

Lombardia 2010 e oltre

Seminari di approfondimento del Rapporto IReR di legislatura



Governare l'internazionalizzazione: tratti di un modello

Antonio Dal Bianco
IReR

L'internazionalizzazione delle piccole imprese
Tratti di un modello e nodi di prospettiva
Pavia, 28 maggio 2010

Internazionalizzazione in Lombardia: numeri e prospettive

Internazionalizzazione: il ruolo delle PMI

Il governo dell'internazionalizzazione

Le misure regionali di sostegno

I risultati: effetti sulle imprese e effetti sul sistema

Problemi aperti

L'internazionalizzazione rappresenta un elemento di competitività per il "sistema produttivo" regionale

- rapporto export/PIL (2008) = 31,8%; rapporto import/PIL (2008) = 37,2%)
- Le esportazioni lombarde rappresentano il 28,3% delle esportazioni nazionali (2009)
- Investimenti diretti esteri in entrata: 30% Italia; investimenti all'estero: 50% Italia

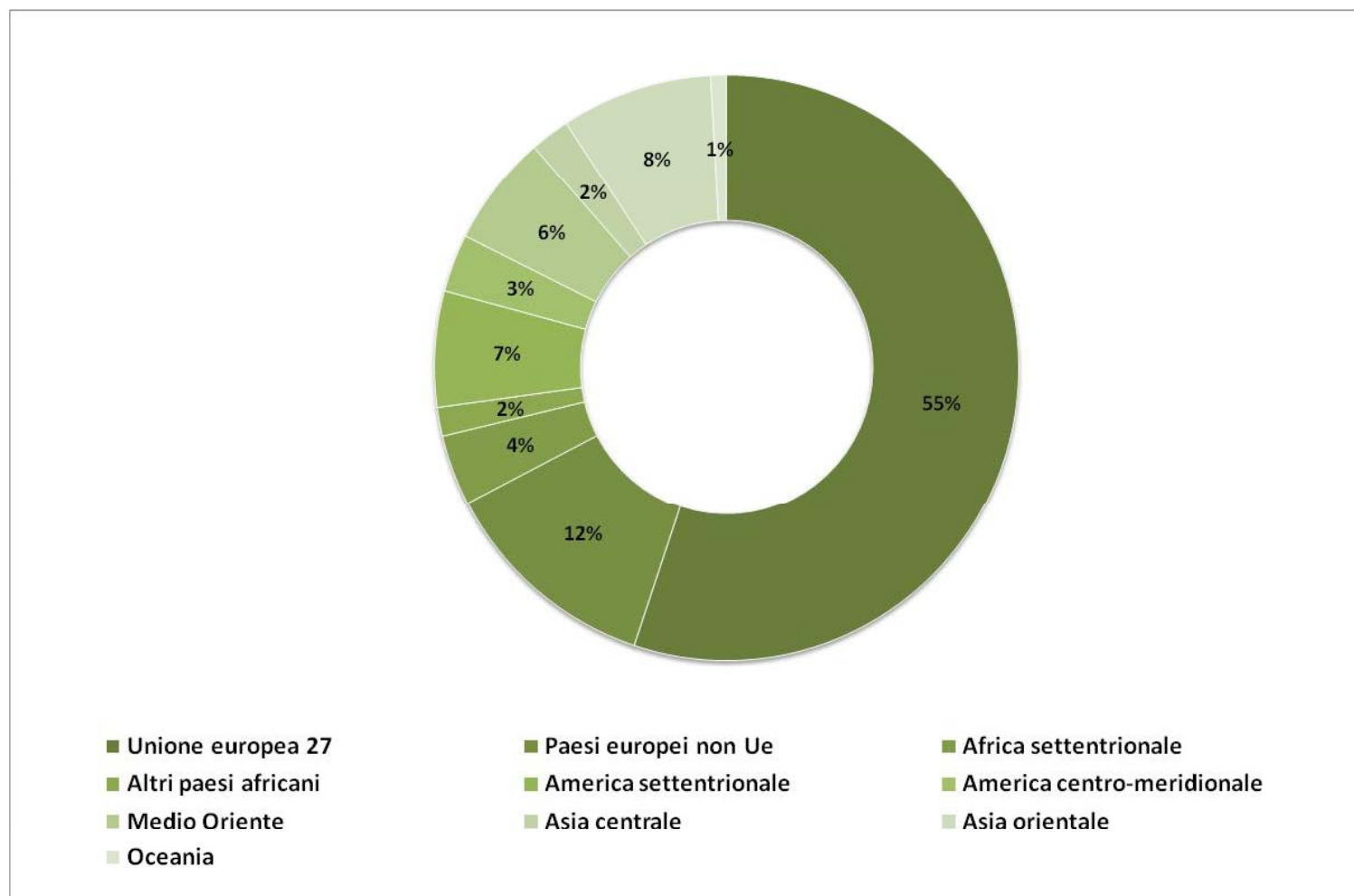
I mercati di sbocco delle esportazioni sono "vicini"

