

Apindustria: Brescia cresce all'estero L'Asia è in «pole»

L'indagine

BRESCIA. I mercati esteri sono sempre più importanti per le PMI bresciane e consentono margini spesso significativi: così è stato nel primo semestre 2018 e così sarà, almeno nell'Unione Europea, nei prossimi mesi. A rilevarlo è l'analisi semestrale realizzata dal centro studi di Apindustria attraverso un'indagine che ha coinvolto un campione di 100 imprese associate. Nel primo semestre 2018 il fatturato nell'Unione è cresciuto per il 46% delle imprese, nel 15% dei casi in misura superiore al 10%. Segno positivo anche per chi ha esportato negli altri Paesi europei non Ue e, in modo marcato, in Africa e Medio Oriente. Se questa è la fotografia del passato recente, le aspettative sul commercio internazionale per i prossimi mesi sono per lo più stabili. Le note più ottimistiche riguardano il mercato comunitario: la metà del campione ritiene che i commerci intra Ue possano crescere ulteriormente.

Le previsioni. Col segno positivo anche le previsioni per i mercati europei non Ue, ad eccezione di quello russo, dove quasi un quinto dei rispondenti prevede una sensibile riduzione nel prossimo futuro. Stabile il mercato nordamericano, le prospettive maggiori di crescita vengono individuate nel Nord Africa (67% dei rispondenti) e nel Medio Oriente (50%), aree queste dove negli



Il responsabile. Alessandro Orizio di Apindustria Brescia

anni passati (a causa delle tensioni geopolitiche) si erano registrate significative battute d'arresto. I maggiori sforzi si rivolgeranno verso l'Asia: l'80% di coloro che intendono rivolgersi a questo mercato investiranno per implementare o sviluppare nuove relazioni.

Il commento. «L'analisi del nostro centro studi conferma l'importanza crescente dei mercati esteri per le imprese bresciane - sottolinea il vice presidente di Apindustria Brescia con delega all'internazionalizzazione Alessandro Orizio -, interessate non solo a consolidare la loro presenza in Europa ma desiderose di approfondire le opportunità significative che ci sono in Asia. Emerge però anche una preoccupazione per i venti protezionistici, che certo non aiutano un tessuto produttivo aperto e vocato all'export come il nostro. Il nostro augurio è che si possano trovare soluzioni positive ai dissidi attuali, a tutto vantaggio delle imprese e dei consumatori». //

LA RICERCA. I dati sullo sviluppo internazionale delle imprese di Apindustria rivelano la crescita delle esportazioni

L'export nei paesi dell'Unione è una miniera d'oro per le Pmi

La metà delle imprese contattate ritiene che i commerci intra Ue possano crescere ulteriormente. In ripresa i rapporti con l'Africa

I mercati esteri sono sempre più importanti per le pmi bresciane e consentono margini spesso significativi: così è stato nel primo semestre 2018 e così sarà, almeno nell'Unione Europea, nei prossimi mesi. A rilevarlo è l'analisi semestrale dei dati sullo sviluppo internazionale delle imprese associate realizzata dal centro studi di Apindustria attraverso un'indagine che ha coinvolto un campione di 100 imprese associate, prevalentemente metalmeccaniche.

Nel primo semestre 2018 il fatturato nei paesi Ue è cresciuto per il 46% delle imprese, nel 15% dei casi in misura superiore al 10%. Segno positivo anche per chi ha esportato negli altri Paesi europei non Ue e, in modo marcato, in Africa e Medio Oriente. Se questa è la fotografia del passato recente, le aspettative sul commercio internazionale per i prossimi mesi sono per lo più stabili. Le note più ottimistiche riguardano il mercato comunitario: la metà del campione ritiene infatti che i commerci intra Ue



Alessandro Orizio

possano crescere ulteriormente. Col segno positivo anche le previsioni per i mercati europei non Ue, ad eccezione di quello russo, dove quasi un quinto dei rispondenti prevede una sensibile riduzione nel prossimo futuro. Stabile il mercato nordamericano, le prospettive maggiori di crescita vengono individuate nel Nord Africa (67% dei rispondenti) e nel Medio Oriente (50%), aree queste dove negli anni passati (a causa delle tensioni geopolitiche) si erano registrate significative battute d'arresto.

