

LE AZIENDE OPERANTI NEL SETTORE DELLA MODA

Comune: San Giorgio a Cremano

Obiettivo della ricerca

Obiettivo della ricerca è l'individuazione e lo studio delle caratteristiche strutturali e dimensionali delle aziende campane operanti nel settore della moda.

I dati a disposizione riguardano un campione di 298 aziende operanti in Campania, i dati relativi al comune di San Giorgio a Cremano riguarda l'analisi esaustiva di 20 aziende operanti nel comune, e derivanti da un questionario strutturato in cinque sezioni con il quale sono state rilevate informazioni riguardanti:

1. Le caratteristiche principali delle imprese, con particolare riferimento alle modalità di svolgimento del processo produttivo
2. I rapporti delle aziende con l'ambiente (clienti, fornitori, mercati, ecc.)
3. La forza lavoro ed i fabbisogni forniti
4. Le strategie di sviluppo
5. I fabbisogni finanziari

I dati provenienti dal questionario sono stati opportunamente ricodificati, al fine di semplificare la loro struttura per migliorare la qualità dei risultati dell'analisi statistica. In particolare, si è proceduto ad accorpamenti di modalità ed aggregazioni di variabili, all'imputazione, ove possibile, di valori mancanti attraverso metodi statistici multivariati (regressione multipla con selezione dei predittori per passi (stepwise)), ed alla riponderazione di valori numerici risultanti incoerenti con il contenuto della domanda da cui provenivano.

Allo stato attuale dell'analisi, sono state effettuate alcune statistiche descrittive al fine di evidenziare le caratteristiche strutturali delle aziende oggetto d'indagine e valutare la coerenza interna dei dati.

I risultati della ricerca

Le caratteristiche principali delle aziende incluse nel campione

In questa sezione si commentano le distribuzioni semplici di frequenza relative alle variabili incluse nel questionario. Da esse, si intende trarre un quadro di sintesi delle principali caratteristiche delle imprese incluse nel campione, i cui dati sono stati poi analizzati a fondo attraverso metodi di analisi multivariata al fine di individuare particolari tipologie.

Alcune variabili derivanti da domande del questionario che prevedevano un ampio ventaglio di risposte sono state opportunamente ricodificate in modo tale da migliorare la loro capacità informativa.

Nel seguito il commento alle distribuzioni di frequenza è effettuato riprendendo le diverse sezioni del questionario. Il campione considerato ha numerosità 298, ma per ragioni di praticità si commenteranno principalmente i valori percentuali. Inoltre, per alcuni quesiti si è registrata una consistente caduta di risposte, per cui nelle distribuzioni di frequenza sono state riportate per motivi di completezza anche le percentuali relative alle mancate risposte. Oltre all'analisi generale sono riportati i dati relativi al comune, che rappresentano l'14,9% del totale delle interviste.

Informazioni generali sulle aziende

Il campione di aziende analizzato è costituito principalmente da ditte individuali (36,6%) oppure s.r.l. (31,9%). La società per azioni è presente solo in 9 aziende (costituenti circa il 3% del campione). Per quanto riguarda invece San Giorgio, il 60,0% sono ditte individuali, il 15,0% sas e al 25,0% per le Srl.

Per il quesito 1.2 riguardante l'evoluzione del fatturato nell'ultimo triennio si sono registrate risposte contrastanti: per il 44% delle aziende considerate il fatturato si mantiene stazionario, per il

29,9% si è registrato un incremento mentre per 20,5% si è avuto un decremento. I dati relativi a San Giorgio sono relativamente 25,0% di incremento, 15,0% di decremento e il 55,0% stazionario.

Le risposte fornite al quesito 1.3 del questionario, relativo all'attività svolta in prevalenza dall'azienda, sono state ricondotte a 4 categorie principali: Abbigliamento-Confezioni (attività svolta dal 55% delle aziende considerate), Accessori (5,7%), Calzaturificio (28,5%), Pelletteria (7%) e Tessile (3,7%). Le percentuali variano invece per San Giorgio nell'ordine di: Abbigliamento-Confezioni 45,0%, Accessori (20,0%), Calzaturificio (20,0%), Pelletteria (15,0%).

Inoltre, le modalità delle variabili derivanti dalla domanda 1.5, essendo relative a caratteri quantitativi continui, sono state opportunamente raggruppate in tre classi di modalità. In questo quesito si chiedevano informazioni circa le quantità prodotte: ebbene, la maggioranza relativa del campione produce da 100 a 300 pezzi al giorno (27,5%), oltre 30.000 pezzi in una stagione lavorativa (23,5) ed oltre 100.000 pezzi in un anno (30,5%).

Relativamente al tipo di produzione realizzata (domanda 1.6), è quasi simile e raggiunge quasi il 40% la percentuale di aziende che opera sia per il prodotto "pronto-moda" che per quello "programmato", mentre il restante 20% delle aziende realizza entrambi i tipi di produzione.

Il quesito 1.7 riguardava alcuni aspetti organizzativi delle aziende considerate: si chiedevano infatti, informazioni riguardanti l'organigramma macro, relativamente a tre tipi di processi: a) processi interni confezione/tessuti, b) processi interni per la realizzazione di calzature, c) processi interni per la pelletteria. Le possibili modalità di risposta erano cinque: Stile/Campionario, Modelli/Progettazione, Taglio, Confezione, e Stiro finisaggi. Questo quesito prevedeva diverse modalità di risposta, ottenute scegliendo simultaneamente più tipi di organigramma. Sono state prodotte 3 distribuzioni di frequenza, relative ai tre tipi di organigramma. Significativa è la percentuale di aziende che si organizza ispirandosi a tutti i 5 tipi di organigramma macro previsti. Tale percentuale è pari al 20,8% per il processi riguardanti confezioni/tessuti, al 14,4% per quelli riguardanti le calzature ed al 7,7% per quelli riguardanti la pelletteria.

Il quesito 1.8 riguardava il tipo di tecnologia: gli strumenti più utilizzati sono quelli di tipo meccanico (69%), seguono quelli manuali (45,3%), quelli informatici (18,1%), quelli elettronici (16,4%) e quelli cad-cam (6%).

Riguardo al tipo di controlli realizzati (domanda 1.9), il 95% delle aziende considerate realizza controlli interni, mentre il ricorso a controlli esterni avviene solo nell'8,4% dei casi.

Le imprese che lavorano esclusivamente per conto proprio sono il 40,9%, mentre il 56,4% lavora anche per conto di terzi (domanda 1.10). Nell'ambito di San Giorgio si nota una prevalente propensione a lavorare per conto proprio.

Inoltre si tratta in prevalenza di imprese monomarchio (43,6%, come risulta dalla domanda 1.11 e per San Giorgio sale fino al 80,0%) che nel 36,6% dei casi destina a propria produzione al mercato regionale. Le imprese che destinano più della metà dei prodotti al mercato nazionale sono il 21,5%, quelle che destinano più del 25% dei prodotti al mercato comunitario sono il 5,7%, mentre quelle che destinano la stessa quota ad altri mercati sono il 3% (domanda 1.13).

Relativamente al tipo di canali di distribuzione (domanda 1.14), si sono registrate le seguenti percentuali: dettaglio (38,6%), ingrosso (69,5%), catene di negozi (20,8%), grande distribuzione organizzata (11,1%), franchising (4%), commercio elettronico (1%), centri vendita all'ingrosso (6,7%), come risulta dalle risposte al quesito 1.14.

La commercializzazione dei prodotti (domanda 1.15) avviene prevalentemente con strutture interne (56%), mentre in prevalenza (20,1%) le aziende considerate hanno tre i 10 ed i 20 clienti consolidati.

Rapporto con l'ambiente

Questa sezione del questionario si apre con un quesito riguardante i fattori critici di successo nel proprio settore di attività (dom. 2.1). Erano possibili 3 diverse risposte che dovevano esser fornite rispettando un ordine di priorità. Il fattore più importante è sicuramente la qualità del prodotto (54,4%), seguito dalla competenza e innovazione (23,8%) e dalla strategia di marketing (6%).

La domanda successiva (2.2) riguardava invece i fattori di crisi o inefficienza nel settore di attività. Erano previste in questo caso due risposte da fornire rispettando un ordine di priorità. Il fattore più importante è risultato la concorrenza (39,3%), seguito dalla competenza e qualità del prodotto (18,8%) e dal contesto ambientale (18,5%).

E' stato inoltre chiesto di indicare i maggiori ostacoli che incontra l'azienda in ambito locale. Erano previste 3 possibili risposte in ordine di priorità (dom. 2.3): l'ostacolo principale è la disponibilità di spazio (32,6%), ma da non trascurare sono la carenza di servizi innovativi (12,8%), la ricerca e la formazione del personale (10,4%) ed i rapporti con la pubblica amministrazione (15,4%).

La forza lavoro e fabbisogni forniti

I quesiti riguardanti la numerosità della forza lavoro (dom. 3.2 – 3.6) ci permettono di capire che le aziende considerate sono in prevalenza piccole aziende. Infatti, il numero di dipendenti stabili, quello di dipendenti stagionali e occasionali, così come il numero di collaboratori esterni e fasonisti è prevalentemente compreso tra zero e nove. I fasonisti con cui si collabora risiedono prevalentemente a Napoli (23,2%), mentre il 2% di essi risiede nella regione Lazio.

La dinamica dell'occupazione nell'ultimo triennio è risultata stazionaria nel 60,4% dei casi, mentre solo nel 23,5% dei casi si è registrata una crescita (dom. 3.7).

Alle domande riguardanti la formazione e riqualificazione del personale, sono state fornite in prevalenza le seguenti risposte: nell'87,2% dei casi nessun occupato ha seguito corsi di formazione negli ultimi 3 anni (dom. 3.8), mentre per San Giorgio questa percentuale sale al 95,0%. Inoltre il 77,9% delle aziende non prevede di riqualificare il personale (dom. 3.9). Nella domanda 3.10 si chiede se è in previsione la riqualificazione del personale nei diversi settori: il 17,8% delle aziende prevede di ricorrere a tale strumento per ciò che riguarda la produzione, il 4,7% per la commercializzazione, il 5% per il personale impiegato nel settore organizzativo, il 3,4% nel settore informatico mentre solo il 2,3% per ciò che concerne il settore marketing e pubblicità. Inoltre solo il

34,9% delle aziende considerate ha in previsione un incremento di occupazione e collaborazione (dom. 3.11).

Riguardo alle modalità di assunzione dei nuovi dipendenti o collaboratori (dom. 3.12), sono state fornite in prevalenza le seguenti risposte: a tempo indeterminato (20,1%), formazione lavoro (10,1%), lavoro interinale (1,7%), collaborazione coordinata e continuativa (1,3%), apprendistato (3,7%), part-time (2,3%).

Nell'81,2% dei casi si ritiene necessario formare le persone da assumere (dom. 3.13), mentre nel 50,3% dei casi i neoassunti erano persone già formate (dom. 3.14). Riguardo al dove e come realizzare la formazione, nell'81,9% dei casi i nuovi assunti vengono formati in azienda (dom. 3.15), utilizzando prevalentemente risorse interne (63,1%).

Sviluppo

La sezione 4 del questionario si apre con un quesito riguardante le strategie di sviluppo seguite dall'azienda negli ultimi 3 anni. Sono state fornite le seguenti risposte: sviluppo delle funzioni commerciali (24,8%), aumento della qualità dei prodotti e spostamento su segmenti di mercato a più alto livello qualitativo (69,8%), forma di collaborazione (anche occasionale) con altre imprese dell'area/distretto (10,1%), intenzione di entrare a far parte di un consorzio (11,7%), decentramento di fasi produttive (2,7%).

Il 29,5% delle aziende ha partecipato a bandi per ottenere finanziamenti agevolati (dom. 4.2), prevalentemente per finanziamenti stanziati in base alla legge 488 (14,1%, dom. 4.3).

Riguardo alla localizzazione delle aziende committenti (dom. 4.4) si sono registrate le seguenti percentuali di risposte: dentro l'area/distretto (59,7%), fuori l'area/distretto (48,7%), in ambito nazionale (41,3%), in ambito comunitario (9,7%), in ambito extracomunitario (4,4%).

Inoltre, l'86,6% delle aziende realizza prodotti finiti (dom. 4.5), mentre per San Giorgio tutte le aziende intervistate realizzano prodotti finiti, ed il 57,4% delle aziende intende affrontare il mercato con un proprio marchio (dom. 4.6) per San Giorgio questa percentuale sale fino all'85,0%.

E' stata inoltre analizzata la capacità delle aziende di far parte o di entrare a far parte di un consorzio. La percentuale di rispondenti che ha dichiarato di aderire ad un consorzio è pari al 14,4% (dom. 4.7), ma il 48% di essi dichiara che la partecipazione al consorzio non ha generato nessun incremento del fatturato. La domanda 4.10, relativa alla disponibilità ad aderire a diverse tipologie di consorzi, ha dato luogo alle seguenti risposte: consorzi per l'acquisto di materie prime (19,1%), per la formazione (13,1%), la commercializzazione (30,2%), la promozione (16,4%).

Gli investimenti in attività di promozione sono risultati nulli nel 57,4% dei casi (dom. 4.11), mentre la disponibilità a far parte di una banca dati che possa agevolare le sinergie e le collaborazioni tra imprese del nord e quelle del sud (dom. 4.13) è risultata pari al 12,1%. Il 67,1% delle aziende ha dichiarato di non aver bisogno di servizi che abitualmente non trova (dom. 4.14), mentre tra coloro che hanno manifestato l'intenzione di cercare nuovi servizi si è optato in prevalenza per la formazione ed innovazione (10,1%), mentre molto elevata è stata la quota dei non rispondenti (77,9%).

La domanda 4.15, relativa alla partecipazione a fiere nell'ultimo anno ha dato luogo alle seguenti risposte: fiere locali (8,1%), fiere regionali (11,1%), fiere nazionali (22,5%), fiere internazionali (11,4%). In prevalenza, il 48% delle aziende considerate ha contattato meno di dieci clienti (dom. 4.16) nell'ultimo anno, per San Giorgio le percentuali passa al 60,0%.

L'ultima domanda della sezione 4, la 4.17, riguardava il tipo di difficoltà incontrate nell'esportare i propri prodotti. Le risposte fornite sono state le seguenti: conoscenza di nuovi clienti (34,2%), conoscenza di mercati potenzialmente interessati (17,1%), individuazione di prodotti idonei ai nuovi mercati (7%), conoscenza linguistica dei paesi dove esportare (7,7%), conoscenza culturale dei paesi in cui si potrebbe esportare (5%), difficoltà ad individuare partner commerciali (16,4%).

Le difficoltà incontrate dalle aziende intervistate nel comprensorio di San Giorgio sono conoscenza di nuovi clienti (40,0%), conoscenza di mercati potenzialmente interessati (70,0%), individuazione di prodotti idonei ai nuovi mercati (60,0%)

Credito

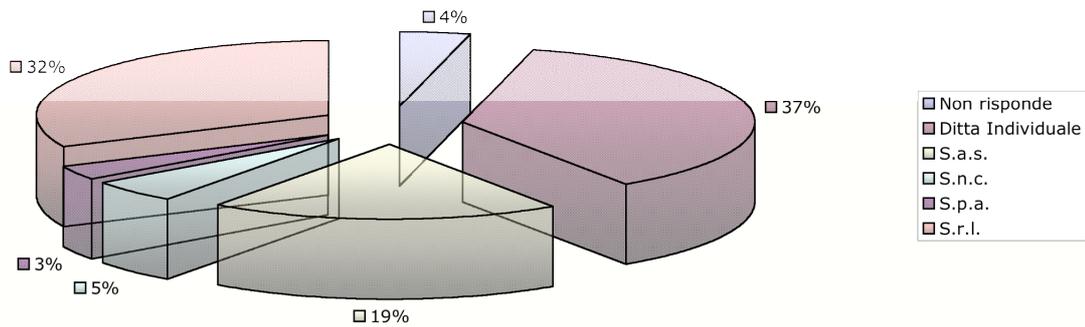
Infine, i principali canali di finanziamento sono risultati (dom. 5.1): banche (81,9%), finanza agevolata (4%), credito agevolato tramite Confederazioni (1,7%), società finanziarie (2,3%). Per le aziende di San Giorgio il principale canale di finanziamento risultano le banche con il 90,0%.

La domanda 5.2, relativa al tipo di consorzio di garanzia utilizzato ha registrato la prevalenza dei consorzi Confidi e Tamarin.