- Le esportazioni lombarde sono concentrate sui Paesi UE
- Rispetto al Paese vanta una specializzazione relativa su alcuni mercati emergenti

Le imprese minori partecipano ancora marginalmente all'internazionalizzazione

- In Lombardia, al 2007, erano attive 38.994 imprese esportatrici (4,82% del totale delle imprese attive); la maggior parte sono piccole imprese
- Peso limitato sui valori esportati

Struttura dell'export lombardo per aree geografiche (2009)



Dopo la caduta, un lento recupero

Le esportazioni lombarde nel 2009 sono calate del 21,2% tornando ai livelli del 2005

Uscita delle piccole imprese dai mercati presidiati. Barriere culturali rendono più difficile l'accesso ai nuovi mercati

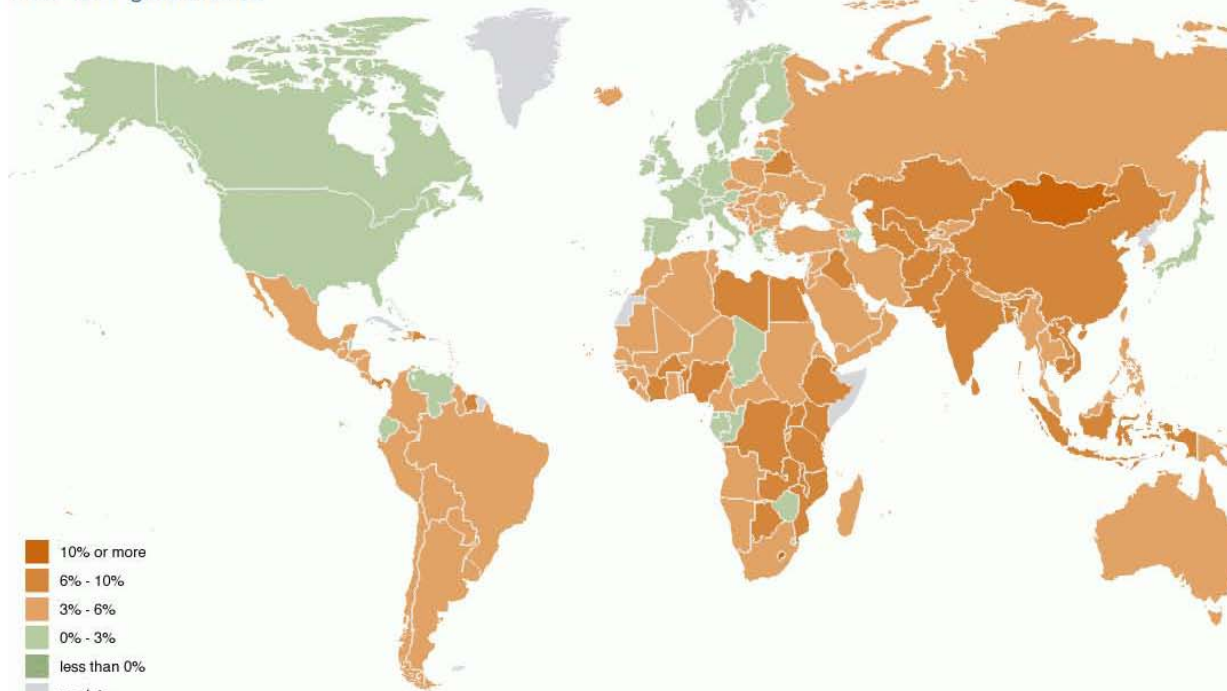
I mercati tradizionali stanno perdendo importanza a favore di mercati distanti oltre tremila chilometri dall'Italia (Prometeia - ICE)

La ripresa interessa la domanda di beni di investimento (Sace, 2010)

Ripresa sostenuta sui mercati europei, ma quello extraeuropei sono già tornati ai livelli pre crisi (Istat, 2010).

