

**R & I** s.r.l.

*Ricerche e Interventi  
di politica industriale  
e del lavoro*

**PROGETTO ARESTUD**

**LE OPPORTUNITA' DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
ANALISI ECONOMICO-SOCIALE**

**RIF. PA 0045/AM**

Giugno 2005

*R & I s.r.l./Via C. Marx, 95 41012-Carpi (Mo)-Italy/tel. 0039-059-695848/fax 641945/c.f. 02189470368  
Trib. Mo 39023 Cciaa Mo 271812 Cap. soc. 10.400  
E-mail: [info@r-i.it](mailto:info@r-i.it) Web site: [www.r-i.it](http://www.r-i.it)*



*Il gruppo di lavoro dell'Istituto di ricerca R&I s.r.l. che ha lavorato all'indagine è composto da Daniela Bigarelli, Manuela Begnozzi, Monica Baracchi, Cristina Fregni, Nicola Guerzoni, Maria Peri, Chiara Lugli, Di Menno Luciana.*

## **Indice**

<b>Presentazione</b>	pag.	5
<b>Parte I – I processi di internazionalizzazione delle imprese</b>	pag.	9
1. <i>Competitività e internazionalizzazione delle imprese</i>	pag.	9
2. <i>L’internazionalizzazione delle imprese a Modena e Reggio Emilia</i>	pag.	27
3. <i>Gli scambi commerciali con l’estero di Modena e Reggio Emilia</i>	pag.	49
4. <i>L’indagine sul campo</i>	pag.	73
<b>Parte II – Le iniziative a sostegno dell’internazionalizzazione</b>	pag.	97
1. <i>Il contesto regionale e nazionale</i>	pag.	97
2. <i>Le iniziative nelle province di Modena e Reggio Emilia</i>	pag.	100
3. <i>Il punto di vista delle istituzioni locali</i>	pag.	145
<b>Parte III – L’Università ed i giovani laureati</b>	pag.	167
1. <i>Gli sbocchi occupazionali dei laureati</i>	pag.	167
2. <i>Gli studenti stranieri nelle Università italiane</i>	pag.	183
<b>Parte IV – I principali risultati</b>	pag.	223
<b>Bibliografia</b>	pag.	235

*La Direzione scientifica della ricerca è del Prof. Andrea Ginzburg dell’Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e il Coordinamento operativo della Dott.ssa Daniela Bigarelli di R&I s.r.l. Partners del progetto sono l’Api di Modena e l’Api di Reggio Emilia delle quali si ringraziano i rappresentanti Maria Grazia Malagoli e Azio Sezzi per la preziosa collaborazione prestata durante lo svolgimento dell’indagine. Un ringraziamento particolare alle imprese intervistate e ai testimoni che hanno partecipato ai focus groups.*



## **Presentazione**

La vocazione internazionale del sistema produttivo emiliano ha raggiunto livelli elevati. Le province di Modena e Reggio Emilia, in particolare, ricoprono un ruolo importante all'interno dei scambi commerciali con l'estero e si caratterizzano per avere economie fortemente orientate all'export.

Il processo di globalizzazione attualmente in atto, caratterizzato dall'allargamento dell'Unione europea e dall'emergere di nuovi competitori (quali, ad esempio, la Cina e l'India), delinea uno scenario evolutivo in forte cambiamento, all'interno del quale nuove opportunità e nuove sfide contribuiscono ad incrementare i livelli di competizione fra i vari stati e i diversi sistemi produttivi locali.

In questo contesto le Pmi sono impegnate nel riorientamento delle proprie strategie competitive e nella ricerca e sperimentazione di nuove modalità e forme di presenza sui mercati internazionali. Alle forme più tradizionali, legate alla esportazione di prodotti, si affiancano iniziative di collaborazione produttiva e commerciale con partners stranieri, investimenti diretti all'estero, delocalizzazione produttiva all'estero, ecc.

Il cambiamento si manifesta anche attraverso la crescita di gruppi di imprese, in un complesso intreccio fra reti formali e reti informali di relazione fra imprese, in funzione di una maggiore capacità di penetrazione dei mercati e di una ricerca di nuove sinergie produttive. In molti casi questi gruppi travalicano i confini nazionali per localizzarsi dove più forti sono le convenienze economiche e le opportunità di mercato, raggiungendo, attraverso un processo di crescita esterna, masse critiche più elevate e migliori performance competitive.

L'evoluzione del processo di internazionalizzazione delle Pmi rappresenta un ambito di trasformazione molto importante per le economie delle due province, sia per l'elevata concentrazione di Pmi in questi territori sia per l'esigenza di mantenere e consolidare i livelli di competitività finora raggiunti. Il cambiamento connesso a questo

processo richiede nuove competenze e nuovi servizi capaci di sostenere le Pmi e di favorirne un'internazionalizzazione attiva.

L'entrata nell'Unione europea di molti paesi dell'Est europeo avvenuta nel 2004 (Cipro, Estonia, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Slovenia, Ungheria) e l'intensificarsi delle relazioni delle aziende italiane con questi paesi, sollecita una particolare attenzione ai processi di internazionalizzazione delle Pmi di Modena e Reggio Emilia verso quest'area e alle opportunità di crescita professionale e occupabilità dei laureati in questo ambito.

La capacità di innovazione delle imprese locali è strettamente legata alla disponibilità di un'offerta di lavoro qualificata, con professionalità e competenze in grado di rispondere a fabbisogni in costante evoluzione. Per i settori di specializzazione dell'industria manifatturiera delle due province, la competizione, ormai su scala mondiale, si gioca sulla qualità dei prodotti e dei servizi offerti e si colloca nei segmenti medio alti della divisione internazionale del lavoro. Ciò comporta una crescita delle competenze e delle professionalità richieste sia per i lavoratori sia per gli imprenditori e manager.

