



2020

Rapporto della FedEx Customer Sentiment Survey

OTTIMISMO E OPPORTUNITÀ PER IL FUTURO

La recente indagine sull'opinione delle PMI europee che abbiamo condotto tra i nostri clienti ha evidenziato che la stragrande maggioranza delle imprese guarda positivamente ai prossimi 12 mesi, dimostrando spesso una mentalità proiettata alla crescita e una prospettiva internazionale nonostante l'incertezza del panorama commerciale.

Quattro dati chiave

84%

delle PMI si dice ottimista riguardo al futuro della propria azienda

68%

delle PMI vede opportunità di vendita a nuovi clienti, nei mercati in cui già operano e/o in nuovi mercati



Le imprese in rapida crescita sono già dotate o progettano di dotarsi di una piattaforma di e-commerce con maggiore probabilità rispetto alle altre

(il 66% rispetto al 52% del campione)

77%

dei clienti che abbiamo intervistato esporta in mercati esteri

L'indagine

Nel mese di agosto 2020 abbiamo intervistato un totale di 2.242 clienti appartenenti a 7 settori diversi, in 31 paesi e territori, con una rappresentanza quasi equivalente di imprese che spediscono colli (43%) e merci pesanti o voluminose (57%). Tra chi ha risposto alla domanda relativa alle dimensioni dell'attività, è risultato che il 92% delle imprese intervistate ha meno di 250 dipendenti (di cui il 70% meno di 50).

I risultati in sintesi

Questo documento presenta i risultati della nostra recente Customer Sentiment Survey 2020.

Se il 2020 è stato un anno difficile in tutto il mondo, contraddistinto soprattutto da sconvolgimenti e incertezza, il dato che emerge con più chiarezza dalla nostra indagine è l'ottimismo.

Si tratta di un dato sorprendente considerando che i sondaggi sono stati condotti nel pieno della pandemia di COVID-19 e nel clima di incertezza sui rapporti commerciali tra Regno Unito e UE a causa dell'imminente post-Brexit.

Ma le imprese che abbiamo intervistato hanno affermato, in oltre l'80% dei casi, di guardare con ottimismo al loro futuro. Non solo: per i prossimi 12 mesi, più di un terzo prevede una crescita aziendale mentre circa 4 imprese su 10 prevedono di rimanere stabili.

Probabilmente questi risultati possono essere in parte ricondotti alle opportunità verso cui molti di voi stanno rivolgendo la propria attenzione, che si tratti di attrarre nuovi clienti, conquistare nuovi mercati o lanciare nuovi prodotti. Anche l'e-commerce si è dimostrato essere un evidente driver di crescita per molte imprese. Se il canale dimostrava già un rapido incremento tra le piccole e medie imprese (PMI), il COVID-19 ha dato un notevole impulso al suo sviluppo.

È inoltre incoraggiante notare che, a dispetto delle difficoltà sorte quest'anno, molte PMI conservano ancora una prospettiva globale. Tre quarti delle PMI intervistate sono esportatrici, molte su più mercati.

Con questo rapporto abbiamo voluto restituirvi una panoramica dell'opinione generale del settore delle PMI, per aiutarvi, attraverso i loro occhi, a individuare nuove potenzialità e opportunità da esplorare in futuro. L'indagine ha inoltre fornito a FedEx informazioni preziose su come servire meglio i suoi clienti in futuro.

Infine, ma non per importanza, vogliamo porgere un sentito ringraziamento a tutti i clienti che hanno contribuito a questa indagine e ci hanno aiutato a comprendere - e a far comprendere - lo sguardo delle PMI sul 2021 e oltre.

La risposta delle PMI alla pandemia

All'alba della pandemia di COVID-19, l'ampia maggioranza dei nostri clienti ha introdotto misure cautelative, nell'89% dei casi a garanzia della sicurezza del personale e dei clienti.

Ma le aziende si sono adeguate anche in altri modi. Poco meno di un terzo delle PMI (31%) ha potenziato la digitalizzazione dei processi interni, mentre una minoranza significativa sta valutando alternative per differenziare il rischio. Il 17% delle aziende intervistate sta cercando nuovi fornitori, mentre il 12% si sta approvvigionando in nuovi mercati.

