

**Il rapporto dell'Istituto Tagliacarne**

# Le piccole imprese? Con dieci finestre sull'estero

MILANO — Reti internazionali per accelerare la ripresa delle piccole e medie imprese. Che il motore della risalita fosse l'export era ormai chiaro da tempo ma per avere accesso a mercati stranieri, spesso complessi e diffidenti, servono strategie precise e risorse non sempre alla portata delle nostre Pmi.

E allora accade che un gruppo di professionisti (avvocati e commercialisti) che da anni offre consulenza legale e fiscale alle piccole e medie imprese, contatti un Istituto di ricerche come il Tagliacarne per far nascere «Focus Pmi», un osservatorio permanente di

analisi del sistema delle piccole e medie imprese. «Dalla ricerca emerge un dato preciso — afferma Franco Casarano, manager partner dello studio LS Lexjus Sinacta, promotore dell'iniziativa — circa tre quarti delle imprese intervistate dichiara di operare in una rete internazionale da oltre dieci anni e il 44,3% delle pmi si relaziona con più di dieci imprese estere. Negli ultimi tempi le aziende ci chiedono sempre più spesso di conoscere il meccanismo dei contratti di rete per l'Italia e anche per l'estero, segno che esiste il bisogno di operare un nuovo salto di qualità.

Non a caso noi stiamo lavorando per sviluppare contatti all'estero e allargare il network di professionisti che, come noi, seguono e supportano le imprese che vogliono rafforzare la loro presenza nei mercati stranieri».

Ma per andare all'estero bisogna partecipare alle fiere, bisogna individuare i partner giusti, viaggiare tanto e investire capitali che scarseggiano dopo due anni di crisi così profonda. «È per questo che affascina il modello della rete d'impresa — osserva Cesare Fumagalli, segretario generale di Confartigianato — ma per farlo decollare serve una

fiscalità di vantaggio e non semplici sgravi fiscali. Quello del contratto di rete è un progetto migliorabile ma quanto meno è un punto di partenza per il nostro sistema nazionale». Però emerge la necessità anche di una rete internazio-

**44,3%**

delle piccole imprese monitorate dall'Istituto Tagliacarne ha contatti con almeno dieci imprese internazionali

nale che sappia trovare partner stranieri. «Ma quella i nostri imprenditori se la sono già creata da anni — aggiunge Fumagalli — basti pensare che la provincia di Milano esporta per un valore di 35,5 miliardi di euro, pari all'export di tutta Israele, Torino tocca i 14 miliardi come l'intera Grecia e Vicenza 10 miliardi pari alla Tunisia. È indubbio che contratti di rete vantaggiosi potrebbero incrementare questo circolo virtuoso ma per farlo servono incentivi veri e questi, probabilmente, sono tutti destinati a emergenze come quella dell'occupazione che hanno un

impatto sociale e mediatico più elevato».

La ricerca ha evidenziato pure che la gran parte delle aziende che hanno migliorato le proprie performance sui mercati esteri durante il 2010 deve tale successo ai miglioramenti qualitativi dell'offerta ed alla competitività di prezzo derivante da un aumento dell'efficienza produttiva. «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 —. In questi ultimi anni è aumenta-

to il numero di piccole aziende che non svolgono più solo il ruolo di monocommittenza per un cliente italiano: hanno capito che perfezionando ed elevando la loro capacità produttiva attraggono anche l'attenzione di grandi aziende straniere. Esistono distretti iperqualificati nella meccanica, nell'abbigliamento, nella componentistica in grado di siglare accordi con multinazionali. L'obiettivo è 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».

Perché anche l'export, senza rete, rimane un rischio.

**Isidoro Trovato**

© RIPRODUZIONE RISERVATA