

Indagine internazionale AlixPartners/Economist Intelligence Unit

**Le imprese, con maggiore liquidità, sono pronte a concentrarsi sulla crescita nel 2012
Ma l'incertezza sul fronte economico-politico invita alla cautela e a una crescita moderata**

Le aziende non si aspettano ancora significativi miglioramenti

- **63% del campione vede come possibile una recessione double dip**

Il rilancio dell'azienda, con nuovi investimenti, è una questione rimandata al medio periodo

- Solo il 16% del campione a livello mondiale farà nuovi investimenti nei prossimi 12 mesi
- La percentuale sale decisamente nel medio termine: il 54% del panel europeo prevede di avviare importanti progetti d'investimento entro i prossimi tre anni

Le chiavi per la crescita sono state identificate su tre fronti:

- **Investimenti in tecnologia**
- **Operazioni di M&A, per lo più in Asia Pacifico**
- **Ingresso in nuovi mercati, in particolare nell'Asia Pacifico**

Altri elementi prioritari per il panel europeo:

- **Riduzione del costo del lavoro (48%)**
- **Efficientamento degli impianti: il 43% del campione ha in programma un consolidamento degli impianti nei prossimi 12 mesi**

Maggiori aiuti richiesti dalle aziende ai governi a livello globale:

- **Aumento degli incentivi (46%)**
- **Riduzione delle tasse (38%)**
- **Allentamento degli oneri legati alla regolamentazione (35%)**

Milano, 19 gennaio 2012 - I leader aziendali di tutto il mondo stanno spostando la loro attenzione dalla sopravvivenza alla pianificazione della crescita per il 2012 e gli anni successivi, e citano l'aumento dei ricavi, più che il taglio dei costi, come massima priorità. È il risultato di un'indagine condotta tra oltre 500 dirigenti senior level resa pubblica oggi dalla società di consulenza internazionale AlixPartners LLP in collaborazione con l'Economist Intelligence Unit (EIU).

Il fatto che il 69% degli interpellati affermi che la liquidità della loro azienda è pari a quella di tre anni fa, è controbilanciato da un 62% che giudica probabile o molto probabile quest'anno un default del debito sovrano nella zona euro e che una percentuale ancora più alta, il 63%, vede anche la possibilità di una recessione *double dip* dell'economia globale. Alla domanda su cosa possono fare i governi per aiutare le imprese, il 46% risponde di aumentare gli incentivi, il 38% di ridurre le tasse e il 35% di allentare gli oneri legati alla regolamentazione – con i primi due difficilmente realizzabili in fase di austerità.

Di conseguenza, secondo quanto emerge dall'indagine, le aziende pensano di procedere con cautela nei prossimi 12-36 mesi su quasi tutti i fronti.

“Nella primavera del 2009 AlixPartners è stata tra le prime a prevedere che le economie occidentali non avrebbero registrato un rimbalzo, come in passato, dopo quella che è stata considerata la Grande Recessione; che la “nuova normalità” sarebbe stata caratterizzata da una scarsa fiducia da parte dei consumatori, da livelli più deboli di domanda e, quindi, da una minore produzione”, ha detto **Fred Crawford, amministratore delegato di AlixPartners**. “Purtroppo, la “nuova normalità” è alle porte, e così anche un livello piuttosto elevato di incertezza geopolitica. Inoltre, una mancanza di leadership economica e politica a livello globale porta l'economia nel limbo. È in questo contesto che le imprese cercano nuovi modi per crescere, cercando di spendere non più dello stretto necessario”.

Dalla ricerca sono emerse delle aree chiave per le imprese alla ricerca di crescita, che sono: investimenti in tecnologia, operazioni di fusione e acquisizione (M&A), l'ingresso in nuovi mercati, in particolare nella regione dell'Asia Pacifico e, più in là nel tempo, un aumento degli investimenti.

Investimenti in tecnologia

Quando si pensa alla crescita, la prima cosa che viene in mente è la tecnologia, information technology (IT) inclusa, con il 34% dei manager che cita la tecnologia come strumento essenziale per essere competitivi, mentre il 38% intende investire in nuovo IT entro i prossimi 12 mesi. Al contempo, tuttavia, solo poco più di metà degli interpellati (54%) crede che la loro divisione IT costituisca realmente un vantaggio competitivo per l'azienda. Di questi solo il 14% giudica eccellente il lavoro svolto dalla divisione IT.

