


3 OBIETTIVI PER L'XIa LEGISLATURA REGIONALE

#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

TUTELARE IL COMMERCIO URBANO
AGGANCIARE LA LOCOMOTIVA TURISMO
RILANCIARE LA MICRO IMPRESA

 www.ConfesercentiLombardia.it

 @ConfesercentiLO

 Confesercenti Lombardia



#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

3 OBIETTIVI PER L'XIª LEGISLATURA REGIONALE

Primo obiettivo

TUTELARE IL COMMERCIO URBANO

Le proposte di Confesercenti

1. Stop allo sviluppo delle grandi strutture di vendita extra-urbane
2. Zero IRAP anche nei piccoli Comuni e per il passaggio generazionale

Secondo obiettivo

AGGANCIARE LA “LOCOMOTIVA TURISMO”

Le proposte di Confesercenti

1. “Attrattività territoriale” nuova area di specializzazione strategia S3
2. Concorrenza leale per le attività non imprenditoriali

Terzo obiettivo

RILANCIARE LA MICRO-IMPRESA

Le proposte di Confesercenti

1. Puntare sui Confidi per garantire l'accesso al credito
2. Programma regionale micro-impresa 4.0



CONFESERCENTI x LOMBARDIA 18

3 OBIETTIVI PER L'XI^a LEGISLATURA REGIONALE

Premessa

Nel corso della decima legislatura regionale, l'economia lombarda ha consolidato un quinquennio di modesta ma stabile ripresa. Dalla seconda recessione del 2013, la produzione regionale è infatti cresciuta con ritmi più sostenuti rispetto all'economia nazionale, mentre il tasso di occupazione ha raggiunto – già dal 2016 – i livelli precedenti alla prima recessione del 2009, con ulteriore miglioramento nel corso del 2017.¹

Se analizzata più attentamente, tale positiva tendenza rivela però asimmetrie e debolezze strutturali che accomunano la Lombardia al resto del Paese, determinando una crescita inferiore a quella mediamente rilevata in Europa. Benché la manifattura prosperi grazie allo sviluppo della domanda estera e il turismo metta a segno risultati straordinari per le presenze straniere, il commercio al dettaglio è indebolito da una domanda interna che risente della perdurante stagnazione dei consumi delle famiglie, ostacolando il ritorno del PIL ai livelli pre-crisi.²

All'interno di ciascun comparto emergono inoltre marcate differenze fra territori e operatori economici. Nello specifico, mentre da un lato la ripresa ha interessato soprattutto il capoluogo regionale e una minoranza di Province, dall'altro essa ha giovato principalmente alle aziende più strutturate e – in taluni ambiti – alle attività non-imprenditoriali, che hanno progressivamente ridimensionato le quote di mercato delle micro-imprese con meno di 10 addetti.³

Uno scenario in chiaro-scuro, nel quale occorre considerare, accanto alle statistiche macro-economiche, anche le esternalità ambientali, culturali e sociali che caratterizzano i diversi modelli di sviluppo.

In una campagna elettorale che si è contraddistinta per molte proposte suggestive ma poco circostanziate, la nostra Associazione non presenta l'ennesimo “elenco dei sogni”, né una pletorica lista di azioni più o meno utili al rilancio dell'economia lombarda, ma si assume la responsabilità di enumerare e argomentare specifiche priorità, citando dati e fonti. Con questo programma ci rivolgiamo dunque a tutte le forze politiche, perché si esprimano con chiarezza rispetto ai tre principali obiettivi che Confesercenti si pone per la prossima legislatura lombarda: tutelare il commercio urbano, agganciare la “locomotiva turismo” e rilanciare la micro-impresa.

Gianni Rebecchi



#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

3 OBIETTIVI PER L'XI^a LEGISLATURA REGIONALE

Primo obiettivo

TUTELARE IL COMMERCIO URBANO

Le proposte di Confesercenti

1. **Stop allo sviluppo delle grandi strutture di vendita extra-urbane**
2. **Zero IRAP anche nei piccoli Comuni e per il passaggio generazionale**



TUTELARE IL COMMERCIO URBANO

#CONFESERCENTI x LOMBARDIA 18

Analisi obiettivo e proposte

Nell'ambito del commercio operano più del 20% delle imprese attive in Lombardia, generando oltre il 25% del valore aggiunto prodotto sul territorio e occupando circa il 20% dei lavoratori. ⁴

