

INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA: LA SITUAZIONE ITALIANA

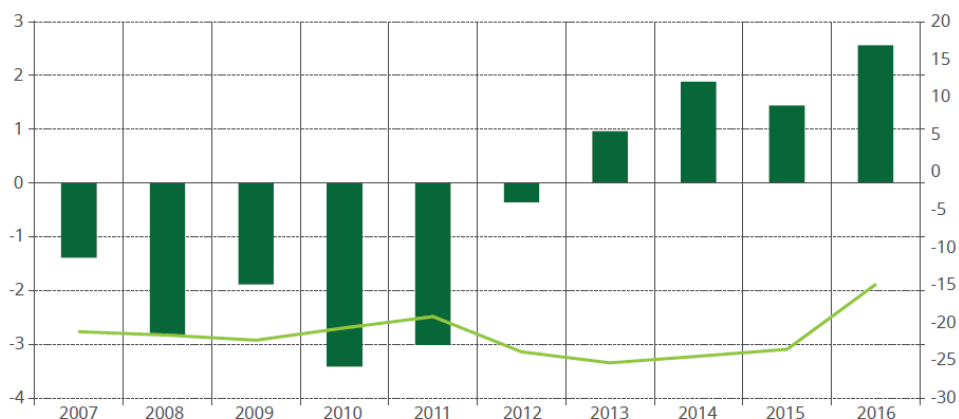
Venerdì, 01 Settembre 2017



L'economia italiana è in ripresa, sostenuta da un leggero recupero dei consumi e investimenti: dal Rapporto Ice 2016-2017, i dati del commercio estero italiano relativi al primo trimestre del 2017 risultano migliori del previsto e migliori anche rispetto allo stesso periodo del 2016, con una crescita stimata per l'intero 2017 vicina all'1%.

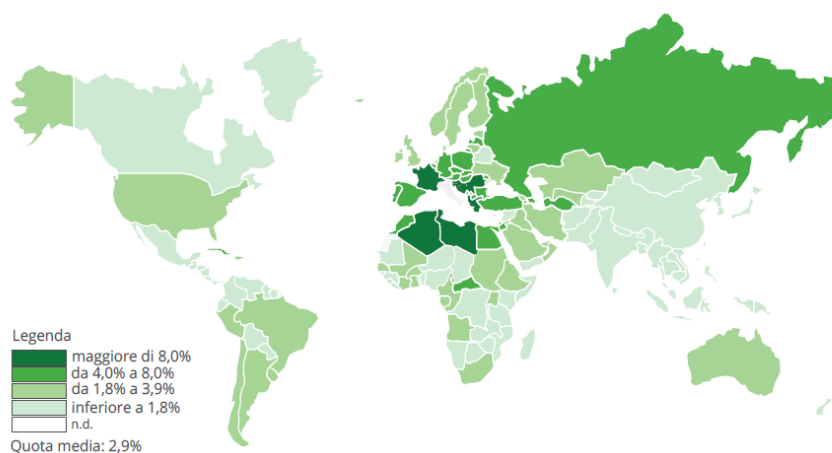
Negli ultimi anni il grado di apertura esterna dell'economia italiana, ridotto dall'impatto della grande crisi iniziata nel 2008, è tornato ad aumentare, nonostante l'espansione italiana risulti ancora inferiore alla media dell'Eurozona e il divario da colmare per tornare ai livelli di attività degli anni precedenti alla crisi resti ancora ampio, con una crescita che è inferiore al potenziale.

Nel 2016 i saldi commerciali italiani sono migliorati con quasi tutte le principali aree: le esportazioni sono cresciute soprattutto verso l'Unione Europea (3,1%) gli Stati Uniti (2,6%), la Cina (6,4%) e il Giappone (9,6%).



La distanza continua a influire notevolmente sulla geografia delle esportazioni italiane, causa la diversa incidenza sugli scambi bilaterali dei costi di trasporto e di varie barriere per accedere ai mercati più lontani.

