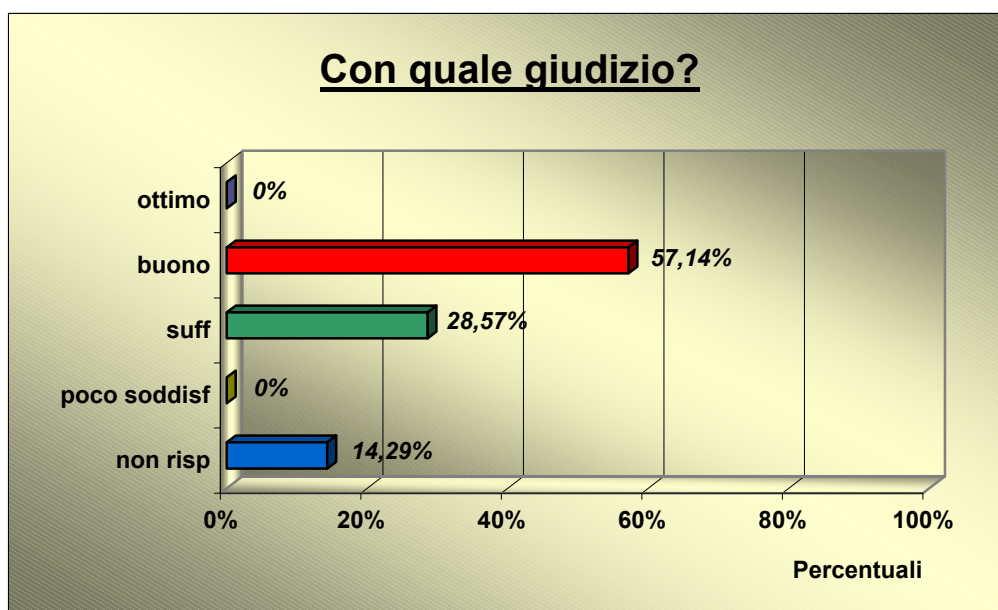


Grafico 4.14.4.: "Automation Technology Industriale: un giudizio?"

Nel complesso la soddisfazione ottenuta dalle aziende per questa consulenza si attesta su valori più che sufficienti. Non ci sono casi in cui si da un giudizio ottimo.

Quasi il 15% delle aziende non risponde: questo potrebbe derivare dal fatto che il quesito è l'ultimo del questionario e le aziende l'hanno lasciato perdere forse per stanchezza.

Questo tipo di grafico consente il confronto tra coppie di valori.

In questo caso si sono immessi i valori relativi al giudizio attribuito dalle aziende lungo l'asse x e il numero di unità fuori provincia lungo l'asse y.

Il **Grafico 4.15** non considera tutte le aziende che hanno risposto al questionario, ma solo quelle che alla domanda 3.2. ("La scelta di strutture fuori provincia è accompagnata da quale motivazione?") hanno risposto che la causa è legata all'inesistenza di strutture nel territorio (n°25 aziende).

INESISTENTI

25

CONSULENZE

organ e pianif strat
 impiantistica
 qualità
 igiene del lavoro
 pubblicità
 mktg
 fiscale
 contratti
 finanziaria
 ricerca personale
 formazione
 informatica
 amministr e paghe
 automazione

Unità fuori provincia	GIUDIZIO				
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo	
	1	2	3	4	
3	0	0	3	0	3
9	0	2	7	0	2,78
8	0	0	8	0	3
2	0	0	1	1	3,5
4	0	1	3	0	2,75
4	0	2	2	0	2,5
2	0	0	1	1	3,5
4	0	0	3	1	3,25
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	3
6	0	2	4	0	2,67
3	0	1	2	0	2,67
0	0	0	0	0	0
2	0	0	2	0	3
48	0	8	37	3	

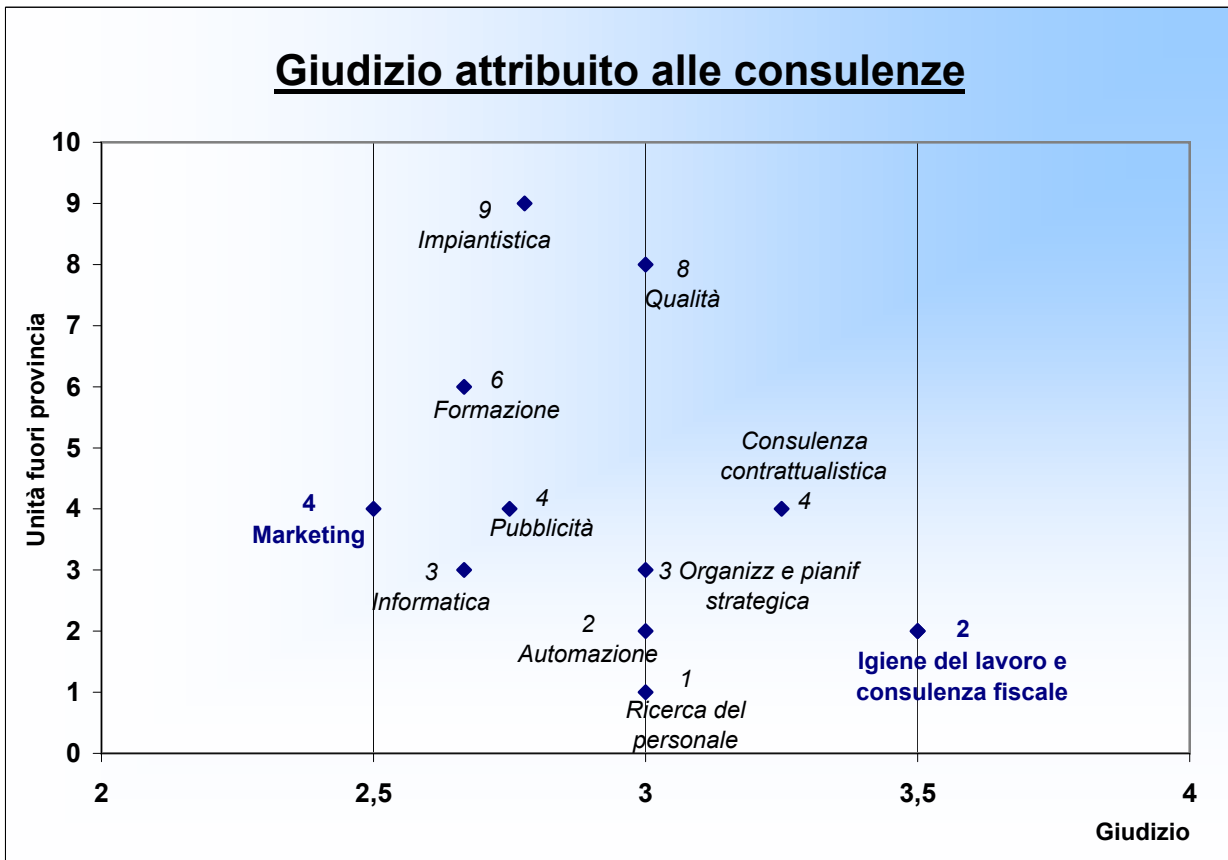


Grafico 4.15.

Giudizio attribuito dalle aziende alle consulenze del T.A.

Dalle risposte ottenute risulta che:

- la consulenza del Marketing ottiene il giudizio più basso (2,5 pari ad un più che sufficiente) e solo 4 aziende si rivolgono all'esterno;
- all'igiene del lavoro e alla consulenza fiscale le aziende attribuiscono un giudizio molto positivo (3,5 pari ad un più che buono);
- la consulenza contrattualistica, la qualità, la pianificazione strategica e la ricerca del personale sono collocate ad un livello buono;
- il settore con il numero maggiore di unità site fuori provincia è l'Impiantistica.