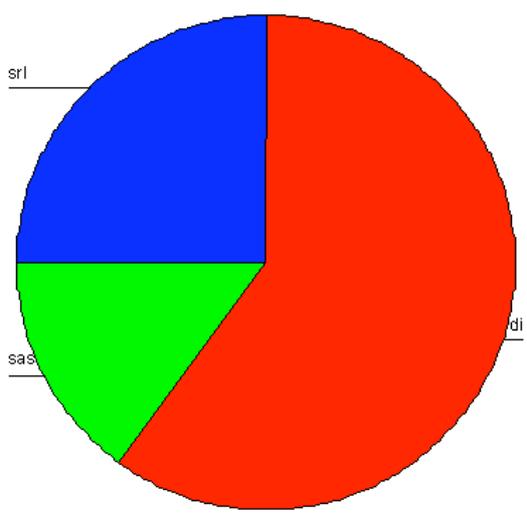
Statistiche descrittive: Tabelle e grafici

Forma Giuridica			
	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Non risponde	12	4,0	4,0
Ditta Individuale	109	36,6	40,6
S.a.s.	58	19,5	60,1
S.n.c.	15	5,0	65,1
S.p.a.	9	3,0	68,1
S.r.l.	95	31,9	100,0
Totale	298	100,0	

Forma Giuridica



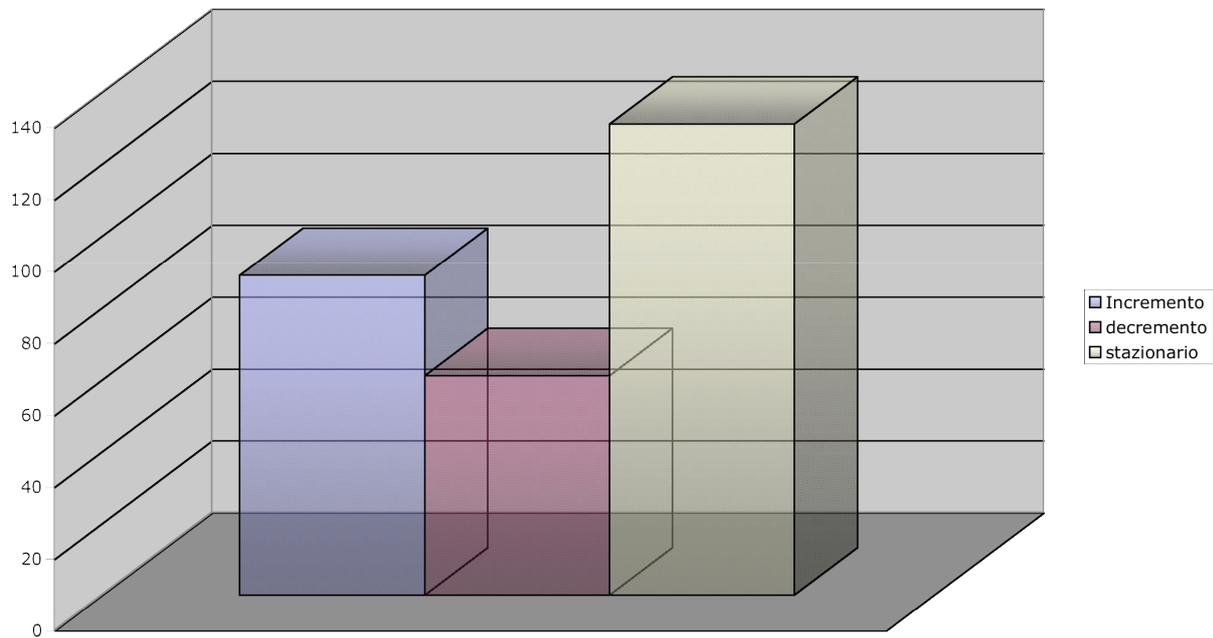
Forma Giuridica (San Giorgio)		Percentuale
Validi	Ditta individuale	60,0
	sas	15,0
	srl	25,0
	Totale	100,0



Evoluzione del fatturato nell'ultimo triennio

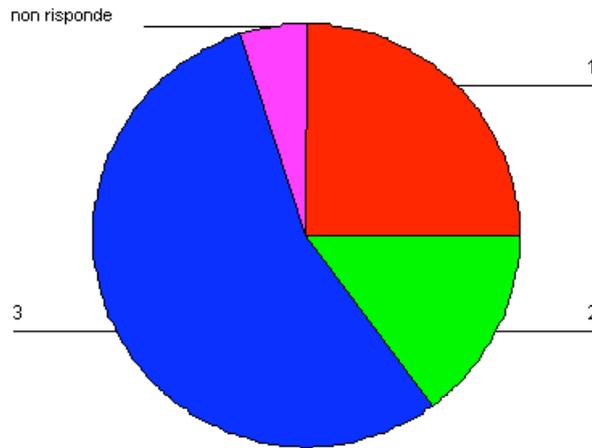
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Incremento	89	29,9	31,7
	decremento	61	20,5	53,4
	stazionario	131	44,0	100,0
	Totale	281	94,3	
Mancanti	Mancante di sistema	17	5,7	
Totale		298	100,0	

Evoluzione del fatturato nell'ultimo triennio



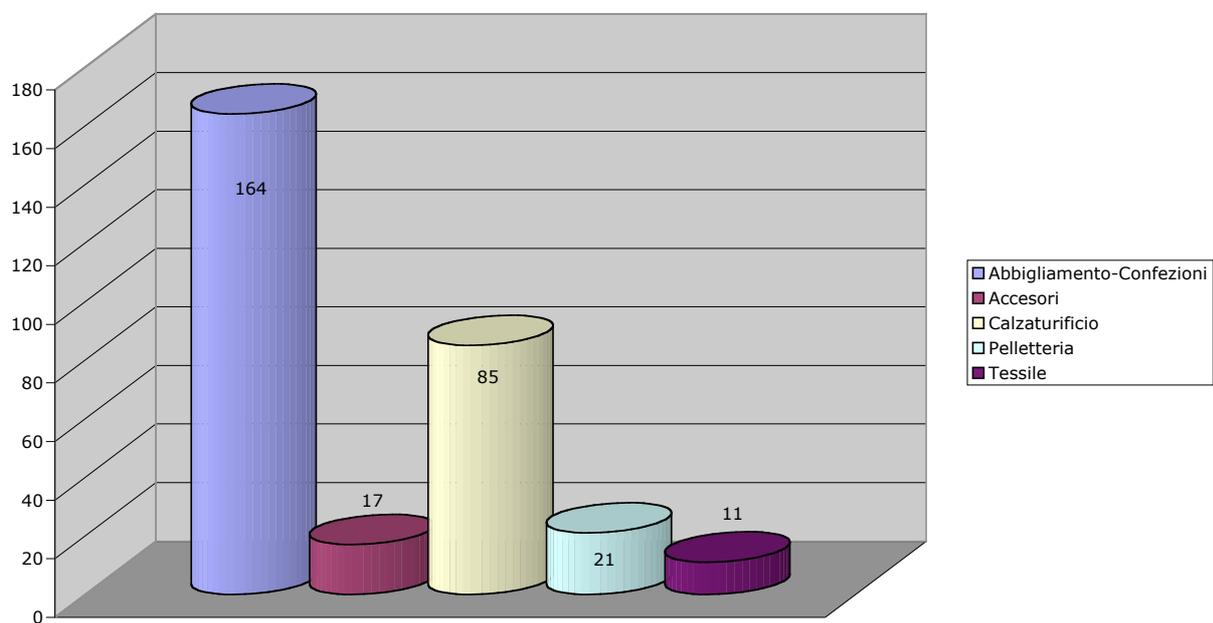
Evoluzione Fatturato (San Giorgio)

		Percentuale
Validi	1 Crescente	25
	2 Decrescente	15
	3 Stazionario	55
	Non risponde	5



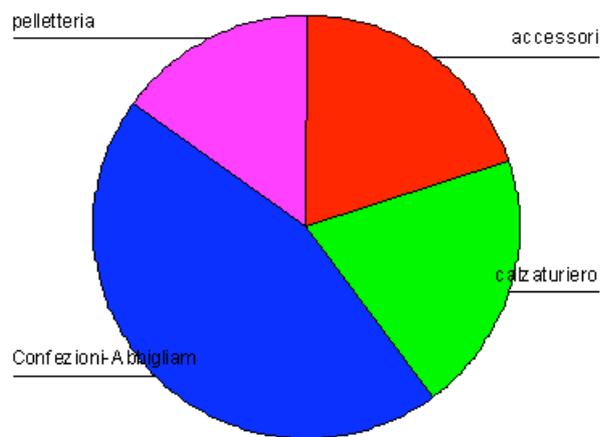
		Attività prevalente		
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Abbigliamento-Confezioni	164	55,0	55,0
	Accessori	17	5,7	60,7
	Calzaturificio	85	28,5	89,3
	Pelletteria	21	7,0	96,3
	Tessile	11	3,7	100,0
	Totale	298	100,0	

Attività prevalente



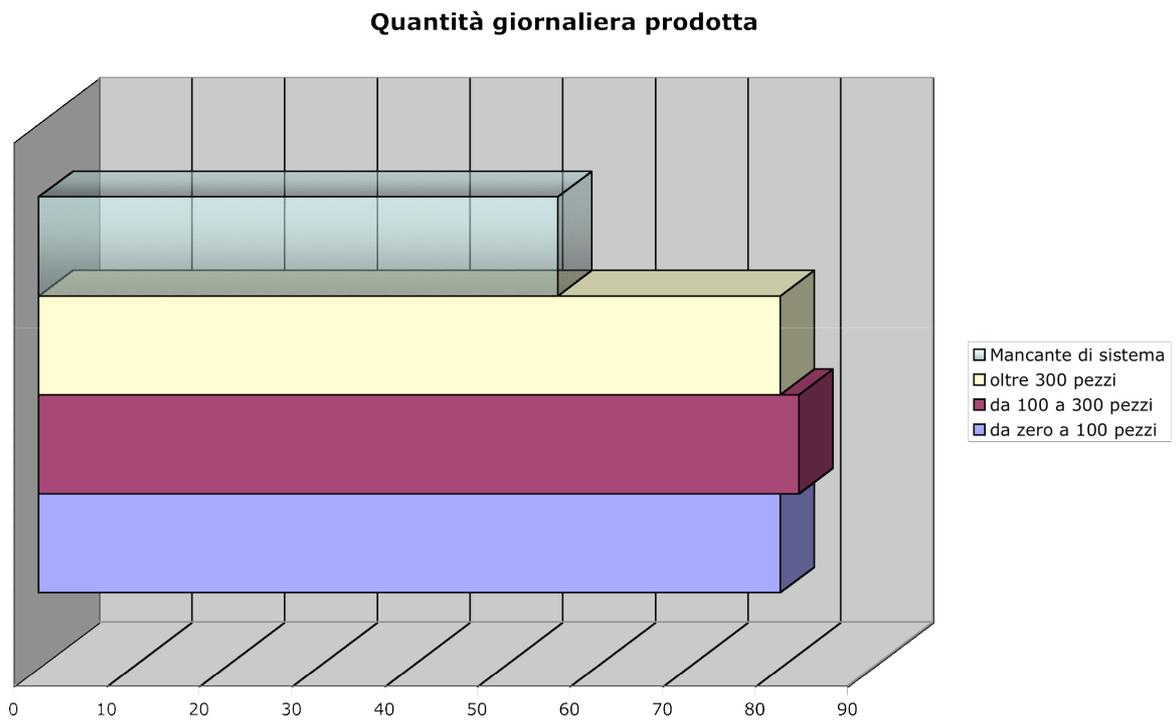
Attività prevalente (San Giorgio)

	Percentuale
Abbigliamento-Confezioni	45
Accesori	20
Calzaturificio	20
Pelletteria	15
Totale	100,0



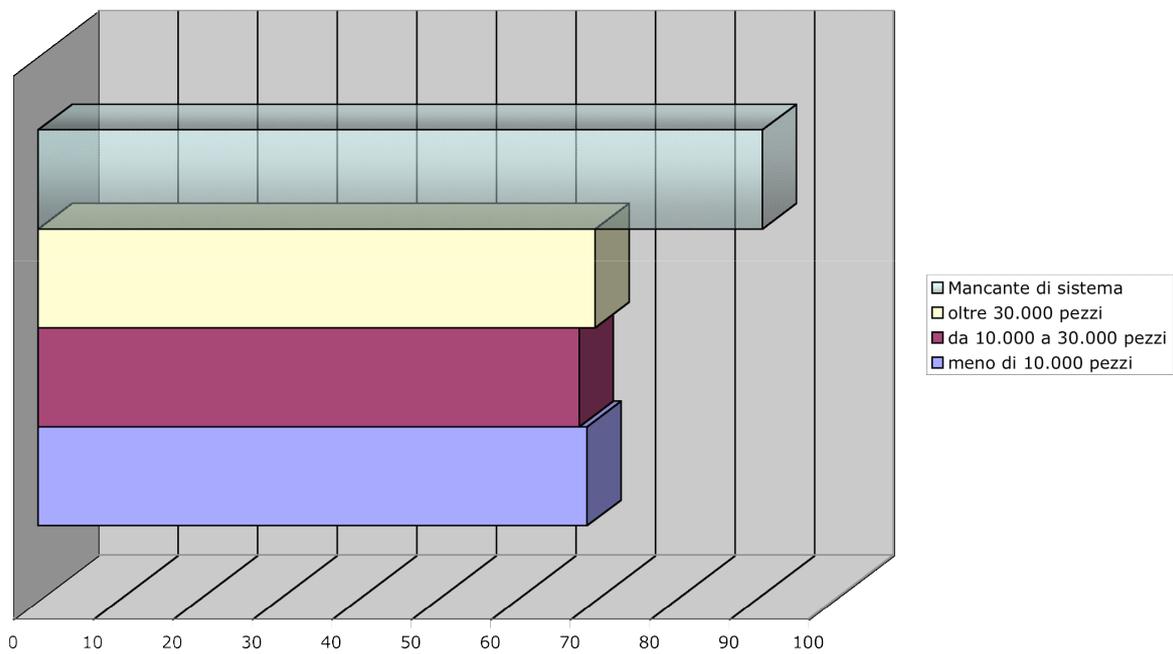
Quantità giornaliera prodotta

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	da zero a 100 pezzi	80	26,8	33,1
	da 100 a 300 pezzi	82	27,5	66,9
	oltre 300 pezzi	80	26,8	100,0
	Totale	242	81,2	
Mancanti	Mancante di sistema	56	18,8	
Totale		298	100,0	



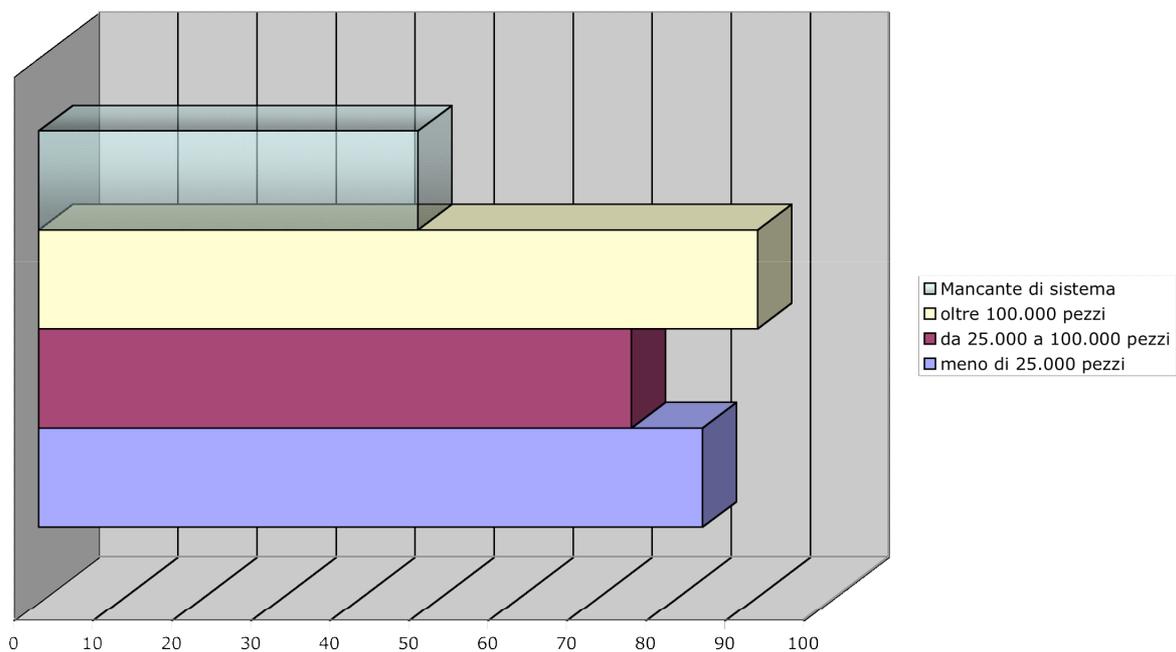
Quantità stagionali prodotte			
		Frequenza	Percentuale
Validi	meno di 10.000 pezzi	69	23,2
	da 10.000 a 30.000 pezzi	68	22,8
	oltre 30.000 pezzi	70	23,5
	Totale	207	69,5
Mancanti	Mancante di sistema	91	30,5
Totale		298	100,0

Quantità stagionali prodotte



		Quantità annue prodotte		
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	meno di 25.000 pezzi	84	28,2	33,6
	da 25.000 a 100.000 pezzi	75	25,2	63,6
	oltre 100.000 pezzi	91	30,5	100,0
	Totale	250	83,9	
Mancanti	Mancante di sistema	48	16,1	
Totale		298	100,0	

