

LE PMI E IL LAVORO AUTONOMO ITALIANO IN FRANCIA, GRAN BRETAGNA E BELGIO

La ricerca sul campo

Ugo Melchionda

La ricerca sul campo

La metodologia

L'inchiesta si è svolta tra i mesi di marzo e luglio 2000 in tre paesi dell'Unione Europea: Francia, Belgio e Gran Bretagna, a cura delle strutture associative locali: La FILEF di Londra, lo IERF di Parigi e l'Istituto F. Santi di Charleroi, che hanno realizzato tutte le fasi di lavoro sul campo: l'individuazione del gruppo bersaglio, la somministrazione dei questionari e l'acquisizione degli stessi al computer, mentre la FILEF italiana ha curato direttamente l'elaborazione del questionario, realizzato sulla base del modello utilizzato lo scorso anno per la ricerca in Germania e Canada, la elaborazione statistica dei dati e la stesura del rapporto finale.

Come già avvenuto nella precedente inchiesta realizzata in Germania, anche in questo caso non si è utilizzato un "campione casuale", ma un gruppo di riferimento individuato a partire dalla prassi e dall'interazione che le strutture associative hanno sviluppato nel corso degli anni con la realtà dell'emigrazione.

La metodologia di campionamento "a palla di neve" è la metodologia privilegiata, per non dire obbligata, nel caso della ricerca sull'emigrazione, per due ragioni principalmente: la prima perché consente di superare i limiti ancora presenti della registrazione dell'universo di riferimento, la seconda perché consente di mettere in relazione diretta il gruppo di riferimento dell'indagine, il "campione", con il gruppo di riferimento dell'azione sociale, culturale e politica dell'associazionismo, il "soggetto" nella terminologia classica dell'intervento sociale e politico.

Riguardo al primo punto c'è da segnalare che non esiste attualmente un elenco che possa essere utilizzato come base per una lista di campionamento abbastanza accurata e aggiornata al punto da poter estrarre da essa un campione sufficientemente rappresentativo e soprattutto privo di errore sistematico: gran parte delle piccole imprese non aderiscono nemmeno a strutture associative e di categoria e quelle poche che lo fanno rischiano di rappresentare una lista di campionamento assai parziale e in grado di produrre una rappresentazione della realtà dell'imprenditorialità in emigrazione assai distorta..

Le liste di campionamento ricavabili dagli elenchi ufficiali, nonostante la scarsa qualità in senso statistico, avrebbero inoltre costi proibitivi, per cui per un primo studio esplorativo come il seguente avrebbero rappresentato un rapporto costi benefici non sostenibile.

Non era possibile pertanto utilizzare le classiche tecniche di campionamento probabilistico (casuale o sistematico) né le tecniche di campionamento stratificato o a grappolo, in quanto da un lato privi delle informazioni necessarie a predeterminare gli strati di rilevante interesse per la nostra ricerca, dall'altro convinti che la riduzione di costi e tempi che pure un campionamento a grappolo avrebbe permesso, sarebbero stati assai meno convenienti se paragonati ai rischi di errore sistematico e di non rappresentatività che avrebbero comunque comportato e che si sarebbero moltiplicati ad ogni stadio di costruzione del campione (determinazione dello strato o aggiunta di un grappolo).

Di fronte ai costi e ai rischi sopra elencati ci è parso che la soluzione migliore per questo primo studio, che, ripetiamo, ha finalità eminentemente esplorative, potesse essere costituita da una tecnica non probabilistica, ma che ci consentisse di raggiungere efficacemente un rapporto costi benefici accettabile.

Ne è sortita la scelta di adoperare una metodologia di campionamento nota, soprattutto negli studi di comunità, come campionamento a palla di neve (o a valanga).

Sono stati cioè individuati a partire dalle informazioni che ci hanno fornito le associazioni italiane operanti in Francia, Belgio e Gran Bretagna, i primi imprenditori da intervistare e questi hanno costituito le prime unità di campionamento e nello stesso tempo gli informatori locali in riferimento alle altre unità di campionamento da individuare (le persone da intervistare). E così via in una successione di fasi in cui ciascun intervistato era nello stesso tempo in grado di fornirci ulteriori nominativi da intervistare.

Il chiaro svantaggio di tale metodologia, il non produrre e/o utilizzare un campione rappresentativo dell'universo, viene ad essere compensata da due ordini di ragioni: il primo è che ci fornisce una lista di campionamento paragonabile per accuratezza - e priva di distorsione - a quella di un elenco i cui dati non siano aggiornati o che contengano soltanto alcune delle unità di analisi, ma con un abbattimento enorme dei costi e dei tempi della ricerca.

La seconda e principale ragione, è che in tal modo l'intervistato nel momento in cui accetta di collaborare e indicarci altri nominativi, si trova ad essere coinvolto nella ricerca stessa in misura assai maggiore, di quanto accadrebbe se il suo ruolo fosse per così dire puramente passivo.

