

Resilienza e investimenti. È così che le Pmi battono la crisi

Non hanno mai smesso di investire, sono più digitali e più innovative. Hanno scoperto i vantaggi del commercio online, collaudato il lavoro da remoto e utilizzato i nuovi strumenti anche per dialogare con la Pubblica amministrazione. Le Pmi italiane nell'era del Covid hanno resistito, facendo di necessità virtù, come mostra l'analisi diffusa da Banca Ifis in cinque report realizzati attraverso interviste a 4mila aziende di dieci settori produttivi.

Tra il 2020 e il 2021 il 52% del campione ha introdotto almeno un'innovazione (di prodotto, di processo o organizzativa). Al top ci sono la chimica-farmaceutica (76%) e il sistema casa (63%). Il 42%, inoltre, ha effettuato investimenti materiali e immateriali ed è attesa una crescita ulteriore del 6% nel 2023. Risorse fondamentali per macchinari (54%), formazione (38%) e infrastruttura digitale (26%). Un ruolo di primo piano va alle tecnologie Industria 4.0: più di 7 Pmi su 10 le utilizza già o intende adottarle nel biennio 2022-2023 per migliorare la qualità di prodotto e minimizzare gli errori di processo.

Il lockdown ha accelerato il ricorso all'e-commerce, anche se solo il 9% ha attivato un canale di vendita digitale. Il trend però risulta essere in crescita: il 35% delle Pmi intende attrezzarsi nei prossimi 12 mesi. Il più all'avanguardia è il settore agro-alimentare, dove il 19% delle Pmi vende online, seguito dalla moda e dal chimico-farmaceutico. A suggerire questa strada sono le richieste della clientela o la volontà di diversificare i canali distributivi. Tanto che una su 4 ha deciso di appoggiarsi pure ad un marketplace esterno: Amazon (64%) o Alibaba (22%). Il 75% dei ricavi online proviene però ancora dal mercato italiano.

Nel 2020 sono anche aumentate, dal 5 al 37%, le imprese che hanno introdotto tecnologie digitali per il lavoro da remoto. E il 21% delle Pmi ha contribuito alla spesa dei dipendenti per lavorare da casa. Terminata l'emergenza il 62% continuerà a consentire lo smart working, ma tra loro il 45% introdurrà una forma ibrida. Tuttavia per 9 imprese su 10 l'ufficio resta centrale per la coesione e la collaborazione. Ma la digitalizzazione è un grande aiuto anche per i rapporti con la Pa. Per farlo il 74% delle imprese si è adeguata sul fronte degli investimenti.

Infine, una nota dolente. In Italia solo una Pmi su sei è guidata da una donna, ma la percentuale sale al 21% nelle aziende tra 20 e 49 addetti. Qualche spiraglio in nome di un maggiore equilibrio di genere però c'è:

laddove al vertice c'è una presenza femminile si assiste ad un effetto moltiplicatore della presenza femminile a ogni livello organizzativo. Come sottolinea al *Sole 24 Ore* l'ad di Banca Ifis, Frederik Geertman, “la pandemia e la crisi sanitaria ed economica hanno determinato cambiamenti nella domanda di mercato e nei modelli di business. Il lavoro del nostro ufficio studi ci ha consentito di ascoltare le storie dei nostri imprenditori che hanno dimostrato straordinarie capacità di resilienza”.

Le piccole e medie imprese, la pandemia e la ripresa. Per fortuna, il capitolo riguardante la ripresa sta divenendo corposo quanto quello riguardante la crisi economica e recessiva. Perché il resiliente sistema produttivo italiano, per oltre il 95% costituito da Pmi, sta reagendo con grande determinazione al caos generato dal Covid-19, cercando di battere la crisi con investimenti e innovazione. Tanto che, secondo quanto riporta il report di Banca Ifis, nel 2020 il 52% delle imprese ha introdotto almeno un'innovazione digitale, puntando sull'e-commerce, forme miste tra smart working e presenza in ufficio, e innovando prodotti e/o processi. Il processo di digitalizzazione ha permesso a molte imprese di migliorare produttività, efficienza e omnicanalità. E il percorso ha iniziato a dare i suoi benefici commerciali. L'evoluzione tecnologica dei processi produttivi permette anche di migliorare la qualità del capitale umano presente in azienda, grazie alle attività a maggior valore aggiunto: lo scatto tecnologico richiede naturalmente nuove competenze. Inoltre, si registra un upgrade fondamentale anche nei rapporti, spesso complicati e “bizantini”, con la Pa; la digitalizzazione permette di semplificare e snellire le procedure.

I piccoli imprenditori, spesso a digiuno nell'utilizzo di internet e degli strumenti digitali, lo stanno capendo, tanto che si prevede un aumento degli investimenti in Industria 4.0 e in formazione anche nei prossimi anni, per continuare nella crescita dei volumi anche sui mercati esteri, magari tramite il commercio online. E proprio quest'ultimo rappresenta una frontiera riscoperta dalle Pmi nostrane in questo anno e mezzo di pandemia (ha mantenuto vivi i contatti anche durante i lockdown e ha arginato il calo dei ricavi), poiché permette di diversificare i canali di vendita, raggiungere i mercati più lontani, capire in presa diretta cosa vogliono i clienti, fidelizzare la clientela, o anche solo avviare un primo contatto.