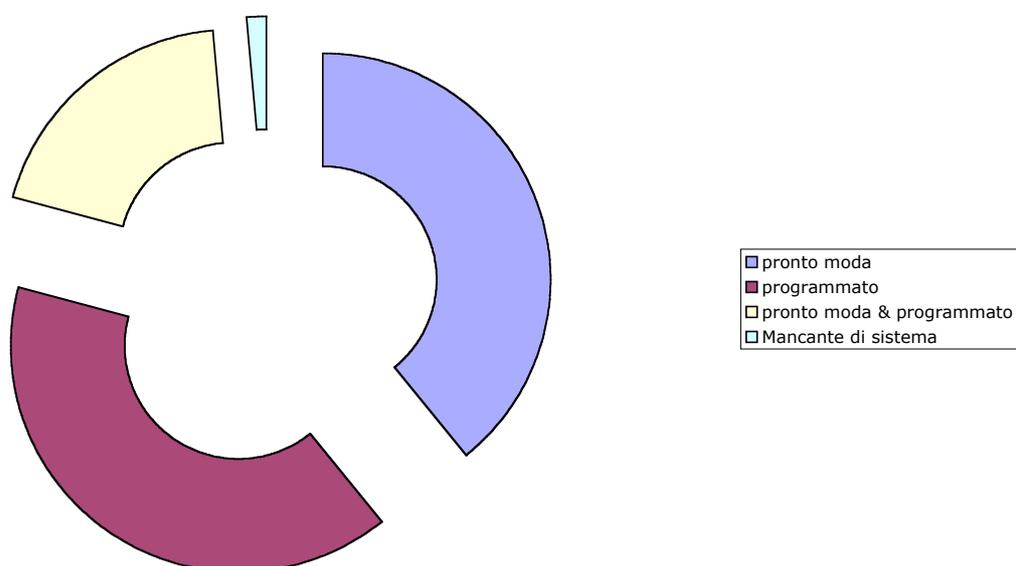
Quantità annue prodotte



Che tipo di produzione realizza

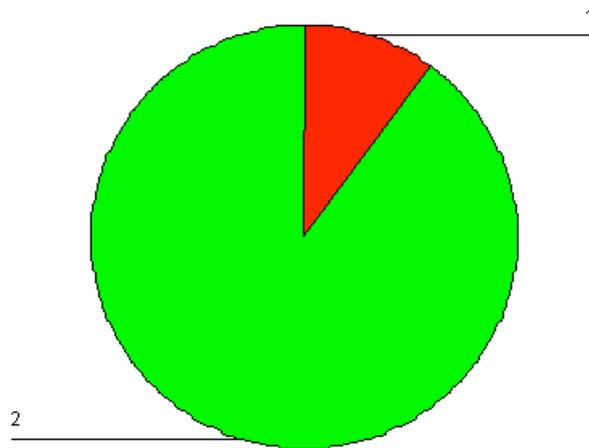
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	pronto moda	117	39,3	39,8
	programmato	119	39,9	80,3
	pronto moda & programmato	58	19,5	100,0
	Totale	294	98,7	
Mancanti	Mancante di sistema	4	1,3	
Totale		298	100,0	

Che tipo di produzione realizza

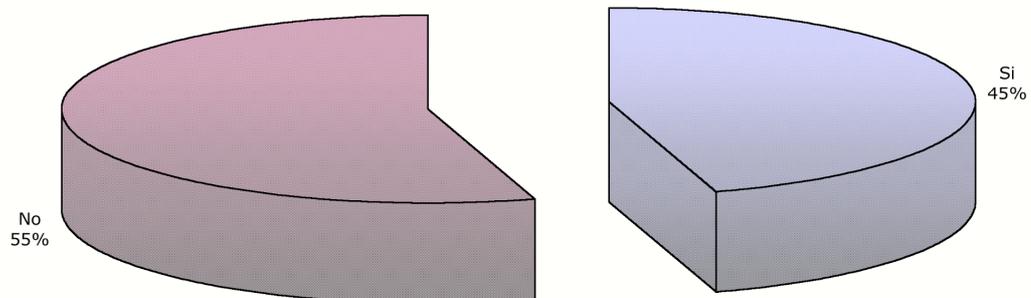


Che tipo di produzione realizza (San Giorgio)

	Percentuale
1 Pronto moda	10
2 Programmata	90
Totale	100,0

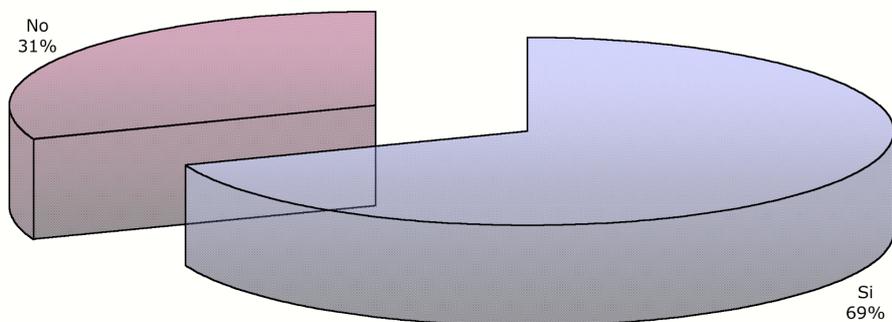


Tecnologie (Tradizionali a prevalente lavoro a mano)



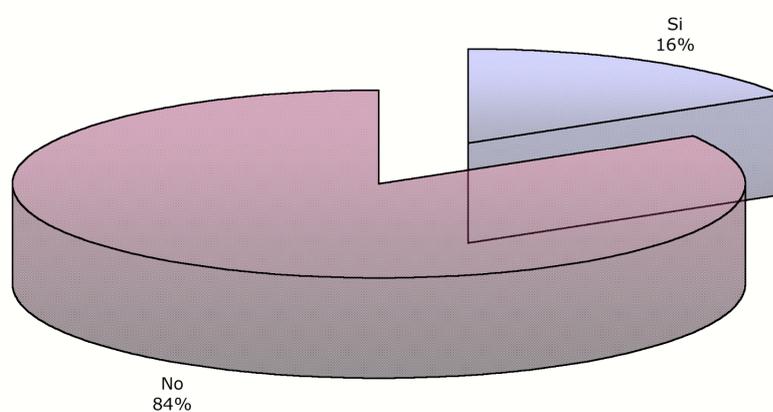
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Si	135	45,3	45,3
	No	163	54,7	100,0
	Totale	298	100,0	

Tecnologie (Tradizionali a prevalente lavoro meccanico)



		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Si	206	69,1	69,1
	No	92	30,9	100,0
	Totale	298	100,0	

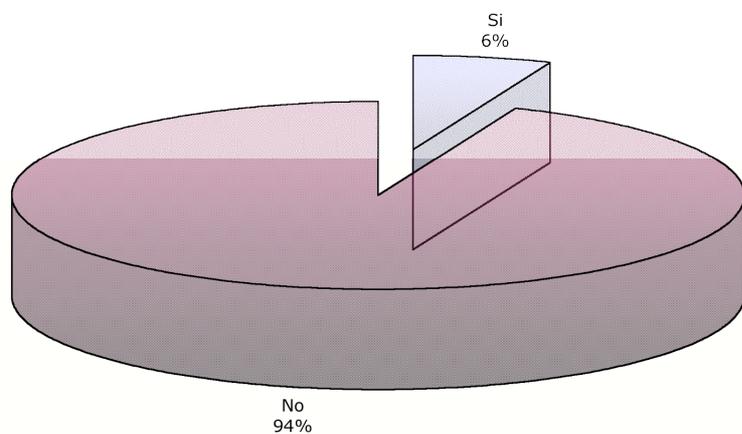
Tecnologie (Tradizionali a prevalente lavoro elettronico)



Tecnologie (Tradizionali a prevalente lavoro elettronico)

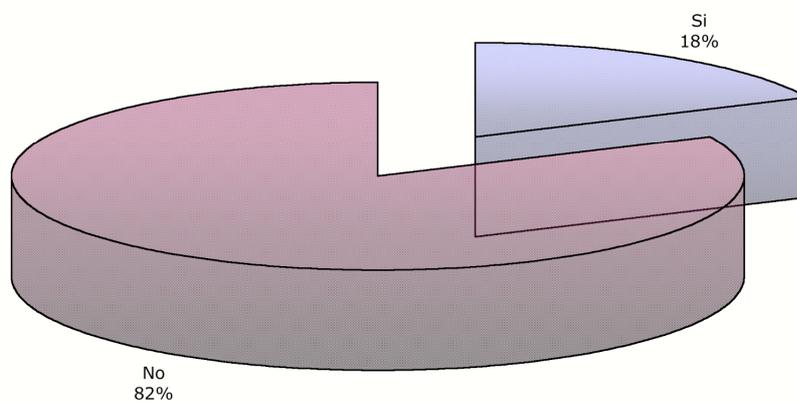
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Si	49	16,4	16,4
	No	249	83,6	100,0
Totale		298	100,0	

Tecnologie (cad cam)



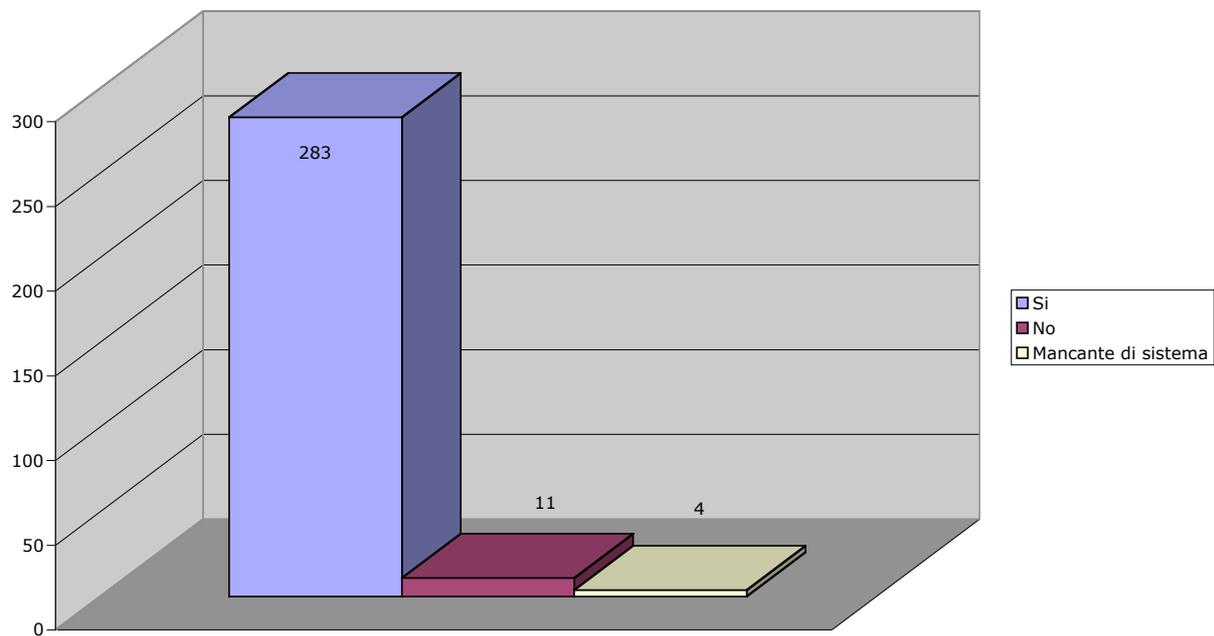
Tecnologie (cad cam)				
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Si	18	6,0	6,0
	No	280	94,0	100,0
	Totale	298	100,0	

Tecnologie (supporti informatici)



		Tecnologie (supporti informatici)		
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Si	54	18,1	18,1
	No	244	81,9	100,0
	Totale	298	100,0	

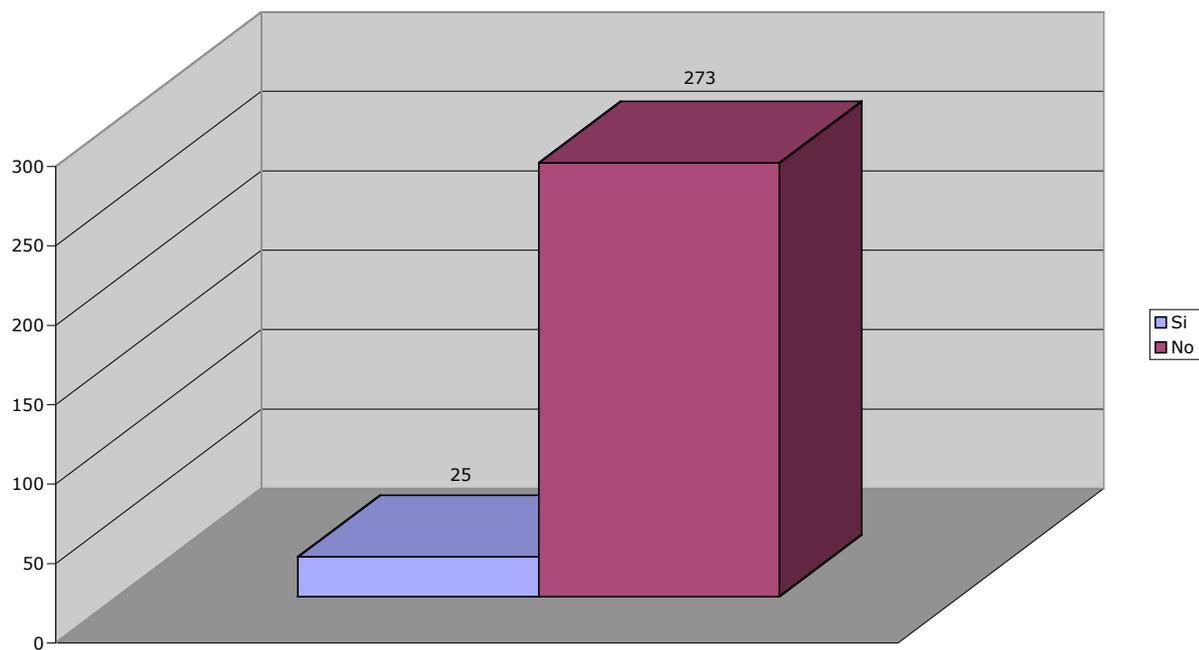
Qualità (controlli interni)



Qualità (controlli interni)

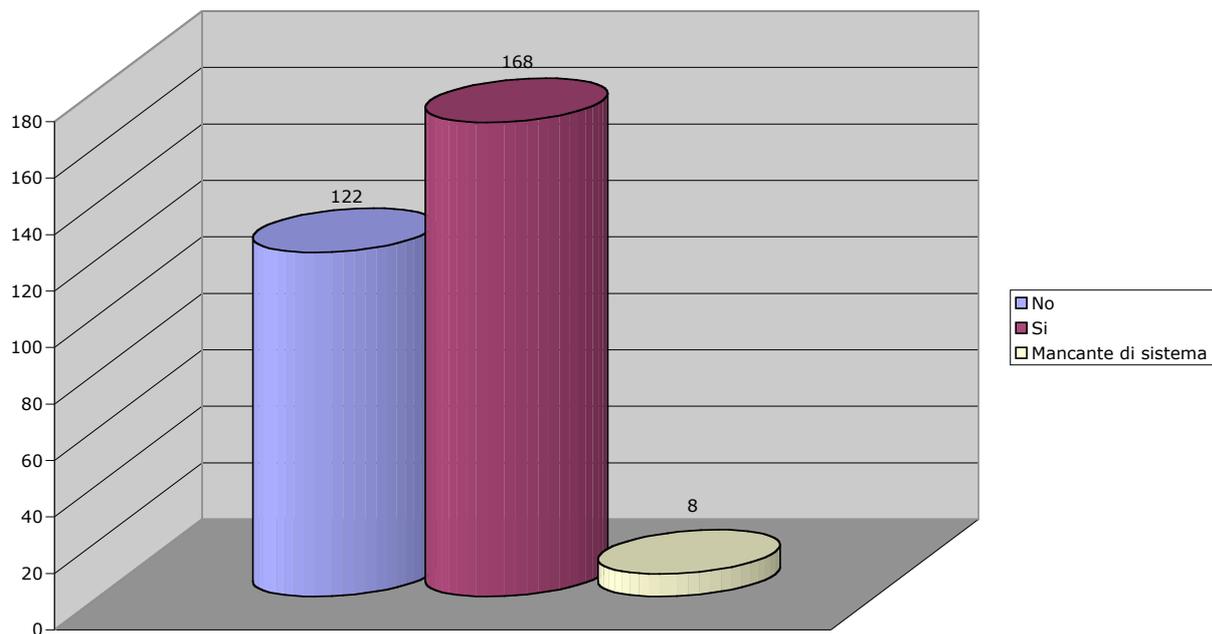
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Si	283	95,0	96,3
	No	11	3,7	100,0
	Totale	294	98,7	
Mancanti	Mancante di sistema	4	1,3	
Totale		298	100,0	

Qualità (controlli esterni)



		Qualità (controlli esterni)		
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Si	25	8,4	8,4
	No	273	91,6	100,0
	Totale	298	100,0	

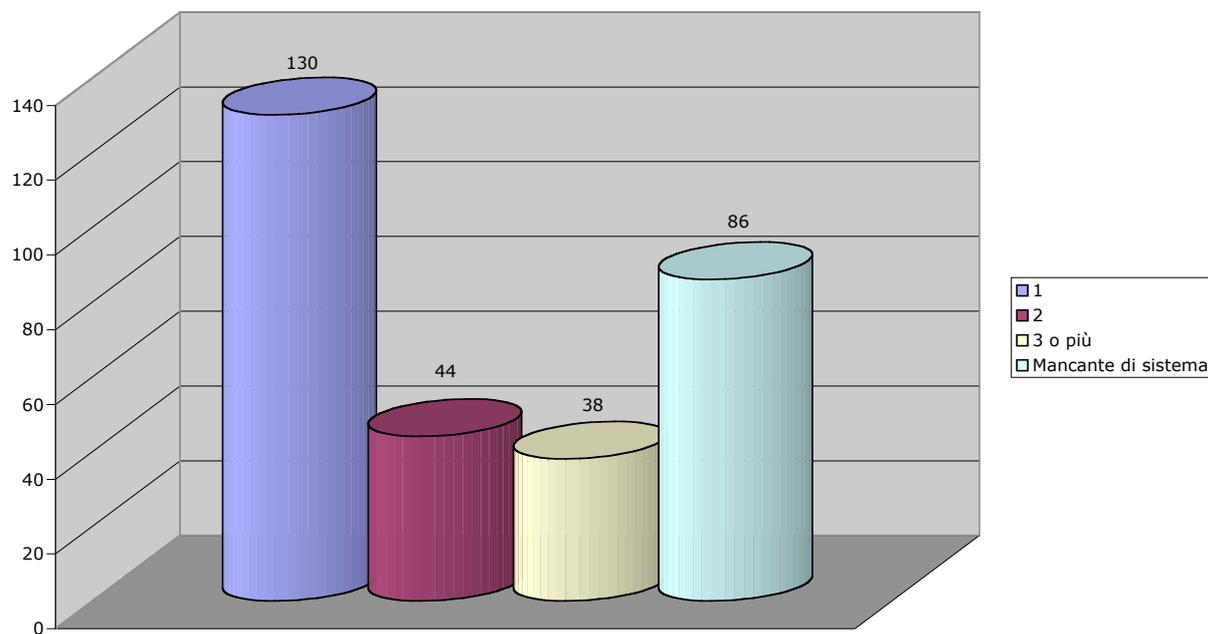
La Produzione si svolge anche per conto di terzi?