Il **Grafico 4.16** considera le aziende che alla domanda 3.2. ("La scelta di strutture fuori provincia è accompagnata da quale motivazione?") hanno risposto che la causa è legata all'inadeguatezza delle strutture del territorio.

INADEGUATA

62

CONSULENZE

organ e pianif strat
 impiantistica
 qualità
 igiene del lavoro
 pubblicità
 mktg
 fiscale
 contratti
 finanziaria
 ricerca personale
 formazione
 informatica
 amministr e paghe
 automazione

Unità fuori provincia	GIUDIZIO				
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo	
	1	2	3	4	
7	0	3	4	0	2,57
6	0	1	5	0	2,83
21	0	2	19	0	2,90
12	0	2	8	2	3
14	0	0	14	0	3
10	0	1	9	0	2,90
16	0	0	14	2	3,13
14	0	1	10	2	2,86
7	0	1	6	0	2,86
9	0	1	8	0	2,89
14	0	2	11	1	2,93
23	0	2	20	1	2,96
4	0	0	4	0	3
1	0	1	0	0	2
158	0	17	132	8	

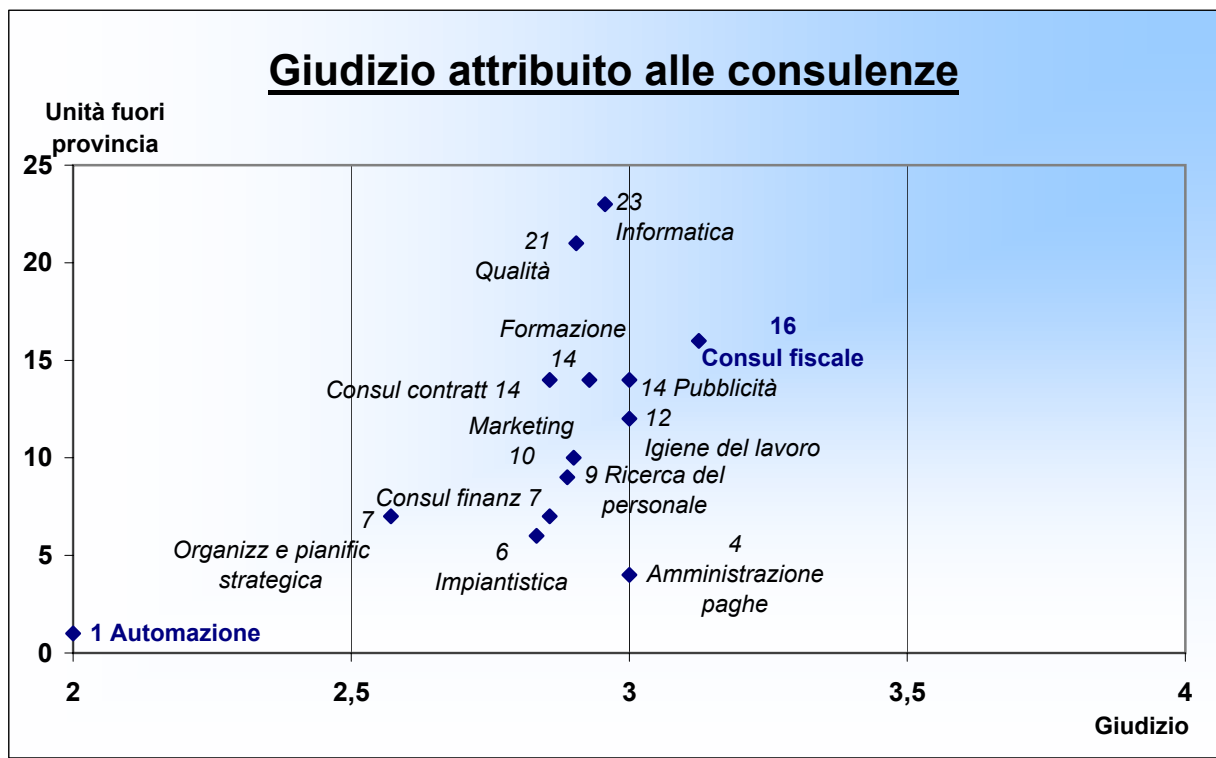


Grafico 4.16.

Giudizio attribuito dalle aziende alle consulenze del T.A.

Dal Grafico 4.16 si desume che:

- il servizio dell'Automazione industriale, con un'unica unità sita fuori provincia, viene giudicato sufficientemente;
- la Consulenza fiscale soddisfa pienamente le aziende che si rivolgono all'esterno (giudizio più che buono);
- la Pianificazione strategica ottiene un valore scarso;
- restano nella media tutte le altre consulenze.

Il **Grafico 4.17** considera solo le aziende che alla domanda 3.2. ("La scelta di strutture fuori provincia è accompagnata da quale motivazione?") hanno risposto che le strutture del territorio veronese sono troppo costose.

COSTI ALTI

7

CONSULENZE

organ e pianif strat
 impiantistica
 qualità
 igiene del lavoro
 pubblicità
 mktg
 fiscale
 contratti
 finanziaria
 ricerca personale
 formazione
 informatica
 amministr e paghe
 automazione

Unità fuori provincia	GIUDIZIO				
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo	
	1	2	3	4	
0	0	0	0	0	0
3	0	0	3	0	3
3	0	0	2	0	2
2	0	0	2	0	3
1	0	1	0	0	2
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	1	4
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	3
0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	2
1	0	0	1	0	3
0	0	0	0	0	0
2	0	0	1	0	1,5
15	0	2	10	1	

