

UPS EUROPE BUSINESS MONITOR

EXECUTIVE SUMMARY XV



Indice

- 2 **Premessa**
- 3 **Note sulla ricerca**
- 3 **Risultati principali**
- 4 **Il clima economico in Europa**
- 5 La posizione economica della sua azienda è migliore, peggiore o sostanzialmente invariata rispetto a 12 mesi fa?
- 6 Pensa che fra 12 mesi la posizione economica della sua azienda sarà migliore, peggiore o invariata rispetto a quella attuale?
- 7 Nei prossimi 12 mesi la sua azienda ha in progetto di aumentare il personale, di ridurlo, oppure di mantenerlo invariato rispetto a quello attuale?
- 8 **Prospettive economiche a livello europeo**
- 9 Quali sono, a suo avviso, i paesi europei che avranno la più forte crescita economica nei prossimi tre anni?
- 10 Quali paesi europei presentano la miglior combinazione di competitività economica e responsabilità sociale?
- 11 Quali dovrebbero essere le priorità della Commissione Europea per accrescere la competitività delle aziende operanti in Europa?
- 12 Quali dovrebbero essere le priorità della UE per i prossimi 12 mesi?
- 13 Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio la sua opinione sull'allargamento della UE?
- 14 **Prospettive per il commercio globale**
- 15 Su cosa dovrebbe concentrarsi principalmente il vertice dell'OMC (Agenda di Doha per lo sviluppo)?
- 16 La sua azienda considera l'Asia più come un mercato di importazione, di esportazione, di entrambi in ugual misura o come area di produzione? E come pensa che cambierà la situazione tra 5-10 anni?
- 17 In quali paesi asiatici vede il maggior potenziale come mercato di importazione/esportazione per la sua azienda?
- 18 Quali paesi asiatici secondo lei rappresentano il luogo ideale per la produzione?
- 19 Quali sono i motivi principali per cui le imprese italiane potrebbero trovarsi ad affrontare sfide logistiche nelle loro attività commerciali in Asia?
- 20 **Pratiche e strategie di business**
- 21 Con quale valuta si trova personalmente più a suo agio nel valutare i costi che deve sostenere?
- 22 Quali aspetti etici, sociali o ambientali sono più importanti per la sua azienda nella scelta dei fornitori?
- 23 Ha adottato delle misure per avere più donne in posizioni dirigenziali?
- 24 Qual è la sua principale fonte di informazione economica?
- 25 Quali delle seguenti affermazioni sono vere per lei e la sua azienda per quanto riguarda il fenomeno dei blog?
- 26 **Focus sui manager**
- 27 Secondo lei, i top manager di oggi sono pagati troppo?
- 28 Secondo lei, quali politiche legate al settore dei trasporti possono contribuire maggiormente a tutelare l'ambiente?
- 29 Di quali problemi ambientali globali si preoccupa maggiormente?
- 30 Se potesse imparare un'altra lingua da utilizzare per lavoro, quale sceglierebbe? E se ne dovesse imparare una per piacere personale?
- 31 A proposito del suo tempo libero: quanti libri ha letto e quanti film ha visto nell'ultimo anno?
- 32 Dove fa colazione di solito?
- 33 **Contatti**



Premessa

UPS commissiona ogni anno la ricerca UPS Europe Business Monitor per fornire un quadro aggiornato sull'evoluzione nelle opinioni, negli atteggiamenti e nelle abitudini dei leader dell'economia europea. Il Business Monitor offre un barometro delle opinioni fondato sulla grande esperienza degli intervistati nel mondo dell'industria e del commercio.

La ricerca UPS Europe Business Monitor vuole fornire a UPS e ai suoi clienti un approfondimento sulle questioni che guidano le decisioni economiche in Europa e nel mondo.

La quindicesima edizione dell'UPS Europe Business Monitor torna a trattare alcune tra le tematiche chiave con cui si confrontano i capitani d'industria: il clima imprenditoriale in Europa, le previsioni economiche e quelle occupazionali. Abbiamo anche chiesto ai

top manager quali siano le prospettive per le aziende europee e il ruolo che dovrebbe avere la Commissione Europea per accrescerne la competitività. Sul piano del commercio globale, abbiamo chiesto ai dirigenti intervistati quali siano le attività commerciali che svolgono oggi nel mercato asiatico e le barriere all'intensificazione degli scambi.

Abbiamo anche raccolto le opinioni delle aziende europee su come si debba affrontare il problema della povertà nel mondo e dei mutamenti climatici, ma anche su quali siano i criteri più importanti nella scelta dei fornitori. I top manager europei ci hanno anche rivelato cosa pensano dei loro stipendi, quali sono i mezzi di informazione su cui più fanno affidamento e cosa sanno dei blog. Infine, abbiamo approfittato dell'occasione per conoscerli più da vicino e scoprire le loro opinioni su

questioni non lavorative: come iniziano, ad esempio, la giornata e quali siano le loro attività nel tempo libero.

Per rendere i risultati più facilmente accessibili a livello internazionale, questa edizione dell'UPS Europe Business Monitor e tutti i risultati degli anni scorsi sono disponibili su un sito web dedicato all'indirizzo www.ebm.ups.com a partire dall'inizio del 2006.

Note sulla ricerca

Per la quindicesima edizione dell'UPS Europe Business Monitor sono stati intervistati 1.459 dirigenti delle 15.000 più importanti aziende europee fra il 12 settembre e il 9 novembre 2005. Questa ricerca viene svolta annualmente.

Le interviste sono state condotte nei seguenti Paesi: Belgio (100), Francia (250), Germania (252), Italia (250),

Paesi Bassi (101), Spagna (252) e Regno Unito (254). Gli intervistati sono tutti dirigenti. Il fatturato medio annuo delle imprese intervistate è di 1,01 miliardi di euro; in media il numero di dipendenti di queste aziende è di 2.200 unità. Le interviste sono state condotte da una società di ricerche di mercato internazionale e indipendente, la TNS, nella lingua madre degli intervistati dal centro telefonico internazionale TNS di Londra, nel Regno Unito.

I grafici presentati costituiscono un estratto dei risultati principali. Le cifre totali possono essere inferiori al 100% nel caso in cui vengano mostrati solo dati parziali o superiori al 100% nel caso in cui potesse essere fornita più di una risposta.

Risultati principali

Quest'anno è diminuito il numero delle aziende che riporta un miglioramento delle performance nel corso degli ultimi 12 mesi. Sembra dunque che le previsioni ottimistiche di gran parte delle aziende che l'anno scorso confidavano in un miglioramento siano state deluse. Non ne ha tuttavia risentito l'ottimismo dei manager europei che, anzi, si dichiarano cautamente ottimisti riguardo alle prospettive di impiego per il 2006: per la prima volta dal 2000, sembra che, complessivamente, le aziende nel 2006 faranno più assunzioni che licenziamenti.

Nei Paesi Bassi le aziende registrano una ripresa incoraggiante delle performance, dell'ottimismo e delle prospettive di impiego. La Polonia e la Repubblica Ceca sono, ancora una volta, i paesi in pole position per quanto riguarda

le prospettive di crescita economica, mentre la Germania è considerata il paese che ha saputo trovare il migliore equilibrio fra competitività economica e responsabilità sociale. Le aziende chiedono alla UE di concentrarsi sulle strategie per incentivare la competitività, che passa in primo luogo attraverso l'armonizzazione delle norme. Sebbene un ulteriore allargamento non sia considerato una priorità dalle aziende europee, esse sono favorevoli ad un'espansione della UE oltre gli attuali 25 membri.

La maggior parte delle aziende considera l'Asia come un partner commerciale, per l'import o per l'export, e come un luogo dove produrre, a patto di riuscire a superare le difficoltà burocratiche e doganali. E, forse a sorpresa, i dirigenti

d'azienda europei non si aspettano in futuro sostanziali cambiamenti, con la produzione che perde punti a favore del consumo. È comunque chiaro che la Cina è, all'interno della regione asiatica, il partner commerciale e produttivo numero uno. Non sorprende dunque che un numero significativo di dirigenti europei desideri impadronirsi del cinese come seconda lingua per gli affari.

L'indagine rivela anche alcuni interessanti aspetti delle pratiche di lavoro. Sembra che la maggior parte dei top manager di Eurolandia non facciano più i loro calcoli mentali nella vecchia divisa nazionale; i più hanno dato l'addio al vecchio conio ed una larga maggioranza fa i propri conti in euro. La flessibilità degli orari di lavoro è l'incentivo più allettante per i dirigenti

donna e nelle trattative con i fornitori le aziende europee sono interessate soprattutto alla correttezza e al rispetto di un codice di buona condotta.

Per quanto riguarda le preoccupazioni dei dirigenti in merito all'ambiente, nessun dubbio: i mutamenti climatici sono in cima all'elenco. Una buona percentuale dei dirigenti ritiene inoltre che i quadri superiori non siano pagati troppo per il lavoro che svolgono. Per quanto riguarda il tempo libero, la maggior parte dei capitani d'industria ama rifugiarsi fra le pagine di un libro; ai dirigenti italiani e spagnoli piace anche andare al cinema. Infine, la maggior parte si trova d'accordo sul fatto che fare colazione fra le pareti domestiche sia il modo migliore di cominciare la giornata.



Il clima economico in Europa

Le performance delle principali aziende europee hanno registrato un netto calo negli ultimi 12 mesi

Quest'anno si è ridotto il numero di aziende che dichiara di aver registrato un miglioramento delle proprie performance rispetto a quello delle aziende che dichiara di aver assistito invece a un peggioramento. Per di più, lo scorso anno era anche più marcato lo scarto positivo fra le aziende che confidavano in un miglioramento nel prossimo futuro e quelle che temevano un peggioramento. È chiaro dunque che le previsioni ottimistiche del 2004 non si sono concretizzate e la posizione economica delle aziende europee appare peggiorata. Sebbene tutti i paesi riportino un bilancio

complessivamente positivo in termini di "miglioramenti meno peggioramenti", solo i Paesi Bassi confermano un trend positivo. In tutti gli altri paesi le performance aziendali registrano invece un'evidente inversione di tendenza.

L'ottimismo delle aziende resta vivace per il futuro: la flessione sembra solo una nube passeggera

Nonostante l'apparente declino delle sorti delle aziende, nessuno sembra voler rinunciare all'ottimismo per il 2006. Il morale rimane alto in tutta Europa, dove le aziende olandesi sono più ottimiste che mai. Solo le aziende di Francia e Regno Unito sembrano più caute rispetto allo scorso anno. Questo fa sì che il

Regno Unito ceda il podio del paese più ottimista ai Paesi Bassi, mentre la Francia è di nuovo il paese più pessimista d'Europa.

