



FHO Fachhochschule Ostschweiz

La digitalizzazione nelle piccole e medie imprese svizzere

Situazione delle PMI 2017



Digitalizzazione: opportunità e sfide per le PMI svizzere

Roy Charles Amara (1925-2007) è stato uno studioso americano che si è occupato principalmente dell'influsso delle nuove tecnologie sulle imprese e sull'economia. È diventato famoso per questa sua affermazione:

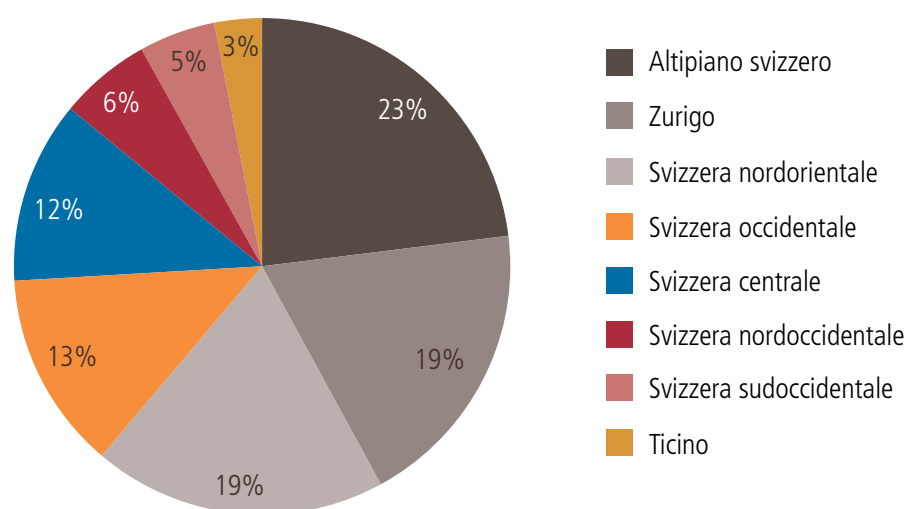
«We tend to overestimate the effect of a technology in the short run and underestimate the effect in the long run.»

Il messaggio era che l'impatto delle nuove tecnologie va sempre valutato tenendone presenti le ripercussioni nel lungo periodo. Le nuove tecnologie possono comportare seri cambiamenti per le imprese e le organizzazioni e rivoluzionare interi settori in modo significativo. Tuttavia, sarebbe prudente non esagerare nella rappresentazione degli effetti, in particolare di quelli a breve e medio termine, sia per non creare aspettative troppo alte, sia per non suscitare timori eccessivi. Troppo facilmente si corre il rischio di saltare da un «hype» all'altro senza capire quali siano i collegamenti e le interazioni veramente importanti e senza riuscire a valutare le conseguenze a lungo termine.

La «digitalizzazione» rappresenta una questione che attualmente ha un'eco mediatica decisamente forte e che accentra le discussioni in diversi settori sotto diverse etichette. Per le piccole e medie imprese (PMI) il problema di riuscire a capire su cosa focalizzare l'attenzione per affrontare questo tema è fonte di grande insicurezza. Lo studio sulla situazione delle PMI per il 2017 è volto quindi a identificare le opportunità e le sfide offerte dalla digitalizzazione secondo le piccole e medie imprese svizzere. Cosa si intende con il termine digitalizzazione? Quali progetti digitali vengono attualmente promossi dalle imprese? Quali differenze vi sono tra le aziende dei diversi settori? Si cercherà di rispondere a queste e ad altre domande sulla base di un sondaggio condotto in tutta la Svizzera. Il campione comprende complessivamente 603 casi, con partecipanti che per la maggior parte sono membri della direzione aziendale. Gli imprenditori intervistati provengono da tutte le regioni della Svizzera (vedi figura 1).

