



Regione Piemonte  
Agenzia Piemonte Lavoro



## **REPORT DI MONITORAGGIO**

**AL 31/12/2004**

**Misura D3 Linee 1, 2 e 3 POR Ob. 3 2000/2006**

*Giugno 2005*

*Il presente rapporto di monitoraggio è stato scritto interamente da Mauro Ferrarese, Assunta Molignano, Laura Piedi.*

*Si ringraziano inoltre tutti quelli che a vario titolo hanno reso disponibili al soggetto monitoratore i dati aggregati ed individuali sullo stato d'avanzamento fisico e finanziario della misura D3, linee 1,2,3.*

## *Premessa*

Questo rapporto di monitoraggio si propone di descrivere dal punto di vista quantitativo l'attuazione dei programmi provinciali stilati per la Misura D3 linee 1, 2 e 3 e relative azioni.

Le prospettive scelte per condurre l'analisi sullo stato di avanzamento delle attività, riguarderanno prevalentemente l'aspetto fisico-procedurale delle azioni implementate in tutte le province piemontesi, e solo sinteticamente quello finanziario.

L'unione delle due prospettive citate, seppur assoggettabile a tutti i limiti insiti in qualsiasi attività d'acquisizione e gestione dati, genera un quadro sufficientemente attendibile e spendibile dagli operatori sia per il mero controllo interno, che come punto di partenza per più sofisticate analisi di benchmarking tra scenari provinciali.

Dal punto di vista operativo, lo stato d'avanzamento finanziario della misura D3 sarà definito servendosi dello strumento web inserito nel "database dell'Agenzia Piemonte Lavoro", mentre quello fisico-procedurale - considerato sia per macro voci (livello aggregato) che per singolo individuo - si baserà sulla ripresa mediante rispettivamente la ripresa dei valori inseriti nella "scheda 1" e nel sistema di up-load dell'APL.

Il monitoraggio della seconda linea della misura D3 rivolta alle persone, beneficerà dei dati disaggregati raccolti per ciascuna provincia. Si anticipa che, a differenza dei precedenti rapporti, l'attuale raggiunge in termini di territoriali, un livello di copertura informativa del 100% per le fasi di pre-accoglienza ed accoglienza. Per fasi successive del percorso di creazione d'impresa, infatti, il dato individuale non è ancora standardizzabile tra realtà provinciali diverse, aspetto che ci costringe a ritornare al dato aggregato (scheda 1).

Considerata l'importanza, concluderemo con un breve focus su alcune caratteristiche di rilievo delle imprese create da ciascuna provincia fino al trimestre di riferimento, le cui informazioni sono raccolte nella "scheda 2".

## ***Lo stato di avanzamento fisico-procedurale al 31/12/2004***

La descrizione dello stato di avanzamento fisico della misura d3 avverrà partendo dall'analisi di alcuni indicatori scelti per monitorare l'andamento di ciascuna delle tre linee.

### ***Interventi di supporto all'imprenditoria (Linea 1)***

La linea in esame, come è noto, essendo definita mediante azioni a favore di strutture e sistemi è priva dunque di destinatari diretti. Di conseguenza i temi che toccheremo riguarderanno la costituzione ed il consolidamento di una rete di servizi territoriali, sportelli provinciali e sub-provinciali, per la nascita o lo sviluppo d'impresa. Tradotto in termini di indicatori, riteniamo propedeutica per il loro legame con altri temi sviluppati all'interno del monitoraggio, la ripresa del numero di sportelli e di personale impiegato.

Partendo da una valutazione di efficacia delle azioni a supporto all'imprenditoria basata sul confronto tra quanto accaduto e quanto previsto a livello di intero territorio piemontese, i dati sembrano essere assolutamente positivi. I valori totali relativi al numero di sportelli creati e personale impiegato (i due indicatori scelti per la linea 1 ) superano di un buon 25% le stime ricavabili dall'insieme di convenzioni stipulate con la Regione.

***Tabella 1: Indicatori di efficacia della linea 1 in Piemonte al 31/12/04***

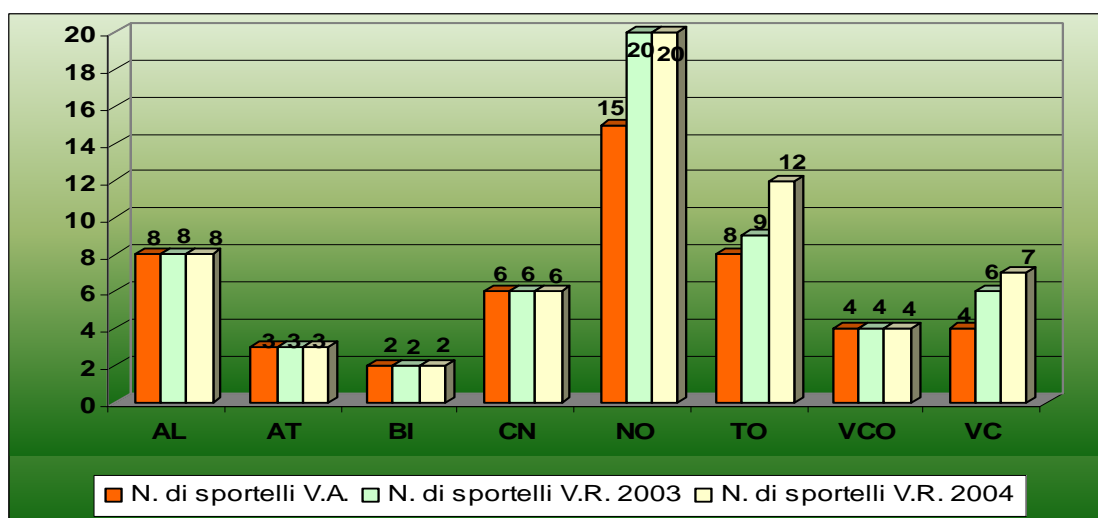
<b>Indicatori linea -1 al 31/12/04</b>	<b>V.</b>	<b>V.R.</b>	<b>efficacia %</b>
<b>N. di sportelli attivi</b>	50	62	124
<b>N. operatori agli sportelli</b>	111	147	132

Considerando però che i valori contenuti nella tabella sono stati ottenuti mediante un processo di aggregazione al di sotto del quale potrebbero coesistere - data la diversità dei percorsi di implementazione della misura D3 - molteplici scenari provinciali, diventa cruciale abbassare il livello d'analisi ed individuare il contributo apportato da ogni provincia nella definizione dei valori ottenuti in Piemonte.

Rispetto agli **sportelli attivi** sul territorio piemontese, mettendo a confronto i valori attesi (cioè quelli contenuti nelle convenzione Regione/Provincia) con i valori realizzati al termine degli ultimi due anni, si nota che i soggetti attuatori hanno raggiunto gli obiettivi prefissati in tutte le province, oltrepassandoli in entrambi gli anni 2003 e 2004 a Novara, Torino e Vercelli.

Inoltre, come si vede dall'altezza delle barre dell'istogramma, mentre nella quasi totalità delle province la numerosità dell'indicatore esaminato non supera le 10 unità, in quella di Novara è il doppio.

**Grafico 1: N. sportelli attivi sul territorio per la misura D3**



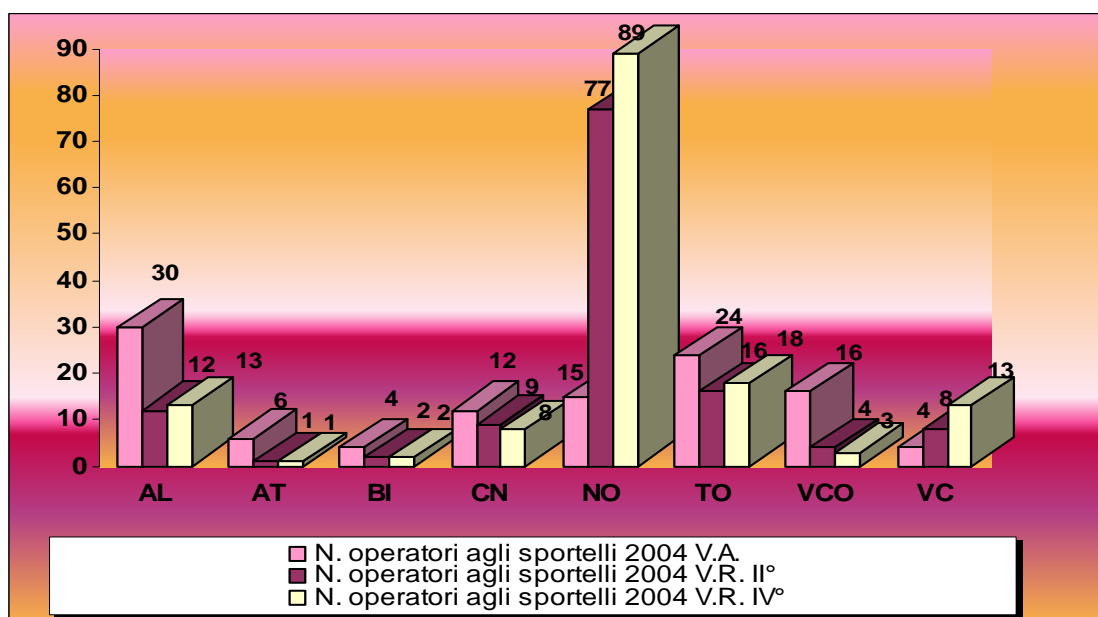
Passiamo ora dalla quantificazione dell'aspetto strutturale del servizio al **personale operante allo sportello**. In questo caso, mettendo a confronto i valori attesi (risultanti da convenzione) con quelli rilevati al primo ed al secondo semestre del

2004 (modalità II° e IV° trimestre) si nota un andamento del tutto opposto al primo indicatore analizzato.

Infatti, evitando di entrare nel contenuto delle mansioni svolte o delle competenze possedute, è evidente che solo due province su otto – vale a dire Novara e Vercelli - dispongono della numerosità di personale originariamente programmata. La mancanza di operatori da una parte e l'eccesso dall'altra, aprono un interrogativo sull'eventualità che il fabbisogno di risorse sia stato "sotto o sovrastimato" nella programmazione locale.

Dal gruppo di province che viene a formarsi escludendo le ultime menzionate, Torino ed Alessandria dimostrano di muoversi nelle direzioni segnate dagli obiettivi, in quanto si sono dotate rispettivamente di 2 ed 1 unità di personale in più da un semestre all'altro dell'anno.

**Grafico 2: N. operatori attivi sul territorio per la misura D3**

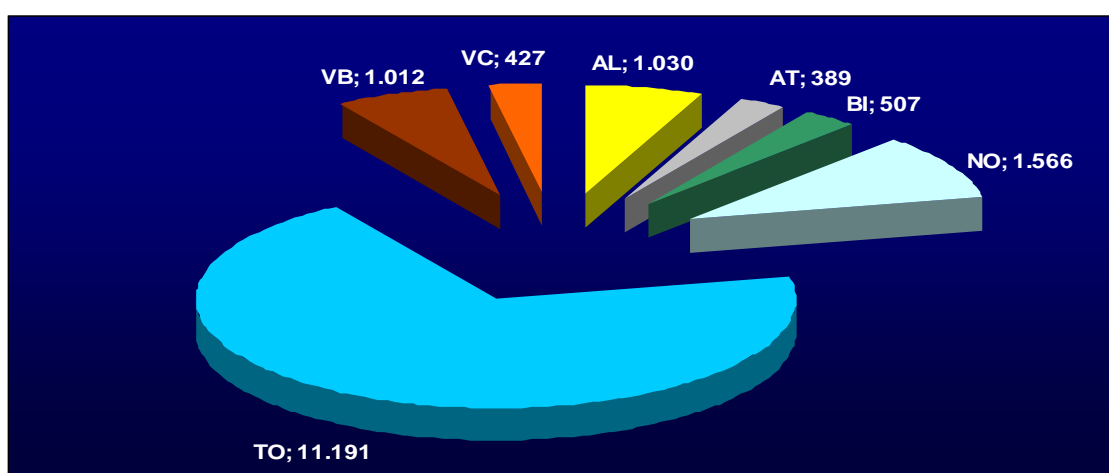


## Pre-Accoglienza (Linea 2)

Gli individui che alla data del 31/12/2004 sono entrati in contatto con gli sportelli per la creazione d'impresa presenti nel territorio piemontese, ammontano a 16.122.

Come si vede dal grafico, la provincia di Torino assorbe da sola circa il 70% dell'intera domanda così come definita da parte degli utenti, seguita a grande distanza da Novara ed Alessandria con il 10% ed il 6%.

**Grafico 3: N. di soggetti pre-accolti a livello provinciale al 31/12/2004**



Data la particolarità di questo primo risultato, è stato necessario verificare la stabilità della graduatoria definita isolando dal dataset i soli valori dell'ultimo trimestre (IV°). Il responso è positivo: anche se con unità di misura inferiori, è del tutto in linea con il trend evidenziato precedentemente utilizzando dati cumulati con il passare dei trimestri.

