

**09 dicembre 2026 ore 10:00-12:00**

Modulo 9: Prepararsi agli imprevisti – rendere la supply chain resiliente

### **Obiettivi**

- Comprendere cosa si intende per **resilienza della supply chain**: la capacità di continuare a operare (o riprendersi in fretta) di fronte a eventi imprevisti o crisi che colpiscono la filiera.
- **Identificare e classificare** in maniera semplice i possibili rischi per la supply chain di una PMI (esempi: ritardi dai fornitori, guasti macchinari, scioperi nei trasporti, cambi repentini del mercato, calamità) e imparare le principali tipologie di risposte al rischio ; *ridurre, trasferire, evitare, accettare*.
- Imparare a creare piani di emergenza semplici: avere fornitori alternativi, scorte di sicurezza, assicurazioni o accordi, e in generale sviluppare un *piano B* per proteggere l'attività quando qualcosa va storto.

### **Contenuti**

Gli imprevisti fanno parte della vita di ogni azienda. La differenza sta nel farsi trovare pronti oppure no. **Resilienza** vuol dire proprio questo: essere in grado di assorbire uno shock e continuare a operare. Per una piccola impresa, un singolo evento può avere un impatto enorme se non ci si è preparati: pensa a un fornitore principale che fallisce o non consegna, un corriere che perde un tuo pacco importante, un incendio nel magazzino, oppure un evento globale (come è stata la pandemia) che blocca le forniture per settimane. Non possiamo prevenire ogni problema, ma possiamo *mettere in sicurezza* la supply chain per quanto possibile.

Il primo passo è **identificare i rischi** specifici del tuo business. Fai una piccola lista (**registro dei rischi**): quali sono i punti deboli? Ad esempio, se dipendi al 100% da un unico fornitore per una materia prima chiave, quello è un rischio grosso. Se vendi prodotti deperibili, un rischio è un guasto al frigo o un ritardo nella consegna che li fa andare a male. Se importi dall'estero, i rischi includono dogane, ritardi navali o oscillazioni valutarie. Se hai un solo furgone per consegnare, il rischio è che se si rompe quello, le consegne si fermano. Per ciascun rischio individuato, pensa a **una contromisura**. Ad esempio: fornitore unico -> iniziare a cercare uno/due fornitori alternativi di riserva, anche se li usi raramente, sapere a chi puoi rivolgerti in caso di emergenza. Oppure, tenere una *scorta di sicurezza*: se normalmente usi 100 pezzi al mese di un componente, potresti decidere di tenerne sempre 50 in più accantonati; così, se il fornitore ritarda o salta una consegna, hai quel cuscinetto per andare avanti intanto. Chiaramente non puoi farlo per tutto perché avere scorte costa, ma identifica i materiali o prodotti **critici** (quelli senza cui non puoi vendere nulla) e valuta di tenerne un piccolo stock extra. Un'altra tattica è

**diversificare:** non mettere “tutte le uova in un solo paniere”. Ciò vale per i fornitori (come detto, magari averne due di fiducia invece di uno solo, se possibile) ma anche per i canali di vendita: se vendi solo in un mercato e quello crolla, sei in guai seri; mentre se hai clienti diversificati (online/offline, zone diverse) sei più flessibile. Oppure diversificare i trasporti: se spedisce sempre con lo stesso corriere e quello ha un blocco (sciopero, problemi tecnici), potresti avere un account attivo anche con un altro corriere per dirottare le spedizioni rapidamente. **Avere un piano di emergenza** scritto, per quanto semplice, aiuta nei momenti di panico: ad esempio, scrivi cosa farai se il tuo fornitore X domani non può consegnare – chi chiamerai? Hai in rubrica un contatto alternativo? Oppure se il tuo magazzino subisse un allagamento – hai i dati delle scorte salvati altrove per sapere cosa ordinare di nuovo? Puoi magari assicurare le merci per eventi del genere (le assicurazioni sono un’altra forma di mitigazione dei rischi finanziari: costano, ma in caso di grossi guai ti salvano il bilancio).

**Comunicazione rapida** è anch’essa parte della resilienza: se c’è un problema, avvisa subito chi di dovere. Esempio: ritardo nelle consegne ai clienti? Meglio informarli subito e magari offrire un piccolo sconto per il disagio, piuttosto che tacere e subire lamentele che danneggiano la reputazione. Spesso i clienti apprezzano la trasparenza e restano fedeli se gestisci bene la crisi. All’interno, se hai collaboratori, assicurati che tutti sappiano come reagire: chi chiama chi, dove trovare i numeri di emergenza, ecc. In sintesi, rendere la supply chain resiliente significa **pensare prima a quello che potrebbe andare storto** e predisporre soluzioni tampone. È come avere un kit di pronto soccorso: spero di non usarlo, ma se succede qualcosa ce l’hai. Questo ti permetterà di continuare l’attività anche quando altri magari si fermano, e di distinguerti per affidabilità. I clienti spesso ricordano di più come un’azienda reagisce a un problema che non il problema stesso: se riesci a consegnare nonostante la nevicata record che ha bloccato mezzo paese, avrai clienti entusiasti e fedeli proprio perché hai dimostrato solidità.