

# “COVID-19 E IMPRESE: CONOSCERE PER COMPETERE AL MEGLIO”

Come le aziende italiane stanno reagendo all'emergenza COVID19

Ipsos

8 Giugno 2021

LEO  
NAR  
DO



INTESA  SANPAOLO



**CRIET** Centro di Ricerca  
Interuniversitario  
in Economia  
del Territorio



**ITA**<sup>®</sup>  
ITALIAN TRADE AGENCY  
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione della impresa Italiana

GAME CHANGERS



# Programma

10.30

## APERTURA DEI LAVORI

**LUISA TODINI**

Presidente Comitato Leonardo

**CARLO FERRO**

Presidente Agenzia ICE

**BARBARA BELTRAME GIACOMELLO**

Vice Presidente Confindustria

11:00

## "COVID-19 E IMPRESE CONOSCERE PER COMPETERE AL MEGLIO" A CURA DI ANDREA ALEMANNO - SENIOR CLIENT OFFICER - IPSOS

Ne discutono:

**ANNA ROSCIO**

Executive Director Direzione Sales & Marketing  
Imprese Intesa Sanpaolo

**SONIA BONFIGLIOLI**

Presidente Gruppo Bonfiglioli\*

**GIAN DOMENICO AURICCHIO**

Presidente di Assocamerestero e A.D. di Auricchio

**ANGELO DI GREGORIO**

Direttore CRIET Centro Ricerca Interuniversitario  
in Economia del Territorio

**ANDREA MALACRIDA**

A.D. Adecco

12:00

## CONCLUSIONE DEI LAVORI

Modera i lavori

**NANDO PAGNONCELLI**

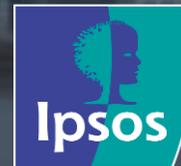
Presidente Ipsos



# GUARDARE AL FUTURO

---

GAME CHANGERS



“

**E il mio maestro  
Mi insegnò  
Come è difficile  
Trovare l'alba  
Dentro l'imbrunire**

Franco Battiato

”



# Il clima economico è in ripresa, specie guardando al futuro

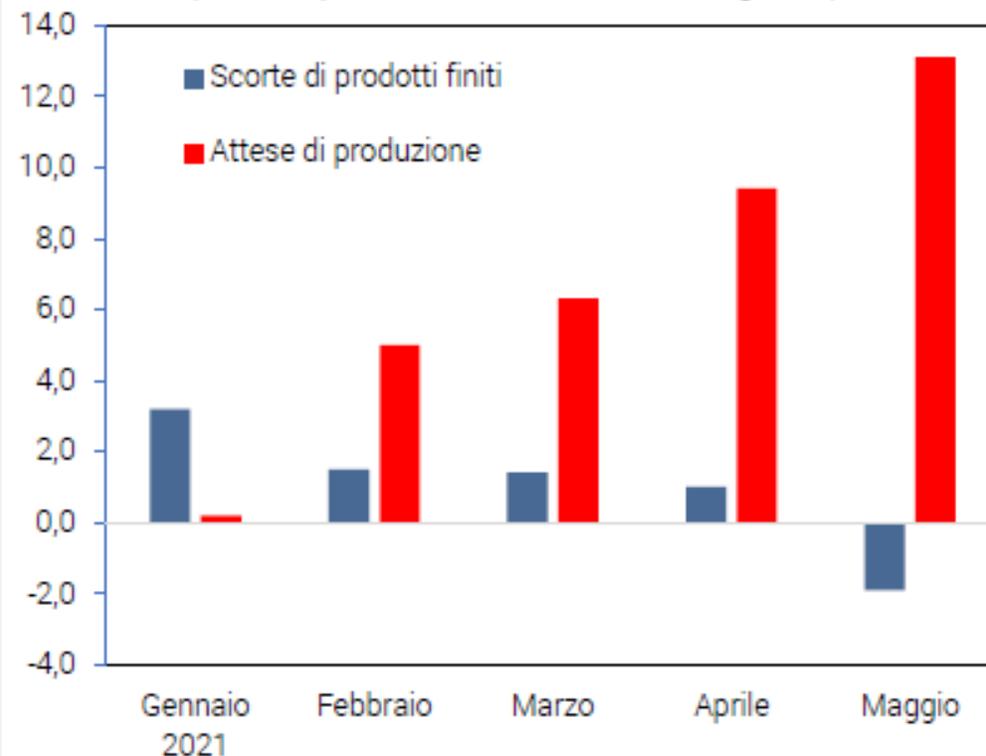
**FIGURA 3. CLIMA CORRENTE E FUTURO**  
Gennaio 2012 – maggio 2021, indici destagionalizzati (base 2010=100)



**FIGURA 4. CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE PER SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA**  
Gennaio 2012 – maggio 2021, indici destagionalizzati (base 2010=100)

