

Focus Pmi, LS Lexjus Sinacta presenta a Roma i risultati di una ricerca su 600 Pmi

Crescono i fatturati e aumenta l'occupazione delle piccole e medie imprese italiane grazie all'internazionalizzazione. La Cina garantisce le performance migliori.

Roma, 3 maggio 2012 - Il fatturato per addetto delle nostre PMI è decisamente più elevato rispetto alla media dell'Unione Europea, nonostante il calo del giro d'affari registrato dalle imprese dopo la grande crisi del 2009. Un confronto che risulta vincente anche con i nostri principali competitor: l'Italia, infatti, vanta performance migliori di Germania, Regno Unito e Spagna.

Questo è il quadro che emerge dalla seconda edizione di **"Focus Pmi"**, **l'Osservatorio permanente di analisi sulle piccole e medie imprese italiane**, creato da **LS Lexjus Sinacta** - un'importante realtà di oltre 150 avvocati e commercialisti con dieci sedi in Italia, in collaborazione con **l'Istituto Guglielmo Tagliacarne**, Fondazione di Unioncamere per la promozione della cultura economica e partner tecnico-scientifico dello studio LS Lexjus Sinacta.

Il Tempio di Adriano di Roma è stato teatro del dibattito che si è animato intorno al tema **"L'Italia tra crisi e opportunità. Le eccellenze delle PMI strumento per sfide internazionali e leadership sui mercati"**. Tre le tavole rotonde in cui si sono confrontate numerose personalità, tra cui: Gianfranco Polillo - Sottosegretario al Ministero dell'Economia, Vincenzo Boccia - Presidente Piccola Industria di Confindustria, Giancarlo Cremonesi - Presidente Camera di Commercio di Roma, Shaofeng Li - Responsabile Ufficio Economico Commerciale dell'Ambasciata della Repubblica Popolare Cinese in Italia, Francesco Tufarelli - Capo Gabinetto Ministro Affari Europei, Alessandro Castellano - Amministratore Delegato Sace, Massimo D'Aiuto - Amministratore Delegato e Direttore Generale Simest.

Obiettivo principale del Focus Pmi 2012 è stato quello di presentare e analizzare i risultati della ricerca condotta dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne sulle caratteristiche e le modalità con cui le imprese manifatturiere italiane accedono ai mercati internazionali.

L'indagine ha preso in esame un **campione di 600 aziende manifatturiere** italiane scelte tra esportatori e imprese coinvolte in investimenti diretti esteri e ha analizzato le caratteristiche delle aziende internazionalizzate e le modalità con cui esse agiscono, soprattutto per ciò che riguarda la scelta delle strategie produttive e commerciali. Oggetto di valutazione anche gli impedimenti e i possibili interventi per alimentare il numero di imprese che abitualmente accedono ai mercati esteri, nonché le tipologie di servizi che queste imprese richiedono per accedere ai mercati esteri, così da poter sostenere il processo di internazionalizzazione economica del territorio.

Dalla ricerca è emerso che **le aziende che accedono ai mercati internazionali mostrano un rendimento migliore rispetto a quello medio**: se si guarda alla variazione del fatturato, si nota che tra il 2010 e il 2011 la maggioranza delle imprese intervistate ha aumentato i propri volumi o li ha tenuti sostanzialmente stabili. Per internazionalizzazione, però, non si intende soltanto export, ma la creazione di una rete commerciale, distributiva e persino produttiva. Insomma, la capacità di estendere il brand su mercati stranieri.

Nel panorama internazionale attuale è indubbiamente la Cina il Paese a cui guardano con maggiore attenzione le nostre imprese manifatturiere. Sono diversi i fattori di attrattività che inducono un'ampia fascia di aziende italiane a realizzare parte della produzione in Cina: non solo il minore costo e la maggiore flessibilità della forza lavoro cinese, ma anche la disponibilità di un gran numero di lavoratori high-skilled. Le nostre imprese, inoltre, mirano a effettuare investimenti in Cina per entrare nel mercato locale, soprattutto tramite l'acquisizione di aziende del commercio al dettaglio.

A far registrare i migliori risultati di internazionalizzazione è il comparto della meccanica e in particolare il sotto-campione di aziende che hanno rapporti con la Cina (il 43,1% dichiara nel 2011 un fatturato in crescita a fronte di una media settoriale del 36,3%). La ricerca evidenzia anche i punti di forza delle nostre imprese sui mercati internazionali. Dalle interviste risulta che i principali fattori di successo delle Pmi manifatturiere italiane sono la qualità dei prodotti e servizi offerti (84%); l'innovatività dei prodotti e servizi (37,7%); la competitività dei prezzi (27,3%).

Per quanto riguarda invece le motivazioni che inducono le imprese a operare oltrefrontiera, oppure con partner esteri, dall'indagine emerge come l'internazionalizzazione sia sostenuta soprattutto da obiettivi di efficienza e contenimento dei costi. Infatti, le principali motivazioni dichiarate dalle imprese intervistate sono: la rete di vendita e logistica; le condizioni e la puntualità dei pagamenti; il costo del lavoro. Però i processi di internazionalizzazione delle Pmi non sono semplici: richiedono infatti investimenti e competenze oltre che consulenze. È per questo che gli imprenditori continuano a considerare preziosi i servizi per l'internazionalizzazione offerti da istituzioni pubbliche o private. Tra i principali servizi di assistenza utilizzati dalle Pmi per operare sui mercati esteri o con partner esteri ci sono: consulenza fiscale, tributaria e doganale, l'assistenza legale, la protezione di marchi e brevetti, la risoluzione di controversie, l'assicurazione contro il rischio di mancato pagamento dei clienti.

Infine, nel corso del Focus PMI, al fine di porre le basi per una strategia internazionale finalizzata ad offrire assistenza legale e fiscale nelle giurisdizioni di tutti i continenti ed in particolare nel Sud-est asiatico, lo studio **LS LexJus Sinacta ha firmato un accordo di partnership con la law firm cinese Dacheng**, primo studio legale dell'Asia, presente nel mondo con 40 sedi e oltre 1.500 professionisti. L'intesa punta a potenziare i servizi che i due studi offrono ai loro clienti, considerato il crescente interesse verso l'Italia di questi mercati.