Per interpretare al meglio i risultati del sondaggio, da un lato sono stati condotti colloqui mirati con i rappresentanti delle associazioni professionali e di categoria, dall'altro sono state effettuate interviste con diverse imprese pioniere nel campo della digitalizzazione, in modo che altre PMI possano trarre giovamento dalle loro esperienze. Nell'ambito di un'indagine secondaria, i risultati disponibili sono stati integrati da studi di associazioni di categoria, istituzioni e imprese. Lo studio sulla situazione delle PMI 2017 offre quindi un quadro completo sull'avanzamento della digitalizzazione nelle piccole e medie imprese svizzere. Qui di seguito vengono riassunti brevemente i principali risultati e le conclusioni dell'indagine.

Dove si trova la sede principale della sua azienda?



n=603

Figura 1: sede aziendale

Fonte: Istituto per la gestione aziendale IFU-FHS (2017)

Digitalizzazione dal punto di vista delle PMI

Nei dibattiti sulla «digitalizzazione» si utilizzano attualmente diverse parole chiave come «trasformazione digitale», «industria 4.0», «industria 2025 o anche «prodotti smart». È subito evidente, quindi, che in tale contesto non ci sia accordo sul significato del concetto e che, al contrario, esso racchiuda aspetti e tematiche molto differenti tra loro. La maggior parte delle imprese – quasi il 72% di tutte le PMI intervistate – stanno già seguendo dei progetti digi-

tali, come mostrato nella figura 2. Un progetto digitale può includere varie iniziative per le quali siano utilizzate le tecnologie digitali, ad esempio per la realizzazione di un negozio online o per lo sviluppo di un'app per clienti. Le più coinvolte sono le industrie del settore ITC (informazione e comunicazione), mentre sono ancora numerose le aziende del settore alberghiero e della ristorazione che non hanno ancora avviato nessun progetto digitale.

Che importanza hanno i progetti digitali?