Tassi di crescita del PIL (2010-2015)

IMF Data Mapper
Real GDP growth 2015



Annual percent change

Copyright: ©IMF, 2010 Source: World Economic Outlook (April 2010) (World Econo

Chi sono gli operatori

- Il 53% delle imprese esportatrici è di micro dimensioni; il 37% è di piccole dimensioni; il 9% è di medie dimensioni; l'1% ha grandi dimensioni;
- Il numero di imprese esportatrici si è ridotto negli anni. Tra gli esportatori prevalgono le piccole imprese
- Prevalgono le imprese che fanno intermediazione

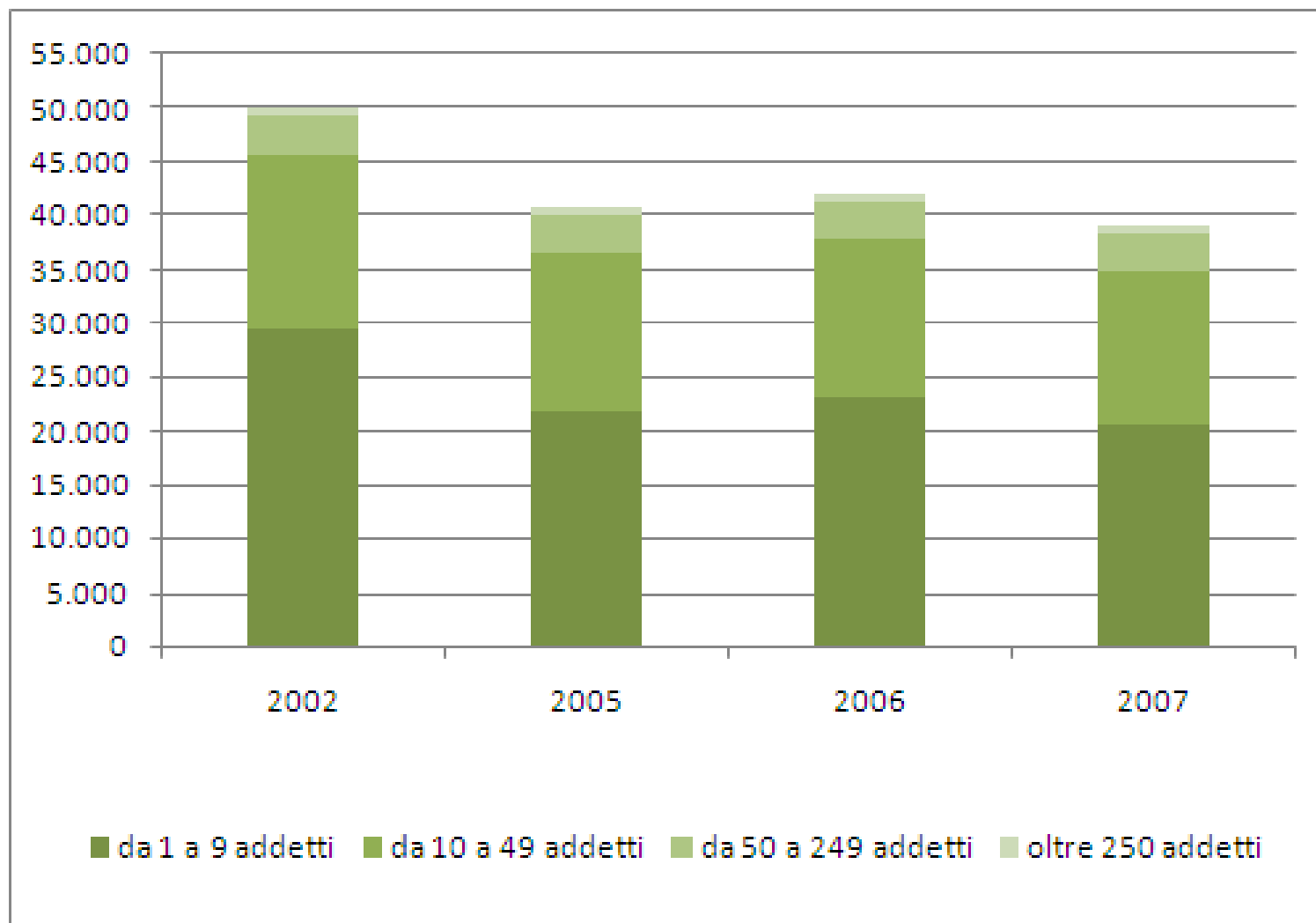
I mercati serviti

- Tra il 2002 e il 2007, il numero medio di mercati serviti è rimasto sostanzialmente inalterato indipendentemente dalle dimensioni delle imprese.
- Le micro imprese esportano in media in 3 mercati, quelle piccole in 10, quelle medie in 22 e quelle grandi in 30 mercati.
- La Svizzera è il primo paese.

