



Come stanno le PMI svizzere?

Autovalutazioni e prospettive
delle imprese

Partner nel 2020:

RAIFFEISEN
Soluzioni per gli imprenditori



 businessbroker


**swiss
export**
Knowledge opens
markets.

KEARNEY

Come stanno le PMI svizzere?

Autovalutazioni e prospettive delle imprese

01	L'essenziale in breve	4
02	Situazione congiunturale: da ottimismo a pessimismo?	7
03	Crisi COVID-19: solo un rallentamento congiunturale?	10
04	Internazionalizzazione: soprattutto adesso?	14
05	Piazza Svizzera: il posto giusto per guardare avanti?	19
06	Editore e partner della ricerca	22
07	Il sondaggio	23

Care lettrici e cari lettori,

ci lasciamo alle spalle un primo semestre 2020 piuttosto turbolento. È stato completamente all'insegna della pandemia globale da COVID-19 le cui conseguenze si faranno sentire a lungo. Riteniamo sia giunto il momento di fare un primo bilancio nell'ambito della nostra ricerca che viene pubblicata ormai da tre anni. A quali temi sono interessate le PMI svizzere nel contesto attuale e con quale atteggiamento guardano al futuro? Ci sono segnali di un ritorno a un certo ottimismo? Cosa le preoccupa? Quale importanza rivestono le esportazioni e l'internazionalizzazione in questo contesto? E quali sono le aspettative delle PMI nei confronti della politica?

Lo scorso anno avevamo incontrato imprenditori euforici, preoccupati soprattutto per la carenza di personale qualificato, per il protezionismo e per le relazioni con l'UE, ma la crisi globale del COVID-19 ha cambiato drasticamente la situazione. Molte PMI svizzere hanno dovuto fare i conti con significative flessioni di fatturato sul territorio nazionale e nelle attività di esportazione. E ora guardano con più pessimismo al futuro, almeno per il breve e medio termine. Si sono poi aggiunte le preoccupazioni per una crisi del debito europea e per la volatilità dei tassi di cambio. L'ottimismo piuttosto esuberante dello scorso anno per il momento ci ha lasciati definitivamente.

Quest'anno per noi era soprattutto importante fare luce sulle conseguenze della crisi legata al COVID-19 sulle piccole e medie imprese. Questo nel quadro delle ripercussioni sull'attuale andamento degli affari, ma anche sui programmi per il futuro e in particolare di esportazione nonché sulle strategie di internazionalizzazione.

I risultati del sondaggio di quest'anno mettono in evidenza la difficile situazione di molte PMI svizzere e mostrano una variazione d'opinione in merito a quali siano le sfide più importanti. Speriamo di poter contribuire con i nostri risultati a preziose e determinanti riflessioni sul presente e sul futuro delle PMI svizzere.



Markus Stricker
Managing Partner
Kearney Zürich



Claudia Moerker
Amministratrice
swiss export



Urs Gauch
Membro della Direzione
Raiffeisen Svizzera

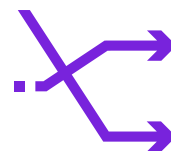
01 L'essenziale in breve

Dopo anni straordinariamente positivi, l'economia svizzera negli ultimi mesi ha dovuto fare i conti con un pesante indebolimento congiunturale. Il COVID-19 ha colpito duramente le PMI e ha causato un crollo dei fatturati in Svizzera e all'estero. A seguito di queste circostanze acute, le PMI svizzere valutano anche le condizioni quadro economiche e la propria situazione economica in modo nettamente più pessimistico rispetto agli anni precedenti. Se nel 2018 e nel 2019 era solo circa il tre per cento che definiva negative le condizioni economiche quadro, ora è ben il 27 per cento. Per attutire le conseguenze della crisi molte PMI hanno attuato le misure proposte dalla Confederazione come ad esempio il lavoro ridotto. Le aziende sono più insicure riguardo al futuro. Rimane da chiedersi: queste preoccupazioni perdureranno e dovremo affrontare profondi cambiamenti strutturali oppure le PMI svizzere rimangono ottimiste per quanto concerne le prospettive a medio e lungo termine?

Le esportazioni e l'internazionalizzazione continueranno a essere molto importanti. L'economia continua tuttavia a temere per i rapporti bilaterali con l'UE. Tra gli altri rischi congiunturali vi sono anche la tendenza a un maggiore protezionismo e sempre di più anche un'eventuale crisi del debito europea così come un aumento della volatilità dei tassi di cambio. Abbiamo chiesto se nonostante questi rischi e queste preoccupazioni le aziende continueranno, nell'attuale situazione, a portare avanti l'export e l'internazionalizzazione e quali priorità stabiliranno a tale proposito.

Il 60%

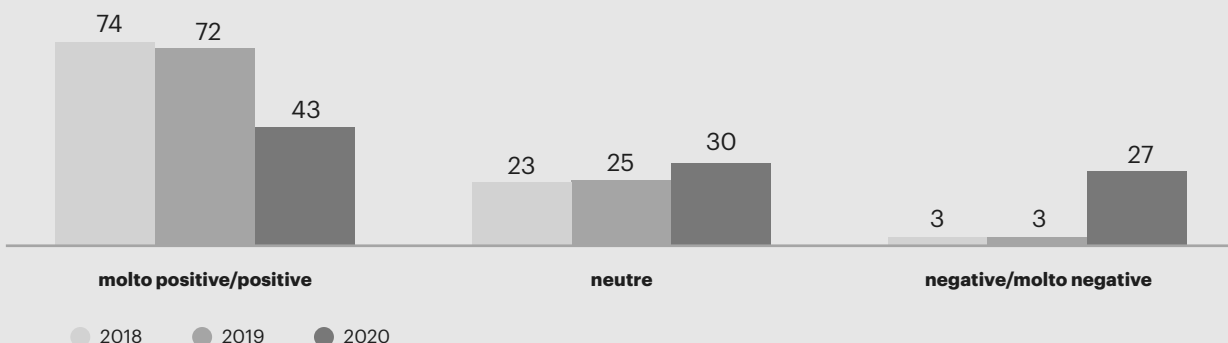
delle PMI è stato colpito pesantemente o molto pesantemente dal COVID-19



Complessivamente, il COVID-19 ha portato a una valutazione peggiore delle attuali condizioni quadro in ambito politico-economico.

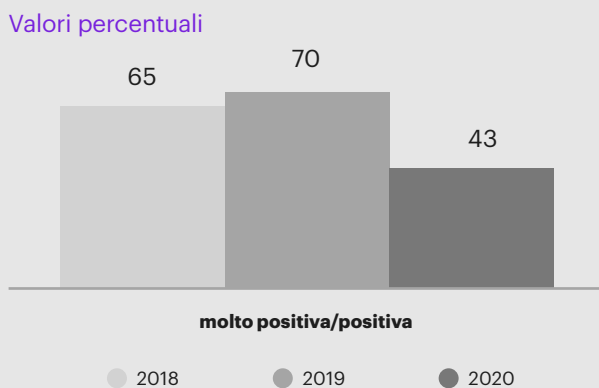
Come valuta le attuali condizioni politico-economiche quadro in Svizzera?

Valori percentuali



Solo il 43 per cento delle PMI svizzere intervistate valuta la propria situazione economica da buona a molto buona, con un calo di quasi 30 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Come valuta l'attuale situazione economica della sua azienda?



Il 70%

delle imprese ha subito un calo del fatturato negli ultimi dodici mesi

Il 66%

delle imprese ha introdotto il lavoro ridotto come misura per attutire le ripercussioni della crisi legata al COVID-19

Le prospettive sul lungo termine rimangono tuttavia moderatamente positive,

circa il 56% delle PMI prevede un andamento economico positivo della loro attività su un orizzonte di tre anni

Nonostante la forte influenza del COVID-19 sulle PMI, le prospettive sul lungo termine restano moderatamente positive.

Due terzi ritengono che la crisi del COVID-19 interesserà il loro business solamente per un periodo di dodici mesi circa.

Per quanto tempo ritiene che la sua azienda risentirà ancora delle ripercussioni negative (ad esempio perdite di fatturato) della crisi del coronavirus?

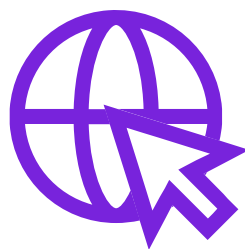
Ripartizione percentuale



Nonostante il COVID-19, acquistano ulteriormente importanza le esportazioni e l'internazionalizzazione.

