

Taglia small ma lanciate sui mercati mondiali

Imprese di taglia *small* ma proiettate sui mercati mondiali. L'export delle aziende italiane fino a 20 dipendenti batte quello realizzato dai concorrenti di più grandi dimensioni (da 250 fino a 500 dipendenti). Tanto che nei dieci settori più orientati alle esportazioni il valore ha già superato i livelli pre-crisi. Così un'elaborazione di Fondazione Impresa su dati Istat sfata il luogo comune del "piccolissimo" che stentano a decollare sui mercati mondiali.

Con una domanda interna debole e la recessione ormai alla porta l'internazionalizzazione diventa sempre di più la strada obbligata per non soccombere. Le piccole aziende macinano da sole 38 miliardi di euro di esportazioni, pari al 13,6% del totale italiano, superando i 34 miliardi realizzati dalle più grandi. E hanno compreso le potenzialità dell'internazionalizzazione anche le microimprese (fino a 10 dipendenti) che contribuiscono al 7% dell'export complessivo.

Dal 2008 ai primi nove mesi del 2011 dieci nicchie merceologiche, dove il contributo dell'export vale almeno il 30% del fatturato, hanno visto crescere le esportazioni del 2,5% sfiorando i 7 miliardi di euro, oltre i livelli raggiunti prima della crisi. Uno scatto in avanti rispetto al valore totale delle esportazioni italiane, che nello stesso periodo ha registrato un calo dello 0,9 per cento. Il maggior contributo all'export - pari a 2,7 miliardi dal gennaio al settem-

bre 2011 - è arrivato dal comparto del cuoio, che ha registrato un balzo del 7,1% rispetto al 2008. A segnare però l'incremento più significativo sono state le esportazioni di abbigliamento in pelle, cresciute del 23,6% a quota 371 milioni di euro e in pelliccia (+16,6% a 168 milioni). Il segno è invece ancora negativo (-17,8%) per i prodotti in porcellana e ceramica e per le esportazioni di legno piallato (-12,7 per cento).

A TUTTO EXPORT

Le esportazioni delle aziende fino a 20 dipendenti battono quelle delle aziende «large». In dieci nicchie di mercato l'emergenza è già superata

Se la dimensione è sempre più internazionale lo sguardo si concentra ancora soprattutto sull'Europa e in nove comparti su dieci la Francia è sempre tra le prime tre destinazioni del Made in Italy. La mappa delle mete cambia a seconda dei settori. I produttori di cuoio e pellicce hanno un occhio di riguardo per Hong Kong e destinano qui il 12,1% delle loro esportazioni. Ed è forte anche il presidio del mercato in Romania (9,6%) e Cina (8,3 per cento). Per gli oli e grassi vegetali e animali la destinazione d'eccellenza sono gli Usa, dove confluisce il 23,8% dell'export. Parigi primeggia come sbocco privilegiato per l'editoria (36,9%), gli articoli

tessili confezionati (escluso l'abbigliamento), i prodotti in ceramica e porcellana, ma anche per gli strumenti musicali. È diretto in Svizzera il 13,6% delle esportazioni di abbigliamento in pelle, mentre il legno piallato e tagliato guarda alla Gran Bretagna (15 per cento). Prediligono invece mete più lontane i settori dell'abbigliamento in pelliccia e dei prodotti per l'edilizia in terracotta. Il primo fa rotta su Russia (dove destina il 15,5% del proprio export), Corea del Sud, Cina e Ucraina. Il secondo punta sul Golfo come primo mercato estero di sbocco, con l'Arabia Saudita in testa (15,9%), seguita dagli Emirati Arabi Uniti (10,7 per cento), Egitto, Libano e Giordania.

«Tutti i dati - dice Gianfranco Comazzi, presidente di Federelexport, la Federazione che riunisce i consorzi per l'export - confermano ormai che le esportazioni restano l'unica ancora di salvezza, ma le piccole imprese spesso si sentono dimenticate e costrette a contare solo sulle proprie forze». Comazzi ricorda che le manovre degli ultimi anni hanno ridotto di oltre il 50% gli stanziamenti previsti per i contributi a enti e organismi che operano nel campo dell'internazionalizzazione. «Questo - conclude - mette a repentaglio le attività dei consorzi, che aiutano le imprese a sbarcare sui mercati mondiali senza rinunciare alla propria autonomia».

C.Bu.

La fotografia

Il valore delle esportazioni e la performance di dieci nicchie dal 2008 ad oggi

IL TESORETTO DELLE ESPORTAZIONI

L'export delle imprese italiane per classe di addetti. Dati 2009

	In milioni di euro	In % su totale esportazioni
Da 1 a 9	19.796	7,0
Da 10 a 19	18.462	6,6
Da 20 a 49	32.362	11,5
Da 50 a 99	32.826	11,7
Da 100 a 249	48.521	17,2
Da 250 a 499	34.952	12,4
500 e oltre	91.940	32,7
Addetti non specificati	2.607	0,9
TOTALE	281.466	100,0
<i>Di cui microimprese e aziende con meno di 20 addetti</i>	38.258	13,6

LE DIECI NICCHIE DI ECCELLENZA

Export nei settori dove la piccola impresa (< 20 addetti) contribuisce in modo rilevante. Valori in milioni di euro e variazioni in percentuale. Dati 2011 riferiti ai primi nove mesi dell'anno

Settore	2008	2011	Var. % *
1 Cuoio conciato e ulteriormente lavorato; pellicce preparate e tinte	2.586	2.768	+7,1
2 Oli e grassi vegetali e animali	1.129	1.242	+10,1
3 Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	1.107	1.013	-8,4
4 Articoli tessili confezionati, esclusi gli articoli di abbigliamento	432	407	-5,7
5 Abbigliamento in pelle	300	371	+23,6
6 Altri prodotti in porcellana e in ceramica	438	360	-17,8
7 Legno tagliato e piallato	238	208	-12,7
8 Articoli di abbigliamento in pelliccia	144	168	+16,6
9 Strumenti musicali	85	84	-1,3
10 Mattoni, tegole e altri prodotti per l'edilizia in terracotta	30	27	-8,6
Settori della piccola impresa più orientati all'export	6.488	6.649	+2,5
TOTALE EXPORT ITALIA	282.288	279.739	-0,9