Nonostante il calo dei rendimenti aziendali, le prospettive per l'impiego sembrano destinate a migliorare nell'immediato futuro

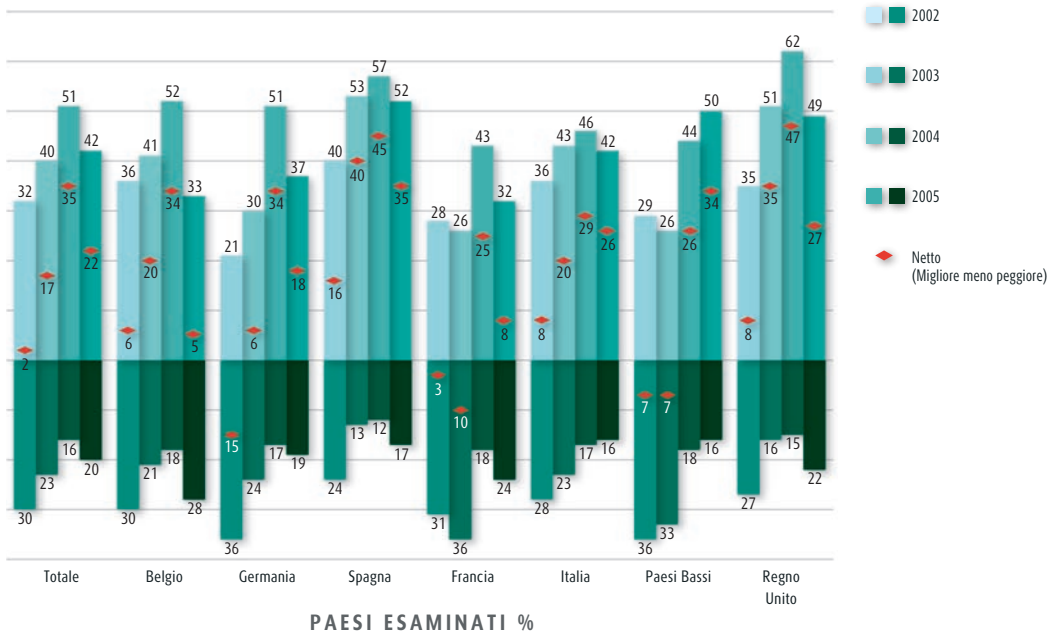
Le aziende restano caute in tema di nuove assunzioni, tuttavia si riconferma una tendenza al miglioramento. Infatti, per la prima volta dal 2000, quest'anno l'inchiesta rivela che il numero di aziende che prevedono di aumentare il personale è superiore a quello delle aziende che prevedono di ridurlo. Le aziende francesi e olandesi si

uniscono quest'anno a quelle spagnole e britanniche nel prevedere un aumento dei posti di lavoro. In Belgio e Germania, sebbene le prospettive siano ancora negative, ci sono segnali di un arresto dei tagli dei posti di lavoro per il 2006.

Il clima economico in Europa

La posizione economica della sua azienda è migliore, peggiore o sostanzialmente invariata rispetto a 12 mesi fa?

- Le performance delle aziende sono vistosamente calate negli ultimi 12 mesi, pur rimanendo positive
- Le aziende spagnole sono le più floride; forti i segnali di ripresa per quelle olandesi
- Le aziende del Belgio scivolano in ultima posizione

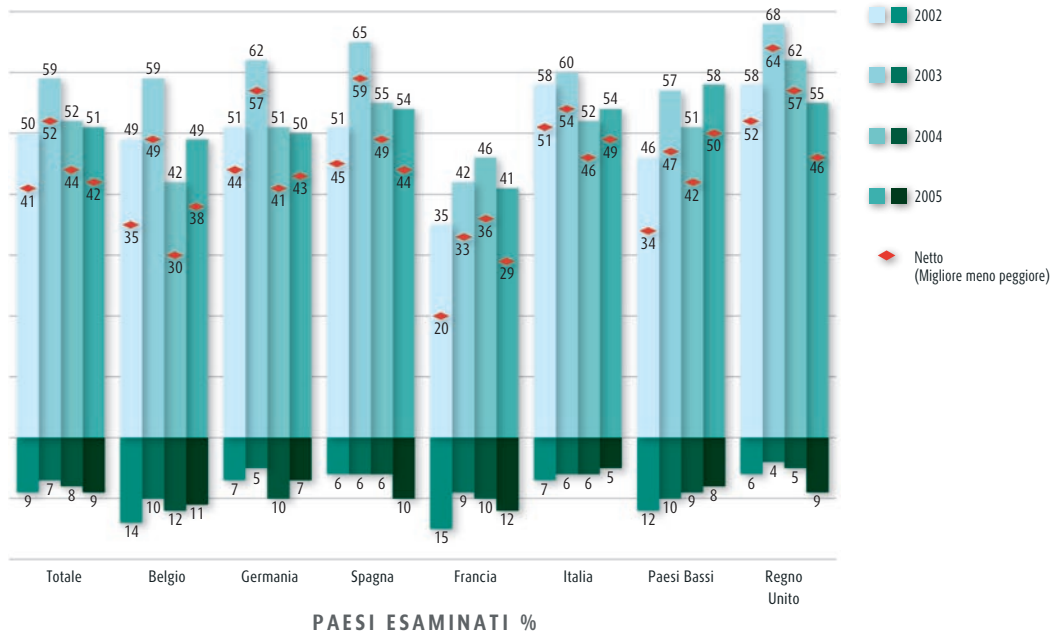




Il clima economico in Europa

Pensa che fra 12 mesi la posizione economica della sua azienda sarà migliore, peggiore o invariata rispetto a quella attuale?

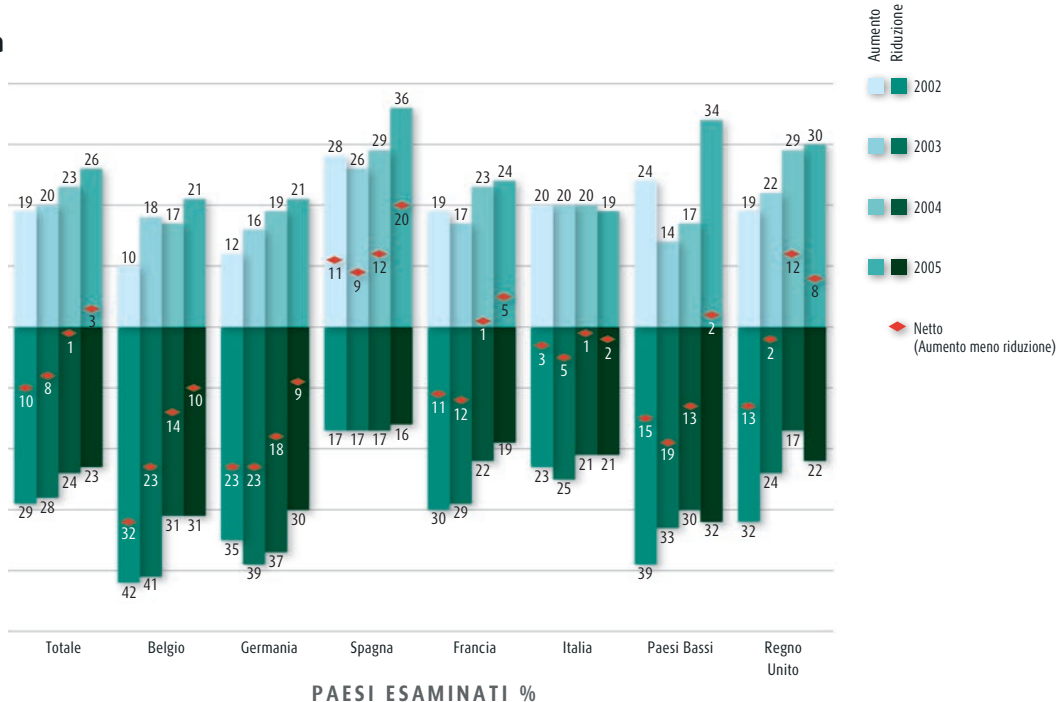
- Nonostante il calo delle performance aziendali (si veda pag. 5), le previsioni per il futuro rimangono ottimistiche in tutta Europa
- La Francia è ancora una volta il paese più pessimista d'Europa; la fiducia del Regno Unito subisce anch'essa uno scossone
- L'ottimismo regna sovrano nei Paesi Bassi, alimentato dai risultati positivi delle aziende



Il clima economico in Europa

Nei prossimi 12 mesi la sua azienda ha in progetto di aumentare il personale, di ridurlo, oppure di mantenerlo invariato rispetto a quello attuale?

- Le principali aziende europee prevedono finalmente una prevalenza delle assunzioni rispetto ai licenziamenti
- Nonostante il clima di incertezza generale, le prospettive di lavoro sono eccellenti in Spagna
- Le aziende olandesi mostrano una marcata ripresa dei piani di assunzione; le prospettive di impiego in Belgio e Germania migliorano, ma restano negative





Prospettive economiche a livello europeo

I nuovi membri della UE sono quelli che cresceranno di più; la Germania è ammirata per il suo mix di responsabilità sociale e competitività economica

Ancora una volta Polonia e Repubblica Ceca sono citati come i paesi che registreranno la più forte crescita economica in Europa nei prossimi anni. L'Ungheria invece, dal terzo posto dell'anno scorso, a pari merito con la Spagna, scende al sesto, mentre si riconferma la fiducia nelle buone prospettive di Spagna, Regno Unito e Germania. Quando si tratta del miglior mix fra competitività e considerazione degli aspetti sociali, la Germania sembra avere la ricetta migliore, mentre il piatto offerto da Regno Unito, Francia e Svezia, anche se apprezzato, sembra mancare di alcuni ingredienti.

Le aziende europee chiedono a Bruxelles norme UE armonizzate e politiche che promuovano la competitività dei paesi dell'Unione

Le aziende europee ritengono che la Commissione Europea potrebbe aumentare la loro competitività armonizzando le norme in tutta la UE. Le aziende inoltre fanno appello alla Commissione perché si dia loro maggior ascolto prima dell'elaborazione delle proposte. Soprattutto i dirigenti del Regno Unito desiderano una maggiore considerazione, mentre quelli tedeschi chiedono piuttosto di ridurre il volume delle nuove proposte. Alla domanda sulle priorità per i prossimi 12 mesi, le aziende rispondono in modo molto chiaro su ciò che la UE dovrebbe fare. Le aziende interpellate desiderano che si facciano degli sforzi per aumentarne

la competitività. Inoltre, in Germania e nel Regno Unito i dirigenti chiedono alla UE di mettere in primo piano il contributo al bilancio dei paesi membri e la rinegoziazione dei sussidi.

