



NOTIZIE

AZIENDE E PRODOTTI

AREA COMMUNITY

CANALI TEMATICI



Cerca



[ECONOMIA & MERCATO](#)
[ELETTRICITÀ](#)
[ENERGIE RINNOVABILI](#)
[IMPIANTI](#)
[MATERIE PLASTICHE](#)
[MATERIE VERDI](#)
[MATERIE VIVE](#)
[MATERIE VIVE](#)

ECONOMIA & MERCATO

Mercato: come le imprese italiane possono vincere all'estero

20.06.2013

PAROLE CHIAVE

CARLO MARINONI // CONSUMI INTERNI BLOCCATI //
 ESPORTAZIONI // FUTURE 22 // GEA // GIORGIO
 BELLACHIOMA // MARCO FORTIS // NEXT 11 // NZO
 ROSITO BELLAVIGNA // OPPORTUNITÀ DI CRESCITA //
 OSSERVATORIO GEA - FONDAZIONE EDISON // TREC
 PRODOTTI (1011)

Tweet

 COMMENTA LE NEWS
 E SCARICA GLI
 APPROFONDIMENTI

DIVENTA UTENTE

Iscriviti al sito

MADE_{expo}

Milano Architettura Design Edilizia

organizzano il

Presentati oggi a Milano i risultati dell'Osservatorio Gea - Fondazione Edison, uno strumento di analisi delle opportunità offerte dalle esportazioni.

Gea, società di consulenza strategica indipendente che dal 1965 accompagna le imprese italiane nella loro crescita e nell'evoluzione manageriale e la Fondazione Edison, hanno quest'anno posto sotto la lente dell'Osservatorio GEA-Fondazione Edison alcuni fra i mercati più importanti per l'Italia: i TREC - Turchia, Russia, Emirati Arabi Uniti e Cina - i Next 11 (Brasile, Hong Kong, Arabia Saudita, Messico, Algeria, Corea del Sud, India, Tunisia, Egitto, Libia e Israele) e i Future 22 (Singapore, Sudafrica, Ucraina, Thailandia, Iran, Marocco, Albania, Serbia, Libano, Indonesia, Venezuela, Malaysia, Qatar, Argentina, Taiwan, Cile, Nigeria, Kuwait, Kazakistan, Giordania, Colombia, Iraq) ovvero i paesi emergenti che mostrano uno sviluppo particolarmente dinamico con tassi di crescita interessanti per il nostro export.

Del resto
consumi
interni
bloccati e
deboli



prospettive di crescita: questo lo scenario che ormai negli ultimi anni contraddistingue l'andamento dell'economia del nostro Paese che mette in difficoltà soprattutto le piccole e medie imprese. Guardare verso nuovi mercati continua a rappresentare la giusta opportunità di crescita. E i dati, infatti, confermano che l'export sta diventando sempre più rilevante per il futuro delle imprese italiane.

A livello globale, infatti, nel 2012 i Bric, per l'export italiano, hanno rappresentato 27,3 miliardi di euro e i Next 11 hanno registrato la cifra comparabile di 25,9 miliardi di euro. Ma i dati più interessanti sono rappresentati dalle esportazioni italiane verso i TreC che hanno registrato 35,1 miliardi di euro e quelle verso i Next 11 che hanno raggiunto i 38,3 miliardi di euro, mentre 25,2 miliardi di euro è il valore verso i Future-22. Un totale di 98,6 miliardi di euro.

L'Italia, nonostante la difficile situazione economica e le inefficienze del Sistema Paese – come per esempio la rigidità del mercato del lavoro, i ritardi infrastrutturali, l'energia troppo cara, un eccessivo peso della burocrazia, l'incertezza del diritto ecc. - ha numerose eccellenze competitive che ricoprono importanti primati nella classifica dell'export mondiale.

"I dati elaborati dall'Osservatorio evidenziano come nel 2011 l'Italia si trovi, per quanto attiene alla competitività delle imprese, tra i primi paesi del G20 con 923 prodotti in cui occupa posizioni di primo piano nel surplus commerciale con l'estero - spiega Marco Fortis (a destra), vicepresidente della Fondazione Edison. Di questi, i prodotti in cui il nostro Paese è il 1° al mondo per attivo con l'estero sono ben 239; 334 sono quelli in cui è in seconda posizione e 350 quelli in cui è al terzo posto. Il tutto per un valore complessivo pari a 173 miliardi di dollari di surplus commerciale relativo ai 923 prodotti di eccellenza del made in Italy individuati". L'elemento distintivo delle esportazioni italiane è rappresentato dal Made in Italy e dal settore delle 4A - Automazione, Abbigliamento, Arredocasa, Alimentari (qualche giorno fa al 2° Forum di FederlegnoArredo ho sentito parlare delle 4F - Fashion, Furniture, Food e Ferrari, credo vogliano dire la stessa cosa ndr) i cui prodotti rappresentano le eccellenze dell'industria manifatturiera del nostro Paese e che ci assicurano posizioni di leadership a livello internazionale.