La Produzione si svolge anche per conto di terzi?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	No	122	40,9	42,1
	Si	168	56,4	100,0
	Totale	290	97,3	
Mancanti	Mancante di sistema	8	2,7	
Totale		298	100,0	

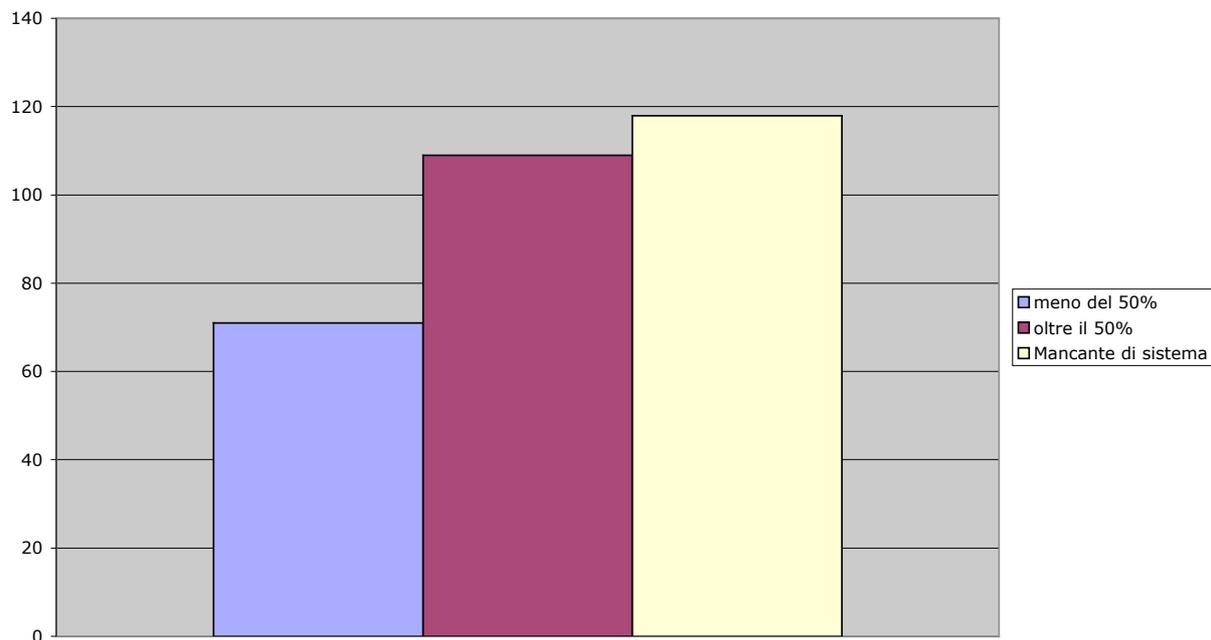
Numero di marchi prodotti



Numero di marchi prodotti

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	1	130	43,6	61,3
	2	44	14,8	82,1
	3 o più	38	12,8	100,0
	Totale	212	71,1	
Mancanti	Mancante di sistema	86	28,9	
Totale		298	100,0	

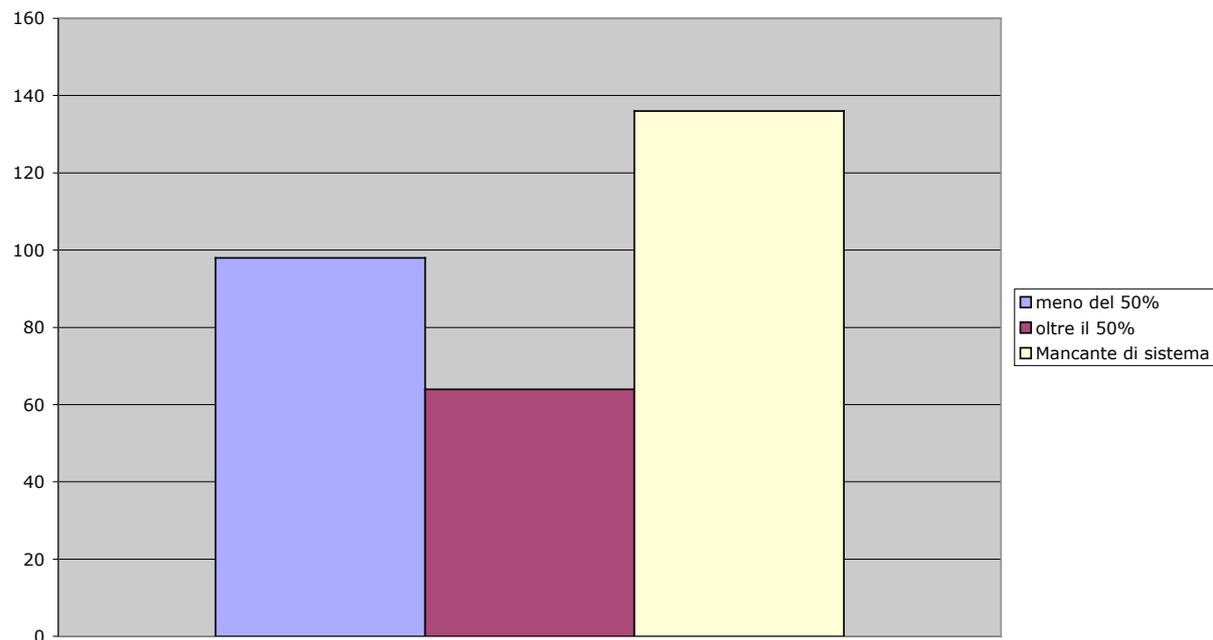
Produzione destinata al mercato regionale



Produzione destinata al mercato regionale

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	meno del 50%	71	23,8	39,4
	oltre il 50%	109	36,6	100,0
	Totale	180	60,4	
Mancanti	Mancante di sistema	118	39,6	
Totale		298	100,0	

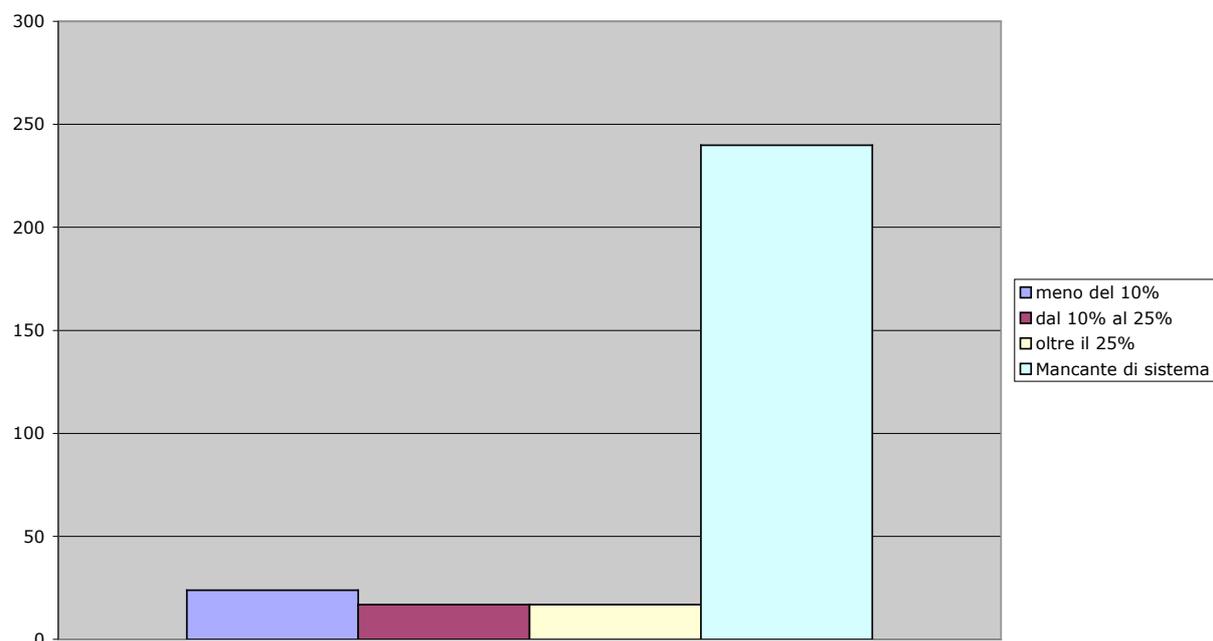
Produzione destinata al mercato nazionale



Produzione destinata al mercato nazionale

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	meno del 50%	98	32,9	60,5
	oltre il 50%	64	21,5	100,0
	Totale	162	54,4	
Mancanti	Mancante di sistema	136	45,6	
Totale		298	100,0	

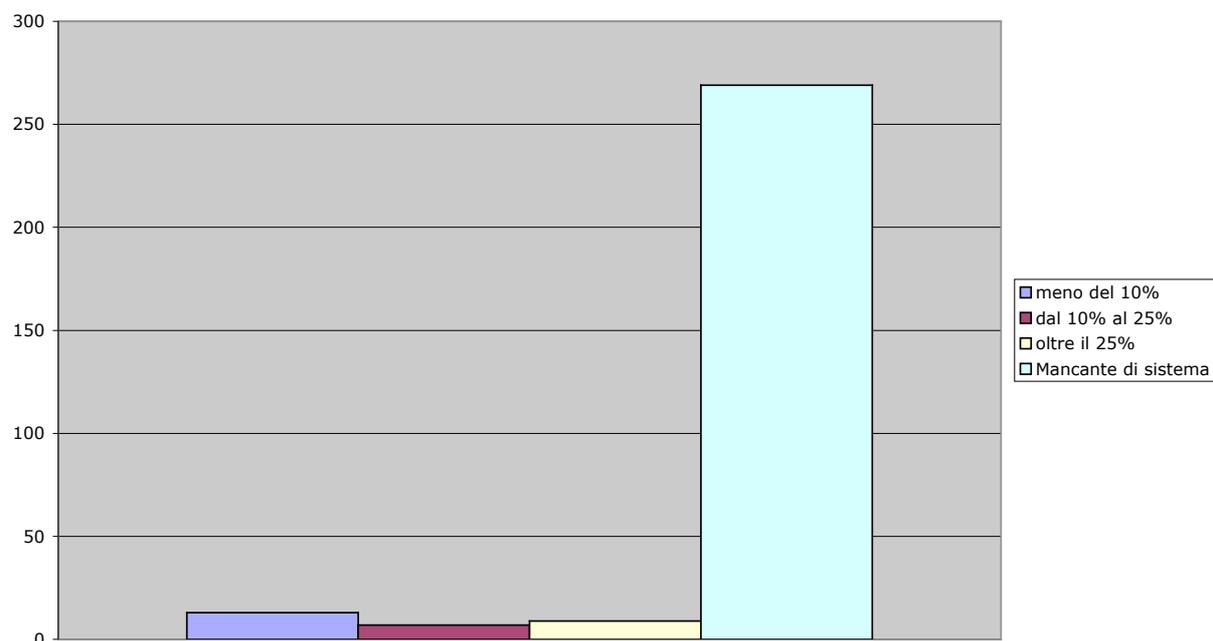
Produzione destinata al mercato comunitario



Produzione destinata al mercato comunitario

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	meno del 10%	24	8,1	41,4
	dal 10% al 25%	17	5,7	70,7
	oltre il 25%	17	5,7	100,0
Totale		58	19,5	
Mancanti	Mancante di sistema	240	80,5	
Totale		298	100,0	

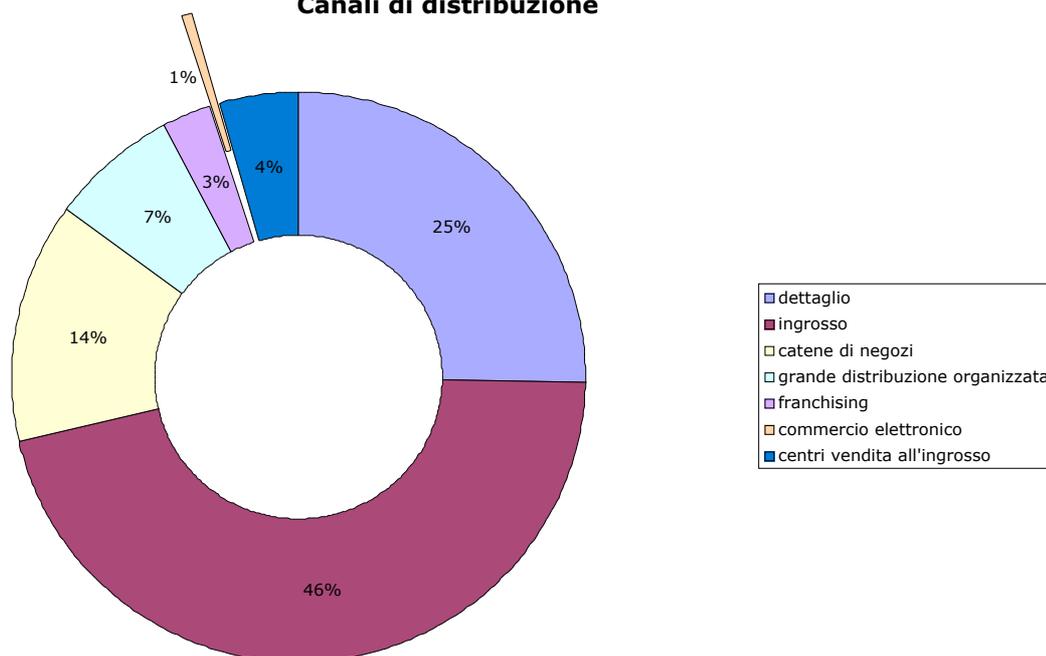
Produzione destinata ad altri mercati



Produzione destinata ad altri mercati

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	meno del 10%	13	4,4	44,8
	dal 10% al 25%	7	2,3	69,0
	oltre il 25%	9	3,0	100,0
	Totale	29	9,7	
Mancanti	Mancante di sistema	269	90,3	
Totale		298	100,0	

Canali di distribuzione



Canali di distribuzione

		Frequenza	Percentuale
Validi	dettaglio	115	38,6
	Mancante di sistema	183	61,4
Totale		298	100,0

Canali di distribuzione

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	ingrosso	207	69,5	99,5
	no	1	,3	100,0
	Totale	208	69,8	
Mancanti	Mancante di sistema	90	30,2	
Totale		298	100,0	

Canali di distribuzione

		Frequenza	Percentuale
Validi	catene di negozi	62	20,8
Mancanti	Mancante di sistema	236	79,2
Totale		298	100,0

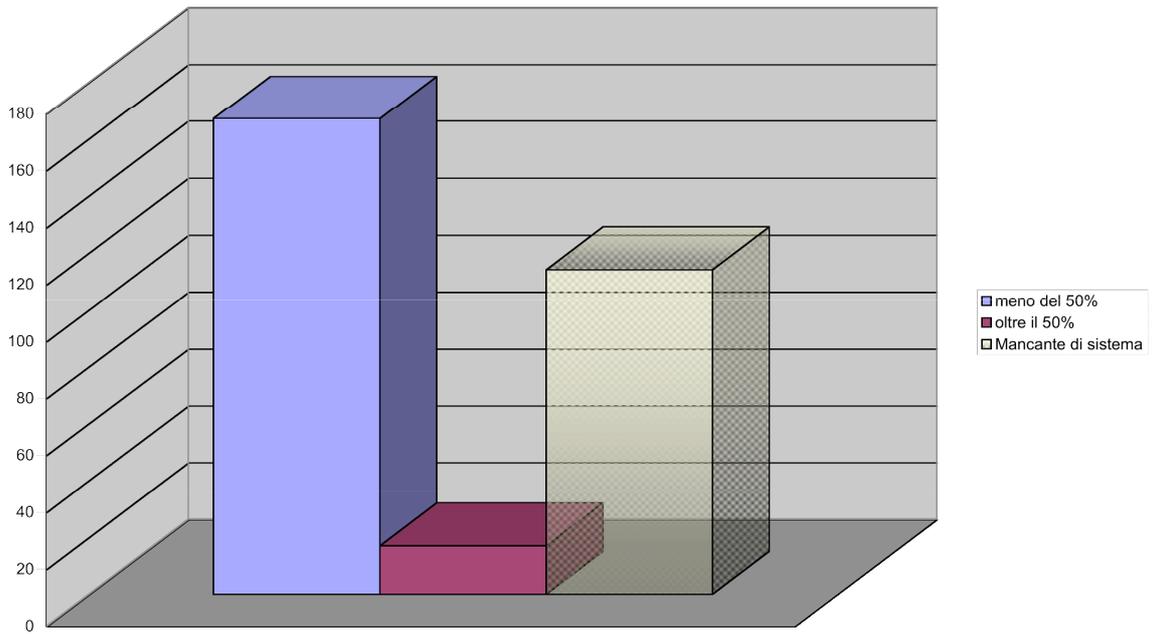
Canali di distribuzione		Frequenza	Percentuale
Validi	grande distribuzione organizzata	33	11,1
Mancanti	Mancante di sistema	265	88,9
Totale		298	100,0

