

# Da un mercato all'altro la pmi 'flessibile' cresce nei paesi Bric e Next 11

**IL SUCCESSO DELL'EXPORT È DOVUTO ALLA QUALITÀ DEL PRODOTTO NAZIONALE MA ANCHE AL FATTO CHE LE PICCOLE IMPRESE RIESCONO AD ORIENTARE GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO VERSO LE AREE DEL MONDO CHE DI VOLTA IN VOLTA APPAIONO PIÙ PROMETTENTI**  
**Sibilla Di Palma**

**Milano**

Non solo la debolezza della domanda, destinata a restare tale ancora per diversi anni anche a causa delle misure di austerità varate per mantenere in equilibrio i conti pubblici, ma anche la stretta creditizia, l'elevata pressione fiscale e la burocrazia che sottrae energie e risorse. Il mercato interno rappresenta un percorso a ostacoli per il mondo del business italiano, nel quale fattori di debolezza congiunturale si affiancano a problemi strutturali, dai quali non si intravede una via d'uscita. Così non sorprende che a far registrare i migliori risultati siano le aziende più orientate all'export, piccole o grandi imprese che hanno saputo ristrutturarsi durante gli anni più neri della crisi per andare alla conquista dei Paesi emergenti, caratterizzati da un tasso di crescita di gran lunga più sostenuto rispetto all'Occidente e da una classe media sempre più numerosa, che guarda con particolare interesse all'originalità, al gusto e alla qualità che da sempre accompagnano l'immagine del made in Italy nel mondo.

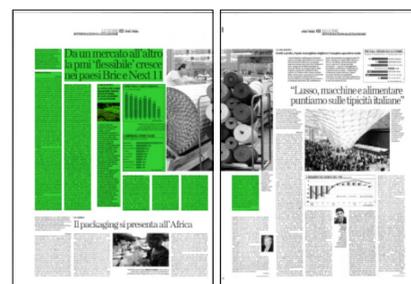
Nel primo trimestre di quest'anno, l'Italia ha registrato la performance macroeconomica peggiore tra i grandi Paesi Ocse, con un prodotto lordo in calo dello 0,7% su base congiunturale e dello 0,8% su base tendenziale, a causa soprattutto del crollo degli investimenti, dei consumi privati e delle giacenze. Considerato che le ultime stime sull'intero 2012 parlano di un calo del Pil intorno al 2%, con un recupero solo decimale nel 2013, si deduce che la

ripresa non è dietro l'angolo. Molte aziende che dal 2007 in avanti hanno stretto la cinghia per resistere alla crisi, oggi sono stremate tra la difficoltà di vendere i propri prodotti o servizi e quella di ricevere finanziamenti bancari.

Ma, in questo scenario a tinte fosche, si salva l'export, che a maggio ha registrato un incremento del 4,8% su base annua. Un trend positivo che dovrebbe proseguire per tutto l'anno: secondo le stime dell'ultimo Rapporto Unioncamere, nel 2012 è attesa una crescita del 2,8% trainata dal Nord est, Veneto in testa (+3,1%), seguito dal Centro, e in particolare dalla Toscana, che dovrebbe registrare a fine anno un +3%. Positiva anche la performance attesa per il Nord-Ovest, con a capo la Lombardia, per la quale è atteso un balzo nelle esportazioni del 2,8%. Inoltre, una recente ricerca condotta da Fondazione **Edison** e Osservatorio Gea ha messo in luce che la Penisola è al quarto posto (la ricerca si ferma al consuntivo 2010) per competitività dell'export tra i Paesi del G20: 923 prodotti made in Italy si piazzano ai primi tre posti per un valore di 173 miliardi di dollari. Gli sbocchi più interessanti sono nei Bric (Brasile, Russia, India e Cina), dove l'export italiano nel 2011 ha totalizzato vendite per 27,8 miliardi di euro (un dato quattro volte superiore ai 6,7 miliardi totalizzati nel 1999), anche se la frontiera emergente è data dai "Next 11" (Bangladesh, Egitto, Indonesia, Iran, Corea del Sud, Messico, Nigeria, Pakistan, Filippine, Turchia e Vietnam), che contano per 23,6 miliardi di dollari (contro 8,7 miliardi registrati nel 1999). Analizzate insieme le due famiglie, si tratta di quindici Paesi che concentrano buona parte della crescita mondiale. Mercati per lo più caratterizzati da una situazione del debito pubblico sotto controllo (condizione opposta a quella dei mercati emersi) e da massicci investimenti pubblici nei

settori delle infrastrutture e della tecnologia, oltre che da un'età media della popolazione molto bassa, altro fattore che offre occasioni di sviluppo sul fronte dei consumi. Campo aperto, dunque, per le aziende italiane che riescono a raggiungere questi mercati per proporre l'eccellenza dei propri prodotti, dall'abbigliamento alle scarpe, dal design ai macchinari agricoli e industriali, dai derivati chimici alla lavorazione del petrolio, fino alle valvole.