Piero Masera, managing director di AlixPartners, commenta: "Malgrado il significativo aumento programmato nel 2012 per la spesa nell'Information Technology ed in altre tecnologie, le aziende potrebbero ricevere un servizio migliore attraverso un utilizzo più efficace delle informazioni e della tecnologia già a disposizione, ottenendo così un ROI maggiore sugli investimenti già fatti. Sulla base della nostra esperienza abbiamo visto che, anche in aziende che ritenevano di avere già ottimizzato al meglio la loro performance, attraverso un impiego efficace della tecnologia, ci sono spazi significativi di miglioramento nell'utilizzo delle informazioni già a disposizione. Strumenti di *business intelligence* e di *data mining* permettono spesso di ottenere un vantaggio competitivo addizionale, con un utilizzo e una correlazione più efficace dei dati a disposizione, mentre la disponibilità di tali informazioni su strumenti "mobili" (smartphone, iPad,..) assicura una maggiore facilità di lettura delle informazioni ed una maggiore tempestività di reazione".

Espansione in nuovi mercati

L'ingresso in nuovi mercati è tra le prime cinque priorità per i manager nei prossimi 12 mesi e nei prossimi tre anni, anche prima della creazione di nuovi prodotti e servizi.

Forse non c'è da stupirsi se oltre il 50% ha citato l'Asia-Pacifico come la più importante fonte di crescita economica sia nei prossimi 12 mesi, che nei prossimi tre anni e che il 52% degli interpellati ritiene probabile che gli investimenti futuri della loro organizzazione saranno fatti nella regione dell'Asia Pacifico.

Se la crescita in quest'area, in particolare in Cina, non dovesse corrispondere alle attese, potrebbe creare grossi problemi anche all'Occidente.

Fusioni & Acquisizioni

Malgrado le imprese e i fondi di private equity si trovino con una liquidità senza precedenti, i deal conclusi non hanno raggiunto i livelli preannunciati. Nonostante la situazione di volatilità, dalla ricerca emerge come molti manager vedano le acquisizioni come uno strumento chiave di crescita per il prossimo anno.

Alla domanda su come potrebbero utilizzare la liquidità per le loro operazioni interne, il 29% ha risposto per acquisizioni (mentre il 26% ha detto la stessa cosa per le attività estere). Alla domanda dove saranno le loro acquisizioni nei prossimi 12 mesi, il 32% ha indicato nell'Asia Pacifico, prima del Nord America (27%), l'Europa (23%), America Latina (16%) e il Medio Oriente (10%).

“Il quadro in termini di M&A potrebbe mutare drasticamente a breve, in particolare se l'economia globale si indebolisse a causa di un grande default sul debito sovrano nella zona euro o per altri avvenimenti di natura esogena”, ha commentato **Eugenio Berenga, managing director di AlixPartners**. “In questa situazione di incertezza, la due diligence operativa e la gestione del rischio diventano elementi fondamentali per qualsiasi transazione, specialmente estera”.

Aumento degli investimenti

Negli ultimi tre anni, tagliare gli investimenti era visto come la strategia più efficace per migliorare la performance aziendale, più efficace di qualsiasi altra ristrutturazione finanziaria o di outsourcing. Tuttavia oggi il 36% degli interpellati afferma che intende usare parte della liquidità per investire in nuovi macchinari e impianti in operazioni domestiche e il 25% all'estero. Al contempo, solo il 16% ha programmi concreti in questo senso nei prossimi 12 mesi, mentre il 66% di quelli che prevedono di avviare importanti progetti dice che aspetterà almeno un anno, sottolineando l'incertezza economica.

Guardando dentro

Malgrado molte imprese siano notevolmente più forti adesso che immediatamente dopo la recessione, grazie ai passi avanti compiuti nel taglio dei costi e nell'individuazione delle reali priorità, dall'indagine emerge chiaramente che c'è ancora molto lavoro da fare. Lo testimonia il fatto che per il 47% degli interpellati il controllo dei costi continua ad essere una priorità.