Canali di distribuzione		Frequenza	Percentuale
Validi	franchising	12	4,0
Mancanti	Mancante di sistema	286	96,0
Totale		298	100,0

Canali di distribuzione		Frequenza	Percentuale
Validi	commercio elettronico	3	1,0
Mancanti	Mancante di sistema	295	99,0
Totale		298	100,0

Canali di distribuzione		Frequenza	Percentuale
Validi	centri vendita all'ingrosso	20	6,7
Mancanti	Mancante di sistema	278	93,3
Totale		298	100,0

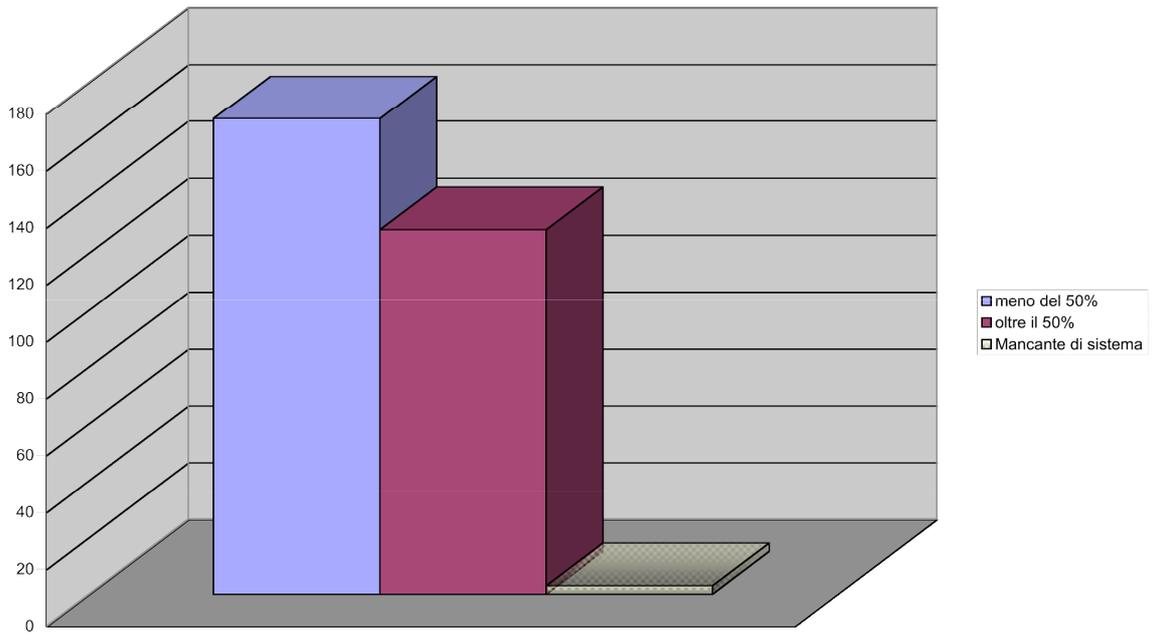
Commercializzazione dei prodotti con strutture interne



Commercializzazione dei prodotti con strutture interne

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	meno del 50%	167	56,0	90,8
	oltre il 50%	17	5,7	100,0
	Totale	184	61,7	
Mancanti	Mancante di sistema	114	38,3	
Totale		298	100,0	

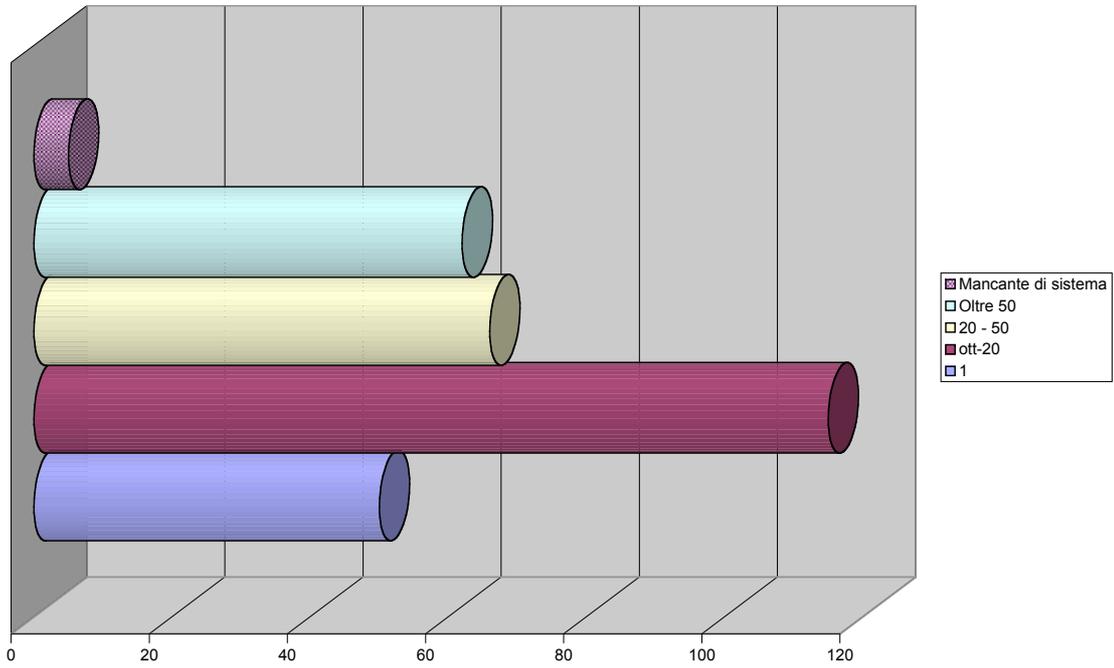
Commercializzazione dei prodotti con strutture esterne



Commercializzazione dei prodotti con strutture esterne

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	meno del 50%	167	56,0	56,6
	oltre il 50%	128	43,0	100,0
	Totale	295	99,0	
Mancanti	Mancante di sistema	3	1,0	
Totale		298	100,0	

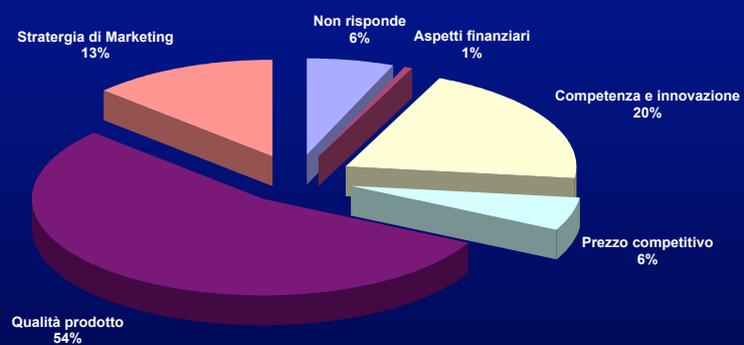
numero orientativo di clienti consolidati



numero orientativo di clienti consolidati

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	1	50	16,8	17,1
	10 - 20	115	38,6	56,3
	20 - 50	66	22,1	78,8
	Oltre 50	62	20,8	100,0
	Totale	293	98,3	
Mancanti	Mancante di sistema	5	1,7	
Totale		298	100,0	

Fattori critici di successo nel settore di attività (prima scelta)

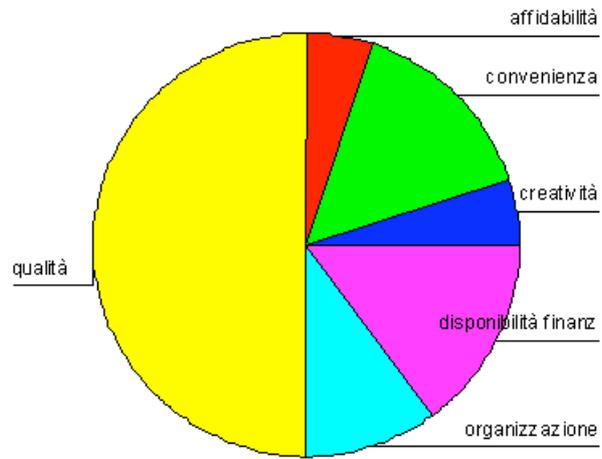


fattori critici di successo nel settore di attività (prima scelta)

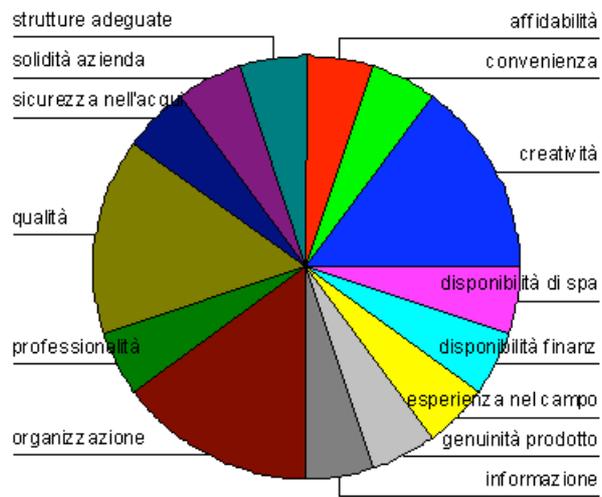
	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Non risponde	18	6,0	6,0
Aspetti finanziari	2	,7	6,7
Competenza e innovazione	60	20,1	26,8
Prezzo competitivo	17	5,7	32,6
Qualità prodotto	162	54,4	86,9
Strategia di Marketing	39	13,1	100,0
Totale	298	100,0	

fattori critici di successo nel settore di attività (San Giorgio prima scelta)

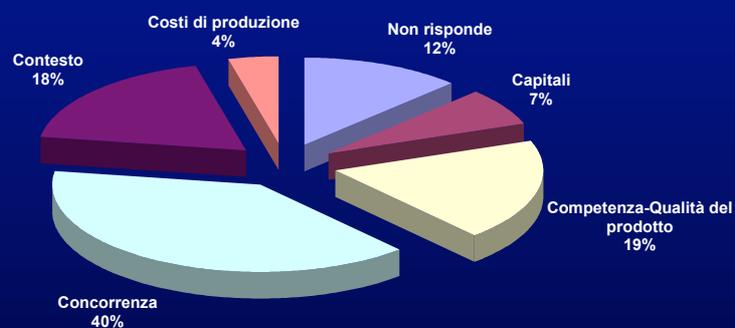
	Percentuale
Affidabilità	5
Convenienza	15
Creatività	5
Qualità	50
Disponibilità finanziaria	15
Organizzazione	10



fattori critici di successo nel settore di attività (San Giorgio seconda scelta)



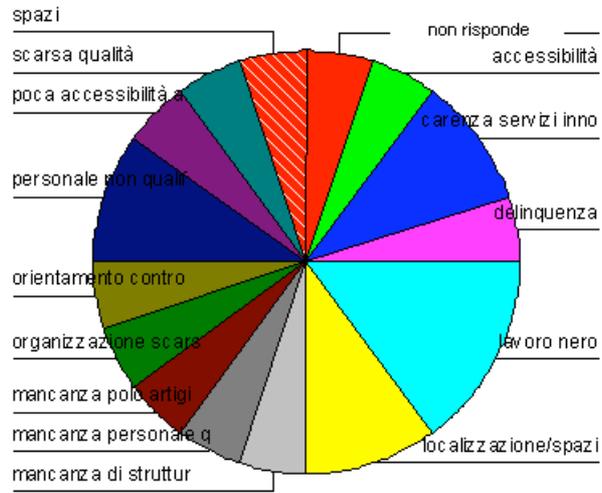
Principali fattori di crisi o di inefficienza nel settore di attività (prima scelta)



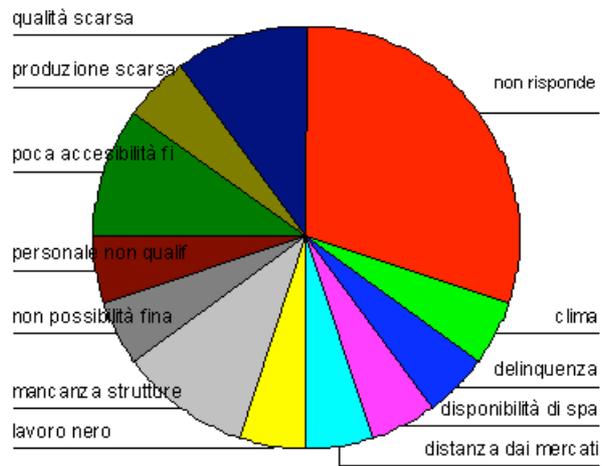
Principali fattori di crisi o di inefficienza nel settore di attività (prima scelta)

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Non risponde	37	12,4	12,4
Capitali	21	7,0	19,5
Competenza-Qualità del prodotto	56	18,8	38,3
Concorrenza	117	39,3	77,5
Contesto	55	18,5	96,0
Costi di produzione	12	4,0	100,0
Totale	298	100,0	

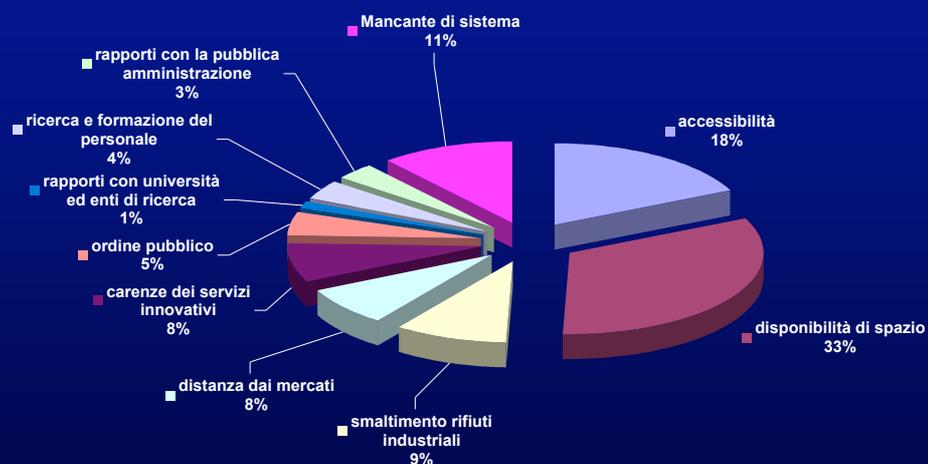
Principali fattori di crisi o di inefficienza nel settore di attività (San Giorgio, prima scelta)



Principali fattori di crisi o di inefficienza nel settore di attività (San Giorgio seconda scelta)



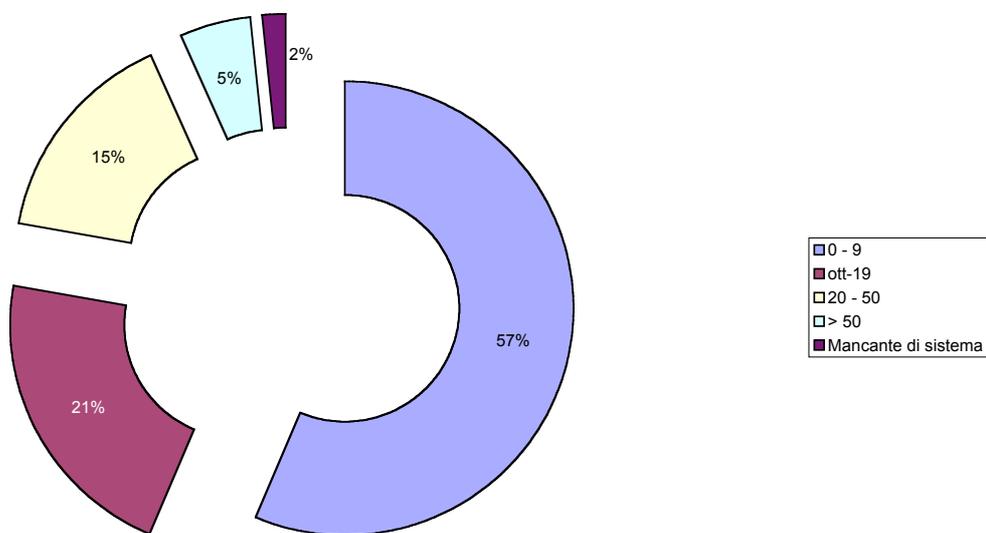
Maggiori difficoltà che incontra l'impresa nell'ambito locale (prima scelta)



Maggiori difficoltà che incontra l'impresa nell'ambito locale (prima scelta)

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata	
Validi	accessibilità	54	18,1	20,4
	disponibilità di spazio	97	32,6	57,0
	smaltimento rifiuti industriali	28	9,4	67,5
	distanza dai mercati	23	7,7	76,2
	carenze dei servizi innovativi	23	7,7	84,9
	ordine pubblico	14	4,7	90,2
	rapporti con università ed enti di ricerca	4	1,3	91,7
	ricerca e formazione del personale	12	4,0	96,2
	rapporti con la pubblica amministrazione	10	3,4	100,0
	Totale	265	88,9	
Mancanti	Mancante di sistema	33	11,1	
Totale	298	100,0		