In ragione di questi presupposti gli obiettivi della ricerca sono la ricognizione delle caratteristiche del processo di internazionalizzazione in atto nelle piccole e medie imprese delle province di Modena e Reggio Emilia, l'individuazione delle aree di interesse e dei bisogni delle imprese e delle azioni di sostegno che possano vedere coinvolti i giovani laureati.

Il rapporto di ricerca è articolato in cinque parti. La Parte I – I processi di internazionalizzazione delle imprese - comprende una rassegna del dibattito attualmente in corso su questo tema, i risultati di alcune ricerche realizzate a livello locale, l'analisi degli scambi commerciali con l'estero delle due province, i risultati di un focus group avvenuto fra rappresentanti di imprese e di associazioni di categoria, i risultati dell'indagine sul campo realizzata su un campione di Pmi.

La Parte II – Le iniziative a sostegno dell’internazionalizzazione – contiene una rassegna dei servizi e delle iniziative attivate a livello nazionale e a livello locale per favorire l’internazionalizzazione delle imprese e i risultati di un focus group avvenuto fra rappresentanti delle istituzioni di Modena e Reggio Emilia sulle esperienze realizzate e sulle prospettive.

La Parte III – L’Università ed i giovani laureati – è dedicata all’analisi degli sbocchi occupazionali dei laureati e della presenza di studenti stranieri nelle Università italiane e dell’Emilia Romagna.

La Parte IV – I principali risultati – comprende una sintesi dei risultati più significativi.



## **Parte I – I processi di internazionalizzazione delle imprese**

### **1. Competitività e internazionalizzazione delle imprese**

#### *1.2 Dimensione d’impresa, competitività e sviluppo*

Nella fase della globalizzazione, che si associa, oltre che ad un ampliamento delle reti che collegano le imprese, anche ad un intenso rinnovamento delle produzioni e dei processi produttivi, tutti gli indicatori dei fenomeni economici dovrebbero essere criticamente riesaminati. Ma le conclusioni principali a cui la discussione sui distretti industriali era pervenuta, relative alle forme specifiche di organizzazione della produzione e della vendita delle piccole e medie imprese distrettuali (all’epoca in cui i canali con l’estero erano prevalentemente solo quelli delle esportazioni e dell’approvvigionamento di materie prime) dovrebbero costituire punti fermi per aggiornamenti ed estensioni dell’analisi di questa nuova realtà globalizzata. Ciò sorprendentemente, non è avvenuto. Sono state così riproposte, da alcuni autori, interpretazioni dei primi anni ’80, con gli stessi argomenti, gli stessi indicatori, la stessa prospettiva teorica<sup>1</sup>. Pertanto, doppiamente inadeguate.

La tesi sostenuta da questi autori<sup>2</sup> fa risalire alla prevalenza, in Italia, della piccola dimensione d’impresa l’origine del ristagno dell’economia italiana negli anni ’90. Un ristagno assoluto e, soprattutto, relativo rispetto agli altri paesi europei, misurato dal differenziale del tasso di crescita del Pil rispetto agli altri paesi dell’Unione Europea, - 0,5% l’anno nel periodo 1993-2002, e -0,3% negli anni 2001-2003 (in presenza, in quest’ultimo caso, di una crescita media annua dell’Italia molto ridotta, +0,9% l’anno).

---

<sup>1</sup> Non è forse estranea a questa riproposizione, la ricomparsa della funzione aggregata di produzione (che aveva ricevuto critiche inesorabili negli anni ’60 e ’70) e il suo correlato empirico, la produttività totale dei fattori. D’altro canto, porre al centro delle spiegazioni della crescita del prodotto la crescita della produttività è coerente con la tesi che il sistema riesca a mantenere, nel medio periodo, la piena occupazione.

<sup>2</sup> Cfr. Trento (2003), Ciocca (2003), Nardozi (2004) e per alcuni aspetti Onida (2004).

L’idea sottostante è che all’origine della crescita di ogni economia sarebbe la riduzione dei costi, e quindi dei prezzi. La riduzione dei prezzi (rispetto a quelli delle imprese dei paesi concorrenti) indurrebbe un aumento della domanda, che condurrebbe, a sua volta, allo sviluppo dell’economia. All’origine delle riduzioni di costi sarebbero soprattutto due forze, l’aumento della produttività (dipendente dall’entità della spesa in Ricerca e Sviluppo<sup>3</sup>), e la concorrenza (di prezzo). In Italia, entrambe queste forze sarebbero particolarmente deboli, di qui il ristagno. Questa debolezza, a sua volta, sarebbe (in gran parte) riconducibile ad un’unica causa, la ridotta dimensione media delle imprese italiane.

In primo luogo, si ritiene che essa sia associata a lavorazioni/settori tradizionali, a basso rapporto capitale/lavoro, medio-bassa dotazione di capitale umano, tecnologia imitabile, forte minaccia della concorrenza da parte dei paesi a minor costo del lavoro. Soprattutto, nelle piccole imprese risulta essere relativamente minore l’incidenza delle spese di Ricerca e Sviluppo sul valore aggiunto, considerate la via maestra alla crescita della produttività e *quindi* del prodotto. Inoltre, la piccola dimensione è associata a minori Investimenti diretti all’estero e dell’estero. I primi, considerati talvolta come sinonimo di internazionalizzazione, sarebbero alla lunga complementari con le esportazioni. I secondi, consentirebbero l’acquisizione dall’estero di tecnologie e competenze.

