

## Elaborazione flash

Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia

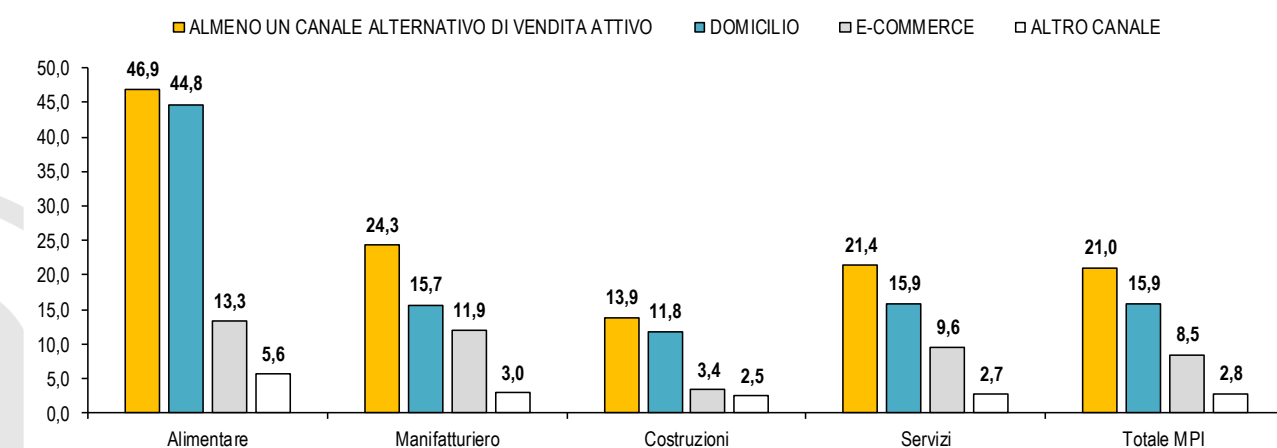
### La crisi Covid-19 modifica il 'fare impresa' delle MPI lombarde: più vendite a domicilio, più e-commerce e più smart-working

In Lombardia 135 mila micro e piccole imprese, pari al 21,0% del totale si servono di almeno un canale alternativo di vendita come vendite a domicilio, e-commerce, vendite televisive, etc. La crisi Covid-19 ha intensificato l'utilizzo di nuovi canali: sono salite del 17,4% le imprese che fanno consegne a domicilio e del 12,0% le imprese che fanno e-commerce. La reattività alla situazione di emergenza porterà alla fine del prossimo anno 15 mila MPI in più ad utilizzare il commercio elettronico. Il 26,1% delle MPI utilizza lo smart-working. L'80% di queste imprese ha organizzato l'attività a distanza solo a seguito dello scoppio dell'emergenza sanitaria.

#### I canali alternativi di vendita delle MPI nell'emergenza Covid-19

Sulla base di una rilevazione condotta nel mese di aprile su oltre 3.700 imprese fino a 50 addetti, si stima che **1 micro e piccola impresa lombarda su 5 utilizza almeno un canale alternativo di vendita per proseguire l'attività; in valore assoluto si tratta di 135 mila MPI lombarde.** L'impiego di almeno un canale alternativo è più diffuso nelle imprese dell'Alimentare, con una quota che è del 46,9%. Seguono le MPI Manifatturiere *no food* con il 24,3% e quelle dei Servizi con il 21,4%.

**Micro e piccole imprese lombarde con canale alternativi di vendita per tipologia di canale e per comparto**  
periodo 7-14 aprile 2020 -% su totale rispondenti



Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat e aggiornamento survey 'Effetti del coronavirus sulle MPI'

#### Elaborazione Flash

**La crisi Covid-19 modifica il 'fare impresa' delle MPI lombarde:  
più vendite a domicilio, più e-commerce e più smart-working**

Il canale alternativo più utilizzato è quello della **vendita a domicilio**, che registra un utilizzo da parte del 15,9% delle MPI. La quota sale al 44,8% per le MPI del food; seguono, a distanza, i Servizi (15,9%) e il Manifatturiero (15,7%).

L'**e-commerce** è presente per l'8,5% delle MPI, e anche per questo canale le quote più elevate si confermano per Alimentare (13,3%) e Manifatturiero (11,9%). Gli Altri canali (vendite televisive, altri intermediari, ecc.) presentano una diffusione più limitata (2,8%).

