

Il Future of Business Survey

Il Future of Business Survey, frutto di una partnership tra Facebook, OCSE e Banca Mondiale è un progetto volto a garantire una nuova fonte di informazioni sulle piccole e medie imprese (PMI) del Mondo. Il progetto ruota intorno ad un'indagine reiterata mensilmente in grado di cogliere informazioni di *sentiment* presso le PMI relativamente all'andamento economico, all'ambiente in cui operano, nonché alle prospettive per il futuro. L'indagine, lanciata nel febbraio 2016, ha coinvolto ad oggi più di 360 mila imprese in 42 paesi nei cinque continenti.

L'obiettivo generale di Future of Business Survey è quello di migliorare la comprensione delle tendenze economiche in atto e gli orientamenti futuri. La piattaforma digitale dedicata alla survey garantisce ai decisori politici, agli studiosi e al mondo dell'imprenditoria, l'accesso ai dati raccolti e agli indicatori sistemici costruiti. Uno strumento così globale, tempestivo e di facile consultazione rappresenta per le stesse PMI un'opportunità per cogliere i processi in corso stimolando intuizioni capaci di determinarne ulteriormente la crescita.

Per valorizzare maggiormente l'indagine a livello nazionale è stata avviata una collaborazione tra Facebook Italia e il Censis, che si sta occupando di analizzare periodicamente i dati insieme a quelli provenienti dalle ricerche Censis relative al sistema delle imprese italiane, oltre che alla progettazione di un set di domande specifiche per il contesto imprenditoriale nazionale. Tali domande saranno integrate con quelle già presenti nella survey e verranno poste alle PMI italiane che risponderanno nei prossimi mesi all'indagine Future of Business. Questa partnership permetterà di indagare alcuni dei fenomeni peculiari che caratterizzano le imprese italiane e nel contesto socio-economico nazionale.



Orientamenti e opinioni delle PMI italiane nei dati del Future of Business Survey

Nel nostro Paese hanno già partecipato all'indagine più di 14 mila piccole e medie imprese in possesso di un profilo aziendale su Facebook.

A queste imprese è stato chiesto, fra le altre cose, di esprimere un giudizio positivo, neutro o negativo relativamente alla situazione attuale e futura (prossimi sei mesi) della propria azienda, del settore di riferimento e della situazione economica nazionale in generale.

L'indicatore composito¹ è costruito per variare tra -100 e +100. I valori negativi stanno a indicare una prevalenza di imprese che valutano sia il presente che il prossimo futuro in maniera negativa. Sarebbe possibile riscontrare i valori estremi, in negativo o in positivo, se la totalità delle imprese valutasse rispettivamente negativamente o positivamente sia il presente che il prossimo futuro.