Le aziende europee guardano con interesse ad un ulteriore allargamento della UE

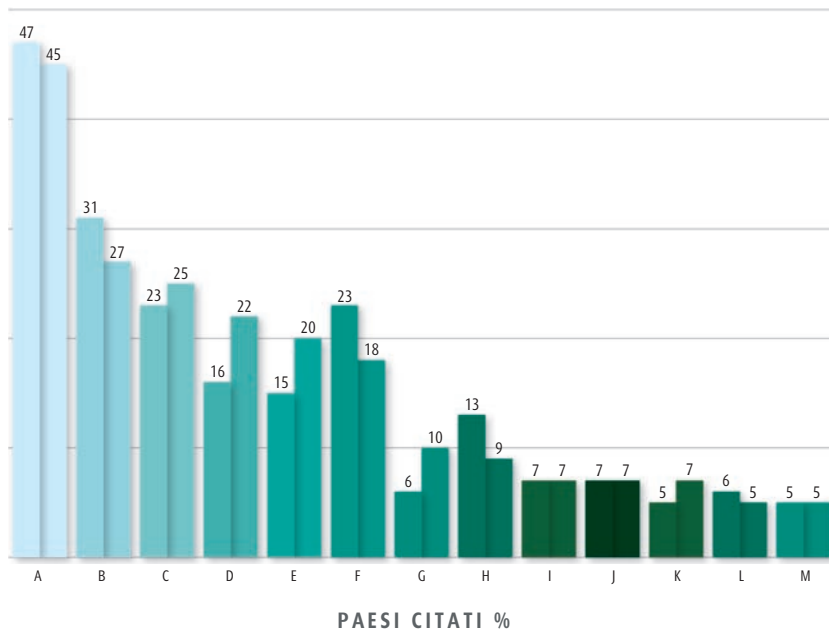
Nonostante un ulteriore allargamento non sia certo da considerare fra le priorità dell'agenda della UE, non c'è dubbio che l'espansione dell'Unione sia vista positivamente da parte delle aziende europee. Quasi due terzi dei dirigenti è favorevole all'allargamento oltre gli attuali 25 paesi membri e più di un terzo ritiene che non dovrebbero esserci limiti a nuovi ingressi. I dirigenti di Paesi Bassi, Spagna e Regno Unito sono impazienti di spalancare le porte della UE, ma almeno quattro dirigenti

su dieci di Belgio, Francia e Germania preferirebbero invece che l'allargamento si fermasse qui.

Prospettive economiche a livello europeo

Quali sono, a suo avviso, i paesi europei che avranno la più forte crescita economica nei prossimi tre anni?

- Si prevede che la Polonia avrà la maggior crescita economica in Europa
- Una grande sicurezza nelle proprie risorse spinge la Spagna in terza posizione, appena dietro la Repubblica Ceca
- I dirigenti italiani hanno più fiducia nella Spagna che non nei nuovi stati membri della UE



2004
2005

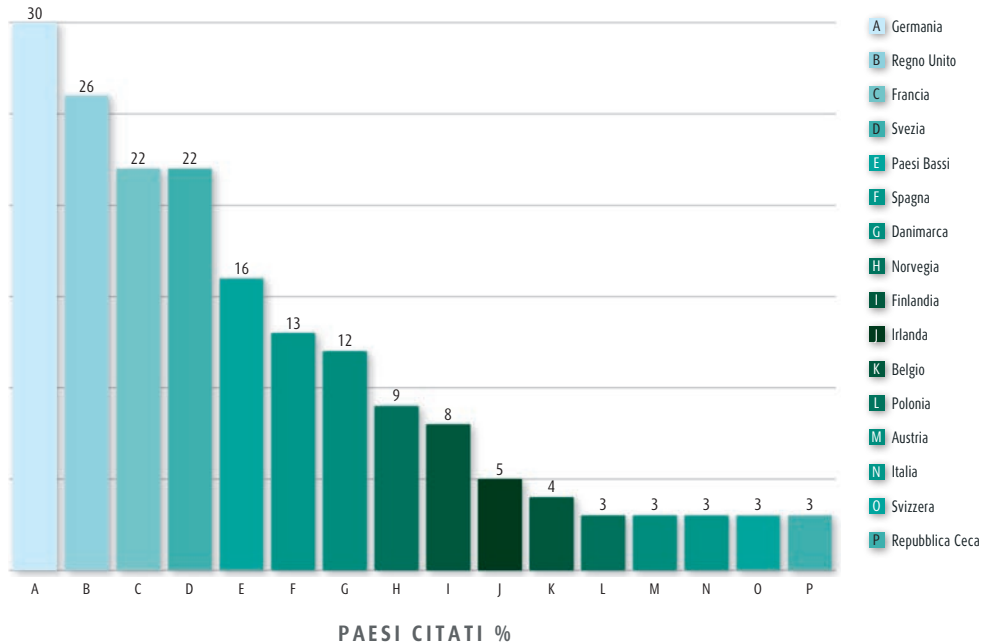
- A A Polonia
- B B Repubblica Ceca
- C C Spagna
- D D Regno Unito
- E E Germania
- F F Ungheria
- G G Romania
- H H Francia
- I I Russia
- J J Repubblica Slovacca
- K K Irlanda
- L L Lituania
- M M Estonia



Prospettive economiche a livello europeo

Quali paesi europei presentano la miglior combinazione di competitività economica e responsabilità sociale?

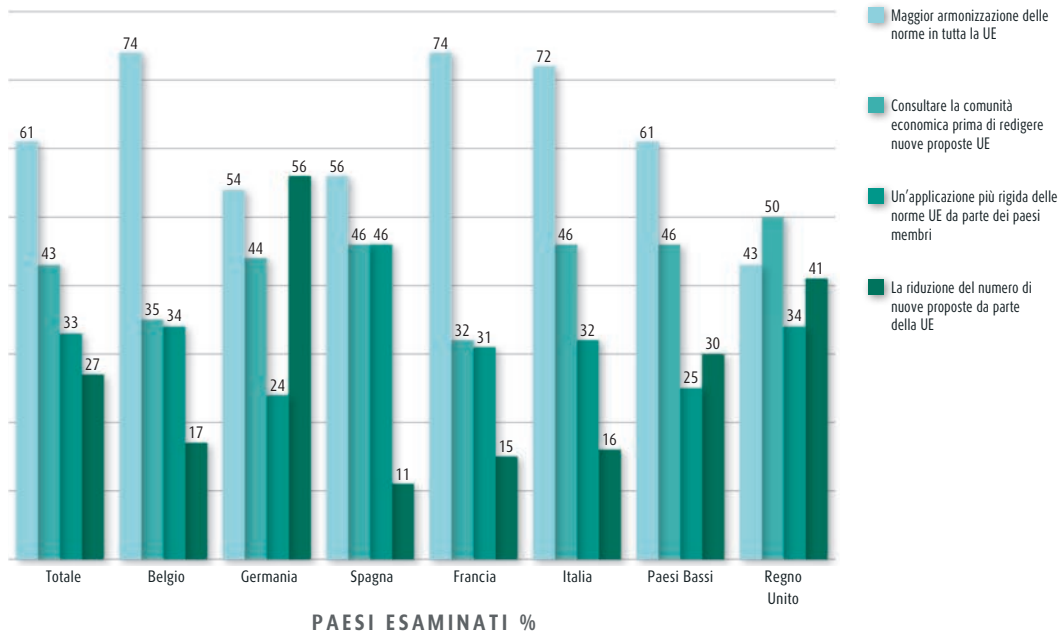
- La Germania è considerata il paese che meglio sposa competitività e responsabilità sociale
- Buone anche le ricette di Regno Unito, Francia e Svezia
- Olandesi e britannici sono convinti che sia il proprio governo ad avere gli ingredienti migliori



Prospettive economiche a livello europeo

Quali dovrebbero essere le priorità della Commissione Europea per accrescere la competitività delle aziende operanti in Europa?

- Le aziende europee chiedono più armonizzazione delle norme UE per una maggiore competitività
- Le aziende chiedono anche che a Bruxelles si dia maggiore ascolto alla loro voce
- Per i dirigenti tedeschi occorre diminuire il numero delle proposte della UE

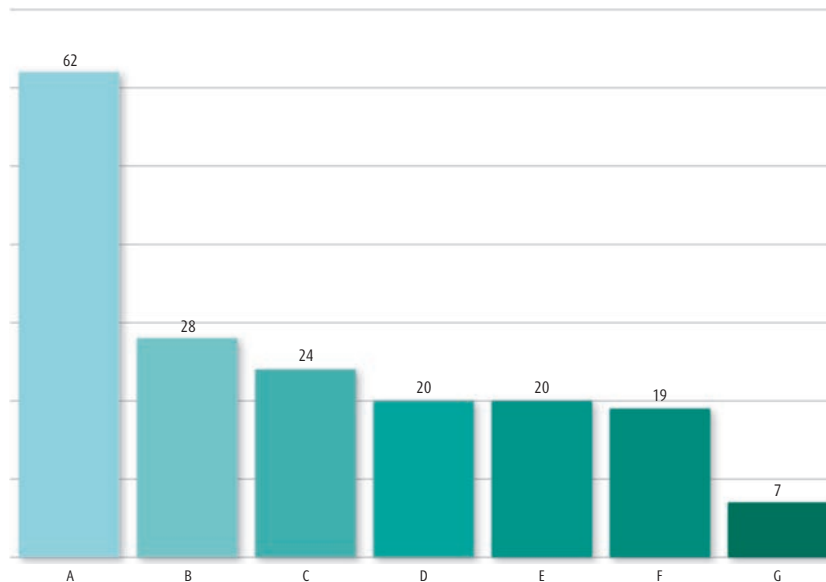




Prospettive economiche a livello europeo

Quali dovrebbero essere le priorità della UE per i prossimi 12 mesi?

