

# Sette aziende su dieci presenti sui mercati esteri grazie alle filiere

## La fotografia

**Umana-Federmeccanica:**  
il 44,9% si internazionalizza indirettamente

**Giorgio Pogliotti**

Quasi sette aziende su dieci, comprese anche quelle di piccole dimensioni, hanno rapporti con i mercati esteri. Molte di queste aziende si internazionalizzano indirettamente, pur "rimanendo a casa", essendo parte di filiere più ampie. Tra queste imprese, quelle che puntano sull'innovazione di prodotto sono anche le più competitive. I processi di internazionalizzazione, nonostante la pandemia, non hanno subito modifiche significative, soprattutto per le realtà già presenti oltre confine in modo più strutturato.

Il report sulle catene del valore realizzato da Community Research&Analysis - promosso da Umana e Federmeccanica, che ha interpellato un campione di 804 imprenditori in tutte le regioni e nei principali settori, oltre a 136 associati di Federmeccanica - suona come una conferma delle dichiarazioni del premier Draghi sulla robusta ripresa dell'export ma anche sui rischi legati ai prezzi delle materie prime. «Le nostre imprese sono snodi fondamentali di catene locali e globali del valore contribuendo alla crescita del Paese e all'affermazione dell'eccellenza del made in Italy nel mondo - ragiona il presidente di Federmeccanica, Federico Visentin - Operiamo in un sistema interconnesso già esposto ad una dura competizione che la pandemia ha ulteriormente "stressato". I costi delle materie prime hanno un grande impatto proprio nelle filiere e aumentano esponenzialmente in certi pas-

saggi da monte fino a valle». Lo stimolo di Visentin è di «valutare azioni che coinvolgano tutti gli stakeholders pubblici e privati per assicurare la tenuta di ogni anello della catena del valore. Il valore aggiunto, per il Paese, deriva proprio dall'insieme».

Il report testa il grado di interconnessione del nostro sistema produttivo - è la terza puntata del Monitor sul lavoro sulla metalmeccanica "3C" (le due precedenti su Capitale umano e Competitività sono state anticipate da questo giornale) - poco più di un quinto delle aziende (22,9%) intrattiene usualmente rapporti diretti coi mercati esteri, mentre il 44,9% pur non disponendo in proprio di reti lavora anche per imprese che hanno relazioni con paesi esteri. Quindi, indirettamente, sono internazionalizzate. Solo un terzo fra le interpellate (32,2%) non ha alcuna relazione con mercati al di fuori di quello nazionale.

Il rapporto diretto con mercati esteri interessa le imprese associate a Federmeccanica (63,3%), le realtà produttive del Centro (31%) e del Nord Ovest (30,8%), le più strutturate (60% oltre i 50 addetti) e con fatturati più solidi (41% oltre un milione). Rapporti diretti con l'estero, attraverso filiere, riguardano le aziende metalmeccaniche (50%), collocate a Nord Est (60,1%), le microimprese (45,6% fino a 9 addetti), con fatturati più contenuti (52,3% fino a 499 mila euro). A operare solo sul mercato domestico sono soprattutto aziende del settore "altra industria" (41,7%), del Mezzogiorno (46,5%) e le microimprese (32,9%).

La diffusione della pandemia a livello globale nel 42,6% dei casi non ha prodotto modifiche sostanziali nelle strategie delle aziende che hanno mantenuto i loro programmi, in particolare fra quelle del settore "altra industria" (57,1%), del Nord Ovest (53,0%) e le più internazionalizzate (51,6%). Un quarto delle aziende (26,3%), invece,

ha avviato dei cambiamenti nelle proprie strategie di presenza sui mercati esteri. Altre realtà imprenditoriali sono in stand by in attesa di un quadro più chiaro (31,1%).