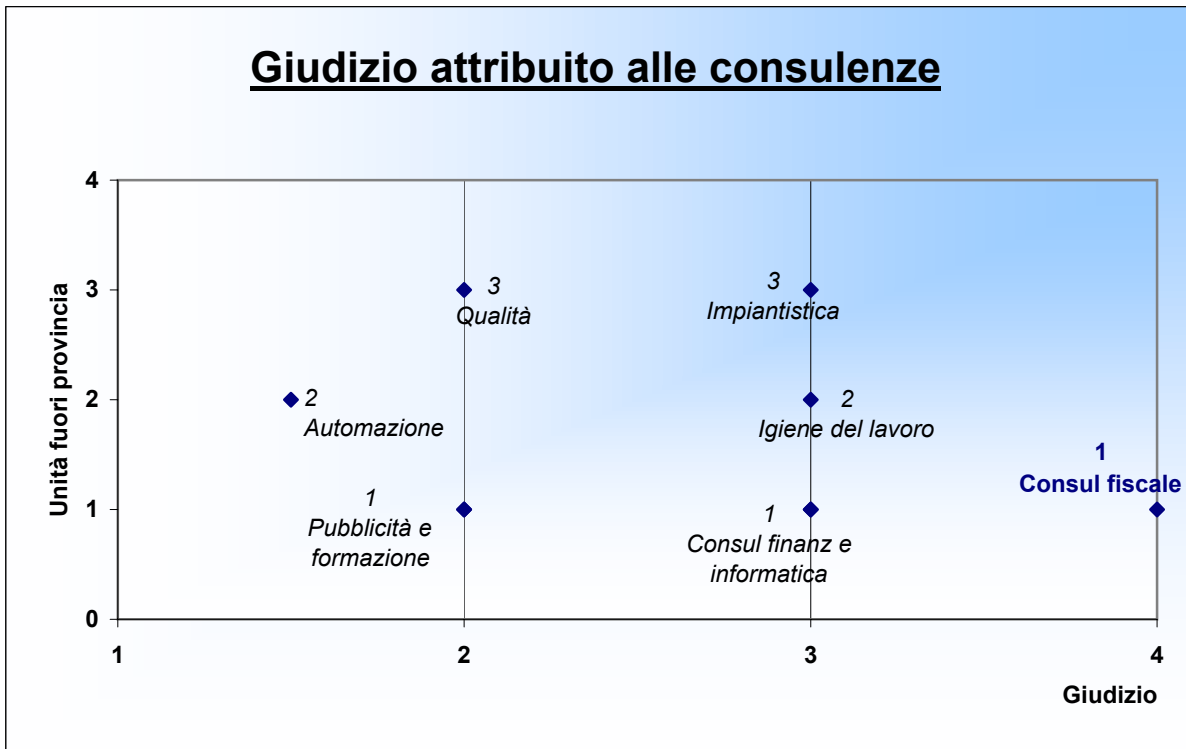


Grafico 4.17.

Giudizio attribuito dalle aziende alle consulenze del T.A.

Il grafico 4.17 mostra ancora una volta (vedi grafici 4.15 e 4.16) la netta preferenza da parte delle aziende rispondenti della Consulenza fiscale (giudizio ottimo), a differenza del servizio di Automazione Industriale giudicato sufficientemente.

La Qualità e l'impiantistica posseggono il numero più alto di unità.

GIUDIZIO COMPLESSIVO DELLE CONSULENZE

	Unità fuori provincia	GIUDIZIO				
		Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo	
		1	2	3	4	
organ e pianif strat	23	1	5	15	1	2,61
impiantistica	41	0	9	31	0	2,71
qualità	70	0	8	61	0	2,84
igiene del lavoro	77	0	8	62	4	2,83
pubblicità	56	0	5	47	0	2,70
mktg	21	0	4	16	0	2,67
fiscale	93	1	4	77	9	2,97
contratti	57	0	4	44	5	2,81
finanziaria	35	0	3	27	3	2,83
ricerca personale	49	1	15	32	0	2,59
formazione	60	0	11	47	1	2,78
informatica	84	0	16	66	2	2,83
amministr e paghe	65	0	3	54	4	2,83
automazione	14	0	4	8	0	2,29
	745	3	99	587	29	

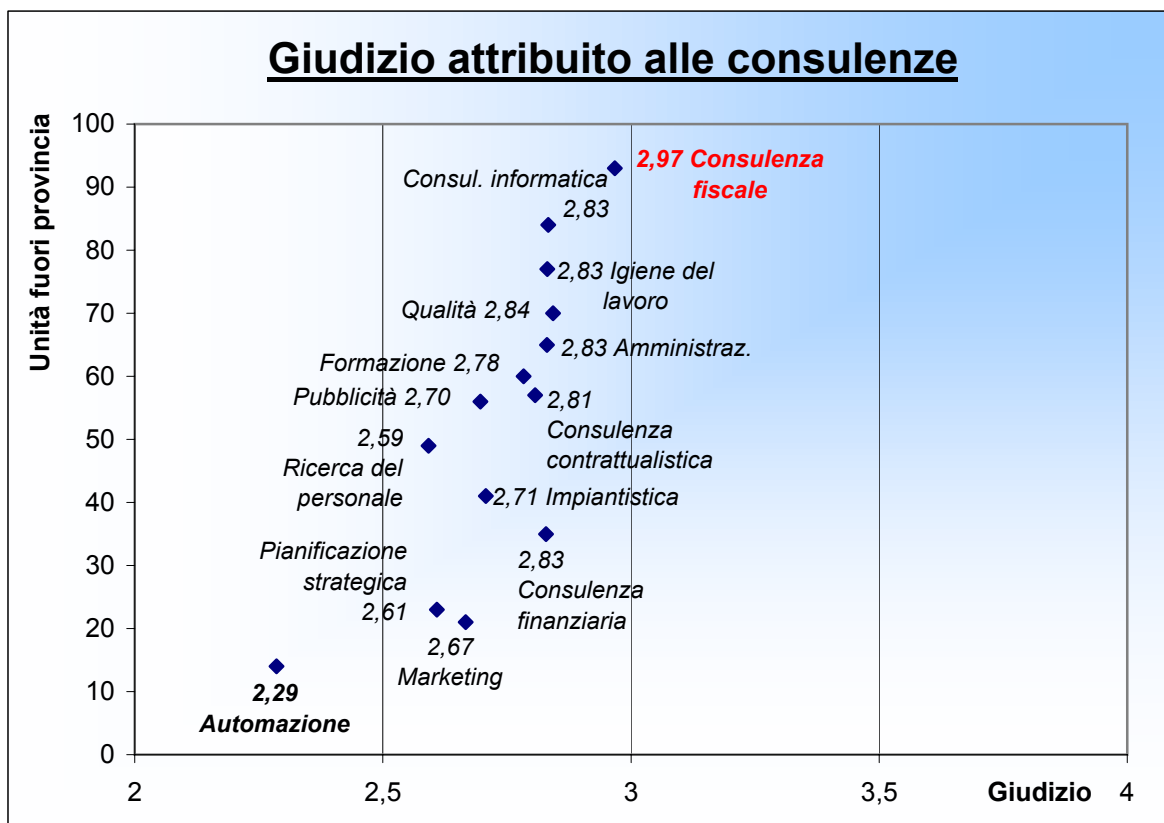


Grafico 4.18.

Giudizio complessivo attribuito alle diverse consulenze del T.A.

Il **Grafico 4.18** mostra nel complesso il giudizio attribuito da tutte le aziende rispondenti (n°109) alle consulenze del T.A.

Si può notare che la maggior parte delle consulenze si posiziona nella fascia di giudizio compresa tra il sufficiente e il buono. L'Automazione, a cui solo 14 aziende si rivolgono all'esterno, ha il valore più basso; la Consulenza fiscale il valore più alto (quasi 3). Risultano buone le posizioni occupate dall'Igiene del lavoro, l'Amministrazione, la consulenza informatica e contrattualistica.

Questo tipo di grafico consente di visualizzare la variazione nei valori rispetto ad un punto centrale (in questo caso lo 0) e la distanza dall'ottimale (in questo caso il 4 pari ad un giudizio ottimale). La coppia di dati è composta dal giudizio attribuito da tutte le 109 aziende che hanno risposto al questionario su una scala da 1 a 4 (1=poco soddisfacente, 2=sufficiente, 3=buono e infine 4=ottimo) e dalle unità fuori provincia presenti per ogni consulenza.