Il successo dell'export non è legato solo alla qualità della produzione. Analizzando il Trade Performance Index Unctad/Wto, emerge chiaramente che le aziende italiane vengono premiate dall'elevata diversificazione dei mercati su cui operano. La flessibilità che caratterizza le Pmi, asse portante del sistema produttivo italiano, consente, infatti, di orientare gli obiettivi di sviluppo verso i mercati che, di volta in volta, appaiono più promettenti. L'altra faccia della medaglia è, però, rappresentata dalle difficoltà delle aziende di ridotte dimensioni di penetrare mercati lontani e spesso difficili come gli emergenti. Secondo una recente indagine di Unioncamere sulle Pmi del settore manifatturiero, ad esempio, la dimensione non adeguata rappresenta la principale barriera all'export per quattro imprese manifatturiere non esportatrici su dieci. A far difetto sono spesso la mancanza di competenze professionali e una struttura finanziaria inadatta a sostenere la crescita. Oltre alla storica dif-



ficoltà dell'imprenditoria familiare nel fare squadra per affrontare i nuovi mercati. Un limite che negli ultimi tempi si sta cercando di superare con i contratti di rete, libere aggregazioni tra imprese che mettono a fattor comune alcuni aspetti della propria attività (dagli studi di marketing all'analisi di un mercato), senza tuttavia rinunciare alla propria autonomia. Una forma di collaborazione che consente di distribuire i costi tra più soggetti, mostrandosi più flessibile rispetto ai consorzi, che prevedono la creazione di una nuova organizzazione solo con fini mutualistici. A fine aprile Unioncamere ha censito 305 contratti in corso nella Penisola, con oltre 1.600 imprese coinvolte, appartenenti a 91 province e 19 regioni. Numeri che indicano come la convenienza dello strumento sia percepita ormai in maniera capillare sul territorio. Anche perché l'adesione a una rete porta con sé una maggiore facilità di accesso al credito bancario grazie alla possibilità di offrire migliori garanzie.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**[[ I DATI ISTAT ]]**

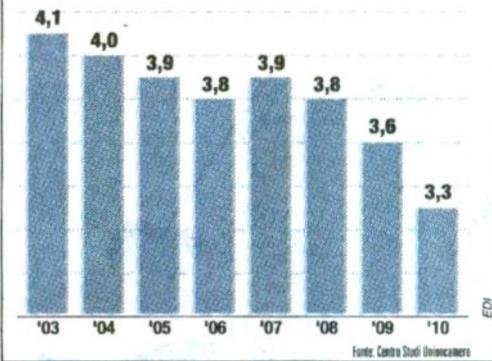
**Le colture dei campi una grande risorsa ancora frenata da costi produttivi e zavorre fiscali**



«L'export agricolo interrompe la sua lunga caduta e nel mese di maggio mostra incoraggianti segnali di ripresa. Ma nonostante la variazione positiva del 6,2% rispetto allo stesso mese del 2011, da gennaio a giugno il risultato resta saldamente ancorato al segno meno, facendo registrare una riduzione del 5,5% delle vendite oltreconfine rispetto al primo semestre dell'anno scorso. Colpa dei costi produttivi troppo ingombranti nei bilanci aziendali e delle zavorre fiscali che spesso ostacolano la competitività delle nostre imprese». Lo afferma la Cia-Confederazione italiana agricoltori, commentando i dati sul commercio estero diffusi dall'Istat. Mentre il made in Italy agroalimentare conferma le sue buone performance all'estero, facendo registrare un più 6,9% tendenziale, nei primi sei mesi dell'anno l'agricoltura sconta l'eccezionale ondata di maltempo che ha penalizzato moltissimo le nostre produzioni agricole.

**EXPORT ITALIA, LE QUOTE DI MERCATO**

In % sul totale mondiale



L'export, che a maggio ha registrato un incremento del 4,8% su base annua, dovrebbe crescere per tutto l'anno secondo le stime Unioncamere

**I CAMPIONI DELL'EXPORT ITALIANO**

Valori in miliardi di euro, anno 2011