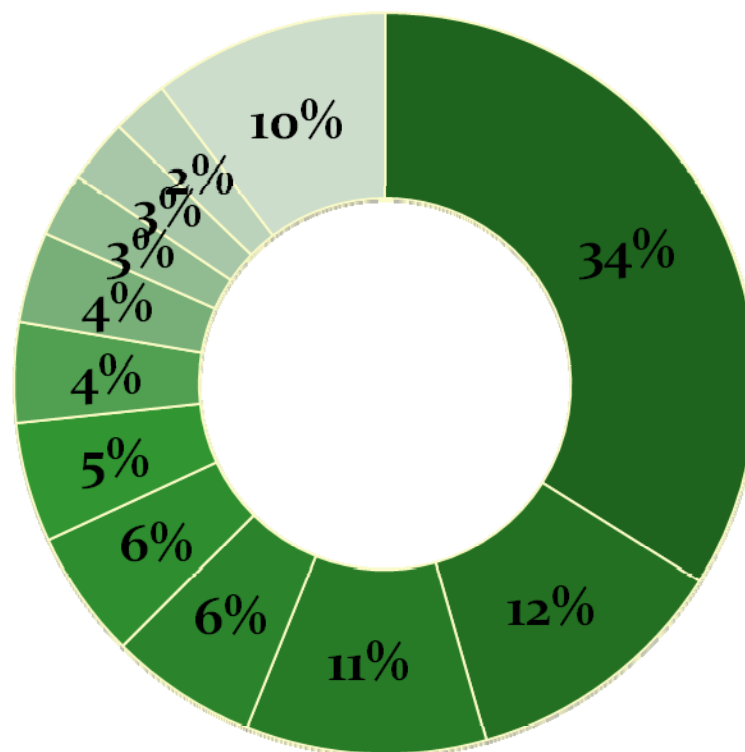
Le criticità

- Le piccole imprese riducono l'incidenza delle esportazioni
- I mercati promettenti presentano elevate barriere all'ingresso (culturali, istituzionali, tecniche)
- Le imprese non conoscono la domanda finale: non vedono i mercati

Numero delle imprese esportatrici lombarde per classe d'impresa (anni 2002, 2005-2007)