Il suo ruolo di oggetto di studio, diviene attivo: sia pure in misura minore rispetto ai rilevatori ed ai ricercatori coinvolti egli diventa un soggetto dell'inchiesta, un collaboratore che prende parte ad un momento decisivo. Tale considerazione ci ha fatto scegliere una metodologia che tutto sommato offre una resa qualitativa non molto minore di un campionamento probabilistico da una lista gravida di errori sistematici, ad un prezzo e in un tempo notevolmente minori, ma soprattutto è coerente con l'impegno politico e culturale della FILEF che ha da sempre lavorato sull'associazionismo immigrato con il progetto di costituire un punto di riferimento nella difesa e nella tutela non solo dei diritti degli italiani emigrati, ma di sviluppo del tessuto associativo che essi avevano realizzato.

In tal modo la ricerca stessa si è andata configurando come un intervento di ricerca azione, in cui i singoli imprenditori intervistati, riconoscendo le finalità culturali del progetto e lo spazio di intervento loro riservato, erano parte attiva del gruppo di lavoro.

Abbiamo interrotto la ricerca quando abbiamo raggiunto le 250 unità per ciascun paese, ritenendo che tale soglia fosse da un lato sufficiente a garantirci una numerosità adeguata per effettuare le necessarie suddivisioni interne durante l'analisi dei dati e per soddisfare gli assunti dei test statistici standard, e dall'altro potesse rappresentare un limite accettabile per questa prima fase di animazione del tessuto imprenditoriale nato dall'emigrazione.

Il questionario, riportato in appendice, è stato realizzato in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne della Unioncamere e adottato pressoché integralmente (a parte lievi modifiche) per l'uso in Germania lo scorso anno ed oggi in Francia Gran Bretagna e Belgio.

Per le interviste si sono utilizzati rilevatori individuati dalle strutture locali già citate, che le hanno realizzate attraverso interviste dirette, realizzate in italiano presso la sede delle imprese, e che hanno quindi provveduto alla codifica dei dati ed all'acquisizione elettronica.

L'elaborazione statistica è stata curata dalla FILEF nazionale di Roma.

Si è proceduto secondo i seguenti passi:

- elaborazione delle frequenze semplici per tutti gli item del questionario per offrire una prima descrizione
- piano degli incroci tra variabili differenziate (comportamenti, attitudini, caratteristiche dei soggetti e condizioni iniziali) e verifica attraverso test di significatività statistica (sono stati riportati nel presente rapporto soltanto i risultati degli incroci il cui livello di significatività statistica fosse abbastanza elevato per affermare che il risultato abbia buone probabilità di non essere un effetto del tutto casuale) per cercare di comprendere tipicità ricorrenti
- elaborazione a partire dalle domande del questionario (per la gran parte di tipo qualitativo) di scale ordinali (come sarà specificato in seguito) e realizzazione di un nuovo piano degli incroci
- elaborazione di indici sintetici in grado di mostrarci i livelli di inserimento delle pmi, di distinguere tra diverse tipologie di impresa e indicare storie di sviluppo dell'imprenditoria nata dall'emigrazione
- elaborazione delle prime linee di generalizzazione per programmare l'intervento volto a rinforzare e sviluppare il tessuto delle pmi nei diversi paesi europei.

La descrizione delle pmi in emigrazione

Le imprese

Le imprese del gruppo di riferimento, distribuite in misura identica tra i tre paesi (250 per ciascuno) si ripartiscono tuttavia diversamente all'interno di ciascun paese tra la capitale e gli altri poli cittadini: 70 a Bruxelles in Belgio, 180 a Parigi in Francia e ben 210 a Londra in Gran Bretagna (Cfr. tavole 1 e 2), mentre le altre imprese di ciascun paese si distribuiscono tra le altre città poli di aggregazione dell'emigrazione italiana. Tale ripartizione è dovuta all'effetto congiunto di una effettiva maggiore concentrazione di imprese italiane nelle capitali da un lato, e dall'altro all'effettiva maggiore presenza ed attività delle associazioni italiane partner dell'azione in queste città.

Del resto, poiché questa ricerca non intendeva rappresentare un censimento delle imprese italiane in Europa, quanto un primo studio esplorativo della realtà delle imprese nate dall'emigrazione, come ricordavamo nella nota metodologica, la non completa rispondenza a criteri di rappresentatività statistica non toglie valore alle indicazioni che da essa emergono.

Provando ad analizzare alcune delle caratteristiche di queste imprese, notiamo innanzitutto alcune caratteristiche di fondo: l'età, la dimensione, la tipologia.

Per la maggior parte sono imprese giovani (Cfr. tavola 3): il 60% è stato costituito dopo il 1980 e oltre il 30% negli ultimi 10 anni). Le imprese di più antica tradizione sono quelle britanniche: ben il 18% è stata fondata prima del 1965 e oltre il 30% comunque prima del 1973, mentre le imprese più giovani sono quelle francesi, poiché il 34% è stata costituita negli ultimi 10 anni e oltre il 65% ha comunque meno di venti anni tali differenze anagrafiche, come vedremo in seguito, implicano differenze di esperienze e di problematiche, di difficoltà incontrate e di servizi ed assistenza ricevuti, di esperienza e prospettive.