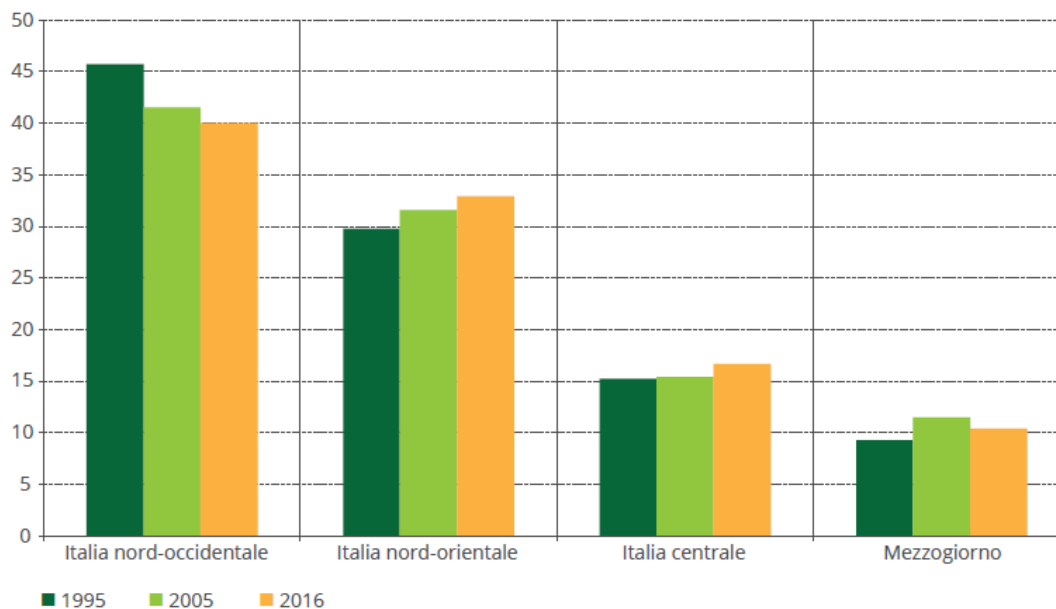
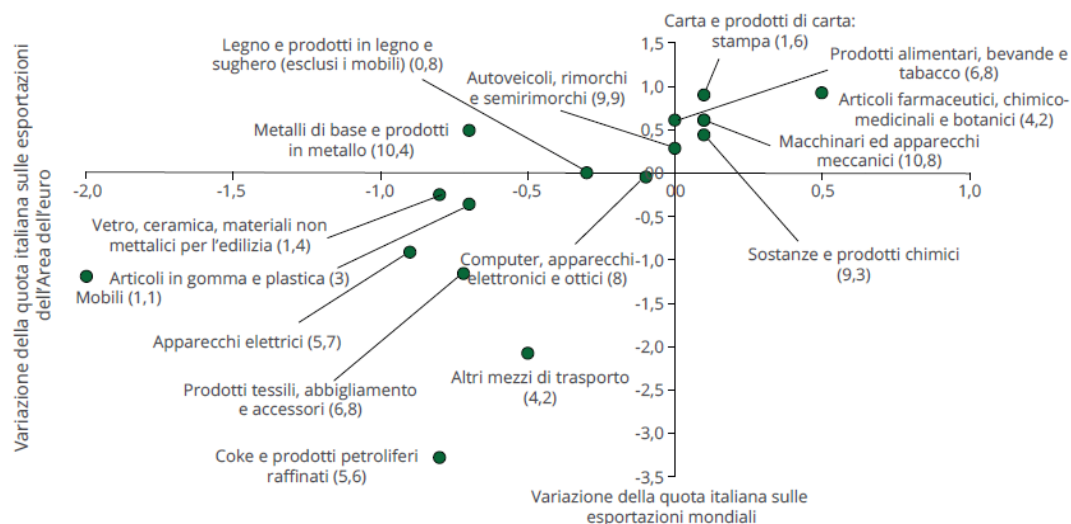
Grafico 10 - Quote di mercato delle esportazioni italiane nei principali mercati (2016)
Quote percentuali



Fonte: elaborazioni Ice su dati Fmi-Dots e, per Taiwan, Taiwan Directorate General of Customs

Il forte saldo positivo dell'industria manifatturiera è rimasto sostanzialmente invariato nel 2016 e i peggioramenti registrati nei derivati del petrolio, nell'industria meccanica e negli autoveicoli sono stati compensati dai miglioramenti nei prodotti alimentari, nella chimica, nella metallurgia e negli altri mezzi di trasporto.

I settori più dinamici, come valore delle esportazioni nel 2016, sono stati la farmaceutica (6,8%), i mezzi di trasporto (5,4%) e l'agro-alimentare (4%), mentre sono scese, in termini di volume, le esportazioni di tutti gli altri principali settori di specializzazione dell'Italia, inclusi la meccanica, il sistema-moda e i prodotti per l'arredamento.



Fonte: elaborazioni Ices su dati Istat

Nel 2016 ha poi subito una battuta d'arresto il processo di diversificazione dei mercati di sbocco, che aveva caratterizzato l'ultimo quinquennio: il numero medio di mercati esteri per esportatore si è fermato al massimo raggiunto nel 2015 (5,85) ed è aumentata, per la prima volta dal 2010, la quota di imprese che esporta in un solo mercato (43%).

Le imprese esportatrici tendono ad avere caratteristiche migliori di quelle che operano soltanto sul mercato interno, nel senso che i loro bilanci manifestano indici migliori di redditività, solidità e liquidità.

Per quanto concerne, poi, la digitalizzazione delle attività economiche, l'Italia appare ancora in ritardo, nonostante i grandi progressi realizzati negli ultimi anni.