Se il rilancio di tali imprese costituisce una premessa imprescindibile per la piena ripresa economica della Regione, tale ripresa dovrà anzitutto riguardare i negozi di vicinato. L'insieme di questi punti vendita forma infatti più del 90% della rete del commercio al dettaglio in sede fissa della Lombardia, che complessivamente riunisce circa il 40% delle imprese operanti nell'intero settore. ⁵

Al di là della rilevanza economica, il commercio di prossimità rappresenta un elemento caratterizzante per i circa 1.500 Comuni della Lombardia. La desertificazione commerciale dei centri abitati è infatti uno dei fenomeni che maggiormente minaccia l'attrattività, la sicurezza e la vivibilità di tali contesti.

Dal 2007 al 2017 la superficie di vendita dei negozi di vicinato lombardi si è infatti ridotta per più di 300.000 metri quadri, a fronte dell'estensione di 1.250.000 metri quadri della superficie di medie e grandi strutture della Regione. Cifre importanti, i cui ordini di grandezza si possono cogliere paragonando – da un lato – il ridimensionamento della superficie degli esercizi di vicinato allo spazio che essi attualmente occupano nell'intera Provincia di Mantova e – dall'altro lato – l'ampliamento di medie e grandi strutture allo spazio che esse attualmente ricoprono nelle Province di Como, Cremona e Pavia, congiuntamente considerate. ⁶

Una vera e propria “sostituzione”, le cui esternalità negative si sono principalmente manifestate nella diffusione di polarità commerciali extra-urbane che hanno deviato il passaggio dei consumatori, impedendo ai negozi tradizionali d'intercettare i flussi.

Così si spiega la prima richiesta di Confesercenti per il futuro legislatore lombardo, che dovrebbe modificare la vigente normativa commerciale e urbanistica regionale per impedire l'ulteriore sviluppo di grandi strutture di vendita nelle periferie. Tale divieto dovrebbe riguardare tanto i progetti che propongono nuovo “consumo di suolo”, quanto quelli che insistono sulle diffuse

TUTELARE IL COMMERCIO URBANO

#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

“aree dismesse” della Regione, per il “recupero” delle quali sono già stati degradati troppi Comuni lombardi.

La crisi dei negozi di vicinato, oltre che alla proliferazione delle grandi cubature commerciali extra-urbane e alla contrazione dei consumi, è però dovuta anche all’incremento dei costi fissi, tra i quali spiccano quelli connessi alle imposte locali. Queste ultime hanno inciso in modo trasversale sugli operatori economici, senza adeguate logiche progressive, conseguentemente danneggiando anzitutto le attività meno strutturate. ⁷

In tale contesto, l’azzeramento triennale dell’Imposta Regionale sulle Attività Produttive per le nuove imprese commerciali avviate nei capoluoghi di Provincia e nei restanti Comuni con più di 50.000 abitanti rappresenta senz’altro un concreto passo in avanti adottato dall’uscente amministrazione lombarda. Per la prossima legislatura, Confesercenti chiede dunque un ampliamento di questo impegno, quantomeno estendendolo anche ai centri storici dei Comuni minori, nonché equiparando il trasferimento di imprese attive all’avvio di una nuova attività, nell’ottica di favorire il “passaggio generazionale” nel commercio al dettaglio.

La leva dell’IRAP – anche grazie al percorso intrapreso col Governo nell’ambito del regionalismo differenziato – potrebbe costituire inoltre lo strumento con cui più generalmente salvaguardare le attività familiari e i negozi storici da sempre attivi nei piccoli e grandi Comuni lombardi. Tali attività, oltre a costituire un patrimonio culturale per i centri storici ove sono insediate, ne contraddistinguono l’offerta commerciale evitandone la standardizzazione e meritando conseguentemente apposite tutele per garantire la positiva convivenza tra attività tradizionali, catene e grande distribuzione.