Per quanto siano bassi i numeri del gruppo di aziende rappresentate nella ricerca è tuttavia il caso di mettere a confronto le diverse forme in cui l'azienda è stata costituita nei diversi

paesi (tavola 4): a fronte di un 70,9% medio di imprese fondate direttamente dall'attuale titolare, un altro 20% circa è costituito dai casi in cui l'impresa è stata acquistata e soltanto il 10% residuo vede forme diverse come l'eredità.

Le dimensioni generali non differiscono granché nei diversi paesi, né lo potrebbero, del resto, in quanto queste forme rinviano alla modalità specifica e storica in cui gli emigranti hanno accesso all'imprenditoria: fondando un'azienda o al massimo acquistandola, ma è di un qualche interesse mettere a confronto i due casi estremi Francia e Gran Bretagna, la prima che vede oltre il 76% delle aziende direttamente fondate dal titolare attuale, la seconda che vede tale percentuale scendere al 65%, ma mentre nel caso della Francia le imprese acquistate sono appena l'8,4%, nel caso della Gran Bretagna, tale percentuale quasi si triplica, salendo fino al 31,2%.

Le tipologie di imprese che ritroviamo più frequentemente mutano da paese a paese. In media sono la società per azioni (Cfr. tavola 5), al primo posto con il 44,8% la ditta individuale, con il 32% medio e la società a responsabilità limitata pari al 17%.

Tuttavia tali valori sono fortemente differenziati per ciascun paese: in Gran Bretagna domina la forma della SpA che copre il 70% delle aziende, mentre il restante 30% si suddivide tra un 25% affidato alla ditta individuale ed il residuo 5% che si suddivide tra Srl e altre forme di impresa.

In Francia SpA e ditta individuale hanno quasi il pari peso, attorno al 40% con una leggera prevalenza della prima forma che raggiunge il 44%, mentre la seconda si colloca attorno al 41%. La quota residua si suddivide tra Srl attorno al 10% sfiorato e le altre forme di impresa.

In Belgio, infine, al primo posto troviamo le Srl con oltre il 43% e al secondo posto la ditta individuale con il 31%, mentre Spa e altre forme si suddividono la quota restante con una ripartizione di due terzi ed un terzo.

Tra le altre forme societarie che complessivamente si collocano attorno al 5%, con il valore più alto per il Belgio e il valore più basso per la Gran Bretagna, rileviamo la presenza delle cooperative a dimostrazione che questa forma ha avuto scarsa diffusione tra i nostri emigrati, nonostante le opportunità che peraltro poteva offrire.

I settori economici in cui queste aziende operano, così come i prodotti e servizi che esse offrono sul mercato rappresentano uno spaccato della realtà dell'imprenditoria italiana all'estero (Cfr. tav.6): in generale ristorazione (31%), servizi vari (21%) e commercio al dettaglio (19%) hanno la parte del leone con oltre il 70% del totale delle aziende, mentre commercio all'ingrosso soprattutto di import export, (8,5%), artigianato (10%) edilizia (7%) e industria (3,4%) si ripartiscono il restante 30%.

Tuttavia proprio per quel che riguarda questa variabile si osservano le differenze nazionali più rilevanti tra paese e paese.

Il commercio al dettaglio ad esempio, che costituisce quasi il 40% delle imprese in Belgio, rappresenta appena l'11% delle imprese in Francia e Gran Bretagna; la ristorazione costituisce il 62% delle imprese in Gran Bretagna e soltanto il 14% 15% rispettivamente in Francia e Belgio; mentre l'industria è scarsamente rappresentata in Gran Bretagna e Belgio e fiorente in Francia; l'edilizia assente in Gran Bretagna raggiunge l'8% in Belgio ed il 13% in Francia.

Corrispondentemente variegati sono i prodotti e servizi che le piccole e medie imprese italiane in emigrazione offrono (Cfr. tavola 7): dalla vendita al dettaglio di viaggi biglietti aerei, gioielli, abbigliamento/pelletteria, cancelleria/libri/giornali, piante e fiori, per citare soltanto alcuni dei generi, all'import/export di automobili d'occasione, alle riparazioni meccaniche e di carrozzeria, dal servizio ristorante/piatti da asporto, bar/ pasticceria, alle installazioni idrauliche, dai servizi alla persona (parrucchiere/estetista/barbiere) ai cantieri edili per lavori pubblici e privati, dalla stampa di manifesti, libri, materiale pubblicitario, al trasporto di persone, dalla produzione di pasta fresca ai sistemi antincendio, dalla vendita e riparazione di materiali multimediali alle lavorazioni in legno/alluminio/pvc, dalla radio locale, alle polizze assicurative, prestiti bancari, consulenze fiscali /giuridiche/contabili ...

La localizzazione delle imprese nelle diverse città (tavola 8) avviene per lo più al centro (in media nel 56% dei casi e prevalentemente in Gran Bretagna), ma non mancano le imprese in periferia che costituiscono un altro 35% del gruppo di riferimento.

La forma di proprietà largamente dominante è la proprietà individuale del titolare (Cfr. tavola 9), il valore medio del 77,9% comunque elevatissimo, corrisponde infatti ad oltre il 96% in Belgio, al 71,6% in Francia ed al solo 68% in Gran Bretagna, dove però è fortemente presente, con il 20% dei casi la proprietà familiare condivisa con una cifra pari al 30% dei casi. La condivisione con altri soci è limitata al 10% circa dei casi in Gran Bretagna e Francia e pressoché assente in Belgio.