**Tabella 2: N. di soggetti pre-accolti a livello provinciale nel solo IV°trimestre del 2004**

Provincia	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
AL	118	6,4	6,4
AT	24	1,3	7,7
BI	37	2,0	9,7
NO	144	7,8	17,5
TO	1.387	75,1	92,5
VB	95	5,1	97,7
VC	43	2,3	100,0
<b>Piemonte</b>	<b>1.848</b>	<b>100,0</b>	



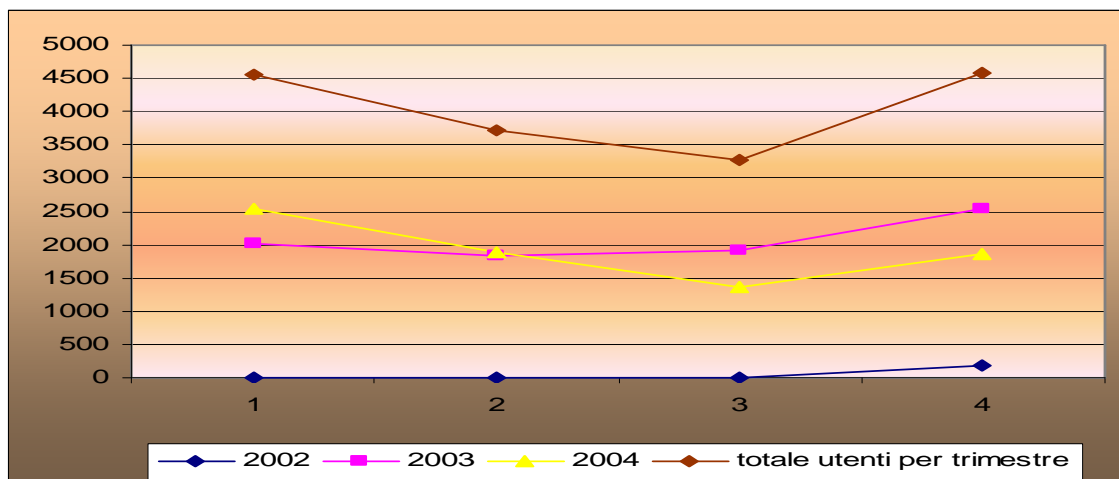
Inoltre, dato che la domanda di informazioni da parte degli utenti potrebbe essere interpretata anche in termini di flussi, ci è sembrato opportuno verificare se ed in quale misura esistano in essa degli effetti di stagionalità.

Considerando la situazione in Piemonte, dal grafico che segue si nota che:

- data la fase embrionale in cui si trovavano i servizi implementati nell'anno 2002, il numero di utenti preaccolti a tale data è esiguo;
- il "take-off" della domanda avviene nel terzo trimestre del 2003, cresce fino a fine anno, oltre il quale subisce un'inflexione che persisterà fino al terzo trimestre del 2004;
- il primo ed il quarto trimestre, pur se con lievi differenze rispetto all'anno, registrano la maggiore concentrazione della domanda.

Dall'analisi condotta per provincia è possibile aggiungere che il trend di crescita del numero di utenti in pre-accoglienza negli ultimi due anni è tale solo per le province del VCO e di Vercelli (tabella 1 e 2 in allegato).

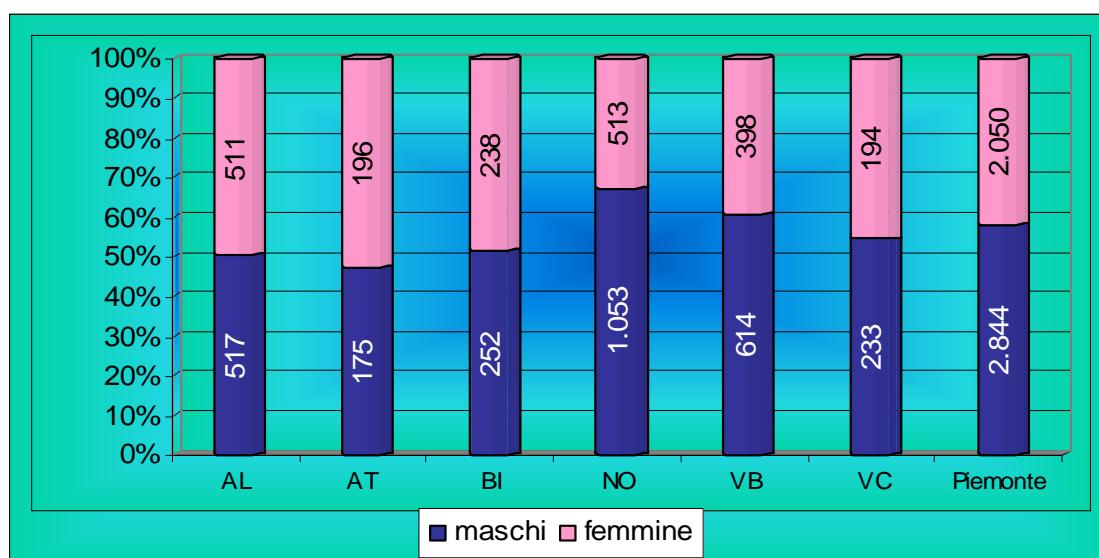
**Grafico 4: Distribuzione del numero di utenti pre-accolti in base all'anno ed al trimestre di riferimento**



Spostiamoci ora dall'analisi temporale della domanda ad una più qualitativa, prendendo in considerazione variabili come il genere ed il tipo di contatto con il servizio.

Partendo dal **genere**, si può notare che quello maschile prevale, anche se non nettamente, in quasi tutte le province, ad eccezione di Asti. Guardando la linea dell'istogramma che demarca la metà della numerosità percentuale rappresentata, è sorprendente notare che, tolta Novara, non meno del 40% dei contatti avvenuti in ciascuna provincia proviene da donne. Infatti, indipendentemente dall'impegno preso dall'utente in tale momento, vale a dire se procederà o meno lungo le fasi successive del percorso di C.I., il peso assunto da questo secondo target potrebbe diventare una variabile da considerare per future azioni di marketing, nonché per valutare l'incidenza di politiche trasversali alla misura trattata, come la E1 linea 2.

**Grafico 5: Ripartizione secondo il genere degli utenti pre-accolti al 31/12/2004**



Distinguendo invece gli utenti per la **modalità** che hanno **utilizzato nel rivolgersi al servizio**, troviamo uno scenario mutevole nel passaggio dai valori registrati in Piemonte a quelli delle singole province. Infatti, rispetto al primo livello di aggregazione dei dati, il "contatto telefonico" (modalità 1) è scelto nel 62% dei casi in cui l'utente si rivolge al servizio. Tuttavia, come si vede dai dati provinciali contenuti nella tabella che segue, questo ultimo risultato è fortemente condizionato dalle frequenze riportate dalla provincia di Torino.

Rilanciando l'analisi depurata dal peso assunto da questa ultima provincia, il "contatto personale con operatori allo sportello" (modalità 2) è fortemente preferito al "contatto telefonico" in tutte le altre province. Irrisorio è il valore assunto dalla terza modalità che definisce la richiesta di informazioni mediante "e-mail" o altri canali.

**Tabella 3: Tavola di contingenza tra provincia e tipo di contatto**

Provincia	Tipo di contatto			Totale
	1	2	3	
AL	105	921	4	1.030
AT	14	375	0	389
BI	27	479	1	507
NO	19	1.538	9	1.566
TO	9.473	1.025	693	11.191
VB	200	751	61	1.012
VC	101	323	3	427
<b>Piemonte</b>	<b>9.939</b>	<b>5.412</b>	<b>771</b>	<b>16.122</b>

### *Accoglienza: prima valutazione dell'idea imprenditoriale*

La fase d'accoglienza prevede, secondo quanto indicato da Complemento di Programma, una prima valutazione dell'idea imprenditoriale, e laddove opportuno, l'apertura di una "scheda progetto" e di una "scheda utente".

Per questo si è scelto di articolare la sezione dedicata all'accoglienza, focalizzandosi sulle caratteristiche degli utenti, su quelle dei progetti imprenditoriali oggetto di successivo sviluppo, ed infine, sui servizi richiesti allo sportello durante la fase analizzata.

L'incontro d'accoglienza realizzato dagli operatori allo sportello, dovrebbe essere funzionale alla decisione da parte dell'utente di iniziare o meno (singolarmente o insieme ad altri soci) il percorso di creazione di impresa, con il fine ultimo di sviluppare in un BP l'idea imprenditoriale.

Dai valori della tabella che segue, il numero dei soggetti accolti alla data del 31/12/2004 ammonta in Piemonte a 7.406 individui, per un totale di 8.045 incontri di accoglienza. Essendo stata definita ai fini dell'elaborazione, l'univocità dell'utente e dell'incontro<sup>1</sup>, la suddivisione per provincia dei totali ottenuti nell'intero territorio dimostrano che nella gran parte dei casi, questa fase è definita da un solo incontro tra utente ed operatore. Infatti, ad eccezione di Verbania, la differenza tra le prime due colonne della tabella non sembra smentire quanto appena affermato.

In realtà, la conclusione appena presentata anche se fondata, necessita di ulteriori specificazioni, perché come è noto, la fase di accoglienza potrebbe coinvolgere a diverso titolo uno o più soggetti. Al fine di mettere in risalto tale dinamica, abbiamo ripreso i dati della tabella precedente per affiancarli a quelli relativi agli utenti registrati come soci o imprenditori<sup>2</sup> individuali.

---

<sup>1</sup> L'unicità dell'incontro di accoglienza è data dalla varianza di almeno una tra le seguenti variabili: data ed ora dell'incontro, consulente, provincia (in cui avviene l'incontro), codice progetto, nome e cognome dell'utente accolto.

<sup>2</sup> I termini di imprenditore o di socio sono da interpretarsi nella linea 2 rispetto al loro valore "potenziale" e non ancora effettivo.

**Tabella 4: Confronto tra utenti accolti e numero di incontri di accoglienza**

Provincia	n. soggetti accolti	n. incontri di accoglienza
AL	415	416
AT	273	317
BI	347	383
CN	1.222	1.267
NO	1.233	1.257
TO	3.208	3.227
VB	394	862
VC	314	316
<b>Piemonte</b>	<b>7.406</b>	<b>8.045</b>

In linea con il trend che associa il numero d'individui agli incontri cui essi hanno partecipato, la superiorità numerica degli utenti registrati a titolo di "socio o imprenditore" rispetto agli utenti accolti, apre nuovi interrogativi sull'esistenza di prassi operative diverse a livello locale nella fase analizzata.

L'incremento o la diminuzione dei valori registrati nel passaggio da una colonna all'altra della tabella 5 potrebbe avere una duplice interpretazione: da una parte, un'indicazione grezza della funzione di primo filtro svolto dall'incontro di accoglienza, dall'altra essere semplicemente il riflesso di un sistema di registrazione dei dati che da forte rilevanza al "referente del progetto", occupandosi solo in un secondo momento, dell'entrata in gioco (con ovvie sottostime in termini di quantificazione dei servizi erogati) degli eventuali soci. A riguardo, ci limitiamo a segnalare che esistono 1.460 "soci/imprenditori" non coinvolti in un incontro d'accoglienza.

**Tabella 5: Confronto tra utenti accolti, numero di soci/imprenditori registrati e progetti registrati**

Provincia	n. soggetti accolti	n. soci/imprenditori individuali <sup>3</sup>	n.progetti
AL	415	555	411
AT	273	371	139
BI	347	505	142
CN	1.222	1.254	949
NO	1.233	812	721
TO	3.208	4.874	3.207
VB	394	110	271
VC	314	385	261
<b>Piemonte</b>	<b>7.406</b>	<b>8.866</b>	<b>6.101<sup>4</sup></b>

Al contrario di quanto visto fin'ora, il numero di progetti è notevolmente inferiore a quello dei soggetti accolti. Infatti, la stessa differenza verso l'alto esistente tra imprenditori/soci e soggetti accolti, si ripete questa volta verso il basso tra soggetti e numero di progetti.

Se da un lato quindi, non tutti gli utenti registrati come "socio/imprenditore" ricevono un'incontro di accoglienza, dall'altro, non tutti gli accolti arrivano a definire un progetto di impresa nella fase oggetto d'esame.

Il grafico che segue ha lo scopo di riassumere l'andamento per ciascuna provincia dell'insieme di indicatori scelti per monitorare la fase di accoglienza.

Quantificati quindi gli indicatori macro della fase d'accoglienza (n. soggetti accolti, n. incontri di accoglienza, n. soci, n. progetti) definiti a livello provinciale, arriviamo alla specificazione del contenuto informativo ad essi legato.

In altre parole, collegando i dati individuali registrati in archivi diversi<sup>5</sup>, svilupperemo qui di seguito temi attinenti:

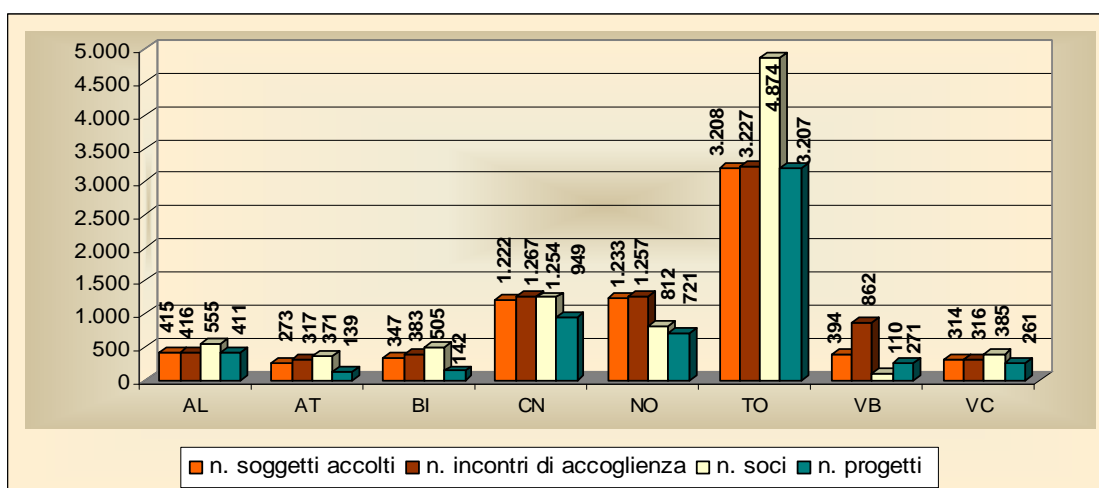
<sup>3</sup> Sono stati eliminati 29 soggetti che risultavano duplicati per l'insieme di variabili: provincia, data di nascita, nome, cognome, ed indirizzo di residenza.