- Le aziende europee chiedono alla UE di concentrarsi su politiche che ne accrescano la competitività
- I dirigenti di Regno Unito e Germania desiderano ridiscutere bilanci e sussidi
- L'ulteriore allargamento della UE viene in secondo piano



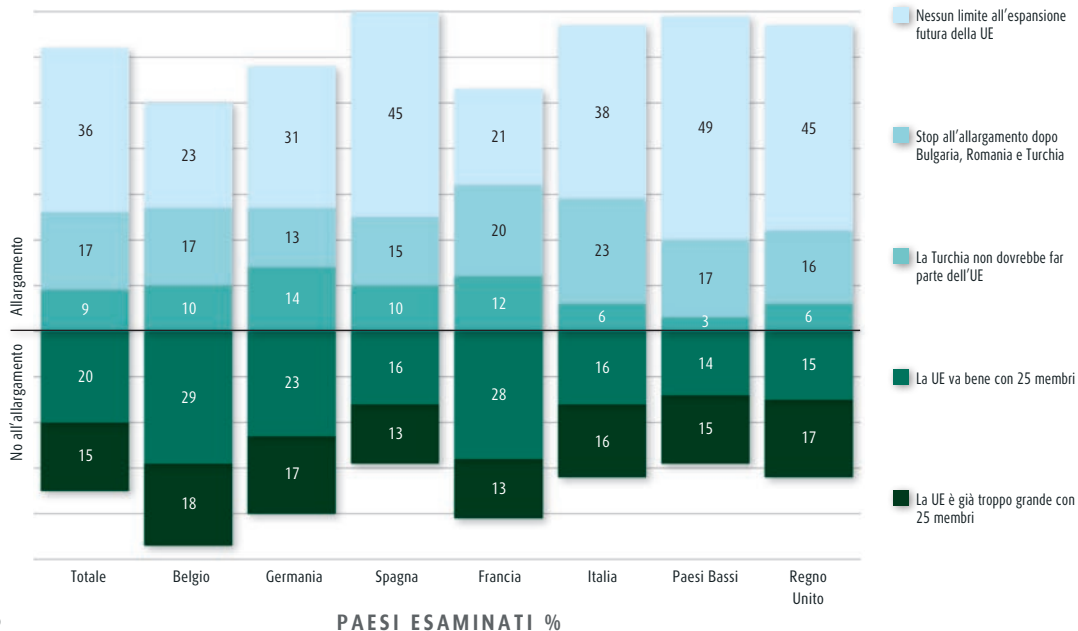
- A** Incoraggiare le politiche che aumentano la competitività
- B** Liberalizzazione del settore dei servizi
- C** Rivalutare i contributi di bilancio e i sussidi della UE
- D** Incoraggiare l'adozione dell'euro in un numero maggiore di paesi
- E** Più politiche sociali e di welfare
- F** Riscrivere la "Costituzione"
- G** Proseguire con l'allargamento

PRIORITÀ MENZIONATE %

Prospettive economiche a livello europeo

Quale delle seguenti affermazioni descrive meglio la sua opinione sull'allargamento della UE?

- I dirigenti olandesi, spagnoli e britannici sono i più favorevoli ad un ulteriore allargamento della UE
- Stop a nuovi ingressi nella UE per un terzo dei dirigenti d'azienda
- I dirigenti belgi sono i meno interessati ad un'altra estensione





Prospettive per il commercio globale

Debellare la povertà deve essere la priorità delle trattative dell'OMC

I dirigenti aziendali ritengono che i prossimi negoziati dell'OMC dovrebbero avere come priorità la riforma del commercio e gli aiuti ai paesi del terzo mondo. Inoltre, le discussioni dell'Agenda di Doha per lo sviluppo dovrebbero riguardare la semplificazione delle procedure doganali, una priorità assoluta per i dirigenti tedeschi. Restano decisamente in secondo piano la liberalizzazione dei servizi e il proseguimento delle trattative sui sussidi all'agricoltura, anche se i dirigenti del Regno Unito insistono perché queste ultime siano argomento di discussione.

L'Asia è considerata in uguale misura mercato per l'export, per l'import e luogo di produzione; è poco probabile che in futuro le proporzioni si modifichino

L'Asia offre buone prospettive per le imprese europee: solo un'azienda su cinque non la ritiene né un mercato di sbocco o di approvvigionamento né un sito per la produzione. Tuttavia, sembra poco probabile che la percentuale delle aziende che considera l'Asia un mercato di scambio o quella che la considera un sito di produzione aumentino in modo significativo nel corso dei prossimi cinque anni. E in complesso sembra che le opportunità offerte dall'Asia come mercato di beni di consumo rimarranno in larga misura poco esplorate dalle aziende europee.

Nessun dubbio sul fatto che all'interno della regione asiatica sia la Cina a offrire le migliori prospettive commerciali e produttive

Fra le aziende che vedono l'Asia come un mercato per l'import, oltre due terzi indicano la Cina come il paese che offre

le maggiori opportunità. Solo una su cinque menziona invece l'India. Lo stesso vale per le aziende che considerano l'Asia come un mercato per l'export: oltre due terzi ritengono infatti che le migliori opportunità per l'export saranno offerte dall'immenso mercato dei consumatori cinesi. Il 25% indica l'India, mentre solo poche aziende vedono le migliori prospettive commerciali (sia per l'import che per l'export) in Giappone, Corea del Sud o altri paesi asiatici. La Cina è stata indicata da quasi due terzi delle aziende interpellate come il luogo ideale dove stabilire la produzione. In questo contesto, solo un'azienda su dieci ha indicato l'India. Questi risultati confermano l'opinione unanime emersa dall'inchiesta del 2004, secondo cui in Asia è la Cina ad offrire le migliori prospettive per le aziende europee.

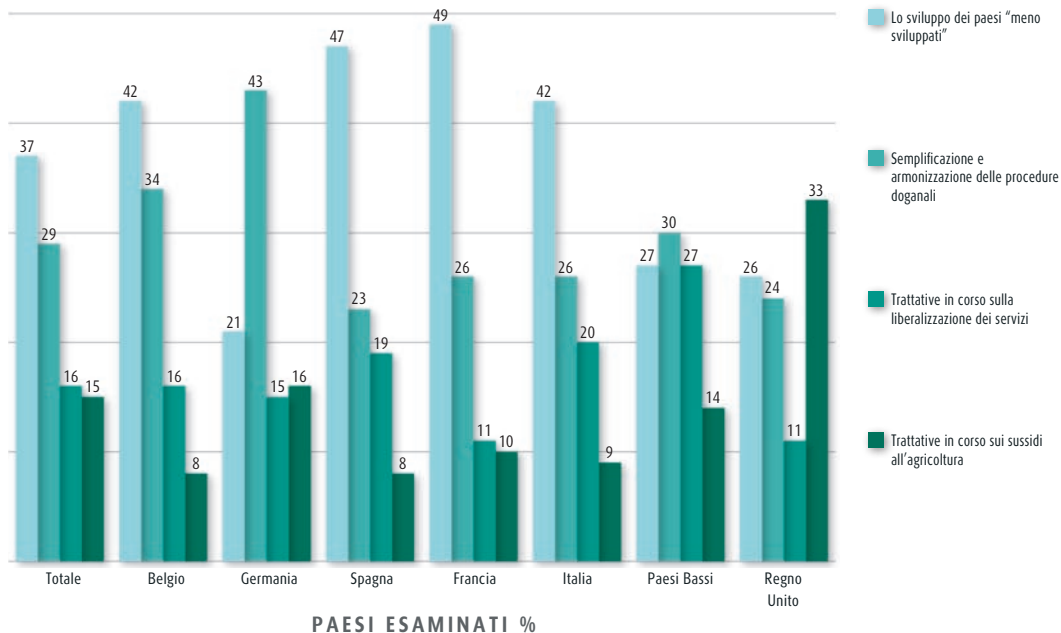
Le aziende europee incontrano difficoltà con la burocrazia asiatica

Restano però alcuni ostacoli da superare per intensificare gli scambi con l'Asia. Oltre la metà delle più importanti aziende europee ha indicato la burocrazia come potenziale barriera logistica per le relazioni commerciali con l'Asia. Analogamente, oltre la metà ammette che la scarsa conoscenza del mercato e delle norme doganali locali può anch'essa rappresentare un vero rompicapo logistico negli scambi con l'Asia. Circa un terzo delle aziende manifesta preoccupazioni sul tempo di trasporto delle merci, sulle questioni relative ai pagamenti e sulle difficoltà di introdurre i prodotti nei mercati asiatici o farli uscire da essi.

Prospettive per il commercio globale

Su cosa dovrebbe concentrarsi principalmente il vertice dell'OMC (Agenda di Doha per lo sviluppo)?

- La lotta alla povertà deve avere la priorità assoluta
- I dirigenti tedeschi sono quelli che chiedono con più insistenza procedure doganali più semplici
- I dirigenti del Regno Unito vogliono i sussidi all'agricoltura al centro del tavolo delle trattative

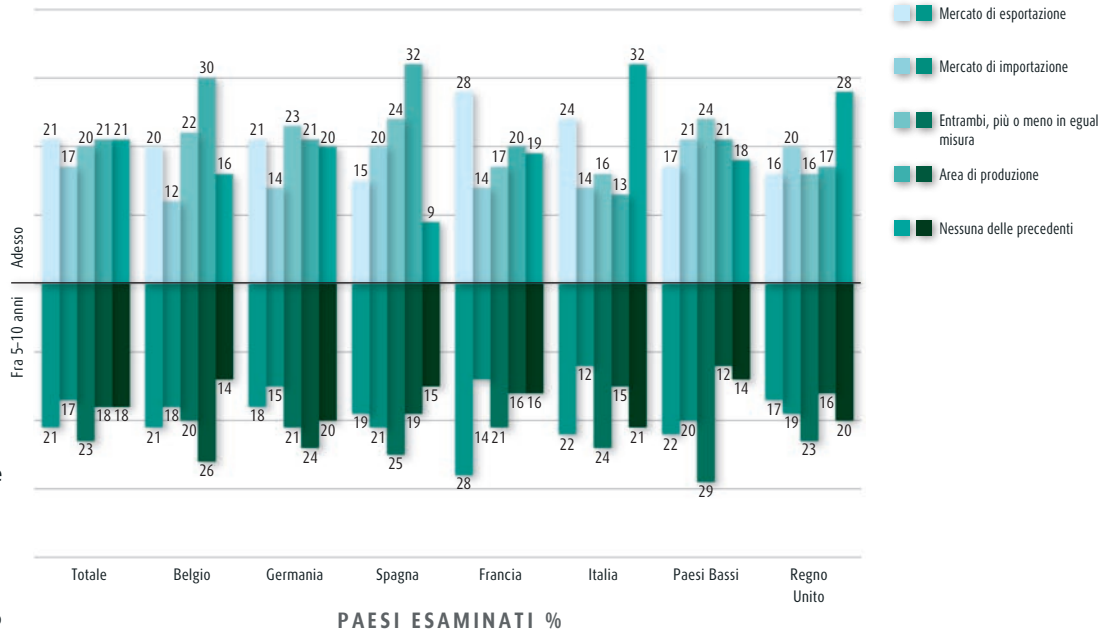




Prospettive per il commercio globale

La sua azienda considera l'Asia più come un mercato di importazione, di esportazione, di entrambi in egual misura o come area di produzione? E come pensa che cambierà la situazione tra 5-10 anni?

