

Il polso. Una ricerca Deloitte su un campione di 600 aziende

Il 44% degli imprenditori guarda a nuovi mercati

Internazionalizzare le vendite, aprendosi a nuovi mercati. È questo il bisogno più frequente che oggi avvertono le Pmi italiane. A confermarlo è ora anche una ricerca di Deloitte, che ha coinvolto circa 600 aziende tricolori in rappresentanza di 20 settori di attività. Presentata ieri nel corso dell'Annual Economia & Finanza del Sole 24 Ore, la ricerca mette in luce come il 44% degli imprenditori avverta il tema dell'allargamento ad altri mercati come una delle prime cinque sfide che attendono la propria azienda nei prossimi 2-3 anni. Nel contempo, però, tra gli uomini d'impresa si sta facendo strada anche la consapevolezza di un'accresciuta necessità di operazioni societarie



ROBERTO CASATI

Deloitte&Touche. Paolo Gibello

straordinarie (30% degli intervistati) come fusioni, scissioni e trasformazioni. Sempre più urgente tuttavia è anche l'apertura del capitale a nuovi soci, così da accompagnare la strategia di crescita. «Le aziende famigliari vanno aiu-

tate ad effettuare quel passaggio generazionale che è decisivo per aprirsi a nuovi mercati», spiega Paolo Gibello, presidente di Deloitte&Touche Spa che assieme Eugenio Puddu, partner del gruppo, ha curato lo studio. Per quanto necessaria, l'idea di aprire le porte dell'impresa a nuovi manager e a nuovi investitori può risultare difficile, soprattutto agli occhi di molti piccoli e medi imprenditori italiani di successo che hanno paura a perdere il controllo della propria impresa: come convincerli? «Va fatto capire che la lettura dell'azienda va effettuata su tre livelli distinti: famiglia, proprietà e business - aggiunge Gibello -. Non aver più in mano la gestione del business non significa necessariamente averne perso la proprietà. E questo può introdurre nuove competenze manageriali e sviluppare il business».

L. D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