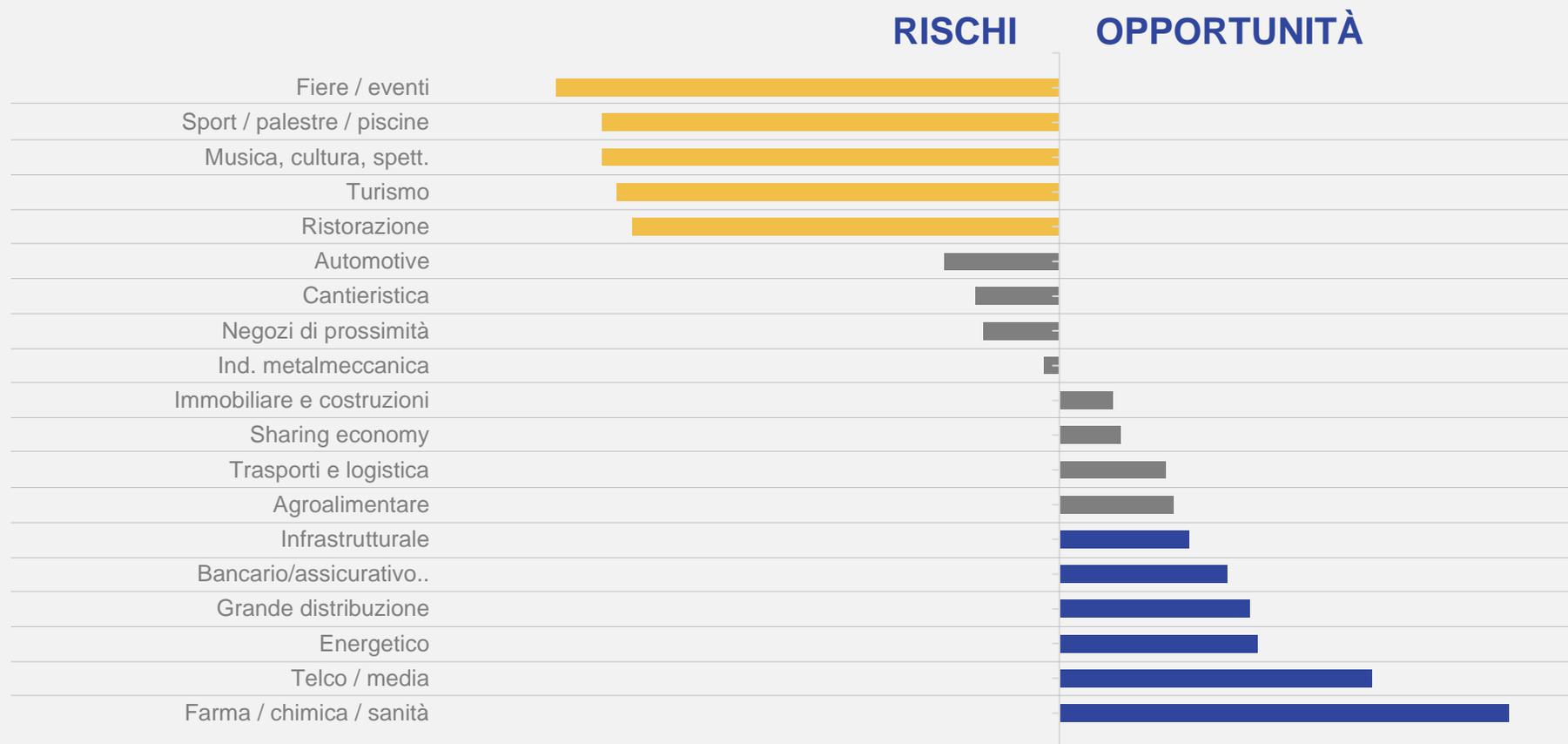


**Scorte in calo e attese migliori spingono la produzione**  
(Italia, imprese, manifattura, saldo dei giudizi)



Fonte: elaborazioni CSC su dati ISTAT.