GIUDIZIO COMPLESSIVO CONSULENZE

Unità esterne all'azienda	GIUDIZIO					
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo		
	1	2	3	4		
organ e pianif strat	23	1	5	15	1	2,61
impiantistica	41	0	9	31	0	2,71
qualità	70	0	8	61	0	2,84
igiene del lavoro	77	0	8	62	4	2,83
pubblicità	56	0	5	47	0	2,70
mktg	21	0	4	16	0	2,67
fiscale	93	1	4	77	9	2,97
contratti	57	0	4	44	5	2,81
finanziaria	35	0	3	27	3	2,83
ricerca personale	49	1	15	32	0	2,59
formazione	60	0	11	47	1	2,78
informatica	84	0	16	66	2	2,83
amministr e paghe	65	0	3	54	4	2,83
automazione	14	0	4	8	0	2,29

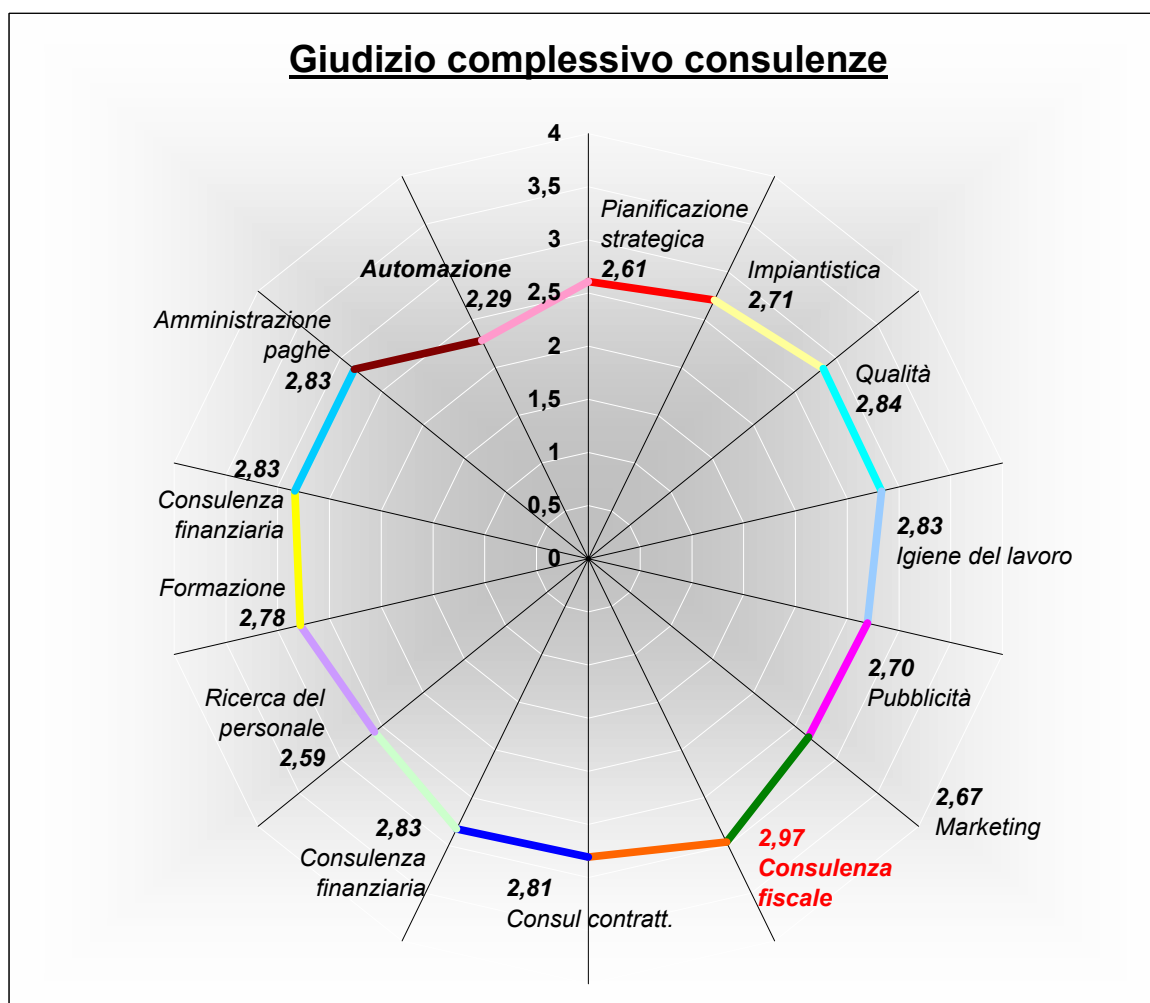


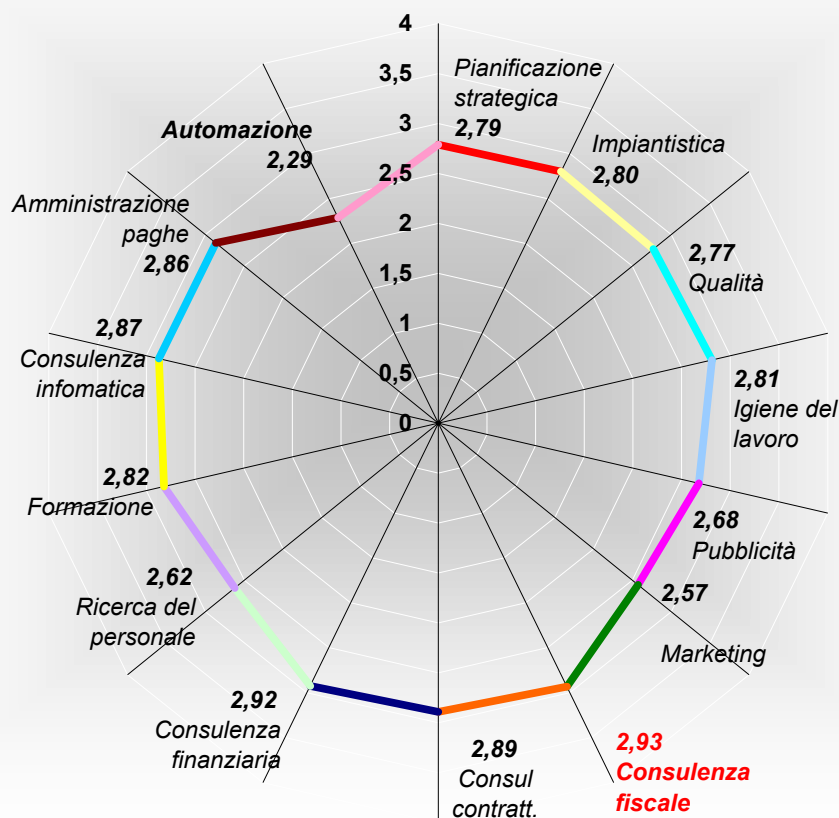
Grafico 4.19.: "Giudizio complessivo attribuito alle diverse consulenze del T.A."

Dal **Grafico 4.19** si desume che...(commenti identici al grafico 4.18 di dispersione).

GIUDIZIO COMPLESSIVO CONSULENZE DI VERONA E PROVINCIA

Unità in provincia	GIUDIZIO					
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo		
	1	2	3	4		
organ e pianif strat	14	0	4	9	1	2,79
impiantistica	30	0	6	24	0	2,80
qualità	35	0	5	29	0	2,77
igiene del lavoro	63	0	5	53	2	2,81
pubblicità	40	0	4	33	0	2,68
mktg	7	0	0	6	0	2,57
fiscale	76	1	4	62	7	2,93
contratti	36	0	1	30	3	2,89
finanziaria	26	0	2	20	3	2,92
ricerca personale	42	1	14	27	0	2,62
formazione	44	0	6	36	1	2,82
informatica	61	0	13	47	2	2,87
amministr e paghe	59	0	3	49	4	2,86
automazione	7	0	2	4	0	2,29

Giudizio attribuito alle consulenze di provincia



La situazione appare abbastanza equilibrata.

Analizzando il giudizio che le aziende attribuiscono alle consulenze site in provincia, si desume che l'erogazione della maggior parte dei servizi si attesta su valori vicini al buono, solo l'Automazione è giudicata più che sufficientemente. La consulenza fiscale e finanziaria sono valutate molto positivamente.