Il 65%

delle imprese dichiara che l'importanza dell'internazionalizzazione e dell'espansione all'estero è aumentata o fortemente aumentata



Il 90%

delle imprese finanzia la propria espansione internazionale con fondi propri. Solo poche PMI fanno ricorso ad alternative come il leasing o il finanziamento delle esportazioni

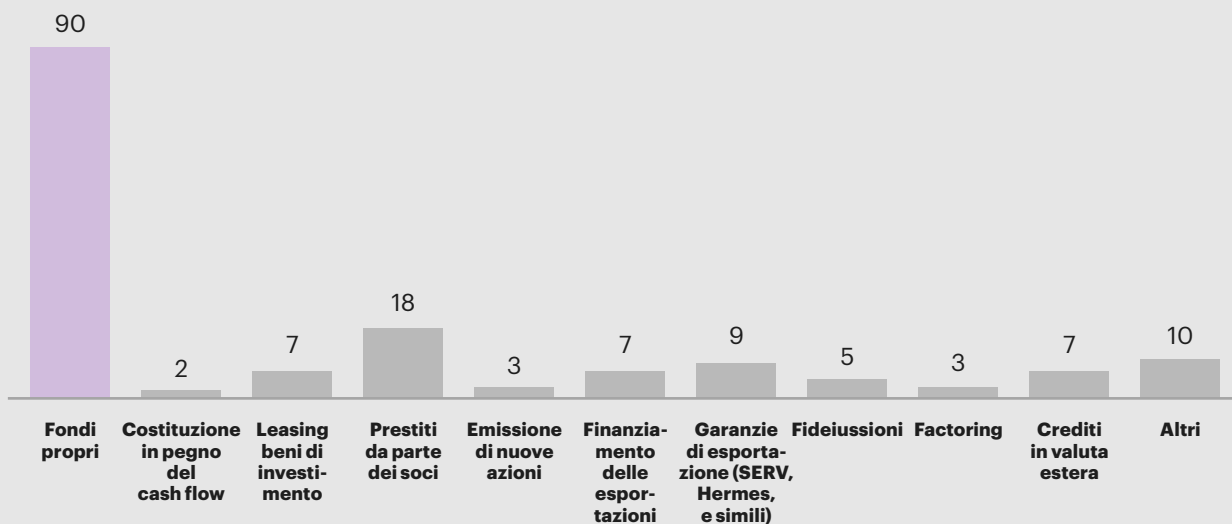
L'80%

circa delle imprese dichiara che la crisi legata al coronavirus non influenzerà sul lungo termine la propria strategia di internazionalizzazione

Le PMI finanziano l'internazionalizzazione principalmente con fondi propri

Quali sono gli strumenti preferiti con cui la sua azienda finanzia l'espansione internazionale?

Valori percentuali, più risposte possibili



La principale richiesta rivolta al mondo politico per i prossimi dodici mesi è quella di trovare una soluzione ai rapporti con l'UE, seguita a poca distanza dalla richiesta di occuparsi della volatilità dei tassi di cambio, visti come grosso rischio congiunturale, e dal desiderio di ridurre ulteriormente la burocrazia.

02 Situazione congiunturale: da ottimismo a pessimismo?

Gli ultimi dodici mesi hanno rappresentato per le PMI intervistate un periodo particolarmente difficile. L'umore oltremodo positivo degli anni scorsi è cambiato nel giro di pochissimo tempo. Mentre nel 2019 ben il 70 per cento dei partecipanti alla ricerca aveva valutato da buone a molto buone le condizioni quadro politico-economiche, nel 2020 questa percentuale è di poco superiore al 40 per cento. Il 27 per cento delle imprese intervistate considera addirittura negative o molto negative le attuali condizioni quadro economiche, il che corrisponde a un incremento di quasi 20 punti percentuali rispetto al 2019.

La tendenza a una valutazione leggermente negativa in riferimento allo sviluppo sul breve e medio termine delle condizioni quadro politico-economiche, già riconoscibile lo scorso anno, si è ora nettamente accentuata. Già nel 2019 solo circa il 40 per cento dei partecipanti alla ricerca aveva previsto uno sviluppo politico-economico da buono a molto buono per i successivi dodici mesi, mentre nel 2018 erano quasi due terzi.

Nonostante l'attuale atmosfera di crisi le PMI svizzere sono moderatamente ottimiste in relazione al proprio sviluppo economico nei prossimi tre anni.

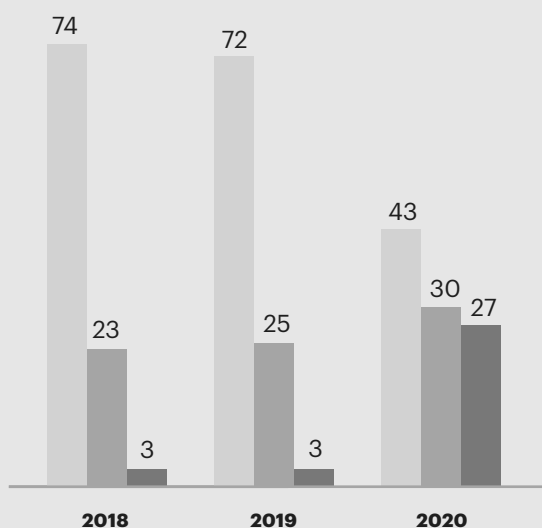
Nel 2020 il valore è sceso al 25 per cento. Quasi il 35 per cento dei partecipanti alla ricerca si aspetta persino uno sviluppo negativo o molto negativo delle condizioni quadro politico-economiche per i prossimi dodici mesi. La crisi globale del COVID-19 influisce sicuramente in modo determinante su queste riflessioni.

Le valutazioni sulle condizioni economiche quadro in Svizzera sono fortemente correlate con la valutazione della propria situazione economica delle imprese.

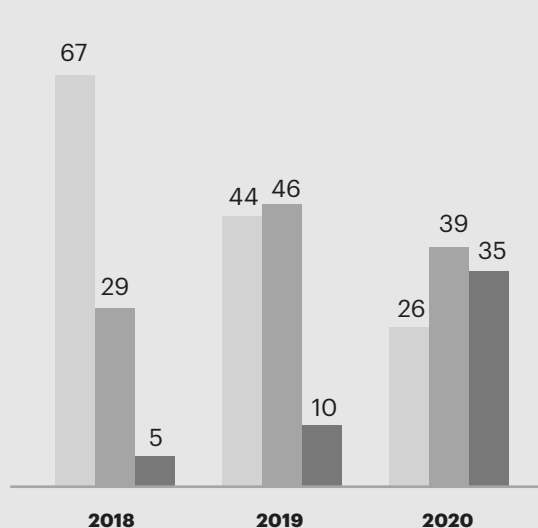
Come valuta le attuali condizioni quadro politico-economiche in Svizzera?

Valori percentuali

Attualmente



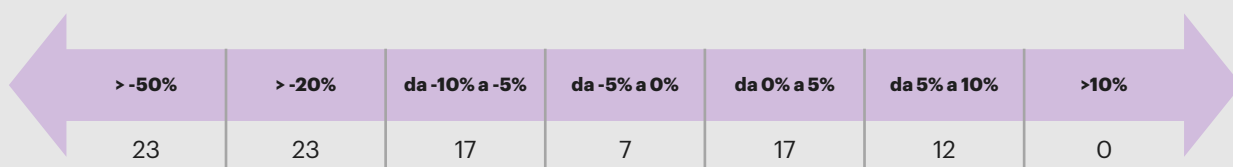
Nei prossimi 12 mesi



● molto positive/positive ● neutre ● negative/molto negative

Come si è sviluppato il fatturato della sua azienda negli ultimi 12 mesi?

Valori percentuali



Il numero delle PMI intervistate che ritiene la propria situazione negativa o molto negativa è aumentato significativamente. Nel 2018 e 2019 erano il tre per cento ogni anno, oggi siamo al 27 per cento.