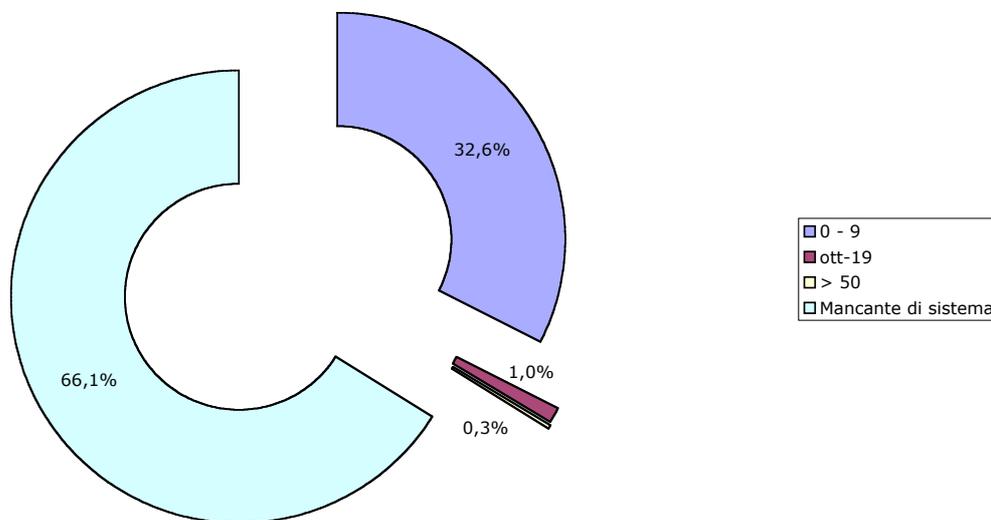
numero dipendenti stabili



numero dipendenti stabili

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0 - 9	168	56,4	57,3
	10 - 19	64	21,5	79,2
	20 - 50	46	15,4	94,9
	> 50	15	5,0	100,0
	Totale	293	98,3	
Mancanti	Mancante di sistema	5	1,7	
Totale		298	100,0	

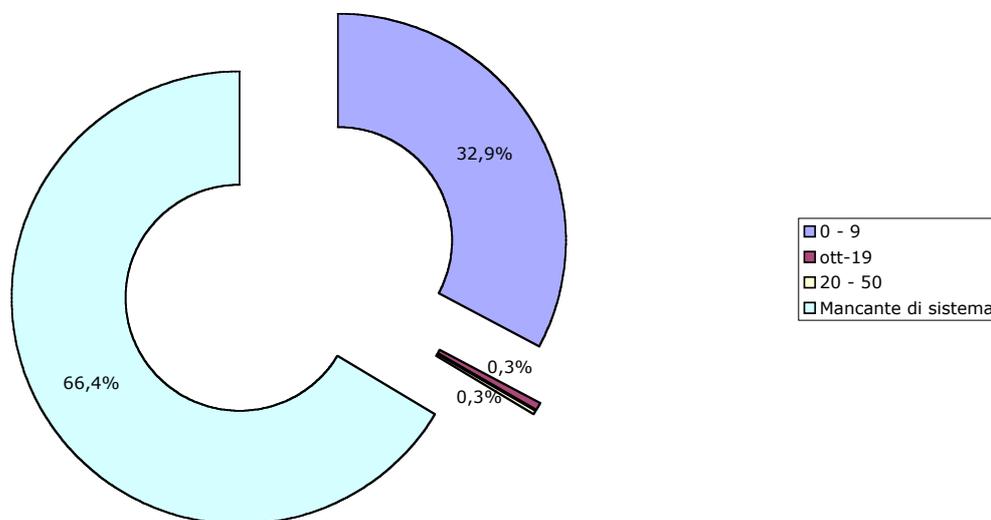
numero dipendenti stagionali



numero dipendenti stagionali

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0 - 9	97	32,6	96,0
	10 - 19	3	1,0	99,0
	> 50	1	,3	100,0
	Totale	101	33,9	
Mancanti	Mancante di sistema	197	66,1	
Totale		298	100,0	

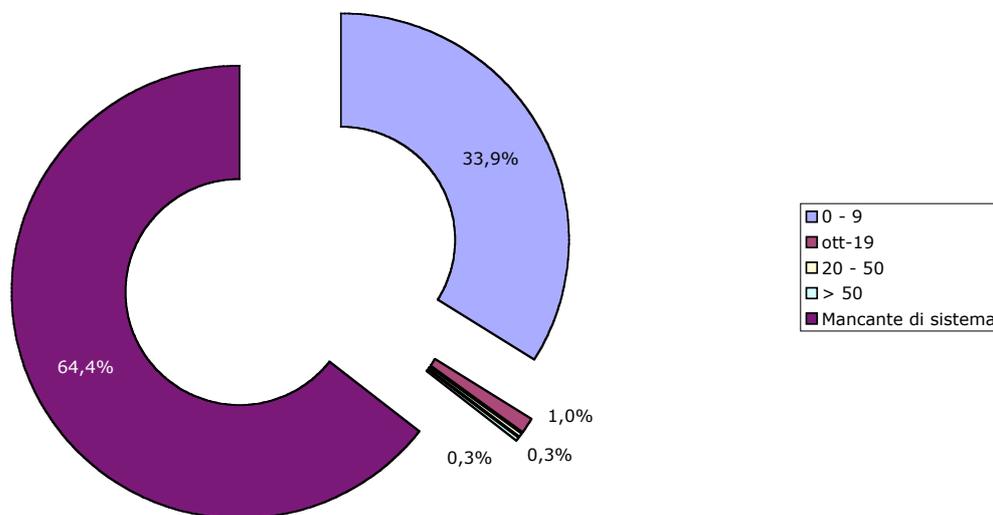
numero dipendenti occasionali



numero dipendenti occasionali

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0 - 9	98	32,9	98,0
	10 - 19	1	,3	99,0
	20 - 50	1	,3	100,0
	Totale	100	33,6	
Mancanti	Mancante di sistema	198	66,4	
Totale		298	100,0	

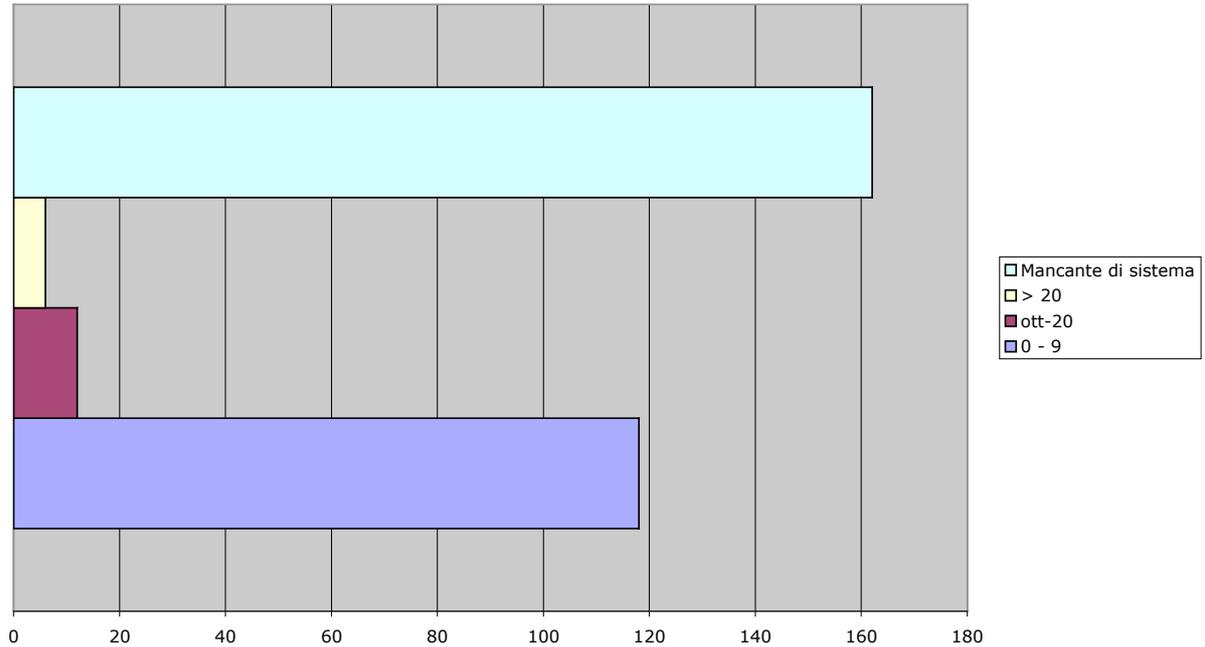
numero collaboratori esterni



numero collaboratori esterni

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0 - 9	101	33,9	95,3
	10 - 19	3	1,0	98,1
	20 - 50	1	,3	99,1
	> 50	1	,3	100,0
	Totale	106	35,6	
Mancanti	Mancante di sistema	192	64,4	
Totale		298	100,0	

numero di fasonisti con cui lavora nella regione



numero di fasonisti con cui lavora nella regione

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0 - 9	118	39,6	86,8
	10 - 20	12	4,0	95,6
	> 20	6	2,0	100,0
	Totale	136	45,6	
Mancanti	Mancante di sistema	162	54,4	
Totale		298	100,0	

localizzazione dei fasonisti con cui lavora nella regione

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	non risponde	193	64,8	64,8
	Avellino	4	1,3	66,1
	Benevento	1	,3	66,4
	Campania	26	8,7	75,2
	Caserta	5	1,7	76,8
	Napoli	69	23,2	100,0
	Totale	298	100,0	

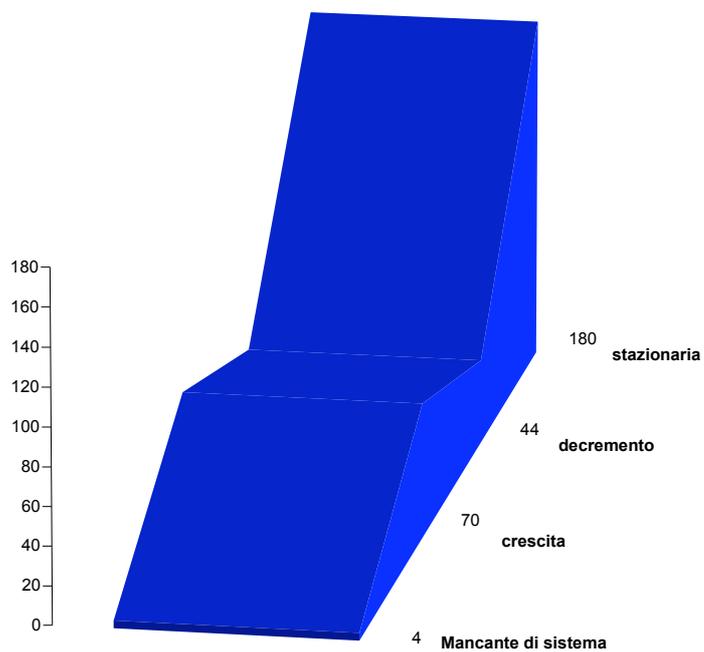
numero di fasonisti con cui lavora nella nazione

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0 - 9	21	7,0	84,0
	10 - 20	2	,7	92,0
	> 20	2	,7	100,0
	Totale	25	8,4	
Mancanti	Mancante di sistema	273	91,6	
Totale		298	100,0	

numero di fasonisti con cui lavora all'estero

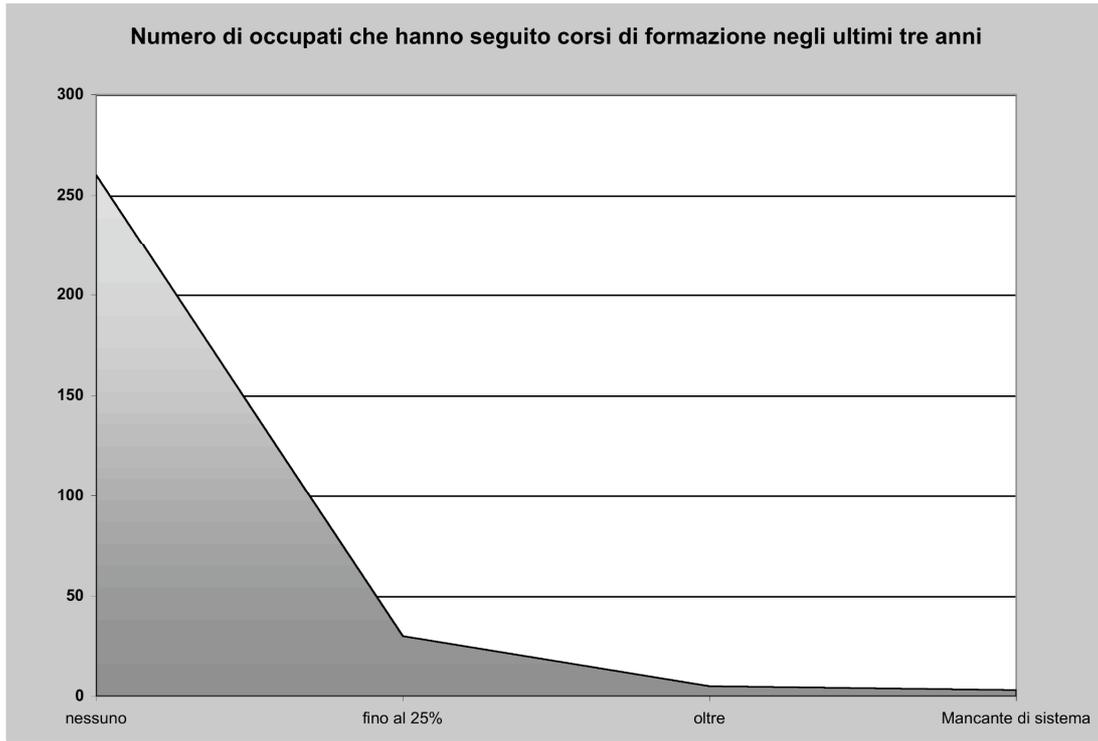
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0 - 9	7	2,3	87,5
	10 - 20	1	,3	100,0
	Totale	8	2,7	
Mancanti	Mancante di sistema	290	97,3	
Totale		298	100,0	

dinamica dell'occupazione dell'ultimo triennio



dinamica dell'occupazione dell'ultimo triennio

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	stazionaria	180	60,4	61,2
	decremento	44	14,8	76,2
	crescita	70	23,5	100,0
	Totale	294	98,7	
Mancanti	Mancante di sistema	4	1,3	
Totale		298	100,0	



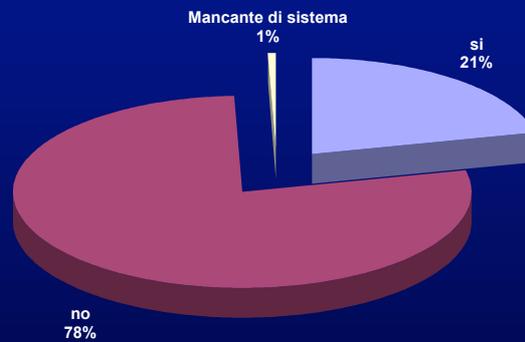
Numero di occupati che hanno seguito corsi di formazione negli ultimi tre anni

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	nessuno	260	87,2	88,1
	fino al 25%	30	10,1	98,3
	oltre	5	1,7	100,0
	Totale	295	99,0	
Mancanti	Mancante di sistema	3	1,0	
Totale		298	100,0	

E' in previsione la riqualificazione del personale?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	64	21,5	21,6
	no	232	77,9	100,0
	Totale	296	99,3	
Mancanti	Mancante di sistema	2	,7	
Totale		298	100,0	

E' in previsione la riqualificazione del personale?



E' in previsione la riqualificazione del personale nel settore della produzione?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	Si	53	17,8	100,0	100,0
Mancanti	Mancante di sistema	245	82,2		
Totale		298	100,0		

E' in previsione la riqualificazione del personale nel settore della commercializzazione?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	Si	14	4,7	100,0	100,0
Mancanti	Mancante di sistema	284	95,3		
Totale		298	100,0		

E' in previsione la riqualificazione del personale nel settore amministrativo?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	Si	8	2,7	100,0	100,0
Mancanti	Mancante di sistema	290	97,3		
Totale		298	100,0		

E' in previsione la riqualificazione del personale nel settore organizzativo?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	Si	15	5,0	100,0	100,0
Mancanti	Mancante di sistema	283	95,0		
Totale		298	100,0		

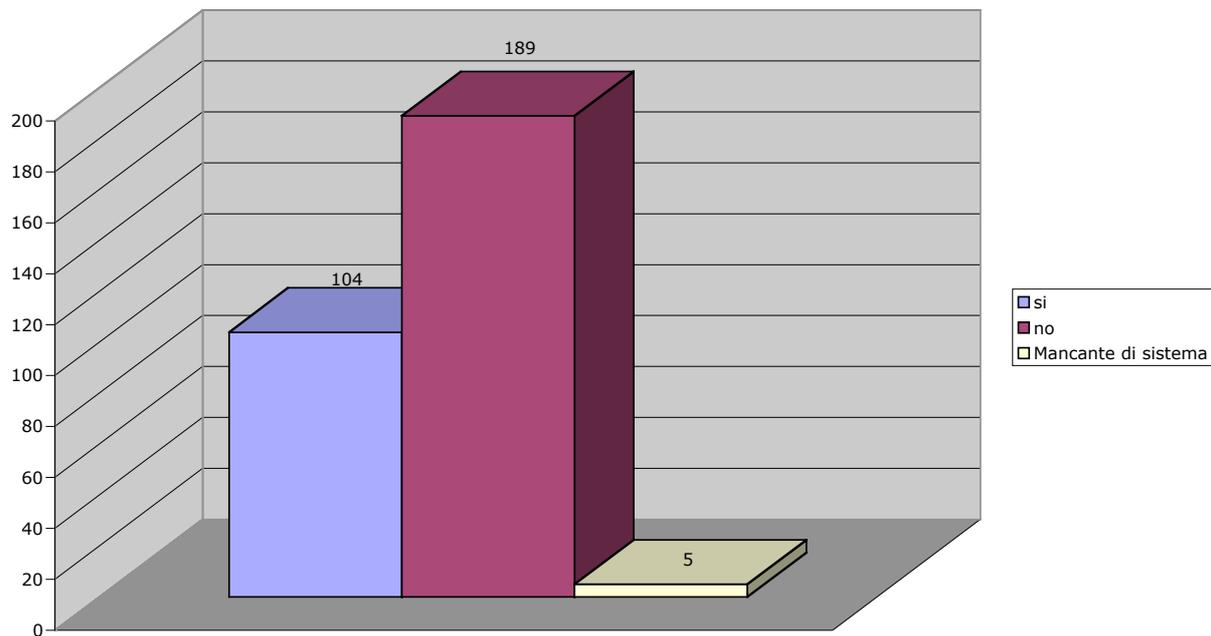
E' in previsione la riqualificazione del personale nel settore informatico?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	Si	10	3,4	100,0	100,0
Mancanti	Mancante di sistema	288	96,6		
Totale		298	100,0		

E' in previsione la riqualificazione del personale nel settore Marketing e pubblicità?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	Si	7	2,3	100,0	100,0
Mancanti	Mancante di sistema	291	97,7		
Totale		298	100,0		

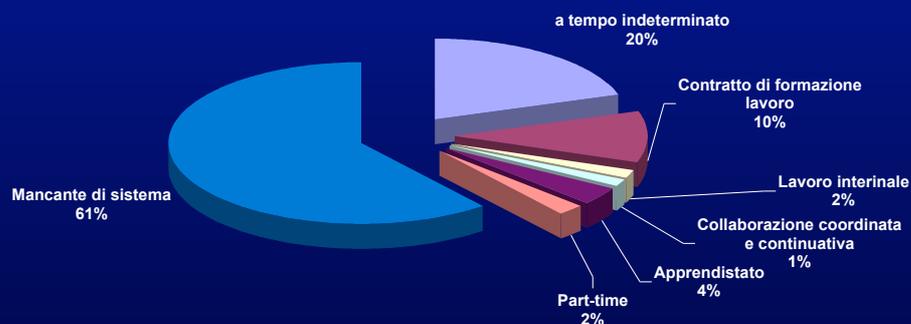
E' in previsione un incremento di occupazione e di collaborazione?



