

# Le Pmi «eccellenti» non hanno paura di andare all'estero

## *Global Strategy: ecco le 200 più dinamiche*

L'indagine rivela che queste imprese esportano oltre confine il 53%, ma il loro obiettivo è arrivare al 60% entro tre anni

DA MILANO ANDREA D'AGOSTINO

**S**ono attive da almeno tre decenni, esportano in media oltre il 50% del proprio fatturato e operano in mercati di nicchia. È l'identikit delle Piccole e medie imprese "eccellenti" o "campioni italiani nel mondo", realizzato dalla società Global strategy e presentato ieri a Milano.

Si tratta del quarto rapporto sulle Pmi italiane, ma quest'anno la ricerca si è concentrata principalmente su quelle 200 imprese più "internazionali". L'indagine è partita da una base di quasi 7.000 aziende manifatturiere e di servizi che nel 2010 hanno presentato un fatturato tra 20 e 250 milioni di euro: da queste sono state via via selezionate quelle che avevano i requisiti fondamentali di crescita, redditività e solidità finanziaria superiori alla media, fino ad arrivare alle attuali 198. Insomma, veri e propri «campioni italiani nel mondo» come le ha definite Antonella Negri-Clementi, presidente e Ad di Global Strategy, alla presentazione della ricerca. Queste aziende «si caratterizzano per un'ampia presenza sui diversi mercati, anche i più lontani, e per gli investimenti in presidi diretti tramite filiali commerciali o siti produttivi - ha aggiunto -. Sono aziende che si confrontano con competitor internazionali di maggiori dimensioni, facendo leva sulla qualità e innovatività dei propri prodotti». Ma non è solo come esportano: «oggi conta avere una mentalità da azienda internazionale - spiega -. Ormai il nostro è un Paese piccolo e in crisi e quello che a volte

manca nelle imprese italiane è la capacità di rischiare: ma se questa c'è il successo è assicurato, tanto è vero che il fatturato delle le aziende che

abbiamo analizzato è molto più elevato all'estero che in Italia».

Le 198 Pmi selezionate da Global Strategy sono quelle maggiormente cresciute come produzione negli ultimi cinque anni - con un tasso medio annuo del 17% -, non hanno ovviamente debiti e non appartengono a grandi gruppi. E nei settori in cui operano c'è di tutto: la maggior parte produce macchine e utensili, ma sono numerose quelle attive nei comparti dell'elettrotecnica, chimica-gomma, alimentare, meccanica, servizi alle imprese e arredo. Oltre la metà, il 53%, compete con aziende estere che per la maggior parte sono molto più grandi per dimensioni e che si trovano soprattutto in Europa (55%) e, in percentuale minore, nel Nordamerica (13%). L'anno scorso la loro quota di fatturato all'estero in media è stata pari al 53%, e nei prossimi tre anni stimano di arrivare al 60%. Inoltre tre quarti delle aziende che già operano con filiali estere prevedono di aprirne di nuove nei prossimi tre anni. Tra i fattori chiave per avere successo nei mercati esteri, la qualità del prodotto è al primo posto, seguita da innovazione - l'80% di queste pmi ha depositato brevetti per una media di otto ciascuna -, reputazione del marchio ma anche capacità di risposta del cliente (ovvero, per queste pmi è importante mantenere un contatto assiduo con i vari acquirenti). Non mancano le difficoltà come il difficile reperimento di figure professionali all'estero, la scarsa conoscenza di potenziali clienti e le difficoltà logistiche. Aumenta, inoltre, la consapevolezza della necessità di cooperare: alleanze e aggregazioni con altre aziende e centri di ricerca sono essenziali per superare i limiti delle dimensioni medio-piccole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