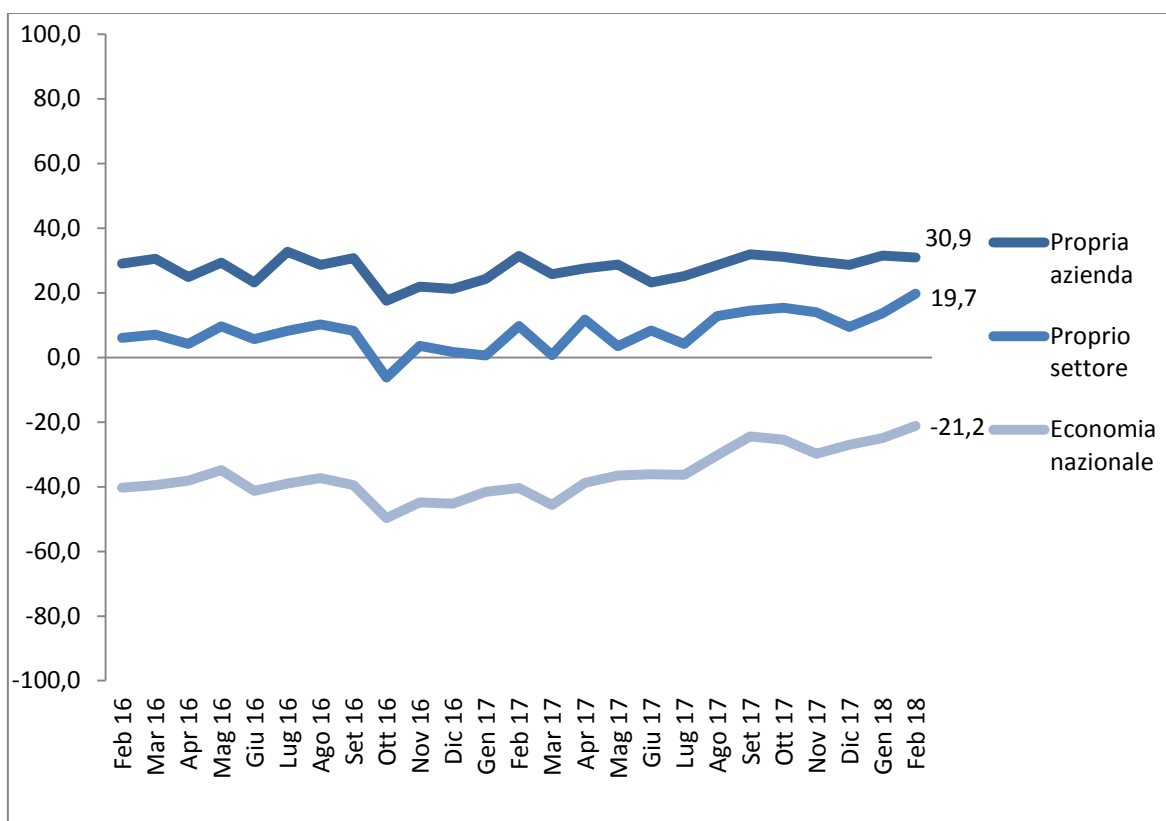
Per l'Italia questo indicatore assume valori contrastanti. La fiducia nella propria azienda esprime i valori più elevati, più che doppi rispetto a quelli per il settore di riferimento che, comunque, rimangono anch'essi positivi. Negativi, invece, i dati sulla fiducia riguardo la situazione economica generale, anche se negli ultimi mesi si registra un sensibile miglioramento con i valori dell'indicatore che tendono verso i valori positivi (fig.1).

Oltre al confronto temporale, grazie al Future of Business Survey è possibile effettuare delle comparazioni con i diversi paesi coinvolti nella rilevazione. A questo riguardo assume interesse il confronto tra Italia e Germania dove l'indicatore composito di fiducia presenta caratterizzazione molto diversa. Nel caso delle imprese tedesche, infatti, la fiducia nella

¹ Per la metodologia dettagliata di costruzione dell'indicatore composito si rimanda a eu.futureofbusinesssurvey.org