In secondo luogo, piccola dimensione d’impresa e assenza di concorrenza sarebbero fortemente collegate. Si leggano infatti queste considerazioni di Ciocca: “Si potrebbe pensare che la frammentazione in una miriade di imprese favorisca la concorrenza. In realtà può darsi il contrario. La piccola impresa, specie se poco propensa alla crescita dimensionale, rappresenta per le altre nello stesso mercato una minaccia di

---

<sup>3</sup> Cfr. Pagano e Schivardi (2003), p. 262, nota. Gli autori ipotizzano “come in gran parte della teoria” che “l’attività di Ricerca e Sviluppo sia il motore decisivo della crescita ... [e anche] il principale canale attraverso cui la dimensione delle imprese influenza la crescita”. Nello studiare le relazioni fra dimensioni medie delle imprese e crescita, essi analizzano l’effetto sulla crescita della produttività di una data distribuzione dimensionale per ogni settore *in condizioni di crescita uniforme*. Ignorano esplicitamente, pertanto (p. 264), l’analisi dei tassi di crescita *effettivi* di ciascuna classe dimensionale.

per sé meno preoccupante. La sua capacità d’innovazione è bassa. Per i suoi alti costi, dispone di un limitato potere di riduzione dei prezzi di vendita. Per più ragioni i comportamenti collusivi, gregari, gli accordi taciti, sono possibili nei settori in cui la produzione è suddivisa fra un numero elevato di mini-imprese. Sono questi in realtà i settori dell’economia italiana con più elevati margini e minore concorrenza nella comparazione internazionale<sup>4</sup>. Lo stesso autore aggiunge: “distretti e gruppi compensano solo parzialmente il limite, gravissimo, nella dinamica dimensionale delle imprese italiane”<sup>5</sup>.

Prima di compiere una breve rassegna critica degli indicatori utilizzati per sostenere queste tesi, è opportuno sottolineare che l’interpretazione del meccanismo propulsivo dello sviluppo accolta dagli autori ricordati si presta ad una serie di obiezioni. Come spesso è successo nella storia del pensiero economico, tale interpretazione si fonda sull’indebita estensione (che gli economisti definiscono ‘fallacia di composizione’) al sistema economico di una tesi che può (talvolta) essere valida per una singola impresa. Se quest’ultima riduce i costi unitari mediante un aumento della produttività, fa crescere, a parità di condizioni, i margini di profitto. In linea di principio, potrebbe – in particolare per la pressione dei concorrenti – decidere di tradurre i guadagni di produttività, in tutto o in parte, in riduzioni dei prezzi. Per questa via, se la domanda è sufficientemente elastica, può aumentare le vendite e la produzione dell’impresa. Ma questo risultato ipotetico ben difficilmente potrebbe essere esteso al sistema nel suo complesso<sup>6</sup>. Anche se tutte le imprese riducessero i costi e quindi i prezzi, non è detto che questo si tradurrebbe in uno sviluppo dell’economia. Innanzi tutto, la produzione complessiva non aumenta se i gusti collettivi, cioè quelli prevalenti nella società data, nonostante la discesa dei prezzi relativi, si muovono in altra direzione

---

<sup>4</sup> Cfr. Ciocca (2003), p. 93, nota 30. L’autore cita, a sostegno delle considerazioni riportate nel testo, lo studio dell’ OECD (2003), p. 49. Si veda tuttavia l’analisi contenuta in Mediobanca (2002), p. XXI, dove si mostra che nel caso delle medie aziende del Nord Est “la redditività è legata principalmente ai tassi di rotazione del capitale [rapporto valore aggiunto/capitale] più che ai margini sulle vendite”.

<sup>5</sup> Cfr. Ciocca (2003), p. 93, nota 25.

rispetto al prodotto offerto. In secondo luogo, dal lato della produzione, “un taglio dei costi, in un’economia moderna, ha sempre due facce: è un risparmio di risorse per l’azienda che lo compie, ma è anche una contrazione del mercato di sbocco per le aziende presso le quali si rifornisce. In un sistema nel quale tutti i settori sono collegati da relazioni acquisti/vendite, una contrazione simultanea di tutti i costi avrebbe un effetto recessivo”<sup>7</sup>. Inoltre, la prospettiva teorica che affida alla produttività (un concetto peraltro difficilmente misurabile nella società di servizi) il meccanismo dello sviluppo ha il difetto di concepire “l’innovazione vera e propria”, ossia la scoperta e/o l’introduzione di prodotti e processi nuovi, come elemento puramente ausiliario e subordinato della produttività stessa<sup>8</sup>. L’esperienza storica mostra invece che lo sviluppo è il risultato di innovazioni di prodotto (che si associano sempre anche ad innovazioni di processo<sup>9</sup>) e dell’irradiazione e ramificazione, a macchia d’olio, di attività indirettamente collegate alla “nuova” produzione finale. La sequenza, pertanto, deve essere rovesciata: mutamenti sociali e culturali, insieme all’evoluzione delle tecniche, portano all’introduzione di nuovi prodotti e processi. Si attivano, con il

---

<sup>6</sup> Seguiamo qui Maione (2001), p. 11 e seguenti, che è da vedere per una più ampia discussione dei temi trattati nel testo.

<sup>7</sup> Maione (2001), p. 13. Cfr. anche OECD (1990), p. 148, citato in Maione, storicamente datato (2001), p. 10, nota, in cui si sottolinea che “nella tradizione neoclassica l’impatto del cambiamento tecnico è nel risparmiare *input*”, e che “da un punto di vista teorico è impossibile stabilire” se gli effetti indiretti legati all’eventuale espansione dell’*output* riescano a compensare l’iniziale diminuzione della domanda di *input*. Per una discussione del problema, vedi Montani (1985).