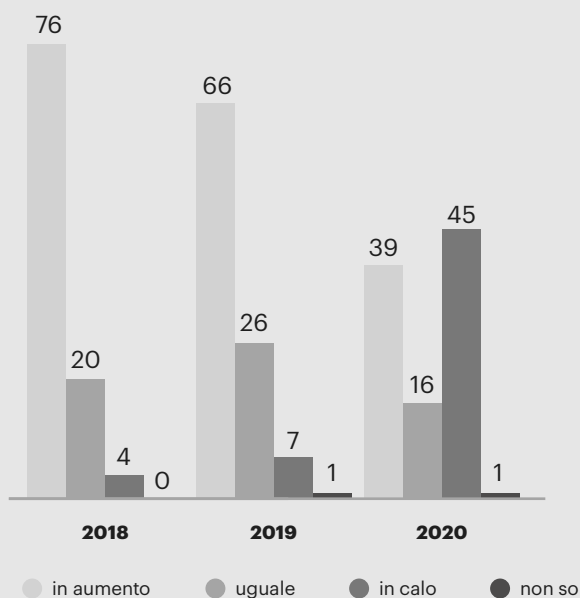
La crisi globale del COVID-19 sembra lasciare tracce evidenti. Circa il 70 per cento delle PMI intervistate negli ultimi dodici mesi ha registrato perdite di fatturato in parte significative. Tuttavia quasi il 30 per cento delle imprese intervistate nonostante la crisi è riuscito a incrementare il fatturato.

Nello stesso periodo anche il portafoglio ordini legato alle esportazioni ha registrato una netta riduzione per le imprese intervistate. Nel 2019 solo circa il 18 per cento delle imprese ha dovuto affrontare un calo degli ordinativi, negli ultimi dodici mesi fino a fine maggio 2020 il valore si è attestato a circa il 45 per cento. Ciò si potrebbe ricondurre a due motivi, entrambi legati al COVID. Da un lato il trasporto verso l'estero era molto più difficoltoso, dall'altro si è registrato un improvviso crollo della domanda estera.

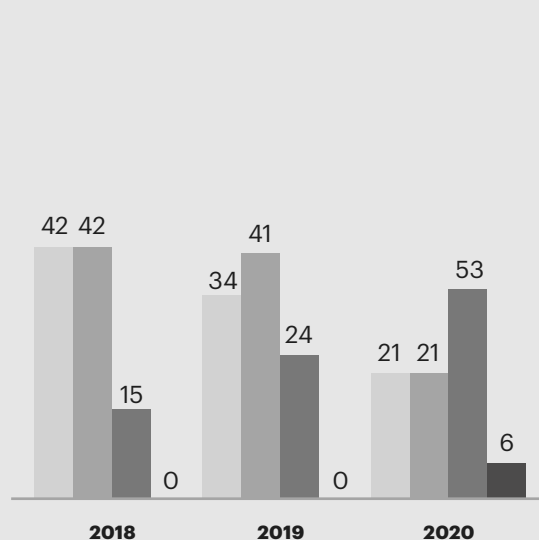
Quale sarà l'andamento dei seguenti indici della sua azienda nel 2020?

Valori percentuali

Fatturato complessivo



Margine operativo



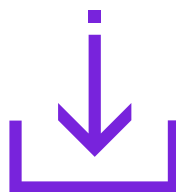
Le PMI svizzere si attendono che questi trend si ripercuoteranno sulla situazione di fatturato e reddituale per l'intero esercizio 2020. Quasi la metà delle imprese intervistate (45 per cento) per il 2020 si aspetta fatturati in calo in Svizzera e all'estero, nel 2019 la percentuale era del sette per cento e nel 2018 addirittura del quattro per cento.

Per la situazione reddituale prevista i dati sono simili. Il 53 per cento delle PMI intervistate prevede una riduzione del margine operativo, negli anni precedenti si trattava del 24 per cento (2019) e del 15 per cento (2018). Per contro tuttavia quasi la metà delle imprese si aspetta che i fatturati e i margini rimangano almeno stabili o addirittura aumentino a dispetto della crisi attuale.

Nonostante la valutazione nel complesso più negativa della propria situazione economica e le conseguenze finanziarie in parte drastiche, la maggior parte delle imprese intervistate si mostra moderatamente ottimista per il futuro a medio e lungo termine. Il 56 per cento delle PMI svizzere continua a ritenere buona o molto buona la propria situazione economica per i prossimi tre anni.

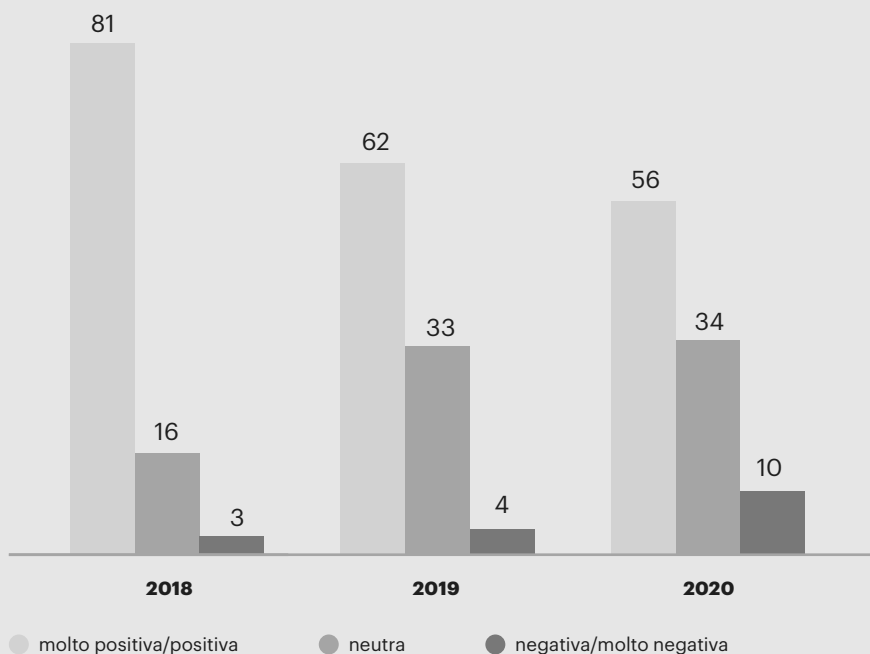
Certamente il loro numero è diminuito rispetto al passato, nel 2018 era l'81 per cento e nel 2019 il 62 per cento; ma questo dato evidenzia che i partecipanti alla ricerca ritengono che sul medio e lungo termine le ripercussioni della crisi del COVID-19 saranno minime.

Il 53% delle PMI intervistate prevede un calo del margine operativo nel 2020



Come valuta la futura situazione economica della sua azienda (nei prossimi tre anni)?

Valori percentuali



03 Crisi COVID-19: solo un rallentamento congiunturale?

La crisi del COVID-19 nella prima metà del 2020 ha riempito le prime pagine e ha causato grandi incertezze. Pertanto è importante comprendere meglio come le imprese valutino questa crisi, quali conseguenze sul breve, medio e lungo termine prevedano di dover affrontare e quali misure attuino per attenuarne gli effetti.

In particolare il settore manifatturiero, la produzione di merci, il commercio, i trasporti, la logistica, il settore sanitario e quello sociale sono stati pesantemente colpiti dalla crisi. Meno colpiti sono stati al contrario i rappresentanti dell'edilizia che costituiscono la maggioranza di quel nove per cento di intervistati che non è praticamente interessato dalla crisi.

Sul breve termine le PMI svizzere percepiscono quindi chiaramente gli effetti della crisi. Ma cosa spiega le prospettive comunque ottimistiche relative all'andamento economico delle proprie imprese sul lungo periodo?

Oltre due terzi delle imprese intervistate prevedono che la crisi del COVID-19 nel corso dei prossimi dodici mesi avrà un effetto negativo, ma che sul lungo termine non lascerà tracce. Possiamo dedurre che oggi poche imprese ritengono che la pandemia globale causerà profondi cambiamenti strutturali. Sembrano piuttosto pronosticare un intenso ma breve rallentamento congiunturale.

La maggioranza delle PMI svizzere è stata pesantemente colpita dalla crisi del COVID-19, ma prevede anche una ripresa entro dodici mesi.

Ciononostante la crisi del COVID-19 si riflette chiaramente nella stima dei maggiori rischi congiunturali per il 2020. I rischi che vengono valutati come significativamente più importanti rispetto allo scorso anno non sono direttamente causati dal COVID-19, ma vengono certamente accentuati dalla crisi. Questo in relazione ai rischi di una crisi del debito che si sta delineando in Europa, di un aumento della volatilità dei tassi di cambio come anche di un calo della dinamica delle esportazioni. Temi che in passato erano considerati prioritari, come la carenza di personale qualificato e il raffreddamento dei rapporti bilaterali con l'UE, sono diventati relativamente meno importanti.