# Ma esistono prospettive significativamente diverse per i settori

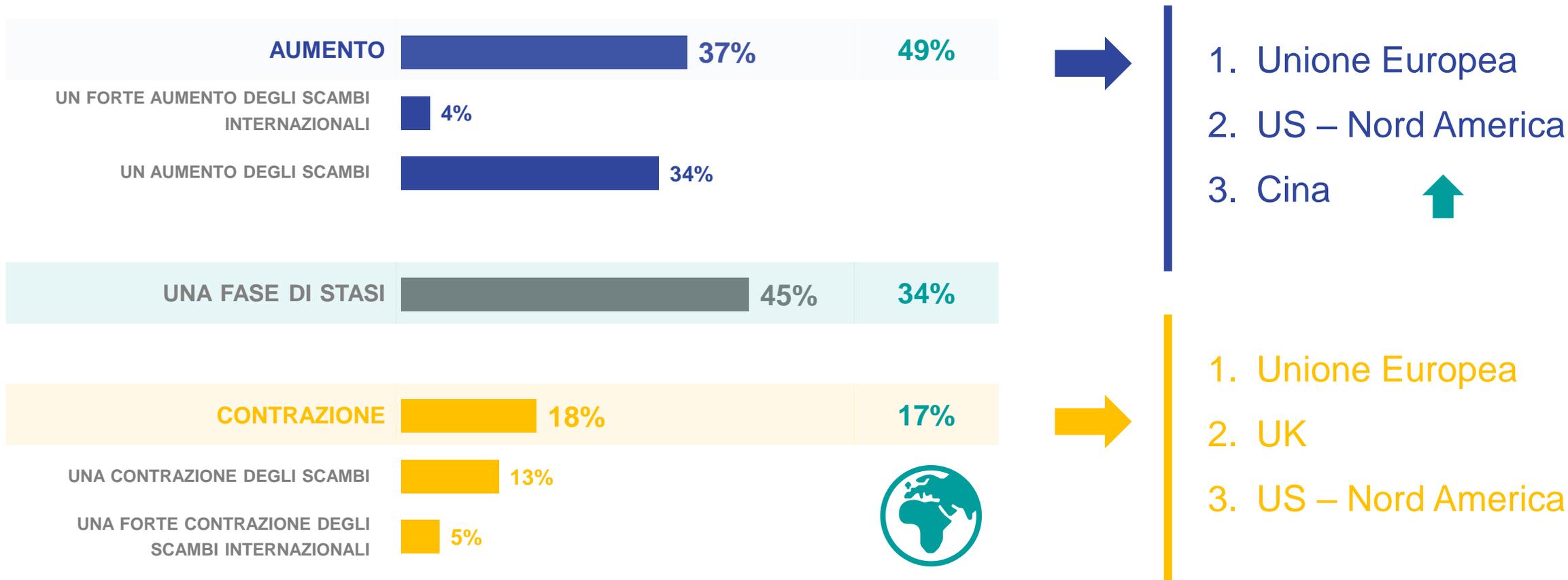


DF2

Nei prossimi 6 mesi, quali di questi settori avranno più.

# Non solo recovery: l'export potrà giocare un ruolo importante

Previsione sviluppi dell'azienda negli scambi internazionali e commercio mondiale



G5 Pensi ora gli scambi internazionali ed allo sviluppo del commercio mondiale. Per un'impresa come la sua, del suo settore nei prossimi 12 mesi vede soprattutto?  
G6 In generale, quali aree riguarderà soprattutto?

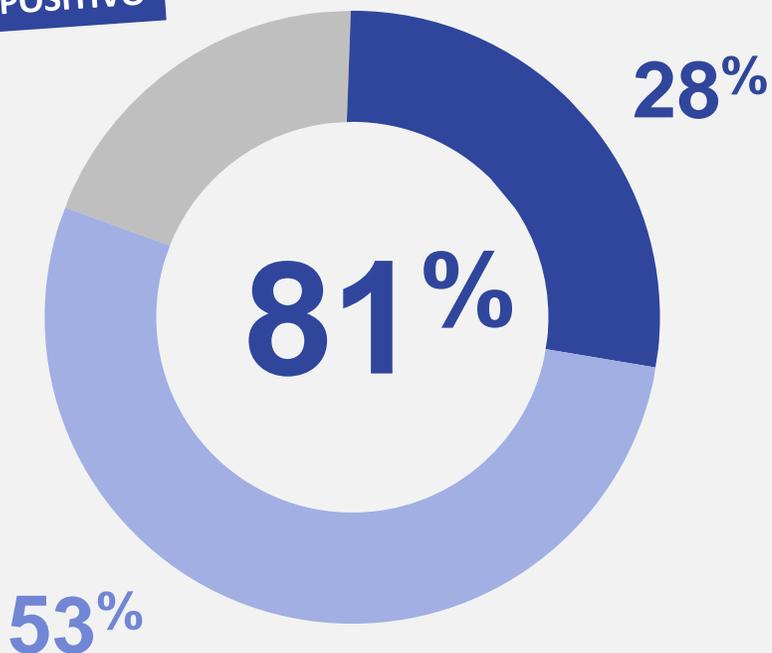
# Anche perché c'è 'fame' di prodotti italiani:

sono considerate migliori anche della concorrenza internazionale

Be-Italy

In generale che giudizio ha delle aziende e dei prodotti Italiani?

**% MOLTO E ABBASTANZA POSITIVO**



Le aziende italiane sono ...

