

PMI: incertezza sul primo trimestre 2023 in perdita per 4 aziende su 10. Boom di fatturato nel 2022 ma calano redditività e liquidità

Da un campione di 642 piccole e medie imprese italiane emerge un dato incontrovertibile: l'anno 2022 si è concluso molto bene sul fronte dei ricavi, con il settore turistico e abbigliamento-moda che registrano gli incrementi più decisi. Caro energia e materie prime fuori controllo hanno generato una forte compressione dei margini, con impatti importanti sulla liquidità aziendale e un primo trimestre del 2023 che si annuncia in perdita per 4 aziende su 10.

Milano, 10 marzo 2023 – Nel 2022 ben 8 aziende su 10 hanno registrato performance commerciali di molto superiori al 2021, arrivando in taluni casi addirittura a raddoppiare il fatturato. Su tutti, spiccano la performance del settore turistico e dell'abbigliamento-moda che fanno registrare rispettivamente un incremento del +41% e del 37% rispetto al fatturato 2021. Questo è il dato che emerge da un campione di 642 aziende italiane analizzato da I-AER, *Institute of Applied Economic Research*, sull'anno 2022.

“Più in dettaglio - afferma Fabio Papa – docente di economia e fondatore di I-AER - è possibile affermare che l'aumento del fatturato delle imprese analizzate è stato davvero consistente: +18,3% rispetto al 2021 con ben 8 aziende su 10 che hanno registrato performance commerciali di molto superiori al 2021, arrivando in taluni casi addirittura a raddoppiare il fatturato. Questo fenomeno è visibile in modo indipendente dal settore analizzato ed è riconducibile all'enorme sforzo imprenditoriale che le aziende italiane hanno effettuato nel biennio 21-22. Dall'altra parte, si evidenzia come siano soprattutto le aziende del centro-sud ad aver fatto registrare gli incrementi più significativi dei ricavi, con regione Marche e Campania a fare la parte dei leoni, ciò soprattutto grazie alla ripresa dei distretti del fashion e del turismo, fortemente vessati durante il periodo 2020/2021”, spiega Papa.

Ma se da un lato le imprese possono essere soddisfatte del ritorno avuto sul fronte commerciale, non si può dire lo stesso sul lato delle marginalità.

Il quadro delineato da I-AER premia quindi il dinamismo commerciale degli alfieri del *Made in Italy* pur facendo trapelare qualche preoccupazione rispetto alla sostenibilità dell'azione imprenditoriale delle nostre imprese. *“Uno dei driver che ha impattato in modo significativo sui risultati derivanti dalle nostre analisi – spiegano i ricercatori di I-AER - è rappresentato*

dall'inflazione, fenomeno che ha colpito in maniera straordinariamente forte non solo i privati ma anche le imprese. Infatti, ben 7 aziende su 10 dichiarano di essere fortemente preoccupate per le conseguenze generate dal rincaro dei prezzi, con particolare riferimento alle politiche che le Banche Centrali andranno ad implementare nel corso del 2023 proprio per riportare l'inflazione a livelli accettabili. Questi timori legati alla stretta creditizia già in atto, in unione al calo della redditività che si è registrato nel 2022, giustificano una ridotta propensione agli investimenti, giudicati troppo onerosi da sostenere a causa dell'innalzamento dei tassi di interesse. Tale sentiment è presente in oltre un terzo del campione intervistato".

Le analisi presentate da I-AER, in collaborazione con Aida Partners PR, anticipano dei trend che si stanno verificando nel corso dell'esercizio 2023. Su tutti il calo generalizzato della domanda.

Già a partire dal quarto trimestre 2022 si è verificato un importante rallentamento della domanda, soprattutto per l'ambito della produzione e dei servizi, con impatti importanti non solo sul fatturato ma anche sulla stessa redditività delle imprese. Questo fenomeno, si è addirittura amplificato nel primo trimestre 2023. I dati a disposizione di I-AER mostrano una evidente contrazione degli ordinativi per 6 imprese su 10, con *"il 40% delle imprese intervistate che subirà delle perdite economiche nei primi tre mesi dell'anno. Più in dettaglio, la redditività del campione intervistato (che a fine 2022 si attestava a 6€ per ogni 100€ di fatturato), nel primo trimestre 2023 scenderà a -8€ per ogni 100€ di fatturato. Un dato che desta forti preoccupazioni all'interno delle aziende"*.

Dallo studio dei ricercatori di I-AER emerge che, nonostante la situazione delineata sia piuttosto critica, ci sono imprese che continuano ad andare bene anche nel corso di un anno 2023 così complicato.

Tra le imprese che resistono e che continuano a crescere, I-AER ha individuato tre macro-tipologie ben precise: (i) aziende operanti su clientela di fascia medio-alta (ii) imprese che hanno un livello di internazionalizzazione del fatturato superiore al 70% (iii) aziende iper-localizzate ed altamente dinamiche su pratiche di sviluppo commerciale. *"Da ciò – conclude Papa – si evince chiaramente che quelle società che sono dotate di una chiara strategia di sviluppo sono sostanzialmente più resilienti e in grado di contrastare l'incertezza che caratterizzerà anche l'anno in corso, periodo nel quale ci dovremo aspettare nuovi rincari dei tassi di interesse e una domanda singhiozzante almeno fino al terzo trimestre 2023. Chi invece deciderà di non scegliere, allontanandosi dai tre macro-tipi di strategie individuate da I-AER, subirà cali di competitività sempre più netti. Già a partire dal prossimo trimestre"*.

Domenico Ciano

Corporate Communication & Public Affairs Manager Consultant

mob. +39.329 5986982

Per informazioni e approfondimenti:

hello@i-aer.com

[+39 335 567 9042](tel:+393355679042)