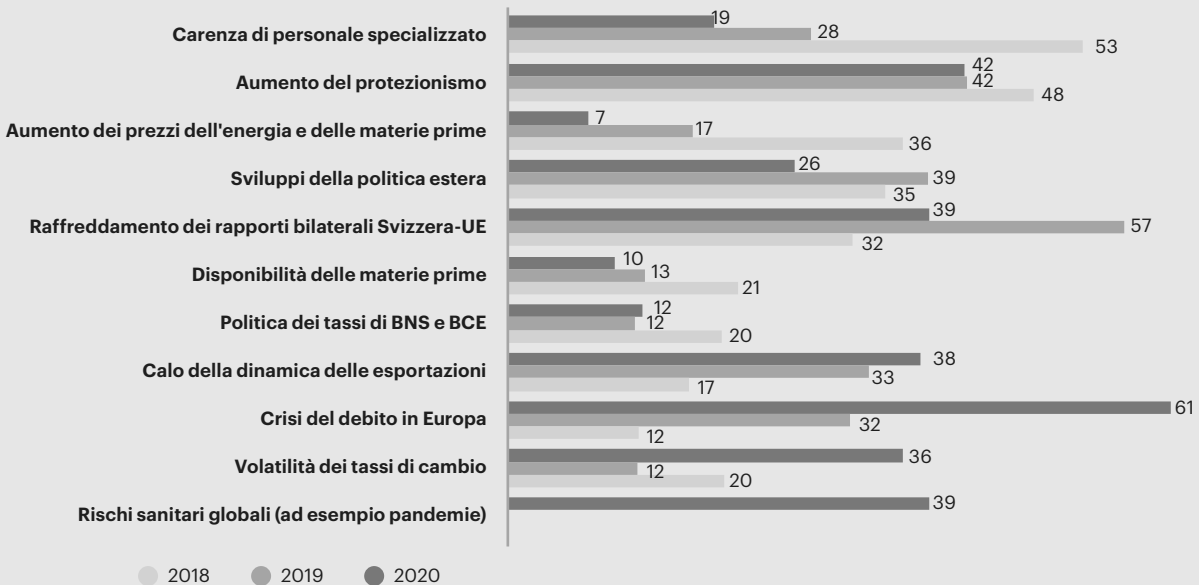
Per quanto tempo ritiene che la sua azienda risentirà ancora delle ripercussioni negative (ad esempio perdite di fatturato) della crisi del COVID-19?

Ripartizione percentuale



Quali sono a suo avviso i principali rischi congiunturali dei prossimi 12 mesi?

Valori percentuali, più risposte possibili



Il 60%

degli intervistati è stato pesantemente colpito dalla crisi del COVID-19

Oltre **due terzi** delle PMI intervistate ritengono che le conseguenze della crisi del COVID-19 non si faranno sentire per un periodo superiore ai dodici mesi

Quasi **un terzo** delle PMI ha richiesto crediti della Confederazione

L'opinione dominante secondo cui la crisi del COVID-19 non lascerà tracce sul lungo termine, spiega anche il fatto che la maggior parte delle imprese intervistate non abbia ancora avviato modifiche strutturali profonde. La maggioranza delle imprese si affida a misure di breve durata per superare la crisi. Il lavoro ridotto è stato introdotto dai due terzi delle imprese intervistate e attualmente rappresenta lo strumento maggiormente utilizzato per affrontare la crisi sul breve periodo. I crediti COVID-19 garantiti dallo stato sono stati richiesti da poco più di un terzo delle imprese. E più o meno lo stesso numero di imprese ha deciso di bloccare le assunzioni e gli investimenti, ma probabilmente in molti casi non si tratterà di tagli degli stessi ma solo di rinvii. Misure con effetto di più lungo termine sulle imprese, come ad esempio licenziamenti o aumento dei limiti di credito, almeno per ora sono state utilizzate molto poco; bisogna tenere comunque presente il momento in cui è stato effettuato il sondaggio.

Nel complesso possiamo constatare che i rischi congiunturali che derivano dalla pandemia da COVID-19 sono considerati dalle PMI svizzere intervistate come un fenomeno di breve durata. I principali rischi congiunturali, da un punto di vista soggettivo, sono tutti strettamente correlati con la crisi legata al COVID-19, ma non sono stati causati dalla stessa. E, cosa molto più interessante, sembra che i rischi ancora considerati prioritari siano tutti strettamente connessi con l'attività di esportazione delle PMI svizzere. Pare infatti che le preoccupazioni delle imprese siano rivolte alla situazione macroeconomica in importanti mercati di sbocco esteri.



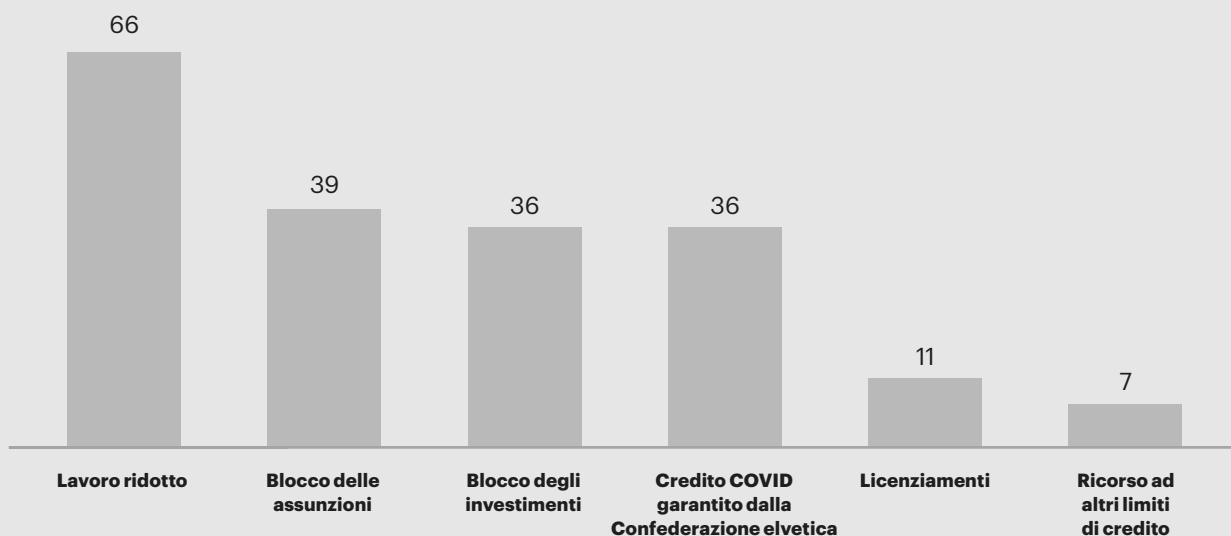
L'82%

delle PMI svizzere intervistate ritiene che la crisi del COVID-19 non influenzerà le loro strategie di internazionalizzazione sul lungo termine (+12 mesi)

Per quanto riguarda i progetti di base delle PMI svizzere, che puntano a portare avanti l'internazionalizzazione ovvero l'attività di esportazione, sembra che nonostante i rischi macroeconomici a breve e medio termine non sia cambiato nulla. Due terzi delle imprese intervistate affermano che la crisi del COVID-19 non influenzerà la loro attività di internazionalizzazione. Solo il 14 per cento si aspetta un effetto rilevante sulle proprie attività all'estero nel lungo termine. Sul breve e medio termine tuttavia quasi il 50 per cento delle imprese ritiene che la crisi influenzerà i propri progetti di internazionalizzazione.

Quali strumenti ha adottato per attutire le ripercussioni della crisi attuale?

Valori percentuali, più risposte possibili



Che importanza hanno i seguenti fattori in riferimento allo sviluppo economico della sua azienda?

Valori percentuali



Abbiamo intervistato le imprese non solo in merito ai rischi congiunturali, ma anche riguardo ai fattori che influenzano maggiormente il loro sviluppo economico. La pandemia globale è un fattore certamente importante, ma si colloca solo dopo la padronanza dei trend tecnologici e quasi allo stesso posto della sicurezza informatica e dei dati e dello stravolgimento continuo delle catene di creazione del valore globali. Nello stesso tempo è evidente che il tema della consapevolezza ambientale continua a occupare un posto significativo nei programmi delle imprese.

Questa scala di priorità mostra chiaramente che sul lungo termine i temi importanti per le imprese sono altri rispetto alla crisi del COVID-19. Le PMI svizzere intervistate continuano ad assegnare un'elevata priorità alla digitalizzazione.



