



# Italia

## Promuovere la crescita delle PMI:

## “sbloccare” la ripresa attraverso il commercio elettronico



UPS, in collaborazione con Nathan Associates, Confartigianato, Federvini e PIN, Polo Universitario Città di Prato dell'Università di Firenze, ha intervistato 101 PMI in Italia per comprendere come l'attuazione di politiche commerciali nazionali e internazionali possano sostenere meglio le PMI nel competere nel mercato online globale. Il 40% delle PMI intervistate è a guida femminile. Di seguito sono elencate alcune delle sfide, tendenze e quindi raccomandazioni da seguire emerse da questo sondaggio.

### L'impatto del COVID-19 ad oggi

In un simile sondaggio svolto nel 2020-2021, la diminuzione dei flussi monetari e i costi aggiuntivi legati al gestione del COVID-19 erano stati già riportati quali sfide principali portate dalla pandemia.



## Tendenze e sfide del commercio elettronico

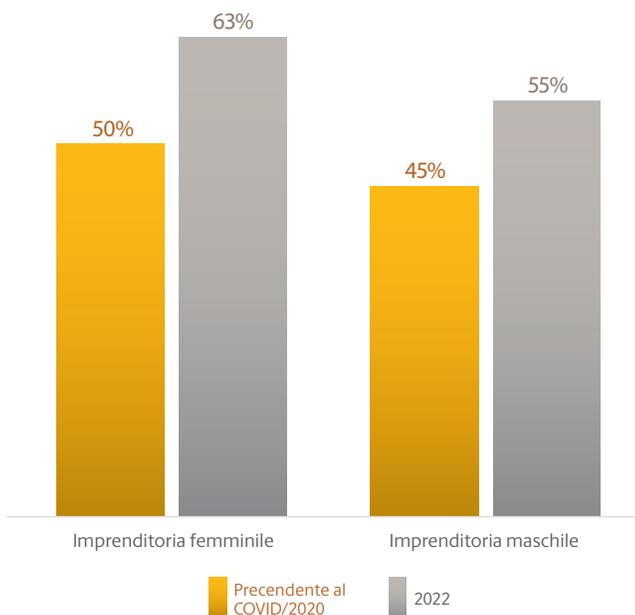
### Principali sfide del commercio elettronico nel 2022

- Interruzioni delle supply chain
- Recupero dei costi delle tariffe legate al commercio elettronico
- Marketing e branding online
- Accesso a risorse economiche che facilitino il passaggio all'e-commerce

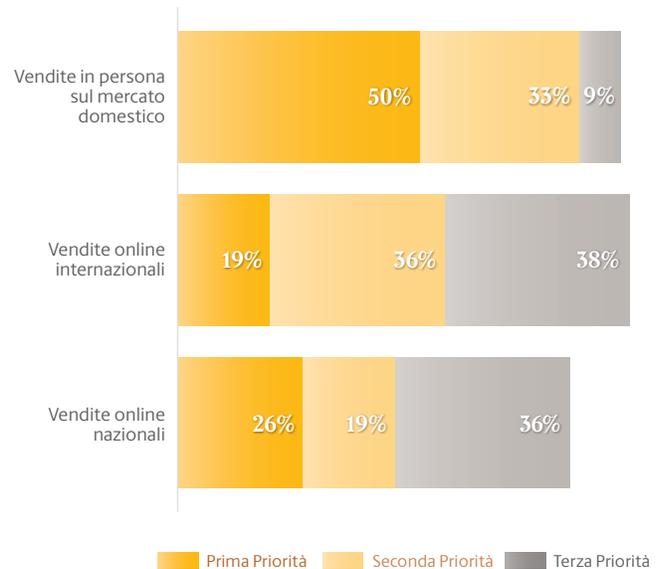
### L'e-commerce è una priorità?

Per le PMI che oggi già vendono online, il commercio elettronico è un'area di crescita prioritaria, con le vendite online nazionali e internazionali rispettivamente al primo e secondo posto nella classifica delle priorità.