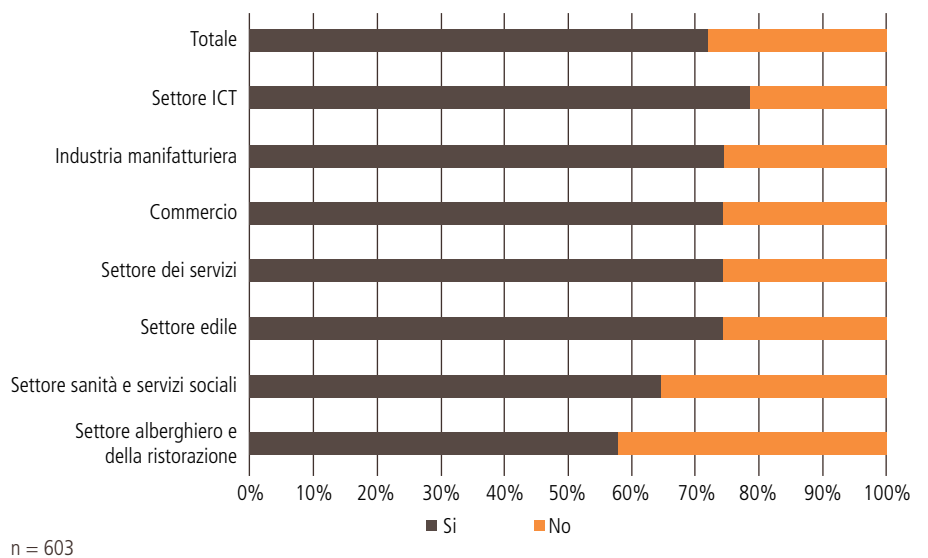


Figura 2: progetti digitali

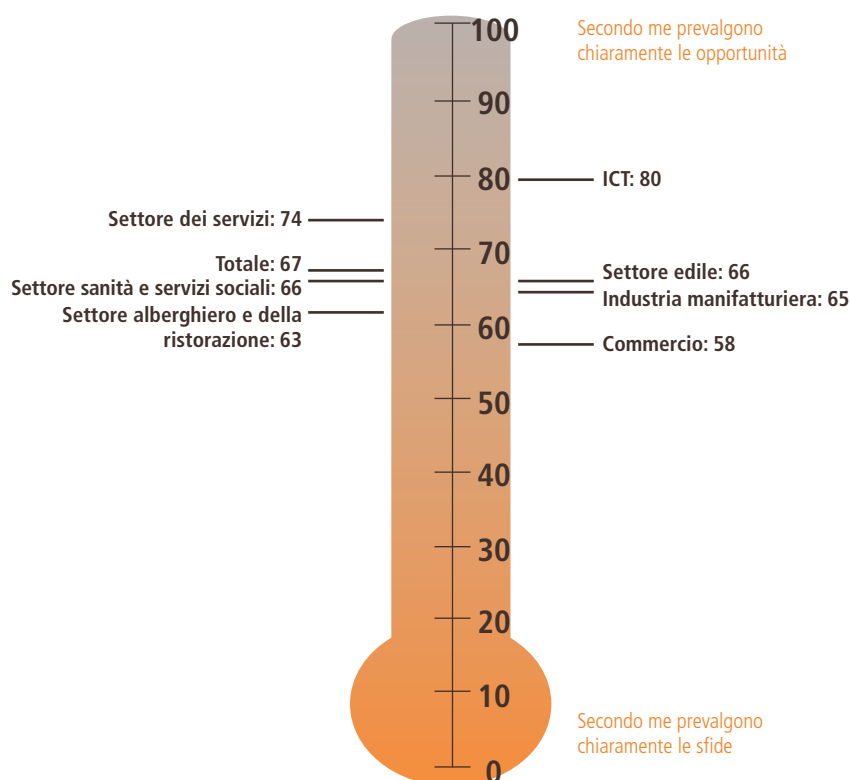
Fonte: Istituto per la gestione aziendale IFU-FHS (2017)

Digitalizzazione come opportunità o sfida

«Bosch è un'azienda di software», citava nel 2015 un messaggio su Twitter di Bosch Global. Il messaggio è indicativo del cambiamento dell'identità stessa dell'azienda e dunque del suo posizionamento futuro sul mercato. Un terzo dei suoi collaboratori nel reparto ricerca e sviluppo è infatti ora costituito da ingegneri informatici, a dimostrazione della crescente importanza delle tecnologie informatiche e software sia per l'azienda che per i suoi prodotti. Un'evoluzione di questo tipo può rappresentare per le imprese una nuova opportunità, ma anche una grande sfida. In generale le PMI intervistate vedono nella digitalizzazione più un'opportunità che una

sfida, come mostrato nella figura 3. Sono soprattutto le aziende del settore ICT a fiutarne le potenzialità, ma anche le aziende operanti nel settore dei servizi identificano nel processo di digitalizzazione nuove possibilità e opportunità. Meno ottimisti appaiono i rappresentanti del settore commerciale, per i quali le opportunità percepite superano solo leggermente i rischi e le sfide. Nei restanti settori – industria manifatturiera, settore edile, gastronomico, dei servizi sanitari e sociali – le stime degli intervistati corrispondono grossomodo alla media generale.

La digitalizzazione rappresenta più un'opportunità o una sfida?



n = 603

Figura 3: digitalizzazione come opportunità o sfida

Fonte: Istituto per la gestione aziendale IFU-FHS (2017)

Opportunità della digitalizzazione

Valutando le risposte di tutte le PMI intervistate si evidenziano aspetti del tutto diversi nel modo di percepire le opportunità (vedi figura 4). Secondo uno studio condotto dall'Associazione federale delle industrie tedesche e dalla società di consulenza aziendale Roland Berger, oltre il 40% dei dirigenti e dei manager delle grandi aziende tedesche vedono nella digitalizzazione in primo luogo una leva per incrementare l'efficienza. I potenziali miglioramenti della produttività sono talvolta così consistenti che numerose aziende stanno addirittura valutando la possibilità di rilocalizzare le produzioni in Europa. Lo studio condotto sulle PMI conferma sostanzial-

mente tali risultati. Complessivamente il 55% delle PMI intervistate vede delle opportunità di crescita dell'efficienza attraverso l'automazione dei processi, rendendo così questo aspetto ancora più importante rispetto allo studio summenzionato (vedi figura 5). In quest'ambito rientrano tematiche interne all'azienda come l'incremento dell'efficienza, la riduzione dei costi e l'ottimizzazione dei processi. Anche aspetti rivolti al mercato come lo sviluppo e l'attuazione di nuovi modelli di business o l'acquisizione di nuovi clienti rivestono un ruolo essenziale per oltre il 40% degli intervistati.

