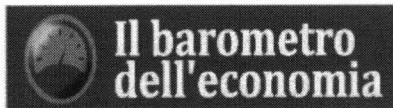


## Imprese alla sfida dei mercati esteri



### Imprese vincenti la sfida è l'apertura al mercato estero

In un contesto economico sofferente a causa della crisi economica, che non allenta la presa e continua ad incidere sulle performance economiche e finanziarie aziendali, aumenta sempre di più la necessità per le imprese di adottare un nuovo modello competitivo in cui gli investimenti, l'innovazione e l'internazionalizzazione diventino espressione della cultura interna e della loro capacità di visione per il futuro.

È da diversi anni ormai che **Srm** ribadisce l'importanza di investire su tali driver per migliorare il sistema imprenditoriale nazionale ed in particolare campano, rendendolo capace di uscire vincente dal contesto di crisi che caratterizza l'economia negli ultimi anni. In particolare soffermandosi sull'attività di internazionalizzazione. Che ha effetti economici rilevanti per la conquista di nuove quote di mercato ed ritorni positivi anche in termini di acquisizione di conoscenze e tecnologia, con un impatto favorevole, quindi, su produttività e competitività. Dai dati del Rapporto impresa e competitività 2013 si evidenzia infatti come le imprese che adottano tale strategia competitiva ottengono risultati migliori: in particolare, le imprese che si internazionalizzano in Campania (cioè esportano o sviluppano collaborazioni estere) conseguono migliori risultati del resto delle imprese. Pur in una situazione generale negativa e di contrazione di fatturato, questa risulta essere meno negativa, -7,19% (-4,28% in Italia) contro il -9,33% di quelle che non sono aperte ai mercati esteri (-6,72% in Italia).

Anche le imprese che dichiarano di fare nuovi investimenti conseguono performance di fatturato migliori rispetto a quelle che non realizzano investimenti produttivi.

Occorre quindi adottare un comportamento "controcorrente" che sia diverso rispetto alla naturale tendenza delle imprese di reagire alla crisi con un atteggiamento "difensivo" in cui il taglio delle spese finisce per rappresentare la tipica arma per combattere le difficoltà economiche, rinviando al futuro eventuali strategie di espansione ed innovazione.

L'adozione di un modello competitivo vincente vale in modo particolare per il sistema imprenditoriale campano le cui potenzialità sono considerevoli se si considerano la qualità delle produzioni e la professionalità delle risorse, ma che spesso non sono adeguatamente valorizzate a causa di alcuni ben noti fattori strutturali di debolezza. In particolare oltre al problema dimensionale si riscontra un più lento processo di internazionalizzazione: le imprese manifatturiere esportatrici sono il 46,5% contro il 55,2% dell'Italia. Pur essendo esiguo il numero delle imprese che internazionalizza, tuttavia esse esportano in termini di fatturato una quota del 35,2%, maggiore sia del dato meridionale (32,2%) che di quello nazionale (34,5%). Questo nucleo di imprese che competono, inoltre, prestano una maggiore attenzione agli investimenti produttivi: il 36,1% delle imprese manifatturiere campane ha realizzato investimenti produttivi nel 2012 (in Italia il 31,7%) ed il peso di tali investimenti è del 11,24% contro il 10,91% dell'Ita-

lia. Investimenti, che si concentrano per lo più nel rinnovo dei locali e delle attrezzature, nel contenimento dei costi di produzione e nell'aumento della produttività. Ancora insufficiente è invece l'attenzione all'innovazione: la quota di investimenti destinati ai processi innovativi è del 27,4%, inferiore al 29,1% del Mezzogiorno e soprattutto al 44,1% dell'Italia.

Ecco quindi le chiavi per la ripresa: per crescere e rafforzarsi le imprese devono favorire lo sviluppo dei processi di aggregazione e di «coopetition» (cooperazione e competizione insieme); aprirsi maggiormente ai mercati internazionali, destinare più risorse all'innovazione, puntare sull'imprenditoria giovanile e sostenere quei settori per i quali la Campania gode già di un ottimo riconoscimento internazionale: i settori della tripla A (Automotive, Aerospazio, Agroalimentare), la filiera dell'economia del mare (logistica, portualità, shipping) ed il Turismo che rappresentano peraltro anche i punti di forza del Mezzogiorno.

Le imprese della Campania hanno pagato un prezzo alto in questi anni, ma ci sono i presupposti affinché la crisi sia vissuta come opzione per il cambiamento ed occasione per una riorganizzazione - comunque necessaria - che renda possibile e prossima la ripresa.

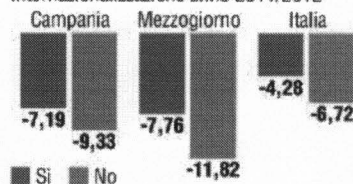
A cura di Studi e ricerche per il Mezzogiorno in collaborazione con il **Banco di Napoli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il "Fattore Estero" sui risultati aziendali delle imprese manifatturiere. Confronto Campania Mezzogiorno Italia**

Internazionalizzazione anno 2011/2012



**Percentuale di imprese manifatturiere che esportano ed incidenza sulla quota del fatturato. Confronto Campania Mezzogiorno Italia**

Anno 2012



A cura di **SRV** e in collaborazione con il **Banco di Napoli** certificati