

## COMUNICATO STAMPA

### **“PISTOIA NEL MONDO”**

## **PMI PISTOIESI E LA SFIDA DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE IN UNO STUDIO PRESENTATO DA CR PISTOIA E LUCCHESIA E CCIAA PISTOIA**

*Pistoia, 2 dicembre 2013* – Favorire la competitività all'estero delle imprese del territorio con tutti gli strumenti politici, economici, i prodotti, i servizi e il *know how* delle differenti organizzazioni e degli enti coinvolti nel progetto “Pistoia nel mondo”.

Questo l'obiettivo che si sono date **CR Pistoia e Lucchesia, CCIAA di Pistoia e tutti i soggetti istituzionali** che hanno condiviso l'iniziativa “**Pistoia nel mondo 2013**”, un progetto presentato oggi a Palazzo dei Vescovi e che ha visto la partecipazione di **Federica Fratoni**, presidente Provincia di Pistoia, **Luciano Nebbia**, direttore regionale Toscana, Umbria, Lazio e Sardegna Intesa Sanpaolo, **Stefano Morandi**, presidente CCIAA Pistoia, e **Alessio Colomeiciuc**, presidente CR Pistoia e Lucchesia.

Insieme alla presentazione delle iniziative a sostegno dell'internazionalizzazione promosse dalla Regione Toscana e della CCIAA di Pistoia, due sono stati i momenti salienti dei lavori: la presentazione del rapporto “Pistoia nel mondo”, effettuata da **Giovanni Foresti**, senior economist dell'Ufficio Industry & Banking del Servizio Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, e la comunicazione dei risultati dei **Focus Group delle PMI pistoiesi**, presentati dai Direttori delle singole Associazioni di categoria del territorio.

Il punto di partenza del progetto “Pistoia nel mondo” è la lettura di un territorio e delle sue potenzialità. La provincia di Pistoia viene vista «quale impresa» economica e sociale, un ‘sistema aperto’ il cui sviluppo comune non deriva dalla semplice somma di interessi particolari, ma dalla capacità di interagire in sintonia e sviluppare Reti Valoriali. In questa visione, muovere la crescita e le Reti Valoriali della provincia significa attivare i diversi motori di sviluppo fra i quali **CR Pistoia e della Lucchesia, Camera di Commercio di Pistoia** e gli altri attori sul territorio quali **Confindustria, CNA, Confartigianato, Confcommercio e Confesercenti**. Insieme, hanno coinvolto numerose imprese locali, focalizzando l'**export** quale **principale volano dell'economia pistoiese**, in particolare per quattro settori: l'agro-alimentare, il sistema casa (mobile, materie plastiche), la persona (abbigliamento, calzature) e la meccanica<sup>1</sup>.

Attraverso il coinvolgimento diretto in *focus group* delle PMI locali, chiamate dalle singole Associazioni di categoria a focalizzare e definire - per ciascun settore di appartenenza - cosa significhi ‘internazionalizzazione’, sono emersi il sentiment delle aziende, i punti di forza e di debolezza, i timori o gli elementi che possono costituire un'opportunità, arrivando a definire un possibile **piano di azione per guardare all'estero con una strategia di crescita**.

---

<sup>1</sup> Vivaismo e Turismo vedranno una successiva iniziativa specificatamente dedicata.

Il **report** illustrato da Giovanni Foresti ha infatti consentito di far emergere l'effettiva estensione e varietà delle PMI pistoiesi, le difficoltà incontrate in questi anni e le potenzialità per le aziende che riescono a muoversi fuori dai confini nazionali sia in termini di produzione che di commercio. La provincia di Pistoia ha infatti registrato i pesanti effetti della crisi dopo il picco positivo raggiunto nel 2001. Negli anni successivi è, infatti, evidente un trend di progressivo **calo delle esportazioni provinciali, che culmina con il crollo del 2009 non recuperato nel triennio successivo**. Complessivamente, l'export di prodotti manufatti della provincia ha subito un calo del 22,4% tra il 2001 e il 2012. Le difficoltà incontrate sui mercati esteri si sono riflesse nell'evoluzione dell'avanzo commerciale che nella provincia si è pressoché dimezzato, mentre in Italia è quasi raddoppiato. Questi risultati scontano molto verosimilmente una **minore diffusione nella provincia di Pistoia di quelle strategie** che nell'attuale contesto competitivo **consentono di differenziare le produzioni**, superando in tal modo la forte concorrenza presente a livello internazionale. Dalla banca dati ISID (Intesa Sanpaolo Integrated Database) emerge, infatti, che a Pistoia è più bassa la quota di imprese manifatturiere con brevetti, certificazioni di qualità e ambientali, marchi registrati a livello internazionali e partecipate estere.

**Le criticità di Pistoia sono da ricondurre a una crisi quasi generalizzata che ha interessato molti settori in cui la provincia è specializzata, influenzando anche l'export:** le esportazioni dirette verso i nuovi mercati sono aumentate, ma in misura minore rispetto a quanto osservato in Toscana e nel resto d'Italia. Il peso di queste mete commerciali è, infatti, salito al 35,1% a Pistoia, contro un picco del 41,4% della Toscana. Il confronto con Toscana e Italia mette in luce anche l'eccessiva concentrazione delle esportazioni di Pistoia in Francia e Regno Unito e la contemporanea bassa presenza in Germania e Stati Uniti, due tra le economie avanzate con migliori prospettive di crescita nei prossimi anni. Secondo le stime del Servizio Studi di Intesa Sanpaolo, la Germania è infatti l'unico paese europeo presente tra i dieci mercati a più alto potenziale per il manifatturiero italiano. Ai primi due posti di questa speciale classifica si collocano Cina e Stati Uniti, che insieme alla Russia sono i mercati a più alto potenziale di crescita anche per i settori in cui è specializzata la provincia di Pistoia: **riuscire a sfruttare adeguatamente le occasioni di crescita presenti su questi mercati richiede un deciso cambio di passo da parte delle imprese pistoiesi**. A questo proposito il potenziamento dimensionale delle imprese della provincia, anche attraverso forme più leggere di aggregazione come le **reti di impresa**, è cruciale non solo per superare le criticità emerse nel recente passato ma anche per sfruttare al meglio il potenziale di crescita presente sia in alcuni nuovi mercati, sia in alcune aree avanzate come gli Stati Uniti. Questo perché nell'attuale contesto competitivo essere "più grandi" è una precondizione per innalzare la competitività, intesa come capacità di investire in R&S, di esportare e di essere presenti all'estero con proprie filiali commerciali.

Dalla giornata di lavori è **emersa la volontà di collaborare tra i vari partner** e la messa a fuoco delle azioni ritenute prioritarie dal lavoro svolto dai focus group di aziende. Un coinvolgimento diretto e attivo delle PMI pistoiesi, dunque, che ha già avuto un risultato tangibile: **alimentare la propositività e l'identificazione dei reali bisogni delle aziende**, formulando valutazioni e proposte alle istituzioni del territorio e indicando i Paesi sui quali concentrare l'attenzione, con la collaborazione della Cassa di Risparmio di Pistoia e della Lucchesia, del Gruppo Intesa Sanpaolo e di tutti i soggetti Associativi imprenditoriali pistoiesi.

*Per informazioni:*

**Gruppo Intesa Sanpaolo**  
Ufficio Media Banca dei Territori e Media Locali  
055 2612550 - stampa@intesasanpaolo.com