Quali opportunità crea la digitalizzazione?



Figura 4: opportunità della digitalizzazione (risultati complessivi)

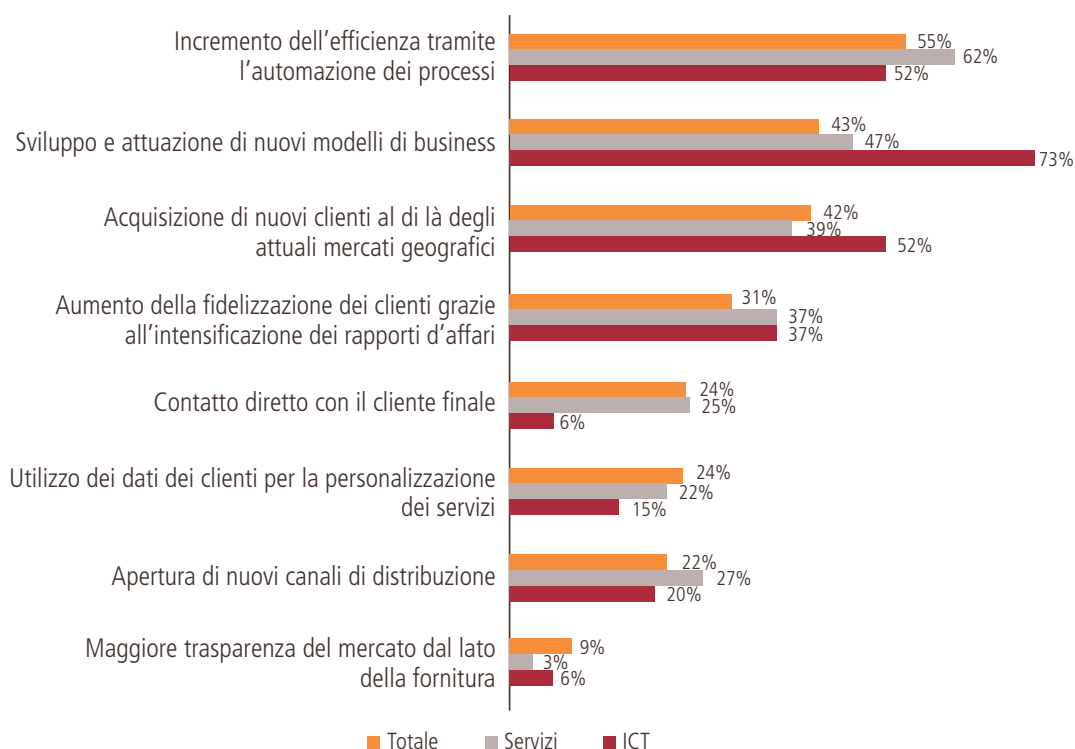
Fonte: Istituto per la gestione aziendale IFU-FHS (2017)

Opportunità diverse a seconda del settore

La digitalizzazione innesca cambiamenti aziendali in tutti i settori, ma con diversi gradi di velocità e d'impatto. Il presente studio sulle PMI si concentra quindi oltre che su una valutazione complessiva anche sulle differenze e le analogie tra i settori presi in esame. Le aziende manifatturiere ed edili vedono un'opportunità soprattutto nel miglioramento della produttività. La digitalizzazione tuttavia non causa forti rivoluzionamenti solo alle aziende del settore industriale; anche le catene del valore nel settore dei servizi si stanno sempre più digitalizzando. I risultati dello studio dimostrano che le società di servizi intervistate percepiscono maggiormente come opportunità l'incremento dell'efficienza tramite l'automazione dei processi

rispetto al resto delle aziende intervistate (vedi figura 5). Le aziende del settore ICT intravedono nello sviluppo e nell'attuazione di nuovi modelli di business e nell'acquisizione di nuovi clienti molte più opportunità rispetto alle PMI di altri settori. Sempre più frequentemente nel settore ICT nascono nuovi modelli commerciali che utilizzano con successo le tecnologie digitali. Nel settore commerciale, alberghiero e della ristorazione, aspetti di centrale importanza sono quelli legati al mercato, come l'acquisizione di nuovi clienti o l'apertura di nuovi canali di distribuzione. Nei settori della sanità e dei servizi sociali le opportunità sono legate invece soprattutto all'utilizzo dei dati dei pazienti.