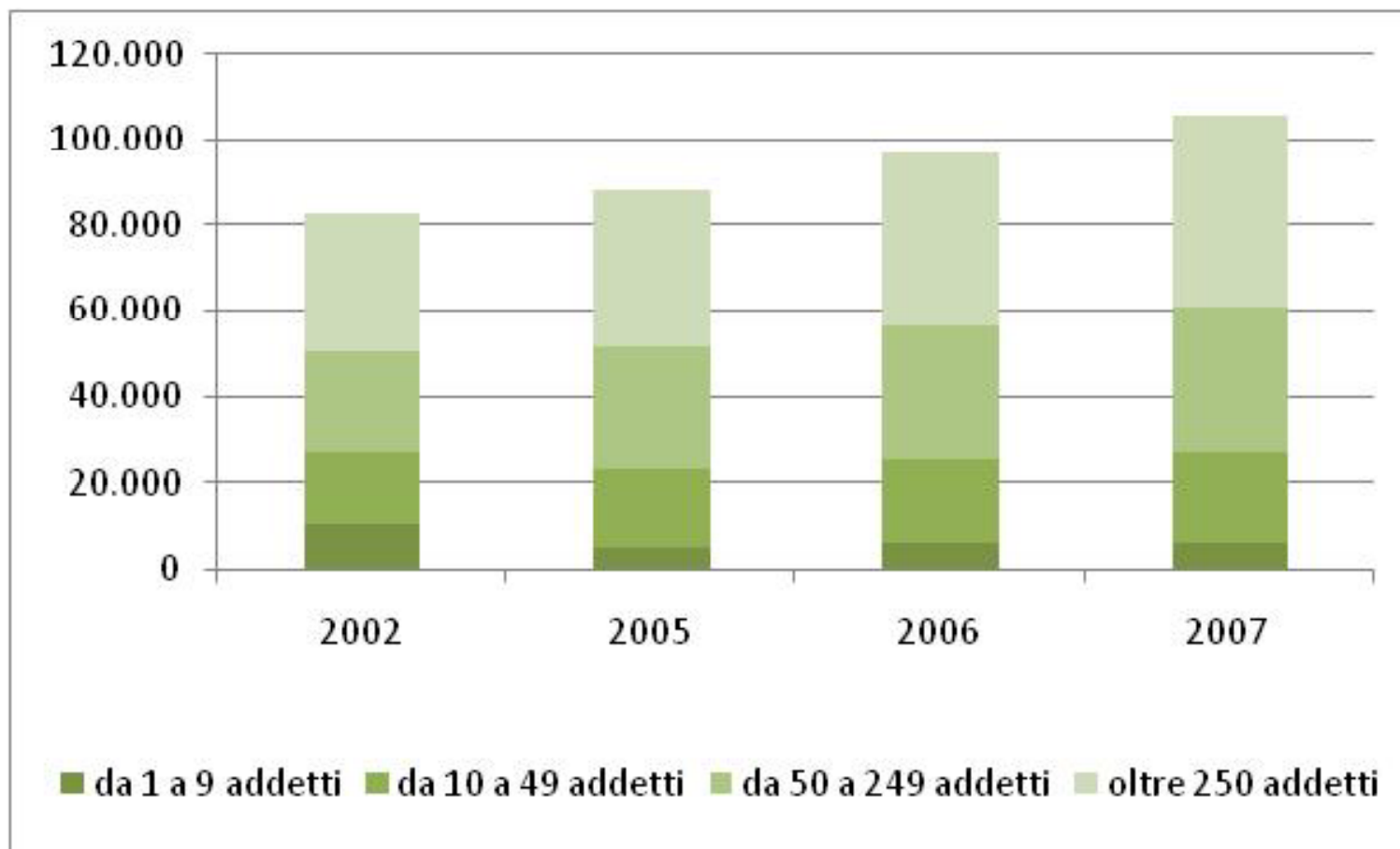


Imprese esportatrici lombarde per settore economico di attività (anno 2007)



■ G ■ DJ ■ DK ■ DB ■ DL ■ DN ■ K ■ DH ■ DE ■ F ■ DG ■ ALTRI SETTORI

**Valore delle esportazioni lombarde per classi di impresa
(anni 2002, 2005-2007; valori in milioni di euro)**



Logica sussidiaria: concorso dei soggetti all'organizzazione degli interventi e apertura alle imprese

Semplificazione: passaggio da interventi valutativi a interventi di tipo automatico (voucher)

Obiettivi articolati : accesso ai mercati, internazionalizzazione produttiva (missioni istituzionali, sostegno finanziario per fiere, supporto delle sedi estere, sostegno agli investimenti produttivi)

Addizionalità e coordinamento interventi (Accordo di Programma Camerale, Convenzioni con ICE Accordo di Programma con MISE)

LOGICA SUSSIDIARIA

- a) **Punto di partenza: bisogni delle piccole imprese**
- b) **Valorizzazione dei soggetti che offrono servizi di supporto all'internazionalizzazione: i soggetti attuatori**
- c) **L'impresa non è mai concepita come monade, ma immersa in relazione con altri soggetti**
- d) **Regione stabilisce i criteri per accreditare gli erogatori e indirizzo politico**

STRUMENTI: SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA E DELLE PROCEDURE DI ACCESSO

- a) Prevalenza di misure di tipo automatico rispetto a interventi di tipo valutativo**
- b) Erogazioni monetarie dirette alle imprese: non ai soggetti attuatori**
- c) Informatizzazione delle richieste di sostegno. Digitalizzazione delle procedure**
- d) Contributi assegnati alle imprese in tempo reale al momento della richiesta**

OBIETTIVI DEGLI INTERVENTI

1. **Interventi a sostegno dell'accesso ai mercati: misure di accompagnamento alle fiere e alle missioni economiche che le imprese considerano la forma più rilevante di acquisizione di informazioni sui mercati**
2. **Risorse prevalentemente destinate alla riduzione delle barriere informative e relazionali;**
3. **Ancora minoritaria attenzione alla formazione delle risorse umane (barriere interne)**
4. **Misure innovative per il sostegno all'internazionalizzazione produttiva**

