

PRESENTATI I DATI DELL'OSSERVATORIO PICCOLE E MEDIE IMPRESE DI GLOBAL STRATEGY

Ecco le 327 pmi italiane eccellenti

Continuano a crescere a un ritmo triplo rispetto alle altre industrie. Tra le tendenze c'è la flessione del Nordest e del Sud Italia. Fondamentali attenzione al prodotto e al cliente

DI MANUEL FOLLIS

Sempre concentrate al Nord, anche se il Nordest sta mostrando qualche segnale di sofferenza (come il Sud Italia) e sempre più orientate all'internazionalizzazione. È la fotografia delle pmi italiane eccellenti che emerge dall'osservatorio 2014 curato come ogni anno di Global Strategy, presentato ieri in Borsa Italiana. All'interno di un universo di circa 8 mila Pmi, Global Strategy ha selezionato 327 aziende eccellenti, cioè con tassi di crescita, redditività e solidità superiori rispetto al proprio settore di riferimento. Si tratta di società che crescono a un ritmo 3 volte superiore alla media del settore e che a dispetto della crisi hanno raddoppiato il reddito operativo negli ultimi 5 anni rafforzando la solidità finanziaria. I dati dell'osservatorio sono stati presentati in occasione del convegno *Pmi italiane fra tra-*

dizione e innovazione digitale, organizzato in collaborazione con Borsa Italiana e con il supporto di Schroders Wealth Management e dello Studio Legale Associato Negri-Clementi. Essendo ormai giunto alla sesta edizione, quest'anno l'osserva-



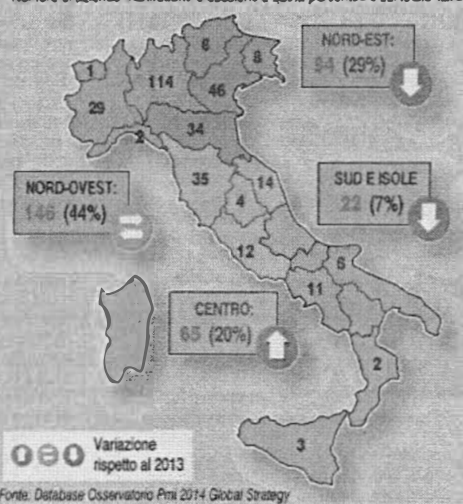
torio ha anche operato per la prima volta alcune valutazioni su cosa per le aziende era importante prima e dopo la crisi.

Dall'indagine qualitativa della ricerca, che si basa su interviste, è emerso che prima della crisi la «qualità del prodotto» era considerata il fattore più importante del successo di un'impresa (72%), seguito da «reputazione dell'azienda e del marchio» (54%) e da «innovazione del prodotto» (52%). Post crisi la «qualità del prodotto» resta al primo posto e sale addirittura al 91%; quindi è considerata ormai da tutte le aziende il principale fattore di successo. Al secondo posto è salita la «capacità di risposta al mercato/cliente» (42%), mentre la «reputazione dell'azienda» dopo la crisi è scesa all'ultimo gradino (29%).

Dal punto di vista quantitativo, invece, è evidente quanto il lungo periodo di difficoltà dell'economia abbia pesato sulle società. Pre-crisi la crescita media del fatturato delle pmi eccellenti era doppia rispetto a quello del mercato nel suo complesso, mentre oggi è

LA DISTRIBUZIONE DELLE PMI ECCELLENTI

Numero di aziende manifatturiere eccellenti e quota percentuale sul totale Italia



tre volte tanto; quanto invece all'incremento medio del risultato operativo, il valore per le pmi eccellenti si è praticamente dimezzato, mentre nel loro complesso le società sono

passate da una piccola crescita a un decremento. «La ricerca che conduciamo fin dal 2009 evidenzia come in Italia esista un gruppo di aziende che, nonostante operi in settori maturi,

abbia scelto da tempo di puntare su innovazione e internazionalizzazione, riuscendo a contrastare gli effetti della crisi grazie alla tenacia degli imprenditori e alla sorprendente flessibilità e dinamicità nel riadattare le strategie operative per raggiungere i propri obiettivi», ha spiegato Antonella Negri-Clementi, presidente e amministratore delegato di Global Strategy. Parte del convegno è stata dedicata alla digitalizzazione delle imprese, la maggior parte delle quali si dichiara pronta a investire su piattaforme digitali il 15% delle risorse destinate a ricerca e sviluppo nei prossimi 3 anni. La sensazione delle aziende del settore digitale (come ad esempio Google) è che in realtà le Pmi quando parlano di investimenti in digitale siano ancora legate a vecchi paradigmi (come ad esempio il sito Web o l'utilizzo dei social media) e non a innovativi modelli di business. (riproduzione riservata)