<sup>4</sup> Il totale di progetti registrati comprende 76 casi in cui l'operatore (non se ne conoscono i motivi) ha assegnato allo stesso utente due codici identificativi diversi (es. Mario Rossi ha aperto i progetti TO 113 e TO 114).

<sup>5</sup> Gli archivi a cui ci si riferisce vanno sotto il nome di "accoglienza", "progettosoci" e "progetto".

- alle caratteristiche degli utenti registrati nella fase di accoglienza (siano essi utenti accolti o solo “soci/imprenditori”);
- agli elementi distintivi dei progetti d’impresa cui intendono dar vita;
- ai servizi richiesti agli operatori di sportello;

**Grafico 6: Distribuzione provinciale di alcuni indicatori della fase di accoglienza**



### *Le caratteristiche degli utenti registrati nella fase d'accoglienza*

In questo paragrafo proveremo a definire l’identikit dell’insieme di utenti che iniziano a diverso titolo, il percorso di creazione di impresa. L’analisi delle caratteristiche socio-anagrafiche prima, e di altre variabili influenti nella scelta effettuata poi, si riferirà a popolazioni di utenti numericamente diverse.

Il primo risultato interessante, che in qualche modo era stato già anticipato nei paragrafi precedenti, riguarda il peso delle donne tra chi dichiara di voler iniziare un’impresa. Rimane di grande interesse notare che nel passaggio dai pre-accolti ai soci, pur dimezzandosi la numerosità dei casi registrati (da 16.122 a 8.866), la percentuale di donne si stabilizza intorno al 40% dei soggetti considerati per ciascun

territorio provinciale. Il genere maschile prevale nettamente tra i soggetti registrati nelle province di Torino e Novara.

**Tabella 6: Ripartizione provinciale per genere dei soggetti registrati in fase di accoglienza**

Provincia	GENERE dei potenziali soci/imprenditori		Totale provinciale
	F	M	
AL	264	291	555
AT	190	181	371
BI	240	265	505
CN	623	631	1.254
NO	285	527	812
TO	2.082	2.792	4.874
VB	46	64	110
VC	169	216	385
<b>Piemonte</b>	<b>3.899</b>	<b>4.967</b>	<b>8.866</b>

Se quindi, la variabile genere divide quasi equamente la popolazione di utenti considerata, l'età, introduce almeno due target rilevanti a livello di territorio piemontese. Guardando i dati, si potrebbe affermare che la propensione "all'intrapresa" è maggiormente sentita da coloro che rientrano nella fascia di età "20-31 anni" seguita a brevissima distanza da quella "32-41", con età modale rispettivamente pari a 29 e 32 anni<sup>6</sup>.

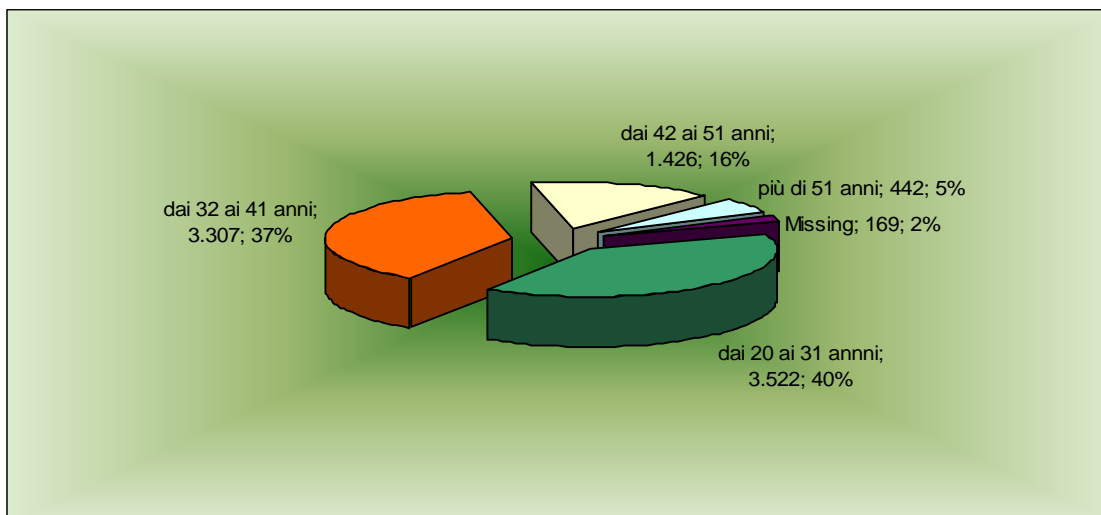
L'individuazione di questi due gruppi è di grande importanza, non solo dal punto di vista delle competenze/esperienze di chi vi appartiene, ma anche per i possibili condizionamenti che queste ultime potrebbero esercitare sui contenuti del progetto d'impresa oggetto d'implementazione. Ad esempio, si potrebbe ipotizzare che le caratteristiche dell'impresa potenziale varino, al variare del momento in cui il

<sup>6</sup> A riguardo è necessario precisare che l'ampiezza delle classi d'età è stata mutuata dalla prassi attualmente in uso nei rapporti dei valutatori indipendenti della misura D3 a livello provinciale, ma la forte prossimità temporale tra gli anni modali, o meglio la loro particolare posizione all'interno della classe (l'una alla fine e l'altra all'inizio) sembra suggerire la necessità di apportare modifiche alla scelta iniziale creando un numero inferiore di fasce d'età ma di maggior ampiezza.



soggetto matura la decisione di mettersi in proprio: fase iniziale o intermedia del percorso lavorativo.

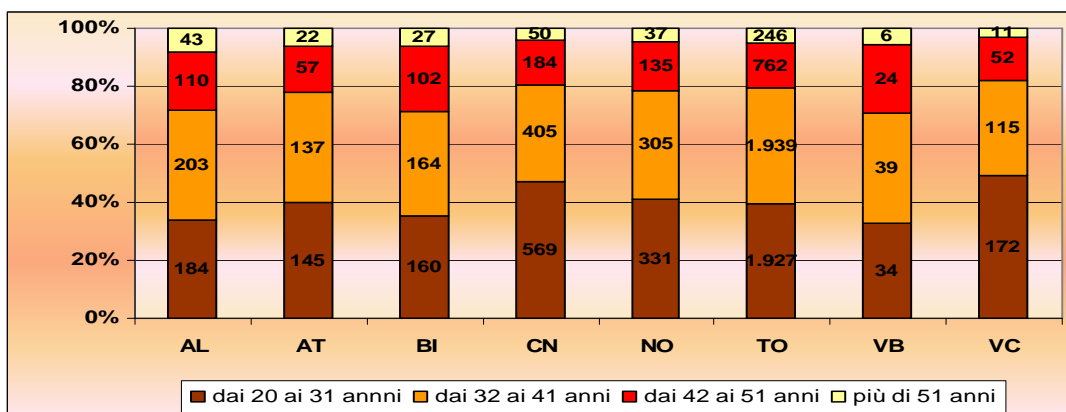
**Grafico 7: Ripartizione degli utenti registrati per la misura D3 linea 2 per classi di età**



In ultimo, ed esclusivamente per le società, varrebbe la pena di verificare l'esistenza di legami tra soggetti appartenenti ai diversi gruppi tra quelli rappresentati i dal grafico a torta.

Scendendo a livello di provincia ed osservando il grafico a barre impilate si nota l'invarianza del risultato appena accennato relativo alla presenza di due grandi raggruppamenti, nonché il peso dell'uno o dell'altro nel contesto provinciale considerato.

**Grafico 8: Fasce di età a livello provinciale**



Infine, anche se potrebbe passare inosservato, ci pare importante non trascurare nella lettura del grafico, la sezione concernente la fascia di età "42-51 anni" nella provincia di Torino, in particolare alla luce dell'attuale trend economico che ha colpito diversi settori del tessuto produttivo piemontese.

Un nuovo tassello per la definizione del profilo dei beneficiari della misura D3, ci deriva dalla caratterizzazione secondo la variabile "situazione occupazionale" di ciascun gruppo definito secondo la variabile "età".

**Tabella 7: Ripartizione per classi di età e situazione occupazionale degli utenti registrati**

Situazione occupazionale	CLASSI DI ETÀ			
	dai 20 ai 31 anni	dai 32 ai 41 anni	dai 42 ai 51 anni	più di 51 anni
lavoratore dipendente	1.517	1.586	564	84
disoccupato	1.093	909	441	184
altro	311	214	80	66
studente	254	15	6	0
lavoro autonomo	236	450	235	89
in cerca di occupazione	36	17	12	0
in mobilità	13	33	36	8
a rischio licenziamento	5	5	1	0
in cassa integrazione	1	18	17	3
valori mancanti	56	60	34	8
<b>Totale</b>	<b>3.522</b>	<b>3.307</b>	<b>1.426</b>	<b>442</b>

La lettura dei dati suggerisce che la scelta di mettersi in proprio non ha come pre-condizione l'assenza o l'instabilità del posto di lavoro, difatti, ciò è testimoniato dai valori raggiunti dalla modalità "lavoratore dipendente" nei primi 3 gruppi elencati (come gli ultimi posti delle modalità "in mobilità", "a rischio di licenziamento", "in cassa integrazione").

Tuttavia, se da un lato questo risultato appare confortante, in particolare per la forte presenza di "giovani", dall'altra, non può lasciare indifferente il fatto che il peso percentuale dei "disoccupati" all'interno di ciascun gruppo non sia mai inferiore al 30%, toccando il tetto del 41% in quello denominato "più di 51 anni".

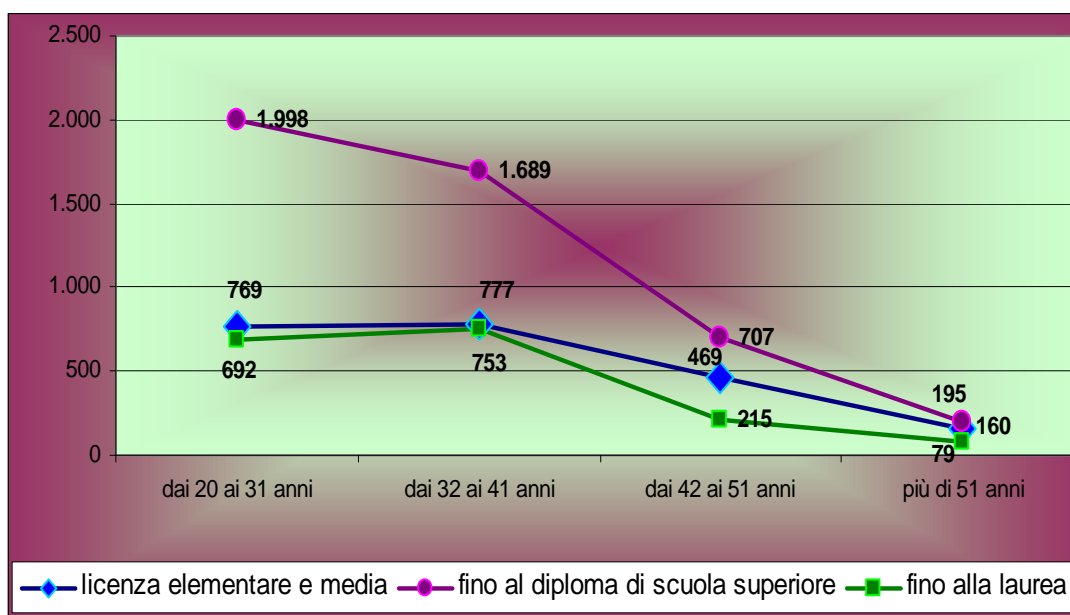
Infine, pur rimanendo esigua rispetto alle altre modalità, cresce, nel passaggio da una classe all'altra, la numerosità dei lavoratori autonomi.

Trattiamo ora il **titolo di studio**. Pur disponendo di un insieme abbastanza numeroso di modalità, è stato scelto di procedere a loro raggruppamenti per semplificare la lettura dei risultati (per il dettaglio dei valori si veda la tabella in allegato).

Tra questi, il più immediatamente individuabile è quello rappresentato dalla posizione di ogni singola spezzata rispetto all'asse orizzontale.

La diversa altezza, unita all'assenza pressoché totale di sovrapposizioni tra le linee, mette in risalto innanzitutto, che i titoli di studio prevalenti dei potenziali imprenditori superano notevolmente quelli ottenibili dalla scuola dell'obbligo, e successivamente che se sommati a quelli ottenibili nell'intervallo tra diploma di scuola superiore e laurea (fino alla laurea), definiscono un livello elevato di scolarizzazione degli individui analizzati (con ovvi riflessi, si pensi, in termini di conoscenze messe in campo durante e dopo l'intero processo di definizione dell'attività d'impresa).