E' in previsione un incremento di occupazione e di collaborazione?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	104	34,9	35,5
	no	189	63,4	100,0
	Totale	293	98,3	
Mancanti	Mancante di sistema	5	1,7	
Totale		298	100,0	

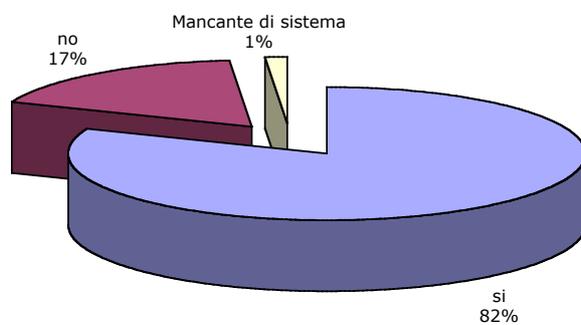
con quale contratto intende assumere i nuovi occupati?



con quale contratto intende assumere i nuovi occupati?

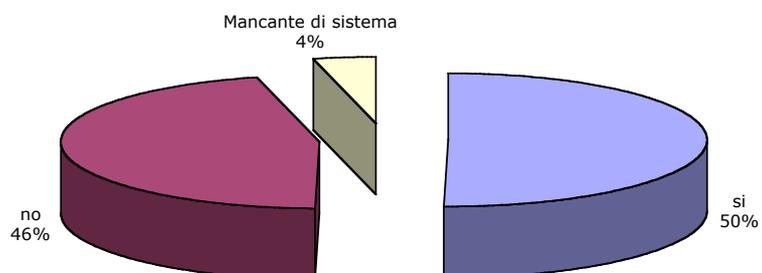
		Frequenza	Percentuale
Validi	a tempo indeterminato	60	20,1
	Contratto di formazione lavoro	30	10,1
	Lavoro interinale	5	1,7
	Collaborazione coordinata e continuativa	4	1,3
	Apprendistato	11	3,7
	Part-time	7	2,3
Mancanti	Mancante di sistema	181	79,9
Totale		298	100,0

Ritiene necessario che si debbano formare le persone da assumere?



		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	242	81,2	82,3
	no	52	17,4	100,0
	Totale	294	98,7	
Mancanti	Mancante di sistema	4	1,3	
Totale		298	100,0	

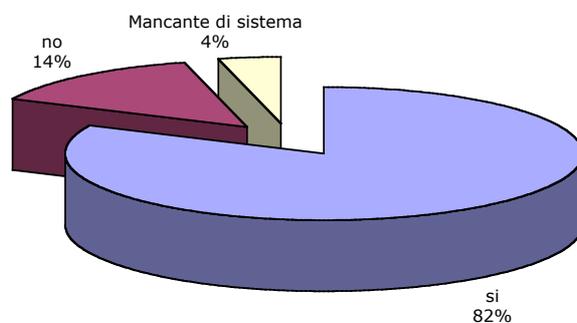
I nuovi assunti o collaboratori sono persone già formate?



I nuovi assunti o collaboratori sono persone già formate?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	150	50,3	52,4
	no	136	45,6	100,0
	Totale	286	96,0	
Mancanti	Mancante di sistema	12	4,0	
Totale		298	100,0	

I nuovi assunti vengono formati in azienda?



I nuovi assunti vengono formati in azienda?

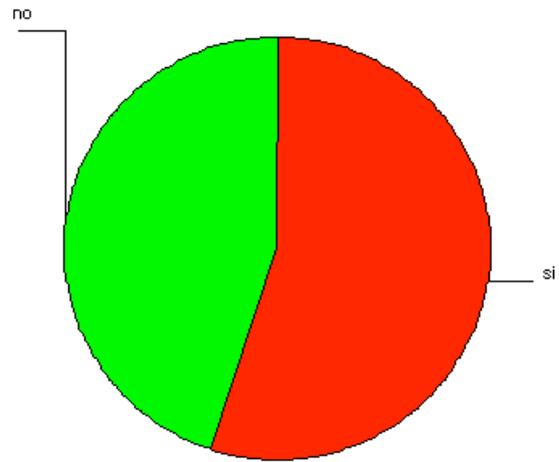
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	244	81,9	85,3
	no	42	14,1	100,0
	Totale	286	96,0	
Mancanti	Mancante di sistema	12	4,0	
Totale		298	100,0	

Con quali risorse intende realizzare la formazione?

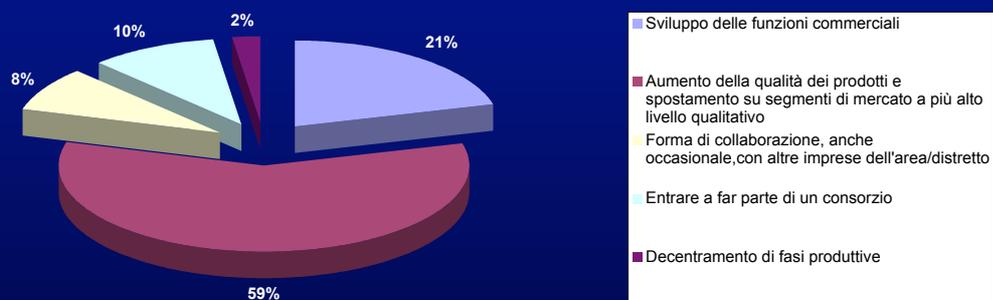
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Interne	188	63,1	67,9
	Esterne	28	9,4	78,0
	Interne/Esterne	61	20,5	100,0
	Totale	277	93,0	
Mancanti	Mancante di sistema	21	7,0	
Totale		298	100,0	

I nuovi assunti vengono formati in azienda? (San Giorgio)

	Percentuale
si	55
no	45
Totale	100

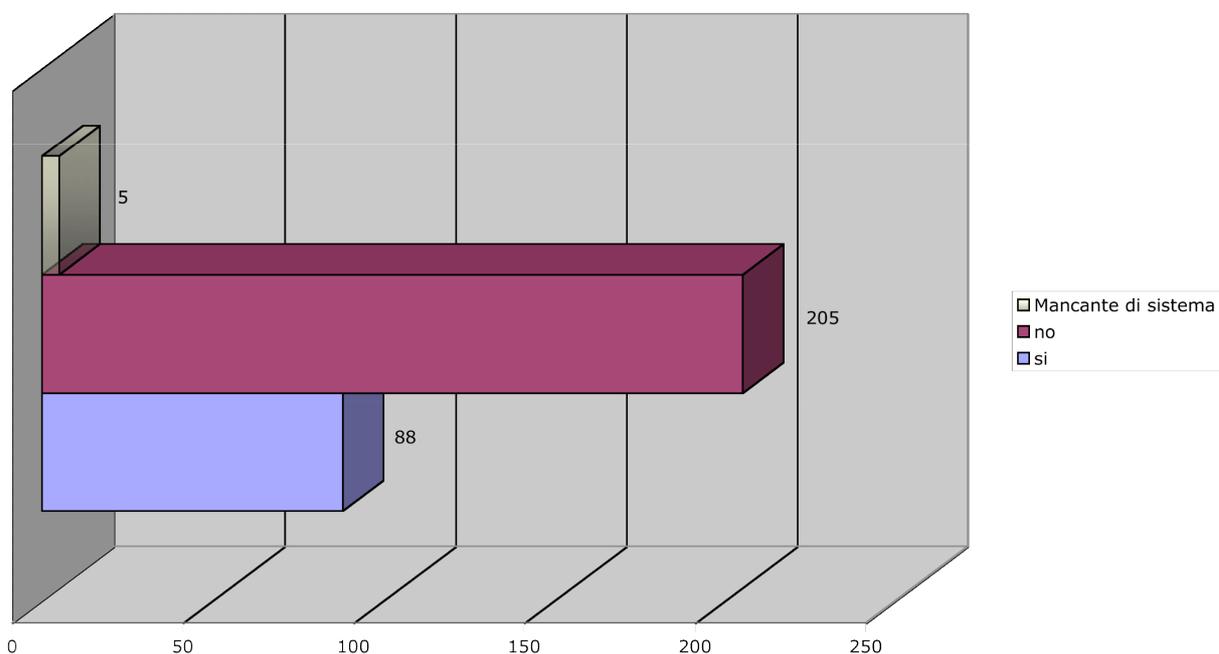


Quali strategie sono state seguite dall'azienda negli ultimi 2/3 anni



Strategie che sono state seguite dall'azienda negli ultimi 2/3 anni
Sviluppo delle funzioni commerciali
Aumento della qualità dei prodotti e spostamento su segmenti di mercato a più alto livello qualitativo
Forma di collaborazione, anche occasionale ,con altre imprese dell'area/distretto
Entrare a far parte di un consorzio
Decentramento di fasi produttive

Negli ultimi 5 anni ha partecipato a bandi per ottenere finanziamenti agevolati?



Negli ultimi 5 anni ha partecipato a bandi per ottenere finanziamenti agevolati?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	88	29,5	30,0
	no	205	68,8	100,0
	Totale	293	98,3	
Mancanti	Mancante di sistema	5	1,7	
Totale		298	100,0	

Tipo di bandi a cui ha partecipato negli ultimi 5 anni per ottenere finanziamenti agevolati

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
non risponde	216	72,5	72,5
Artigiancassa	11	3,7	76,2
banca per macchinari	1	,3	76,5
credito d'imposta	2	,7	77,2
finanziamento della fabbrica	1	,3	77,5
finanziamento europeo a fondo perduto nel 1999	1	,3	77,9
finanziamento sulla ristrutturazione	1	,3	78,2
imprenditoria femminile	1	,3	78,5
iniziative del comune di Cardito	1	,3	78,9
legge 215	2	,7	79,5
legge 44 imprenditorialità giovanile	1	,3	79,9
legge 488	42	14,1	94,0
P.M.I.	1	,3	94,3
partecipazione ad un consorzio	1	,3	94,6
Patto territoriale	1	,3	95,0
pop	9	3,0	98,0
prestito d'onore	3	1,0	99,0
Retex	1	,3	99,3
rimborso partecipazione fiere	1	,3	99,7
varie	1	,3	100,0
Totale	298	100,0	

Esistono aziende committenti localizzate nell'area distrettuale?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	178	59,7	99,4
	no	1	,3	100,0
	Totale	179	60,1	
Mancanti	Mancante di sistema	119	39,9	
Totale		298	100,0	

Esistono aziende committenti localizzate al di fuori dell'area distrettuale?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	145	48,7	98,6
	no	2	,7	100,0
	Totale	147	49,3	
Mancanti	Mancante di sistema	151	50,7	
Totale		298	100,0	

Esistono aziende committenti localizzate in ambito nazionale?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	123	41,3	99,2
	no	1	,3	100,0
	Totale	124	41,6	
Mancanti	Mancante di sistema	174	58,4	
Totale		298	100,0	

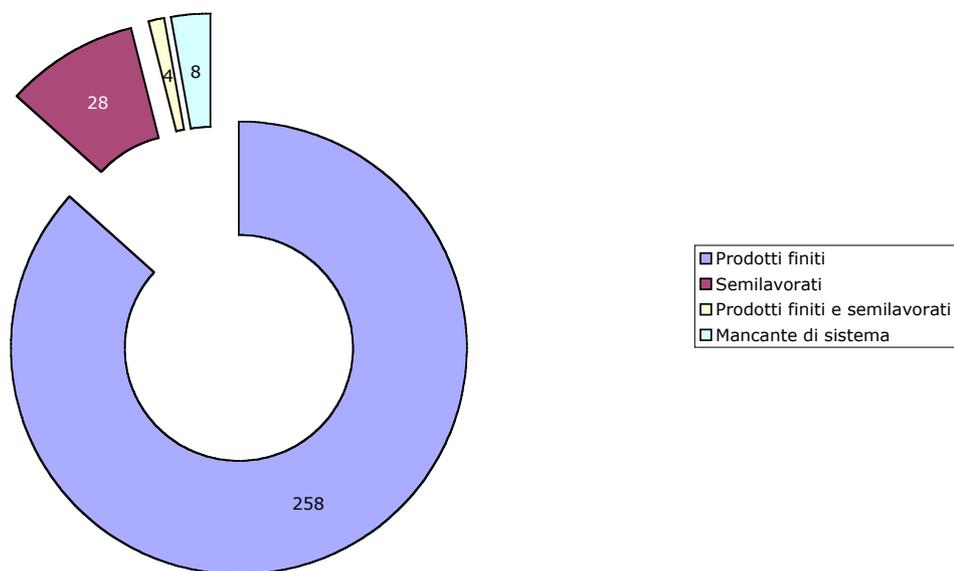
Esistono aziende committenti localizzate in ambito comunitario?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	29	9,7	96,7
	no	1	,3	100,0
	Totale	30	10,1	
Mancanti	Mancante di sistema	268	89,9	
Totale		298	100,0	

Esistono aziende committenti localizzate in ambito extracomunitario?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	13	4,4	92,9
	no	1	,3	100,0
	Totale	14	4,7	
Mancanti	Mancante di sistema	284	95,3	
Totale		298	100,0	

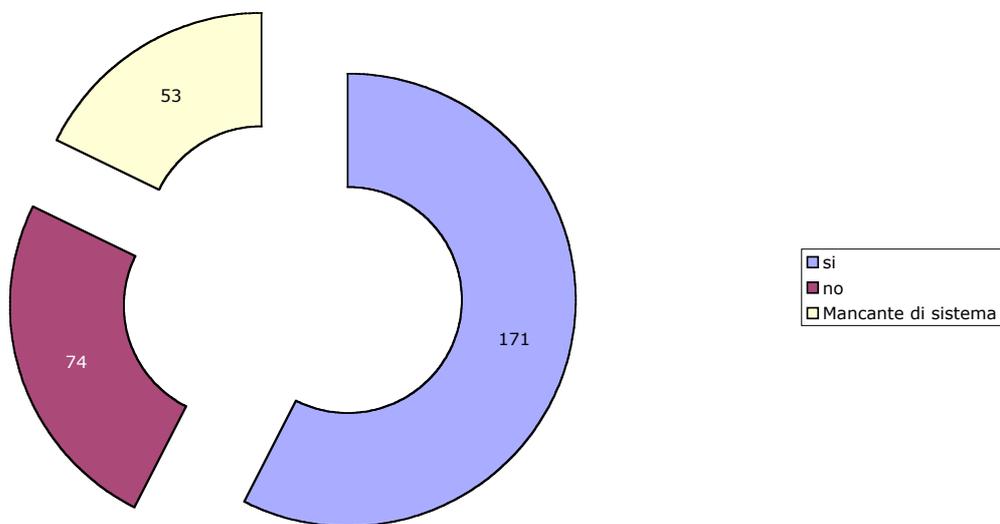
Tipologia di prodotti



Tipologia di prodotti

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	Prodotti finiti	258	86,6	89,0
	Semilavorati	28	9,4	98,6
	Prodotti finiti e semilavorati	4	1,3	100,0
	Totale	290	97,3	
Mancanti	Mancante di sistema	8	2,7	
Totale		298	100,0	

Esiste il desiderio di affrontare il mercato con un proprio marchio?



		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	171	57,4	69,8
	no	74	24,8	100,0
	Totale	245	82,2	
Mancanti	Mancante di sistema	53	17,8	
Totale		298	100,0	

Aderisce a consorzi di promozione o valorizzazione e/o ad una associazione di categoria ?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	43	14,4	14,8
	no	247	82,9	100,0
	Totale	290	97,3	
Mancanti	Mancante di sistema	8	2,7	
Totale		298	100,0	

A quali consorzi di promozione o valorizzazione e/o ad una associazione di categoria aderisce?