“Anche se le imprese hanno fatto grossi passi avanti negli ultimi anni per rafforzare la loro *bottom line*, è importante che le lezioni apprese durante la recessione non siano dimenticate”, **sottolinea Eugenio Berenga**. “Forti controlli interni e un bilancio sano non sono più ideali a cui puntare, quanto piuttosto delle reali necessità per operare nel mercato di oggi. In particolare, con i costi che iniziano a salire anche in settori ristrutturati, le imprese devono essere vigili su tutti i fronti”.

“Allo stesso tempo, però – aggiunge – le principali imprese devono imparare a crescere in maniera proficua all'interno di questa nuova realtà, o rischiano di essere superate da aziende più lungimiranti che trovano modi innovativi per creare e fornire valore e trainare la crescita, tenendo al contempo sotto controllo i costi”.

La ricerca ha riscontrato non solo dei punti comuni tra le aziende del panel provenienti da diversi paesi, ma anche delle differenze e peculiarità, elencate di seguito per area geografica.

Europa

Le imprese europee interpellate prevedono che la crisi della zona euro continuerà ad avere un impatto significativo sul clima economico del Vecchio Continente ancora per alcuni anni, anche se le opinioni tra i polled si dividono su quanto profondo sarà l'impatto. La gravità della crisi è testimoniata dal fatto che per il 59% il

default di un debito sovrano è probabile o molto probabile nei prossimi 12 mesi, mentre per il 62% è probabile o molto probabile una recessione double dip. Il 43% degli interpellati cita anche la fiducia dei consumatori come il principale freno ai loro piani di investimento nei prossimi tre anni.

Il 48% degli intervistati afferma che nei prossimi 12 mesi saranno prese misure tese a ridurre i costi del lavoro. Su un arco temporale triennale, questa cifra scende al 35%. Non è solo il costo del lavoro che dovrebbe scendere: le imprese europee cercano anche una maggiore efficienza per i loro impianti. Il 43% prevede un consolidamento degli impianti nei prossimi 12 mesi e il 37% che questo trend continui per i prossimi tre anni.

Tuttavia, l'ottimizzazione dei costi per creare un'organizzazione più snella rappresenta solo una faccia della medaglia. Più di metà degli interpellati in Europa (54%) prevede di avviare importanti progetti d'investimento entro i prossimi tre anni. Il 59% indica gli investimenti in tecnologia come una priorità, mentre per il 64% l'attenzione sarà su software basato su Internet e servizi.

Stefano Aversa, co-president di AlixPartners e capo delle attività EMEA, afferma: "Il pessimismo nei confronti dell'euro prevale ancora tra i manager europei che sono concentrati sul miglioramento della produttività delle loro attività *core*, mentre guardano a nuovi mercati di esportazione come principale fonte di crescita, visto l'indebolimento dell'euro. Nell'attuale contesto di elevata incertezza macroeconomica, i leader di imprese europee si preparano a portare avanti programmi di ristrutturazione contingenti, propendono per tenere la liquidità, mentre sul fronte investimenti operano con precisione chirurgica. Inoltre, coloro che sono esposti a livello internazionale, in particolar modo nell'area dell'Asia-Pacifico, si troveranno in una posizione di forza nel 2012 rispetto a coloro focalizzati solo sull'Europa. Gli operatori dovranno concentrarsi su un aumento della produttività ed efficienza, piuttosto che focalizzarsi sulla crescita dei ricavi".

Stati Uniti

Il 45% delle imprese USA hanno più liquidità rispetto a tre anni fa e il 40% intende utilizzarla per diversificare prodotti e servizi, il 39% per investire in nuova IT, il 38% in nuovi macchinari o impianti e il 36% per espandersi in nuovi mercati.

Tuttavia, dall'indagine emerge come le imprese USA siano più restie a intraprendere importanti progetti nel breve termine. Infatti, solo il 3% delle imprese statunitensi interpellate sostiene che farà investimenti rilevanti nei prossimi 12 mesi, ben meno del 16% delle imprese a livello globale che intende agire in questo senso.

