

La Commissione dell'UE pubblica uno studio sul grado di internazionalizzazione delle PMI europee: Internationalisation of European Smes

La ricerca condotta tra gennaio e aprile 2009 individua un campione composto dalle PMI dell'UE-27 e di 6 Paesi non membri dell'UE (Croazia, Islanda, Liechtenstein, FYROM, Norvegia e Turchia), suddivise per dimensione (micro, piccole e medie imprese) e settore produttivo. I sei colossi, Germania, Spagna, Francia, Italia, Polonia e Regno Unito, rappresentano più del 70% del totale delle PMI dell'EU-27.

Tra i risultati più significativi:

Tra il 2006 e il 2008, circa il 25% delle piccole e medie imprese nei 27 Stati membri dell'UE ha effettuato almeno un'esportazione. Solo il 13% di tutte le PMI europee e il 24% delle PMI europee attive nel commercio estero ha venduto le proprie merci in mercati oltre l'UE. Tranne per le importazioni dalla Cina (con quote superiori alla media per Italia, Francia e Spagna), stentano a decollare i rapporti con i Paesi BRIC.

È emerso che il 24% delle micro imprese, il 38% delle piccole imprese e il 53% delle medie imprese esporta, mentre sono impegnate in attività di importazione rispettivamente il 28%, 39% e 55%. Si desume un'evidente correlazione tra la dimensione dell'impresa e il suo grado di internazionalizzazione: più è grande la PMI, maggiore sarà la sua propensione ad aprirsi al commercio estero. Quest'ultima aumenta anche in virtù della dimensione contenuta del proprio Paese e del mercato interno: in ragione di una maggiore vicinanza con i Paesi limitrofi e di un esiguo potenziale di clienti sul territorio nazionale, la PMI è indotta a intessere rapporti commerciali con altri partners commerciali.

In gran parte dei casi le PMI approcciano al commercio estero tramite l'import (39%), scegliendo l'export come secondo step. Le relazioni commerciali transfrontaliere si intensificano proporzionalmente all'aumento dell'età dell'impresa.

Le piccole e medie imprese coinvolte in attività di import e export, appartengono in particolare al settore minerario (58%), manifatturiero (56%), commercio all'ingrosso (54%), ricerca (54%), commercio di autoveicoli (53%), servizi di locazione (39%) e trasporti e comunicazioni (39%).

Le PMI attive a livello internazionale riscuotono maggiore successo. Il 50% delle PMI che ha effettuato investimenti all'estero registra, dal 2006 al 2008, un aumento di fatturato. Altrettanto positivo è il trend del livello occupazionale: il numero dei posti di lavoro creati dalle PMI che esportano, è aumentato del 7%, delle PMI che importano dell'8%, risultati ragguardevoli se accostati all'1% relativo alle PMI che operano unicamente sul mercato interno. Il 26% delle PMI attive a livello internazionale tende a introdurre nel proprio Paese nuovi prodotti e servizi all'interno del proprio settore di appartenenza. Le PMI internazionalizzate sono, tra l'altro, quelle più attive internazionalmente. L'Italia, in questo, è ancora fanalino di coda con un anacronistico 57% di imprese che dispone di un sito web.

Alla luce di questa lettura assolutamente positiva del fenomeno dell'internazionalizzazione è inspiegabile come possa essere ancora scarsa la consapevolezza dell'esistenza di programmi di supporto pubblico per le PMI intenzionate ad aprirsi al commercio estero. Nel 2009 a beneficiarne è stato solo il 10% delle micro imprese, l'8% delle piccole imprese e il 6% delle medie imprese.

