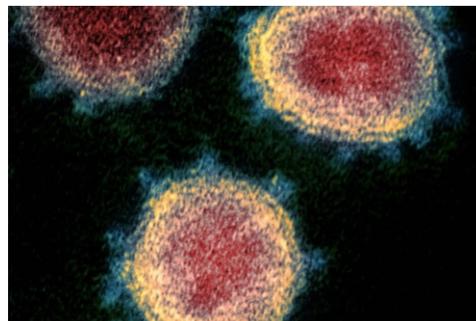


Impatto del Covid-19 sulla business community italo-tedesca

L'indagine condotta in Italia dalla Camera di commercio italo-tedesca mette in luce l'incertezza e i timori su logistica e approvvigionamenti.

13 marzo 2020 08:47

La Camera di commercio italo-tedesca (AHK) ha condotto un'indagine rapida per valutare il sentiment delle aziende che vantano relazioni molto strette tra Italia e Germania (report completo in allegato). La rilevazione è stata condotta dal 2 al 4 marzo 2020 - quindi prima dei provvedimenti più restrittivi emanati dal Governo - tra le aziende socie della AHK Italiani aventi sede nel nostro paese, senza distinzione di dimensione. Hanno risposto 91 aziende di produzione (58%) e servizi (42%), con sede soprattutto nel Nord Italia sia per la locazione del quartier generale (Lombardia, Veneto) sia per quella delle altre sedi (Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna).



Dall'indagine emerge che la business community italo-tedesca si trova in una situazione di incertezza che destabilizza, esprime prudenza sull'impatto avuto dalla diffusione del coronavirus (delle misure prese per contenerla) e non è ancora in grado di valutare le ripercussioni sui fatturati. In particolare, il 35% del campione ritiene che sia ancora troppo presto per fare valutazioni, mentre oltre il 57% rileva già impatti poco o molto gravi.

Le conseguenze più temute dalle imprese intervistate riguardano il calo della domanda (33% del campione) e, in uno scenario economico globale già in rallentamento, le ripercussioni sulla filiera, in particolare sul sistema produttivo integrato Italia/Germania (Joint Production).

Nello scenario italiano - e in particolare del Nord Italia - la diffusione del coronavirus sta avendo conseguenze in ambito della logistica (34% del campione), dell'approvvigionamento (18,7%) e della disponibilità delle risorse umane (26,4%), ma - nota positiva - c'è fiducia sui tempi di recupero. Va anche sottolineato che solo un quarto delle aziende ha dovuto fermare qualche attività a seguito di misure emanate dalle autorità.

Tra le misure ritenute necessarie dalle imprese per superare l'emergenza, al primo posto ci sono agevolazioni fiscali e detassazione (46%), seguite da iniziative per ridurre l'allarmismo, recuperare la fiducia dei mercati e difendere la reputazione dell'Italia (22%). Seguono ammortizzatori sociali (13%), supporto allo smart-working (9%) e flessibilità nel limitare le attività (6%).

Queste misure - rileva il report - non devono limitarsi a compensare una necessità contingente ma devono essere attuate con l'obiettivo di ripartire più forti e agili di prima, continuando a investire sui driver che hanno permesso alle imprese di non fermarsi durante questo momento. Emerge inoltre la necessità di recuperare la credibilità e la fiducia agli occhi degli investitori internazionali. Molte aziende hanno sottolineato come la narrazione della diffusione del coronavirus abbia impattato negativamente sull'attività economica dell'intero Paese e chiedono a gran voce alle istituzioni di mettere in atto iniziative di comunicazione per recuperare il terreno perso.

© Polimerica - Riproduzione riservata