



## Medie Imprese: l'Italia non basta più. Il 60% crescerà, ma all'estero

Strategie di crescita diversificate, investimenti e acquisizioni spingono le aziende del made in Italy nonostante l'erosione dei profitti. Europa e Nord America le destinazioni preferite per l'export.

7 giugno 2016 - GE Capital Italia presenta i risultati della **Ricerca Medie Imprese Motore di Sviluppo**, condotta in Italia da **Doxa**, su un campione di 300 tra executive e senior leader di aziende con un fatturato compreso tra 5 e 250 milioni di euro. La Ricerca è stata realizzata **in collaborazione con i Professori Paolo Gubitta e Diego Campagnolo dell'Università di Padova**; giunta alla quinta edizione quest'anno è focalizzata sul mercato italiano.

La sintesi che emerge dall'analisi è che il mid-market italiano sta potenziando la propria presenza all'estero e che si propone di investire in direzioni coerenti con le traiettorie dell'innovazione dei prossimi anni. Un segmento che appare complessivamente in salute, anche se appesantito dall'erosione dei margini, che prevede un futuro di crescita.

**Negli ultimi dodici mesi la performance complessiva è migliorata per il 44% del campione**, con un picco del 53% registrato tra le imprese con fatturato tra 101 e 250 milioni di euro. **I risultati positivi sono trainati prevalentemente dai mercati esteri: il 44% del panel dichiara di avere avuto un incremento moderato o considerevole**. È un dato importante che le imprese hanno ottenuto anche grazie a un recupero della produttività del lavoro, ma sacrificando gli utili operativi di breve periodo.

Le prospettive per i prossimi 12 mesi (in termini di fatturato lordo atteso) confermano la fiducia delle nostre imprese nella ripresa: tale convincimento è infatti **condiviso dal 60% degli intervistati**.



*“Il mid-market italiano è sempre più in salute, le aziende cercano nuove opportunità di sviluppo per poter colmare il divario con i competitor più affermati, focalizzandosi su investimenti, controllo dei costi, e forte attenzione a nuovi percorsi di crescita e alle strategie di espansione”, ha commentato Paolo Braghieri, CEO di GE Capital. “Fa parte della nostra missione sostenere questo segmento particolarmente innovativo e competitivo, sostenendone finanziariamente i piani di crescita. Soprattutto in questo momento in cui, a*



*quanto emerge dalla ricerca, le aziende italiane hanno ripreso ad investire principalmente in beni durevoli. Un segnale che complessivamente fa ben sperare nelle opportunità di crescita future per il Paese”.*

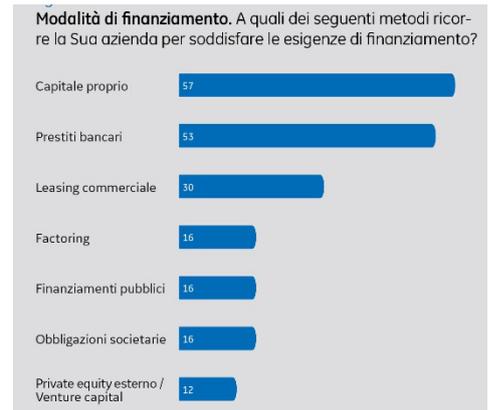
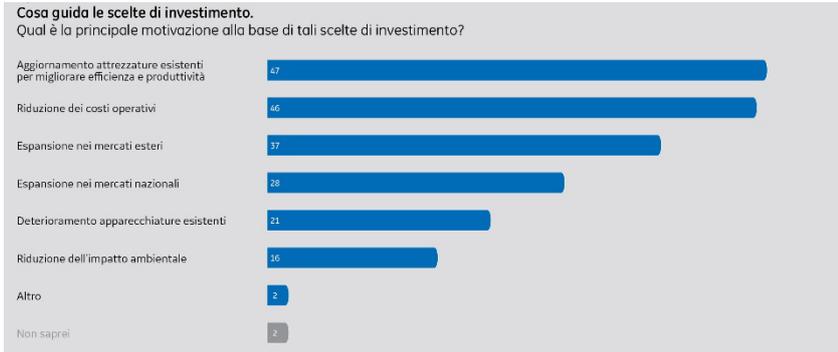
### **Le priorità delle aziende**

Le priorità del mid-market italiano nei prossimi 12 mesi consistono nel **sostenere la competitività commerciale (53%)** e **disporre di capitali propri (36%) per finanziare la crescita o il consolidamento** del business. La rilevanza strategica del capitale umano si conferma una costante importante della Ricerca anche per il 2016: **il 39% del campione indica infatti le “risorse umane” tra le priorità fondamentali dei prossimi 12 mesi** e per un altro 42% è abbastanza rilevante.

Il mid-market italiano intende perseguire una strategia di investimenti centrata su due traiettorie. La prima prevede **l’aggiornamento del parco attrezzature e impianti** per migliorare efficienza e produttività, **(47% delle imprese)**. La seconda riguarda la **riprogettazione dei processi interni finalizzata alla riduzione dei costi operativi, indicata come rilevante dal 46% del campione generale.**

L’indagine GE Capital approfondisce anche le singole aree cui le aziende indirizzano principalmente gli investimenti: al primo posto l’area tecnologie, attrezzature IT e software, cui danno priorità il 43% degli intervistati con punte del 48% tra le imprese del comparto commerciale e del 55% tra quelle dei servizi; segue l’investimento in R&D (38%) con particolare intensità tra le imprese che prevedono un incremento di fatturato superiore al 5% nei prossimi 12 mesi; il 34% darà priorità all’acquisto e all’ammodernamento delle attrezzature e dei nuovi impianti; chiudono la classifica gli investimenti in risorse umane (27%), l’apertura di nuove sedi (24%) e i veicoli commerciali (13%).