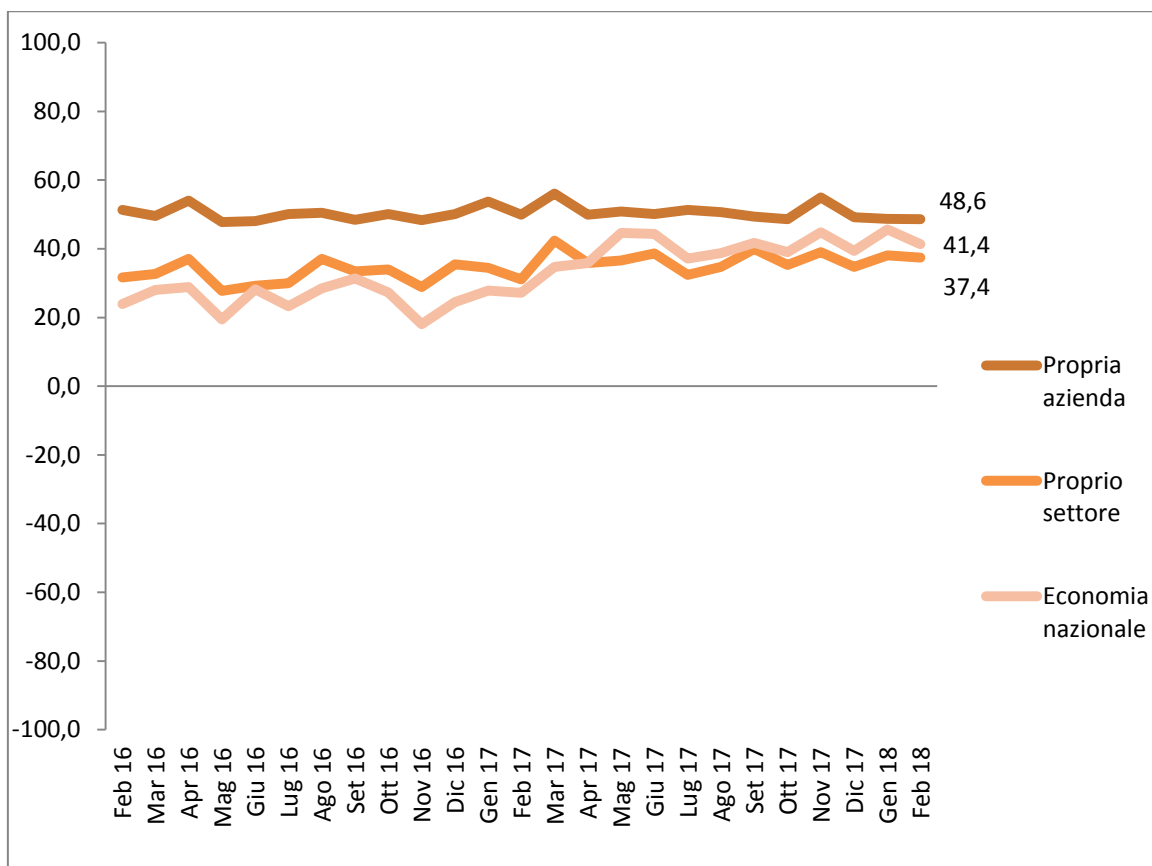
situazione attuale e nelle prospettive della propria azienda, del settore di riferimento e dell'economia tedesca, tendono a sovrapporsi e sono comunque sempre positivi. Ciò ad indicare la prevalenza di imprese fiduciose rispetto a quelle sfiduciate. (fig. 2).

Fig. 1 – Indicatore composito di fiducia sul presente e sui prossimi sei mesi, Italia – Febbraio 2016 – Febbraio 2018 (indice sintetico che varia tra -100/+100)



Fonte: elaborazione Censis su dati Future of Business Survey-Facebook/Oecd/World Bank

Fig. 2 – Indicatore composito di fiducia sul presente e sui prossimi sei mesi, Germania – Febbraio 2016 – Febbraio 2018 (indice sintetico che varia tra -100/+100)

