

## Pmi, le migliori sono quelle che esportano



L'internazionalizzazione premia i fatturati delle Pmi italiane. Con performance migliori rispetto a competitor come Germania, Regno Unito e Spagna. E opportunità soprattutto per chi sceglie la Cina. È il **quadro che emerge dalla seconda edizione di "Focus Pmi"**, l'Osservatorio permanente di analisi sulle Pmi italiane, creato da LS Lexjus Sinacta (studio di oltre 150 avvocati e commercialisti con dieci sedi in Italia), in collaborazione con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne, fondazione di Unioncamere.

Obiettivo del Focus Pmi 2012 è stato quello di presentare e analizzare i risultati della ricerca condotta dal Tagliacarne su **caratteristiche e modalità con cui le imprese manifatturiere italiane accedono ai mercati esteri**. La ricerca è stata presentata ieri al Tempio di Adriano di Roma, all'interno di un dibattito sviluppatosi intorno al tema «L'Italia tra crisi e opportunità. Le eccellenze delle Pmi strumento per sfide internazionali e leadership sui mercati», al quale hanno partecipato tra gli altri **Vincenzo Boccia** (vicepresidente di Confindustria e presidente Piccola Industria di Confindustria), **Gianfranco Polillo** (sottosegretario al ministero dell'Economia), **Giancarlo Cremonesi** (presidente Camera di Commercio di Roma), Alessandro Castellano (amministratore delegato Sace) **Massimo D'Aiuto** (ad e direttore generale di Simest).

L'indagine del Tagliacarne esamina un campione di 600 aziende manifatturiere italiane esportatrici o coinvolte in investimenti diretti esteri e ne ha analizzato strategie produttive e commerciali. Dalla ricerca emerge che **l'internazionalizzazione garantisce un rendimento migliore rispetto a quello medio, con fatturati in crescita o stabili tra il 2010 e il 2011**. Un'internazionalizzazione che passa non solo attraverso l'export, ma anche attraverso la creazione di una rete commerciale, distributiva e produttiva.

Nel panorama internazionale **è la Cina il Paese a cui guardano con maggiore attenzione le nostre imprese manifatturiere**. Diversi i fattori di attrattività che inducono a delocalizzare 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 con alta specializzazione.

La ricerca evidenzia anche i punti di forza delle nostre imprese sui mercati internazionali. Dalle interviste risulta che **i principali fattori di successo sono la qualità dei prodotti e servizi offerti (84%)**; l'innovatività dei prodotti e servizi (37,7%); la competitività dei prezzi (27,3%). I processi di internazionalizzazione però richiedono investimenti e competenze oltre che consulenze. Tra i principali servizi di assistenza utilizzati dalle Pmi per operare sui mercati esteri: 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. (Fonte: Il Sole 24 ore)