

Comunicato stampa, 7 settembre 2016

Più della crescita conta per le PMI la sopravvivenza

Situazione delle PMI 2016 incentrata sulle strategie di successo

Tra le PMI svizzere (piccole e medie imprese) vi sono imprese familiari regionali, Hidden Champions e leader sul mercato globale. Ma cosa decreta il successo delle PMI svizzere? Il terzo studio sulla situazione delle PMI del Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa presso la FHS St.Gallen ha studiato le strategie di successo, formula sei principi e mette in evidenza otto settori.

In Svizzera oltre il 99% delle imprese sono PMI (piccole e medie imprese), che impiegano due terzi della forza lavoro¹. Queste cifre confermano che le PMI hanno successo e sono importanti. In effetti, tra le PMI vi sono imprese familiari tradizionali, Hidden Champions e anche leader sul mercato globale.

Quali sono le strategie che decretano il successo delle PMI svizzere? Qual è il loro effettivo successo? Queste sono due delle numerose domande che si sono posti gli autori del terzo studio sulla situazione delle PMI, eseguito dal Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa presso la FHS St.Gallen (IFU FHS). Sulla base di un'indagine online eseguita in tutto il Paese e di numerose interviste a imprese e associazioni di categoria è possibile riassumere le strategie di successo delle PMI svizzere in sei principi.

Non lotta sul fronte dei prezzi ma attenzione alla qualità

Le PMI svizzere puntano prevalentemente su una strategia di differenziazione: le loro prestazioni sono caratterizzate da una qualità superiore alla media, dall'offerta di servizi complementari e dal posizionamento in una nicchia di mercato. «In mancanza di vantaggi a livello di dimensioni e costi, le PMI non possono distinguersi come leader sul fronte dei prezzi», spiega il Prof. Anthony Castiglioni,

¹ Vedere "Cifre sulle PMI: Imprese e posti di lavoro"
(<https://www.kmu.admin.ch/kmu/it/home/politica-pmi/politica-pmi-fatti-e-cifre/cifre-sulle-pmi/aziende-e-lavoro.html>)

coamministratore del progetto di studio. Le imprese puntano preferibilmente su canali di distribuzione diretta alla clientela in un mercato di vendita orientato per lo più alla realtà locale. Le loro dimensioni consentono una maggior flessibilità, che permette loro di rispondere meglio alle esigenze individuali dei clienti. La collaborazione con i clienti costituisce anche un'importante spinta innovativa: poiché spesso mancano le risorse finanziarie necessarie, la forza innovativa è influenzata in modo determinante da fattori indiretti quali la cultura aziendale o la comunicazione. Spesso le soluzioni innovative nascono in stretta collaborazione con i clienti.

Orientamento a lungo termine con obiettivi di crescita contenuti

La vision e gli obiettivi giocano un ruolo importante per le PMI svizzere e hanno un effetto positivo sul successo dell'azienda. Tendenzialmente le PMI svizzere hanno obiettivi di crescita piuttosto moderati. Solamente l'aumento della quota di mercato è percepito come orientamento strategico possibile per la crescita futura, spiega il Dr. Marco Gehrig, anch'egli coamministratore del progetto di studio. Sono considerate più importanti la conservazione dell'indipendenza, la sostenibilità del rischio e la sopravvivenza dell'impresa. Ciò si collega al fatto che il fondamento per la continuità nell'impresa, e di conseguenza anche per un successo finanziario duraturo, è la continuità a livello dirigenziale. Molte PMI si contraddistinguono per una bassa mobilità del personale, un elevato margine decisionale dei collaboratori e una struttura organizzativa semplice e snella. Di conseguenza, tra i valori più importanti che caratterizzano la cultura aziendale vi sono la fiducia, la responsabilità personale e la stima.

Otto settori allo specchio

Oltre alla parte dello studio che riassume i principi, il quadro delle PMI si concentra anche sugli otto settori essenziali in Svizzera: settore manifatturiero ed edile, commercio all'ingrosso e al dettaglio, strutture ricettive / settore alberghiero e della ristorazione, settore delle tecnologie dell'informazione e della telecomunicazione, settore dei servizi, settore sanitario e sociale. Ciascuno di questi settori viene illustrato con un profilo aziendale. Anche la parte generale è arricchita da sei brevi profili aziendali.

[Riquadri]

I risultati presentati in questa relazione sulle PMI si basano su un sondaggio online eseguito su tutto il territorio nazionale da gennaio ad aprile 2016. I risultati sono stati integrati con numerose interviste di esperti ai rappresentanti delle associazioni

professionali e di categoria nonché a diverse imprese. Nelle ricerche sono confluite inoltre le conoscenze e i risultati di altre ricerche e analisi eseguite da associazioni di categoria, istituzioni o imprese. Il risultato è una vasta panoramica, a livello settoriale, sugli aspetti economico-aziendali in generale e, nello specifico, sulla problematica delle strategie di successo che devono affrontare le PMI svizzere.

Lo studio "Situazione delle PMI 2015" è stato possibile grazie al supporto finanziario di Helvetia Svizzera, PwC Svizzera e Raiffeisen Svizzera e gode anche dell'appoggio dell'Associazione Svizzera delle PMI.

Lo studio può essere scaricato al link www.fhsg.ch/kmu-spiegel.

4'160 battute (spazi inclusi, riquadri esclusi)

Contatti con i media

Christian Jauslin

Responsabile per la comunicazione

FHS St.Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Rosenbergstrasse 59

9001 San Gallo

Tel. +41 71 226 12 97

E-mail christian.jauslin@fhsg.ch