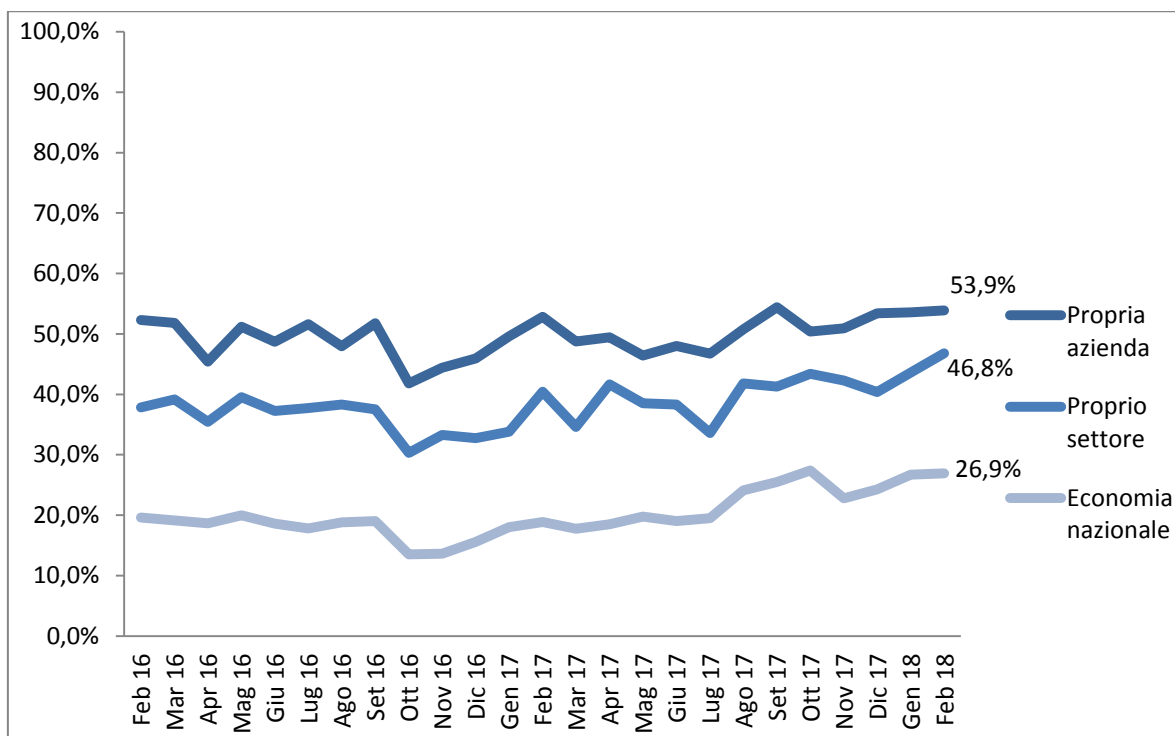


Fonte: elaborazione Censis su dati Future of Business Survey-Facebook/Oecd/World Bank

Tornando all'Italia, il miglioramento generale degli ultimi mesi è evidente anche se si guarda alla sola quota di coloro che si dichiarano ottimisti per il futuro. Rispetto al minimo di ottobre 2016 registrato per tutti e tre gli ambiti, la fiducia che nei prossimi sei mesi la situazione sarà migliore di quella attuale è in deciso aumento (fig. 3).

Anche nel caso di questo indicatore, comunque, il *sentiment* delle imprese relativamente alla propria azienda si dimostra migliore di quello del settore di riferimento e dell'economia del Paese nel suo complesso.

Fig. 3 – Imprese italiane che guardano al prossimo futuro (6 mesi) positivamente – Febbraio 2016 – Febbraio 2018 (val. %)