Il 15%, inoltre, afferma di avere rivisto la rotta della propria attività, a dimostrazione di una rapida capacità di reazione di fronte al mutarsi delle circostanze.

Le PMI guardano con ottimismo al futuro

Le imprese prosperano in un clima di fiducia e siamo felici di notare che i nostri clienti ne dimostrano davvero molta. Nell'attuale clima di grande incertezza, questo dato sottolinea una notevole forza di spirito tra le PMI.

L'indagine ha infatti evidenziato che l'84% dei nostri clienti guarda con ottimismo al futuro della propria azienda.

Più precisamente, il 35% prevede di crescere nei prossimi 12 mesi. Altrettanto positivo è che il 38% delle PMI nostre clienti prevede, per lo stesso periodo, di rimanere stabile, dato che, in un clima come quello attuale, non è per nulla scontato.

“Il rapporto sull'opinione dei nostri clienti mette in luce la capacità delle PMI di affrontare con successo le difficoltà”, spiega Brenda McWilliams, Vice-President, Communication, Brand and Marketing Operations, FedEx Express. “Il fatto che così tante imprese guardino al 2021 con ottimismo è un segnale estremamente positivo, poiché questa fiducia sarà una risorsa molto importante nei prossimi 12 mesi in cui cercheranno di cogliere ogni nuova opportunità che offre il mercato”.

“

84%

delle PMI nostre clienti guarda con ottimismo al futuro della propria azienda.





58%

dei clienti vede opportunità di espansione nei mercati in cui è già presente attraverso la conquista di nuovi clienti.

“

Le PMI vedono opportunità di crescita

Oltre a una diffusa sensazione di ottimismo, molte delle PMI che compongono la nostra clientela stanno traducendo in pratica la loro fiducia, esplorando nuove opportunità per crescere.

Oltre due terzi di loro (68%) scorgono opportunità nella conquista di nuovi clienti, con il 58% che punta ad espandersi nei mercati in cui è già presente e il 30% (quasi un terzo) in nuovi mercati.

Ma le PMI non puntano solo a conquistare nuovi clienti: il 61% infatti, quasi due terzi, intravede opportunità per incrementare le vendite ai clienti attuali.

Altre PMI, invece, nei prossimi 12 mesi puntano a innovare e ad ampliare la loro offerta. Il 27% degli intervistati intende infatti lanciare o vendere nuovi prodotti, mentre il 23% pensa di incrementare le vendite attraverso i canali online.

“Le imprese più ambiziose devono mantenere un atteggiamento aperto nella ricerca di nuove opportunità, preparandosi - attraverso la loro offerta, i loro canali di vendita o le loro capacità internazionali - ad agire rapidamente quando verrà il momento”, ha affermato Brenda McWilliams.

“Consegne più rapide, una maggiore varietà di soluzioni economy, resi più semplici e consegne in tempi predefiniti sono tutti ottimi modi per distinguersi dalla concorrenza.”



Solo 1 impresa intervistata su 10 prevede di crescere di oltre il 20% nei prossimi 12 mesi. Abbiamo notato che questa minoranza dimostra alcune caratteristiche comuni e distintive.

Le imprese a rapida crescita:

- sono dotate o progettano di dotarsi di una piattaforma di ecommerce con maggiore probabilità (il 66% rispetto al 52% degli intervistati)
- esportano di più (l'82% contro il 77%)
- hanno individuato opportunità di espansione nei mercati che già presidiano e prevedono di conquistarvi nuovi clienti (il 66% rispetto al 58%)
- vedono più spesso opportunità di vendita a nuovi clienti in nuovi mercati (il 50% rispetto al 30%)

L'ecommerce: un driver di crescita per le PMI

La pandemia di COVID-19 ha dato grande impulso all'ecommerce. Metà delle imprese che abbiamo intervistato, già dotate di strutture di ecommerce, ha dichiarato un aumento delle vendite attraverso il canale negli ultimi sei mesi.