**Grafico 9: Distribuzione dei soggetti registrati per classi di età e titolo di studio**



Tuttavia, se per effetto della posizione, la graduatoria tra titoli di studio è univoca, nel passaggio tra una fascia d'età e l'altra, la forma ad imbuto delle tre spezzate considerate congiuntamente, mette in risalto che in luogo dell'innalzamento dei valori delle classi d'età, si riduce lo scarto tra frequenze registrate da titoli diversi nello stesso gruppo.

Terminiamo questa parte dedicata alla descrizione socio-anagrafica dei “potenziali soci/imprenditori” interrogandoci sul loro grado di ***mobilità geografica***.

Utilizzando per questo tipo di analisi proxy costruite confrontando la città di nascita con quella di residenza, è stato notato che in soli 1.165 casi su 8.866 esiste perfetta coincidenza tra i due territori. Ancora una volta, il risultato ottenuto alimenta ulteriori curiosità legate alle possibili ragioni alla base di tali migrazioni, che a seconda del contesto di partenza, potrebbero o meno favorire il tessuto economico in cui si inseriscono (es. trasferimento o di conoscenze proprie o assorbimento di esistenti).

A questo punto della riflessione, ci pare interessante verificare se gli utenti imbocchino la strada che li porterà a diventare imprenditori perché “spinti” da condizioni di forza maggiore, oppure “attratti” dalle opportunità che ne potrebbero derivare.

Per far questo è stato necessario passare dalla popolazione dei “soci/imprenditori” a quella degli “utenti accolti” ( diverse per solo il 20% dei casi) per analizzarne il giudizio positivo su almeno una ***motivazione***.

Quindi, considerando che sono state riportate 15.294 risposte valide<sup>7</sup> per 4.524 utenti accolti, arriviamo a concludere che tra i fattori determinanti la ***decisione di mettersi in proprio***, ne spiccano tre simili tra loro, come “il desiderio di una migliore condizione professionale”, “il desiderio di cambiare tipologia di lavoro”, ed infine “il desiderio di lavorare autonomamente”.

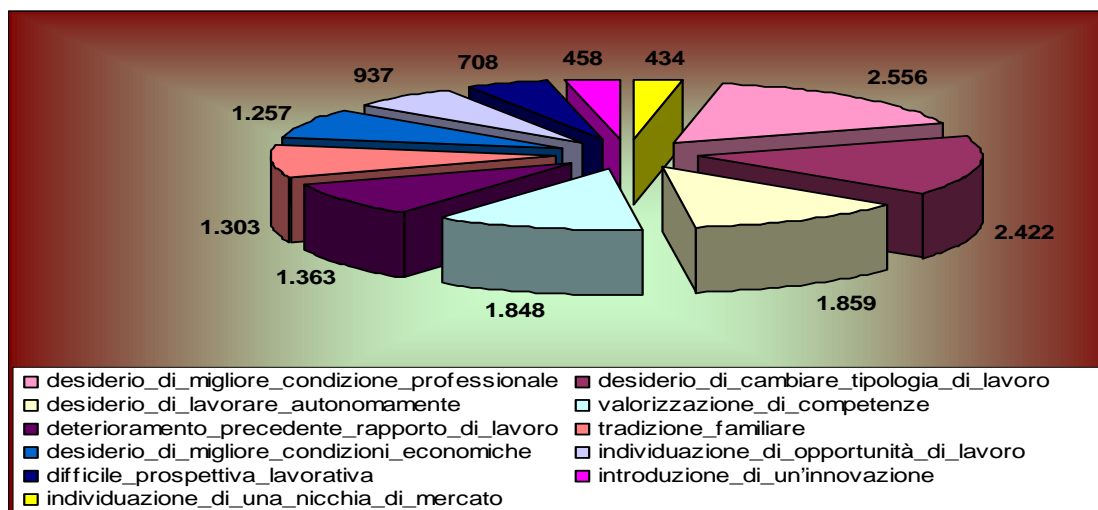
---

<sup>7</sup> Un caso è valido quando ha espresso un giudizio per almeno una motivazione tra quelle indicate dall'operatore. Data infatti la natura dicotomica delle variabili analizzate, una scelta diversa avrebbe reso impossibile la discriminazione tra soggetti rispondenti e non.

Tutti questi, in linea con quanto scoperto nell'analisi precedente, presuppongono che l'individuo sia già occupato e che date le frequenze, sia spinto al cambiamento più per l'effetto di un normale processo evolutivo legato alla situazione occupazionale (es. valorizzazione delle competenze") che per sopraggiunti ostacoli al proseguimento dell'attività lavorativa (es. difficile prospettiva lavorativa).

Agli ultimi posti troviamo l'insieme di motivazioni esterne al soggetto, vale a dire più attinenti al contesto di mercato. Così ad esempio, si scopre che "l'introduzione di un'innovazione" piuttosto che "l'individuazione di una nicchia di mercato" non condizionano il comportamento del futuro imprenditore.

**Grafico 10: Motivazioni alla base delle decisioni di mettersi in proprio**



Si ritiene utile precisare che il risultato a cui siamo pervenuti non è generalizzabile per l'intero territorio piemontese a causa del peso e della localizzazione provinciale delle mancate risposte. In merito a questo problema, dalla distribuzione dei missing risulta che tale domanda non è stata somministrata per oltre il 70% degli utenti accolti nelle province di Biella, Cuneo e Novara, compromettendo così per la parte rimanente la significatività dell'informazione elaborabile.

Per il dettaglio delle risposte divise per provincia si rinvia il lettore alla tabella inserita in allegato.

*Gli elementi distintivi dei progetti d'impresa a cui i potenziali imprenditori intendono dar vita*

Prima di addentrarci nell'analisi delle informazioni contenute nell'archivio relativo ai progetti d'impresa oggetto d'implementazione, sono opportune alcune precisazioni metodologiche, a partire dal numero di casi esaminati.

Questo, a causa del fatto che non è consentito allo stesso utente attivare più progetti d'impresa contemporaneamente, sarà composto esclusivamente da quei progetti per cui la relazione "utente - codice identificativo progetto" è univoca<sup>8</sup> all'interno della stessa provincia.

Tra le caratteristiche rilevanti dei progetti di impresa registrati è stato specificato il **settore di attività**. Considerando l'intero territorio piemontese, i dati rendono evidente che "l'artigianato" ed il "commercio" sono tra i settori più gettonati da coloro che si accingono a creare un'impresa mediante la misura D3.

Entrando invece nel merito del singolo contesto provinciale, scopriamo l'esistenza di dinamiche in parte diverse dalla tendenza generale. Ad esempio, le frequenze relative all'industria (settore assente in quasi tutte le province) toccano circa il 90% a Novara, dove al contrario non vi sono progetti sviluppati nell'ambito dell'artigianato e servizi alla persona. Ed ancora, "l'attività professionale" (agli ultimi posti della graduatoria piemontese) ha valori fortemente concentrati nella sola provincia di Cuneo, peraltro a scapito del "commercio" (nessun progetto in questo settore).

A titolo informativo si segnala che un numero irrisorio di progetti d'impresa ricade all'interno della categoria dei settori sensibili. Per la precisione, i progetti non finanziabili secondo quanto indicato dalla normativa, ammontano rispettivamente a 13 per "l'agricoltura" ed a 4 per i "trasporti".

Tuttavia, in linea generale non ci sembra azzardato ipotizzare che il peso di uno o più settori rispetto ad altri, dipenda fortemente non solo dalle scelte operate dal singolo utente, ma anche dagli indirizzi strategici programmati dal decisore

---

<sup>8</sup> In linea con quanto anticipato nella nota n.5, verranno esclusi dell'analisi 152 progetti perché pur avendo un codice identificativo univoco sono stati attribuiti a coppie ad uno stesso utente nella stessa provincia.

provinciale e concordati con le associazioni temporanee di impresa (ATI ) insediatesi a livello locale.

**Tabella 8: distribuzione dei progetti d'impresa secondo il settore e la provincia d'appartenenza**

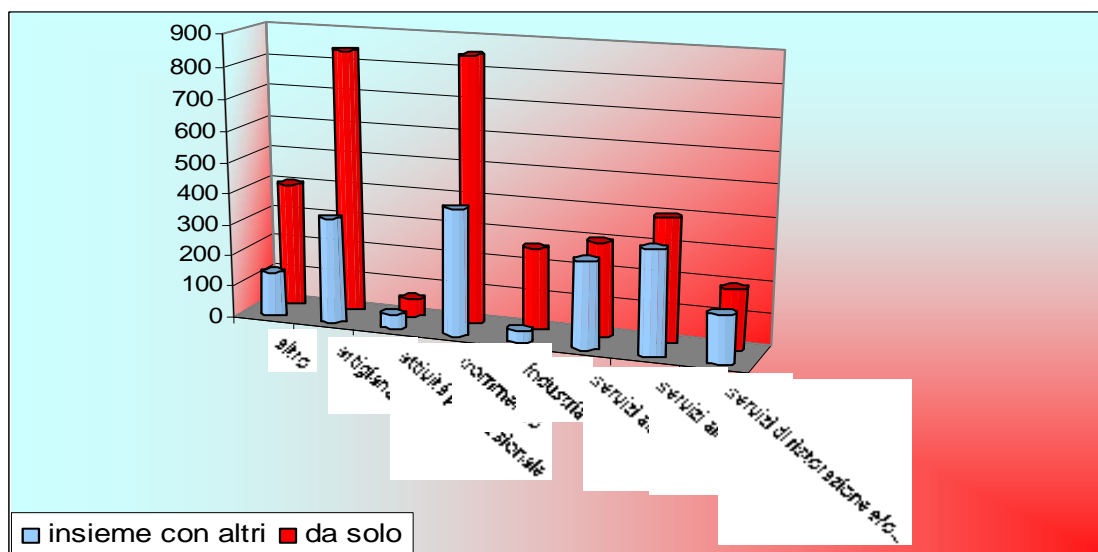
Provincia	SETTORE DI ATTIVITA' IN CUI SI INSERISCE IL PROGETTO DI IMPRESA								Totale
	Artigianato	attività professionale	commercio	industria	servizi alla persona	servizi alle imprese	servizi di ristorazione e/o alberghieri	altro	
AL	136	0	79	9	33	31	42	76	406
AT	1	0	2	1	0	0	1	132	137
BI	23	1	29	1	4	3	4	73	138
CN	207	300	0	2	136	80	84	86	895
NO	0	0	94	263	0	101	32	219	709
TO	851	0	902	21	438	519	201	222	3.154
VB	54	5	90	2	31	20	32	21	255
VC	44	3	74	6	42	35	26	25	255
<b>Piemonte</b>	<b>1.316</b>	<b>309</b>	<b>1.270</b>	<b>305</b>	<b>684</b>	<b>789</b>	<b>422</b>	<b>854</b>	<b>5.949</b>

Occupiamoci ora della **compagine sociale**. Volendo indicare i risultati ottenuti dall'analisi di questa variabile con una proporzione, potremmo affermare che ogni 100 progetti di impresa registrati nella linea 2, in Piemonte solo 1 su 3 è ascrivibile alla categoria delle imprese collettive.

Indagando sulle possibili variabili condizionanti tale scenario, abbiamo notato che un ruolo attivo è giocato dal settore di attività. Infatti, come si vede dal grafico che segue, la proporzione di progetti iniziati "individualmente" o "insieme con altri", cambia a seconda che il progetto esaminato sia più legato alla produzione/commercializzazione di beni, piuttosto che all'erogazione di servizi.

Nel primo caso, rappresentato da industria, artigianato e commercio, prevale l'intrapresa del singolo, in quello dei servizi (alle persone, alle imprese, ed alberghieri/ristorativi) le compagini si equivalgono.

**Grafico 11: Distribuzione dei progetti per compagnie sociali e settore di appartenenza**



Com'è noto, una delle grandi opportunità offerte dalla misura D3 consiste nella possibilità offerta all'utente di ricevere finanziamenti sull'attività di impresa che egli intende avviare.

Per questo, accanto alle caratteristiche fin ora discusse, ci sembra opportuno caratterizzare i progetti d'impresa per il tipo di **canale di finanziamento** interrogato dagli operatori.

Si precisa però che a questo punto del percorso d'analisi parlare di finanziamento ha una connotazione ben precisa, che non è definita dall'ottenimento di una somma di denaro ma solo, dalla sua richiesta. Infatti, si anticipa che l'approfondimento del legame esistente per ciascun canale, tra quanto richiesto e quanto domandato sarà trattato nella parte riguardante i canali di finanziamento delle imprese costituite.