#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

3 OBIETTIVI PER L'XI^a LEGISLATURA REGIONALE

Secondo obiettivo

AGGANCIARE LA “LOCOMOTIVA TURISMO”

Le proposte di Confesercenti

1. **“Attrattività territoriale” nuova area di specializzazione strategia S3**
2. **Concorrenza leale per le attività non imprenditoriali**



AGGANCIARE LA LOCOMOTIVA TURISMO

#CONFESERCENTI x LOMBARDIA 18

Analisi obiettivo e proposte

Il “peso” della filiera turistica sull’economia italiana e lombarda è generalmente stimato intorno al 10% del PIL. Ciò tanto in considerazione dei primi posti che il nostro Paese occupa tra le mete internazionali (con la Lombardia che per numero di presenze turistiche segue soltanto Toscana e Veneto, che rispettivamente registrano 38, 44 e 63 milioni di presenze turistiche annue), quanto in ragione del più generale impatto del turismo sugli altri settori. Una vera e propria “filiera” – appunto – che, oltre alle imprese turistiche propriamente dette (attività ricettive, pubblici esercizi, agenzie viaggi e professioni turistiche che da sole generano quasi il 6% del valore aggiunto regionale, occupando quasi il 7% degli addetti), alimenta un ampio indotto, anzitutto a favore di commercio e trasporti.⁸

Una filiera senz’altro in “fermento”, il cui tasso medio di crescita annuo è stato stimato intorno all’1,8% per il prossimo decennio, superando il settore bancario (1,6%) e finanziario (1,4%) e così attestandosi come il più performante per il nostro Paese.⁹

Il turismo si contraddistingue inoltre per la singolare rilevanza degli attori non imprenditoriali, talvolta preponderante. Per dare qualche cifra di rilievo è possibile considerare che, a fronte di circa 190.000 posti letto forniti in meno di 3.000 esercizi alberghieri, altrettante sistemazioni sono offerte da oltre 9.000 strutture complementari, in gran parte non imprenditoriali (Agriturismo, B&B, Ostelli, Case per Ferie, ecc.), cui occorre peraltro aggiungere un imprecisato numero di posti letto offerti da almeno 15.000 Case e Appartamenti per Vacanze gestiti in forma non imprenditoriale nella sola area milanese. Non meno rilevante appare inoltre il numero di eventi di somministrazione su area pubblica registrati nel neo-istituito “Calendario regionale delle Sagre”: 4.000 manifestazioni per l’anno 2018, alle quali occorre sommare quelle che si svolgeranno nei circa 1.100 Comuni che ancora devono provvedere alla calendarizzazione di tali eventi, sovente gestiti da soggetti non imprenditoriali.¹⁰

Cogliendo questi segnali, la X^a legislatura lombarda è opportunamente intervenuta con provvedimenti di rilievo per sostenere e disciplinare la filiera: da un lato stanziando circa 60 milioni di Euro per promuovere la riqualificazione delle imprese del settore, nonché per avviare e promuovere una vera politica turistica regionale; dall’altro rielaborando gran parte della vigente normativa:

AGGANCIARE LA LOCOMOTIVA TURISMO

#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

nell'ambito ricettivo, in quello dei viaggi organizzati e delle visite guidate, nonché della somministrazione di alimenti e bevande su area pubblica.

La strada intrapresa è senz'altro giusta, ma è necessario dare continuità a questo impegno, ed è in tal senso che si collocano le due proposte di Confesercenti per agganciare la “locomotiva turismo” nella prossima legislatura.

In primo luogo evidenziamo l'esigenza di inserire nella “Smart Specialisation Strategy” (S3) di Regione Lombardia una nuova “area di specializzazione intelligente”: l’“attrattività territoriale”. Ciò tanto per dare la dovuta dignità al settore con le migliori prospettive di crescita per il nostro territorio, quanto per garantire che la filiera del turismo possa essere adeguatamente finanziata per il futuro: alla strategia S3 è infatti destinata la parte più cospicua del Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale POR-FESR 14/20 (circa 350 milioni su un miliardo).

Da ultimo – ma con altrettanta convinzione – ribadiamo la necessità d'insistere sul tema della regolamentazione dell'ampia compagine non imprenditoriale del settore turistico: non solo per garantire la concorrenza leale tra gli operatori, ma anzitutto per tutelare i consumatori, assicurando la qualità dell'offerta turistica lombarda.