GIUDIZIO COMPLESSIVO CONSULENZE FUORI VERONA

Unità fuori provincia	GIUDIZIO					
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo		
	1	2	3	4		
organ e pianif strat	13	1	3	9	0	2,62
impiantistica	20	0	4	16	0	2,80
qualità	36	0	3	32	0	2,83
igiene del lavoro	17	0	3	11	3	3
pubblicità	21	0	2	19	0	2,90
mktg	16	0	4	12	0	2,75
fiscale	20	0	0	16	4	3,20
contratti	21	0	2	15	3	2,90
finanziaria	9	0	1	7	0	2,56
ricerca personale	12	0	2	11	0	3,08
formazione	25	0	8	16	1	2,72
informatica	30	0	4	25	1	2,90
amministr e paghe	5	0	0	5	0	3
automazione	7	0	2	4	0	2,29

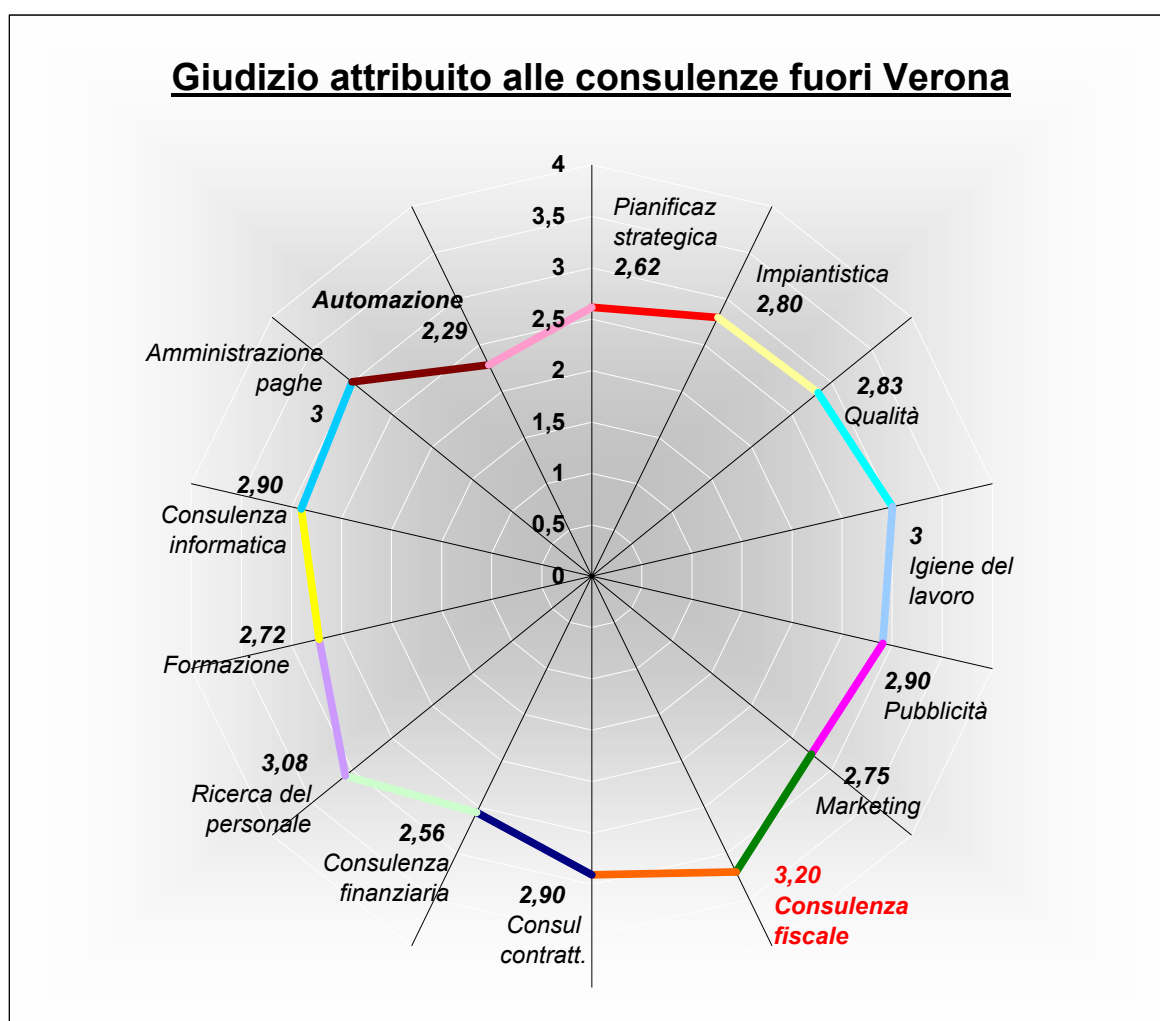


Grafico 4.21.:"Giudizio complessivo attribuito alle consulenze fuori Verona."

Il **Grafico 4.21** rappresenta il giudizio attribuito dalle aziende alle consulenze site fuori Verona. Il grafico non si differenzia molto dal precedente (vedi Grafico 4.20). Ancora una volta, infatti, la consulenza fiscale soddisfa pienamente le aziende mentre l'Automazione Industriale è giudicata più che sufficientemente.

Le aziende attribuiscono un valore molto positivo anche alla ricerca del personale, all'amministrazione e alla tenuta della contabilità, alla consulenza contrattualistica e informatica.

GIUDIZI A CONFRONTO

	Complessivo		In provincia		Fuori provincia	
organ e pianif strat	23	2,61	14	2,79	13	2,62
impiantistica	41	2,71	30	2,80	20	2,80
qualità	70	2,84	35	2,77	36	2,83
igiene del lavoro	77	2,83	63	2,81	17	3
pubblicità	56	2,70	40	2,68	21	2,90
mktg	21	2,67	7	2,57	16	2,75
fiscale	93	2,97	76	2,93	20	3,20
contratti	57	2,81	36	2,89	21	2,90
finanziaria	35	2,83	26	2,92	9	2,56
ricerca personale	49	2,59	42	2,62	12	3,08
formazione	60	2,78	44	2,82	25	2,72
informatica	84	2,83	61	2,87	30	2,90
amministr e paghe	65	2,83	59	2,86	5	3
automazione	14	2,29	7	2,29	7	2,29