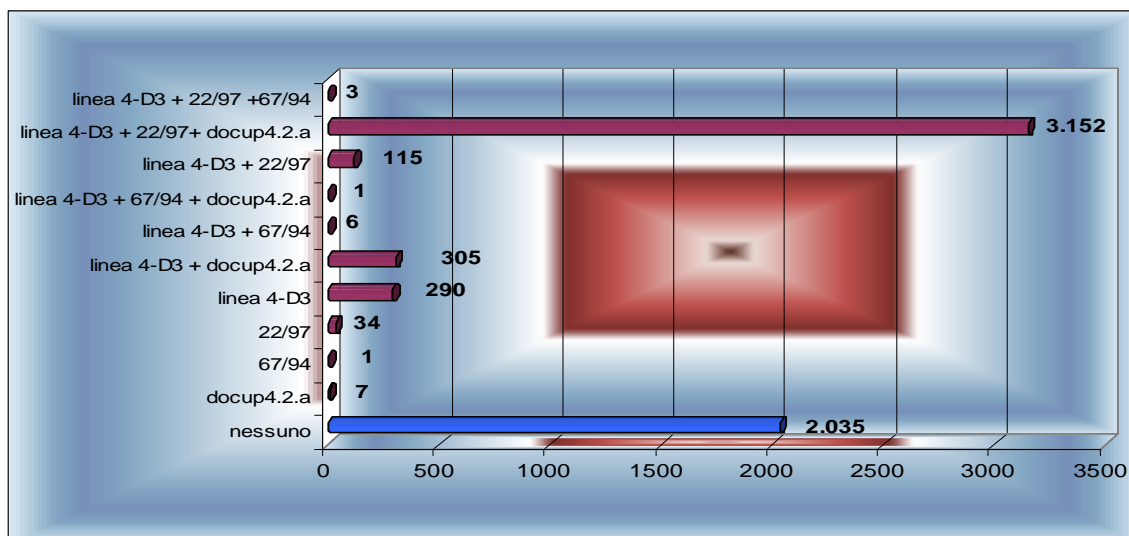
Ritornando al tema iniziale e considerando che nel 34% dei progetti elaborabili (2.035 su 5.949) non è stato segnalato l'utilizzo di alcun canale di finanziamento, dai rimanenti si evince che il canale preferito, in termini di percentuale di inoltro della relativa domanda, è quello della "linea 4, misura d3" con 3.872 richieste.

Dato però il fatto che ad eccezione di quello riguardante la legge "67/94", gli altri indicati seguono a breve distanza il primo menzionato, vale la pena verificare se la



quasi equa distribuzione delle percentuali di utilizzo dei canali (intorno al 31,5%) sia dovuta a particolari impieghi congiunti.

**Grafico 12: Utilizzo congiunto di più canali per l'inoltro della domanda di finanziamento**



Osservando attentamente quanto rappresentato nel grafico, ci si rende conto che :

- la combinazione modale di canali di finanziamento chiama in causa la “linea 4 - D3”, la legge “22/97”, ed il “docup 4.2..a” essendo stata definita in 3.153 progetti (53% della popolazione esaminata);
- la legge 67/94 è sovente scartata nella scelta, sia se considerata isolatamente che unita ad altri canali più gettonati.

Unendo i risultati ottenuti considerando il numero di volte in cui è stato utilizzato un canale di finanziamento singolarmente o contemporaneamente ad altri, siamo in grado di registrare l'esistenza di una “prassi” comune tra gli operatori. Infatti, posto che il costo marginale di inoltro della domanda di finanziamento ad un canale aggiuntivo non cresca, i dati ci dicono che la probabilità di ottenere il finanziamento per l'impresa non dipende solo dal numero di canali interrogati ma anche dalla scelta di una loro particolare combinazione.

### *I servizi richiesti agli operatori di sportello in fase d'accoglienza.*

Qui di seguito mostreremo come si è articolata l'offerta di servizi in relazione a quanto richiesto dagli utenti per la sola fase di accoglienza.

E' sorprendente notare che, pur trovandosi in una fase iniziale del percorso di creazione d'impresa, l'utente manifesti come prima necessità quella di essere "aiutato ad ottenere dei finanziamenti". Infatti, pur non distaccandosi di molto in termini percentuali dalle altre modalità, quella citata è al primo posto considerando il numero di volte in cui è stata avanzata da parte dell'utente.

Allo stesso tempo, il bisogno di perfezionare l'idea imprenditoriale o di ricevere consulenza su temi annessi alla gestione aziendale, confermano l'idea che l'accoglienza sia propedeutica per i successivi steps previsti dalla strutturazione del servizio.

Entrando nel merito dei temi su cui si focalizza la consulenza fornita in fase di accoglienza, si scopre che esiste un particolare interesse da parte degli utenti verso "la redazione del BP", del tutto comprensibile pensando a quanto richiesto dalla normativa.

**Tabella 9: richieste espresse dell'utente in fase di accoglienza**

<b>Richieste espresse dell'utente nella e di accoglienza</b>	<b>N risposte</b>	<b>% sul TOT RISPOSTE</b>	<b>% SUL TOT INCONTRI</b>
Aiuto nella formulazione dell'idea	3.631	30,80%	67,60%
Aiuto nell'ottenimento dei finanziamenti	4.307	36,60%	80,20%
Formazione	475	4,00%	8,80%
Consulenza	3.357	28,50%	62,50%
<b>Totale risposte</b>	<b>11.770</b>	<b>100,00%</b>	<b>219,20%</b>
<b>Totale incontri utente-operatore validi<sup>9</sup></b>	<b>5.370</b>	<b>66,7</b>	

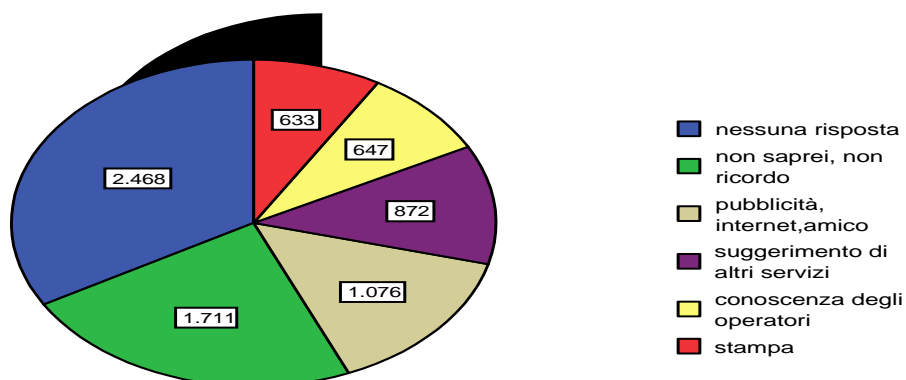
---

<sup>9</sup> Come per le altre variabili dicotomiche, il totale di casi conteggiati riguarda non l'intera popolazione di individui considerati ma solo coloro che hanno espresso almeno una preferenza nei confronti delle domande rivolte. Nella fattispecie su 8.045 incontri univoci ben 2.675 non vengono conteggiati.

Spinti dalle necessità appena citate, è stato chiesto a ciascun soggetto accolto di indicare in che modo avesse saputo dell'esistenza dei servizi previsti dalla misura D3. Data l'ovvia difficoltà a ricordare con precisione quanto accaduto tempo addietro, si evidenzia che gran parte degli individui accolti decide autonomamente di rivolgersi allo sportello senza essere influenzato dall'informazione diffusa da uno dei canali indicati nella legenda del grafico.

Considerando invece la parte di torta occupata dalle altre modalità, è possibile affermare che sono attivi sul territorio diverse fonti di contatto a cui attingere per reperire informazioni sulle opportunità offerte dalla misura esaminata.

**Grafico 13: Mezzi mediante i quali l'utente accolto è venuto a conoscenza del servizio D3**



Come specificazione della domanda appena esaminata è stato chiesto all'utente se prima di rivolgersi al servizio avesse discusso con altri la sua idea imprenditoriale, nonché di specificare in caso affermativo, con chi. Data la dispersione delle risposte si segnala la rilevanza della famiglia e degli amici come termine di paragone per la scelta da compiere, rispetto a figure professionalmente più vicine all'interessato come i propri "colleghi di lavoro", il "datore di lavoro" o il "commercialista".

**Accompagnamento<sup>10</sup>: servizi consulenziali per le imprese (assistenza ex-ante)**

I dati sull'accompagnamento – fase cruciale della linea 2 - definiscono in modo abbastanza chiaro l'abbattimento della domanda creatasi in fase d'accoglienza. In effetti, una chiara differenza tra le due fasi è segnata dal fatto che nell'ultima, si riduce drasticamente sia il numero di soggetti che quello dei progetti accompagnati, ma cresce in modo esponenziale il numero di incontri.

Quanta parte della diminuzione verificatasi dipenda da una pratica di “scrematura” delle idee imprenditoriali decisa dagli operatori di sportello, o viceversa da un fenomeno di “abbandono” da parte degli utenti, pur essendo interessante, ci è altrettanto ignota. Al contrario, l'aumento del tempo dedicato a ciascun soggetto trova giustificazione non solo dal punto di vista normativo, ma anche rispetto al tentativo del personale qualificato di offrire un servizio in grado di “formare” o “rafforzare” nel potenziale imprenditore gli skills di cui egli necessita.

**Tabella 10: distribuzione dei valori relativi ad alcuni indicatori della fase d'accoglienza**

Provincia	n. soggetti accompagnati	n. incontri di accompagnamento	n.progetti
AL	251	1.547	251
AT	202	399	147
BI	155	446	154
CN	334	2.028	334
TO	1.662	8.914	1.285
VB	183	568	183
VC	128	473	97
<b>Piemonte</b>	<b>2.914</b>	<b>14.375</b>	<b>2451</b>

<sup>10</sup> Per la fase di accompagnamento non si dispone dei dati individuali relativi alla provincia di Novara

Approfondendo l'ultima considerazione presentata, abbiamo scoperto che il numero medio d'incontri necessari a ciascun utente per completare la fase di accompagnamento non supera in nessun caso le 6 unità (si consideri in parallelo la diversa ampiezza della distribuzione di frequenza).

In aggiunta, considerando che ciascuna provincia gestisce alla data del 31/12/2004 un flusso numericamente diverso di utenti e progetti, si evidenzia che questo non influisce direttamente sulla programmazione del numero minimo e/o massimo di incontri fissati con l'utente. Si interpreta questo risultato come un segno positivo del grado di orientamento all'utente da parte del servizio.

**Tabella 11: distribuzione del numero di incontri avvenuti nelle province in fase di accompagnamento**

Provincia	Incontri per soggetti accompagnati			
	<i>n. medio</i>	<i>moda</i>	<i>n. minimo</i>	<i>n. massimo</i>
AL	6	1	1	18
AT	2	2	1	5
BI	3	3	1	8
CN	6	1	1	33
TO	5	1	1	28
VB	3	1	1	21
VC	4	1	1	12

n.b.:i valori riportati nella colonna sono stati arrotondati per eccesso

Terminiamo la parte dedicata all'accompagnamento occupandoci di un aspetto che caratterizza dal punto di vista temporale, il passaggio dalla fase di accoglienza a quella di accompagnamento. In modo del tutto nuovo, abbiamo voluto scoprire il numero di giorni intercorrenti tra la data dell'ultimo incontro di accoglienza e quella del primo di accompagnamento. E' stato ritenuto utile ai fini della programmazione, una quantificazione (di massima) dei tempi che segnano i passi compiuti dall'utente all'interno del "percorso".

**Tabella 12: tempo trascorso tra l'ultimo incontro d'accoglienza ed il primo di accompagnamento espresso in giorni**

VALORI SINTETICI DISTRIBUZIONE	PROVINCE					
	AL	AT	BI	CN	TO	VB
Media	41,41	28,05	37,73	35,77	37,57	30,25
Mediana	20,00	16,00	21,00	16,00	25,00	13,00
Moda	8	14	8	8	14	0
Minimo	0	0	0	0	0	0
Massimo	492	376	490	403	612	353

Analizzando i risultati ottenuti, si vede che il tempo medio intercorso – che sia tempo atteso dall'utente oppure programmato dall'operatore – si aggira in tutte le province intorno ai 30 giorni.

Più nel dettaglio, considerando anche il valore mediano della distribuzione (necessario data la dispersione delle frequenze) è possibile rettificare verso il basso di circa due settimane il tempo considerato.

In ultimo, pur se apparentemente fuorvianti, i valori minimi e massimi segnalano che per alcuni utenti esiste perfetta coincidenza temporale tra le due fasi analizzate, mentre per altri esiste un divario che dura quasi un anno.

## Validazione del BP e costituzione dell'impresa:

Prima di addentrarci nella trattazione delle principali caratteristiche delle imprese costituite nel territorio piemontese mediante la misura D3, ed anticipando in questa sezione l'impossibilità a diffondere risultati significativi rispetto all'andamento della linea 3 a causa di un generale processo di adeguamento dell'informazione fornita<sup>11</sup>, dedichiamoci in questa sede all'analisi dei frutti generati dalla fase di accompagnamento.

E' legittimo pensare, infatti, che escludendo i casi di soggetti espulsi per i motivi più svariati dalle prime fasi, chi prosegue avendo redatto il BP mira al superamento con esito positivo dell'esame condotto dalla provincia sui contenuti del documento citato.

**Tabella 13: Puntii nodali per lo stato di avanzamento dei progetti di impresa**

Province	Trimestri di riferimento dei valori <sup>12</sup> realizzati nel 2004													
	N. B.P. validati dalla Provincia				N. imprese costituite <sup>13</sup>				N. imprese tutorate					
	I°	II°	III°	IV°	I°	II°	III°	IV°	I°	II°	III°	IV°		
<b>AL</b>	73	88	96	108		62	72	81	108		0	9	17	35
<b>AT</b>	40	81	96	113		35	78	93	105		24	68	86	100
<b>BI</b>	45	53	58	68		32	45	50	53		20	28	35	41
<b>CN</b>	52	68	71	83		38	49	61	69		18	49	60	63
<b>NO</b>	61	-	-	160		49	49	49	111		14	14	14	54
<b>TO</b>	186	233	291	330		135	186	236	293		65	180	236	293
<b>VCO</b>	6	74	103	130		34	57	-	62		12	43	-	-
<b>VC</b>	20	22	31	40		15	22	26	28		15	21	22	24
<b>PIEMONTE</b>	<b>483</b>	<b>619</b>	<b>746</b>	<b>1032</b>		<b>400</b>	<b>558</b>	<b>596</b>	<b>829</b>		<b>168</b>	<b>412</b>	<b>470</b>	<b>610</b>

<sup>11</sup> La registrazione delle informazioni riguardanti il tutoraggio non è aggiornata e chiaramente interpretabile per tutte le province.