<sup>8</sup> Maione (2001), p. 10. Schumpeter (1955) p. 78, scriveva: “Gli economisti stanno uscendo dallo stadio in cui non vedevano che *una* forma di concorrenza: quella nei prezzi. Ma, appena la concorrenza nella qualità e negli sforzi di vendita è ammessa nei sacri recinti della teoria, la variabile del prezzo precipita dalla sua posizione dominante...nella realtà capitalistica, in quanto distinta dalla sua immagine scolastica, quel che conta non è questo tipo di concorrenza, ma la concorrenza creata dalla nuova merce, dalla nuova tecnica, dalla nuova fonte di approvvigionamento, dal nuovo tipo organizzativo (per es. la grande unità di controllo), che impone un vantaggio decisivo di costo e di qualità e incide non sui margini di profitto e sulla produzione delle imprese esistenti, ma sulle loro stesse fondamenta, sulla loro vita. Questo genere di concorrenza è molto più efficace dell’altro come un bombardamento è molto più efficace di uno scasso e, data la sua molto maggiore importanza, diviene relativamente indifferente la questione se la concorrenza nel senso comune funzioni con prontezza maggiore o minore; lo stimolo importante che a lungo andare espande la produzione e riduce i prezzi è, in ogni caso, fatto di una materia completamente diversa”.

<sup>9</sup> E’ infatti difficile pensare ad innovazioni di processo che non comportino anche innovazioni di prodotto. Queste ultime includono la scoperta di nuove funzionalità dei prodotti, e le ricadute a cascata che ne derivano.

sostegno di infrastrutture e istituzioni, nuovi settori di produzione e commercializzazione, direttamente e indirettamente collegati al settore innovatore. Ne può derivare, con l’estensione dei mercati e con l’aumento della specializzazione, un aumento della produttività. Secondo questa prospettiva, l’aumento della produttività, (peraltro, a rigore non definibile nel caso di un’innovazione di prodotto), è un elemento ausiliario e subordinato dell’innovazione, e non viceversa.

La difficoltà a tener conto delle innovazioni di prodotto, tipica delle teorie che stiamo criticando<sup>10</sup>, risulta molto evidente anche nelle interpretazioni che attribuiscono il ristagno dell’economia italiana alla ridotta dimensione delle imprese. Innanzi tutto, l’impiego di un indicatore come la produttività totale dei fattori<sup>11</sup> – nella speranza che esso possa contribuire a spiegare il ridotto tasso di crescita dell’economia – trascura tutte le obiezioni che hanno indotto da tempo a porre in dubbio significato e validità del metodo della contabilità della crescita. Non si tratta solo dell’ipotesi dell’esistenza di una funzione aggregata di produzione con proprietà imposte a priori (composizione del prodotto costante, rendimenti di scala costanti<sup>12</sup>) dalla necessità di convalidare la teoria. Il metodo presuppone l’assenza di innovazioni di prodotto derivanti dall’interdipendenza fra i fattori. Si avrebbe una situazione di interdipendenza ogni volta che ci fosse, ad esempio, un legame fra investimenti e progresso tecnico (progresso tecnico incorporato), fra investimenti in istruzione e progresso tecnico che richieda a sua volta più istruzione, fra apprendimento mediante l’esperienza di produzione (*learning by doing*) e quello derivante dall’uso (*learning by using*), ecc.

---

<sup>10</sup> Un’espressione emblematica di questa difficoltà è l’introduzione dei prezzi “edonici” per tener conto dei miglioramenti qualitativi (una pratica che rende assai ardui i confronti fra paesi che non adottano le stesse convenzioni). La traduzione della qualità in quantità (imputazione di un’accentuata riduzione dei prezzi ai prodotti che hanno subito un miglioramento qualitativo, così che la produttività calcolata risulta maggiore) rappresenta bene l’esigenza di trasformare l’innovazione di prodotto nell’unica forma ammessa dalla teoria, l’innovazione di processo.

<sup>11</sup> Esso si propone di misurare la variazione della produttività non attribuibile ai singoli “fattori della produzione”, lavoro e capitale.

<sup>12</sup> Vi è qui un paradosso: se i rendimenti di scala sono costanti, la dimensione d’impresa non può esercitare alcun ruolo. D’altra parte, se i rendimenti di scala non sono costanti, vengono meno le ipotesi che sottostanno al metodo della crescita.

Come ha osservato Fagerberg<sup>13</sup>, “ogni volta che tale interdipendenza è importante, le scomposizioni effettuate dai ‘contabili della crescita’ – e le conclusioni di politica economica che ne emergono – poggiano su basi molto fragili”. Myrdal, Hirschman e Brian Arthur hanno mostrato che tali interdipendenze svolgono un ruolo cruciale nei processi di sviluppo, che sono processi a causazione circolare. L’ignorarle a priori non conduce a dare molto credito all’indicatore della “produttività totale dei fattori”.