Mettendo a confronto tra loro le imprese per quel che riguarda le variabili numero di familiari coinvolti nell'azienda (tavola 10) e numero di altri soci (tavola 11), emerge che, mentre il 90% delle aziende belghe vede il coinvolgimento di uno o al massimo due familiari dell'imprenditore, tale percentuale scende al 70% delle imprese francesi e a meno del 60% delle imprese inglesi, che vedono per oltre un terzo il coinvolgimento di 4 o più familiari.

Esattamente il contrario si verifica per gli altri soci dell'azienda: mentre in Francia prevalgono i casi in cui al titolare si affiancano 3 o più soci, rispetto al caso in cui ne compare uno solo o al massimo 2, in Gran Bretagna e Belgio, al contrario, la grande maggioranza delle imprese prevede un o al massimo due soci,

Tali differenze implicano, come è facilmente immaginabile, differenze di storia dei nostri emigranti, di condizioni sociali di inserimento, ma anche differenze di dimensioni e tipologie di aziende, differenze di collocamento sul mercato.

Se utilizziamo due indicatori delle dimensioni dell'azienda, il numero di addetti (tavola 12) e il fatturato (tavola 13) ci rendiamo conto che mentre in Belgio e Francia il numero di microaziende, comprese tra 1 e 5 addetti costituisce rispettivamente il 74% e il 62%, in Gran Bretagna tale percentuale scende al appena il 45%, mentre aumenta il numero di aziende di medie dimensioni che complessivamente superano il 50% del gruppo di intervistati.

Non avvertiamo la medesima distribuzione, se prendiamo in considerazione l'altro indicatore, il fatturato, ma in questo caso assistiamo ad un tasso di mancate risposte impressionante non solo per le sue dimensioni complessive (240 in tutto, un terzo del

gruppo di intervistati), ma anche per il suo concentrarsi per tre quarti (quasi 170) proprio in Gran Bretagna.

Infatti in Belgio e Gran Bretagna oltre il 60% delle imprese si collocano nella fascia di fatturato inferiore a 500 milioni annui (e in Gran Bretagna tale fascia comprende il 74% delle imprese), mentre in Francia tale fascia comprende il 28% soltanto delle imprese. Tra un quarto e un sesto si colloca in ciascun paese la fascia immediatamente successiva, fino a 2500 milioni (il 17% in Gran Bretagna, il 23% in Belgio e il 34% in Francia) mentre le fasce più alte (fino a 5 miliardi e oltre 5 miliardi) vedono una netta prevalenza in Francia, dove costituiscono complessivamente il 36%, a livelli molto più bassi in Belgio, dove costituiscono il 15% e in Gran Bretagna dove raggiungono appena l'8%,

In questi casi, come è naturale immaginarsi, il mercato prevalente è di gran lunga quello locale (tavola 14) con oltre il 73% in media delle imprese che si collocano in questa dimensione di riferimento. Al secondo posto in media il mercato nazionale, con circa il 13% delle aziende e agli ultimi posti con un valore pari al 6% medio circa il mercato regionale e quello internazionale.

Tali valori medi si distribuiscono a livello nazionale con alcune differenze specifiche: il mercato locale rappresenta lo sbocco naturale di oltre l'86% delle aziende in Gran Bretagna e meno del 70% delle imprese in Francia e Belgio, (68% e 64% rispettivamente), mentre il mercato nazionale rappresenta il mercato di sbocco del 26% delle imprese in Belgio e soltanto del 4% in Gran Bretagna, con la Francia collocata in posizione intermedia attorno al 10% e il mercato estero infine, che rappresenta una soluzione accessibile in misura significativa alle sole imprese francesi.

Le dimensioni e la tipologia di imprese a cui gli emigrati italiani hanno dato vita li porta ad essere scarsamente presenti sul mercato italiano, appena il 12% in media (tavola 15), ma il dato interessante è che tale valore medio è pari ad appena il 2,6% in Gran Bretagna e giunge fino a quasi il 20% in Francia, collocandosi attorno ad un valore intermedio il 12% in Belgio, ad indicare un rapporto assai più stretto tra l'emigrazione in questi paesi, le regioni di origine, lo spazio che gli emigrati hanno saputo mantenere e creare.. E

naturalmente varia anche per queste aziende la quota di fatturato che realizzano sul mercato italiano (tavola 16): da meno del 10%, come accade per le pochissime aziende belghe, fino al 75% e oltre di un quarto delle aziende francesi che operano in Italia, ma i numeri esigui non consentono alcuna generalizzazione.

Prendendo in esame l'insieme di lavorazioni che si svolgono, il destinatario di riferimento e le ordinazioni in base a cui si eseguono le lavorazioni (tavole 17, 18 e 19) dobbiamo avvertire che trattandosi di piccole e piccolissime imprese le risposte a queste domande ci sembra abbiano per lo più un valore indicativo.