<sup>12</sup> I dati relativi a ciascun trimestre sono da intendersi in termini cumulati.

<sup>13</sup> L'insieme di valori che compongono la tabella 11, ad eccezione del numero di imprese costituite al IV trimestre, sono stati prelevati dalle relative voci contenute nella scheda 1. Per la variabile citata infatti è stato scelto di utilizzare come fonte informativa la scheda 2 contenente dati individuali sulle imprese (dato aggregato a Novara).

La quantificazione dell'andamento seguito dal numero di BP validati è crescente in ciascuna provincia del Piemonte e per tutti i quattro trimestri del 2004.

Questo risultato, pur non essendo accompagnato da una descrizione dettagliata dei criteri prevalenti a livello locale per l'espletamento di tali attività, è sufficiente per giudicare proficuo sul piano dell'efficacia la sinergia derivante dalla collaborazione tra utenti ed operatori.

In parallelo, accanto al trend positivo registrato sul fronte dei BP, anche quello relativo al numero di imprese costituite alla data del 31/12/2004 segue la stessa dinamica evolutiva.

Tuttavia, pur essendoci una crescita dei valori dal punto di vista spazio-temporale, non si può fare a meno di evidenziare la presenza di un ulteriore fenomeno di "scrematura" di circa il 20% del totale di BP validati, nel caso in cui questi ultimi diano vita alla costituzione dell'impresa.

Delle imprese costituite poi, la quota di quelle seguite mediante tutoraggio varia a seconda del contesto provinciale. Ad esempio, Asti, Torino ed il VCO indirizzano i servizi di assistenza ex-post alla quasi totalità delle imprese costituite, mentre Alessandria e Novara a circa la metà.



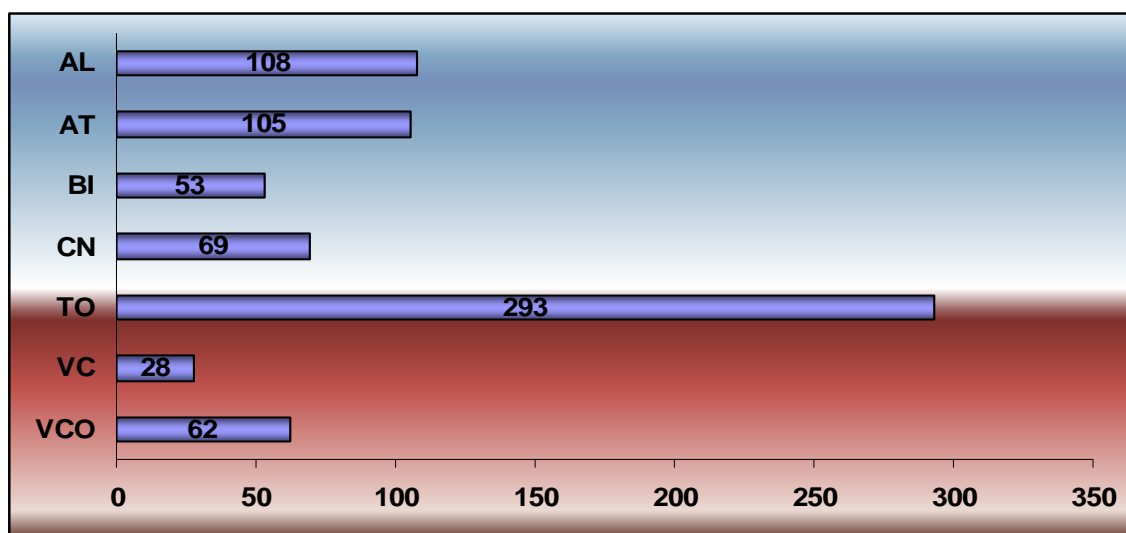
### *Le imprese costituite in Piemonte<sup>14</sup> al 31/12/04 mediante la Misura D3*

Nessuno sforzo, sia esso di natura finanziaria o professionale, da parte del sistema di attori coinvolti nel processo di “programmazione-implementazione-controllo” della Misura D3, linee 1,2 e 3, troverebbe adeguata giustificazione se non contestualizzato rispetto ai risultati di questa sezione.

Il primo risultato che vorremmo presentare riguarda il numero di imprese costituite mediante la D3.

Escludendo il dato aggregato della provincia di Novara, nella parte rimanente del territorio piemontese sono state create fino allo scorso anno 718 imprese. Il 41% di queste proviene dalla provincia di Torino, il 15% rispettivamente da Alessandria ed Asti, lasciando alle restanti un contributo numerico inferiore al 10%.

**Grafico 14: Distribuzione provinciale del numero di imprese costituite al 31/12/04**

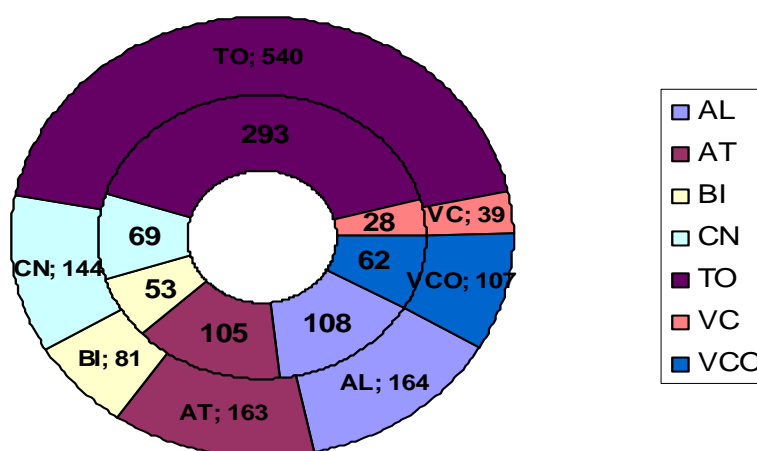


N.B.: mancano i dati di Novara

<sup>14</sup> Mancano i dati disaggregati sulle imprese costituite nella provincia di Novara elaborabili secondo le variabili prese in considerazione in questa sezione.

Passando dalle imprese alle persone, si evince che l'ammontare d'utenti che da potenziali diventano veri e propri imprenditori è pari a 1.238. In linea generale, la loro ripartizione secondo il genere rispecchia quella trovata in fase d'accoglienza: 60% maschi e 40% donne, anche se entrando nel merito della singola realtà provinciale, si scopre che ad Asti la proporzione citata è inversa, o che a Biella i due generi si equivalgono.

**Grafico 15: Confronto tra numero di imprese costituite ed imprenditori/soci**



Il paragone tra il numero di imprese costituite ed il numero di imprenditori/soci - possibile dal confronto tra la parte interna ed esterna del grafico ad anelli -, ci introduce ad alcune considerazioni sulla **compagine sociale**.

A riguardo, delle 718 imprese costituite al 31/12/2004, ben il 54% (pari a 389) è composta dalla sola figura dell'imprenditore, si aggiunge un socio nel 28 % dei casi (201 imprese), lasciando alla percentuale rimanente, compagini che arrivano fino a 22 soci.

Incrociando la compagine sociale con il genere, si nota che mentre il numero di componenti maschi presenti all'interno della realtà aziendale appena definitasi, può variare da 0 a 18, quello delle donne è più concentrato andando da 0 a 5.

Avendo anticipato dalle considerazioni sulla compagine sociale che quasi la metà delle imprese costituite è una ditta individuale, non ci resta che definire la forma giuridica di quelle con più soci.

Un primo risultato degno d'attenzione è dato dalla varietà delle forme giuridiche societarie createsi mediante la misura D3. Difatti, pur essendo preponderante il peso delle società di persone, non è da sottovalutare quello delle società di capitali.

Tuttavia, la coesistenza all'interno dello stesso percorso di tipi societari così diversi non solo sul piano giuridico, se da un lato potrebbe essere lusinghiero, dall'altro apre forti interrogativi sulla reale capacità di risposta da parte dei servizi in termini di specializzazione e differenziazione dell'offerta.

Segnaliamo infine la presenza di 17 società cooperative (siano esse sociali o meno) e di una società per azioni.

**Tabella 14: Ripartizione delle imprese costituite in ciascuna provincia secondo la forma giuridica**

PROVINCE	Cooperativa	Ditta Individuale	Impresa familiare	SAS	SNC	+ Società cooperativa sociale	SPA	SRL	Dati mancanti	Totale
AL	2	62	0	9	14	0	1	12	8	108
AT	3	64	1	11	21	0	0	4	1	105
BI	2	36	1	1	10	0	0	3	0	53
CN	0	0	0	0	0	0	0	0	69	69
TO	8	136	3	26	70	1	0	49	0	293
VC	1	19	0	3	4	0	0	1	0	28
VCO	0	42	0	2	15	0	0	3	0	62
<b>Totale</b>	<b>16</b>	<b>359</b>	<b>5</b>	<b>52</b>	<b>134</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>72</b>	<b>78</b>	<b>718</b>

N.B: \* si occupa di bambini, anziani e persone in difficoltà  
mancano i dati di Novara

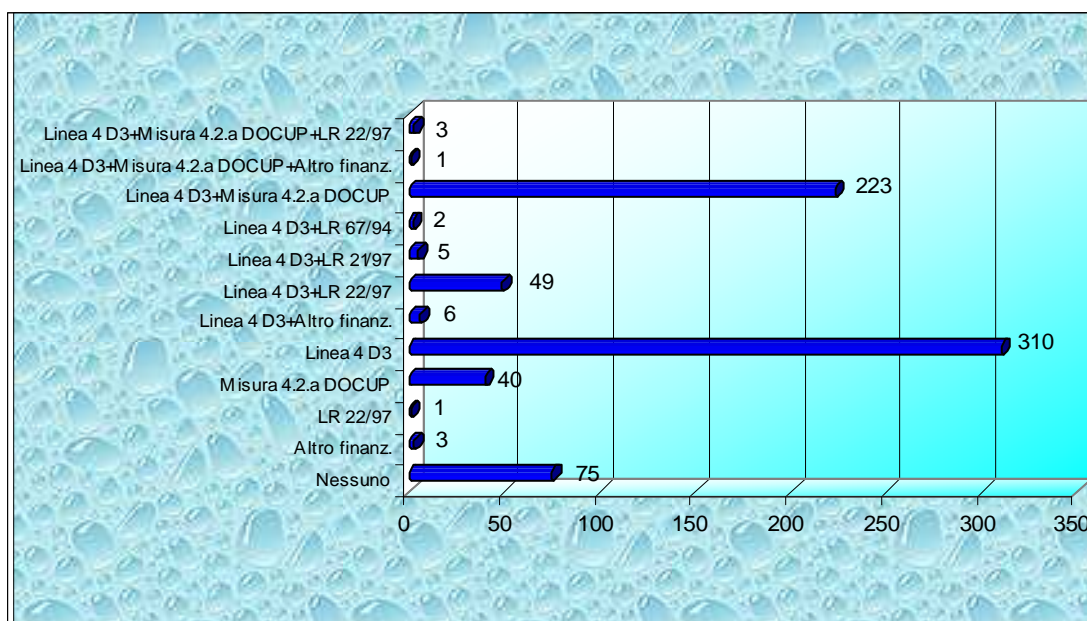
L'ultimo aspetto delle imprese costituite che vorremmo presentare riguarda i **canali di finanziamento utilizzati**. Come si ricorderà, il tema dei canali di finanziamenti è stato già toccato nella sezione dedicata all'analisi dei progetti di impresa. Avendo

quindi definito i canali verso cui gli operatori provinciali inoltrano la domanda di finanziamento, arriviamo ora a quelli che, essendo stati interpellati, hanno risposto. In questo secondo momento si è scoperto che su 718 imprese, 599 utilizzano la linea 4 della D3, e che di queste ultime, 310 la usano singolarmente, 223 congiuntamente alla misura 4.2.a Docup, e 49 con la legge 22/97.

Segnaliamo inoltre che, pur non conoscendo le ragioni per cui in 75 casi non sia stato indicato nessun canale di finanziamento, 2 imprese dichiarano di aver utilizzato la Misura E1 linea 2 riguardante l'imprenditoria femminile.

Per un maggiore approfondimento dell'oggetto sociale delle 718 imprese costituite al 31/12/2004 rimandiamo il lettore alla tabella dell'allegato che per ciascuna attività descritta ne presenta le frequenze raggiunte nel territorio piemontese.

**Grafico 16: canale di finanziamento utilizzati dalle imprese costituite**



N.B.: mancano i dati di Novara

## *Servizi erogati in fase di accompagnamento e tutoraggio*

In questa sezione ci occuperemo di alcuni aspetti legati ai servizi erogati in momenti distinti del P.C.I., tenendo come riferimento la linea di appartenenza.