**% MIGLIORI (molto + abbastanza)**

	% MIGLIORI (molto + abbastanza)			Mercati prospect %
Rispetto alle aziende asiatiche	22	39	61	75
Rispetto alle aziende nord-americane	19	37	56	71
Rispetto alle altre aziende europee	18	36	54	72





# IMPRESE ALLA RISCOSSA

GAME CHANGERS



# La salute delle aziende è in miglioramento



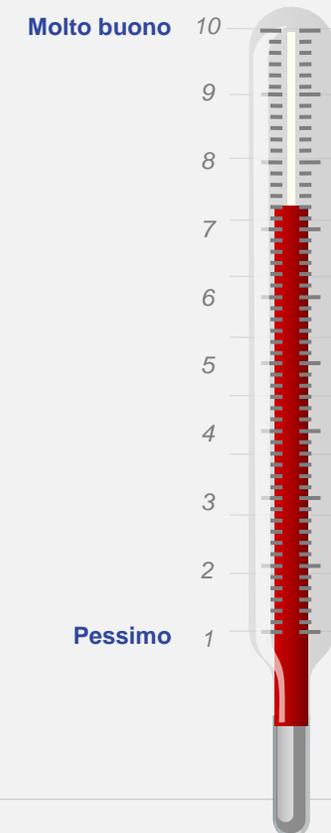
2021	2020	$\Delta \pm$
<b>7,2</b>	<b>7,0</b>	<b>+0,2</b>

<b>EXPORT+</b>	<b>7,2</b>
----------------	------------

<b>EXPORT+: &gt; 50%</b>	<b>7,4</b>
--------------------------	------------

<b>EXPORT+ &lt; 50%</b>	<b>6,9</b>
-------------------------	------------

<b>NO EXPORT</b>	<b>7,2</b>
------------------	------------



G2

Potrebbe indicare con un voto da 1 a 10 come considera lo stato di salute attuale della sua azienda?

# Le opportunità sono molto più diffuse dei rischi, specie per chi è più votato all'export

**26%**  
più rischi  
- 8% vs 2020



**61%**  
più opportunità  
+ 7% vs 2020



**66%**  
più opportunità  
Tra chi esporta

## QUALI OPPORTUNITÀ?

SVILUPPARE LA DIGITALIZZAZIONE DELL'AZIENDA

LANCIO NUOVI PRODOTTI E SERVIZI / INNOVAZIONI

NUOVE OPPORTUNITÀ SUL MERCATO ITALIANO

NUOVE OPPORTUNITÀ SUI MERCATI INTERNAZIONALI

IL RECOVERY FUND FORNIRÀ RISORSE E STIMOLI UTILI

SVILUPPARE LA DIGITALIZZAZIONE DELL'AZIENDA

LANCIO NUOVI PRODOTTI E SERVIZI / INNOVAZIONI

NUOVE OPPORTUNITÀ SUI MERCATI INTERNAZIONALI

NUOVE OPPORTUNITÀ SUL MERCATO ITALIANO

ACQUISIZIONE AZIENDE ALL'ESTERO O IN ITALIA



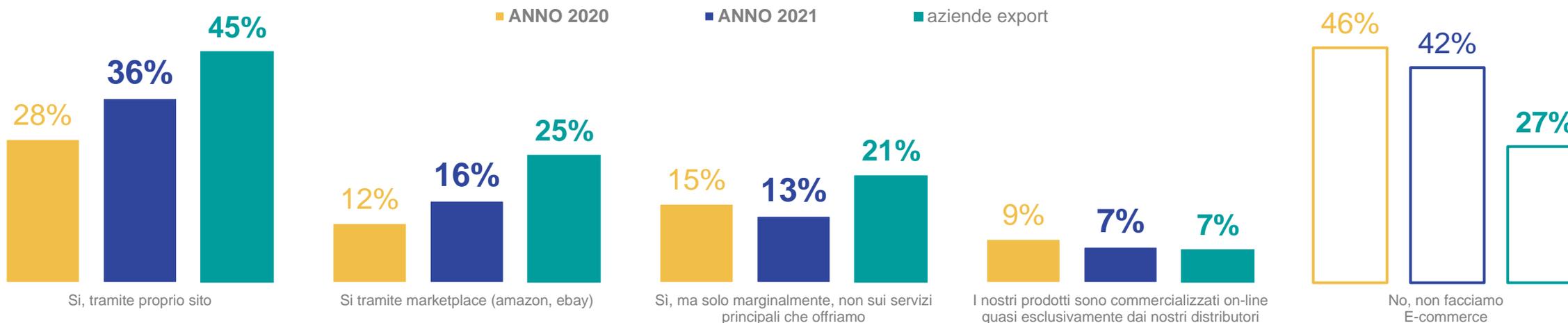
G3  
Per la sua azienda vede...