Le innovazioni di prodotto non svolgono alcun ruolo, del resto, neppure nelle classificazioni dei settori produttivi basate sullo schema di Pavitt, generalmente utilizzate per mostrare, da vent’anni<sup>14</sup>, l’“anomalia” della specializzazione delle esportazioni italiane rispetto a quella dei paesi concorrenti, cioè la maggiore incidenza relativa dei settori cosiddetti “tradizionali”, a prevalenza di piccola impresa, considerati più vulnerabili alla concorrenza di prezzo. In realtà, i più elevati margini sui costi e la minore penetrazione delle importazioni in questi settori, rilevati per l’Italia nello studio dell’OECD che fornisce il fondamento empirico delle osservazioni di Ciocca, porterebbero a concludere che la forza delle piccole imprese, là dove esiste, si basa sul controllo di posizioni di nicchia, cioè sul presidio di prodotti che non sono *commodities* (beni standardizzati di ampio consumo in cui prevale la concorrenza di prezzo), ma, in gran parte, merci differenziate e specializzate. L’idea che si possa trovare in ciascun paese una corrispondenza fra gerarchia di settori e gerarchia di valore aggiunto, nell’epoca della frammentazione produttiva, non sembra accettabile. Nei settori “tradizionali” sono ormai presenti numerose lavorazioni qualificate, così come nei settori dell’alta tecnologia sono ormai diffuse lavorazioni a basso valore aggiunto, facilmente imitabili e decentrabili, ottenibili con lavoro scarsamente qualificato<sup>15</sup>. Sembra ovvio che sia più promettente una specializzazione in un segmento “ad alto valore aggiunto” all’interno di un settore definito “tradizionale” che quella in un segmento poco qualificato di un settore ad alta tecnologia.

---

<sup>13</sup> Cfr. Fagerberg (1994), p. 1153 e i lavori ivi citati, in particolare Nelson (1964) e David (1973).

<sup>14</sup> Cfr. per esempio, Pierelli (1983).

<sup>15</sup> Cfr. Ginzburg e Simonazzi (2004).

Queste considerazioni inducono a chiedersi se il porre a base di indicazioni di politica economica il concetto di “anomalia” – cioè lo scostamento dalla composizione media prevalente in altre economie (impropriamente definita “struttura”) – non dovrebbe essere utilizzato con maggior cautela. Esiste il rischio di una “fallacia di composizione”: la diffusa replica di un modello di successo, anche qualora fosse possibile, è spesso condannata al fallimento<sup>16</sup>. Più in generale, non vi è motivo di ritenere che la convergenza dei modelli di specializzazione favorisca le esportazioni, e quindi gli scambi. Parrebbe, se mai, il contrario<sup>17</sup>. Se ciò non avviene, dipende dall’esistenza di scambi intrasettoriali. Ma questo sottolinea che i settori statistici forniscono una descrizione troppo rozza e aggregata per rappresentare con sufficiente approssimazione un modello industriale da imitare.

Si afferma tuttavia, che i settori “ad alta tecnologia” (fra cui si citano informatica, chimica, farmaceutica, elettronica) sarebbero i più dinamici (oltre che a maggior valore aggiunto), e quindi su di essi il sistema economico italiano dovrebbe puntare. Un ampliamento della base produttiva in questi settori, sarebbe senz’altro auspicabile. Ma a ben vedere il concetto di settore dinamico o stagnante è più problematico di quanto potrebbe sembrare a prima vista. Per individuare questa graduatoria, si è soliti far riferimento alla crescita di ciascun settore entro la domanda mondiale. Ma questa, secondo una pratica generalizzata, è *approssimata* dalla crescita delle esportazioni (o importazioni) del settore a livello mondiale. Si tratta di un’approssimazione molto discutibile: da tempo si è rilevato che “il concetto più significativo di domanda mondiale al quale si dovrebbe far riferimento è quello basato sulla produzione e sui

---

<sup>16</sup> L’eccesso di investimenti in comparti dell’elettronica, peraltro a basso valore aggiunto, in Asia è stato attribuito “agli estesi tentativi di replicare il successo dei quattro dragoni dell’Asia”. Cfr. UNCTAD (1996), p. 149.

<sup>17</sup> Come ha osservato Kaldor (1975), p. 348, l’aspetto della complementarità appare molto più importante di quello della specializzazione “per la comprensione delle leggi di cambiamento e sviluppo delle economie”.

consumi mondiali”<sup>18</sup> e “che non esiste una significativa correlazione fra i saggi di incremento della produzione e quelli delle importazioni mondiali”<sup>19</sup>. Adottando come indicatore della domanda mondiale la crescita delle *esportazioni* si introduce una distorsione ottica che tende a privilegiare (definendoli più dinamici) quei settori che invece non sono oggetto di una crescita particolarmente accentuata dei *consumi* mondiali. L’ipotesi implicita in questa approssimazione ha altre implicazioni: 1) si suppone che sia costante il rapporto fra composizione delle esportazioni e della produzione non solo a livello mondiale ma anche a livello di ciascun paese<sup>20</sup>; 2) definendo erroneamente “quote di mercato” il rapporto fra le esportazioni settoriali di un paese e le esportazioni mondiali del settore si suggerisce che la contesa sulle quote di mercato si svolga solo fra le imprese esportatrici, ignorando quella che si svolge fra queste ultime e le imprese nazionali per accaparrarsi<sup>21</sup> quote della crescita futura della domanda interna (vedi ad esempio le prospettive di crescita della domanda di beni “tradizionali” in Cina in seguito alla formazione di ceti a reddito medio alto); 3) ignorando la domanda interna, si distoglie fin dall’inizio l’attenzione dalla possibilità che la contesa sulle quote di domanda interna addizionale si svolga non attraverso le esportazioni, ma mediante gli investimenti diretti (ad es. Benetton in Cina), o altre forme di delocalizzazione, come ad esempio accordi/alleanze fra imprese. In quest’ultimo caso, da collegare generalmente a pratiche di delocalizzazione di fase, gli investimenti diretti non costituiscono una misura attendibile dell’entità del trasferimento all’estero di produzione nazionale; 4) tutte queste forme di delocalizzazione possono successivamente costituire la piattaforma di esportazioni che verranno attribuite, guardando le statistiche del commercio estero, al paese ospitante.