In tale prospettiva evidenziamo l'esigenza di portare a termine l'attuazione delle specifiche disposizioni già approvate nel corso della X^a legislatura (come nel caso del Codice Identificativo per Case Vacanze e in quello del Calendario regionale delle Sagre), nonché di attivare ulteriori strumenti per garantire la più generalizzata realizzazione di un “sistema integrato dei controlli” che consenta alla Regione di monitorare l'effettiva applicazione della Legge su tutto il territorio (come appare essenziale a fronte della tormentata evoluzione degli enti di area vasta, nonché delle difficoltà organizzative e finanziarie dei piccoli Comuni chiamati a vigilare in loro vece).

#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18
3 OBIETTIVI PER L'XI^a LEGISLATURA REGIONALE

Terzo obiettivo

RILANCIARE LA MICRO-IMPRESA

Le proposte di Confesercenti

1. **Puntare sui Confidi per garantire l'accesso al credito**
2. **Programma regionale micro-impresa 4.0**



RILANCIARE LA MICRO IMPRESA

#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

Analisi obiettivo e proposte

Le micro-imprese con meno di 10 addetti rappresentano circa il 95% del tessuto produttivo italiano, occupando oltre il 45% della forza lavoro, contro il 20% delle piccole imprese tra i 10 e i 24 addetti, il 13% delle medie tra i 25 e i 249 e il 22% delle grandi. Valori analoghi si registrano anche in Lombardia, benché la porzione degli occupati nelle microimprese si attesti attorno al 35%, in considerazione della più diffusa presenza di medie e grandi imprese, dove si concentrano rispettivamente circa il 15% e il 30% degli addetti.¹¹

Il tessuto delle micro-imprese costituisce la parte preponderante e caratterizzante dell'economia italiana e lombarda. Recuperare i divari di crescita accumulati con le migliori economie degli altri Paesi non sarà dunque possibile senza stimolare lo sviluppo di tali realtà produttive, colmandone i punti di debolezza e favorendone gli elementi di forza.

Tra gli elementi di debolezza che maggiormente affliggono le micro-imprese emerge quello legato alla difficoltà di accesso al credito. Benché il flusso di liquidità erogato alle imprese non finanziarie sia generalmente tornato a crescere dal 2015, tale operatività si è infatti concentrata a favore delle aziende di maggiori dimensioni, mentre gli stanziamenti per le micro-imprese si sono persino ridotti. Ciò anche raffrontando aziende appartenenti al medesimo settore, nonché caratterizzate da analoghe condizioni di bilancio.¹²

Tale penuria di erogazioni è connessa all'evoluzione della normativa sulla solidità del sistema creditizio: un'indubbia esigenza collettiva, che è però stata attuata con modalità che hanno in ultima istanza sfavorito le micro-imprese. Istituti di credito sempre più verticistici e distaccati dal territorio hanno infatti crescentemente favorito le aziende più strutturate, ancorché statisticamente non più solide delle micro-imprese.¹³

In questo – contestato – quadro regolatorio risulta più che mai necessario rivedere l'intervento dell'attore pubblico, che certo non è mancato negli anni pregressi, ma che altrettanto certamente non ha prodotto gli effetti auspicati a sostegno delle micro-imprese. Nello specifico, Confesercenti evidenzia la necessità di predisporre strumenti dedicati alla micro-impresa che promuovano la giusta sinergia tra garanzia pubblica e garanzia consortile, in un'ottica di sussidiarietà.

RILANCIARE LA MICRO IMPRESA **#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18**

Secondo questa prospettiva si rivela senz'altro positiva l'imminente riforma del Fondo di Garanzia per le PMI gestito dal Mediocredito Centrale, la quale – rivedendo l'intensità delle coperture pubbliche sui finanziamenti concessi in favore delle aziende meritevoli – dovrebbe riuscire a valorizzare il ruolo della garanzia solidaristica erogata dai Confidi a vantaggio delle micro-imprese.

Alla prossima amministrazione regionale Confesercenti chiede di seguire la medesima strategia, assicurando che gli strumenti dedicati al credito delle micro-imprese possano sempre avvalersi delle garanzie stanziare dai Confidi, nonché della capacità che questi enti consortili hanno maturato nell'ambito della valutazione del merito creditizio delle aziende meno strutturate. In tal senso, sarebbe senz'altro positiva l'istituzione, su base regionale, di una sezione speciale del Fondo centrale di garanzia riservata alle micro-imprese che si avvalgono dell'assistenza dei Confidi.