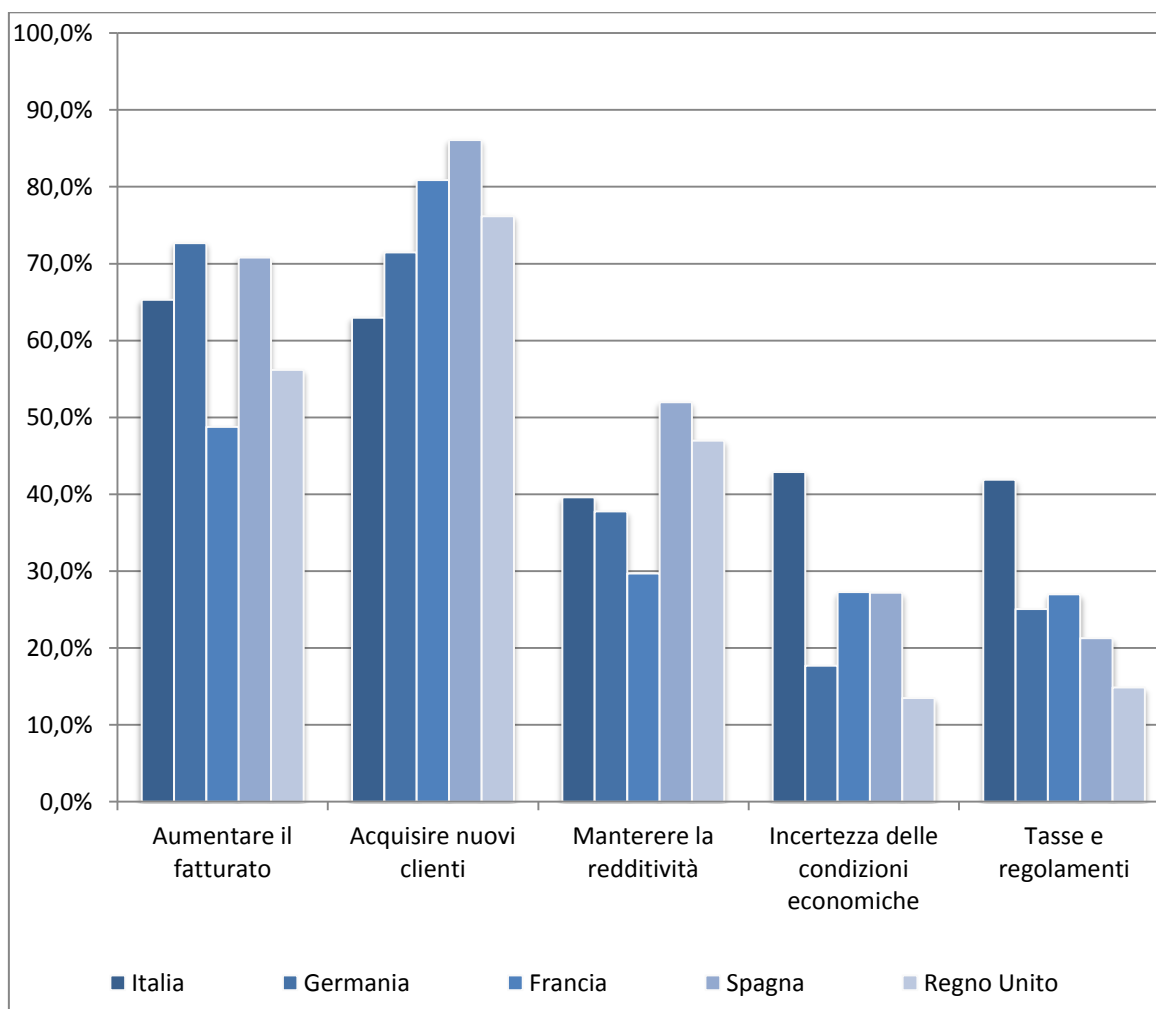


Fonte: elaborazione Censis su dati Future of Business Survey-Facebook/Oecd/World Bank

A questo riguardo, non stupisce che, tra i grandi Paesi europei, l'Italia sia quello dove la "sfida" per i prossimi mesi viene maggiormente individuata dagli imprenditori in ambiti extra-aziendali. Per contro, gli operatori di paesi come la Germania e il Regno Unito, sono molto concentrati verso le sfide aziendali propriamente dette, quali l'aumento del fatturato e l'acquisizione di nuovi clienti. Nella sostanza, sembra potersi sostenere che la preoccupazione che scaturisce da un contesto economico generale ritenuto problematico, e le incertezze che discendono dall'attuale regime fiscale e regolativo, impegnano le aziende italiane sottraendo loro energie preziose altrimenti impiegabili nel miglioramento delle performance e nel raggiungimento degli obiettivi aziendali (fig. 4).

È un messaggio ai decisori politici: in una fase in cui si percepisce una “torsione in positivo” segnata dalla ripresa degli indici di produzione industriale e di aumento degli ordinativi, le imprese italiane vorrebbero poter rimanere concentrate sul loro business senza eccessive preoccupazioni di natura per così dire sistemica.

Fig. 4 – Alcune delle sfide più importanti a cui devono far fronte le imprese nei principali Paesi europei, Febbraio 2018 (val. %, possibili più risposte)



Fonte: elaborazione Censis su dati Future of Business Survey-Facebook/Oecd/World Bank