---

<sup>18</sup> Cfr. Pierelli (1983), pp. 89-90. Il consumo (apparente, cioè ignorando le scorte) è pari alla somma della produzione e delle importazioni meno le esportazioni. A livello mondiale esportazioni e importazioni (a meno di discrepanze statistiche) coincidono.

<sup>19</sup> Cfr. Lafay (1979), p. 65.

<sup>20</sup> Questa condizione sarebbe realizzata solo in un ipotetico regime di “crescita uniforme”, in cui tutte le variabili economiche crescono in modo proporzionalmente uniforme.

<sup>21</sup> Si ignorano, in altri termini, i fenomeni di sostituzione, positiva e negativa, delle importazioni con produzione interna.

Queste considerazioni portano a sottolineare la presenza di distorsioni interpretative quando, nell’epoca della globalizzazione: a) si identificano esportazioni e mercati; b) si leggono i dati delle esportazioni ignorando l’influenza esercitata su di essi dalle forme di delocalizzazione, sia dagli investimenti diretti che dalle – meno impegnative in termini di risorse finanziarie – delocalizzazioni di fase; c) si instaura una corrispondenza automatica fra *paesi* e nazionalità delle *imprese*.

Le considerazioni precedenti si applicano anche all’interpretazione generalmente fornita dell’andamento delle quote delle esportazioni dell’Italia sul totale delle esportazioni mondiali. Si tratta dell’indicatore su cui si fondano numerose analisi della attuale situazione dell’economia italiana, ma in particolare l’interpretazione che attribuisce al “nanismo” delle imprese italiane il principale ostacolo allo sviluppo. Tale quota era progressivamente salita tra gli anni ’50 e la metà degli anni ’90 dal 2% al 4,5%. Ha suscitato allarme la successiva flessione della quota: dal 4,5% nel 1995 al 3,3% del 2003. Si è generalmente attribuita tale flessione alla perdita di competitività di prezzo, alla specializzazione italiana in settori che hanno ridotto il proprio peso sulle esportazioni complessive, e alle ridotte dimensioni delle imprese italiane. Quest’ultima si associa ad una (crescente) polarizzazione dei flussi di esportazione per classe dimensionale degli addetti: nel 2001, il 98% delle imprese esportatrici aveva una dimensione inferiore ai 250 addetti e contribuiva al 58% delle esportazioni totali, mentre il restante 2%, costituito da imprese oltre i 250 addetti, contribuiva per il 42%.

Tuttavia, l’andamento della quota delle esportazioni di un paese è suscettibile di interpretazioni diverse. Può riflettere la perdita relativa di una quota del mercato conteso fra i paesi esportatori. Oppure può semplicemente esprimere l’ingresso sul mercato mondiale di nuovi paesi. Oppure ancora la sostituzione di un’internazionalizzazione commerciale con un’internazionalizzazione produttiva, che può assumere varie forme, ad esempio la sostituzione di esportazioni con investimenti diretti. Probabilmente, nei diversi settori, sono presenti, in diversa misura, tutti e tre i fenomeni. Eppure, nell’interpretazione complessiva sono state privilegiate soprattutto le prime due

spiegazioni (coerenti con l’interpretazione generalmente accettata). Sulla base di due circostanze: 1) dal 1995 in poi, in condizioni di cambio analoghe, i principali paesi europei, a differenza dell’Italia, hanno mantenuto o aumentato le loro quote. Si può osservare tuttavia che se si estende lo sguardo al periodo 1990-2002, il fenomeno delle perdite di quota risulta comune a tutti i maggiori paesi industrializzati. Murat e Paba hanno sottolineato<sup>22</sup> che in quel periodo tali perdite – in paesi assai diversi rispetto all’Italia per specializzazione settoriale e per dimensione media di impresa – sono comparabili, o maggiori, di quelle riscontrate in Italia: la Germania ha perso 2,7 punti percentuali, il Giappone 1,8, mentre Francia, Gran Bretagna e Italia hanno perso un punto percentuale; 2) la scomposizione della variazione della quota aggregata mediante il metodo della Constant Market Share Analysis<sup>23</sup> indica che la flessione della quota aggregata verificata fra il 1996 e il 2001 deve essere attribuita per metà ad una sfavorevole composizione di settori e mercati rispetto alla crescita media e per l’altra metà al cosiddetto “effetto competitività”. L’impiego di questo termine rafforza l’interpretazione prevalente e quindi non è sottoposto a indagini ulteriori. Ma tale effetto deve la sua fortuna più al nome che gli è stato attribuito che alla capacità di misurare effettivamente il fenomeno che a tale termine corrisponde: questo effetto in realtà misura soltanto “la media ponderata delle variazioni delle quote elementari” e potrebbe riflettere ad esempio la sostituzione fra forme di internazionalizzazione ricordate prima.

Si ha quindi una curiosa scissione cognitiva. Da un lato, nello stesso Rapporto ICE, si legge che, tardivamente, l’Italia ha imboccato la via dell’internazionalizzazione produttiva, e che essa si è concentrata nei settori in cui l’Italia ha storicamente acquisito vantaggi comparati. Da alcune schede su gruppi di medie dimensioni come la Merloni (settore: macchine e apparecchi per uso domestico: 14% sulle esportazioni mondiali) e la Marazzi, (settore: Vetro, ceramica e minerali non metallici: 11,9%) leaders nei

---

<sup>22</sup> Cfr. Murat e Paba (2004), pp. 5-6.