COORDINAMENTO DEGLI INTERVENTI

- 1. Sinergia di interventi con il sistema di sostegno nazionale: Accordo con MISE (convenzione triennale ICE) per il sostegno alle missioni economiche**
- 2. Addizionalità di risorse: Accordo con il sistema della Camere di Commercio lombarde (AdP - Asse)**
- 3. Lombardia Point: front office unitario per l'accesso alle informazioni**

**Voucher (importo
variabile 2500-24000)**

**Partecipazione a fiere internazionali in Italia
e all'estero**

Ricerca partner e contatti commerciali

**Promozione presso organizzazioni
commerciali**

Analisi e ricerche di mercato

Assistenza legale e contrattuale

Redazione di studi di fattibilità

**Contributi
valutativi**

**Sostegno ad investimenti in impianti produttivi
o sedi operative estere**

Temporary Export Manager

INTERVENTI e BARRIERE

Informative

- Fiere e missioni (voucher)
- Ricerca partner commerciali (voucher)

Relazionali

- Finanziamento fiere e missioni
- Organizzazione missioni istituzionali
- Rete degli sportelli esteri

Competenze

- Progetto SPRING (TEM)
- Fondo di rotazione per l'internazionalizzazione
- Bando multiservizi
- Assistenza legale

Studi di
fattibilità ,
sostegno agli
investimenti

Assistenza tecnica
Legale
Temporary export
manager: accesso
al credito

Fiere
internazionali e
missioni
economiche



EFFETTI MICRO

- Letteratura sugli effetti ancora inadeguata
- indagine quantitativa (CATI) rivolta a 200 PMI manifatturiere lombarde beneficiarie di interventi a sostegno dell'internazionalizzazione commerciale (voucher fiere e missioni e acquisto servizi)
- indagine qualitativa (intervista diretta) a 8 imprese manifatturiere lombarde beneficiarie di interventi a sostegno dell'internazionalizzazione produttiva l.r. 35/1996

EFFETTI MICRO: cosa imparano le imprese

il 29,4% ha firmato contratti con clienti esteri

il 34,8% ha identificato potenziali clienti

il 27,2% non ha raggiunto risultati ma ha capito come procedere autonomamente sui mercati esteri

il 31% delle imprese intervistate ha accresciuto la propria visibilità

il 9% non continuerà il processo di internazionalizzazione perché non è interessato a farlo

il 61% dei beneficiari ha capito che deve accrescere la propria visibilità

il 61% (soprattutto di piccole dimensioni) ha dovuto migliorare la qualità e quantità del materiale informativo, dei prodotti offerti oltre a creare e/o aggiornare il proprio sito Internet

il 42% ha capito l'importanza della partecipazione agli eventi in forma congiunta e coordinata con altre aziende

EFFETTI MICRO indagine qualitativa

- Il contributo regionale è stato utilizzato per penetrare nuovi mercati altrimenti difficilmente raggiungibili (India, Grecia, Regno Unito)
- Criticità incontrate:
 - ricerca partner affidabili
 - difficoltà ad acquistare la fiducia del partner
 - difficoltà dovute alla lingua, cultura ...
- Principali cambiamenti indotti:
 - recupero di competitività su alcune linee di prodotto abbandonate in Italia per mancanza di clienti;
 - ottenere nuovi clienti

EFFETTI MACRO

- Obiettivo: capire se le missioni istituzionali e le sedi estere agevolano l'internazionalizzazione del sistema regionale (Rose, 2003)
- Metodo: analisi econometrica – applicazione del modello gravitazionale degli scambi commerciali con controllo delle localizzazioni dei Paesi che ospitano LombardiaPoint o missioni di Regione Lombardia

EFFETTI MACRO

- Le sedi estere hanno effetto positivo sulle esportazioni dei Paesi ospitanti: se ne evince che, escludendo una relazione di causalità diretta, le sedi estere sono state posizionate strategicamente
- Le missioni istituzionali non hanno effetto sull'interscambio commerciale: le missioni istituzionali hanno valore principalmente politico

Azioni di sistema

- Coordinamento tra livelli istituzionali
- Coordinamento con SACE Simest
- Innalzamento qualità offerta

Strumenti

- Strumenti erogatori penalizzano le imprese meno esperte;
- Supporto disarticolato
- Accesso al credito export per le PMI
- Valorizzazione dell'aspetto reticolare

Risorse umane e barriere

- Sviluppo delle risorse umane interne
- Nuovi mercati barriere culturali formare un approccio culturale