L'indagine ha evidenziato inoltre che le aziende già dotate di piattaforme di ecommerce sono più ottimiste riguardo la loro crescita futura, con il 43% che prevede un aumento delle attività nei prossimi 12 mesi. Per contro, solo il 31% delle imprese non ancora dotate di ecommerce prevede la stessa crescita.

Questi dati ribadiscono la centralità dell'ecommerce per molte aziende e spiegano perché oltre 1 PMI su 10 (il 12%) stia progettando di lanciare la sua prima offerta ecommerce nei prossimi sei mesi.

“Il COVID-19 ha cambiato il panorama commerciale”, afferma Chris Hodge, E-commerce Marketing Manager, FedEx Express, “imprimendo una marcata accelerazione allo sviluppo dell'ecommerce tra le PMI, non solo alla luce dei rinnovati comportamenti dei consumatori, ma anche perché le imprese sono diventate più coscienti della fragilità del sistema in caso di crisi e dell'importanza di rafforzare e intensificare le connessioni con i consumatori.

Abbiamo assistito alla crescita dell'ecommerce tra i nostri clienti in prima persona, adattando e integrando i nostri strumenti e servizi per aiutare le aziende a sfruttare a pieno questo importante canale. La nostra priorità è offrire loro due valori fondamentali - la semplicità e la flessibilità - per supportarli sulla strada della crescita.”



Le PMI pensano globale

L'indagine ha evidenziato che la maggior parte dei clienti intervistati gestisce aziende con collegamenti internazionali. Questa infografica illustra quanto il commercio nei mercati esteri incida sul successo delle PMI e come la diversificazione dei mercati possa essere una leva fondamentale per la generazione di nuovo fatturato, la gestione dei rischi e la resilienza aziendale.



77%

dei clienti che abbiamo intervistato
esporta in mercati esteri

– Di questi:

95% spedisce in altri
mercati europei
(UE e non UE)

58% spedisce
in mercati
extraeuropei



– Molti non esportano in un'unica regione

35% spedisce sia nei
mercati europei che
in quelli statunitensi

22% spedisce nei mercati
europei, nei mercati
dell'Asia-Pacifico e nei
mercati nordamericani

Opportunità globali

Opportunità globali - America Latina e Caraibi



Javier Orci, Marketing Manager, FedEx Express

Benché l'area LAC sia stata colpita duramente dal COVID-19, molti dei suoi mercati si stanno riprendendo bene, alcuni, come il Brasile, anche al di sopra delle aspettative.

Se questa ripresa rappresenta di certo una buona notizia per le imprese locali, lo è anche per le PMI europee che intendono operare in questi mercati. Di recente, i due segmenti che hanno registrato la crescita più marcata sono stati l'e-commerce e il B2C e potrebbero quindi offrire buone potenzialità di espansione per le PMI del vecchio continente.

Tra i paesi dell'area LAC, il Messico, in particolare, sembra offrire moltissime opportunità, in particolare nei suoi settori traino: i ricambi automobilistici e l'industria aerospaziale che, soprattutto nel primo caso, dopo la recente contrazione stanno iniziando a riprendersi.

Opportunità globali - Asia-Pacifico

Masahiro Kiyosawa, Managing Director Marketing, NPAC, FedEx Express

L'Asia può rappresentare un mercato di grande interesse per le PMI europee. Cina, Giappone, Hong Kong e Corea del Sud offrono attualmente grandi opportunità di vendita e tutto il continente asiatico resta comunque molto affezionato ai prodotti europei.

Tra quelli più richiesti figurano i beni di lusso, l'arredamento, l'illuminazione, la moda, la pelletteria e le calzature. La preferenza non va solo ai grandi marchi: soprattutto nella moda, gli acquirenti dimostrano interesse anche verso i produttori e i brand meno noti.

Un aspetto particolarmente interessante, tuttavia, è che molti paesi asiatici stanno crescendo come mercati di importazione. Questo canale offre moltissime opportunità, ma, ovviamente, anche le esportazioni rappresentano un aspetto determinante. I paesi asiatici possono continuare a essere partner d'importazione chiave per le PMI europee, tanto per le materie prime quanto per i componenti lavorati, a prezzo inferiore, da utilizzare nei propri prodotti.