<sup>23</sup> Cfr. ICE (2003), p. 119. Critiche alla metodologia della scomposizione delle quote, così fondate da consigliarne l’impiego, erano state sollevate da Houston (1967) e soprattutto da Richardson (1971). Va

rispettivi comparti, si apprende che soprattutto negli ultimi anni la presenza diretta sui mercati, anche attraverso acquisizioni e accordi con imprese locali, si è andata intensificando. Nel 1998, il fatturato conseguito all’estero dalla Merloni era il 73% del fatturato consolidato, mentre ha raggiunto l’83% nel 2002. Nel caso della Marazzi, nel 2001 il fatturato estero era pari al 70% del fatturato consolidato.

Dall’altro, nell’interpretazione dell’andamento delle quote, la loro flessione, per dato mercato e prodotto, viene automaticamente attribuita alla perdita di competitività di prezzo. E’ difficile pensare che la strategia di internazionalizzazione produttiva delle imprese italiane – tanto più impetuosa in quanto intenzionata a colmare, sia con investimenti diretti che con delocalizzazioni di fase – il ritardo rispetto alle imprese europee concorrenti che avevano imboccato questa strada, in forme probabilmente diverse, dieci anni prima, non abbia avuto ripercussioni sull’andamento delle esportazioni dei settori a cui queste imprese appartengono, e quindi sulla quota aggregata. Il non tenerne conto non giova a distinguere veri casi di perdita di competitività, di imprese piccole, certo, ma anche grandi (si pensi all’assordante silenzio, negli scritti che si occupano del ristagno italiano, sulla crisi della grande industria) dagli effetti sulle esportazioni della strategia di reazione delle imprese basata sulla internazionalizzazione<sup>24</sup>.

Esula dagli scopi della nostra ricerca accertare in che misura i processi di delocalizzazione all’estero abbiano effettivamente influenzato le esportazioni nette del paese. Va tuttavia segnalato che tali processi, nei limiti in cui determinino la sostituzione di esportazioni nette con produzioni estere di imprese italiane, provocano, a parità di condizioni, qualora non compensati, una riduzione del livello della domanda aggregata. Né vi è da aspettarsi che i redditi ottenuti all’estero, anche qualora venissero

---

osservato che nelle elaborazioni presentate in ICE (2003) sono assenti i paesi dell’Europa Orientale, del Medio Oriente e del Nord Africa.

<sup>24</sup>A giudicare dalle interpretazioni prevalenti sull’andamento della quota italiana, si deve invece ritenere che venga implicitamente accolta l’ipotesi secondo cui, in contrasto con quanto generalmente sostenuto a proposito di altri paesi in cui si è verificato un declino delle quote analogo o superiore, nel caso dell’Italia

reimpatriati, possano alimentare un flusso di domanda esattamente corrispondente a quello mancante: ciò equivarrebbe a credere nella validità del principio di Say, secondo cui ogni offerta crea la propria domanda. Non sembra che gli osservatori che hanno più volte lamentato il ritardo delle imprese italiane nell’imboccare la via dell’internazionalizzazione abbiano dedicato sufficiente attenzione a questa esigenza di compensazione della domanda aggregata. E’ vero che, sull’arco dell’ultimo decennio, nonostante la flessione della quota delle esportazioni, sembra essere la domanda per consumi, piuttosto che quella per esportazioni nette, a spiegare, dal lato della domanda, il ristagno italiano. Infatti, secondo Ciocca (2003, p. 91, nota 4), “nell’ultimo decennio, rispetto al precedente, l’apporto medio dei consumi delle famiglie è sceso da 1,8 a 0,9 punti di PIL. Quello dei consumi pubblici è diminuito da 0,5 a 0,1 punti. Il contributo della domanda estera netta è stato pressoché nullo, dopo essere stato lievemente negativo nel 1983-92”. Tuttavia, nel 2002 e nel 2003, tale contributo è risultato nuovamente negativo (-0,9% in entrambi gli anni).

### *1.2 Forme di internazionalizzazione, ricerca&sviluppo e dimensione*

In un interessante lavoro<sup>25</sup>, Bugamelli e coll. hanno osservato che le fonti ufficiali (ISTAT, indagine CNEL sulle imprese multinazionali) forniscono un quadro informativo dei fenomeni di internazionalizzazione limitato alle due forme estreme, le esportazioni e gli investimenti diretti. Sfuggono alle rilevazioni, e quindi all’attenzione degli studiosi, forme intermedie, cosiddette “leggere”, quali accordi di collaborazione commerciale e di tipo tecnico-produttivo. La scarsa attenzione prestata a queste forme intermedie è responsabile di una notevole sottostima del fenomeno dell’internazionalizzazione delle imprese italiane. Tenendone conto, si scopre che “esso

---

la delocalizzazione produttiva o sia del tutto assente, o non abbia in alcun modo influenzato l’andamento delle esportazioni.