Per quanto concerne le mo-

I numeri			
VARIAZIONE FATTURATO ESTERO			
1° semestre 2018 - SINTESI			
APINDUSTRIA	Aumento	Stabile	Calo
EU	46%	38%	15%
Europa extra EU	50%	50%	-
Russia	33%	50%	17%
America	50%	50%	-
Nord Africa	83%	17%	-
Altri Paesi Africani	50%	25%	25%
Medio Oriente	67%	33%	-
Cina e Paesi Asiatici	43%	57%	-

PHOTO

dalità di approccio ai mercati esteri, in linea con i dati rilevati nei semestri precedenti la formula prevalente è l'esportazione diretta, utilizzata dal 64% degli interpellati. Le piattaforme digitali B2B sono al momento utilizzate da circa una impresa su dieci. Per quanto riguarda l'impegno ad aumentare quote di mercato nel prossimo futuro, l'Unione Europea appare come area di sviluppo naturale di una presenza già consolidata. I maggiori sforzi si rivolgeranno verso l'Asia: «L'80% di coloro che intendono rivolgersi a questo mer-

cato - si legge nel focus estero dell'ufficio studi di Apindustria - investiranno per implementare o sviluppare nuove relazioni commerciali. Interessante notare come l'Asia a cui puntano i rispondenti non sia strettamente la Cina, rispetto alla quale prestano apparentemente poca attenzione». Più che nel Paese del Dragone, le imprese sembrano quindi guardare ad altri Paesi dell'area del Sud-Est asiatico, attraversati da solidi processi di crescita e con la possibilità di costruire relazioni commerciali positive. Rispetto alle difficoltà, la di-

mensione aziendale limitata (con ammessi problemi di carenza di personale dedicato, costi e talvolta barriere linguistiche) rappresenta per le aziende associate l'ostacolo principale allo sviluppo di ulteriori rapporti commerciali con l'estero. In tal senso va anche letto l'ufficio estero attivato oramai da tre anni da Apindustria, finalizzato proprio a sostenere le imprese nel necessario processo di internazionalizzazione.

OLTRE che i fattori endogeni, pesano però anche aspetti esogeni, il primo dei quali è rappresentato dalle barriere protezionistiche. «L'analisi del nostro centro studi conferma l'importanza crescente dei mercati esteri per le imprese bresciane - sottolinea il vice presidente di Apindustria Brescia con delega all'internazionalizzazione Alessandro Orizio -, interessate non solo a consolidare la loro presenza in Europa ma desiderose di approfondire le opportunità significative che ci sono in Asia. Emerge però anche una preoccupazione per i venti protezionistici, che certo non aiutano un tessuto produttivo aperto e vocato all'export come il nostro. Il nostro augurio è che si possano trovare soluzioni positive ai dissidi attuali, a tutto vantaggio delle imprese e dei consumatori».

Apindustria

Affari, vola l'export con l'Oriente

Se il Pil dà segnali di rallentamento preoccupanti, non così le opportunità di business all'estero: questo almeno quanto dice il focus estero dell'ufficio studi di Apindustria, realizzato attraverso un questionario alle piccole e medie imprese associate. Nei primi sei mesi dell'anno l'export è andato bene, in Unione europea e non solo. In ripresa sembrano le opportunità di business in Africa e Medio Oriente, area quest'ultima che in anni passati aveva subito una pesante battuta d'arresto. Le Pmi bresciane guardano con crescente interesse l'Asia, verso cui hanno intenzione di concentrare i loro sforzi. Se l'esportazione diretta è ancora il canale privilegiato, inizia a registrarsi qualche segnale anche rispetto alle piattaforme digitali B2B, finalizzate a facilitare l'incrocio tra domanda e offerta. Finora usate solo da un'impresa su dieci, ma un altro 30% ha dichiarato interesse per tale strumento. Un modo, questo, anche per provare a superare alcuni ostacoli nel processo di internazionalizzazione (il primo dei quali è la scarsa dimensione, stando al focus). (t.b.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA