INTERNAZIONALIZZAZIONE
DELLE PICCOLE- MEDIE IMPRESE EUROPEE

INTRODUZIONE

Si tratta di uno studio realizzato Commissione europea, Direzione Generale Industria e Impresa, volto a fornire un contributo per la migliore comprensione del livello e della struttura dell'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese (in prosieguo: PMI) dell'Unione europea.

CAPITOLO I

Con il primo capitolo introduttivo, si effettua una presentazione dell'ambito di indagine e degli elementi presi in considerazione.

Tale studio analizza le varie modalità affinché l'internazionalizzazione possa essere realizzata, tenendo conto di diverse variabili, quali tempistiche, dimensioni delle imprese, elementi settoriali e geografici.

Tale studio approfondito è stato inoltre realizzato al fine di poter avere un chiaro panorama circa l'attuale stato di internazionalizzazione delle piccole medie imprese con riferimento a 33 Stati europei. Le funzioni attestanti l'internazionalizzazione che sono state prese in considerazione riguardano le esportazioni dirette, le importazioni dirette, gli investimenti diretti stranieri, gli appalti e subappalti e la cooperazione tecnica internazionale.

La relazione svolta dalla Commissione e pubblicata nell'autunno 2010 contiene dati raccolti da circa 9840 interviste ad aziende europee.

Come anticipato, lo studio è stato condotto prendendo in considerazione 33 Stati europeo, i 27 Stati membri più la Croazia, l'Islanda, il Liechtenstein, l'ex Repubblica Iugoslava di Macedonia, la Norvegia e la Turchia.

Le imprese che sono state prese a campione sono di tre dimensioni: micro-imprese (1-9 dipendenti); piccole (10-49 dipendenti) e medie-imprese (50-249 dipendenti).

I settori che sono stati presi in considerazione sono 26, fra i quali compare il settore tessile.

Ogni capitolo, e quindi ogni ambito di studio, è completato da una breve analisi comparativa con gli Stati Uniti e il Giappone.

CAPITOLO II

Il secondo capitolo dello studio presenta la situazione attuale delle PMI europee con riferimento alle funzioni attestanti l'internazionalizzazione. Da questo risulta che più del 25% delle PMI europee sono coinvolte in attività di importazione ed esportazione, mentre le altre funzioni interessano solo il 10% delle imprese. Tuttavia, nel periodo compreso fra il 2006 e il 2008 solo la metà di questa percentuale ha svolto tale attività al di fuori del Mercato interno.

Ulteriore elemento che emerge dallo studio è che la percentuale di PMI che è coinvolta in attività internazionali è strettamente connessa alla dimensione dell'impresa (in termini di numero di dipendenti) e alla sua età, in termini di presenza sul mercato, esperienza e notorietà. Con riferimento al settore manifatturiero, questo risulta avere un'alta percentuale di imprese esportatrici (sopra il 50%).

CAPITOLO III

Il terzo capitolo si concentra sui principali partner delle PMI europee, i mercati di esportazione, i paesi dai quali le PMI europee importano e i paesi che sono ritenuti importanti rispetto agli investimenti stranieri diretti. Principalmente, i paesi europei hanno come partner altri paesi europei. Le relazioni con i paesi emergenti come Brasile, Russia, India e Cina sono, ad eccezione della Cina, ancora poco esplorate. Se il 76 % delle PMI europee esportano principalmente in altri Stati membri, i paesi emergenti rappresentano dal 7% al 10% delle esportazioni. Tale percentuale è più alta solo per quanto riguarda il settore dei trasporti e della comunicazione.

CAPITOLO IV

Il quarto capitolo esplora la relazione fra le attività internazionali e le caratteristiche di altre imprese. Innanzi tutto viene condotta un'analisi degli effetti che le caratteristiche delle PMI possono determinare sulla probabilità che queste ultime siano coinvolte nel commercio internazionale. La dimensione del paese di appartenenza delle PMI gioca un ruolo fondamentale, più il paese è piccolo e più le PMI saranno internazionalizzate. Il fatto di essere situati in prossimità di confini risulta essere un fattore determinante per lo sviluppo di attività transnazionali. Un ulteriore elemento che attesta l'internazionalizzazione dell'attività delle PMI è dato dall'utilizzo di siti internet – World Wide Web.

Infine, in questo capitolo, vengono presentate le connessioni fra l'internazionalizzazione e altri aspetti dell'attività imprenditoriale delle PMI. Viene mostrato come le PMI attive a livello internazionale siano più innovative e presentino maggiore occupazione e crescita di fatturato.