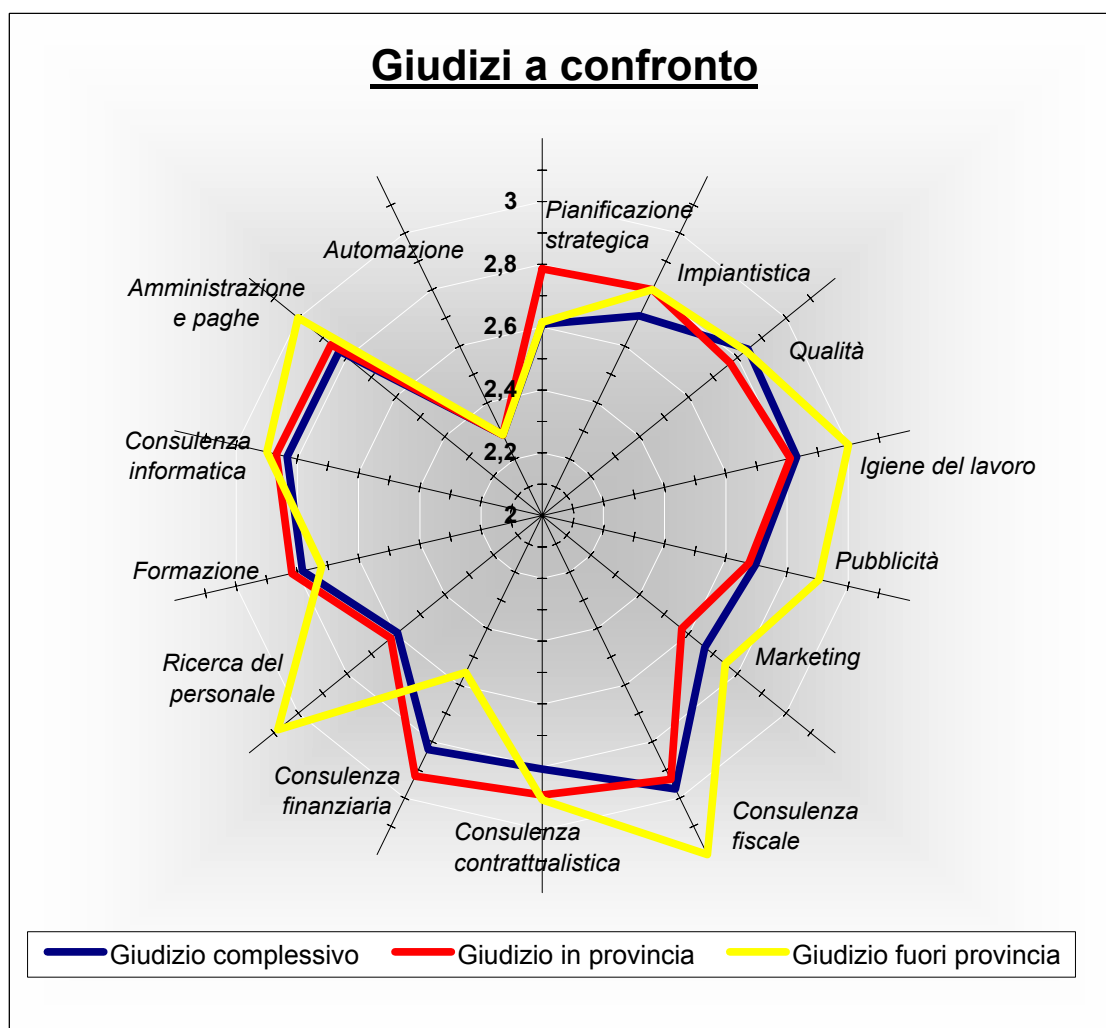


Grafico 4.22.: "Giudizi a confronto"

Il grafico pone a confronto le tre situazioni precedentemente descritte: giudizio attribuito alle consulenze in provincia, fuori provincia e nel complesso.

Si può notare come:

- le consulenze site fuori Verona (linea gialla) raggiungano nella maggior parte dei casi, ad eccezione della pianificazione startegica, della consulenza informatica e finanziaria, i valori più elevati. In particolare si veda il divario esistente in corrispondenza della Ricerca del personale;
- il giudizio attribuito alla consulenza finanziaria e alla pianificazione strategica risulti molto buono quando queste risiedono in provincia.

Nei grafici seguenti ho cercato di evidenziare quello che è il giudizio attribuito dalle aziende, su una scala di valori da 1 a 4, a seconda del tipo di ente a cui si è rivolta (società di servizi, professionista o associazione).

GIUDIZIO SOCIETA' DI SERVIZI

	GIUDIZIO					
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo		
	1	2	3	4		
organ e pianif strat	14	0	6	8	0	2,57
impiantistica	18	0	3	15	0	2,83
qualità	42	0	6	36	0	2,86
igiene del lavoro	44	0	7	32	3	2,77
pubblicità	37	0	4	31	0	2,73
mktg	13	0	3	10	0	2,77
fiscale	38	0	0	36	2	3,05
contratti	35	0	2	30	2	2,91
finanziaria	14	0	2	11	1	2,93
ricerca personale	42	1	14	26	0	2,55
formazione	29	0	6	23	0	2,79
informatica	62	0	15	45	2	2,79
amministr e paghe	32	0	1	30	0	2,88
automazione	12	0	4	8	0	2,67

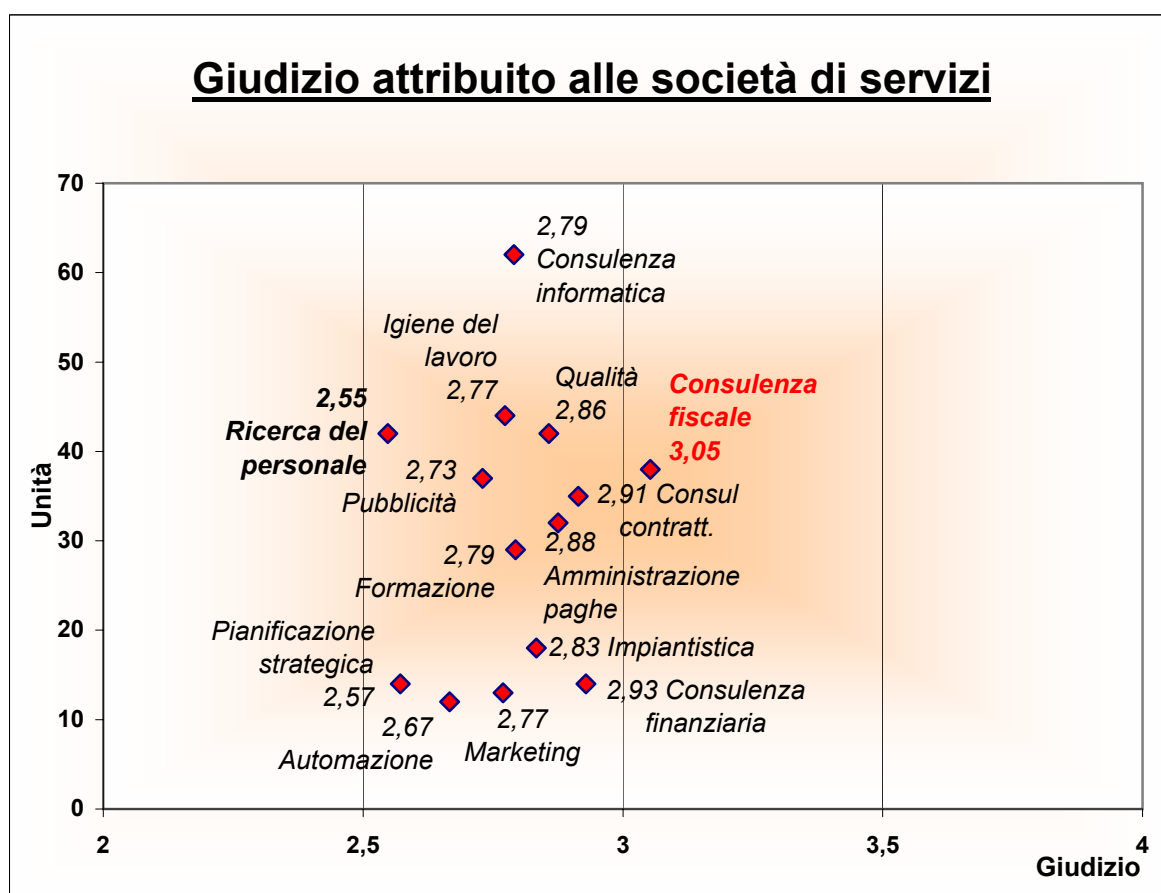


Grafico 4.23.: "Giudizio attribuito alle società di servizi"

Le aziende che scelgono di rivolgersi a società di servizi danno un giudizio fortemente positivo alla consulenza fiscale. A soddisfare meno è la ricerca del personale; anche l'automazione e la pianificazione strategica non raggiungono valori molto buoni. Per la consulenza informatica, ben 62 aziende si rivolgono a società di servizi.