04 Internazionalizzazione: soprattutto adesso?

I temi esportazione e internazionalizzazione continuano a rivestire una grande importanza per le PMI svizzere. Quest'anno quindi abbiamo scelto consapevolmente di concentrarci, oltre che sul COVID-19, anche sulle attività internazionali. Volevamo sapere quale importanza abbia l'internazionalizzazione proprio alla luce della crisi del COVID-19, quali strategie le PMI svizzere attuino e quali settori aziendali ne siano interessati, ma anche come le imprese finanzino l'espansione internazionale.

La nostra ricerca mostra chiaramente che l'espansione internazionale è vista come un'opportunità dalla maggioranza delle PMI svizzere. Solo per poche aziende l'internazionalizzazione non ha alcuna importanza o viene addirittura considerata un rischio.

Per il 60 per cento l'importanza dell'internazionalizzazione è aumentata o aumentata di molto negli ultimi 1-2 anni e per il 30 per cento non c'è stata alcuna variazione. La tendenza all'internazionalizzazione dovrebbe proseguire, infatti circa il 67 per cento dei partecipanti alla ricerca è convinto che l'espansione all'estero continuerà ad avere un'importanza da media ad alta anche in futuro. È tuttavia interessante notare che attualmente ancora quasi il sette per cento trascura questo tema.

Il 67%

delle PMI svizzere ritiene che anche in futuro il tema dell'internazionalizzazione e dell'espansione all'estero avrà una grande importanza



Il 42%

delle imprese intervistate dichiara di non avere un orientamento chiaro/una strategia ben definita per l'internazionalizzazione

Export e internazionalizzazione rimangono fattori di successo essenziali per le PMI svizzere, anche in tempo di crisi. Ma solo circa la metà delle PMI svizzere ha una strategia chiara.



Il 77%

delle imprese vede l'internazionalizzazione come un'opportunità (13 per cento nessuna importanza, 14 per cento rischio)

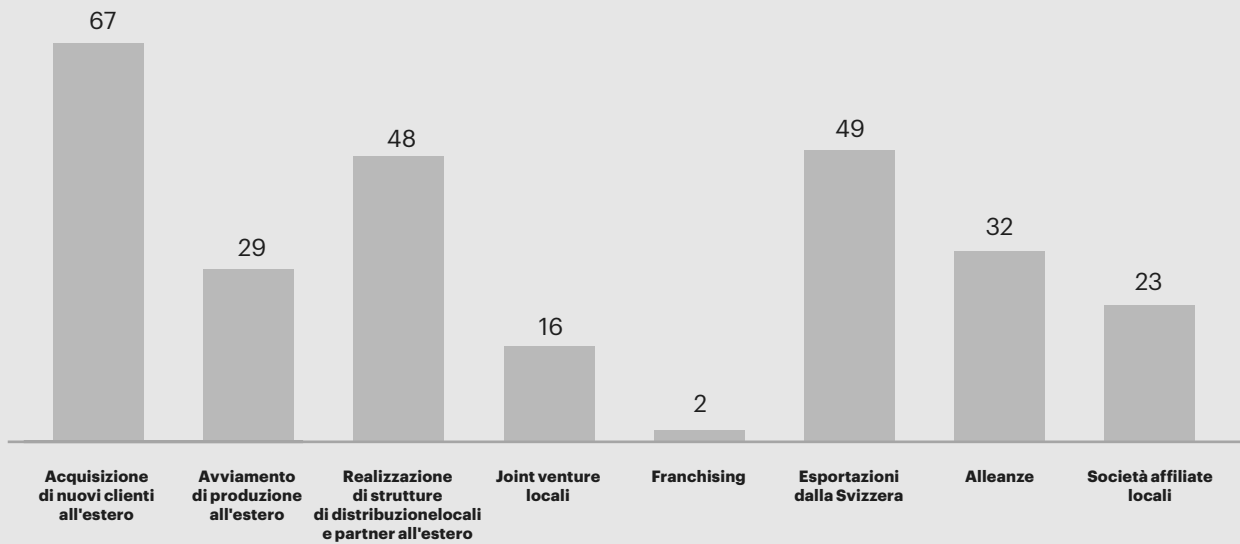
Alla luce dell'elevata importanza assegnata al tema, stupisce che oltre il 40 per cento delle PMI intervistate non abbia un orientamento e una strategia chiari per la propria internazionalizzazione. Ciò è ancora più sorprendente dal momento che nella maggior parte delle PMI i responsabili per questo tema sono prevalentemente il titolare o i titolari (74 per cento), il CEO (59 per cento) e/o il Consiglio di amministrazione (53 per cento). Ne dobbiamo dedurre che potrebbe eventualmente essere necessario costituire risorse dedicate per i progetti di espansione?

Cosa intendono esattamente le PMI svizzere con il termine internazionalizzazione e quali sono le motivazioni che le spingono all'espansione?

Con il termine internazionalizzazione le imprese intendono in prima battuta l'acquisizione di nuovi clienti all'estero, la creazione di canali di distribuzione locali e l'esportazione di merci dalla Svizzera. Solo un terzo delle imprese la intende come, ad esempio, creazione di siti produttivi all'estero. Dobbiamo tuttavia a questo punto osservare che joint venture, alleanze o anche società affiliate locali possono essere utilizzate per diversi scopi.

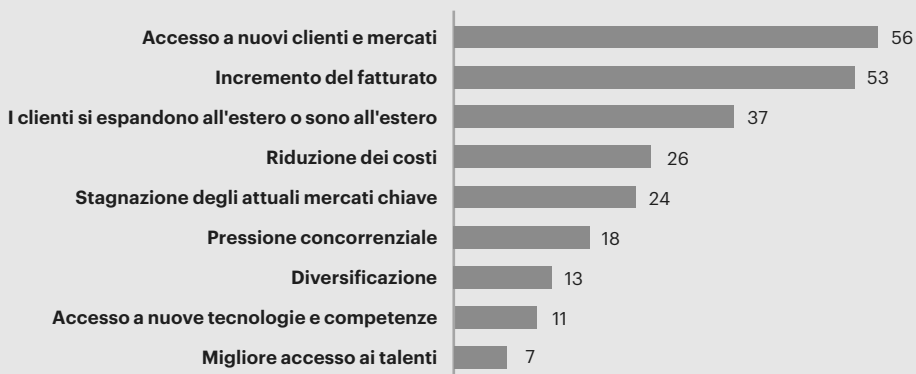
Cosa si intende nella sua azienda con il termine internazionalizzazione?

Valori percentuali, più risposte possibili



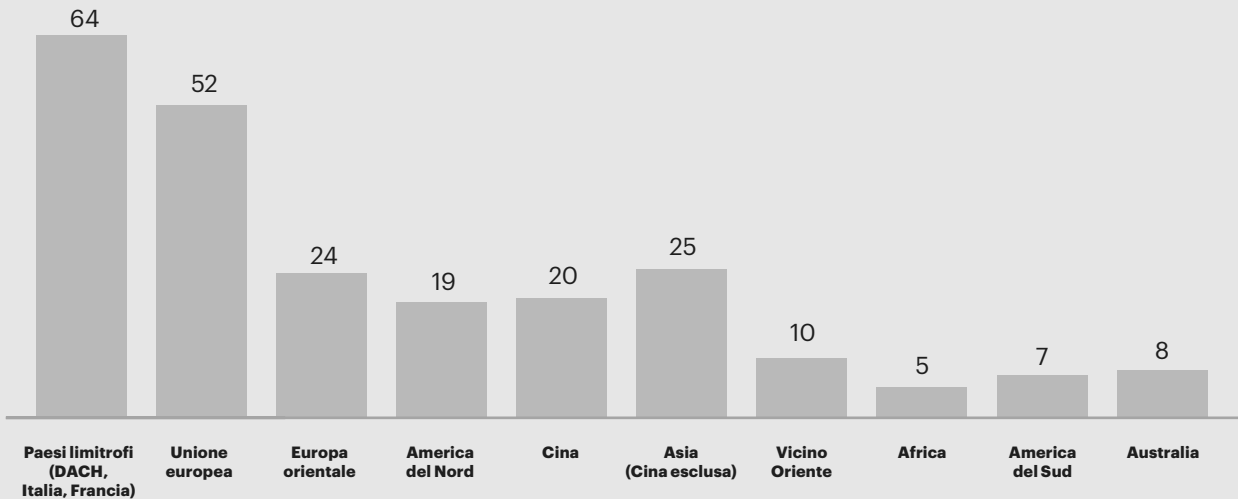
Quali sono i tre motivi principali che inducono la sua azienda a intraprendere o portare avanti l'internazionalizzazione?