La tavola 17 mostra come siano prevalenti i servizi alle persone (37% in media, ma 46% in Gran Bretagna e soltanto 26% in Francia), il commercio (24% in media, 22% in Gran Bretagna, ma 7,2% in Francia e 42% in Belgio) i servizi alle imprese (il 15% in media, ma il 26% in Francia e l'8% in Belgio).

Per quel che riguarda il destinatario (tavola 18) si lavora prevalentemente per il consumatore finale (il 76% in media, ma l'83% in Belgio, l'88% in Gran Bretagna e solo il 59% in Francia, dove un buon 26% lavora per aziende locali) e, infine, come c'è da aspettarsi si lavora prevalentemente (tavola 19) su specifica del cliente (l'82% in media, che sale fino all'83% in Belgio ed all'84% in Francia, ma è pari al solo 77% in Gran Bretagna).

Il 75% circa di queste imprese non affida ad altre imprese fasi di lavorazione (tavola 20), date le dimensioni e le tipologie che abbiamo finora visto. Ma tale valore medio sale fino all'85% in Belgio ed al 93% in Gran Bretagna, mentre scende al 50% per la Francia. Qui troviamo che i referenti principali di queste esternalizzazioni sono altre imprese italiane per il 23% ed altre imprese nazionali per il 16%.

Nelle tavole 21 22 23 e 24 possiamo quindi vedere in sintesi e poi per ciascuno Stato la ripartizione per fasce di fatturato delle aziende comprese nei diversi settori economici: i due casi estremi sono il commercio al dettaglio in cui il 71% delle imprese si colloca nella fascia di fatturato più bassa seguita dalla ristorazione, dall'artigianato e dai servizi con il 61%, il 55,4% ed il 53,8% rispettivamente delle imprese collocate nella stessa fascia) e il commercio all'ingrosso import export in cui il 37% si colloca nella fascia di fatturato più alta. Ma naturalmente questi valori medi si distribuiscono diversamente nei differenti paesi. In Belgio ad esempio il commercio al dettaglio si colloca nella fascia più bassa per oltre il 76% dei casi, seguito dalla ristorazione e dai servizi che si collocano al 72-73%,

dall'artigianato per il 51% e dall'edilizia per il 40%. Non prendiamo in considerazione i troppo pochi numerosi casi dell'industria. Complessivamente in questo paese le imprese si collocano per il 61% nella fascia di fatturato più bassa, mentre è il commercio all'ingrosso e l'import export che si colloca ai vertici del fatturato con una punta superiore al 27%.

In Francia al contrario non c'è nessun settore specifico che si colloca prevalentemente nella fascia di fatturato più bassa, mentre il commercio al dettaglio l'edilizia e i servizi si collocano tutti per il 40% circa in questa fascia - in cui rientra appena il 28% di tutte le imprese - comprendendo appena il 30% dell'artigianato e soltanto il 16% della ristorazione. Viceversa nella fascia più alta oltre i 5 miliardi si colloca maggioritariamente soltanto il commercio all'ingrosso import export che vi è presente per il 52%. Tutti gli altri settori che vi compaiono lo fanno per il 5-6% e soltanto i servizi raggiungono un considerevole 13%. Lo stesso settore industriale che qui ha un peso maggiore che negli altri paesi considerati si colloca per l'80% nella fascia 2500-5000 milioni e la ristorazione e l'artigianato si collocano per il 54% e il 61% rispettivamente nei settori di fascia medi bassa. In Gran Bretagna infine troviamo forse le condizioni più difficili per le piccole imprese create dall'emigrazione: il 73% di esse si colloca nella fascia di fatturato più bassa e un altro consistente 17% in quella immediatamente seguente, coprendo così il 90% quasi di tutte le imprese. Ma per alcuni settori le condizioni sono ancora più dure di queste medie: l'artigianato si colloca per il 100% in questa fascia più bassa, mentre il commercio al dettaglio vi si colloca per il 83% seguito dalla ristorazione e dai servizi (75% e 71% rispettivamente).

Meno dure le condizioni solo per il commercio all'ingrosso di import export che si colloca in questa fascia per il solo 16%, collocandosi per il 33% nella fascia di fatturato più alta.

Tavole statistiche**Tavola 1 Ripartizione per Stato di appartenenza**

Stato	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Belgio	1	250	33,3	33,3	33,3
Francia	2	250	33,3	33,3	66,7
Gran Bretagna	3	250	33,3	33,3	100,0
	colonna	750	100,0	100,0	
Risposte valide	750	Mancate risposte	0		

Tavola 2 Sede legale

	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	40	5,3	5,3	5,3
Bruxelles	101	40	5,3	5,3	10,7
altra sede B	102	170	22,7	22,7	33,3
Parigi	201	180	24,0	24,0	57,3
altra sede F	202	70	9,3	9,3	66,7
Londra	301	210	28,0	28,0	94,7
altra sede GB	302	40	5,3	5,3	100,0
	colonna	750	100,0	100,0	
Risposte valide	750	Mancate risposte	0		