**Canali alternativi vendita per MPI in crisi Covid-19: vendita a domicilio ed e-commerce, vendite tv e altro per comparto**  
aprile 2020 - imprese attive con meno di 50 addetti, in migliaia

	Universo MPI (.000)	almeno un canale alternativo vendita %	almeno un canale alternativo vendita (.000)	vendite domicilio %	vendite domicilio (.000)	e-commerce %	e-commerce (.000)	altro (vendite tv, intermediari, ecc.) %	altro (vendite tv, intermediari, ecc.) (.000)
Alimentare	47	46,9	22	44,8	21	13,3	6	5,6	3
Manifatturiero	68	24,3	16	15,7	11	11,9	8	3,0	2
Costruzioni	94	13,9	13	11,8	11	3,4	3	2,5	2
Servizi, escluso commercio	431	21,4	92	15,9	68	9,6	41	2,7	12
<b>Totale MPI</b>	<b>640</b>	<b>21,0</b>	<b>135</b>	<b>15,9</b>	<b>102</b>	<b>8,5</b>	<b>54</b>	<b>2,8</b>	<b>18</b>

Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia su dati Istat e aggiornamento survey 'Effetti del coronavirus sulle MPI'

I provvedimenti legati all'emergenza Covid-19 hanno determinato shock senza precedenti sulla domanda e offerta del sistema di MPI lombarde, determinando l'attivazione di canali alternativi di vendita per raggiungere i clienti confinati nelle proprie abitazioni.

**Vendite a domicilio** - Le MPI che utilizzano le vendite a domicilio come canale alternativo di vendita sono salite del 17,4%. L'emergenza sanitaria determinerà profondi cambiamenti nella mobilità e la domanda dei consumatori, determinando una selezione degli accessi alla vendita diretta. È in questa prospettiva che una quota significativa di imprese, pur non avendo ancora adottato la vendita a domicilio, conta di attivarla a breve. Se consideriamo anche questo segmento di imprese, la crisi Covid-19 determina un tasso potenziale di espansione di canali di vendita alternativi che è pari al 34,6%.

**Attivazione vendite a domicilio delle MPI lombarde in emergenza Covid-19 per comparto**

aprile 2020 - imprese attive con meno di 50 addetti, in migliaia

settore	Si, lo ho utilizzato nella crisi Covid-19			Si, lo ho utilizzato nella crisi Covid-19			tasso attivazione con emergenza Covid-19	tasso sviluppo potenziale dopo emergenza Covid-19
	Si, lo utilizzavo già prima	Conto di utilizzarlo presto	Conto di utilizzarlo presto (c)	Si, lo utilizzavo già prima (a)	Si, lo ho utilizzato nella crisi Covid-19 (b)	Conto di utilizzarlo presto (c)		
	% sul totale			val. ass. (.000)			% (b/a)	% (b+c)/a
Alimentare	27,3	17,5	11,2	13	8	5	64,1	105,1
Manifatturiero	14,8	0,9	1,1	10	1	1	6,2	13,8
Costruzioni	11,1	0,7	0,9	10	1	1	6,5	14,8
Servizi, escluso commercio	13,0	2,9	3,3	56	13	14	22,7	48,1
<b>Totale MPI</b>	<b>13,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>87</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>17,4</b>	<b>34,6</b>

Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia su dati Istat e aggiornamento survey 'Effetti del coronavirus sulle MPI'

**E-commerce** – La crisi Covid-19 ha determinato una marcata accentuazione dell'utilizzo del canale delle vendite on line da parte delle MPI. Il tasso di attivazione - rapporto tra coloro che hanno attivato il canale nell'emergenza sanitaria e quelli che utilizzavano precedentemente l'e-commerce - è del 12,0%, mentre balza al 43,0% il tasso potenziale di espansione, rapporto che considera sia chi ha attivato il canale nell'emergenza e sia chi pensa di attivarlo a breve. La consapevolezza dell'efficacia del commercio elettronico, quindi, si è diffusa rapidamente tra le MPI, anche in questo caso con particolare accentuazione nelle imprese del *food*; gli investimenti e le difficoltà di riprogettare processi primari delle imprese richiedono tempo per implementare l'e-commerce nelle micro-piccole imprese, come evidenziato dall'ampia quota di coloro che intendono utilizzarlo a breve.

#### Attivazione e-commerce delle MPI lombarde in emergenza Covid-19 per comparto

aprile 2020 - imprese attive con meno di 50 addetti, in migliaia

settore	Si, lo utilizzavo già prima	Si, lo ho utilizzato nella crisi Covid-19	Conto di utilizzarlo presto	Si, lo utilizzavo già prima (a)	Si, lo ho utilizzato nella crisi Covid-19 (b)	Conto di utilizzarlo presto (c)	tasso attivazione con emergenza Covid-19	tasso sviluppo potenziale dopo emergenza Covid-19
	% sul totale			val. ass. (.000)			% (b/a)	% (b+c)/a
Alimentare	6,3	7,0	3,5	3	3	2	111,1	166,7
Manifatturiero	11,5	0,5	1,9	8	0	1	4,0	20,8
Costruzioni	3,2	0,2	0,8	3	0	1	6,5	32,3
Servizi, escluso commercio	8,5	1,1	3,8	37	5	16	12,9	57,4
<b>Totale MPI</b>	<b>7,6</b>	<b>0,9</b>	<b>2,4</b>	<b>49</b>	<b>6</b>	<b>15</b>	<b>12,0</b>	<b>43,0</b>