GIUDIZIO PROFESSIONISTI

Unità	GIUDIZIO					
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo		
	1	2	3	4		
organ e pianif strat	9	1	1	6	1	2,78
impiantistica	23	0	6	16	0	2,61
qualità	25	0	1	24	0	2,96
igiene del lavoro	38	0	1	33	2	2,87
pubblicità	23	0	1	20	0	2,70
mktg	9	0	1	7	0	2,56
fiscale	59	1	4	46	7	2,97
contratti	17	0	0	13	3	3
finanziaria	15	0	0	13	2	3,13
ricerca personale	5	0	0	5	0	3
formazione	21	0	0	20	0	2,86
informatica	28	0	2	27	0	3,04
amministr e paghe	34	0	1	28	4	3
automazione	1	0	0	0	0	0



Grafico 4.24.: "Giudizio attribuito ai professionisti"

Le aziende che si rivolgono a professionisti esterni attribuiscono un giudizio molto positivo alla consulenza finanziaria, seguita poi dalla consulenza informatica. E' il marketing a detenere invece il valore più basso (poco più che sufficiente). I professionisti maggiormente richiesti dalle aziende sono quelli che si occupano di consulenza fiscale.

GIUDIZIO SERVIZI DI ASSOCIAZIONI / ENTI

Unità	GIUDIZIO					
	Poco soddisf	Suff	Buono	Ottimo		
	1	2	3	4		
organ e pianif strat	2	0	1	1	0	2,50
impiantistica	2	0	0	2	0	3
qualità	9	0	0	9	0	3
igiene del lavoro	3	0	0	3	0	3
pubblicità	1	0	1	0	0	2
mktg	1	0	0	1	0	3
fiscale	5	0	0	5	0	3
contratti	4	0	1	3	0	2,75
finanziaria	5	0	1	4	0	2,80
ricerca personale	6	0	1	5	0	2,83
formazione	20	0	5	14	1	2,80
informatica	0	0	0	0	0	0
amministr e paghe	2	0	0	2	0	3
automazione	0	0	0	0	0	0

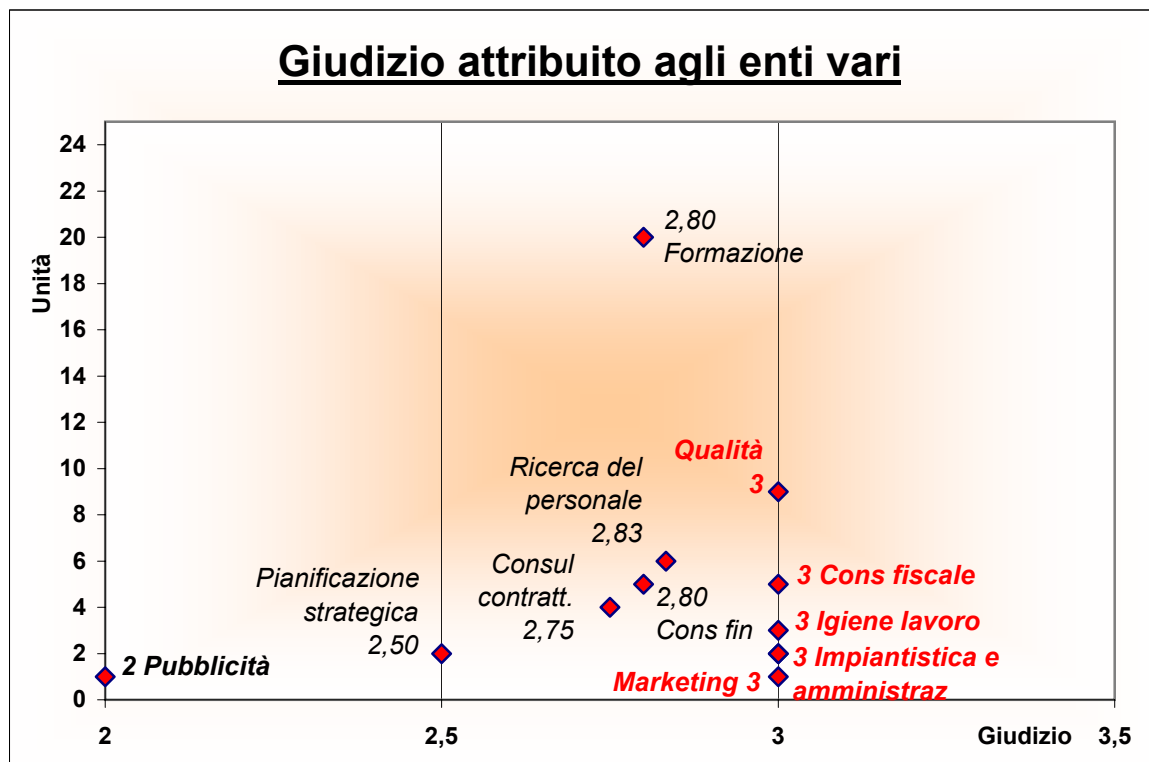


Grafico 4.25.: "Giudizio attribuito alle associazioni e agli enti"

Le aziende che si rivolgono ad associazioni ed enti vari non sono molte.

Dal grafico si desume che la pubblicità, interpellata solo da 1 azienda, ottiene un giudizio sufficiente, mentre la Qualità, la consulenza fiscale, l'igiene del lavoro, l'impiantistica, l'amministrazione e il marketing sono valutate positivamente.

GIUDIZI A CONFRONTO

	GIUDIZI		
	Società servizi	Professionisti	Enti
Organizz. e pianif.strategica	2,57	2,78	2,50
Impiantistica	2,83	2,61	3
Qualità	2,86	2,96	3
Igiene del lavoro	2,77	2,87	3
Pubblicità	2,73	2,70	2
Marketing	2,77	2,56	3
Consulenza fiscale	3,05	2,97	3
Consul. contratt.	2,91	3	2,75
Consul. finanziaria	2,93	3,13	2,80
Ricerca del personale	2,55	3	2,83
Formazione	2,79	2,86	2,80
Amministr e paghe	2,88	3	3
Consul. informatica	2,79	3,04	
Automazione	2,67		