Tavola 3 Anno di costituzione

ANNO	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
1,00		17	26	43	86
prima del 1965		6,8	10,5	18,4	11,7
2,00		29	20	28	77
1966-73		11,6	8,1	12,0	10,5
3,00		51	44	35	130
1974-81		20,4	17,7	15,0	17,8
4,00		82	73	62	217
1982-90		32,8	29,4	26,5	29,6
5,00		71	85	66	222
dopo il 1991		28,4	34,3	28,2	30,3
Totale di colonna		250 34,2	248 33,9	234 32,0	732 100,0

Mancate risposte: 18

Tavola 4 Forma in cui l'azienda è stata costituita

AZSTAT	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
Fondata	1	168 67,2	192 76,8	161 65,2	521 69,7
Acquistata	2	59 23,6	21 8,4	77 31,2	157 21,0
Ereditata	3	19 7,6	20 8,0	8 3,2	47 6,3
Altro	4	4 1,6	17 6,8	1 ,4	22 2,9
Totale di colonna		250 33,5	250 33,5	247 33,1	747 100,0

Mancate risposte: 3

Tavola 5 Forma societaria

FORMASOC	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
SPA	1	40 16,0	110 44,0	166 70,3	316 42,9
Ditta individual	2	74 29,6	103 41,2	60 25,4	237 32,2
SRL	3	111 44,4	24 9,6	4 1,7	139 18,9
altro	4	25 10,0	13 5,2	6 2,5	44 6,0
Totale di colonna		250 34,0	250 34,0	236 32,1	736 100,0

Mancate risposte: 14

Tavola 6 Settore prevalente

SETPR1	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
artigianato	1	33 13,2	24 9,6	17 7,2	74 10,0
commercio al det	2	92 36,8	28 11,2	28 11,8	148 20,1
comm ing imp-exp	3	29 11,6	23 9,2	13 5,5	65 8,8
edilizia	4	20 8,0	33 13,2		53 7,2
industria	5	4 1,6	19 7,6	2 ,8	25 3,4
ristorazione	7	40 16,0	37 14,8	149 62,9	226 30,7
servizi	8	32 12,8	86 34,4	28 11,8	146 19,8
Totale di colonna		250 33,9	250 33,9	237 32,2	737 100,0

Mancate risposte: 13

Tavola 7a Prodotti e servizi

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
PROESER					
	1	12	3	7	22
Abbigl/calz.		4,8	1,2	3,3	3,1
	2	96	56	183	335
Alimentari e vin		38,4	22,4	85,9	47,0
	5	12	4		16
prod e cons elet		4,8	1,6		2,2
	6	3	3		6
contabilià e con		1,2	1,2		,8
	8	1	16		17
ass. san e giur		,4	6,4		2,4
	9	1	3	3	7
Servizi Alloggi		,4	1,2	1,4	1,0
	10	2	3		5
fiori e piante		,8	1,2		,7
	11	2			2
gioielleria		,8			,3
	12	38	56		94
lav edili elet g		15,2	22,4		13,2
	14	25	9		34
vend e ripar au		10,0	3,6		4,8

(continua)

Tavola 7b Prodotti e servizi

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
PROESER					
	15	4	11		15
mobili ed elett		1,6	4,4		2,1
	16	4	29		33
oggetti vari		1,6	11,6		4,6
	17	19	5	7	31
parrucchiere /la		7,6	2,0	3,3	4,3
	23	7			7
prod petr e mat		2,8			1,0
	25	12			12
Editoria videoca		4,8			1,7
	27			2	2
ripar radio tv				,9	,3
	31	1	7		8
pittura, musica		,4	2,8		1,1
	32		9		9
traduz e corsi i			3,6		1,3
	36	1			1
foto grafica, pu		,4			,1
	37	4	14	3	21
viaggi		1,6	5,6	1,4	2,9
	120	1			1
trasporto person		,4			,1
	313	5	22	8	35
altro		2,0	8,8	3,8	4,9
Totale di colonna		250 35,1	250 35,1	213 29,9	713 100,0

Mancate risposte: 37

Tavola 8 Sede operativa

SEDEOP	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
Centro	1	124 49,6	138 55,2	158 63,7	420 56,1
Isola pedonale	2	6 2,4		4 1,6	10 1,3
Periferia	3	81 32,4	89 35,6	73 29,4	243 32,5
Fuori città	4	15 6,0	15 6,0	6 2,4	36 4,8
Centro comm.	5	24 9,6	2 ,8	2 ,8	28 3,7
Altro	6		6 2,4	5 2,0	11 1,5
Totale di colonna		250 33,4	250 33,4	248 33,2	748 100,0

Mancate risposte: 2

Tavola 9 Proprietà dell'impresa

PROPRIMP	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
Titolare	1	241 96,4	179 71,6	157 68,0	577 78,9
Familiari	2	3 1,2	21 8,4	47 20,3	71 9,7
Altri soci	3	1 ,4	31 12,4	25 10,8	57 7,8
Altro	4	5 2,0	19 7,6	2 ,9	26 3,6
Totale di colonna		250 34,2	250 34,2	231 31,6	731 100,0

Mancate risposte: 19

Tavola 10 Numero familiari coinvolti nell'impresa

Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
	Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
NUMFAMIL				
1	35 61,4	7 25,0	13 25,5	55 40,4
2	17 29,8	13 46,4	16 31,4	46 33,8
3	5 8,8	8 28,6	6 11,8	19 14,0
4 o più			16 31,4	16 11,8
Totale di colonna	57 41,9	28 20,6	51 37,5	136 100,0

