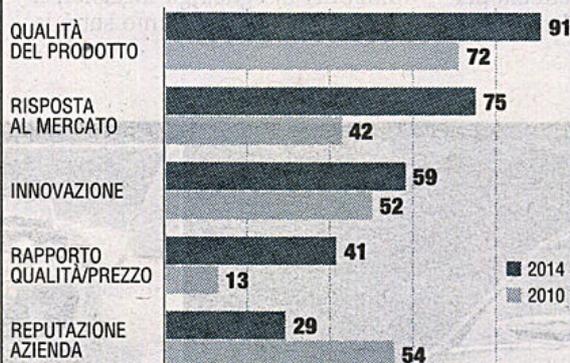




Export e innovazione la ricetta vincente delle magnifiche Pmi

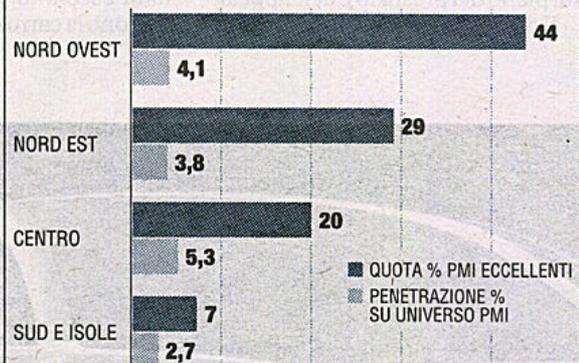
PMI ECCELLENTI, I FATTORI DI SUCCESSO

Risposte multiple in %



DOVE SONO LE PMI ECCELLENTI

Dati 2014 in %



Nel rapporto 2014 della Commissione europea, l'Italia è inserita nel gruppo dei Paesi innovatori moderati insieme a Spagna, Portogallo, Ungheria e Grecia



LA FOTOGRAFIA DELLE 327 PICCOLE E MEDIE IMPRESE INDIVIDUATE DALL'OSSERVATORIO GLOBAL STRATEGY. OPERANO IN SETTORI MATURI, TRE SU QUATTRO SONO SITUATE NEL NORD ITALIA, USANO LE NUOVE TECNOLOGIE

Vito de Ceglia

Milano

Operano in settori maturi, tre su quattro sono situate nel Nord Italia, hanno una forte vocazione globale, sono orientate all'innovazione, usano le nuove tecnologie e quasi tutte hanno un sito in almeno un'altra lingua rispetto all'italiano. E' la fotografia delle 327 Pmi eccellenti individuate dall'Osservatorio Global Strategy, società di consulenza strategica e finanziaria, che ha realizzato una ricerca puntuale sullo stato di salute del nostro tessuto imprenditoriale, analizzando i bilanci di oltre 40 mila imprese italiane manifatturiere e di servizi, di cui circa 8 mila con un fatturato che oscilla tra 20 e 250 milioni di euro.

Dallo studio è emerso che le aziende selezionate, a dispetto della crisi, hanno raddoppiato il reddito operativo negli ultimi 5 anni rafforzando la loro solidità finanziaria. «Sono Pmi — spiega Antonella Negri-Clementi, presidente e ad di Global Strategy — che hanno scelto da tempo di puntare su innovazione e internazionalizzazione riuscendo a contrastare gli effetti della crisi grazie alla tenacia degli imprenditori, alla sorprendente flessibilità e dinamicità nel riadattare le strategie operative per raggiungere i propri obiettivi».

Il loro tasso di crescita media

annua del fatturato è superiore di tre volte alla media del settore di riferimento (+10% contro +3%), il reddito operativo nel periodo 2008-2012 è cresciuto del 19% medio annuo contro una flessione del 3% delle altre Pmi; hanno una buona capacità di generare cassa e numeri positivi in termini di ritorno sugli investimenti (Roi).

Nel 30% dei casi appartengono a settori tradizionali (metallurgia, meccanica), mentre cresce il numero di imprese (+22% rispetto al 2013) che operano nei servizi, in particolare nello sviluppo di software e nel supporto alle attività di ufficio. Tre su quattro (il 73%) si trovano nelle regioni del Nord, anche se si registra una sofferenza del Nord-Est (3,8% in termini di penetrazione contro una media nazionale del 4,1%) oltre che del Sud (2,7%), mentre il Centro segna una crescita del 5,3%.