Particolarmente significative le performance nell'export del macrosettore dell'automazione-meccanica, con le macchine e gli apparecchi e i mezzi di trasporto diversi dagli autoveicoli in primo piano, a loro volta sorretti da un'importante filiera metallurgica e dei prodotti in metallo. In particolare, nel 2011 il nostro surplus con l'estero

nella meccanica non elettronica è stato pari a 66 miliardi di dollari: il terzo al mondo dopo quelli di Giappone e Germania.



"Per guidare le aziende a scegliere i mercati esteri più idonei,

nell'incontro di oggi abbiamo voluto dare spazio anche all'esperienza. Oltre alle analisi dei dati dell'export italiano, abbiamo anche pensato ad una parte più pragmatica, presentando gli errori più comuni che le aziende commettono quando approcciano senza essere preparate un nuovo mercato – commenta **Enzo Losito Bellavigna**, (foto a sinistra) partner di GEA – A tale proposito abbiamo individuato 'sette peccati capitali', ovvero quelli che più spesso le imprese commettono sia in termini strategici, di marketing e di prodotto, cercando di fornire, sulla base della nostra esperienza, dei 'precetti' per evitarli".

Defocalizzazione: pensare che un prodotto possa andar bene in qualsiasi mercato; dimenticarsi del servizio al cliente; acquisire attività sbagliate nel Paese giusto; approccio opportunistico; outsourcing della struttura distributiva; mancato coinvolgimento della struttura commerciale italiana per sviluppare la rete nel Paese target; questi in sintesi gli errori più macroscopici che molto spesso commettono le aziende del nostro Paese quando partono alla conquista di un mercato estero. Si tratta di errori riconducibili a tre macro-aree (definizione della strategia; execution della strategia e organizzazione per lo sviluppo) che possono essere evitati non solo basandosi su attente analisi di mercato ma anche sulle esperienze maturate dai competitors anche di altri Paesi.

Dall'Osservatorio Gea-Fondazione Edison è emerso che in fondo l'Italia – nonostante le carenze del sistema Paese – non solo è una delle 5 economie del mondo che vanta un surplus con l'estero per i manufatti non alimentari, ma nei 14 settori in cui si può suddividere il commercio mondiale, il nostro Paese è secondo solo alla Germania per competitività nel commercio estero.

È il concetto
è stato
evidenziato e
raccontato in
un video di
Giorgio



Bellachioma, (a destra) senior manager di Gea, che ha riassunto in un collage di immagini le eccellenze produttive italiane e il loro posto nel mondo.

"Il tessuto imprenditoriale diffuso tipico dell'Italia è un valore per il nostro Paese – ha concluso **Carlo Marioni**, senior partner di Gea – Non dobbiamo dimenticarci infatti che il 17,2% del P/L italiano proviene per buona parte dalle 675.000 imprese guidate da under 35, che sono cresciute di oltre il 10% dall'anno scorso a quest'anno. Non solo: secondo Unioncamere, al Sud il 33% degli under 35 è autonomo, mentre il dato nazionale è pari al 29%. Ciò dimostra che dove è più carente l'infrastruttura in senso generale, l'iniziativa del singolo si fa più strada, almeno per quanto riguarda le nuove generazioni".

Questi dati sono la prova che di fronte alla disorganizzazione diffusa le aziende italiane sono riuscite a sviluppare un'autonomia senza pari, grazie alla disciplina e all'entusiasmo della rete imprenditoriale sul territorio. In altre parole, se si continuerà a focalizzarsi solo sulle cose che non funzionano, senza avere una visione chiara ed oggettiva di ciò che ha valore, si rischia di non capire dove concentrare gli sforzi, perdere la grinta a favore del disfattismo e soprattutto continuare a trasmettere segnali scoraggianti, con pesanti impatti sui consumi interni e sui mercati finanziari.
(comunicato stampa)



Sistema Tre
UNICEDIL
Associazione di imprese
 SOFTWARE E SERVIZI



Sistemi Persiane Scorrivoli - NOVITA'
Torbel srl
 ACCESSORI PER SERRAMENTI / INFISSI



Big Extruders di Allco spa
Allco spa

MACCHINE E ATTREZZATURE PER SERRAMENTISTI



ALFAMID - profili per taglio termico
Alfa Solare Spa

ACCESSORI PER SERRAMENTI / INFISSI

[VEDI TUTTI I PRODOTTI >>](#)

COMMENTI (0)

Per lasciare un commento [registrati a GuidaFinestra.it](#). Se sei già un utente effettua il [login](#).

Username

Password

Login

[RECUPERA PASSWORD](#)

AZIENDE (1732)