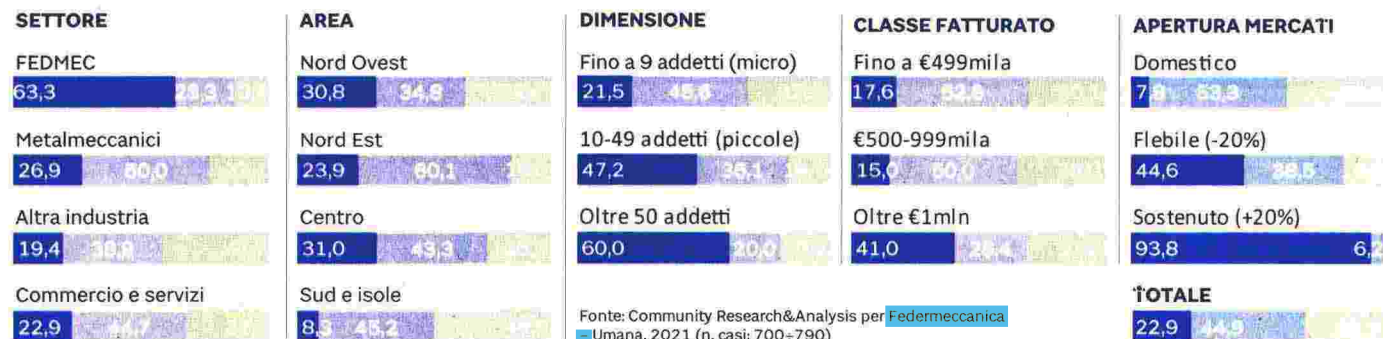
Quanto alla collocazione di queste imprese rispetto al mercato, poco più di un terzo del valore prodotto dalle aziende manifatturiere (35,7%) è rivolto a realizzare prodotti finali, collocato a valle del processo, si interfaccia direttamente col mercato, risentendo maggiormente della sua volatilità. Il gruppo prevalente (46,2%) realizza un valore realizzato producendo beni intermedi, rivolti ad altre aziende. Nel report c'è un focus sulle imprese «intermedie» manifatturiere, anelli intermedi della catena, che producono beni destinati ad altre imprese per almeno il 10% del fatturato. Rappresentano il 45,1% delle imprese manifatturiere, la porzione maggioritaria delle imprese "intermedie" è inserita all'interno di una catena locale del valore (67,4%), il restante 32,6% è parte di filiere internazionali. Ebbene le realtà produttive "intermedie" presentano un indice di competitività più elevato (65,7%, medio e alto), rispetto alle altre (57,5%). «Sono le imprese più performanti e innovative - spiega Daniele Marini, professore dell'Università di Padova e direttore scientifico Cr&A - che occupano una posizione di forza e di capacità negoziale all'interno della filiera, in virtù delle innovazioni introdotte, dalla professionalità del capitale umano». L'essere situato in relazioni internazionali è collegato a un maggior grado di competitività (70% medio e alto), rispetto a quanti sono posizionati in ambiti locali (55,3%). Queste realtà cercano con difficoltà collaboratori con competenze tecniche. Una risposta arriva, sottolinea la presidente di Umana, Maria Raffaella Caprioglio «dal progetto Umana-Federmeccanica per sviluppare percorsi formativi specifici. Oltre 50 le Academy realizzate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Le relazioni con i mercati

### Tipologia e quota % di imprese

- Intrattiene direttamente rapporti produttivi e commerciali con paesi esteri
- Non ha rapporti diretti con mercati esteri, ma lavora anche per imprese che hanno relazioni con paesi esteri
- Non intrattiene relazioni produttive e commerciali con paesi esteri, né con imprese che hanno relazioni con paesi esteri



### FEDERICO VISENTIN

«Le nostre imprese sono snodi fondamentali di catene locali e globali del valore contribuendo alla crescita del Paese e all'affermazione del made in Italy

nel mondo. Valutare azioni che coinvolgano tutti gli stakeholders pubblici e privati per assicurare la tenuta di ogni anello della catena del valore». Così il presidente di [Federeccanica](#)



**La pandemia per il 42,6% delle aziende non ha prodotto modifiche nelle strategie, il 31,1% è in attesa degli sviluppi**