Per rilanciare le micro-imprese è inoltre necessario stimolare il loro principale punto di forza: la dinamicità derivante dalla “leggerezza” delle loro strutture, che più facilmente possono adeguarsi alle innovazioni. Per questo motivo, l'opportuna trasformazione del piano “industria 4.0” in quello di “impresa 4.0” deve – ad avviso di Confesercenti – compiere un'ulteriore evoluzione, adeguandosi ai canoni della “micro-impresa 4.0”: un piano volto a stimolare l'utilizzo delle tecnologie abilitanti da parte delle imprese con meno di 10 dipendenti, troppo spesso ignorate, in passato, da bandi diretti a finanziare investimenti minimi troppo elevati per le aziende meno strutturate.

I nuovi strumenti digitali e le competenze a loro connesse offrono enormi opportunità alle micro-imprese, che hanno finalmente la possibilità di proporsi, formarsi e organizzarsi con costi compatibili alle loro finanze, specie qualora sostenuti dalla leva pubblica. Tale prospettiva appare tanto più opportuna in considerazione della premessa rilevanza della micro-impresa nel complessivo tessuto produttivo di Regione Lombardia, che ad avviso di Confesercenti dovrebbe all'uopo destinare adeguate risorse nell'arco della prossima legislatura.

#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

3 OBIETTIVI PER L'XIª LEGISLATURA REGIONALE

Primo obiettivo

TUTELARE IL COMMERCIO URBANO

Le proposte di Confesercenti

3. Stop allo sviluppo delle grandi strutture di vendita extra-urbane
4. Zero IRAP anche nei piccoli Comuni e per il passaggio generazionale

Secondo obiettivo

AGGANCIARE LA “LOCOMOTIVA TURISMO”

Le proposte di Confesercenti

3. “Attrattività territoriale” nuova area di specializzazione strategia S3
4. Concorrenza leale per le attività non imprenditoriali

Terzo obiettivo

RILANCIARE LA MICRO-IMPRESA

Le proposte di Confesercenti

3. Puntare sui Confidi per garantire l'accesso al credito
4. Programma regionale micro-impresa 4.0



#CONFESERCENTIxLOMBARDIA18

3 OBIETTIVI PER L'XI^a LEGISLATURA REGIONALE

Riferimenti bibliografici dei dati citati

1. Sulla dinamica del PIL italiano e lombardo si veda *DEFR 2017, aggiornamento PRS per il triennio 2018-2020, pag. 20 – Regione Lombardia - 30.10.2017*; sull'evoluzione del tasso di occupazione regionale si veda *Economie regionali, l'economia della Lombardia, Aggiornamento congiunturale Novembre 2017, pag. 13 – Banca d'Italia Eurosystema*.
2. Sulla dinamica del PIL europeo rispetto a quello nazionale e lombardo si veda *DEFR 2017, aggiornamento PRS per il triennio 2018-2020, pag. 11 – Regione Lombardia - 30.10.2017*; sull'andamento dei diversi settori economici si veda *Valore aggiunto per branca di attività, aggregati Italia e Lombardia, in conti e aggregati economici territoriali/conti nazionali – banca dati I.STAT*; sulle dinamiche della domanda si veda *L'Economia Italiana in Breve, PIL e principali componenti della domanda, pag. 2, Febbraio 2018 – Banca d'Italia Eurosystema*, nonché *DEFR 2017, aggiornamento PRS per il triennio 2018-2020, pp. 14-15, Ottobre 2017 – Regione Lombardia*.
3. Sui diversi ritmi di crescita delle Province lombarde si veda *Prodotto Interno Lordo (PIL) dell'intera economia per abitante a prezzi correnti, maggio 2017 – Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne*; sulla crescita delle diverse classi dimensionali d'impresa si veda *Risultati economici delle imprese – principali dati, in competitività/imprese, banca dati I.STAT*; sulla proliferazione delle attività non imprenditoriali si veda quanto specificato nella sezione dedicata al secondo obiettivo “*agganciare la locomotiva del turismo*”.
4. Sulla rilevanza delle imprese attive nel settore commercio rispetto al totale di quelle attive in Lombardia si veda *Imprese e addetti – principali dati, aggregato Lombardia, in struttura/imprese – banca dati I.STAT*; sulla percentuale del valore aggiunto generato da tali imprese rispetto al totale si veda *Valore aggiunto per branca di attività, aggregato Lombardia, in conti e aggregati economici territoriali/conti nazionali – banca dati I.STAT*.
5. Sul numero di esercizi di vicinato rispetto alle medie e grandi strutture di vendita si veda *Rilevazioni sul commercio al dettaglio in sede fissa nei Comuni lombardi, Giugno 2017 – Osservatorio Regionale del Commercio di Regione Lombardia*; sulla rilevanza del commercio al dettaglio rispetto al totale del comparto si veda *Imprese e addetti – principali dati, aggregati Italia e Lombardia, in struttura/imprese – banca dati I.STAT*.
6. Sulle variazioni della superficie di vendita delle diverse tipologie di punti vendita operanti nell'ambito del commercio al dettaglio in sede fissa, si raffronti l'ultimo decennio di *Rilevazioni sul commercio al dettaglio in sede fissa nei Comuni lombardi – Osservatorio Regionale del Commercio di Regione Lombardia*.
7. Sul punto appare emblematica la vicenda del tributo sui rifiuti, dove l'invocato passaggio dal regime di “tassa” previsto dalla TARSU di cui al D.Lgs. 507/1993, a quello di “tariffa” previsto per la TIA di cui al D.Lgs.22/1997, nonché per la