Vendite online delle PMI dal periodo precedente al COVID al 2022



Obiettivi di crescita aziendale per le PMI per i prossimi due anni



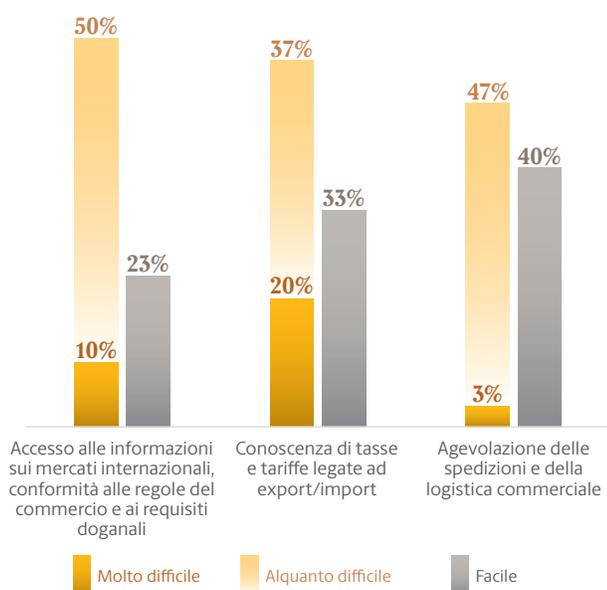


## Tendenze e sfide nell'export

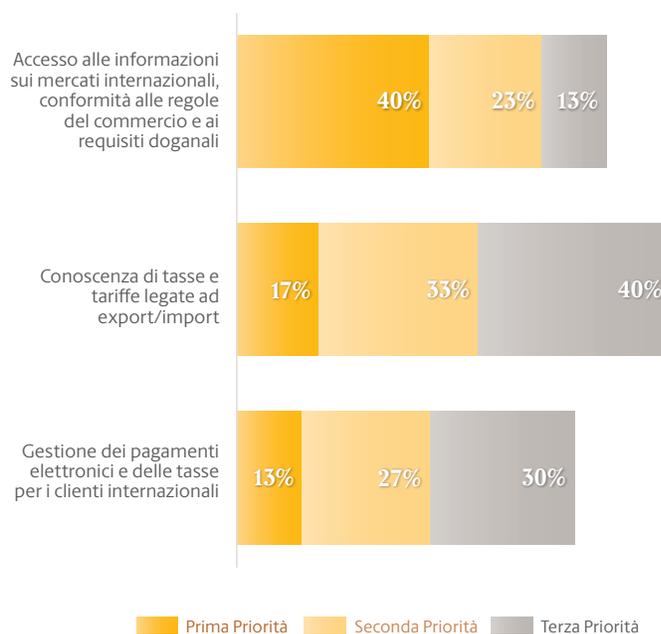
Di un terzo delle PMI intervistate che già esportano, più della metà (53%) ha affermato che esportare è diventato più facile dall'inizio della pandemia del COVID-19. Come anche riportato nel 2021, la gestione dei requisiti e costi legati alle attività doganali è stata una delle sfide principali per le PMI. Inoltre, mentre per gli intervistati del 2021 la protezione dei diritti di proprietà intellettuale era un'altra sfida di primaria importanza, nel 2022 solo il 30% degli intervistati l'ha indicata come "molto" o "piuttosto" ardua. Nel 2022, le PMI hanno individuato le seguenti come le tre sfide principali:

- Accesso alle informazioni sui mercati internazionali, conformità alle regole del commercio e ai requisiti doganali
- Conoscenza di tasse e tariffe legate ad export/import
- Agevolazione delle spedizioni e della logistica commerciale

### Sfide per le esportazioni ecommerce delle PMI



### Priorità di intervento sulla normativa a supporto dell'export tramite ecommerce per le PMI



## Raccomandazioni di policy



**Creare capacità per gestire il commercio elettronico.** Garantire un'offerta continua di formazione per PMI, tramite corsi, promossi a livello istituzionale sulla gestione delle attività di commercio elettronico, ad esempio la creazione di un negozio online, la gestione della logistica, i pagamenti digitali e il marketing online.



**Promuovere l'alfabetizzazione digitale.** Sviluppare la conoscenza dell'ecosistema digitale e la sua gestione, a supporto della domanda di servizi per acquisto e vendita tramite ecommerce.



**Ampliare l'accesso ad agevolazioni economiche.** Migliorare la possibilità di usufruire di crediti d'imposta e sostegni alla formazione per incoraggiare le PMI a passare a modalità di commercio elettronico.



**Facilitare l'accesso alle informazioni su come esportare.** Mettere a disposizione in modo continuo informazioni dettagliate sulle opportunità di export tramite commercio elettronico.



**Includere l'export nel Fondo per l'imprenditoria femminile.** Prevedere la promozione delle esportazioni come voce finanziabile da questo Fondo.



**Finalizzazione dell'infrastruttura digitale.** Sviluppare il piano dei voucher di connettività combinandolo con la formazione per l'ecommerce al fine di rafforzare la domanda e l'utilizzo di questi servizi.