

L'INDAGINE DELLA BANCA D'ITALIA

In un'indagine condotta alla fine del 2020 su un campione di circa 1.200 imprese con almeno 50 addetti dell'industria in senso stretto, dei servizi e delle costruzioni, il 77% del-



le aziende interpellate riportava livelli produttivi correnti ancora inferiori a quelli antecedenti l'insorgere dell'epidemia; nei servizi e nelle costruzioni questa percentuale è rispettivamente del 73 e del 67%. Il

tempo ritenuto necessario per il recupero completo della propria attività è al momento valutato in 15 mesi in media, con un intervallo delle risposte relativamente ristretto che si colloca tra 14 e 16 mesi.



Lo scenario. I dati diffusi dalla Banca d'Italia nel più recente bollettino economico

I mercati assediati dalla **pandemia**

Un'economia nazionale e mondiale che sembra sulle montagne russe, governata di fatto dall'andamento dell'epidemia: è questo il quadro che emerge dall'ultimo bollettino della Banca d'Italia, pubblicato solo pochi giorni fa.

Più in dettaglio, l'attività economica globale, dopo un recupero superiore alle attese nei mesi estivi. In particolare nel terzo trimestre dello scorso anno la ripresa dell'attività economica è stata robusta, anche se in misura molto ridotta nel comparto dei servizi, rimasto ovunque debole. Negli Stati Uniti, in Giappone e nel Regno Unito il prodotto si è collocato ancora al di sotto dei livelli precedenti la pandemia, rispettivamente per il 3,5, il 4,2 e il 9,7%; ha invece superato i valori antecedenti l'emergenza sanitaria in Cina. Con il ri-esplosione della crisi sanitaria, però, nel quarto trimestre l'economia ha nuovamente rallentato. Nel settore dei servizi, il più colpito dalle misure di contenimento della pandemia, le prospettive si mantengono nel complesso negative, in particolare nel comparto del turismo e in quello



dei servizi ricreativi. Solo in Cina, dove i contagi si sono pressoché azzerati dalla scorsa primavera, gli indici segnalano un'espansione in tutti i settori.

Questi andamenti si riflettono sul commercio mondiale. Dopo il recupero robusto degli scambi registrato nel terzo trimestre, i dati più recenti segnalano un rallentamento nel quarto. Nel complesso del 2020 la contrazione del commercio mondiale sarebbe nell'ordine del 9%. Per quanto riguarda invece i prossimi mesi, secondo le previsio-

ni dell'OCSE diffuse in dicembre, il prodotto globale tornerrebbe a espandersi del 4,2% nel 2021, superando i livelli antecedenti la pandemia entro la fine dell'anno. Il tutto a condizione però che vengano mantenute le politiche economiche espansive e che si riesca a procedere con una vaccinazione su larga scala entro la fine dell'anno.

Un andamento in linea con il quadro internazionale si ritrova anche esaminando l'andamento nell'area dell'Euro, dove nel terzo trimestre il PIL

nell'area dell'euro è salito in misura più ampia di quanto atteso, del 12,5%, dopo una perdita cumulata del 15% nella prima metà dell'anno. Il valore aggiunto è aumentato in tutti i settori, sebbene resti lontano dai livelli di fine 2019 in special modo nei servizi più esposti all'interazione sociale. Il prodotto è cresciuto in tutte le principali economie, ma in nessuna si è riportato sui valori precedenti l'insorgere dell'epidemia. Il PIL avrebbe subito poi una nuova contrazione nel IV trimestre, mentre le proiezioni elaborate in dicembre dagli esperti dell'Eurosistema indicano una crescita del PIL nei prossimi tre anni rispettivamente del 3,9, 4,2 e 2,1%.

Stesso andamento per quanto riguarda l'economia italiana: la crescita nei mesi estivi del 2020 è stata superiore alle attese, indicando una significativa capacità di recupero, ma nel complesso del quarto trimestre l'attività è tornata a diminuire con la recrudescenza della pandemia. Sulla base delle informazioni disponibili, la flessione del PIL nel quarto trimestre è attualmente valutabile attorno a un valore centrale del -3,5% sul periodo precedente.

GLI ISTITUTI DI CREDITO

Viene chiesto un ruolo sempre più consulenziale, non solo finanziario

Inevitabilmente, al tema degli strumenti e strategie per la ripresa si intreccia con quello - più ampio - del rapporto tra mondo delle imprese e sistema bancario. A quest'ultimo, stando ai risultati della ricerca, le imprese chiedono sempre di più un supporto non solo finanziario (anche se questo aspetto rimane naturalmente prevalente), ma anche operativo in termini di servizi a valore aggiunto, come l'intermediazione con provider specializzati per l'ampiamento dei canali commerciali, l'internazionalizzazione, lo sfruttamento degli incentivi governativi, o consulenza su temi legati a modelli operativi emergenti, anche abilitati dalle nuove tecnologie.