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
non risponde	8	2,7	2,7
aderisce al consorzio ACF Arzano Casoria Frattamaggiore	1	,3	3,0
aderisce al consorzio palmese	1	,3	3,4
Aimpes (Milano) Unione industriali di Napoli, Associazione asso imprese (locale)	1	,3	3,7
Anci	2	,7	4,4
API	1	,3	4,7
Cis Nola	2	,7	5,4
Classico Italia Pitti (organizzazione di aziende)	1	,3	5,7
CNA	2	,7	6,4
Concai	1	,3	6,7
Confartigianato	2	,7	7,4
Confcommercio	1	,3	7,7
Consorzio Fidi	1	,3	8,1
Consorzio Napoli 2001	5	1,7	9,7
consorzio Napoli guanti	1	,3	10,1
Consorzio seta S. Leucio	2	,7	10,7
non aderisce a consorzi	247	82,9	93,6
Tamarin	4	1,3	95,0
Unione degli industriali	15	5,0	100,0
Totale	298	100,0	

Percentuale del fatturato imputabile alla partecipazione al consorzio

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0%	143	48,0	81,3
	meno del 30%	29	9,7	97,7
	più del 30%	4	1,3	100,0
	Totale	176	59,1	
Mancanti	Mancante di sistema	122	40,9	
Totale		298	100,0	

Disponibilità ad aderire a consorzi di imprese (acquisti di materie prime)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	57	19,1	37,0
	no	97	32,6	100,0
	Totale	154	51,7	
Mancanti	Mancante di sistema	144	48,3	
Totale		298	100,0	

Disponibilità ad aderire a consorzi di imprese (formazione)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	39	13,1	28,5
	no	98	32,9	100,0
	Totale	137	46,0	
Mancanti	Mancante di sistema	161	54,0	
Totale		298	100,0	

Disponibilità ad aderire a consorzi di imprese (commercializzazione)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	90	30,2	48,1
	no	97	32,6	100,0
	Totale	187	62,8	
Mancanti	Mancante di sistema	111	37,2	
Totale		298	100,0	

Disponibilità ad aderire a consorzi di imprese (promozione)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	49	16,4	33,6
	no	97	32,6	100,0
	Totale	146	49,0	
Mancanti	Mancante di sistema	152	51,0	
Totale		298	100,0	

Investimenti in attività di promozione (Benefit per rappresentanti, materiale pubblicitario) nell'ultimo anno (in % del fatturato)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	0%	171	57,4	58,4
	meno del 30%	120	40,3	99,3
	oltre il 30%	2	,7	100,0
	Totale	293	98,3	
Mancanti	Mancante di sistema	5	1,7	
Totale		298	100,0	

Disponibilità a far parte di una banca dati che possa agevolare le sinergie e le collaborazioni tra imprese del nord e quelle del sud (tipo di collaborazioni desiderate)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
non risponde		226	75,8	75,8
Commercializzazione		36	12,1	87,9
Competenze e innovazione		13	4,4	92,3
Credito agevolato		8	2,7	95,0
Sinergie innovazioni professionali		15	5,0	100,0
Totale		298	100,0	

Ha bisogno di servizi di cui non è soddisfatto o che non trova?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	74	24,8	27,0
	no	200	67,1	100,0
	Totale	274	91,9	
Mancanti	Mancante di sistema	24	8,1	
Totale		298	100,0	

Di quali servizi di cui non è soddisfatto o che non trova ha bisogno?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
non risponde		232	77,9	77,9
Commercializzazione		15	5,0	82,9
Credito		11	3,7	86,6
Formazione innovazione		30	10,1	96,6
Infrastrutture		10	3,4	100,0
Totale		298	100,0	

Ha partecipato a fiere locali nell'ultimo anno ?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	24	8,1	14,0
	no	148	49,7	100,0
	Totale	172	57,7	
Mancanti	Mancante di sistema	126	42,3	
Totale		298	100,0	

Ha partecipato a fiere regionali nell'ultimo anno ?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	33	11,1	18,2
	no	148	49,7	100,0
	Totale	181	60,7	
Mancanti	Mancante di sistema	117	39,3	
Totale		298	100,0	

Ha partecipato a fiere nazionali nell'ultimo anno ?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	67	22,5	31,2
	no	148	49,7	100,0
	Totale	215	72,1	
Mancanti	Mancante di sistema	83	27,9	
Totale		298	100,0	

Ha partecipato a fiere internazionali nell'ultimo anno ?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	34	11,4	18,7
	no	148	49,7	100,0
	Totale	182	61,1	
Mancanti	Mancante di sistema	116	38,9	
Totale		298	100,0	

Numero di nuovi clienti contattati nell'ultimo anno

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	zero	84	28,2	28,7
	meno di dieci	143	48,0	77,5
	più di dieci	66	22,1	100,0
	Totale	293	98,3	
Mancanti	Mancante di sistema	5	1,7	
Totale		298	100,0	

Tipo di difficoltà incontrate nell'esportare i prodotti (conoscenza di nuovi clienti)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	102	34,2	87,2
	no	15	5,0	100,0
	Totale	117	39,3	
Mancanti	Mancante di sistema	181	60,7	
Totale		298	100,0	

Tipo di difficoltà incontrate nell'esportare i prodotti (conoscenza di mercati potenzialmente interessati ai suoi prodotti)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	51	17,1	77,3
	no	15	5,0	100,0
	Totale	66	22,1	
Mancanti	Mancante di sistema	232	77,9	
Totale		298	100,0	

Tipo di difficoltà incontrate nell'esportare i prodotti (individuazione di prodotti idonei ai nuovi mercati)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	21	7,0	58,3
	no	15	5,0	100,0
	Totale	36	12,1	
Mancanti	Mancante di sistema	262	87,9	
Totale		298	100,0	

Tipo di difficoltà incontrate nell'esportare i prodotti (conoscenza linguistica dei paesi dove esportare)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	23	7,7	60,5
	no	15	5,0	100,0
	Totale	38	12,8	
Mancanti	Mancante di sistema	260	87,2	
Totale		298	100,0	

Tipo di difficoltà incontrate nell'esportare i prodotti (conoscenza culturale dei paesi in cui si potrebbe esportare)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	15	5,0	50,0
	no	15	5,0	100,0
	Totale	30	10,1	
Mancanti	Mancante di sistema	268	89,9	
Totale		298	100,0	

Tipo di difficoltà incontrate nell'esportare i prodotti (difficoltà ad individuare partner commerciali)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	49	16,4	76,6
	no	15	5,0	100,0
	Totale	64	21,5	
Mancanti	Mancante di sistema	234	78,5	
Totale		298	100,0	

Fonti di finanziamento (banche)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	244	81,9	96,1
	no	10	3,4	100,0
	Totale	254	85,2	
Mancanti	Mancante di sistema	44	14,8	
Totale		298	100,0	

Fonti di finanziamento (finanza agevolata)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	12	4,0	52,2
	no	11	3,7	100,0
	Totale	23	7,7	
Mancanti	Mancante di sistema	275	92,3	
Totale		298	100,0	

Fonti di finanziamento (credito agevolato tramite confederazioni)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	5	1,7	31,3
	no	11	3,7	100,0
	Totale	16	5,4	
Mancanti	Mancante di sistema	282	94,6	
Totale		298	100,0	

Fonti di finanziamento (società finanziarie)

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	7	2,3	41,2
	no	10	3,4	100,0
	Totale	17	5,7	
Mancanti	Mancante di sistema	281	94,3	
Totale		298	100,0	

Tipo di consorzi di garanzia utilizzati

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
	non risponde	16	5,4	5,4
	Compagnia delle opere	1	,3	5,7
	Confidi	4	1,3	7,0
	Confidi di Caserta	1	,3	7,4
	consorzio Fidi	2	,7	8,1
	no	271	90,9	99,0
	Tamarin	3	1,0	100,0
	Totale	298	100,0	

Ha sottoscritto polizze che possano coprire il rischio paese?

		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	si	18	6,0	6,4
	no	262	87,9	100,0
	Totale	280	94,0	
Mancanti	Mancante di sistema	18	6,0	
Totale		298	100,0	

Fatturato nell'anno 2000 (in milioni di lire)				
		Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Validi	fino a 500 milioni	144	48,3	51,2
	da 500 milioni ad 1 miliardo	48	16,1	68,3
	da 1 a 5 miliardi	55	18,5	87,9
	da 5 a 10 miliardi	19	6,4	94,7
	oltre 10 miliardi	15	5,0	100,0
	Totale	281	94,3	
Mancanti	Mancante di sistema	17	5,7	
Totale		298	100,0	

I risultati delle statistiche descrittive rappresentano il punto di partenza per la fase successiva della metodologia di analisi, che riguarderà l'impiego di una tecnica di analisi multivariata ai fini dell'individuazione di variabili latenti e/o fattori di sintesi in grado di evidenziare simultaneamente i principali elementi discriminanti le diverse aziende. In particolare, si impiegherà l'analisi delle corrispondenze multiple (a.c.m.) per l'individuazione dei suddetti fattori di sintesi.

L'analisi delle corrispondenze multiple è la metodologia più utile per lo studio di dati provenienti da questionari.

Questi possono essere raccolti in matrici di dati fondamentalmente in due modi: in codifica compatta e in codifica disgiuntiva completa.

La prima prevede la costruzione di una matrice con un numero di riga pari al numero di soggetti intervistati e un numero di colonne pari al numero di domanda effettuate.

Di conseguenza il generico elemento di questa matrice rappresenta la modalità di risposta, opportunamente codificata, del generico individuo alla generica domanda.

La seconda prevede la costruzione di una codifica di tipo binario dei dati, per cui si costruisce una matrice in cui il numero di righe è pari al numero di individui intervistati e il numero di colonne è pari al numero totale di modalità del questionario.

Lo scopo dell'a.c.m. è la ricerca del sottospazio su cui proiettare i singoli punti dei due spazi in modo tale da minimizzare la perdita di informazione.

L'insieme dei punti in ciascuno dei due spazi può essere immaginato come una nube con una propria forma caratteristica in uno spazio a più dimensioni; effettuare un'a.c.m. equivale alla ricerca delle direzioni di massimo allungamento di questa nube in modo tali da fornire una sintesi delle caratteristiche salienti dell'intera matrice dei dati e delle interrelazioni tra le stesse modalità.

Allegato 1: Il questionario

L'IMPRESA NEL SISTEMA MODA

Dal tessuto alla confezione e accessori

PARTE I - Informazioni sull'azienda.

1.1 Denominazione e forma giuridica dell'azienda.

.....

1.2 Qual é stata l'evoluzione del fatturato nell'ultimo triennio

Incremento decremento stazionario

1.3 attività prevalente

1.4 Produzione prevalente.

1.5 Quantità giornaliera prodotta

Quantità stagionali prodotte

Quantità annue prodotte

.....

1.6 che tipo di produzione realizza

pronto moda

programmato

1.7 Organigramma macro

Processi interni confezione/tessuti

Proc. Int. Calzature

Proc. Int. pelletteria

- Stile/Campionario
- Modelli/Progettazione
- Taglio
- Confezione
- Stiro finisaggi

1.8 Tecnologie

Tradizionali a prevalente lavoro a mano Tradizionali a prev. lavoro meccanico

Tradizionali a prev. lavoro elettronico

Cad cam

supporti informatici

1.9 Qualità

Controlli interni

Controlli esterni Specificare chi controlla _____

1.10 Produzione propria

Produzioni conto terzi

Interna ...% esterna %

.....%

1.11 Specificare i marchi (indicando la % per cliente)

1.12 Della produzione che esternalizza può indicarci dove?

Prodotto _____

Prodotto _____

Prodotto _____

regionale %

regionale %

regionale %

nazionale %

nazionale %

nazionale %

estera %

estera %

estera %

1.13 Quali sono i mercati di sbocco (indicare la %)

- Regionale% Nazionale.....%
- Comunitario.....% Altri (specificare)%

1.14 Canali di distribuzione

- dettaglio
ingrosso
catene di negozi
grande distribuzione organizzata
franchising
commercio elettronico
centri vendita all'ingrosso
altro (specificare):.....

1.15 La commercializzazione dei prodotti viene fatta dalla sua azienda o utilizza strutture esterne?

- commercial. con strut. interne commercial. attraverso strut. Esterne
- % ----- %

1.16 Quale e' il numero orientativo di clienti consolidati

- 1 10-20 20-50 Oltre 50

PARTE II - Rapporto con l'ambiente

2.1 Quali sono, secondo lei, in ordine di importanza, i tre principali fattori critici di successo nel suo settore di attività?

- 1) _____
2) _____
3) _____

2.2 Quali sono, in ordine di importanza, i principali fattori di crisi o di inefficienza nel suo settore di attività?

- 1) _____
2) _____
3) _____

2.3 Quali sono, a vostro giudizio, le maggiori difficoltà che incontra l'impresa nell'ambito locale? (non più di tre)

- accessibilità
- disponibilità di spazio
- smaltimento rifiuti industriali
- distanza dai mercati
- carenze dei servizi innovativi
- ordine pubblico
- rapporti con università ed enti di ricerca
- ricerca e formazione del personale
- rapporti con la pubblica amministrazione
- altre (quali)

2.4 Quali dei seguenti servizi richiedete all'esterno ed in quale area geografica?

SERVIZIO	AMBITO		
	LOCALE	REGIONALE	NAZIONALE
Progettazione prodotto			
Formazione			
Ricerca e sviluppo			
Disegno idea/stile			
Elaborazione dati			
Attività di documentazione (informazione)			
Piazzamenti per il Taglio			
Marketing			
Comunicazione, Editoria aziendale, Pubblicità			
Altri (specificare)			

PARTE III – La forza lavoro e fabbisogni forniti.

3.1 Numero addetti

numero dipendenti

3.2 stabili

0-9 10-19 20-50 > 50

3.3 stagionali

0-9 10-19 20-50 > 50

3.4 occasionali

0-9 10-19 20-50 > 50

3.5 numero collaboratori esterni

0-9 10-19 20-50 > 50

3.6 numero di fasonisti con cui lavora

regione 0-9 10-19 > 20 dove-----

nazionali 0-9 10-19 >20-dove-----

internazionali 0-9 10-19 > 20dove-----

3.7 Qual é stata la dinamica dell'occupazione dell'ultimo triennio?

stazionaria decremento crescita

3.8 Quanti tra gli occupati hanno seguito corsi di formazione negli ultimi tre anni?

nessuno fino al 25% oltre

3.9 E' in previsione la riqualificazione del personale?

si no

3.10 Se si, in quali aree?

- Produzione
- Commercializzazione
- Amministrazione
- Organizzazione aziendale
- Informatica
- Marketing e pubblicità
- altre (specificare).....

- Aumento della qualità dei prodotti e spostamento su segmenti di mercato a più alto livello qualitativo
- Forma di collaborazione, anche occasionale, con altre imprese dell'area/distretto
- Entrare a far parte di un consorzio
- Decentramento di fasi produttive (spiegarne i motivi)

4.2 Negli ultimi 5 anni ha partecipato a bandi per ottenere finanziamenti agevolati?

- Sì
- No

4.3 Se sì quali _____

4.4 Indicare il numero di aziende committenti localizzate nelle seguenti aree

Dentro l'area/distretto

Fuori l'area/distretto

In ambito nazionale

In ambito comunitario

In ambito extracomunitario

4.5 L'impresa produce prodotti finiti o semilavorati? _____

4.6 Esiste il desiderio di affrontare il mercato con un proprio marchio

Si No

4.7 Aderisce a consorzi di promozione o valorizzazione e/o ad una associazione di categoria ?

se si indicare quale

4.8 Utilizza i servizi erogati dal consorzio, o dell'associazione di categoria se si quali?

- 1) _____
2) _____
3) _____

4.9 Quale % del suo fatturato imputerebbe alla partecipazione al consorzio?

0 % 0% - 30 % oltre 30%

4.10 Sarebbe disposto ad aderire a consorzi di imprese ? se si di quale tipo

- a) acquisti di materie prime
- b) formazione
- c) commercializzazione
- d) promozione
- e) altro (specificare)-----

4.11 Quanto ha investito in attività di promozione (Benefit per rappresentanti, materiale pubblicitario) nell'ultimo anno (in % del fatturato)?

0 % 0% - 30 % oltre 30%

4.12 Ha utilizzato servizi della Camera di commercio? Se si Quali

4.13 Sarebbe disposto a far parte di una banca dati che possa agevolare le sinergie e le collaborazioni tra imprese del nord e quelle del sud? Se si indicare che tipo di collaborazioni desidererebbe.

4.14 Di quali servizi ha bisogno di cui non è soddisfatto o che non trova e che sarebbe disposto a comprare? (indicare quali)

4.15 Ha partecipato a fiere nell'ultimo anno ?

locali regionali nazionali internazionali

4.16 Quanti nuovi clienti ha contattato nell'ultimo anno?

0 1-10 oltre 10

4.17 che tipo di difficoltà incontra nell'esportare i suoi prodotti?

- a) Conoscenza di nuovi clienti
- b) conoscenza di mercati potenzialmente interessati ai suoi prodotti
- c) individuazione di prodotti idonei ai nuovi mercati
- d) conoscenza linguistica dei paesi dove esportare
- e) conoscenza culturale dei paesi in cui si potrebbe esportare
- f) difficoltà ad individuare partner commerciali

PARTE V - Credito

5.1 Attraverso quali canali si finanzia?

Banche Finanza Agevolata Credito Agevolato tramite Confederazioni

Società Finanziarie

5.2 Utilizza consorzi di garanzia ?

Se si quali _____

5.3 Ha sottoscritto polizze che possano coprire il rischio paese?

Si No

5.4 Qual'è il fatturato al 2000 (in milioni di lire)?

0-499 mil 500/999 1000/4999 5000/9999 oltre

5.6 Potrebbe suggerire, se ne è a conoscenza, altre imprese significative del settore?

No Si

- Se si indicare : a) Nome della società _____
b) Indirizzo della società _____
c) Numero telefonico _____
d) Titolare dell'azienda _____

5.6 Altre considerazioni?