Sul piano metodologico, tutte le considerazioni che seguiranno avranno come unità di analisi “l’incontro” operatore-utente. Sul piano dei contenuti l’analisi si concentrerà sulla durata dei servizi di assistenza ex-ante/ex-post erogati agli utenti.

Data l’impossibilità ad estrapolare risultati concernenti la durata delle attività formative e/o di consulenza dai valori individuali, tratteremo l’aspetto indagato servendoci di dati di natura aggregata, cioè di stime indicate dagli operatori nei quattro trimestri del 2004.

Ci auguriamo infatti, che, gran parte dell’informazione fornita al soggetto monitoratore da parte delle ATI, sia in tempi relativamente brevi non solo esaustiva ma anche confrontabile con scenari che vanno oltre la situazione provinciale rappresentata.

La tabella che abbiamo creato ha lo scopo di verificare contemporaneamente il livello e l’andamento del valore relativo alle ore che ciascuna provincia ha dedicato fino alla data del 31/12/2004 all’espletamento di servizi cruciali rispettivamente sulla linea 2 e 3 della misura D3.

Per quanto riguarda i valori totali relativi alla “formazione di base e/o avanzata”, possiamo notare che pur avendo questi ultimi ordini di grandezza diversi<sup>15</sup> a seconda del contesto provinciale, rispettano nel tempo un andamento crescente (o al limite costante).

Passando invece dalla formazione alla consulenza e limitando il periodo esaminato al solo quarto trimestre, si nota che la stima del numero medio di ore di “affiancamento/consulenza sulla linea 2, pur a fronte di una domanda di diversa

---

<sup>15</sup> Il passaggio dalla logica dell’utente a quella dell’incontro, ci imporrà di considerare diverse situazioni in cui lo stesso utente richiede per n volte in medesimo servizio.

entità, non varia considerevolmente nel passaggio da una provincia ad un'altra, oscillando quindi tra le 10 e le 15 ore.

Al contrario, la variabilità dei valori indicati dagli operatori nel caso si tratti di consulenza specialistica per impresa costituita, ci porta ad ipotizzare che nel territorio piemontese esistano stati differenti d'attuazione della linea dedicata al tutoraggio.

**Tabella 15: Ripartizione nei trimestri del 2004 delle ore d'assistenza ex-ante ed ex-post**

<b>Servizi erogati nei trimestri dell'anno 2004<sup>16</sup></b>							
<b>Province</b>	<b>LINEA 2</b>					<b>LINEA 3</b>	
	<i>N. ore di formazione base e/o avanzata</i>					<i>N. ore medie affiancamento/ consulenza per ciascun soggetto</i>	<i>N.ore di consulenza specialistica per impresa costituita</i>
	<b>I°</b>	<b>II°</b>	<b>III°</b>	<b>IV°</b>		<b>IV°</b>	<b>IV°</b>
<b>AL</b>	114	390	434	543		-	2
<b>AT</b>	4	4	4	4		13	16
<b>BI</b>	-	-	-	-		14	6
<b>CN</b>	48	48	48	48		15	8
<b>NO</b>	51	51	51	-		10	23
<b>TO</b>	224	424	496	603		10	11
<b>VCO</b>	27	53	54	54		-	16
<b>VC</b>	117	162	162	168		12	17

N.B.: i valori delle ore sono stati arrotondati per eccesso o difetto

<sup>16</sup> I dati inseriti nella tabella relativi ai primi tre trimestri del 2004 sono stati prelevati dai rapporti di monitoraggio redatti dalla società APRI nei rispettivi periodi, quelli del quarto derivano dalla “scheda 1” compilata dai referenti provinciali delle misura D3.

## *Lo stato d'avanzamento finanziario al 31/12/2004*

Giunti al termine della parte del monitoraggio dedicata all'analisi dello stato d'avanzamento fisico-procedurale, presentiamo nella sezione conclusiva del presente documento alcune cifre di natura finanziaria.

D'altronde, in linea con le esigenze informative soddisfatte dai precedenti rapporti trimestrali, il concetto d'implementazione parrebbe incompleto se non descritto anche sul piano delle spese sostenute per attuarlo.

Così, la prima osservazione sulla tabella che segue riguarda i valori dell'indicatore "impegnato/programmato" che risultano essere, seppur di poche unità, inferiori al 100% per le province di Biella, Cuneo e Novara.

Diverso è l'andamento dell'ultimo indicatore "pagato/impegnato".

Al 31/12/2004 guardando i valori raggiunti da questa voce possiamo delineare almeno tre raggruppamenti provinciali:

- chi ha speso la quasi totalità della somma impegnata a bilancio, e per questo crediamo necessiti di immediate risorse liquide, questo è il caso di Cuneo e del VCO rispettivamente per il 92% e l'88%;
- chi ha speso la metà del valore impegnato come Asti, potendo disporre per la nuova annualità della parte rimanente;
- chi, probabilmente per sfasamenti tra competenza economica e finanziaria, sembra abbia appena cominciato ad utilizzare fondi precedentemente ottenuti.

Mettendo insieme i diversi stati d'avanzamento della spesa a livello provinciale, si ottiene mentre da un lato il 98% delle somme programmate è stato impegnato, dall'altro, la quota di pagato su programmato (o impegnato) non supera il 30%.

**Tabella 16:Avanzamento finanziario al 31/12/2004 Misura D3 - Annualità 2003 (valori espressi in Euro)**

Province	AL	AT	BI	CN	NO	TO	VCO	VC	Totale
Programmato (a)	418.456	211.864	201.552	433.554	334.349	2.210.760	187.191	201.184	4.199.054
Impegnato (b)	418.456	211.864	181.163	394.197	324.349	2.210.760	187.191	201.184	4.129.164
Pagato ©	74.203	105.764	0	362.608	53.618	397.639	164.450	78.977	1.237.259
Impegnato/programmato (b/a)	100	100	90	91	97	100	100	100	98
Pagato/programmato (c/a)	18	50	0	84	16	18	88	39	29
Pagato/impegnato (c/b)	18	50	0	92	17	18	88	39	30

Fonte: Web Report APL



### *Alcune osservazioni sulle realizzazioni e sui risultati ottenuti*

Il presente monitoraggio risponde alla duplice esigenza di descrivere da un lato l'implementazione della Misura D3 e la sua realizzazione, dall'altra, i risultati raggiunti in termini di vantaggi tratti dai destinatari.

Al primo aspetto appartengono indubbiamente le risorse poste in campo, come ad esempio i 62 sportelli attivati ed i 147 operatori mobilitati; al secondo si ascrivono i 16.122 contatti, gli 8.866 soggetti accolti che hanno generato 6.101 progetti per la creazione d'impresa, e successivamente, l'avviamento di 829 imprese.

Ma oltre a quelle che potremmo definire le "funzioni informative istituzionali del monitoraggio", nel caso della D3 l'analisi effettuata consente una più approfondita conoscenza dei target toccati dalla misura. L'articolazione in gruppi di utenti, ciascuno dei quali caratterizzato secondo età, capitale umano, condizione occupazionale e motivazioni diverse, ci sembra possa essere strumentale al fine del proseguimento della programmazione.

**ALLEGATO**

**Tabella 17: flussi di utenza pre-accolta suddivisa per provincia e trimestre**

Provincia	Trimestre				Totale
	1	2	3	4	
AL	263	282	216	265	1.026
AT	79	92	111	107	389
BI	164	118	107	118	507
NO	512	344	344	366	1.566
TO	2.976	2.548	2.290	3.377	11.191
VB	443	250	127	192	1.012
VC	123	79	68	155	425
<b>Piemonte</b>	<b>4.560</b>	<b>3.713</b>	<b>3.263</b>	<b>4.580</b>	<b>16.116</b>

**Tabella 18: flussi di utenza pre-accolta suddivisa per provincia ed anno**

Provincia	Anno				Totale
	2002	2003	2004	n.d	
AL	1	552	473	4	1.030
AT	0	267	122	0	389
BI	0	327	180	0	507
NO	36	864	666	0	1.566
TO	115	5.821	5.255	0	11.191
VB	1	309	702	0	1.012
VC	41	170	214	2	427
<b>Piemonte</b>	<b>194</b>	<b>8.310</b>	<b>7.612</b>	<b>6</b>	<b>16.122</b>

**Tabella 19: dettaglio analitico delle frequenze raggiunte da ciascuna delle motivazioni alla base dell'idea di diventare imprenditore**

<b>MOTIVAZIONE</b>	<b>AL</b>	<b>AT</b>	<b>BI</b>	<b>CN</b>	<b>NO</b>	<b>TO</b>	<b>VB</b>	<b>VC</b>	<b>TOTALE RISPOSTE PER MOTIVAZIONE</b>
Desiderio di migliore condizione professionale	138	12	16	141	47	1.912	193	89	<b>2.548</b>
Desiderio di cambiare tipologia di lavoro	43	23	6	56	13	2.208	36	33	<b>2.418</b>
Desiderio di lavorare autonomamente	266	77	28	217	92	846	183	143	<b>1.852</b>
Valorizzazione di competenze	98	40	12	71	51	1.291	210	67	<b>1.840</b>
Deterioramento precedente rapporto di lavoro	23	1	1	18	2	1.291	14	12	<b>1.362</b>
Tradizione familiare	18	7	3	11	20	1.184	39	18	<b>1.300</b>
Desiderio di migliore condizioni economiche	129	49	15	128	57	528	238	106	<b>1.250</b>
individuazione di opportunità di lavoro	67	16	10	89	82	442	131	99	<b>936</b>
Difficile prospettiva lavorativa	37	42	6	51	10	442	77	42	<b>707</b>
Introduzione di un'innovazione	38	6	8	63	13	254	52	21	<b>455</b>
Individuazione di una nicchia di mercato	76	9	10	45	20	141	70	61	<b>432</b>
Altro fattore	20	2	3	14	8	141	6	0	<b>194</b>
<b>NUMERO DI UTENTI ACCOLTI</b>	<b>415</b>	<b>273</b>	<b>347</b>	<b>1.222</b>	<b>1.233</b>	<b>3.208</b>	<b>394</b>	<b>314</b>	<b>7.406</b>
<b>MISSING (nessuna motivaz. espressa)</b>	<b>37</b>	<b>89</b>	<b>300</b>	<b>886</b>	<b>1.009</b>	<b>470</b>	<b>41</b>	<b>25</b>	<b>2.857</b>

**Tabella 20: distribuzione dei soci/imprenditori secondo il livello di formazione e la classi d'età**

Formazione scolastica	CLASSI DI ETA'			
	dai 20 ai 31 anni	dai 32 ai 41 anni	dai 42 ai 51 anni	più di 51 anni
diploma di scuola superiore	1.664	1.426	583	154
licenza media	740	742	437	127
laurea (5 anni)	623	703	198	73
qualifica professionale	334	263	124	41
altro	50	63	22	6
specializzazione post-diploma	44	26	11	6
licenza elementare	29	35	32	33
laurea breve	25	24	6	0
mancanti	13	25	13	2
<b>Totale</b>	<b>3.522</b>	<b>3.307</b>	<b>1.426</b>	<b>442</b>

**Tabella 21: riepilogo delle imprese costituite secondo la descrizione dell'attività svolta/settore d'appartenenza**

DESCRIZIONE ATTIVITÀ	Frequenza
Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli); riparazione di beni personali e per la casa	187
Alberghi e ristoranti	29
Costruzioni	27
Installazione, assistenza e vendita di prodotti informatici	26
Ristoranti, trattorie, pizzerie, osterie e birrerie con cucina	23
Servizi alle famiglie	19
Attività di servizi alle imprese	19
Servizi alle imprese	14
Industrie alimentari e delle bevande	12
Informatica e attività connesse	10
Asilo nido,materna, baby parking	10
Installazione impianti elettrici e tecnici	10
Bar - caffetteria – ristorazione	10
Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio, autoveicoli e motocicli esclusi	8
Lavori di edilizia generale	7
Fabbricazione di mobili; altre industrie manifatturiere	7
Rivendita tabacchi	7
Commercio, manutenzione e riparazione di autoveicoli e motocicli; vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione	6
Sanità e assistenza sociale	5
Istruzione	5
Attività immobiliari	5
Fabbricazione e lavorazione dei prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti	5
Attività ricreative, culturali e sportive	4
Centro estetco	4
Consulenza informatica	4
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero, esclusi i mobili; fabbricazione di articoli in materiali da intreccio	4
Installazione di impianti idraulico – sanitari	4
Confezione di articoli di abbigliamento; preparazione, tintura e confezione di pellicce	4
Videoteca	3
Studio grafico, realizzazione supporti pubblicitari	3
Industrie tessili	3
Fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici	3

Parrucchiere	3
Corsi di formazione professionale	3
Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	3
Lavanderia	3
Noleggio di macchinari e attrezzature senza operatore e di beni per uso personale e domestico	3
Altre attività connesse all'informatica	3
Elaborazione elettronica dei dati	3
Estetista	3
Agenzia di viaggi	2
Consulenza e servizi alle imprese	2
Impresa di pulizie	2
Impianti elettrici ed elettronici	2
Cartolibreria	2
Produzioni cinematografiche e video	2
Toelettatura animali	2
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	2
Falegnameria	2
Attività ausiliarie dell'intermediazione finanziaria e delle assicurazioni	2
Poste e telecomunicazioni	2
Fornitura di software e consulenza in materia di informatica	2
Gestione palestre sportive	2
E-learning, formazione a distanza	2
Studi di promozione pubblicitaria	2
Editoria e grafica	2
Biscottificio e pasticceria artigianale	1
Vendita al dettaglio di oggettistica per la casa, articoli regalo e per la persona.	1
Altri servizi connessi alla stampa	1
Assist. Tecn. O ord. E straord. Su apparecchiature abbronzanti situate in centri estetici, centri sole e beauty farm e palestre	1
Riparazione e manutenzione di macchine di impiego generale	1
Vendita al dettaglio di animali domestici	1
Laboratorio analisi	1
Servizi rivolti a saloni di parrucchieri (franchising)	1
Agenzia di grafica	1
Ripetitori telefonici	1
Carrozzeria	1
Design di montature per occhiali	1
Modellismo giapponese ed americano	1