Dall'analisi emerge inoltre che il 50% delle aziende sarebbe interessato a ricevere dalla propria Banca anche un supporto di natura più consulenziale su temi non strettamente finanziari, in particolare: 6 aziende su 10 su temi fiscali (es. modalità di accesso a nuove agevolazioni); 5 aziende su 10 farebbero leva sulla Banca per approfondire temi legati a modelli operativi emergenti; 4 aziende su 10 per analisi di mercato e confronti sui principali player di settore.

Studio Bonini. Un momento storico che premia le aziende in grado di evolversi, in tutti i settori

Una vera occasione di **rinnovamento**

La crisi innescata dalla pandemia costringe a un ripensamento quasi totale delle strategie di business e spinge a trovare più rapidamente nuove soluzioni per rendere i prodotti più performanti. E questa è una necessità vera perché il mercato si restringe e riescono a vendere solo le aziende che hanno qualcosa di nuovo e di interessante da offrire e si presentano in nuovi mercati.

Noi che ci interessiamo di proteggere le innovazioni con i brevetti, con i design e con i marchi, constatiamo questo grande fermento in tutti gli ambiti. Le aziende continuano a proporre invenzioni, nuovi marchi, nuove idee e ciò accade principalmente nelle PMI manifatturiere, dove la catena di comando e di decisione è molto corta: si passa dall'idea al progetto, al prototipo in pochi giorni e, se tutto va bene, l'innovazione passa alla industrializzazione del nuovo prodotto in uno o due mesi. Chiaramente, alcuni settori hanno reagito meglio di altri.

Non parliamo solo della conversione della produzione, ad esempio, in campo tessile dove i maggiori brand hanno affiancato alla loro classica offerta la realizzazione delle ormai indispensabili mascherine, oppure dell'accelerazione del processo di digitalizzazione già in atto in settori naturalmente orientati a questa evoluzione, come il medicale o della meccatronica. Pensiamo, ad esempio, alle realtà del retail in settori come il food and beverage o il delivery, che sopravvivono principalmente grazie al contatto diretto con il pubblico. In questi ambiti stiamo assistendo ad un crescente processo di conversione al digitale e, spesso, alla conseguente nascita di soluzioni tecniche innovative per far vivere al cliente l'esperienza reale attraverso il virtuale, facendogli ottenere lo stesso risultato: l'acquisto dei prodotti in modo più rapido e, comunque, economico. Queste realtà, attraverso gli strumenti digitali, hanno poi ampliato il loro mercato e sicuramente la loro visibilità verso il consumer. Ecco, quindi, che il marchio diventa un elemento importante da custodire e difendere perché visibi-

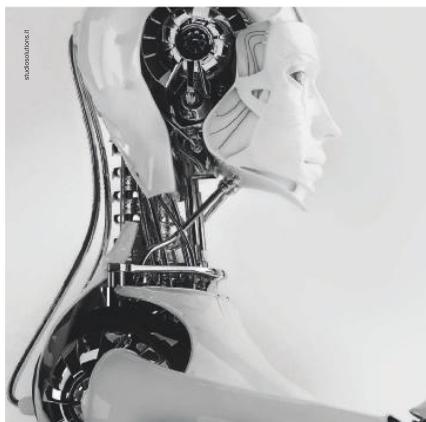


Lo staff di Studio Bonini

le, in modo esponenziale, da molti ed elemento distintivo dalla concorrenza. E' ancora presto per parlare di un trend in grande crescita, però ricerche da parte dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail del Politecnico di Milano ci dicono che pur essendo l'investimento in leggera crescita rispetto allo scorso anno (vale a dire un punto percentuale e mezzo del fatturato), aumenta però la curiosità e il ricorso al digitale e,

in modo più diffuso, la consapevolezza che l'innovazione può offrire opportunità ai retail in termini di crescita e di difesa nella competizione attivata dall'e-Commerce. E' la bella notizia è che non è raro vedere titoli di giornale che ci informano che non solo una, ma diverse aziende mostrano una controtendenza, avendo aumentato il loro fatturato dell'anno appena trascorso rispetto all'anno precedente.

(le.bonini@pbonini.com)



SE ARRIVI **PRIMA** AL PRESENTE, SEI GIÀ PRONTO PER IL **FUTURO**.

4.0 INDUSTRY

E TU, SEI PRONTO PER IL FUTURO?

Industria 4.0 indica una tendenza dell'automazione industriale che integra nuove tecnologie produttive per migliorare le condizioni di lavoro e aumentare la qualità produttiva degli impianti. **Quella che per altri è una vera e propria rivoluzione, per Ferrazza è realtà consolidata da anni.**



www.ferrazzanet.com