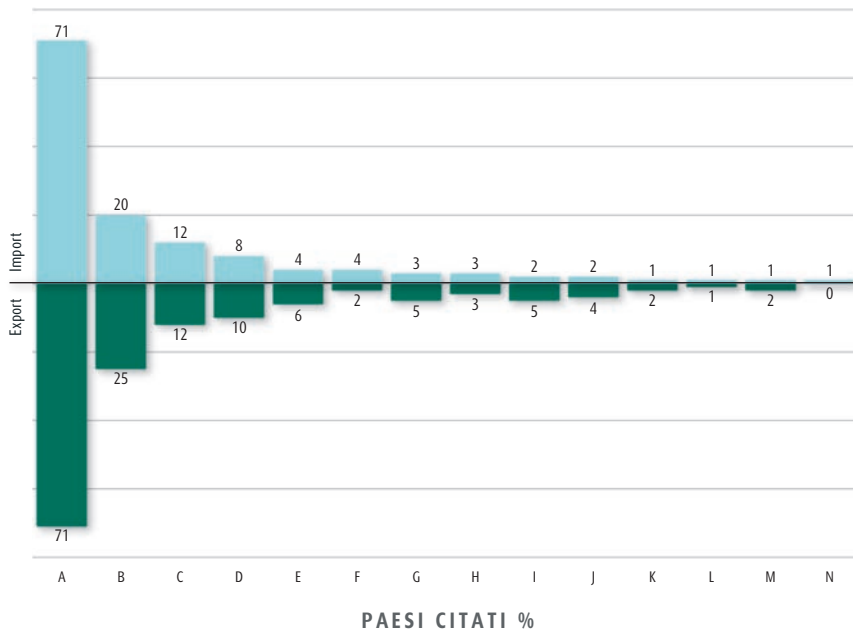
- L'Asia offre attualmente enormi potenzialità sia per il commercio sia per la produzione
- Tuttavia sono in pochi a prevedere una crescita significativa in una direzione particolare nel prossimo decennio
- L'Europa è poco incline a considerare l'Asia un futuro mercato di beni di consumo per i prodotti esteri



Prospettive per il commercio globale

In quali paesi asiatici vede il maggior potenziale come mercato di importazione/ esportazione per la sua azienda?

- La Cina ha il primato indiscusso come mercato di importazione
- Per chi guarda agli scambi commerciali con l'Asia, il mercato dei beni di consumo cinese offre anche innegabili prospettive di export
- L'India arriva seconda, ma con grande distacco



Import
Export

- A Cina
- B India
- C Giappone
- D Corea del Sud
- E Thailandia
- F Vietnam
- G Indonesia
- H Taiwan
- I Malesia
- J Singapore
- K Hong Kong
- L Filippine
- M Pakistan
- N Bangladesh

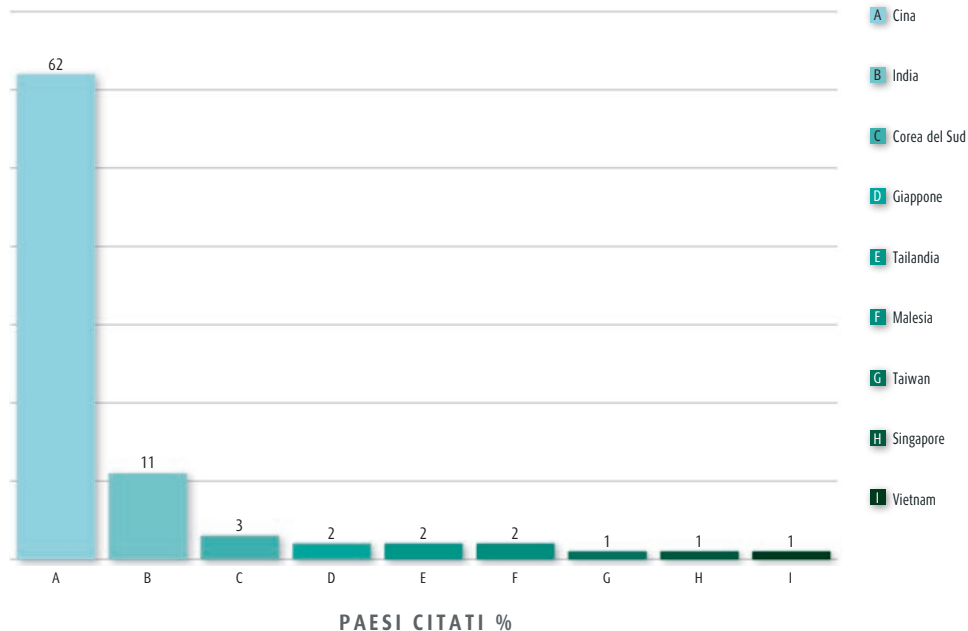
Basato su coloro che considerano l'Asia un mercato di import/export o entrambi



Prospettive per il commercio globale

Quali paesi asiatici secondo lei rappresentano il luogo ideale per la produzione ?

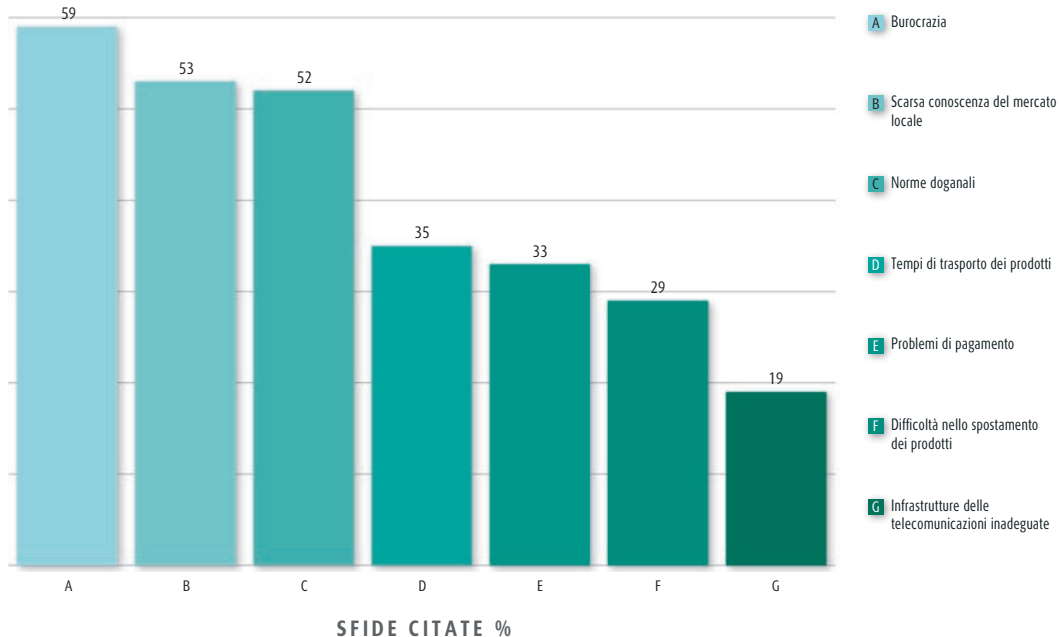
- La Cina è il centro manifatturiero per eccellenza in Asia
- Solo un dirigente su dieci indica l'India
- Sono meno ancora quelli che citano altri paesi asiatici



Prospettive per il commercio globale

Quali sono i motivi principali per cui le imprese italiane potrebbero trovarsi ad affrontare sfide logistiche nelle loro attività commerciali in Asia?

- L'Asia è soffocata dalla burocrazia
- La scarsa conoscenza del mercato locale costituisce anch'essa un ostacolo, soprattutto per i dirigenti spagnoli
- Anche le procedure doganali sono una barriera rilevante; i dirigenti spagnoli e italiani sono particolarmente preoccupati per il rispetto delle scadenze nella consegna delle merci





Pratiche e strategie di business

Un denominatore comune per i dirigenti europei

I manager ai vertici delle aziende europee usano lo stesso convertitore di valuta. Quando si tratta di valutare i costi, la maggior parte fa i calcoli in euro. Le ex valute locali appartengono al passato e pochi paesi hanno ancora nostalgia del vecchio conio. Non stupisce tuttavia che la sterlina sia ancora cara ai dirigenti britannici: poco meno della metà pensa ancora in sterline e pence, mentre per gli altri l'euro è divenuta una valuta di riferimento importante quasi quanto il dollaro.

Quando si tratta di scegliere i fornitori, correttezza e rispetto delle leggi sono il criterio chiave che orienta le aziende

europee nella selezione. Sebbene i vantaggi offerti dalle energie alternative siano universalmente riconosciuti, sono pochi i dirigenti che danno importanza all'attenzione che i fornitori dedicano al consumo energetico, e ancora meno quelli che nell'ambito della valutazione di un potenziale fornitore prendono in considerazione le sue iniziative di solidarietà.

Porte aperte alle donne nei consigli di amministrazione europei

Una netta maggioranza delle aziende europee ha abbracciato la flessibilità per consentire alle donne di sedere nei consigli di amministrazione. La flessibilità degli orari lavorativi è vista dalla maggior parte dei dirigenti come

l'elemento fondamentale per rendere la carriera appetibile per le donne, insieme all'offerta di corsi di aggiornamento per le neomamme che tornano al lavoro, che possono così "rinfrescare" le proprie competenze.