# Accelera l'e-commerce, strumento diffuso e gestito direttamente tra le aziende che esportano

La sua azienda attualmente commercializza direttamente prodotti/ servizi tramite internet ( e-commerce)

## LEGENDA

colore pieno ANNO 2021  
colore attenuato o grigio ANNO 2020

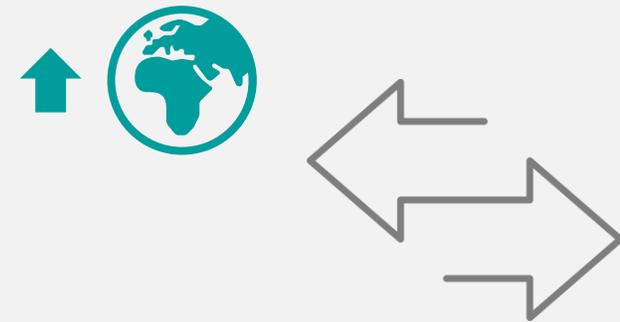
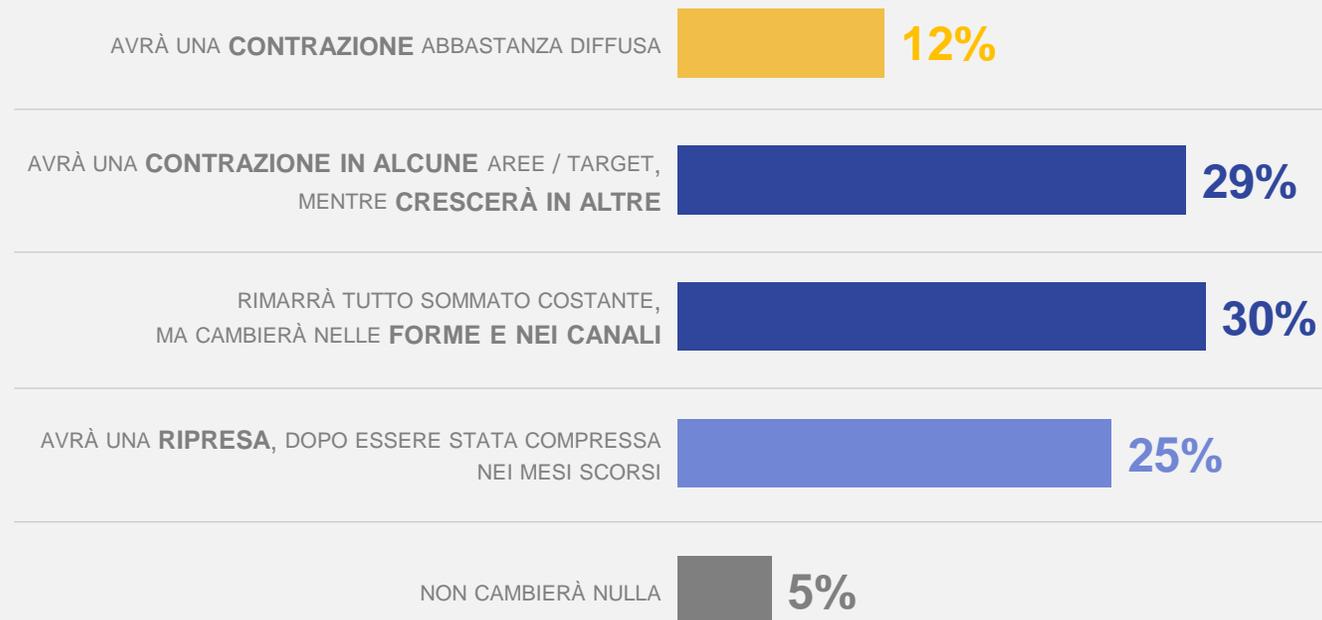


DF4

La sua azienda attualmente commercializza direttamente prodotti/ servizi tramite internet ( e-commerce) ?

# È il momento del cambiamento, non della crisi

La domanda nel suo settore...



M1

Se pensa al suo settore, ritiene che la domanda nei prossimi 6 mesi:

# Incentivi per nuove professionalità, la grande richiesta

Quali provvedimenti sono interessanti per la sua azienda?



FA8

Quali tra i principali provvedimenti previsti dal Governo a sostegno dell'economia e delle aziende è interessante ad un'impresa come la sua/attività come la vostra?

# UN NUOVO MODO DI FARE BUSINESS

GAME CHANGERS



# Investimenti nel processo produttivo e digitalizzazione sempre più protagonisti. Focus su innovazione di prodotto per l'export

## Investimenti prioritari



FA6

Quali investimenti saranno prioritari per il prossimo periodo? Indichi quelli più rilevanti

# L'apertura al cambiamento dei dipendenti è buona, non elevata: formazione e apertura dell'azienda le strade da seguire

Apertura al cambiamento, all'innovazione



■ Buona (9-10) ■ Media (7-8) ■ Scarsa (1-6)

## Come migliorarla?

**FORMARE** IN MODO PIÙ SPECIFICO

DARE PIÙ CREDITO AI **GIOVANI**

INIZIATIVE VOLTE AL **CAMBIAMENTO CULTURALE**

ADOTTARE STRATEGIE DI **OPEN INNOVATION**

AVVIARE **PARTNERSHIP** CON AZIENDE DIVERSE



HR9

Vorrei parlare con lei ora dell'apertura al cambiamento, all'innovazione. In generale come valuta l'apertura al cambiamento e all'innovazione presente in AZIENDA? Lo indichi con un voto da 1 a 10?