Appare opportuno fare cenno al punto 4.4. dello studio, nel quale si affronta l'E-commerce. Dai dati raccolti risulta che il 65% delle PMI interpellate dichiara di avere il proprio sito Internet. Con più particolare riferimento al settore della vendita al dettaglio ("retail trade) la percentuale è del 55%, mentre con riferimento al settore manifatturiero la percentuale sale al 74%.
Il punto 4.6 di questo capitolo tratta la connessione tra l'internazionalizzazione e l'innovazione. Le PMI possono innovarsi con l'introduzione sul mercato di nuovi prodotti o servizi che essi stessi sviluppano o no. Un altro modo affinché le PMI possano innovarsi consiste nell'introduzione di processi innovativi.

CAPITOLO V

Il quinto capitolo dello studio analizza gli ostacoli che le PMI incontrano nello svolgere le loro attività imprenditoriali, a prescindere che si tratti di PMI già attive a livello internazionale o che intendono diventarlo. Nell'analisi si distingue fra ostacoli relativi alle capacità dell'azienda (ostacoli interni) e ostacoli relativi all'ambiente nel quale l'attività deve essere svolta (ostacoli esterni). Tali due tipologie di ostacoli sono strettamente connesse: più l'impresa è grande (meno ostacoli interni) e meno difficoltà avrà nell'affrontare e contrastare gli ostacoli esterni.
Possono costituire un ostacolo all'attività delle PMI i seguenti elementi: il prezzo dei propri prodotti, mancanza di capitale o di informazione, alti costi per l'internazionalizzazione e mancanza di supporto pubblico.
Le ragioni che determinano il sorgere di ostacoli interni od esterni per le PMI sono molteplici. Come sottolineato ripetutamente nello studio di cui trattasi, l'internazionalizzazione delle PMI può tradursi in diverse forme di miglioramento dell'attività, sia in termini economici, sia in termini sociali, sia a livello nazionale sia a livello europeo. Tuttavia, a volte le operazioni internazionali non possono avvenire in quanto le imprese non sono i grado di superare gli ostacoli tipici dell'internazionalizzazione. E' per esempio possibile che le PMI siano tenute a mantenere la loro attività solo a livello nazionale in quanto non dispongono di risorse umane e finanziarie sufficienti e sono troppo vulnerabili rispetto alle condizioni e ai cambiamenti tipici del mercato internazionale. Anche quando le PMI hanno preso la decisione di avviare un processo di internazionalizzazione è possibile che tale vulnerabilità si riscontri nel corso di tale processo. Risulta pertanto importante comprendere quali possono essere i potenziali ostacoli sia per l'avvio del processo sia per la conduzione dello stesso. Questo tipo di analisi può risultare utile al fine di individuare la migliore forma di supporto per le PMI.
Al riguardo, è possibile che le imprese che non sono ancora presenti nel mercato internazionale sottostimino alcuni ostacoli e ne sopravvalutino altri. Tenuto contro di tali differenza nel concepire

gli ostacoli a seconda dell'esperienza delle imprese considerate, ogni ostacolo deve essere valutato tenuto conto della capacità dell'azienda presa in considerazione, sia da un punto di vista interno, sia esterno.

Risulta particolarmente rilevante in tale contesto che ogni sorta di informazione sugli ostacoli sia resa disponibile e sia valutata dall'impresa. Tale studio tenta quindi di fornire le informazioni al riguardo più importanti trattando gli ostacoli interni ed esterni separatamente.

Fra gli ostacoli interni quello che assume indubbia maggiore rilevanza è dato dalla mancanza di personale adeguatamente qualificato. Tale elemento appare ancora più importante quando si tratti di una piccola impresa.

CAPITOLO VI

Il sesto capitolo si concentra sulla conoscenza nonché utilizzo dei programmi pubblici di supporto all'internazionalizzazione delle PMI. Da questa parte di analisi è emerso che le piccole imprese, oltre ad essere maggiormente esposte agli ostacoli all'ingresso in nuovi mercati stranieri, sono anche meno consapevoli dell'esistenza di programmi pubblici di supporto all'internazionalizzazione e, pertanto, usufruiscono meno di tali misure.

La maggior parte delle imprese presenti sui mercati internazionali dichiara di non usufruire di misure di supporto pubblico.

CAPITOLO VII

Il settimo e ultimo capitolo è costituito dalle conclusioni e da raccomandazioni volte a supportare le attività delle PMI fondate sui risultati della ricerca condotta in questo studio.

In conclusione, la ricerca porta a sostenere che, innanzi tutto, l'internazionalizzazione delle PMI comporta per queste una crescita economica, che il supporto da parte delle autorità pubbliche può giocare un ruolo fondamentale nella promozione di una maggiore internazionalizzazione delle PMI, che occorre investigare in modo accurato che le misure di supporto suggerite rispondono alle lacune del mercato e non siano in competizione con il supporto privato offerto già in modo adeguato sul mercato, che le disposizioni dovrebbero essere attuate al fine di consentire un effettivo monitoraggio e un'effettiva valutazione delle misure di supporto.