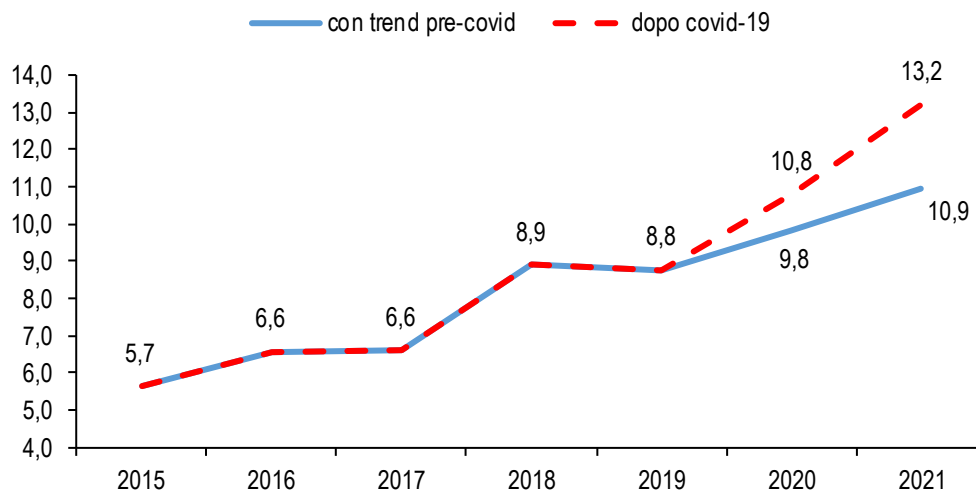
Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia su dati Istat e aggiornamento survey 'Effetti del coronavirus sulle MPI'

#### L'emergenza Covid-19 modifica il trend delle MPI con e-commerce: +15 mila imprese

Prendendo a riferimento la quota di piccole imprese che vendono on line, si osserva che negli ultimi quattro anni il tasso di crescita delle imprese fino a 50 addetti attive nell'e-commerce è dell'11,6% medio annuo. Qualora, secondo una valutazione prudenziale, il 70% delle MPI che hanno espresso l'intenzione di adottare il nuovo canale realizzasse il progetto nell'arco di un biennio, nel 2021 la quota di piccole imprese attive nell'e-commerce sarebbe di 2,3 punti superiore al valore di trend: applicando tale differenziale all'universo delle MPI si stima che siano 15 mila micro e piccole imprese in più attivate dall'emergenza coronavirus nell'utilizzo del commercio elettronico.

#### Piccole imprese lombarde con e-commerce: effetto attivazione in emergenza Covid-19

% piccole imprese – trend preCovi-19: tasso medio crescita 2015-2019



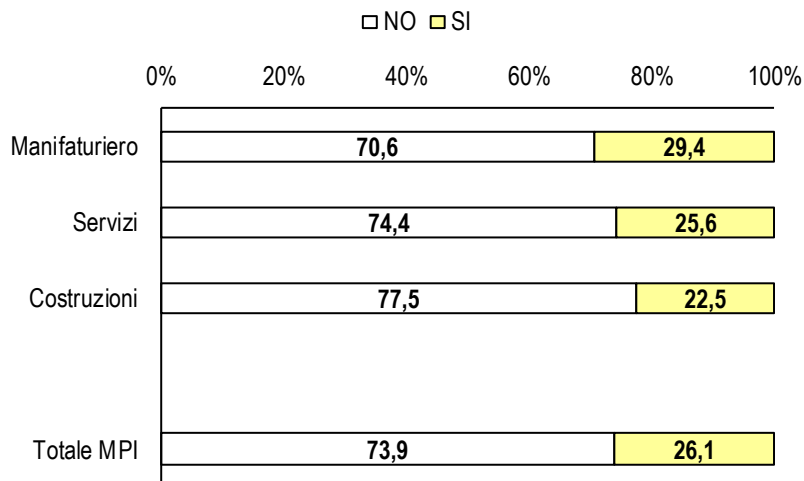
Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia su dati Istat e agg. survey 'Effetti del coronavirus sulle MPI'

#### Elaborazione Flash

### Smart working in crescita nelle MPI, ma non è modalità organizzativa adatta per tutti

Un'impresa su quattro delle micro-piccole imprese e imprese artigiane lombarde, attive ad inizio aprile, hanno implementato soluzioni di *smart working*. È il Manifatturiero il settore per cui si rileva una quota più alta di imprese che hanno riorganizzato tutta o una parte dell'attività in modalità a distanza (29,4%), seguono i Servizi (25,6%).