Quali sono le opportunità digitali per le aziende del settore ICT e dei servizi?



n = 603

Figura 5: opportunità per le aziende del settore ICT e dei servizi

Fonte: Istituto per la gestione aziendale IFU-FHS (2017)

Sfide della digitalizzazione

Le nuove tecnologie e gli sviluppi non hanno come risultato soltanto dei vantaggi in termini di opportunità e possibilità, ma sono generalmente sempre associati anche a rischi e sfide. Le PMI intervistate hanno menzionato da una parte aspetti, come l'aumento della sofisticazione, la maggiore flessibilità e velocità, che riguardano in primo luogo la prospettiva aziendale, dall'altra fattori come la trasformazione del comportamento dei clienti, i canali di vendita e la tendenza alla fruizione gratuita dei servizi che prendono invece in considerazione il contesto di mercato (vedi figura 6). Il crescente utilizzo delle tecnologie digitali fa sì che vi sia una quantità sempre maggiore di dati da gestire. I risultati

globali indicano che per le PMI intervistate il tema della sicurezza dei dati è prioritario: quasi il 45% delle aziende intervistate l'ha indicato come una sfida di primaria importanza (vedi figura 7). Circa il 40% delle PMI intervistate avvertono come sfida principale l'elevato fabbisogno di investimenti. La digitalizzazione pone tuttavia anche i collaboratori di fronte a nuove sfide e crea nuovi modelli di lavoro e campi d'attività, per i quali sono necessari nuovi profili di competenza e qualità. È comprensibile, dunque, che più di un terzo delle PMI intervistate consideri la carenza di competenze dei collaboratori come una sfida fondamentale essenziale per oltre il 40% degli intervistati.

Quali sfide comporta la digitalizzazione?



Figura 6: sfide della digitalizzazione (risultati complessivi)

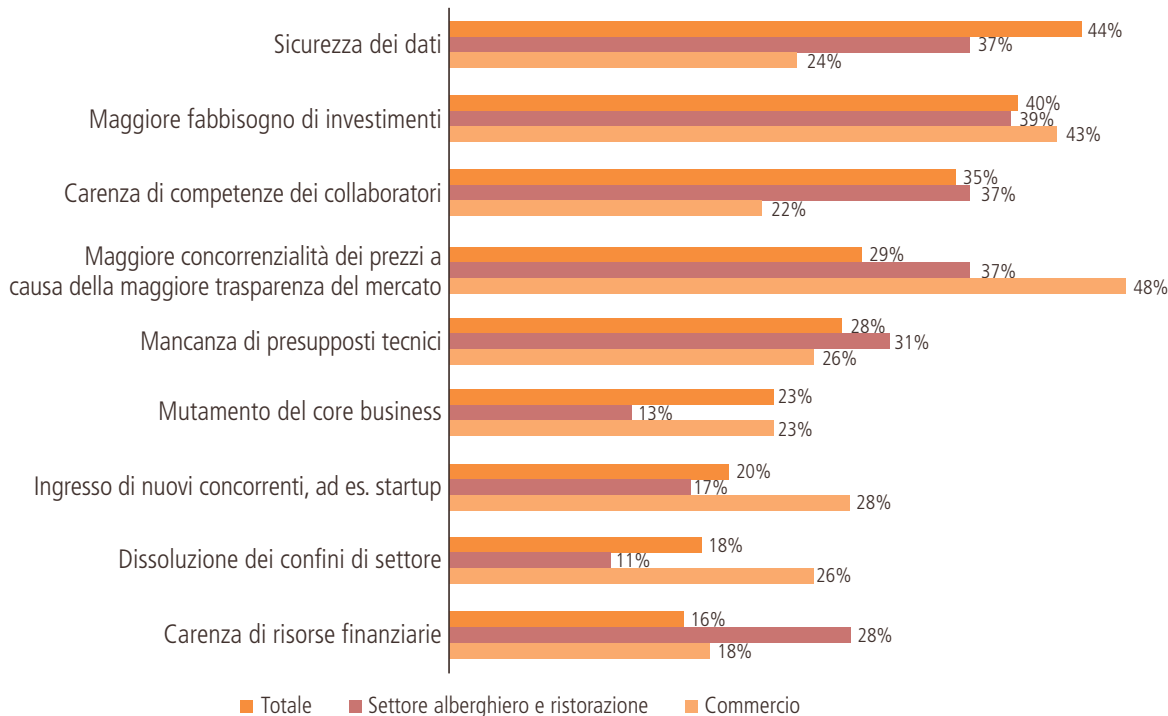
Fonte: Istituto per la gestione aziendale IFU-FHS (2017)