# I cambiamenti nel modo di fare impresa saranno diffusi, ma si cercherà di gestirli senza strappi

Come cambierà la strategia sul modo di fare impresa?

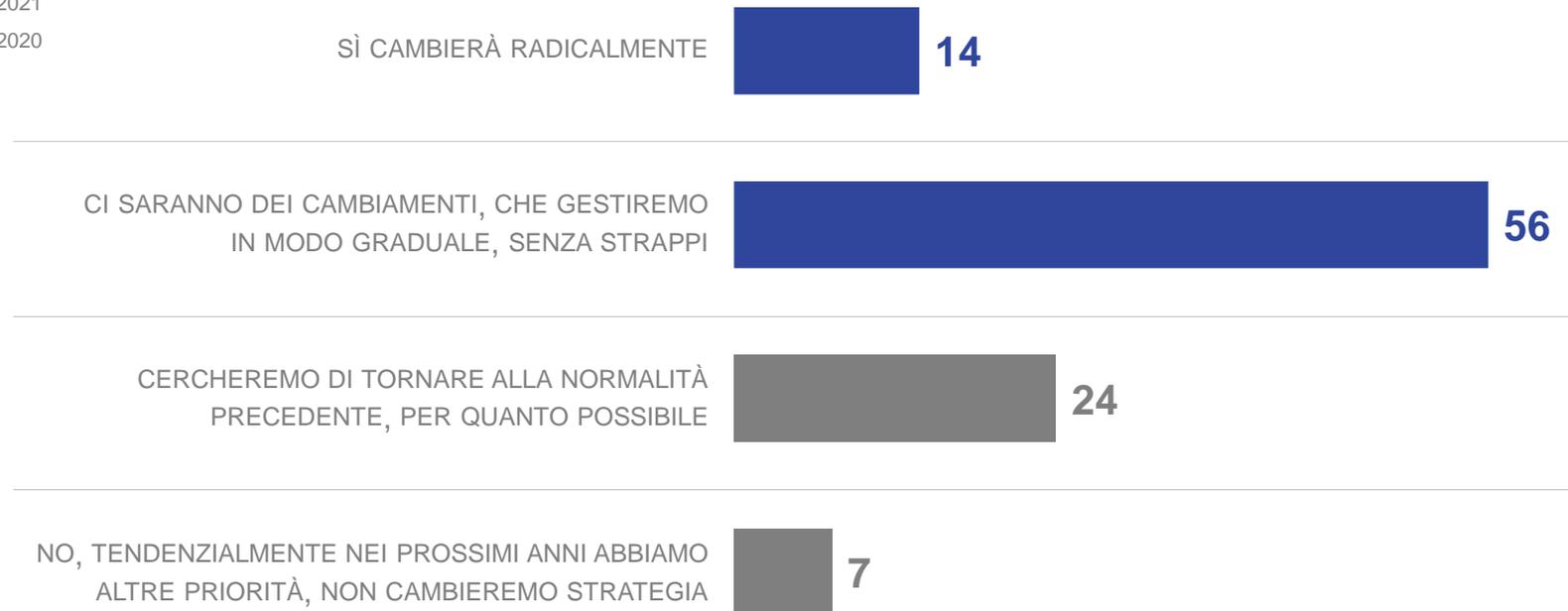
## LEGENDA

colore pieno

ANNO 2021

colore attenuato o grigio

ANNO 2020



HR3

Pensa che nei prossimi mesi, passata la fase più acuta dell'emergenza, cambierà la strategia riguardo il vostro modo di lavorare/fare impresa?