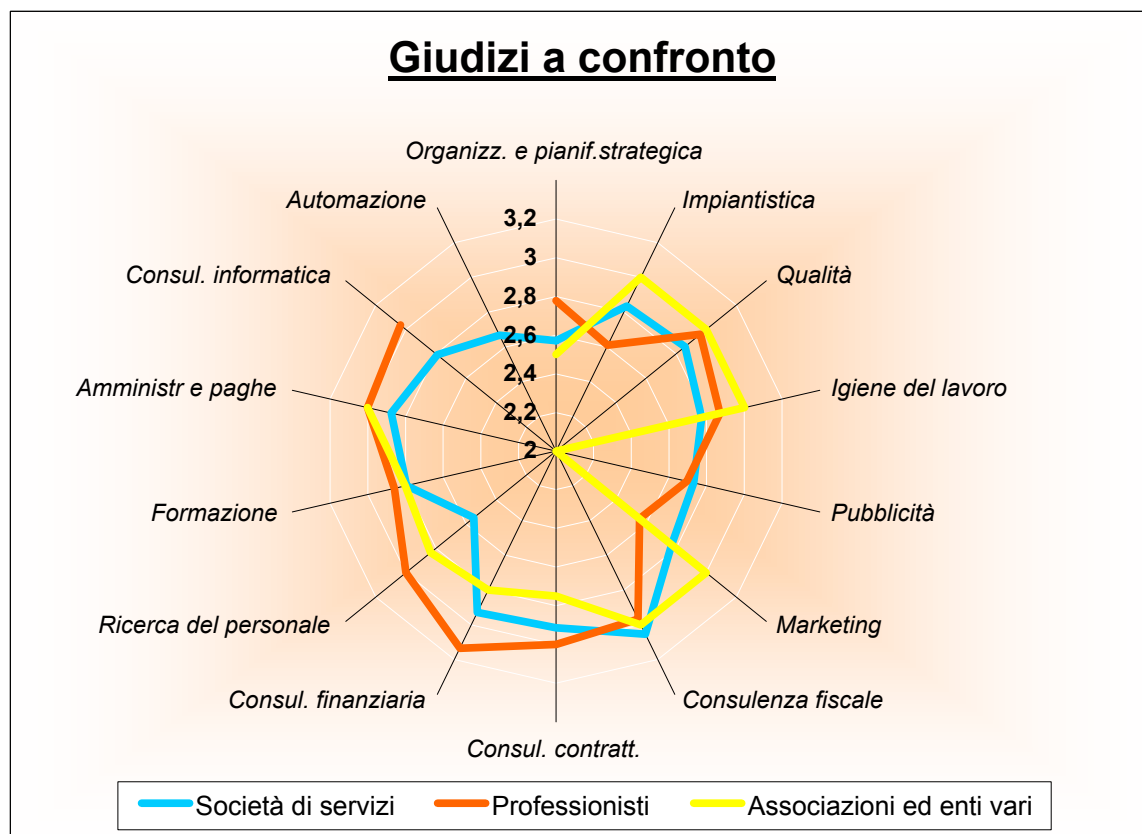


Grafico 4.26: "Giudizi a confronto"

Il grafico pone a confronto il giudizio attribuito dalle aziende rispondenti ai diversi enti ai quali esternamente esse si possono rivolgere per qualsiasi tipo di consulenza.

Come si può notare, rispetto le tre situazioni, risulta una certa omogeneità; tuttavia è possibile osservare per alcune consulenze un forte divario di giudizio. La pubblicità, ad esempio, se erogata da società di servizi o professionisti è valutata positivamente, se erogata da associazioni o enti vari soddisfa sufficientemente le aziende. In realtà, poiché l'indagine è stata condotta proprio da un'Associazione di categoria, è possibile che si verifichi una sovrastima del giudizio attribuito agli enti e le associazioni varie da parte delle aziende (il cosiddetto '*giudizio viziato*').

Nel complesso si raggiungono giudizi più che sufficienti.

Non tutte le consulenze sono erogate da tutti e tre gli enti a disposizione: le aziende per la gestione esterna dell'Automazione Industriale si rivolgono solo a società di servizi, così per la consulenza Informatica non interpellano nessuna associazione o ente vario.

I servizi valutati molto positivamente sono: il Marketing, l'Igiene del lavoro, la Qualità e Impiantistica se erogati da associazioni; la consulenza Finanziaria e Informatica, la Ricerca e Formazione del personale e l'Amministrazione e le paghe se erogate da professionisti e, infine, la consulenza Fiscale, se erogata da società di servizi.

DIFFUSIONE CONSULENZE

	Provincia di Verona	Fuori Verona	Totale unità
Automazione Industriale	7	14	21
Marketing	7	21	28
Organizz. e pianificaz. strategica	14	23	37
Consulenza finanziaria	26	35	61
Impiantistica	30	41	71
Ricerca del personale	42	49	91
Consulenza contrattualistica	36	57	93
Pubblicità	40	56	96
Formazione	44	60	104
Qualità	35	70	105
Amministrazione e paghe	59	65	124
Igiene del lavoro	63	77	140
Consulenza informatica	61	84	145
Consulenza fiscale	76	93	169

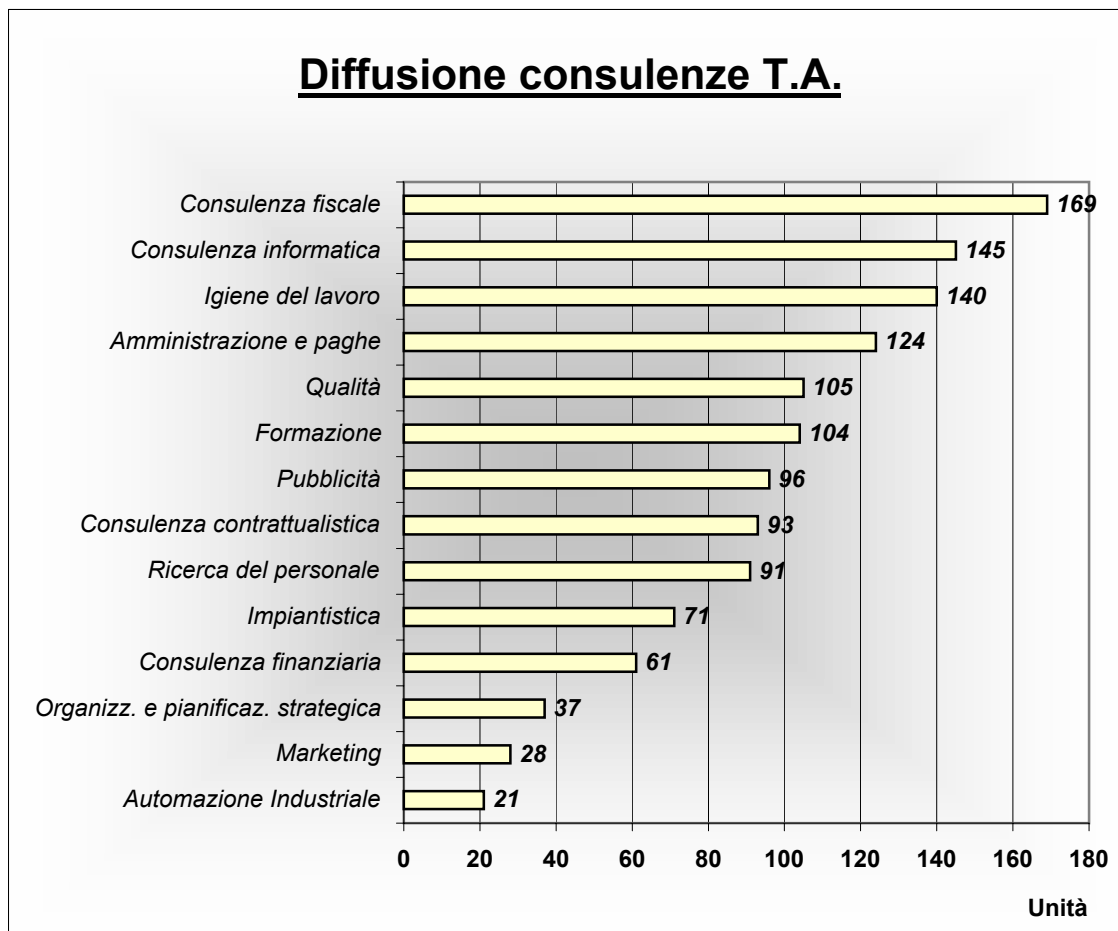


Grafico 4.27: "La diffusione delle consulenze del T.A."