Valori percentuali, più risposte possibili



Quali sono le principali aree geografiche interessate dall'internazionalizzazione per la sua azienda?

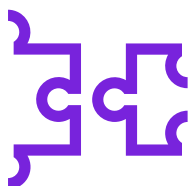
Valori percentuali, più risposte possibili



I motivi principali che spingono le PMI all'internazionalizzazione sono direttamente correlati con la loro interpretazione del termine. Le PMI intervistate si espandono in prima linea per sfruttare opportunità di vendita e di crescita, meno frequentemente per motivazioni legate ai costi. L'accesso a nuove tecnologie e know-how così come la migliore disponibilità di talenti hanno pochissima importanza, se non nessuna.

I principali mercati di crescita sono naturalmente soprattutto i paesi confinanti e l'Unione Europea, citati rispettivamente dal 64 e dal 52 per cento dei partecipanti. Circa un quarto delle PMI intervistate indica Europa orientale, America settentrionale e Cina come aree geografiche di importanza centrale. Ciò potrebbe anche avere a che fare con il fatto che la maggior parte delle imprese intervistate in determinate circostanze non ha ancora le risorse e il know-how per operare ampiamente a livello globale.

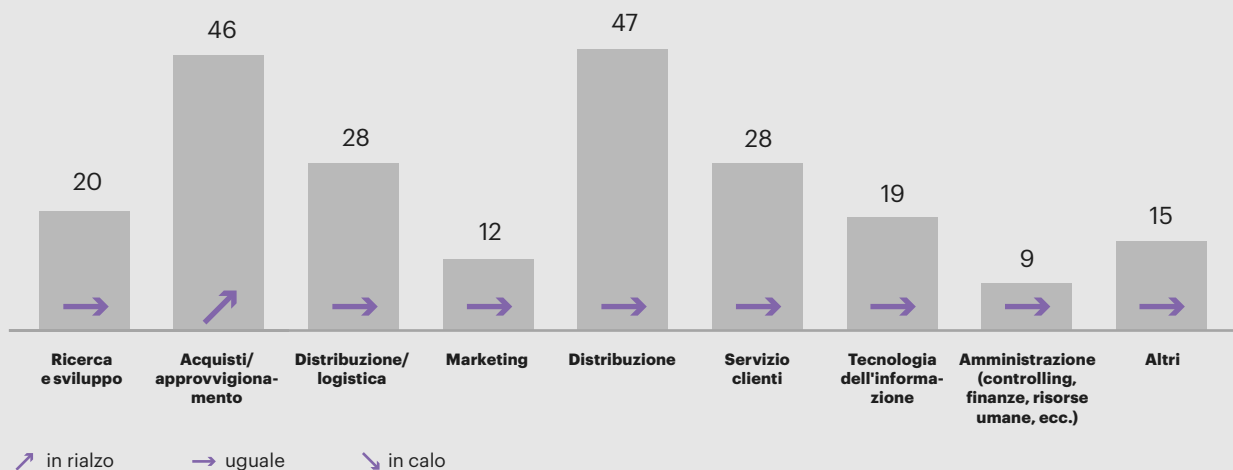
La comprensione di cosa significhi internazionalizzazione così come il focus sulla crescita del fatturato nei paesi confinanti e nell'UE fanno pensare che solo poche imprese producano un'importante creazione di valore all'estero. Si tratta piuttosto soprattutto di creare strutture di vendita locali, offrire assistenza alla clientela e organizzare la distribuzione locale. Secondo il nostro sondaggio le cose a questo proposito non cambieranno nel prossimo futuro. Solo nell'approvvigionamento si registra un lieve spostamento verso l'estero. La distribuzione, ove necessario, produce già creazione di valore all'estero. Le funzioni di back-office e anche la ricerca e lo sviluppo sono e saranno ancora principalmente collocate in Svizzera.



Per le PMI intervistate i più importanti mercati internazionali sono rappresentati dai paesi confinanti e dall'UE.

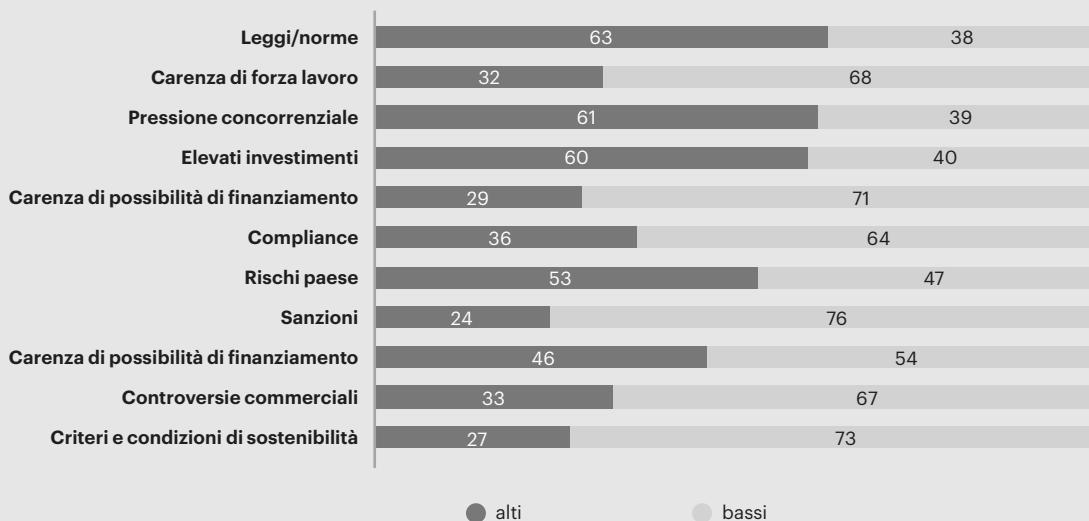
Quali settori aziendali generano già oggi valore all'estero? In quali settori della catena di creazione di valore si attendono variazioni in futuro?

Valori assoluti, più risposte possibili



Quanto sono elevati i seguenti ostacoli che impediscono alla sua azienda di espandersi con successo sul piano internazionale?

Valori percentuali



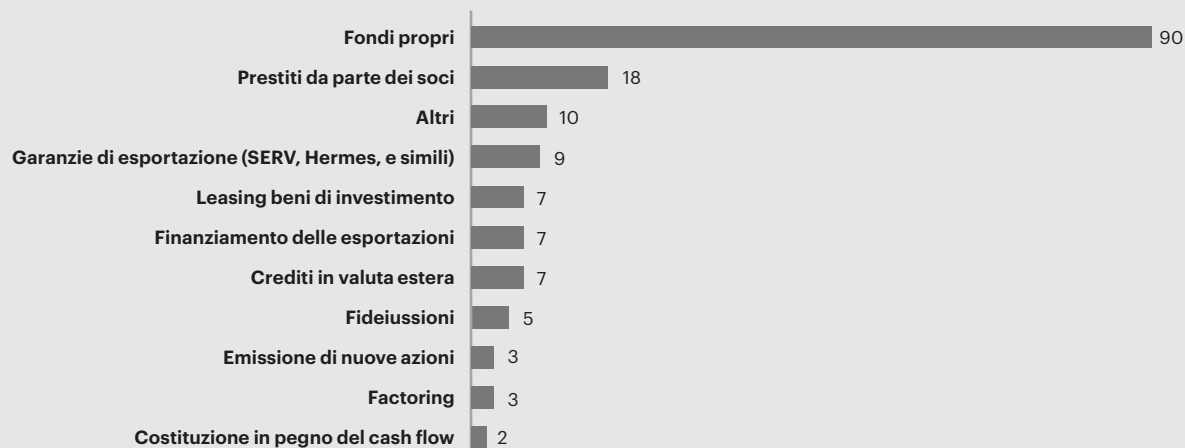
Le PMI svizzere intervistate si trovano di fronte ad alcuni ostacoli nei loro sforzi verso l'internazionalizzazione. Leggi straniere, rischi paese o condizioni quadro politiche poco chiare rappresentano una grande sfida in numerosi mercati target. La pressione concorrenziale per molte imprese è grande, probabilmente soprattutto per il fatto che molte PMI svizzere producono una gran parte della creazione di valore in Svizzera e in determinate circostanze devono operare con notevoli svantaggi in termini di costi all'estero.

