Scenari I sorprendenti risultati di un'indagine dell'Istituto Tagliacarne

Imprese Andare in Rete non è più un optional

Il 24 per cento delle piccole aziende lavora già in network E con i bonus fiscali le adesioni sono destinate a crescere

DI **ISIDORO TROVATO**

Fino a qualche anno fa, quando si parlava di esportazioni italiane, l'attenzione andava quasi esclusivamente alle grandi aziende. Troppo complesso e costoso il meccanismo di internazionalizzazione per coinvolgere anche le piccole aziende, tranne quelle che riuscivano ad andare all'estero al traino delle grandi.

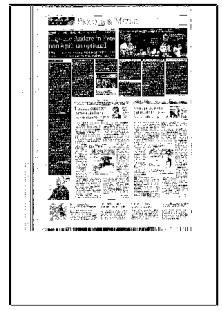
Con l'esplosione della crisi economica è diventato chiaro a tutti che una crescita dell'export poteva trainare meglio e più velocemente la ripresa. Il meccanismo è stato chiaro anche alle piccole imprese più dinamiche che, in sordina, si sono mosse rapidamente per creare una propria rete all'estero. Il risultato è un panorama sorprendente tracciato dall'Istituto Tagliacarne per conto di LS Lexjus Sinacta, studio legale specializzato nella consulenza alle azienda che vogliono avviare un processo di internazionalizzazione.

La rete

Il 50% delle imprese coinvolte in processi di investimenti diretti esteri dichiara di aver accresciuto il proprio volume d'affari durante il 2010, mentre solo il 17,2% continua a sperimentarne una riduzione. E' soprattutto il fatturato delle vendite sui mercati internazionali ad aver permesso a gran parte delle imprese di uscire dalla crisi. Per la metà di esse, infatti, c'è stato un miglioramento del livello delle vendite, che è dovuto soprattutto ad una ripresa della domanda internazionale (64,5% dei casi). Ma ancor più sorprendente è la scoperta che le Pmi che conseguono migliori risultati sui mercati esteri sono quelle che hanno anche una consolidata strutturazione all'interno di un network internazionale: circa tre quarti delle imprese intervistate dichiara di operare in una rete internazionale da oltre dieci anni. Relazioni solide negli anni e ampie come bacino d'utenza, basti pensare che il 44,3% delle pmi si relaziona con più di dieci imprese estere.

«Il fenomeno più significativo degli ultimi anni è la capacità di esportare estesa anche alle piccole imprese, quelle con meno di 15 addetti — fa notare Sergio Silvestrini, segretario generale della Cna —. Una capacità insospettata e non ipotizzabile fino a poco tempo fa. In questi ultimi anni è aumentato il numero di piccole aziende che non svolgono più solo il ruolo di mono-committenza per un cliente italiano: hanno capito che perfezionando ed elevando la loro capacità produttiva attraggono anche l' attenzione di grandi aziende straniere. Esistono distretti iper-qualificati nella meccanica, nell' abbigliamento, nella componentistica in grado di siglare accordi con multinazionali. Adesso, raggiunto questo imprevedibile risultato, il nuovo obiettivo è quello di far sì che questi non rimangano episodi isolati ma si riesca a fidelizzarli con stabilità. Per farlo servono progetti condivisi e reti d' impresa a cui bisogna lavorare con maggiore chiarezza e determinazione». È chiaro che per rafforzare la presenza all'estero, specie su mercati lontani e complessi, servono strutture adeguate e capitali per sostenerle. Per questo è sempre più ricorrente il modello della rete d'impresa sostenuto anche da incentivi statali.

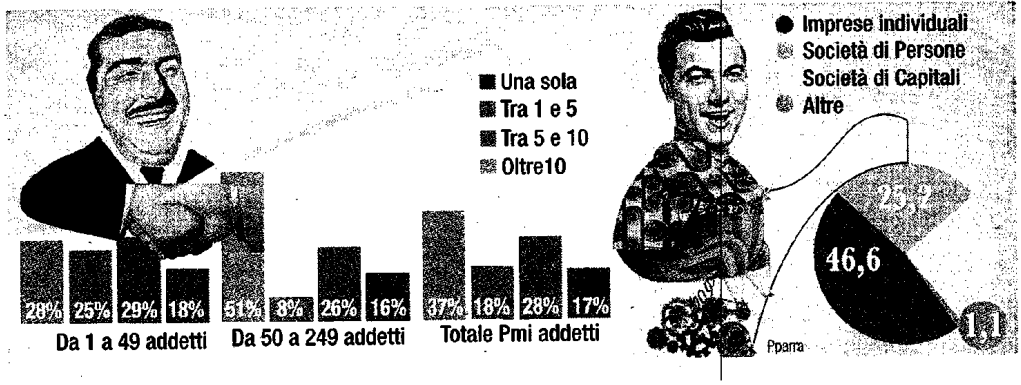
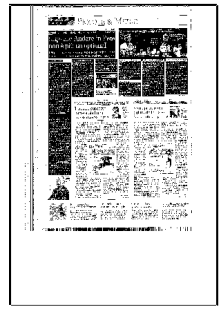
«In effetti gli sgravi fiscali a sostegno delle reti d'impresa rappresentano una gran bella notizia — concorda Gianluigi Serafini, managing partner di LS Lexjus Sinacta —.Gli incentivi favoriranno il ricorso a questo strumento contrattuale, che sino ad ora ha coinvolto 230 imprese per 41 contratti stipulati. In tal modo si potrà favorire lo sviluppo delle pmi italiane sui mercati internazionali colmando quel deficit di competitività che deriva dalla loro minor dimensione rispetto ai competitor internazionali. Del resto, la rilevanza del contratto di rete e le sue potenziali opportunità sono confermate dall'indagine dell'istituto Tagliacarne che ha evidenziato come il 23,4% delle imprese intervistate abbia dichiarato di partecipare a reti o filiere produttive internazionali ed il 71,3% di queste imprese abbia dichiarato di essere parte di una rete da almeno 10 anni».



Una soluzione che si sposa con quella adottata dal 46,1% delle pmi che operano all'estero: avvalersi di una consulenza esterna per l'internazionalizzazione. La maggioranza delle medie imprese che esporta, infatti, decide di esternalizzare in outsourcing le competenze aziendali relative agli aspetti legali e contrattualistici legati ai mercati stranieri. Lo schema dunque è chiaro: una cabina di regia formata da management, proprietà ed esperti legali per coordinare una filiera produttiva capace di potenziare la presenza delle pmi italiane all'estero. Non resta che attuarlo.

Il numero

50%

Le imprese coinvolte in investimenti diretti esteri con giro d'affari in crescita nel 2010

Quante partnership per le aziende internazionalizzate