Intelligenza artificiale, robotica, manifattura additiva e Internet delle cose spingono verso la dissoluzione dei confini tra economia tradizionale e digitale e verso una crescente integrazione tra manifattura e servizi: il processo di digitalizzazione delle attività produttive si configura

quindi sempre più come la principale trasformazione in corso nei paradigmi tecnologici della vita economica e sociale.

A tal proposito, le regole internazionali sul commercio elettronico e il programma di realizzazione del Mercato Unico Digitale in Europa possono svolgere un ruolo di stimolo importante, con azioni volte ad armonizzare o riformare le regole per le telecomunicazioni, la protezione dei dati, gli acquisti on-line e i diritti d'autore e volte inoltre a favorire la diffusione delle competenze digitali e lo sviluppo di nuove imprese.

Anche in Italia la rilevanza del commercio elettronico è cresciuta progressivamente negli ultimi anni, soprattutto nei settori della moda, dell'arredamento e alimentare, con parallelo sviluppo da parte delle aziende di strategie complesse che coinvolgono la scelta tra diversi canali di comunicazione, commerciali e logistici, nonché tra i diversi sistemi di pagamento, tenendo conto dei problemi doganali e legali presenti sui diversi mercati.

La "quarta rivoluzione industriale" può migliorare la competitività delle imprese, aprendo nuove opportunità anche a quelle piccole e medie: le imprese del made in Italy, comprese quelle di dimensioni minori, stanno infatti adottando in misura crescente metodi di manifattura digitale, anche se, come già evidenziato, appaiono ancora in ritardo nelle tecniche legate all'Internet delle cose.

Per quanto riguarda l'impegno pubblico a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese, la strategia italiana per il 2017 prevede un forte potenziamento del sostegno alla digital economy, azioni in sintonia con il piano governativo Industria 4.0, Roadshow per l'internazionalizzazione e per l'attrazione degli investimenti, iniziative di formazione e consulenza alle imprese, azioni di comunicazione e promozione del made in Italy nella Gdo e di contrasto all'Italian sounding.

Ricordiamo inoltre che già nel 2016 l'impegno pubblico a sostegno dell'internazionalizzazione d'impresa era aumentato rispetto agli anni precedenti, con 87.000 soggetti italiani assistiti direttamente, fra imprese produttrici di beni o servizi, associazioni, organizzazioni territoriali e imprese di consulenza di diverso genere. Nell'arco dello scorso anno si è infatti registrato un aumento dei fondi spesi per i servizi promozionali, concentrato soprattutto sul Ministero dello Sviluppo economico (Mise) e sull'Ice-Agenzia (Ice), con spese complessive passate rispettivamente da 6 a 26 milioni di euro e da 110 a 134 milioni.

Il tema del rafforzamento organizzativo delle piccole e medie imprese, spesso poco strutturate per le sfide nei mercati internazionali a causa sia della dimensione sia della mancanza di competenze professionali specifiche, è stato affrontato anche nel corso del 2016, mediante l'erogazione di voucher per l'internazionalizzazione, usati per acquistare a costi ridotti servizi di temporary export management (Tem).

[ErgonGroup](#), iscritto ufficialmente all'elenco dei fornitori accreditati presso il

Ministero dello Sviluppo economico (Ergon Srl codice ID VF_199), sempre al passo coi tempi ha partecipato in prima linea a diverse date dei Roadshow 2016 per l'internazionalizzazione e ha permesso a numerose aziende clienti di beneficiare dei relativi voucher, grazie alla specializzazione nell'offerta di servizi di formazione e consulenza nell'ambito dell'internazionalizzazione imprenditoriale. Le proposte ErgonGroup per l'internazionalizzazione sono pensate per offrire un servizio di informazione, formazione ed assistenza ad hoc, in grado di abbracciare tutte le principali dimensioni ed espressioni del fare impresa all'estero, dal servizio di Export Manager e di Web Export per l'e-commerce, a quello dedicato per la partecipazione a gare internazionali.

Il servizio è pensato sia per l'azienda che non ha ancora iniziato ad esportare, sia per le imprese che già esportano e hanno l'obiettivo di sviluppare il loro export: l'attività supporta le aziende nel competere con la concorrenza nazionale ed internazionale, individuando nuovi sbocchi di mercato per esportare meglio e con risultati certi, evitando la dispersione di energie e denaro.

L'offerta di ErgonGroup garantisce alle aziende lo sviluppo di strategie commerciali e di vendita che consentono di individuare le metodologie più adatte alle realtà italiane, con un'impostazione dei risultati misurabile nel tempo: il servizio risultante è vincente ed è per questo che è già stato scelto da numerose imprese italiane per l'internazionalizzazione del proprio business.

... E tu,  che cosa aspetti a far decollare la tua attività all'estero?

Di **Lara Pizzone** - *Marketing e Comunicazione ErgonGroup*

[Leggi l'articolo dal sito SviluppoManageriale.it!](#)

