

Confartigianato di Forlì: "Le imprese non si arrendono, la voglia di ripartire più forte del Covid-19"

1 Luglio 2020



I dati delle rilevazioni effettuate di Confartigianato

Confartigianato ha effettuato una nuova rilevazione su un campione di imprese associate mettendo in evidenza una attenuazione dell'impatto della crisi Covid-19, pur registrando performance ancora fortemente negative. In termini di fatturato le micro imprese indicano, a maggio 2020, un calo intenso pari al -39,5% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, che risulta però in miglioramento rispetto al -57,1% rilevato ad aprile. In merito ai tempi di recupero dei livelli di fatturato pre-crisi, oltre la metà (53,1%) degli imprenditori si definisce incerto rispetto all'andamento futuro del mercato, esprimendo un deterioramento delle aspettative su cui parametrano la domanda di lavoro e quella per investimenti. La restante quota (46,9%) di imprenditori che formula una previsione, ritiene che saranno necessari in media 12 mesi per recuperare i ricavi pre-crisi. *"Le imprese non si arrendono, mostrando grande determinazione"* chiarisce il presidente di Confartigianato di Forlì Luca Morigi *"sono fondamentali i segnali diffusi di resilienza. Entro i prossimi 12 mesi più di una micro e piccola impresa su due (53,3%) è orientata a introdurre almeno un cambiamento reattivo; in particolare quelli maggiormente adottati sono l'attivazione di nuovi canali di vendita (26,1%), i cambiamenti dell'organizzazione interna, quali orari e modalità di lavoro (21,9%), l'ampliamento del numero dei committenti (17,4%), l'attivazione di nuove relazioni con altre imprese (14,3%) e l'ingresso in nuovi mercati (14,2%)"*.

Oltre al pesante shock economico, la crisi causata dall'epidemia ha indotto un effetto secondario positivo, continua il presidente *"le imprese stanno accelerando sulla digital transformation, sei su dieci (56,7%) hanno, infatti, implementato l'utilizzo di una o più tecnologie digitali, tra le quali sito web, social network, piattaforme di videoconferenze, formazione on-line e e-commerce. In particolare, il 71,5% di queste realtà ha incrementato l'utilizzo di uno o più strumenti digitali, il 36,2% ne ha ampliato le funzionalità e il 29,6% ha introdotto uno o più strumenti digitali, non presenti in azienda prima del lockdown."* In particolare, i social network sono utilizzati dal 65% degli intervistati e durante la sospensione delle attività hanno rappresentato uno strumento di primaria importanza per relazionarsi e fornire informazioni a clienti, fornitori e dipendenti: oltre la metà (51%) delle imprese presenti sui social hanno intensificato l'uso di questo strumento di comunicazione durante l'emergenza.