# In questa fase di trasformazione il coinvolgimento è cruciale, fiducia, attenzione e trasparenza gli elementi chiave

Elementi fondamentali per il coinvolgimento



HR7

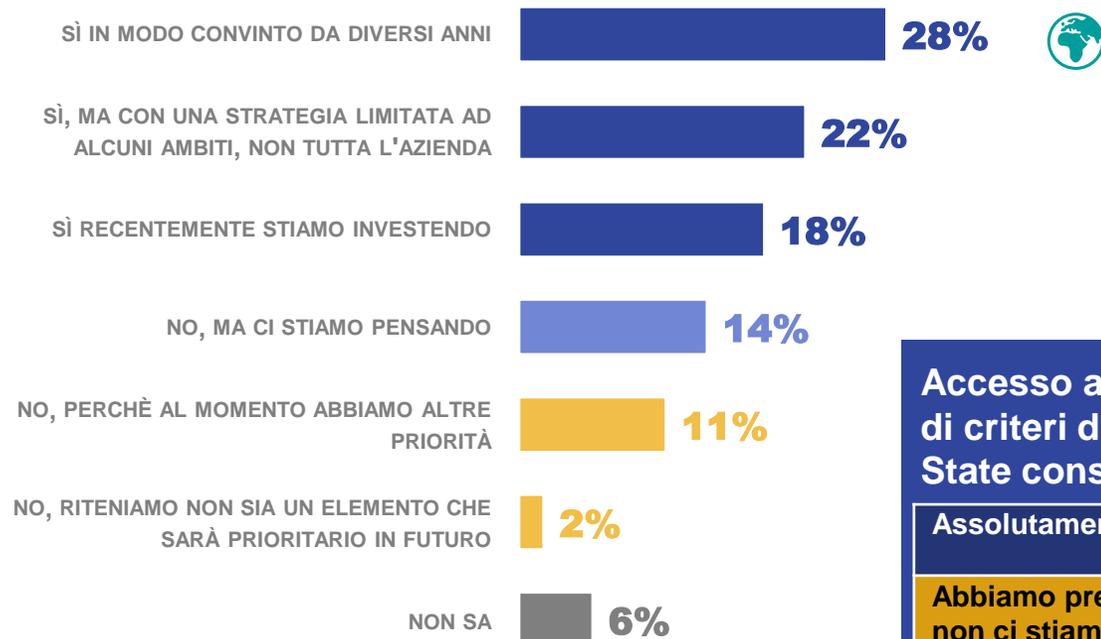
Per mantenere il coinvolgimento dei dipendenti, quale saranno secondo lei gli elementi principali?

# Gli investimenti in sostenibilità crescono ed accomunano aziende internazionali e locali, piccole e grandi... ma siamo all'inizio!

Stanno investendo...

 **68%** + 7%  
Investono

 **69%**  
Tra le aziende internazionali



**Accesso al CREDITO vincolato al rispetto di criteri di SOSTENIBILITÀ. State considerando questo aspetto?**

Assolutamente sì	37%
Abbiamo presente il tema, ma per ora non ci stiamo preoccupando	37%
Assolutamente no / non ci crediamo	13%
Non ne sanno nulla	13%



FA9

Parlando invece di sostenibilità, la sua azienda sta investendo in iniziative con una precisa strategia?

# RELAZIONARSI CON I CLIENTI DOPO IL COVID

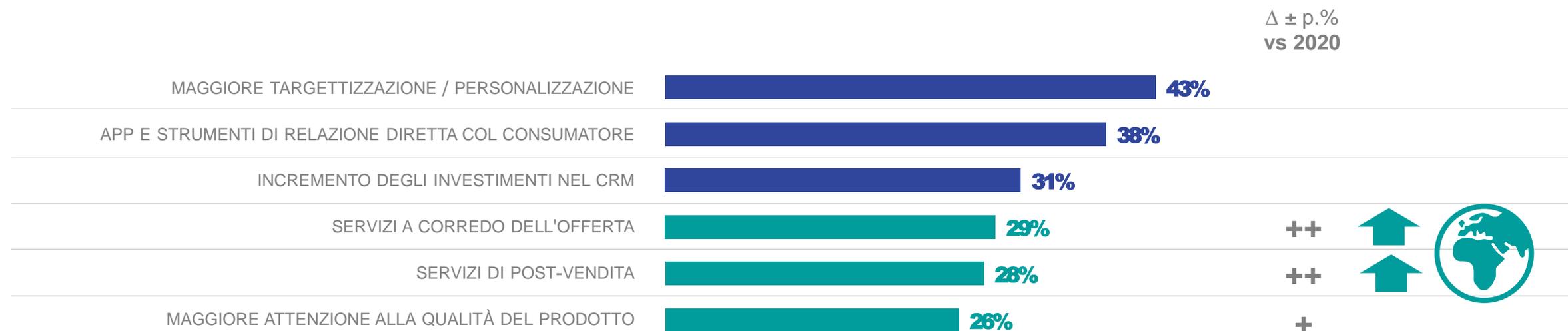


GAME CHANGERS



# La frontiera attuale: targettizzazione più estrema, attenzione a qualità e servizi, specie post vendita

Su quali aspetti destinerete maggiore attenzione?