#CONFESERCENTI~~x~~LOMBARDIA18

3 OBIETTIVI PER L'XI^a LEGISLATURA REGIONALE

successiva TARES di cui D.L. 201/2011 e – infine – per la vigente TARI di cui alla L. 147/2013, si è in verità concretizzato con criteri forfettari e ampiamente lasciati alla discrezionalità dei Comuni, generando forti rincari e ancor più forti divergenze tra i territori, su cui si veda *TARI, la tassa sui rifiuti: bar/alberghi/supermercati, città che vai tassa che trovi* 5.1.2018 – Istituto studi sul consumo ISSCON fondazione.

8. Sul rilievo della filiera turistica e sul numero di presenze si veda *Piano per lo sviluppo del turismo e dell'attrattività, pag. 6, DCR 21.2.2017 – Consiglio regionale della Lombardia, nonché Rapporto sul turismo 2017 – Unicredit4Tourism*; sul valore aggiunto delle imprese turistiche strettamente intese si veda *Valore aggiunto per branca di attività, aggregati Italia e Lombardia, in conti e aggregati economici territoriali/conti nazionali – banca dati I.STAT*; sugli addetti occupati nelle imprese turistiche strettamente intese si veda *Imprese e addetti – principali dati, aggregati Italia e Lombardia, in struttura/imprese – banca dati I.STAT*.
9. Sul tasso medio annuo di crescita del turismo per il prossimo decennio, anche in raffronto col settore bancario e quello finanziario, si veda *Piano per lo sviluppo del turismo e dell'attrattività, pag. 6, DCR 21.2.2017 – Consiglio regionale della Lombardia*.
10. Sul numero di esercizi alberghiere e complementari e relativi posti letto si veda *Strutture Ricettive Alberghiere e Extra-alberghiere, 1.2.2018 – Open Data Lombardia*; sul numero di CaV non imprenditoriali stimate nella sola Città di Milano si veda *Airbnb a Milano, record di utenti per l'affitto breve: sono 15mila, 11.6.2017 – La Repubblica ed. Milano*; Sul numero di sagre registrate nel Calendario regionale si veda *Calendario Sagre e Fiere su area pubblica 13.2.2018 - Open Data Lombardia*.
11. Sul rilievo delle micro-imprese in termini numerici e di occupazione si veda *Imprese e addetti – principali dati, aggregati Italia e Lombardia, in struttura/imprese – banca dati I.STAT*.
12. Sull'evoluzione delle dinamiche creditizie, anche con riferimento alla maggiore rigidità della stretta creditizia a discapito delle micro-imprese, si veda *Fragilità finanziaria delle imprese e allocazione del credito, Questioni di Economia e Finanza, pag. 5, Febbraio 2017 – Banca d'Italia Eurosystema*.
13. Sulla più insistente percentuale di sofferenze bancarie nell'ambito delle “società non finanziarie” rispetto alle “famiglie produttrici” fino a 5 addetti si veda *Banca e moneta, tavola BSIB0900 dal febbraio 2015 – Banca d'Italia Eurosystema*.