

[ECONOMIA]

ESPANSIONE INTERNAZIONALE. 2. Area Med, Americhe e Asia sono le aree in cui è destinato a crescere l'export campano. E' quanto emerge da un convegno all'Unione degli industriali di Napoli. ●●● 9

ESPANSIONE INTERNAZIONALE. 2

I nuovi mercati per le Pmi? Area Med, Asia e Americhe

AREA MED, Americhe e Asia sono tra le aree in cui è destinato a crescere l'export campano nel medio periodo. In particolare, sul mercato americano dovrebbero consolidarsi le posizioni dei comparti di eccellenza del made in Italy, dall'agroindustria al tessile di alta gamma, nonché dell'industria dei mezzi di trasporto. In Asia e Area Med sono destinate a incrementarsi le quote di mercato di settori tecnologicamente avanzati come aeronautico e automotive, oltre che della stessa agroindustria, il comparto che più di ogni altro appare avere prospettive di crescita generalizzata nelle aree extra Ue. E' quanto emerge da uno studio di **Srm** (Studi e Ricerche per il Mezzogiorno), illustrato nel corso del seminario "Crescere con l'internazionalizzazione", svoltosi presso l'Unione degli industriali di Napoli. L'iniziativa rappresenta il momento conclusivo del programma di formazione e consulenza nato dall'accordo tra il gruppo Piccola Industria e il **Banco di Napoli**.

Le imprese campane che esportano investono, innovano e fatturano di più rispetto a quelle che non lo fanno. Non solo: hanno anche una maggiore capacità produttiva utilizzata, più ordinativi e una migliore situazione finanziaria. E' la conclusione cui giunge **Massimo Deandreis**, direttore generale di **Srm**, presentando lo studio "Lo scenario economico nazionale e le prospettive del 'commercio estero' per le imprese campane", alla presenza del numero uno del gruppo Piccola Industria **Paolo Minucci Bencivenga** e del direttore dell'Area Napoli e Provincia del **Ban-**

co di Napoli Michele Di Gennaro.

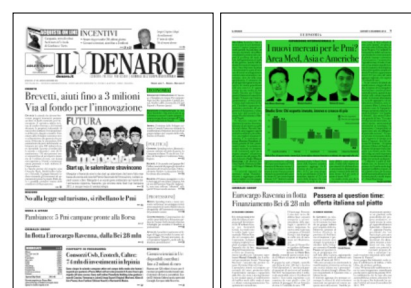
"Le aziende regionali che esportano - spiega Deandreis - riescono a raggiungere performance migliori, o meno peggiori, rispetto alle altre in termini di capacità produttiva utilizzata (83,6 per cento rispetto al 75,8), dinamica del fatturato (meno 1,3 per cento la variazione media rispetto al meno 10,6 per cento) e ordinativi accumulati dalle aziende (meno 0,2 per cento rispetto al meno 3,3)". Inoltre le aziende esportatrici campane investono e innovano di più. "Oltre il 25 per cento delle imprese campane esportatrici - aggiunge - ha dichiarato di aver investito nel 2011. Il 37,7 per cento di queste ha poi dichiarato di fare innovazione rispetto al 25,3 per cento delle imprese che non esportano. E anche in una scenario difficile come questo attuale, il saldo delle imprese export oriented che dichiara di avere una situazione finanziaria peggiorata è minore delle altre imprese (meno 16,9 per cento rispetto al meno 30,3)".

Lo studio rivela poi che la Campania, con un prodotto interno lordo di 96,8 miliardi di euro, è più "grande", in valore, di uno stato come la Slovacchia, che ha un Pil pari a 74,3 miliardi. La Campania ha, infatti, nel suo tessuto produttivo settori portanti e di grande impatto economico. L'aeronautico, l'automotive, l'agroalimentare, il tessile, il turismo e il suo indotto nonché il settore dei trasporti e della logistica, solo per fare qualche esempio evidenzia Deandreis, rappresentano oltre il 22,5 per cento del valore

aggiunto regionale, che supera i 21 miliardi di euro.

In un contesto di debole domanda interna, si legge nello studio, la regione deve proseguire e incrementare i processi di internazionalizzazione, agendo in particolare sulla cultura imprenditoriale, la struttura dimensionale e su scelte aggregative e di collaborazione produttiva come reti, consorzi e filiere. La forza di un territorio come la Campania è dunque soprattutto nella sua "capacità di produrre" e di "guardare lontano", dice ancora il direttore generale di **Srm**. "E su questi valori occorre intervenire - sostiene l'esperto - aumentando gli investimenti in tecnologia e in innovazione. Competitività ed export sono una via obbligata e di potenziale successo". "In questo percorso è necessario valorizzare i rapporti e le sinergie tra la banca e l'impresa - dice dal canto suo Di Gennaro -. In questa direzione il **Banco di Napoli**, all'interno del gruppo **Intesa Sanpaolo** (cui rientra anche **Srm**, ndr) svolge un ruolo importante anche in considerazione della capillare rete estera di cui dispone".

"L'obiettivo è quello di individuare due, tre mercati su cui puntare con l'ausilio anche degli organismi pubblici preposti, da Ice a Simest a Sace, per la crescita dell'internazionalizzazione del-



le nostre piccole e medie imprese”, chiosa Bencivenga.

Sergio Lanzillotta



Paolo Minucci Bencivenga

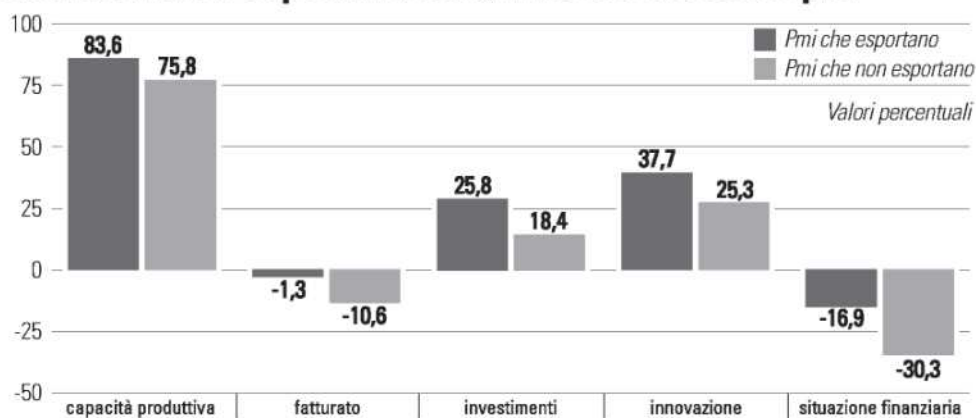


Massimo Deandreis



Michele Di Gennaro

Studio Srm: Chi esporta investe, innova e cresce di più



Studio di Srm: chi esporta investe e innova di più, ha una migliore situazione finanziaria e un fatturato che regge meglio alla crisi