Tutti leggono i quotidiani ma pochi sanno cos'è un blog

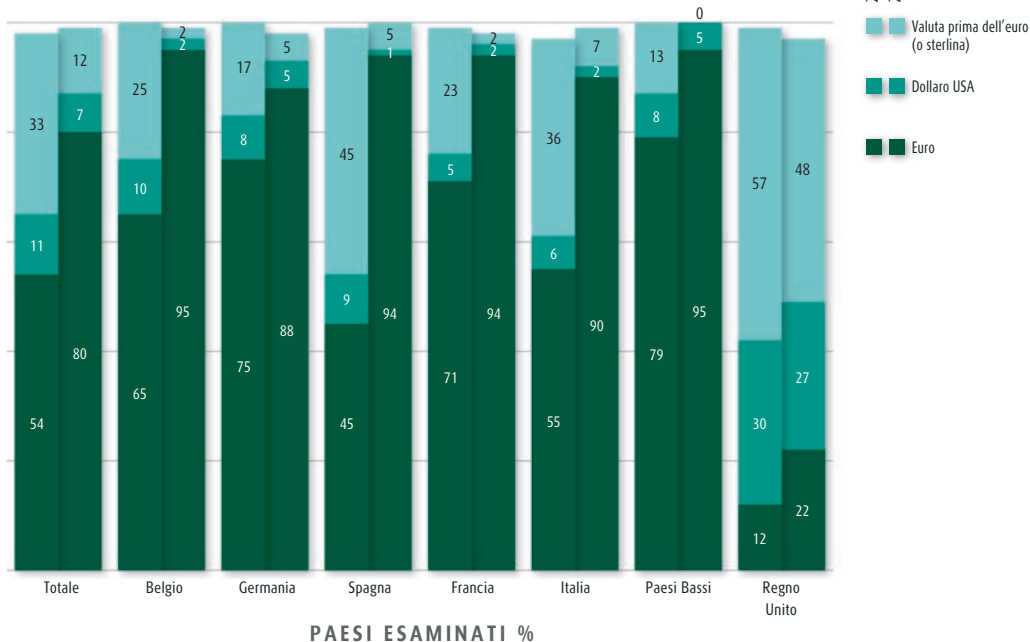
I quotidiani sono tuttora la principale fonte di informazione economica per i dirigenti europei, anche se la percentuale di chi dà loro il proprio suffragio è diminuita rispetto all'ultima volta che abbiamo posto questa domanda (1999). Nel Regno Unito il numero di coloro che accendono il PC e navigano su Internet è quasi uguale al numero dei lettori di quotidiani, mentre i dirigenti tedeschi

e italiani privilegiano ancora la carta stampata. Pochi dirigenti cercano notizie economiche in TV o alla radio. Tuttavia, indipendentemente dalla fonte di informazione a cui si affida, quasi nessun dirigente è aggiornato sulla recentissima moda dei blog. La maggior parte ignora cosa siano i blog e, anche chi li conosce, non si è lasciato contagiare dalla nuova mania.

Pratiche e strategie di business

Con quale valuta si trova personalmente più a suo agio nel valutare i costi che deve sostenere?

- In Eurolandia le aziende marciano a ritmo di euro
- Il fiorino e il franco sono stati dimenticati da tempo; rimangono invece alcuni nostalgici della lira, del marco e della peseta
- I dirigenti britannici continuano a usare tre valute diverse mentre l'euro sta guadagnando terreno

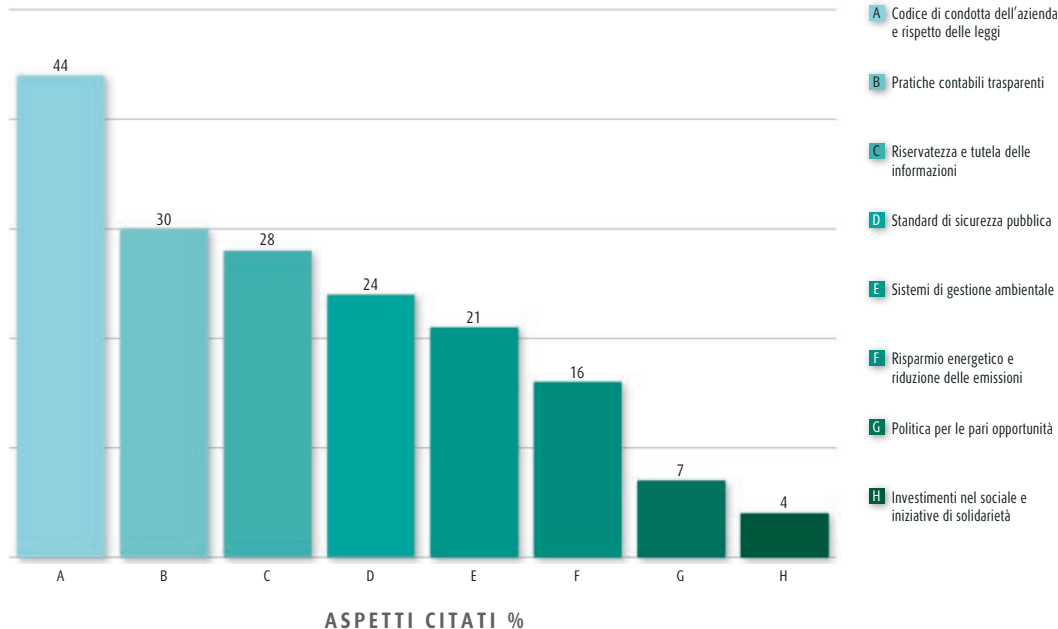




Pratiche e strategie di business

Quali aspetti etici, sociali o ambientali sono più importanti per la sua azienda nella scelta dei fornitori?

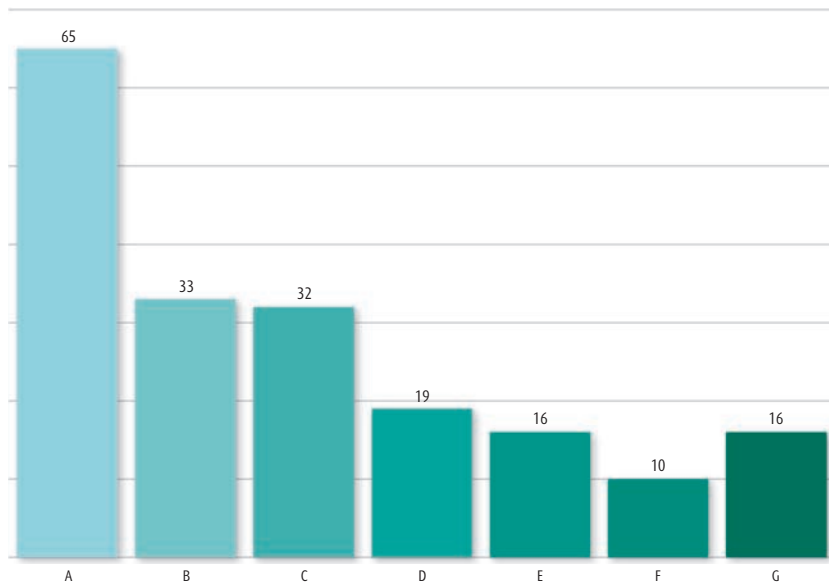
- La correttezza è il criterio più importante per le aziende europee quando si trovano a scegliere i propri fornitori
- Per le aziende tedesche il rispetto di un codice di buona condotta e delle leggi sono essenziali, ma conta anche la riservatezza
- Pochi si basano sull'adozione di una politica per le pari opportunità o su iniziative di beneficenza per stringere accordi commerciali



Pratiche e strategie di business

Ha adottato delle misure per avere più donne in posizioni dirigenziali?

- Due terzi delle aziende offrono orari flessibili per consentire alle donne di sedere nei consigli di amministrazione
- In Regno Unito e Spagna, i corsi di aggiornamento aiutano le neomamme a riprendere la loro carriera una volta tornate al lavoro
- I contributi per le rette scolastiche sono il principale incentivo che le aziende olandesi offrono alla neomamme per incoraggiarle a tornare al lavoro
- Tra le grandi aziende, una su cinque in Francia, Belgio e Spagna non ha misure specifiche



PRATICHE CITATE %

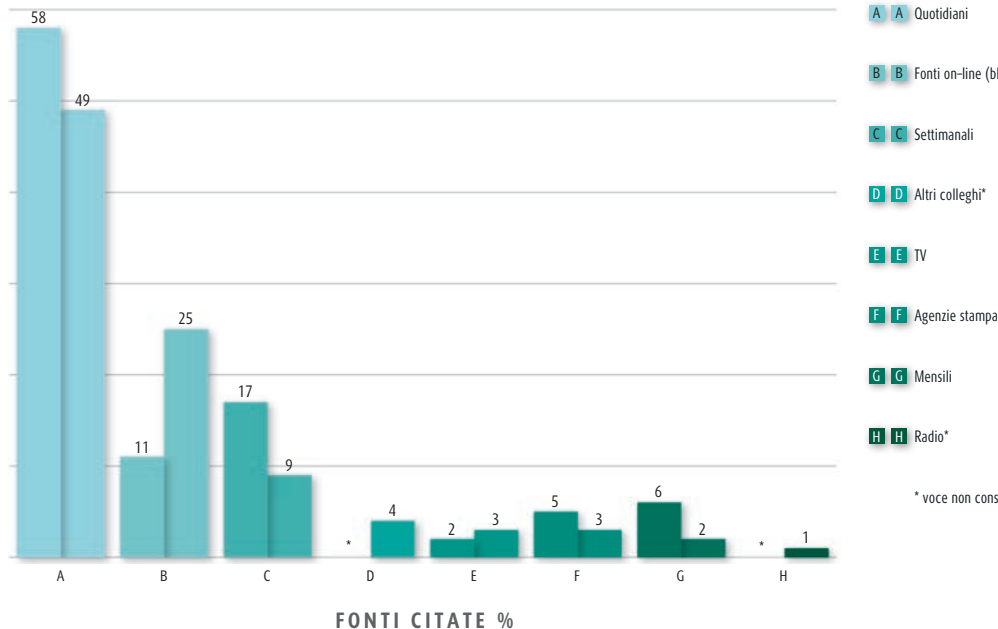
- A Offerta di orari lavorativi più flessibili
- B Misure per promuovere l'avanzamento delle donne a tutti i livelli
- C Corsi di aggiornamento per le donne che tornano al lavoro dopo la maternità
- D Aiuti finanziari per il pagamento di servizi di nido per i bambini e per la loro istruzione
- E Riduzione dei trasferimenti
- F Offerta di servizi di asili nido aziendali per i bambini dei dipendenti
- G Nessuno



Pratiche e strategie di business

Qual è la sua principale fonte di informazione economica?