Mancate risposte: 614

Tavola 11 Numero altri soci

Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
	Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
NUMALSO				
1	15 50,0	6 15,8	9 26,5	30 29,4
2	8 26,7	13 34,2	16 47,1	37 36,3
3	4 13,3	11 28,9	8 23,5	23 22,5
4 - 7	3 10,0	6 15,8	1 2,9	10 9,8
10 o più		2 5,3		2 2,0
Totale di colonna	30 29,4	38 37,3	34 33,3	102 100,0

Mancate risposte: 648

Tavola 12 Numero addetti

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
ADDETTI					
da 1 a 5	1	181 77,4	112 62,6	100 45,0	393 61,9
da 6 a 10	2	27 11,5	40 22,3	79 35,6	146 23,0
da 11 a 25	3	22 9,4	14 7,8	35 15,8	71 11,2
oltre 25	4	4 1,7	13 7,3	8 3,6	25 3,9
Totale di colonna		234 36,9	179 28,2	222 35,0	635 100,0

Mancate risposte: 115

Tavola 13 Fatturato annuo

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
FATTUR					
Fino a 500 mil	1	153 61,2	49 28,2	65 74,7	267 52,3
501 - 2500 mil	2	58 23,2	60 34,5	15 17,2	133 26,0
2501 -5000 mil	3	22 8,8	43 24,7	2 2,3	67 13,1
oltre 5000 mil	4	17 6,8	22 12,6	5 5,7	44 8,6
Totale di colonna		250 48,9	174 34,1	87 17,0	511 100,0

Mancate risposte: 239

Tavola 14 Mercato prevalente

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
MERPRE					
Locale	1	163 65,2	171 68,4	205 86,9	539 73,2
Regionale/stata	2	23 9,2	19 7,6	7 3,0	49 6,7
Nazionale	3	62 24,8	26 10,4	10 4,2	98 13,3
Eestero	4	2 ,8	34 13,6	9 3,8	45 6,1
naz ed estero	6			5 2,1	5 ,7
Totale di colonna		250 34,0	250 34,0	236 32,1	736 100,0

Mancate risposte: 14

Tavola 15 Presenza sul mercato italiano

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
MERIT					
sì	1	35 14,0	49 19,6	5 2,6	89 12,9
no	2	215 86,0	201 80,4	184 97,4	600 87,1
Totale di colonna		250 36,3	250 36,3	189 27,4	689 100,0

Mancate risposte: 61

Tavola 16 Percentuale di fatturato sul mercato italiano

		STATO			
Numero		Belgio	Francia	Gran Bre	Totale
Pct	Col			tagna	
		1	2	3	di riga
PERMER2					
	1,00	4	6	1	11
meno del 10%		36,4	23,1	50,0	28,2
	2,00	2	5	1	8
11-40%		18,2	19,2	50,0	20,5
	3,00	3	8		11
41-70%		27,3	30,8		28,2
	4,00	2	7		9
75% e oltre		18,2	26,9		23,1
Totale di		11	26	2	39
colonna		28,2	66,7	5,1	100,0

Mancate risposte: 711

Tavola 17 Lavorazioni che si eseguono

SIESEG		STATO			Stato
Numero		Belgio	Francia	Gran Bre	Totale
Pct	Col			tagna	
		1	2	3	di riga
SIESEG					
	1	13	81	39	133
Lav manuali		5,2	32,4	16,0	17,9
	2	5	11	5	21
Lav artistiche		2,0	4,4	2,1	2,8
	3	2	2	4	8
Lav. standard		,8	,8	1,6	1,1
	4	6			6
Lav. differenz		2,4			,8
	5	95	66	114	275
servizi a person		38,0	26,4	46,9	37,0
	6	22	66	25	113
servizi a impres		8,8	26,4	10,3	15,2
	9	107	18	55	180
commercio		42,8	7,2	22,6	24,2
	10		6	1	7
altro			2,4	,4	,9
Totale di		250	250	243	743
colonna		33,6	33,6	32,7	100,0

Mancate risposte: 7

Tavola 18 Si lavora prevalentemente per

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
LAVPRE2					
imp.locali	1	37 14,9	66 26,4	23 9,5	126 17,1
imp. estere	2	2 ,8	16 6,4	3 1,2	21 2,8
imp. ital nel pa	3	3 1,2	20 8,0	2 ,8	25 3,4
consumatore	4	206 83,1	148 59,2	213 88,4	567 76,7
Totale di colonna		248 33,6	250 33,8	241 32,6	739 100,0

Mancate risposte: 11

Tavola 19 Si eseguono lavorazioni in prevalenza su:

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio 1	Francia 2	Gran Bre tagna 3	
LAVPRE					
comm standard	1	2 ,8	11 4,4	29 15,5	42 6,1
comm c/terzi	2	3 1,2	22 8,8	4 2,1	29 4,2
specifica clie	3	207 83,1	211 84,4	145 77,5	563 82,1
Per magazzino	4	26 10,4	2 ,8	3 1,6	31 4,5
comm c/t e spec	5	11 4,4	4 1,6	6 3,2	21 3,1
Totale di colonna		249 36,3	250 36,4	187 27,3	686 100,0