Opportunità globali - Stati Uniti

Amar Sakaan, Marketing Director, FedEx Express

Stiamo notando che sempre più imprese vogliono spedire direttamente ai loro clienti per evitare i costi di un intermediario, un aspetto da valutare per le PMI che non hanno ancora realizzato un proprio ecommerce.

Al momento, le spedizioni per via aerea registrano i volumi più elevati nelle esportazioni

di materie prime dall'Europa agli Stati Uniti, oltre a prodotti chimici e altre merci che richiedono trattamenti speciali.

Oltre alla convenienza, i clienti statunitensi pretendono fiducia e affidabilità: le PMI che sapranno accontentarli saranno quelle che avranno maggiori opportunità.

In che modo FedEx può aiutarvi a spedire fuori dall'UE

Le principali sfide per le PMI



Tempi di consegna affidabili



Servizi di sdoganamento



Costi di spedizione



Incertezza legata alla Brexit

Soluzioni FedEx

Una gamma completa di soluzioni di spedizione con tempi e giorni predefiniti, anche con consegne il giorno successivo.

Lo status di Operatore Economico Autorizzato (AEO) per velocizzare le spedizioni e un team di migliaia di specialisti per assicurare la conformità ai requisiti doganali.

Opzioni di spedizione economy per consentirvi di offrire sempre la soluzione più conveniente.

Una piattaforma di risorse costantemente aggiornata con guide, spiegazioni e informazioni sui processi di spedizione e i loro ultimi sviluppi.

Previsioni per il 2021: i risultati nel dettaglio

Il settore con più fiducia è quello dell'healthcare

Nel complesso, l'indagine di quest'anno ha riscontrato una scarsa incidenza del settore di attività sulla fiducia delle imprese verso l'anno a venire. L'healthcare è comunque il settore in cui le PMI si dicono più ottimiste sulla crescita o la stabilità delle proprie attività. All'estremità opposta, il settore che dimostra meno fiducia è quello della moda e dell'abbigliamento.

I clienti che spediscono merci pesanti o voluminose prevedono una crescita dell'e-commerce

Poco più della metà dei clienti che spedisce merci pesanti o voluminose (51%) è già dotata o progetta di dotarsi di una piattaforma di e-commerce, con il 61% che prevede una crescita del fatturato derivante da questo canale nei prossimi 12 mesi.

L'ottimismo non dipende dalle dimensioni delle aziende

Le imprese più grandi non sono né più né meno ottimiste rispetto a quelle più piccole.



Cosa pensano le PMI dei 4 mercati più importanti?



La percentuale di imprese che...

	REGNO UNITO	GERMANIA	FRANCIA	SPAGNA
Si dice ottimista riguardo al futuro della propria azienda.	87%	91%	84%	71%
Prevede un aumento o la stabilità della propria attività nei prossimi 12 mesi.	80%	74%	73%	63%
Ha o prevede di dotarsi di una piattaforma di ecommerce.	38%	60%	47%	57%
Vede opportunità di vendita dei propri prodotti a nuovi clienti nei mercati attuali e in mercati inediti.	50%	79%	80%	71%

I prossimi passi per la vostra azienda

I dati che abbiamo illustrato in questo rapporto dimostrano un sorprendente livello di ottimismo tra le imprese europee, oltre a una notevole capacità di affrontare le difficoltà, malgrado l'incerto ambiente commerciale mondiale.

Questa fiducia può di certo alimentare il loro successo, e il fatto che molte di loro siano alla ricerca di opportunità per conquistare nuovi clienti e sviluppare le loro operazioni ecommerce evidenzia in modo chiaro che sia i mercati nazionali che quelli internazionali offrono ancora potenzialità da sfruttare.

FedEx ha tutte le competenze, l'esperienza e le capacità necessarie per aiutarvi a realizzare le vostre ambizioni e sfruttare al meglio le opportunità che il nostro network di spedizione è in grado di offrirvi. Visitate [fedex.com](https://www.fedex.com) per saperne di più.