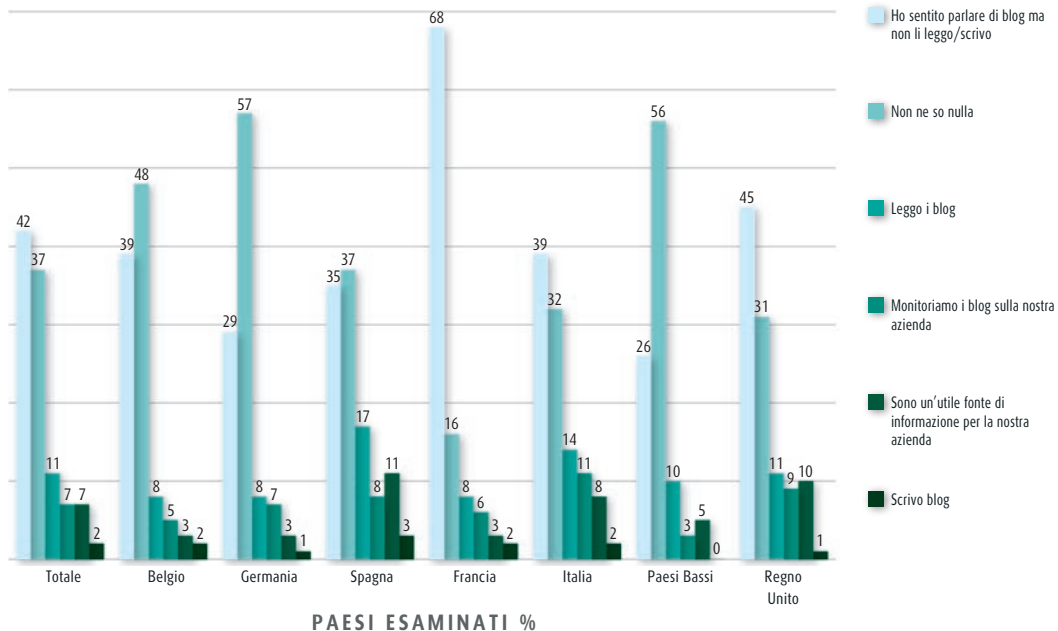
- La carta continua a “cantare”; la stampa quotidiana regna ancora sovrana fra le fonti di informazione
- È aumentato l’uso di Internet
- I dirigenti d’azienda britannici e francesi consultano anche riviste finanziarie
- Il passaparola fra colleghi è utile per i dirigenti belgi e olandesi



Pratiche e strategie di business

Quali delle seguenti affermazioni sono vere per lei e la sua azienda per quanto riguarda il fenomeno dei blog?

- I quadri europei non sono ancora stati conquistati dalla moda dei blog
- Oltre la metà dei dirigenti nei Paesi Bassi e in Germania non ha idea di cosa sia un blog
- Anche se i dirigenti francesi sanno cosa sono, pochi li frequentano





Focus sui manager

“Sono soldi che meritiamo”, affermano i più importanti dirigenti aziendali

La critica sugli stipendi esorbitanti è fermamente respinta dai dirigenti europei di alto livello, unanimi nell'affermare che la loro categoria non è pagata troppo. Tuttavia, più di un quarto degli olandesi, dei tedeschi e dei britannici ammette che la retribuzione dei dirigenti ai vertici è eccessiva. La pressione del lavoro quotidiano non è l'unica ragione di stress per i dirigenti aziendali. Anche l'ambiente è motivo di preoccupazione. Alla domanda sulle questioni ambientali che destano in loro maggiori preoccupazioni, più della metà dei dirigenti, e i tedeschi per primi, ha risposto che sono i cambiamenti climatici. I dirigenti olandesi e italiani

sono preoccupati soprattutto per l'aria che respirano, mentre i francesi per l'acqua che bevono.

Una lingua da imparare per gli affari, non per divertirsi

Lo spagnolo è la lingua preferita dai quadri europei, sia per motivi professionali che per interesse personale, in pari misura. Il cinese è la seconda lingua che i dirigenti considerano importante padroneggiare per il lavoro, ma pochi lo studierebbero per piacere. Per quest'ultimo proposito, l'italiano è più popolare; tuttavia, non molti dirigenti lo metterebbero in cima alla lista delle lingue da imparare per avere più successo nel mondo degli affari.

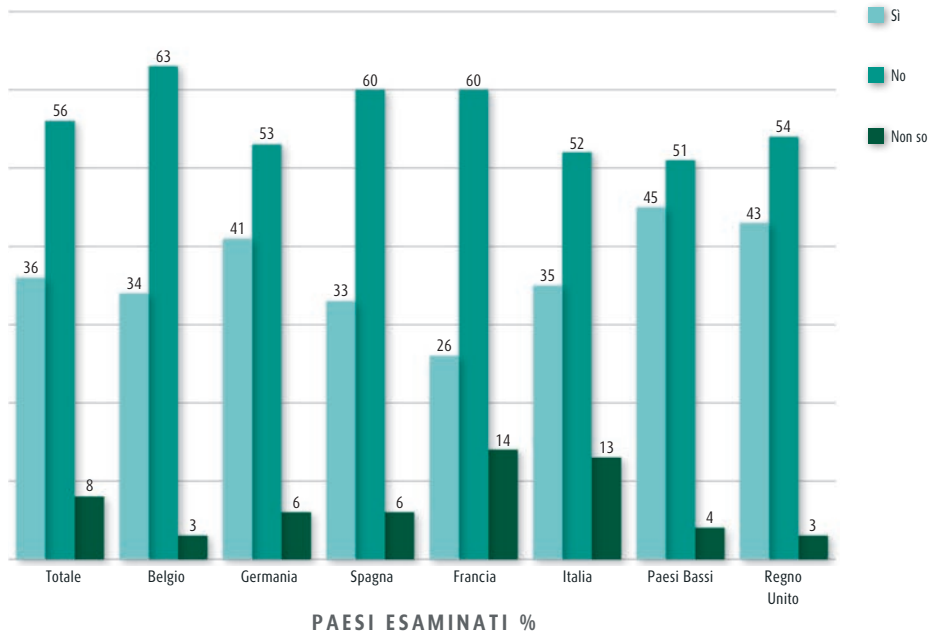
Per rilassarsi, niente è meglio di un bel libro

Per staccare la spina, i dirigenti d'azienda europei si rifugiano nei libri. Leggono in media un libro al mese, un'abitudine forse da mettere in rapporto con la frequenza dei viaggi di lavoro. Il cinema non è altrettanto amato, soprattutto dagli olandesi, per i quali pop corn e grande schermo non sono sinonimo di relax. Tuttavia, per chi gode del clima del Mediterraneo, un bel film è divertente tanto quanto un buon libro. Ma c'è un elemento che accomuna tutti i dirigenti europei: per la maggior parte di essi fare colazione fra le mura domestiche è il modo migliore per iniziare la giornata. Eppure quasi un quarto dei dirigenti britannici arriva in ufficio a stomaco vuoto.

Focus sui manager

Secondo lei, i top manager di oggi sono pagati troppo?

- Più della metà dei dirigenti europei pensa che la retribuzione dei top manager non sia eccessiva
- Eppure, più di un terzo riconosce di essere pagato troppo
- I francesi sono i meno numerosi a pensare che gli stipendi dei capi siano esorbitanti, anche se un intervistato su sette non ha una risposta certa

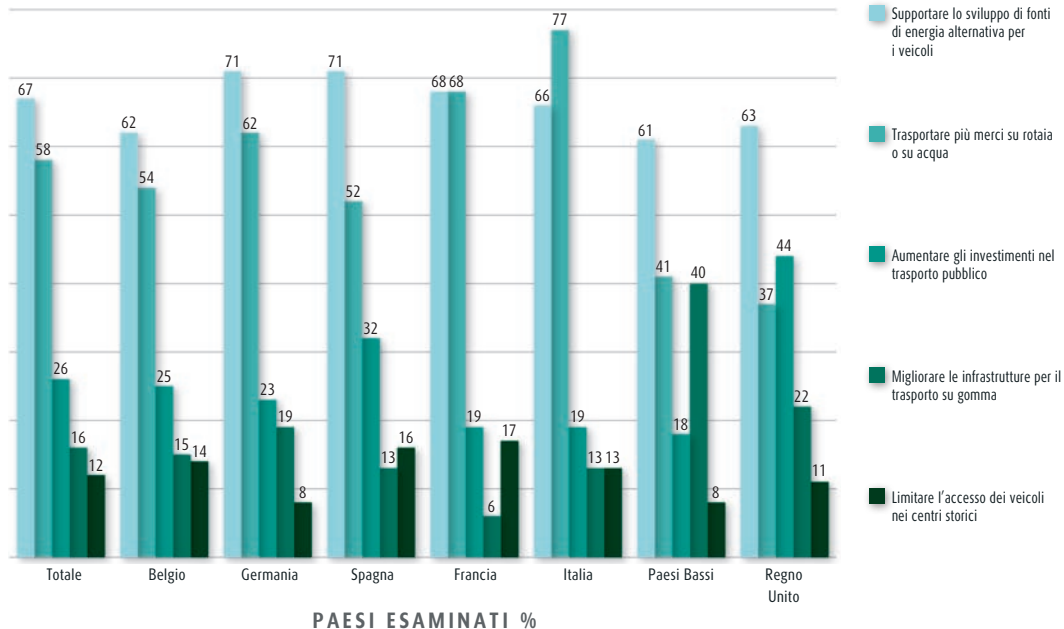




Focus sui manager

Secondo lei, quali politiche legate al settore dei trasporti possono contribuire maggiormente a tutelare l'ambiente?

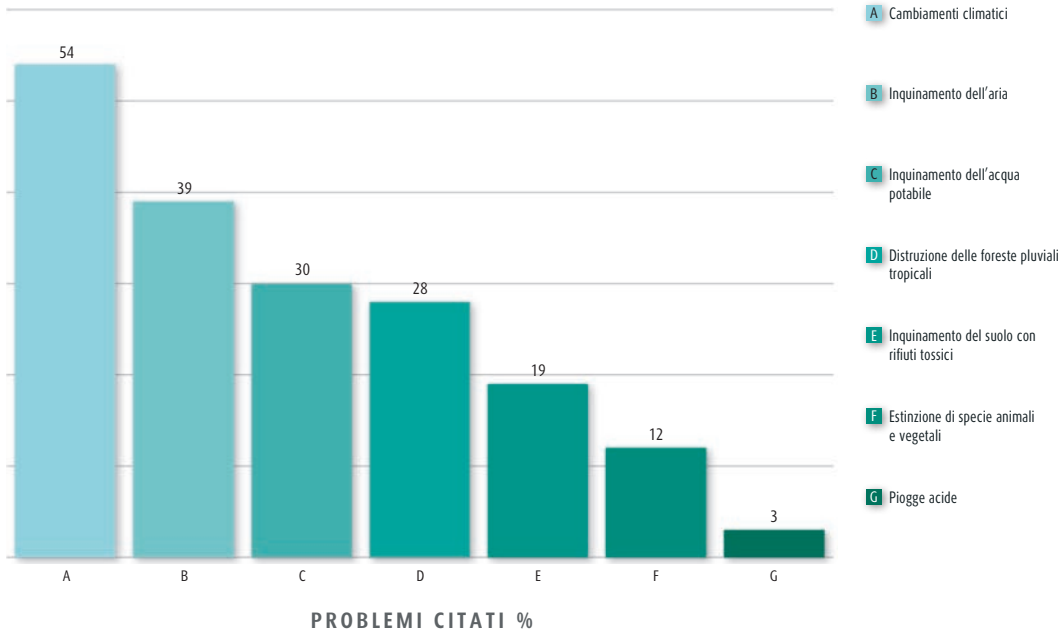
- Lo sviluppo di fonti energetiche alternative per gli autoveicoli sarebbe la soluzione ideale per proteggere l'ambiente
- I manager italiani credono che un maggiore utilizzo di ferrovie e vie d'acqua potrebbe dare il contributo più importante alla tutela dell'ambiente
- Le aziende olandesi sperano in migliori infrastrutture, quelle britanniche nella riorganizzazione del trasporto pubblico



Focus sui manager

Di quali problemi ambientali globali si preoccupa maggiormente?