Mancate risposte: 64

Tavola 20 Fasi di lavorazione ad altre imprese

	Numero Pct Col	STATO			Totale di riga
		Belgio	Francia	Gran Bre tagna	
		1	2	3	
FASALT					
	1	24	42	4	70
Si, nazionali		9,7	16,8	1,8	9,8
	2	5	12	2	19
si estere		2,0	4,8	,9	2,6
	3		59	5	64
si italiane			23,6	2,3	8,9
	4	5	11	3	19
si italiane in B		2,0	4,4	1,4	2,6
	5	214	126	204	544
No		86,3	50,4	93,2	75,9
	6			1	1
si varie				,5	,1
Totale di colonna		248 34,6	250 34,9	219 30,5	717 100,0

Mancate risposte: 33

Tavola 21 Fatturato annuo ripartito per settore prevalente

Numero Pct Col	FATTUR				Totale di riga
	Fino a 5 00 mil	501 - 2 500 mil	2501 -5 000 mil	oltre 50 00 mil	
	1	2	3	4	
SETPR1					
1	31	19	5	1	56
artigianato	11,7	14,3	7,5	2,3	11,0
2	88	23	6	6	123
commercio al det	33,3	17,3	9,0	13,6	24,2
3	4	16	15	21	56
comm ing imp-exp	1,5	12,0	22,4	47,7	11,0
4	17	14	8	3	42
edilizia	6,4	10,5	11,9	6,8	8,3
5	3	2	13	2	20
industria	1,1	1,5	19,4	4,5	3,9
7	64	32	9		105
ristorazione	24,2	24,1	13,4		20,7
8	57	27	11	11	106
servizi	21,6	20,3	16,4	25,0	20,9
Totale di	264	133	67	44	508
colonna	52,0	26,2	13,2	8,7	100,0

Coefficiente di contingenza
,50661Significatività
,00000

Mancate risposte: 242

Tavola 22 Fatturato annuo ripartito per settore prevalente

Belgio

SETPRI	Numero Pct Col	FATTUR				Totale di riga
		Fino a 5 00 mil	501 - 2 500 mil	2501 -5 000 mil	oltre 50 00 mil	
		1	2	3	4	
artigianato	1	17 11,1	11 19,0	4 18,2	1 5,9	33 13,2
commercio al det	2	70 45,8	14 24,1	4 18,2	4 23,5	92 36,8
comm ing imp-exp	3	3 2,0	11 19,0	7 31,8	8 47,1	29 11,6
edilizia	4	8 5,2	8 13,8	2 9,1	2 11,8	20 8,0
industria	5	3 2,0		1 4,5		4 1,6
ristorazione	7	29 19,0	9 15,5	2 9,1		40 16,0
servizi	8	23 15,0	5 8,6	2 9,1	2 11,8	32 12,8
Totale di colonna		153 61,2	58 23,2	22 8,8	17 6,8	250 100,0

Coefficiente di contingenza
,46461Significatività
,00000

Mancate risposte: 0

Tavola 23 Fatturato annuo ripartito per settore prevalente

Francia

SETPRI	Numero Pct Col	FATTUR				Totale di riga
		Fino a 5 00 mil	501 - 2 500 mil	2501 -5 000 mil	oltre 50 00 mil	
		1	2	3	4	
artigianato	1	4 8,2	8 13,3	1 2,3		13 7,5
commercio al det	2	8 16,3	8 13,3	2 4,7	1 4,5	19 10,9
comm ing imp-exp	3		3 5,0	7 16,3	11 50,0	21 12,1
edilizia	4	9 18,4	6 10,0	6 14,0	1 4,5	22 12,6
industria	5		2 3,3	12 27,9	1 4,5	15 8,6
ristorazione	7	4 8,2	13 21,7	7 16,3		24 13,8
servizi	8	24 49,0	20 33,3	8 18,6	8 36,4	60 34,5
Totale di colonna		49 28,2	60 34,5	43 24,7	22 12,6	174 100,0

Coefficiente di contingenza
,57599

Significatività
,00000

Mancate risposte: 76

Tavola 24 Fatturato annuo ripartito per settore prevalente

Gran Bretagna

SETPR1	Numero Pct Col	FATTUR				Totale di riga
		Fino a 5 00 mil	501 - 2 500 mil	2501 -5 000 mil	oltre 50 00 mil	
		1	2	3	4	
artigianato	1	10 16,1				10 11,9
commercio al det	2	10 16,1	1 6,7		1 20,0	12 14,3
comm ing imp-exp	3	1 1,6	2 13,3	1 50,0	2 40,0	6 7,1
industria	5				1 20,0	1 1,2
ristorazione	7	31 50,0	10 66,7			41 48,8
servizi	8	10 16,1	2 13,3	1 50,0	1 20,0	14 16,7
Totale di colonna		62 73,8	15 17,9	2 2,4	5 6,0	84 100,0

Coefficiente di contingenza
,57988Significatività
,00018

Mancate risposte: 242