È interessante che siano poche le imprese che considerano un ostacolo critico la mancanza di possibilità di finanziamento, anche se gli elevati investimenti vengono considerati tali. La maggioranza delle PMI svizzere intervistate si avvale tuttavia anche di solo un piccolo repertorio di possibilità di finanziamento per l'espansione. Al centro ci sono sempre innanzitutto i fondi propri e, con un notevole distacco, i prestiti degli azionisti. Ciò è strettamente correlato con gli strumenti di finanziamento generalmente conosciuti dalle PMI e da loro utilizzati. Meno del dieci per cento delle PMI intervistate conosce e utilizza possibilità di finanziamento quali garanzie di esportazione, crediti in valuta estera o leasing beni di investimento.

Prevale il finanziamento con fondi propri – le possibilità di finanziamento alternative non vengono sfruttate.

Quali sono gli strumenti preferiti con cui la sua azienda finanzia l'espansione internazionale?

Valori percentuali, più risposte possibili



05 Piazza Svizzera: il posto giusto per guardare avanti?

Le PMI svizzere assegnano ancora una grande importanza alla piazza e al marchio Svizzera. Si aspettano tuttavia dalla politica che quest'ultima crei attivamente condizioni macroeconomiche stabili per poter operare con successo e in modo sostenibile nel settore dell'export.

Proprio in tempi difficili caratterizzati da grande incertezza la politica ha un ruolo fondamentale. Rapporti politici stabili, condizioni quadro chiare e fiducia nelle istituzioni politiche sono fattori decisivi per il successo imprenditoriale. Quali sono tuttavia i temi di cui secondo le PMI intervistate il Consiglio federale dovrebbe occuparsi nei prossimi dodici mesi?

In riferimento alle tematiche importanti che il Consiglio federale dovrebbe affrontare si menzionano la sempre elevata importanza dell'internazionalizzazione e, in questo contesto, il rafforzamento della competitività delle PMI nazionali. Il tema più importante continua a essere la ricerca di una buona soluzione per le relazioni con l'UE, sebbene rivesta ora un'importanza inferiore rispetto agli anni precedenti. Al secondo posto troviamo quasi a pari merito la volatilità dei tassi di cambio, che specialmente quest'anno rappresentano un rischio congiunturale particolarmente serio per i prossimi dodici mesi, e l'ulteriore riduzione degli ostacoli burocratici. Soprattutto il tema della volatilità dei tassi di cambio ha continuato ad acquisire importanza nel corso degli ultimi tre anni. Corsi stabili garantiscono una competitività sul lungo termine sui mercati internazionali e margini stabili.

È aumentata anche l'importanza degli investimenti nell'infrastruttura digitale e nella digitalizzazione in generale. Le PMI svizzere intervistate vedono nella padronanza degli sviluppi tecnologici e nel correlato stravolgimento delle catene della creazione di valore le principali sfide per la garanzia duratura di una buona situazione di partenza a livello economico.

Sono invece solo il 16 per cento quelle che segnalano come tema prioritario per il Consiglio federale i rischi sanitari globali. Nemmeno le imprese particolarmente colpite dalla crisi considerano le pandemie globali un tema prioritario per il Consiglio federale. Ciò conferma l'atteggiamento moderatamente ottimistico delle PMI intervistate in relazione alle prospettive di lungo termine. L'obiettivo è quello di creare un ambiente che aumenti sul lungo termine la competitività e favorisca l'internazionalizzazione.

I costi sono sempre un tema importante. Lo si capisce dall'urgenza assegnata al tema della riduzione della burocrazia e dalla necessità sempre maggiore di ridurre i costi salariali accessori.

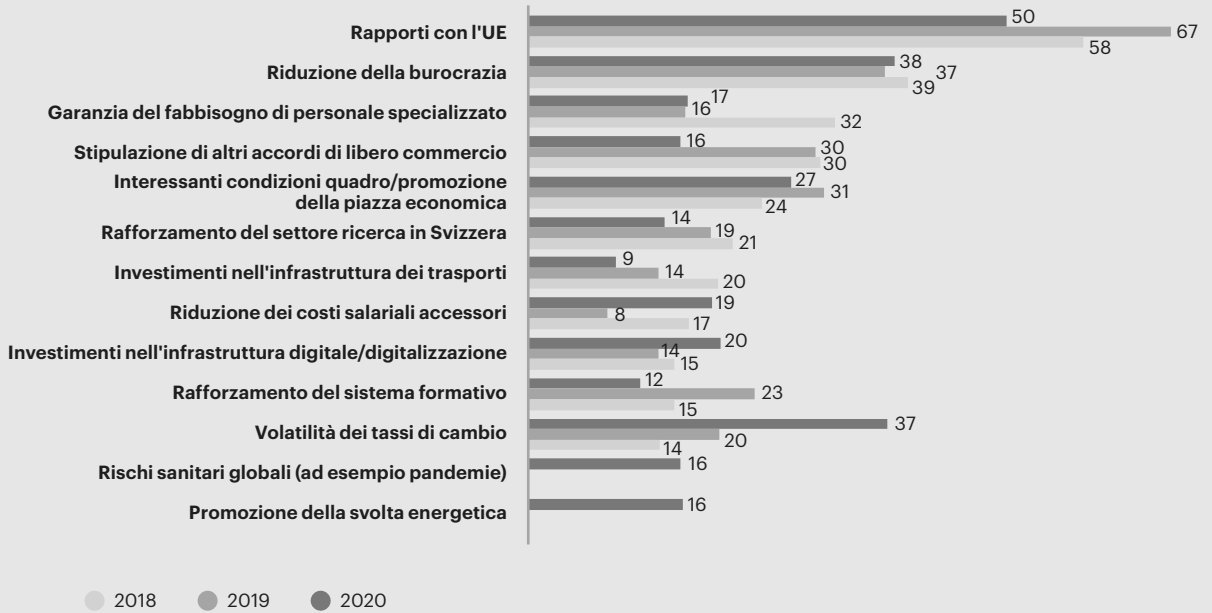
Nonostante costi relativamente elevati per la creazione di valore in Svizzera, la piazza elvetica mantiene comunque un'importanza elevata per le PMI svizzere intervistate. Ciò in relazione a tutte le funzioni aziendali: dalla produzione fino all'assistenza ai clienti. In particolare per l'assistenza ai clienti la piazza Svizzera sembra giocare un ruolo centrale. Ciò sorprende dal momento che le grandi aziende delocalizzano sempre più frequentemente in paesi stranieri a minor costo molte funzioni come l'assistenza ai clienti o anche l'amministrazione. Se confrontiamo l'importanza attuale della piazza Svizzera con quella che avrà fra cinque anni, vediamo che la situazione rimarrà sostanzialmente invariata per tutte le funzioni.

Tra le priorità suggerite al Consiglio federale, anche nel terzo anno della nostra ricerca, la ricerca di una soluzione per le relazioni con l'UE si colloca nettamente al primo posto.



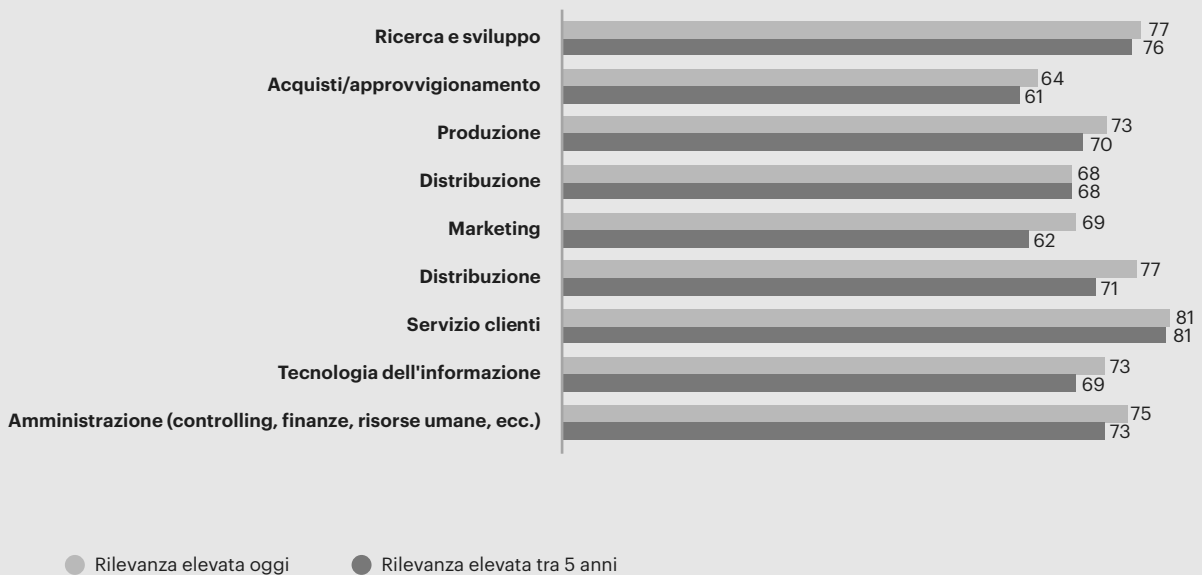
Quali sono i tre temi principali a cui dovrebbe dedicarsi il Consiglio federale nei primi 12 mesi?