Sfide diverse a seconda del settore

Le sfide poste dalla digitalizzazione sono molteplici e differiscono da un settore all'altro. Le aziende manifatturiere e del settore edile vedono nella carenza di competenze dei propri collaboratori e nell'elevato fabbisogno di investimenti una pesantissima sfida. Le imprese del settore ICT percepiscono come una minaccia sostanziale il potenziale ingresso di nuovi concorrenti. Nel settore dei servizi come pure per le aziende attive in ambito sanitario e sociale la sicurezza dei dati rappresenta la questione principale all'ordine del giorno. Dal punto di vista del settore commerciale la rafforzata concorrenzialità dei prezzi dovuta a una maggiore trasparenza del mercato rappresenta la sfida maggiore della digitalizzazione. Quasi un'impresa

commerciale su due ha fatto riferimento a tale questione (vedi figura 7). I timori sono comprensibili. Dopotutto, la concorrenzialità dei prezzi e la diretta concorrenza per molti prodotti è a portata di clic. Anche nel settore alberghiero e della ristorazione la crescente trasparenza del mercato desta alcune preoccupazioni. Allo stesso tempo si avverte qui, più che in altri settori, il problema della reperibilità delle risorse finanziarie. Un timore del tutto comprensibile se si considera che il rendimento medio nel settore cade nelle categorie più basse, mentre l'incidenza dei fallimenti è piuttosto alta, con la conseguenza che le aziende hanno poca libertà di manovra per gli investimenti.

Quali sono le sfide per le PMI dei settori alberghiero e della ristorazione e del settore commerciale?



n = 603

Figura 7: sfide della digitalizzazione per il settore alberghiero e della ristorazione e commerciale
Fonte: Istituto per la gestione aziendale IFU-FHS (2017)

Ringraziamenti

Lo studio sulla situazione delle PMI 2017 è stato possibile grazie al supporto finanziario di Helvetia Svizzera, BDO Svizzera e Raiffeisen Svizzera. Ringraziamo tutti gli istituti cooperanti e gli esperti coinvolti per il loro prezioso sostegno.



Ihre Schweizer Versicherung

www.helvetia.ch



Gemeinsam Mehrwert schaffen

www.bdo.ch



Willkommen bei der Bank, die auch ein KMU ist

www.raiffeisen.ch/kmu

Contatti/Impressum

FHS St.Gallen

Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Institut für Unternehmensführung IFU-FHS
Rosenbergstrasse 59, Casella postale
9001 San Gallo, Svizzera
Tel. +41 226 13 80

ifu@fhsg.ch

www.fhsg.ch/ifu

Autori

Marco Gehrig, Wifried Lux, Rigo Tietz, Franziska Weis


Leggibilità

Allo scopo di migliorare la leggibilità, certi termini vengono utilizzati solo al maschile. La forma femminile è naturalmente sempre sottintesa.

Stampa

Schmid-Fehr AG, la tipografia multimediale
9403 Goldach, Svizzera



 **FHS St.Gallen**

 Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

FHS St.Gallen

Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Rosenbergstrasse 59, Casella postale

9001 San Gallo, Svizzera

Tel. +41 71 226 14 10

info@fhsg.ch

www.fhsg.ch

Visitate la FHS St.Gallen anche su

www.facebook.com/fhsstgallen


EFQM
Recognised for excellence
4 star - 2016

