

Cosa può fare l'Italia per rafforzare l'export delle Pmi? Le idee di Cna

Al Forum di Davos del 2000 alcuni economisti di fama internazionale formularono previsioni funeste per l'export italiano decretando l'estinzione del Made in Italy tra i principali effetti dell'avanzata cinese. La nostra struttura produttiva caratterizzata da micro e piccole imprese non avrebbe retto l'urto della globalizzazione. Spesso gli economisti sbagliano e fortunatamente le nostre aziende hanno sempre dimostrato di avere un'ottima capacità di adattamento al cambiamento. Il valore dell'export dalla penisola è più che raddoppiato e senza la pandemia avrebbe sfiorato i 500 miliardi nel 2020. Nello stesso periodo la quota di commercio estero della Cina è balzata dal 4 al 14 per cento con conseguente contrazione del peso dei principali paesi esportatori. L'Italia è scesa dal 4 al 3 per cento ma in termini relativi la performance è stata migliore rispetto a Stati Uniti, Francia, Giappone e anche Germania. Ci sono altri indicatori che mostrano, invece, come le imprese italiane abbiano una naturale propensione all'export. In particolare la capacità di diversificazione geografica delle vendite all'estero. In genere i primi cinque mercati di sbocco rappresentano oltre la metà delle esportazioni. Per l'Italia era il 55 per cento all'inizio del 2000 mentre oggi la quota è scesa al 41 per cento. Soltanto la Germania mostra un trend simile mentre Francia e Gran Bretagna non hanno registrato variazioni significative. Utilizzando l'indice Herfindahl-Hirschman l'Italia ha realizzato un incremento di oltre l'80 per cento della diversificazione dei mercati di sbocco nel periodo in esame, circa il doppio rispetto alla Germania. Questa trasformazione riflette la capacità delle imprese italiane, in particolare le piccole, di intercettare la crescente domanda proveniente dalle economie emergenti, di spingersi a cercare nuovi mercati oltre quelli tradizionali. L'Osservatorio Export realizzato dalla CNA (Confederazione Nazionale dell'artigianato e della piccola e media impresa) fotografa la capacità di micro e piccole imprese di riposizionamento sul mercato globale. Ad esempio la quota di export delle imprese italiane fino a 9 dipendenti in Asia Orientale è pari all'11,9 per cento rispetto all'8,9 per cento delle grandi imprese. Anche in Africa settentrionale e Medio Oriente le quote di export delle micro imprese (rispettivamente 3,8 e 5,9 per cento) sono superiori alla media nazionale del 2,7 e del 3,8 per cento. Tali caratteristiche hanno consentito al Made in Italy una buona performance negli ultimi 5 anni, con un recupero di competitività e quote di mercato.

Un trend sconvolto dall'esplosione dell'emergenza sanitaria a livello globale. Il Covid è la causa principale della crisi economica ma sul commercio mondiale si addensano le nubi delle dispute commerciali, delle tensioni geopolitiche dall'Est Europa al Medio Oriente e non da ultimo la debolezza del dollaro per effetto dei cambiamenti nell'orien-

tamento monetario della Federal Reserve.

“CNA da subito ha sollecitato l'attenzione del Governo – sottolinea la vice presidente alle politiche per l'internazionalizzazione Roberta Datteri – ad adottare politiche e strumenti per rafforzare il presidio sui mercati esteri, accompagnando le imprese in un processo di consolidamento ed espansione dell'export attraverso interventi a misura dedicati in particolare alle micro e piccole imprese. L'iniziativa dell'esecutivo con il Patto per l'Export rappresenta quindi un elemento positivo e CNA ha collaborato nella definizione del piano di intervento presentando numerose e concrete proposte”.

Tuttavia, in un contesto internazionale ancora molto fluido, l'efficacia del Patto per l'Export dipenderà dalla capacità di monitoraggio e adeguamento che dovrà coinvolgere in modo attivo il sistema delle imprese. Proprio in questi giorni si registra il successo delle misure per sostenere l'internazionalizzazione attraverso Simest con migliaia di domande presentate per accedere ai diversi strumenti e che di fatto hanno già esaurito le risorse sia nella componente di finanziamento agevolato che in quella a fondo perduto.

“Data la scadenza al momento fissata per il 31 dicembre, un elevato numero di imprese è ancora in procinto di presentare i propri programmi di investimento ed è auspicabile un aumento delle risorse (sia per il finanziamento agevolato che per il fondo perduto) per gli strumenti di supporto targati Simest”, rileva la Vice Presidente CNA. “Anche perché in un momento così incerto e complicato le PMI hanno dato un grande segnale, dichiarandosi, attraverso le progettualità presentate, disposte ad investire e rilanciare pesantemente per incrementare e consolidare le quote export. Oltre alla questione della dotazione finanziaria, per una efficace politica di sostegno all'export sono cruciali un impianto organico e senza lacune, la capacità di raggiungere un elevato numero di imprese e naturalmente una burocrazia che non alimenti oneri e pastoie.

“Un approccio integrato è indispensabile – conclude Roberta Datteri – al tempo stesso occorre sviluppare una politica proattiva se l'obiettivo condiviso è quello di potenziare l'orientamento verso i mercati esteri della maggioranza delle imprese. Per proiettare le piccole imprese sul mercato globale, accanto al sostegno degli investimenti va predisposto un piano integrato di promozione, valorizzazione e implementazione del made in Italy e del Sistema Paese attraverso il coinvolgimento delle Istituzioni. Il pieno coinvolgimento delle associazioni di impresa nel programma, può rappresentare il salto di qualità di una rinnovata politica per esportare il Made in Italy”.

Claudio Di Donato