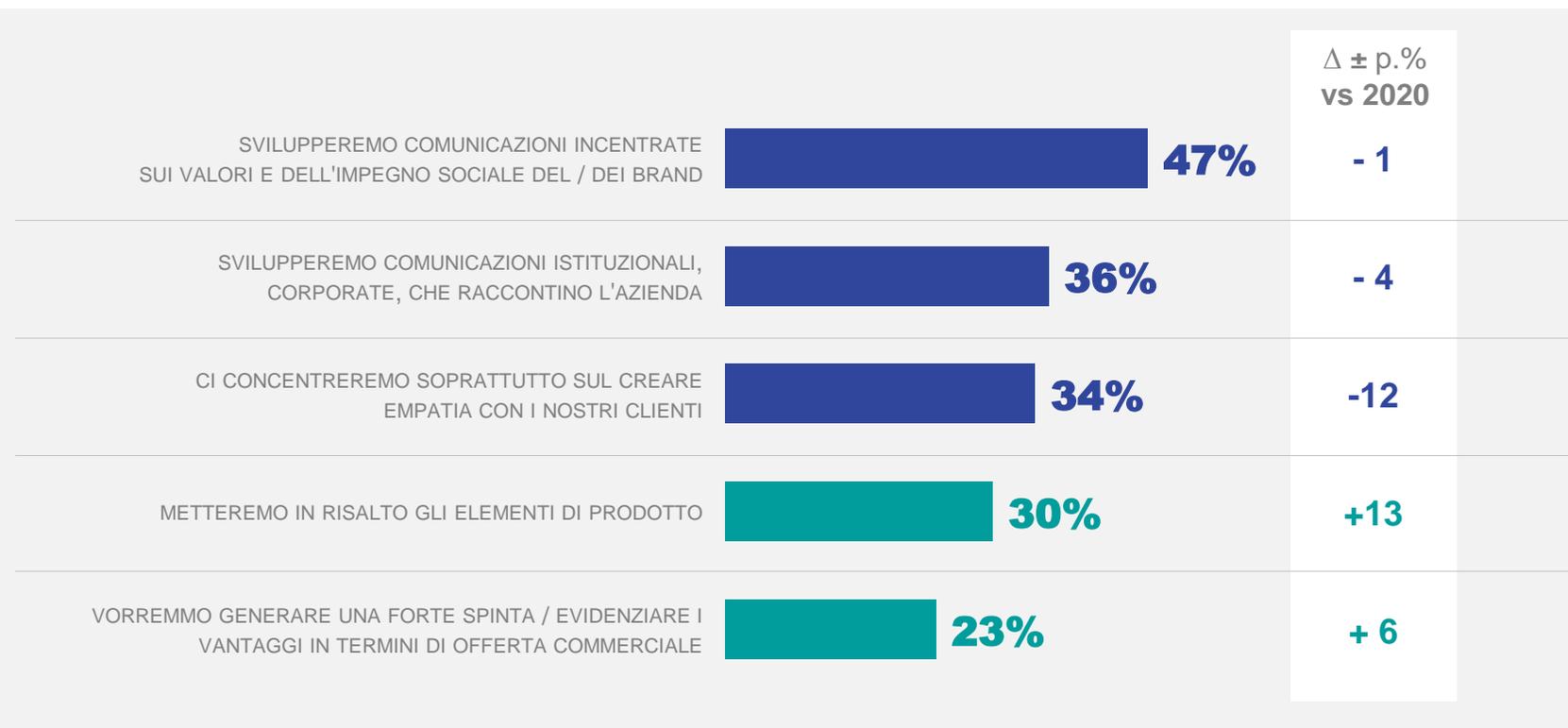


M6

Su quali aspetti si concentrerà di più l'attenzione dei vostri esperti di marketing nei prossimi sei mesi?

# La strategia si concentrerà su valori, ma cresce la comunicazione più incentrata sull'offerta

Quali strategie adatterete?



C5

Riguardo alle comunicazioni nei prossimi mesi, quali strategie adatterete maggiormente?



# I top manager saranno sempre più protagonisti, per affermare vision, valori, e per l'employer branding

Ruolo pubblico dei vertici aziendali e top management come strumento strategico

FONDAMENTALE

30%

UTILE

51%

POCO UTILE

14%

RISCHIOSO

5%



Cpb – Mpb

L'attivismo comunicativo dei vertici aziendali/top manager sui social e sui media tradizionali è importante per sostenere l'azienda e rinforzarne la strategia, in questo periodo storico? Direbbe che è ...

# **IN SINTESI**

---

- **Le aziende italiane sono toniche, specie quelle più attive all'estero**
- **E' una fase di grandi cambiamenti, e vanno affrontati in modo adeguato**
- **Digitalizzazione, sostenibilità, apertura, coinvolgimento delle risorse le grandi sfide**
- **Le aziende avvertono la necessità di una più diretta relazione con il cliente**
- **La comunicazione vedrà protagonisti i valori, ma tornerà centrale il prodotto**
- **I manager dovranno guidare questa riscossa giocando in prima persona**



**GRAZIE!**

**GAME CHANGERS**