Commercializzazione di prodotti geosintetici e affini; consulenza e servizi geotecnici	1
Inserimento lavorativo e riabilitazione dei disabili psichici	1
Società di "event marketing"	1
Studi e ricerche in ambito culturale	1
Pensione per gatti	1
Birrificio artigianale	1
Consulenza informatica e progettazione linee per la produzione alimentare nel settore dei prodotti tipici	1
Consulenza nel settore tlc & ict sia in italia che all'estero	1
Vendita di oggettistica di produzione artigianale	1
Agenzia disbrigo pratiche amministrative e certificati	1
Vendita di prodotti tipici e informazioni turistiche della val cenischia	1
Artigianato alimentare	1
Consulenze finanziarie	1
Agenzia immobiliare	1
Autofficina	1
Assistenza prodotti elettromedicali	1
Stampa di nastri da imballaggio	1
Raccolta e smaltimento dei rifiuti solidi	1
Camiceria	1
Agenzia di spettacolo	1
Agenzia di comunicazione	1
Lavaggio automatizzato di autoveicoli	1
Design industriale	1
Agenzia web designer	1
Attività panificatoria	1
Restauro mobili	1
Micronido, baby parking	1
Opere di tinteggiatura	1
Servizi veterinari	1
Vendita al dettaglio di prodotti tipici	1
Vendita di accessori e ricambi auto	1
Ambulante: vendita mozzarelle e altri prodotti alimentari	1
Formazione informatica e servizi annessi	1
Consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale	1
Commercio ingrosso prodotti detergenti	1
Traduzioni, interpretariato e corsi in lingua spagnola	1
Commercio ingrosso di articoli medicali ed ortopedici	1
Impresa di costruzioni e ristrutturazioni edili	1



Vendita prodotti per animali da compagnia e da cortile	1
Laboratorio odontotecnico	1
Escavazioni - movimento terra	1
Agenzia viaggi	1
Agenzia d'immagine	1
Agenzia immobiliare in franchising affiliata a gastone	1
Imbianchino - decoratore	1
Sala prove/studio di registrazione musicale	1
Scuola materna in lingua inglese	1
Sartoria e confezione, modifica e riparazione di capi accessori ed articoli di abbigliamento	1
Agenzia di intermediazione immobiliare	1
Agenzia di intermediazioni immobiliare	1
Orafo: ideazione e realizzazione di preziosi	1
Progettazione elettronica e commercializzazione di sistemi elettronici	1
Progettazione di scenografie e allestimenti museali	1
Progettazione e commercializzazione di prodotti bioedilizia e fonti energetiche alternative	1
Società di ingegneria: test prototipali nel campo delle tecnologie dell'idrogeno	1
Ascensorista	1
Assistenza hardware e software	1
Wedding planner - servizi di organizzazione	1
Fabbricazione della pasta-carta, della carta e del cartone e dei prodotti di carta	1
Restauro di policromie	1
Società di ingegneria	1
Litografia - tipografia	1
Misurazione, controllo e manutenzione di reti comunicazione	1
Rappresentanza mobili	1
Vendita al dettaglio abiti 0 - 14 anni	1
Agenzia di mediazione immobiliare	1
Consulenza energetica	1
Edizione di registrazioni sonore	1
Noleggio e vendita on line videocassette e dvd con consegna a domicilio	1
Agenzia d'affari per disbrigo pratiche amm.ve, visure, certificati c/terzi, amministrazione stabili.	1
Controllo di qualità e certificazione di prodotti	1
Officina meccanica (autoriparazioni)	1
Commercio all'ingrosso di prodotti alimentari	1
Vendita di integratori per animali domestici	1
Comemrcio giornali riviste periodici	1

Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle biotecnologie	1
Idraulico/elettricista	1
Autolavaggio manuale veicoli	1
Servizi editoriali per eventi sportivi	1
Servizi tecnici ascensori	1
Sicurezza sul lavoro, nei cantieri, ambiente e qualità	1
Centro artistico multifunzionale	1
Centro sportivo con annessi bar e ristorante	1
Comicoterapia e formazione per operatori sanitari	1
Commercio all'ingrosso di oro (non monetario) e metalli preziosi	1
Assistenza informatica e commercio hardware e software	1
Onoranze funebri	1
Attività di derattizzazione disinfestazione e sanificazione	1
Agente di commercio di macchinari/impianti industriali	1
Montaggio e riparazione imp di apparecchiature elettriche	1
Progettazione per la promozione del territorio, grafica, pubblicità e gestione di eventi	1
Tour operator incoming	1
Vendita articoli di telefonia mobile	1
Fornitura di apparecchiature e supporto tecnico per la gestione di eventi	1
Servizi turistici per velisti	1
Servizi nel campo dell'ict (onformation communication technology)	1
Commercio ingrosso di consumabili per la grafica e servizi di plottaggio e grafici	1
Installazione, manutenzione, ampliamento di impianti civili ed industriali	1
Servizi editoriali multimediali radiotelevisivi	1
Servizi nell'ambito della zooantropologia	1
Vendita al dettaglio di vernici e altro materiale per le decorazioni	1
Agenzia investigativa	1
Analisi dei rischi industriali e ambientali	1
Centro servizi	1
Impianti di depurazione acque	1
Show-room produzioni di artigianato artistico	1
Vendita di strumenti musicali, accessori e spartiti	1
Altre realizzazioni software e consulenza software	1
Elaborazioni multimediali e progettazione hardware e software	1
Prodotti e servizi per l'industria	1
Solarium	1
Centro servizi per l'osteopatia e le medicine integrate	1
Ricerca e selezione personale	1

Agenzia di servizi di promozione pubblicitaria	1
Impianti elettrici, manutenzione macchine da ufficio e ski installer	1
Demolizione edifici e sistemazione del terreno	1
Fabbricazione di apparecchi medicali, di apparecchi di precisione, di strumenti ottici e di orologi	1
Manutenzione e riparazione di macchine per uffici ed elaboratori	1
Studio di comunicazione visiva	1
Centro di servizi affiliato a mail boxes etc	1
Ludoteca	1
Servizi turistici	1
Pulizie civili ed industriali	1
Fuochista e caldaista	1
Vendita prodotti giardinaggio	1
Smaltimento dei rifiuti solidi, delle acque di scarico e simili	1
Riparazione meccaniche di autoveicoli	1
Centro assistenza tecnica informatica con vendita e noleggio	1
Fumetteria	1
Segagione e lavorazione delle pietre e del marmo	1
Affittacamere e casa vacanze	1
Gestione audio e luci	1
Trenino turistico per attività ricreative	1
Organizzazione attività ludiche e formazione per bambini	1
Casa di produzione video/cinematografica	1
Commercio all'ingrosso di carta, cartone e articoli di cartoleria	1
Impianti idraulico-sanitari, riscaldamento	1
Servizi	1
Vendita al dettaglio carburanti per autotrazione	1
Progettazione meccanica di parti motociclistiche	1
Locale per aperitivi e merende	1
Vendita alle imprese di carta stampata e servizi grafici connessi	1
Produzione energia elettrica	1
Agenzia d'affari: disbrigo pratiche	1
Produzione e distribuzione di energia elettrica, di gas, di calore	1
<b>Totale</b>	<b>718</b>

## SOMMARIO

Premessa .....	3
<i>Lo stato di avanzamento fisico-procedurale al 31/12/2004</i> .....	5
Interventi di supporto all'imprenditoria (Linea 1) .....	5
Pre-Accoglienza (Linea 2).....	8
Accoglienza: prima valutazione dell'idea imprenditoriale.....	12
<i>Le caratteristiche degli utenti registrati nella fase d'accoglienza</i> .....	15
<i>Gli elementi distintivi dei progetti d'impresa a cui i potenziali imprenditori intendono dar vita</i> .....	22
<i>I servizi richiesti agli operatori di sportello in fase d'accoglienza.</i> .....	26
Accompagnamento: servizi consulenziali per le imprese (assistenza ex-ante) .....	28
Validazione del BP e costituzione dell'impresa: .....	31
Le imprese costituite in Piemonte al 31/12/04 mediante la Misura D3.....	33
Servizi erogati in fase di accompagnamento e tutoraggio.....	37
<i>Lo stato d'avanzamento finanziario al 31/12/2004</i> .....	39
<i>Alcune osservazioni sulle realizzazioni e sui risultati ottenuti</i> .....	41
ALLEGATO .....	42
INDICE DEI GRAFICI .....	53
INDICE DELLE TABELLE.....	54

## INDICE DEI GRAFICI

<i>Grafico 1: N. sportelli attivi sul territorio per la misura D3.....</i>	<i>6</i>
<i>Grafico 2: N. operatori attivi sul territorio per la misura D3.....</i>	<i>7</i>
<i>Grafico 3: N. di soggetti pre-accolti a livello provinciale al 31/12/2004.....</i>	<i>8</i>
<i>Grafico 4: Distribuzione del numero di utenti pre-accolti in base all'anno ed al trimestre di riferimento .....</i>	<i>9</i>
<i>Grafico 5: Ripartizione secondo il genere degli utenti pre-accolti al 31/12/2004</i>	<i>10</i>
<i>Grafico 6: Distribuzione provinciale di alcuni indicatori della fase di accoglienza .....</i>	<i>15</i>
<i>Grafico 7: Ripartizione degli utenti registrati per la misura D3 linea 2 per classi di età .....</i>	<i>17</i>
<i>Grafico 8: Fasce di età a livello provinciale .....</i>	<i>17</i>
<i>Grafico 9: Distribuzione dei soggetti registrati per classi di età e titolo di studio</i>	<i>19</i>
<i>Grafico 10: Motivazioni alla base delle decisioni di mettersi in proprio .....</i>	<i>21</i>
<i>Grafico 11: distribuzione dei progetti per compagine sociale e settore di appartenenza.....</i>	<i>24</i>
<i>grafico 12: utilizzo congiunto di più canali di finanziamento .....</i>	<i>25</i>
<i>grafico 13: Mezzi mediante i quali l'utente accolto è venuto a conoscenza del servizio D3 .....</i>	<i>27</i>
<i>grafico 14: distribuzione provinciale del numero di imprese costituite al 31/12/04 .....</i>	<i>33</i>
<i>grafico 15: confronto tra numero di imprese costituite ed imprenditori/soci.....</i>	<i>34</i>
<i>Grafico 16: canale di finanziamento utilizzati dalle imprese costituite .....</i>	<i>36</i>

## INDICE DELLE TABELLE

<i>Tabella 1: Indicatori di efficacia della linea 1 in Piemonte al 31/12/04.....</i>	<i>5</i>
<i>Tabella 2: N. di soggetti pre-accolti a livello provinciale nel solo IV°trimestre del 2004.....</i>	<i>8</i>
<i>Tabella 3: Tavola di contingenza tra provincia e tipo di contatto.....</i>	<i>11</i>
<i>Tabella 4: Confronto tra utenti accolti e numero di incontri di accoglienza.....</i>	<i>13</i>
<i>Tabella 5: Confronto tra utenti accolti, numero di soci/imprenditori registrati e progetti registrati.....</i>	<i>14</i>
<i>Tabella 6: Ripartizione provinciale per genere dei soggetti registrati in fase di accoglienza.....</i>	<i>16</i>
<i>Tabella 7: Ripartizione per classi di età e situazione occupazionale degli utenti registrati.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabella 8: distribuzione dei progetti d'impresa secondo il settore e la provincia d'appartenenza.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabella 9: richieste espresse dell'utente in fase di accoglienza.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabella 10: distribuzione dei valori relativi ad alcuni indicatori della fase d'accoglienza.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabella 11: distribuzione del numero di incontri avvenuti nelle province in fase di accompagnamento.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabella 12: tempo trascorso tra l'ultimo incontro d'accoglienza ed il primo di accompagnamento espresso in giorni.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabella 13: Punti nodali per lo stato di avanzamento dei progetti di impresa....</i>	<i>31</i>
<i>Tabella 14: Ripartizione delle imprese costituite in ciascuna provincia secondo la forma giuridica.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabella 15: Ripartizione nei trimestri del 2004 delle ore d'assistenza ex-ante ed ex-post.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabella 16:Avanzamento finanziario al 31/12/2004 Misura D3 - Annualità 2003 (valori espressi in Euro).....</i>	<i>40</i>
<i>Tabella 17: flussi di utenza pre-accolta suddivisa per provincia e trimestre....</i>	<i>43</i>
<i>Tabella 18: flussi di utenza pre-accolta suddivisa per provincia ed anno.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabella 19: dettaglio analitico delle frequenze raggiunte da ciascuna delle motivazioni alla base dell'idea di diventare imprenditore.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabella 20:distribuzione dei soci/imprenditori secondo il livello di formazione e la classi d'età.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabella 21: riepilogo delle imprese costituite secondo la descrizione dell'attività.....</i>	<i>46</i>