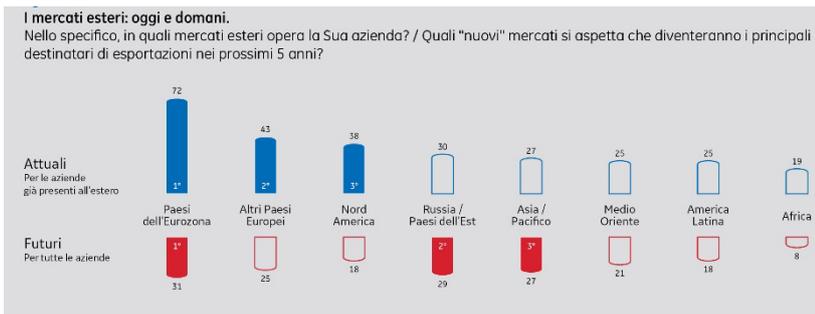
Le aziende italiane resistono tutt’oggi a utilizzare strumenti di finanziamento evoluti, perché continuano a scontare un certo ritardo culturale e di specifiche competenze azienda. Gli intervistati dichiarano di finanziare lo sviluppo puntando prevalentemente sulla **finanza propria** e attraverso il **rafforzamento della patrimonializzazione**: più della metà delle imprese infatti **(57%) indica il capitale proprio come principale strumento di finanziamento**, seguito dai **prestiti bancari (53%)**. Il **12% si dice disponibili a coinvolgere nella proprietà fondi di private equity o altri operatori finanziari** per avere nuove risorse da mettere al servizio della strategia, e quindi ad aprire gli assetti proprietari e gli organi di governance a nuovi interlocutori professionali.



### Strategie di crescita

Il mid-market italiano è in bilico tra **consolidamento (27%)** ed **espansione (52%)** e, soprattutto nel comparto manifatturiero, manifesta una marcata preferenza per lo **sviluppo interno (41%)** rispetto a percorsi di crescita attraverso **acquisizioni e fusioni (11%)**, caratterizzati da maggiore velocità e maggiore impegno finanziario. Da segnalare che **il 21% delle imprese nei prossimi anni sarà impegnato in progetti di ristrutturazione** per recuperare il terreno perduto negli anni della recessione.

Le aziende medie italiane consolidano le posizioni sui mercati internazionali, pianificando interventi per rafforzare la propria presenza. **Diminuisce il numero di imprese con fatturato solo in Italia** (dal 19% del 2015 al 15% del 2016), **ma diminuisce anche la quota media del fatturato realizzato all'estero** (dal 44% del 2015 al 35% del 2016), elemento che, con molta probabilità segnala che molte di queste solo di recente sono riuscite a inserirsi nei mercati esteri e hanno quindi quote di export ancora ridotte.



Dal punto di vista dell'area geografica verso le quali le aziende italiane si espandono, **il mercato europeo si conferma il più rilevante per il 72% delle imprese intervistate seguito da "Altri Paese europei" (43%)** e dalle aree del **Nord America e Asia -Pacifico**. Per quanto riguarda la futura destinazione geografica delle vendite **l'Europa si conferma l'area con le migliori prospettive di crescita (per il 31% delle imprese), il 29% delle imprese indica la Russia e i Paesi dell'Est seguiti dall'area Asia-Pacifico (27%).**

Le strategie di internazionalizzazione si articolano lungo due direttive: la **multi-localizzazione delle singole attività della catena del valore** là dove si possono svolgere alle migliori condizioni; la **co-localizzazione delle attività di sviluppo e produzione in luoghi contigui o vicini**, al fine di rendere più agevole il coordinamento e aumentare le performance delle singole attività.

Le strategie di internazionalizzazione si articolano lungo due direttive: la **multi-localizzazione delle singole attività della catena del valore** là dove si possono svolgere alle migliori condizioni; la **co-localizzazione delle attività di sviluppo e produzione in luoghi contigui o vicini**, al fine di rendere più agevole il coordinamento e aumentare le performance delle singole attività.



In crescita il fatturato estero atteso dal segmento nei prossimi 12 mesi: oltre il 63% degli intervistati prevede un suo incremento.

\*\*\*\*\*

GE Capital in Italia, si propone come piattaforma unica e specializzata per rispondere alle esigenze di finanziamento delle medie imprese italiane. Consolida i marchi e le attività del gruppo General Electric nei segmenti del leasing e del factoring oltre alle attività tradizionali di Interbanca, la storica corporate bank milanese specializzata in finanziamenti a medio e lungo termine e finanza strutturata acquisita dal Gruppo GE nel 2009. Può vantare nel proprio DNA competenze industriali, solidità finanziaria e una consolidata notorietà, che consentono ai propri clienti vantaggio competitivo e accesso a realtà internazionali. [www.gecapital.it](http://www.gecapital.it)

*Per ulteriori informazioni:*

**GE Capital**

Lavinia Piana  
Communications Manager

t: +39 346 9425022  
[lavinia.piana@ge.com](mailto:lavinia.piana@ge.com)  
[www.gecapital.it](http://www.gecapital.it)

**Hill + Knowlton Strategies**

Enrico Bruschi - [enrico.bruschi@hkstrategies.com](mailto:enrico.bruschi@hkstrategies.com) - 02 31914 224  
Paola Sacilotto - [paola.sacilotto@hkstrategies.com](mailto:paola.sacilotto@hkstrategies.com) - 02 31914 264