- La maggioranza degli intervistati, e i dirigenti tedeschi in particolare, è preoccupata dai cambiamenti climatici
- L'aria inquinata soffoca i dirigenti aziendali olandesi e italiani
- La principale preoccupazione per i dirigenti francesi è l'acqua che esce dal rubinetto

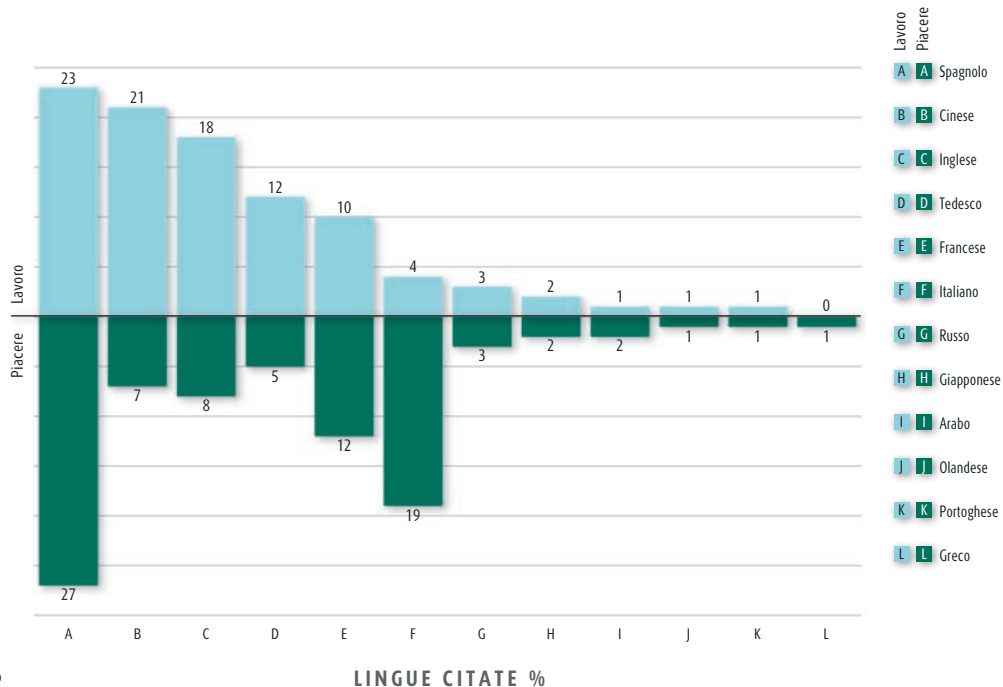




Focus sui manager

Se potesse imparare un'altra lingua da utilizzare per lavoro, quale sceglierebbe? E se ne dovesse imparare una per interesse personale?

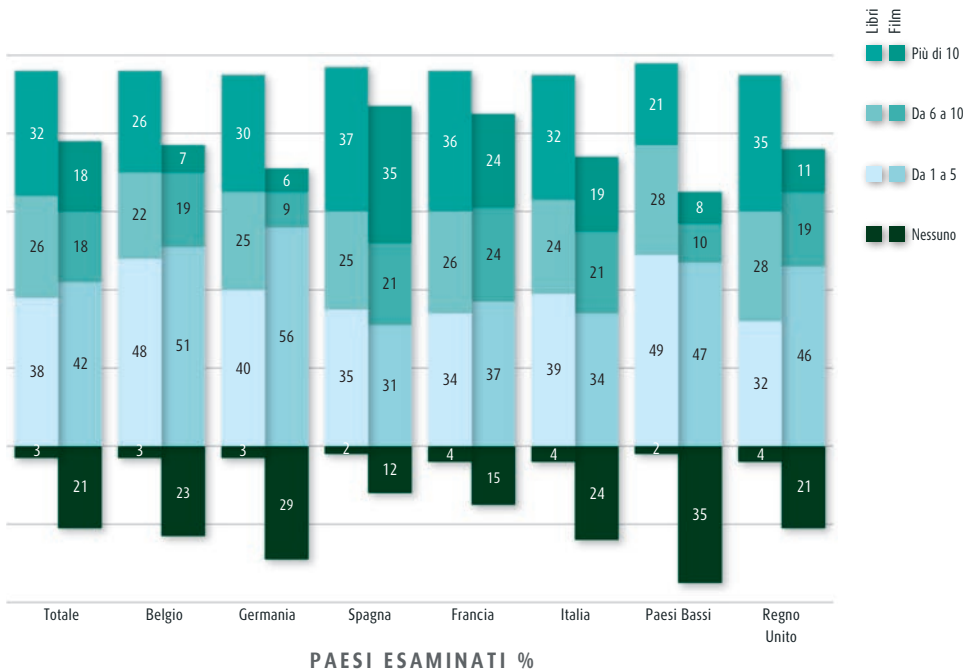
- Imparare lo spagnolo sembra altrettanto utile in spiaggia che in consiglio di amministrazione
- I dirigenti d'azienda sono disposti sia ad imparare il cinese sia a rispolverare lo spagnolo o l'inglese, ma non lo farebbero per piacere personale
- Uno su cinque studierebbe l'italiano, ma più per amore che per denaro



Focus sui manager

A proposito del suo tempo libero: quanti libri ha letto e quanti film ha visto nell'ultimo anno?

- I dirigenti europei sono grandi divoratori di libri; uno al mese li aiuta a staccare la spina
- Tedeschi e olandesi preferiscono di gran lunga un libro a un film
- Gli spagnoli adorano andare al cinema

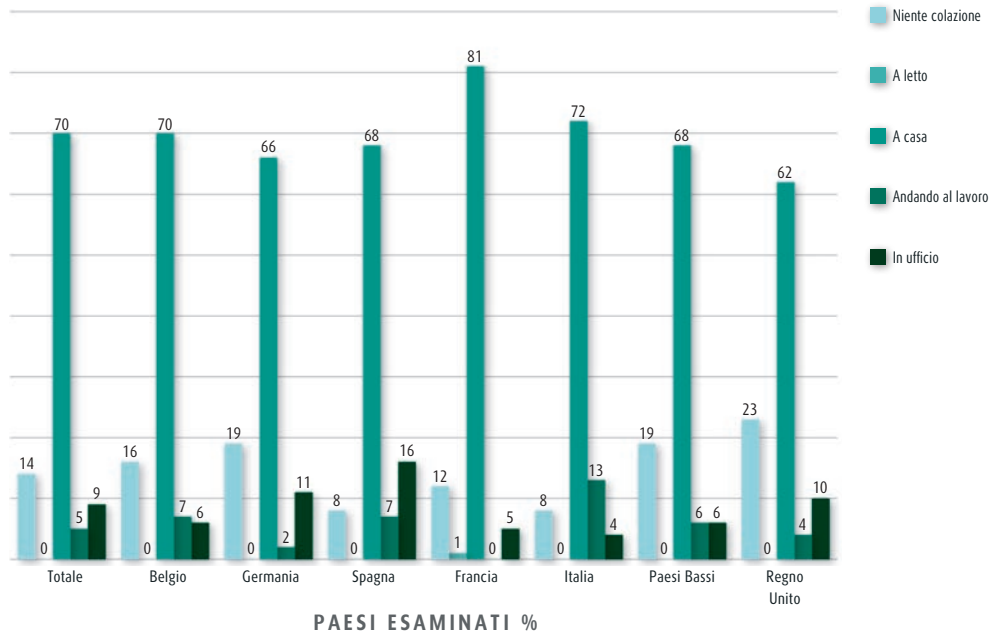




Focus sui manager

Dove fa colazione di solito?

- Più dei due terzi iniziano la giornata facendo colazione a casa
- Un croissant nella cucina di casa è un'abitudine tutta francese
- Circa un quarto dei capitani d'azienda britannici si mette al timone a stomaco vuoto
- Quando non fanno colazione a casa, i dirigenti italiani prendono qualcosa al volo andando al lavoro, mentre gli spagnoli aspettano di arrivare in ufficio per fare uno spuntino



Contatti

Per ulteriori informazioni su UPS e sui suoi servizi vi preghiamo

di chiamare uno dei numeri seguenti:

- UPS Austria 0810 006630
- UPS Belgio 0800 128 28
- UPS Danimarca 80 302222
- UPS Finlandia 0800 1 877 877
- UPS Francia 0800 877 877
- UPS Germania 0800 8826630
- UPS Irlanda 1 800 575757
- UPS Italia 800 877 877
- UPS Lussemburgo 8002 2510
- UPS Paesi Bassi 0800 099 1300
- UPS Norvegia 800 33470
- UPS Portogallo 707 23 23 23
- UPS Spagna 902 88 88 20
- UPS Svezia 020 788 799
- UPS Svizzera 0800 55 88 33
- UPS Regno Unito 08457 877 877
- UPS Asia Pacifico 65 6883 7000
- UPS US, Canada
e America Latina 1 800 742 58 77

Per informazioni e contatti telefonici di UPS in altri paesi,
consultate il sito web www.ups.com

Per ulteriori informazioni sulla
ricerca UPS Europe Business Monitor, vi preghiamo di
consultare il sito web UPS www.ebm.ups.com
o di scrivere un'e-mail all'indirizzo ebm@europe.ups.com



UPS Europe, Middle East and Africa PR Office

Avenue Ariane 5
1200 Bruxelles
Belgio
FAX +32 2 776 9698

UPS US, Canada and Americas PR Office

55 Glenlake Parkway, NE
Atlanta, Georgia 30328
USA
FAX +1 404 828 6593

UPS Europe, Middle East and Africa PR Office

Avenue Louis Gribaumont 1
1150 Bruxelles
Belgio
FAX +32 2 772 1126

UPS Asia-Pacific PR Office

UPS House
22 Changi South Avenue 2
Fourth Floor
Singapore 486064
FAX +65 6883 7040