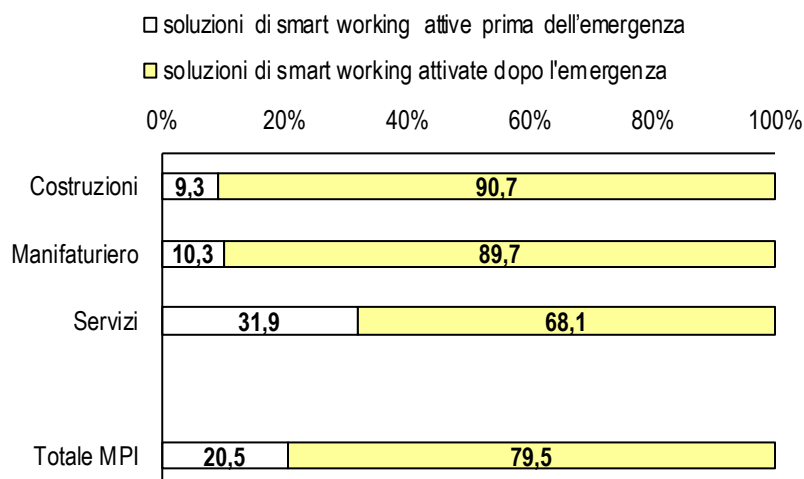
**L'impresa ha riorganizzato tutta o una parte dell'attività in modalità a distanza o attraverso lavoro agile/smart working?:**  
aprile 2020 -% tot. imp. che proseguono completamente/parzialmente l'attività



Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia su dati Sondaggio 2<sup>a</sup> edizione 14 aprile 'Effetti del coronavirus sulle MPI lombarde'

Tra le imprese che hanno riorganizzato tutta o una parte di attività a distanza: il 20,5% ha ampliato soluzioni già esistenti e il 79,5% ha implementato soluzioni temporanee a seguito dell'emergenza. I Servizi sono il settore con una quota più ampia di imprese che già prima dell'emergenza Covid-19 adottava forme di lavoro a distanza (31,9%).

**MPI lombarde che hanno riorganizzato tutta o una parte dell'attività in modalità a distanza o lavoro agile/smart working**  
Aprile 2020 -% imp. attive che hanno riorganizzato tutta o una parte di attività in smart-working



Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia su dati Sondaggio 2<sup>a</sup> edizione 14 aprile 'Effetti del coronavirus sulle MPI lombarde'

**La crisi Covid-19 modifica il 'fare impresa' delle MPI lombarde:  
più vendite a domicilio, più e-commerce e più smart-working**

Il 73,9% delle MPI intervistate non ha adottato forme di lavoro agile poiché nella gran parte dei casi (94,9% del totale imprese che non svolge alcuna attività in smart working) l'attività svolta non risulta conciliabile con il lavoro agile. Come prevedibile, sono per lo più le imprese delle Costruzioni (75,4%) a ritenere il lavoro agile inconciliabile con la propria attività. Confrontando il numero delle imprese che già adottavano lo smart working prima dell'emergenza e quelle che si sono organizzate solo successivamente allo scoppio della crisi Covid-19 si rileva un incremento medio complessivo superiore al 300%.

**L'impresa ha riorganizzato tutta o una parte dell'attività in modalità a distanza o attraverso lavoro agile/smart working?:**  
aprile 2020 -%tot. imp. che proseguono completamente/parzialmente l'attività

		manifatturiero	costruzioni	servizi, escluso commercio	Totale MPI
<b>% sul totale</b>	No, non abbiamo concesso lavoro agile	3,0	1,6	2,7	2,6
	No, perché la nostra attività non è compatibile con il lavoro agile	66,0	75,4	70,3	70,1
	No, perché non disponiamo dell'attrezzatura necessaria (es. pc portatili)	1,5	0,5	1,4	1,2
	Si, abbiamo ampliato soluzioni di smart working rispetto a quelle già attive prima dell'emergenza	3,0	2,1	8,2	5,4
	Si, abbiamo implementato soluzioni temporanee di smart working	26,4	20,4	17,5	20,7
<b>val. ass. (.000)</b>	No, non abbiamo concesso lavoro agile	2	1	13	16
	No, perché la nostra attività non è compatibile con il lavoro agile	48	71	332	449
	No, perché non disponiamo dell'attrezzatura necessaria (es. pc portatili)	1	0	6	8
	Si, abbiamo ampliato soluzioni di smart working rispetto a quelle già attive prima dell'emergenza	2	2	39	34
	Si, abbiamo implementato soluzioni temporanee di smart working	19	19	83	133

Elaborazione Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia su dati Istat e aggiornamento survey 'Effetti del coronavirus sulle MPI'