La forte vocazione globale di queste eccellenze è contrassegnata da un buon 40% di fatturato realizzato all'estero, quota che nei prossimi tre anni prevedono di aumentare del 9%. Hanno anche altri obiettivi ambiziosi: incrementare il valore della propria produzione aggredendo nuovi mercati (per il 14% del campione) o sviluppando nuove iniziative (per il 24%). Sul fronte dell'innovazione, investono circa il 5% dei ricavi in ricerca e sviluppo, budget per lo più destinato al miglioramento del prodotto (per il 53%) e alla digitalizzazione (15%).

L'ultimo anno registra un cambiamento di strategie manageriali alla base del successo. Resta fondamentale la qualità del prodotto (per il 90%, contro

il 72% di quattro anni fa), ma acquista sempre più importanza la capacità di capire dove stanno andando i mercati (fattore strategico per il 75%, 30 punti in più rispetto al periodo pre-crisi). Interessante sottolineare come il valore del brand non sia più un fattore sufficiente a determinare il successo (è passato dal 54% al 29%). In pratica, gli anni della crisi hanno premiato l'innovazione (di prodotto e di strategia imprenditoriale), più che l'importanza del marchio.

Il 93% delle imprese eccellenti ha un sito internet in almeno un'altra lingua rispetto all'italiano, il 46% è presente su un social media, il 29% usa internet per servizi pre e post vendita, il 15% vende online o su marketplace i propri prodotti (percentuale molto alta se tiene in conto che la maggior parte di queste aziende appartiene al B2B). Nei prossimi tre anni prevedono di destinare circa il 15% del budget di R&S all'implementazione di soluzioni quali e-commerce evoluti, software per la gestione condivisa di dati e informazioni, piattaforme per l'ottimizzazione della supply chain.

«La sensazione è però che anche le Pmi eccellenti non stiano sfruttando appieno tutte le potenzialità derivanti dall'applicazione di queste nuove tecnologie, e questo sembra essere in linea con il ritardo che il nostro Paese ha accumulato nei confronti della digitalizzazione», prosegue Antonella Negri-Clementi. «Le nostre aziende, prevalentemente manifatturiere ed estremamente legate alla tradizione e centralità del prodotto, fanno fatica a individuare nuovi paradigmi operativi. A queste caratteristiche si deve affiancare un'offerta innovativa, che oggi deve necessariamente viaggiare su più canali, per raggiungere il maggior numero di clienti ed essere in linea con quanto accade nel resto del mondo».

Non a caso, nel rapporto 2014 della Commissione europea sulle «capacità innovative dei Paesi membri», l'Italia è inserita nel gruppo dei Paesi in-

Non a caso, nel rapporto 2014 della Commissione europea sulle «capacità innovative dei Paesi membri», l'Italia è inserita nel gruppo dei Paesi in-



novatori moderati insieme a Spagna, Portogallo, Ungheria e Grecia. Sono considerati primi della classe i Paesi leader come Germania, Svezia e Finlandia, seguiti dai Paesi che tengono il passo (Austria, Belgio, Francia); chiudono la classifica i Paesi in ritardo come Bulgaria, Romania e Lettonia.

Secondo il rapporto, il rendimento innovativo dell'Italia «è cresciuto costantemente fino al 2012, registrando un lieve calo nel 2013. La resa innovativa del paese rispetto all'Ue è cresciuta, raggiungendo l'80% nel 2013». Ciononostante, l'Italia «presenta risultati inferiori alla media per la maggior parte degli indicatori». Tra i punti deboli emerge la poca collaborazione tra le Pmi innovative e un tangibile rallentamento della crescita negli investimenti di venture capital, nelle spese per l'innovazione diverse da quelle per attività di R&S, nei modelli dell'Ue e nell'occupazione in attività a elevata intensità di conoscenze.





[I VINCITORI DEL PREMIO LE FONTI]

Nella foto centrale: Banca Generali (1); Trust Risk Group (2); YouBanking di Banco Popolare(3); Formazienda (4); Alphabet Italia (5); Leasys (6); Business Strategies (7); Ki Group (8); Studio Legale Associato Santa Maria- Valsecchi - Vizzardi (9); Rosario Salonia (10); Studio Legale Bana (11); Piergiorgio Valente (12); Dario Bolognesi (13); Carnà & Partners(14); Giuseppe Fornari (15); Ceccon & Associati (16); SLA Deloitte (17); Alessandro De Rosa (18); Fava & Associati (19); Giuseppe Iannaccone (20); Francesco Isolabella (21); Studio Legale Tributario Loconte & Partners (22); Studio Legale Giuseppe Franco Ferrari (23); Studio Legale Persiani (24); Studio Legale Associato Quorum (25); Giorgio Perroni (26); Studio Legale Macchi di Cellere Gangemi (27); Studio Legale Menichetti (28).