In generale, le imprese a stelle e strisce sono più ottimiste in relazione al loro mercato domestico. Secondo il sondaggio, il 40% dei manager di imprese con sede negli Stati Uniti vede il Nord America come la fonte più importante di crescita nei prossimi 12 mesi, mentre dai risultati del sondaggio a livello globale solo il 14% degli interpellati è dello stesso parere. Allo stesso modo, il 35% delle imprese USA prevede che sarà il Nord America a guidare la crescita anche nei prossimi tre anni, mentre globalmente solo il 13% degli interpellati ha la stessa previsione.

Asia-Pacifico

Il panel dell'area Asia-Pacifico rispecchia quello europeo nel prevedere che i timori di una continua crisi nella zona euro abbia un notevole impatto sul clima economico della regione. Il 60% degli interpellati afferma che nei prossimi 12 mesi un default del debito sovrano nella zona euro è probabile o molto probabile. Si concentrano anche sui possibili problemi geo-politici, con il 39% degli interpellati che vede questi timori come la maggiore minaccia ai loro programmi quinquennali di crescita.

Complessivamente, vi è un generale ottimismo sull'area geografica di appartenenza, con il 78% che vede l'area dell'Asia Pacifico come la migliore zona per operare nel prossimo anno. D'altro canto, il 40% degli interpellati nel Nord America vede questa come la regione con la migliore prospettiva e solo il 12% degli europei vede l'Europa in positivo.

Il 41% degli intervistati nella zona dell'Asia-Pacifico ha tagliato il costo del lavoro negli ultimi tre anni e il 30% ha ridotto gli investimenti. Questo trend dovrebbe cambiare il prossimo anno, considerato che un quarto degli intervistati prevede per l'anno in corso un aumento dei costi del lavoro e il 38% maggiori investimenti.

Medio Oriente

Il campione del Medio Oriente riflette il maggior pessimismo sull'immediato futuro, con il 70% che crede probabile o molto probabile una recessione *double dip* nell'economia globale nei prossimi 12 mesi. D'altro canto, il 63% degli interpellati di tutti i sondaggi è di questa opinione.

Il panel del Medio Oriente ha inoltre molte riserve sulle prospettive della loro regione, con il 64% che prevede un proseguimento della turbolenza politica del Medio Oriente nel 2012. Anche l'aumento dei prezzi dei beni alimentari e delle materie prime è fonte di preoccupazione per il 44% del campione, che prevede un diffuso disordine sociale nel caso tali prezzi rimangano molto elevati.

Le imprese del Medio Oriente, come in altre aree del mondo, hanno rimpinguato le casse negli ultimi tre anni, con circa il 55% degli interpellati che sostiene di aver moderatamente migliorato la sua posizione di cassa. Tuttavia, solo il 24% di questi ha intenzione di utilizzare la liquidità per acquisizioni domestiche, alla pari, in ultima posizione, con gli europei e ben al di sotto delle aziende dell'America Latina (43%).

Il 37% degli intervistati invece sostiene che utilizzerà la liquidità per diversificare il mix di prodotti o per investire in nuova tecnologia IT.

L'indagine

La ricerca è stata realizzata dall'Economist Intelligence Unit per AlixPartners coinvolgendo 536 dirigenti senior level in tutto il mondo. Le sedi delle organizzazioni per cui lavorano sono dislocate in quasi 70 paesi. Circa il 33% delle aziende del panel ha sede in Nord America, il 27% nell'Europa Occidentale, il 17% nella regione Asia Pacifico, l'11% nel Medio Oriente, il 6% in America Latina, il 4% in Africa e il 2% nell'Europa dell'Est. Il 46% del campione è composto da aziende con ricavi fino a \$500 milioni e il 19% degli interpellati proviene da aziende con ricavi di almeno \$10 miliardi.

AlixPartners

AlixPartners LLP è una società di consulenza che opera a livello globale offrendo servizi completi in quattro aree principali: miglioramento delle performance aziendali, turnaround e ristrutturazioni, servizi di consulenza finanziaria e di information-management. Fondata nel 1981, la società conta più di 900 professionisti con uffici in tutto il mondo.

Per maggiori informazioni www.alixpartners.com.

Per ulteriori informazioni:

Image Building

Tel. 02/89011300

Cristina Fossati: c.fossati@imagebuilding.it

Angela Fumis: a.fumis@imagebuilding.it