Valori percentuali, più risposte possibili



Quale importanza ha la piazza Svizzera per la sua azienda, adesso e tra 5 anni?

Valori percentuali



L'ubicazione in Svizzera rimane fondamentale, oltre che per l'assistenza ai clienti, anche per le attività di ricerca e sviluppo così come per la produzione. Questo radicamento delle funzioni nella piazza Svizzera coincide anche con l'opinione delle imprese intervistate che considerano Swiss Made un significativo marchio di qualità e affidabilità. Le imprese attualmente sfruttano la loro sede come caratteristica di qualità, ma bisognerà vedere se gli elevati requisiti qualitativi riusciranno a sostenere la pressione dei costi.

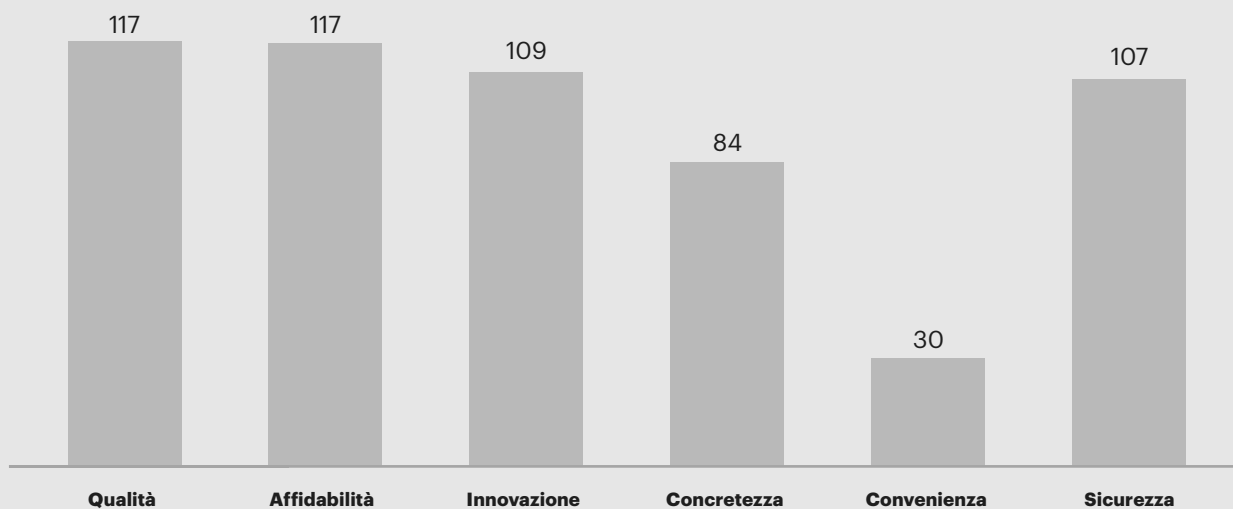


L'appello alla politica è chiaro. Lo sguardo al futuro delle imprese rivela che i temi connessi con l'estero, che hanno il compito di supportare la loro strategia di internazionalizzazione, hanno la massima priorità. Ciononostante le PMI rimarranno fedeli alla Svizzera come loro sede, e confidano nella qualità e affidabilità del marchio Swiss Made per il loro posizionamento internazionale.

La piazza Svizzera rimane importante per le PMI intervistate – i vantaggi prevalgono sui costi maggiori.

Come azienda, quali valori e caratteristiche «swiss made» porta sul mercato?

Valori assoluti, più risposte possibili



06 Editore e partner della ricerca

KEARNEY

Kearney è una delle società di consulenza aziendale leader a livello mondiale focalizzata sul top management. Lavora con grandi gruppi attivi a livello globale come anche con medie imprese di successo e istituzioni pubbliche. Kearney supporta i suoi clienti nella

trasformazione della loro attività e della loro organizzazione al fine di ottenere vantaggi concorrenziali sul lungo termine. Al centro vi sono i temi crescita e digitalizzazione, innovazione e sostenibilità così come ottimizzazione di catene di produzione e di fornitura globali e complesse.

Kearney è stata fondata nel 1926 a Chicago. Nel 1964 ha aperto il primo ufficio al di fuori degli USA, a Düsseldorf. Oggi Kearney conta circa 3'600 collaboratori in oltre 40 paesi. Dal 2010 la società offre i suoi servizi ai propri clienti a impatto zero sul clima.

In Svizzera, Kearney è cresciuta molto negli ultimi anni; attualmente conta circa 60 consulenti presso la sede di Zurigo e lavora con numerose imprese svizzere e internazionali di tutti i settori industriali, in particolare beni di consumo e commercio, industria farmaceutica e life science, industria dei macchinari e manifatturiera, telecomunicazioni ed energia.

www.kearney.ch



swiss export è un centro di competenze per il commercio estero svizzero. I punti principali dell'offerta di servizi sono un'ampia gamma di seminari e manifestazioni specialistiche, la consulenza individuale all'esportazione e la rivista specializzata «swiss export Journal», pubblicata dall'associazione. Questa associazione di economia privata crea vantaggi di mercato per i suoi membri e mette al centro della sua attività il miglioramento della competitività e delle condizioni quadro

per le imprese operative a livello internazionale. Oltre alla sede di Zurigo, swiss export ha una rete di specialisti con oltre 150 punti di appoggio in 50 paesi.

www.swiss-export.com



Il **Gruppo Raiffeisen**, con 3.5 milioni di clienti – di cui 200'000 clienti aziendali – è uno dei tre maggiori gruppi bancari della Svizzera. Con 229 Banche Raiffeisen indipendenti e 400 consulenti clientela aziendale presso 847 sedi in tutta la Svizzera, Raiffeisen è radicata a livello locale.

Perché i clienti aziendali possano sempre essere assistiti in modo competente e in relazione a tutte le questioni aziendali, Raiffeisen collabora con specialisti e con i due partner di rete:

Nei cinque **Raiffeisen Centri Imprenditoriali RCI** gli imprenditori ricevono un supporto da pari a pari. Le officine per i temi prioritari innovazione, digitalizzazione, successione, strategia ed efficienza sono la chiave per il successo aziendale sostenibile.

Business Broker SA è l'azienda leader nel settore della vendita e della valutazione di PMI svizzere. Questa società affiliata di Raiffeisen con sedi a Zurigo e Losanna dispone di conoscenze del mercato ed esperienza pluriennali e ha portato a termine con successo oltre 600 transazioni aziendali.

www.raiffeisen.ch/unternehmen

07 Il sondaggio

Nella primavera 2020, per la terza volta Kearney e swiss export hanno condotto un sondaggio tra le PMI svizzere. Come partner per l'anno 2020 è stata acquisita Raiffeisen con il Raiffeisen Centro Imprenditoriale e Business Broker SA.

Gruppo target di base e prova a campione

Il gruppo target di base del sondaggio è rappresentato dai clienti di Kearney e Business Broker SA, dai membri di swiss export e del Raiffeisen Centro imprenditoriale nonché da aziende che sono state contattate tramite post sui canali dei social media.

Al sondaggio online hanno partecipato oltre 200 imprese, 122 delle quali hanno compilato il questionario in modo sufficiente e rappresentano quindi il gruppo target di base per l'analisi.

Quasi la metà opera nel settore manifatturiero e nella produzione di merci, un altro sette per cento nell'edilizia, il cinque per cento nel commercio, il due per cento nell'agricoltura, selvicoltura, nella pesca e nel restante settore secondario (industria). Il 39 per cento appartiene al rimanente settore terziario (servizi). L'84 per cento delle aziende partecipanti impiega meno di 100 collaboratori, il 16 per cento tra 100 e 1'000 collaboratori e l'uno per cento più di 1'000 collaboratori. Il 93 per cento dei partecipanti è membro della direzione.

Ringraziamo Fabian Siegrist, Markus Wellstein, Gian Carlo Bauer e Bettina Schultheiss (tutti Kearney) per la progettazione e la valutazione della ricerca.

AR