<sup>25</sup> Cfr. Bugamelli, Cipollone e Infante (2000).

coinvolge quasi due terzi delle imprese italiane”<sup>26</sup>. Poiché tali forme intermedie sono presenti prevalentemente (ma non esclusivamente) nelle imprese di piccole e medie dimensioni, si ha qui un altro esempio degli errori che si possono commettere quando si applicano all’intero universo delle imprese le classificazioni concettuali e statistiche e le fonti di rilevazione tratte dall’osservazione della grande impresa. Ma oggi è diventato sempre più difficile ignorare la diffusione di una varietà di forme di internazionalizzazione in concomitanza con un mutamento significativo della struttura degli scambi, la sempre maggiore incidenza dei prodotti intermedi. Essa non è altro che il riflesso della già ricordata frammentazione produttiva che caratterizza la globalizzazione degli anni ’90. Così come era avvenuto per il decentramento “interno” degli anni ’70 e ’80, le imprese spostano alcune fasi della lavorazione all’esterno del paese, scegliendo per ciascuna di esse paesi diversi a seconda della convenienza relativa. La composizione delle esportazioni e delle importazioni riflette sempre di più l’attività di riorganizzazione della filiera produttiva, che può avvenire senza necessariamente coinvolgere gli investimenti diretti (e quindi il controllo) ma, appunto, forme di internazionalizzazione “più leggere” quali le collaborazioni commerciali e tecniche, fra cui la subfornitura. Dalla ricerca di Bugamelli et al. emerge una conclusione che va sottolineata. Il loro lavoro si è proposto di stimare la capacità di quattro variabili (localizzazione geografica, settore, età dell’impresa, dimensione) di spiegare la variabilità della “propensione all’internazionalizzazione” (definita come il rapporto tra le imprese che hanno internazionalizzato mediante una determinata modalità<sup>27</sup> e il numero complessivo delle imprese). Essi trovano che queste variabili, e in particolare la dimensione, hanno sì un ruolo, anche se *decescente nel tempo* nello spiegare la variabilità del fenomeno dell’internazionalizzazione rispetto alle diverse

---

<sup>26</sup> *Ibidem*, p. 351. Gli autori, utilizzando dati del Mediocredito Centrale, hanno trovato che “ nel triennio 1995-97 quasi 60.000 imprese hanno esportato parte dei loro prodotti, oltre 20.000 hanno avviato o mantenuto forme di internazionalizzazione commerciale diverse dalle esportazioni, 2.700 hanno concluso accordi di collaborazione tecnica con imprese estere e poco più di 1.000 hanno scelto di effettuare investimenti produttivi all’estero” (p. 350, nota).

modalità. Ma tale ruolo è molto ridotto: la variabilità spiegata oscilla tra il 5% e il 15% (a seconda delle modalità) della variabilità complessiva. Sono quindi soprattutto altri i fattori che influiscono sulle scelte delle imprese riguardo all’internazionalizzazione. Gli autori ne traggono questa conclusione<sup>28</sup>: “I risultati del lavoro indicano che il basso livello di internazionalizzazione della nostra industria non deriva da fattori strutturali e scarsamente modificabili nel breve periodo come quelli qui trattati. Se le quattro variabili qui considerate avessero spiegato la massima parte della variabilità dei fenomeni studiati, allora i destini di internazionalizzazione dell’industria italiana sarebbero segnati per i prossimi lustri; infatti composizione geografica, settoriale e dimensionale mutano con estrema lentezza. Al contrario i risultati del lavoro lasciano aperta la possibilità che le determinanti importanti siano quelle più vicine alle scelte aziendali, e quindi più prontamente modificabili anche attraverso appropriati orientamenti di politica economica”.

Abbiamo già ricordato che l’opinione prevalente attribuisce alle piccole e medie imprese (in quanto tali) una ridotta capacità innovativa. Come nel caso delle forme di internazionalizzazione, si perviene a questa conclusione ignorando le modalità specifiche di operare del sistema di piccole imprese e applicando ad esse le modalità riscontrate per la grande impresa (ritorna qui, in altre parole, l’idea della piccola impresa come copia in scala della grande). Si assume infatti che l’incidenza della spesa in Ricerca e Sviluppo sul fatturato o sul valore aggiunto sia il fattore esplicativo principale (e quindi anche l’indicatore<sup>29</sup>) dell’attività innovativa delle imprese. Poiché tale incidenza cresce al crescere della dimensione, si deduce automaticamente che la piccola dimensione penalizza l’attività di innovazione, e quindi la crescita del sistema economico. Vi sono tuttavia ragioni di fondo che conducono a respingere questa

---

<sup>27</sup> Le modalità considerate sono: esportazioni, collaborazioni commerciali, collaborazioni tecniche, investimenti diretti.

<sup>28</sup> Cfr. Bugamelli et al. (2000), p. 372, nota.

<sup>29</sup> Molte delle osservazioni critiche che seguono possono essere riferite anche ad un altro indicatore frequentemente impiegato per misurare l’attività innovativa, il numero di brevetti. Dato il costo del

conclusione, ponendone in discussione sia la concezione teorica sottostante (indipendentemente dal problema della dimensione) sia il modo specifico in cui questo indicatore è stato concepito e viene rilevato in una realtà eterogenea costituita da un sistema di imprese. In breve, la concezione teorica da cui l’indicatore di Ricerca e Sviluppo scaturisce da una teoria dell’innovazione che risale a Schumpeter. A questo autore si devono una serie di idee che hanno orientato profondamente la ricerca successiva: la definizione di innovazione come introduzione di una nuova funzione di produzione, la distinzione fra fase inventiva, innovativa e di diffusione delle innovazioni, l’accento posto sul carattere esogeno dell’aspetto inventivo e sul carattere di rottura e discontinuità del fenomeno innovativo. Una parte crescente della ricerca economica ritiene tuttavia che tali idee costituiscano “un ostacolo alla corretta interpretazione delle dinamiche innovative”<sup>30</sup> e si muove su un solco teorico molto diverso, che sottolinea il carattere processuale, contestuale e sociale delle innovazioni. Per gli scopi che interessano qui, è riduttivo pensare alle innovazioni come a un fenomeno puramente tecnologico, che prescinde sia dagli aspetti organizzativi che da quelli legati alla funzionalità dei prodotti. Inoltre, come ha osservato N. Rosenberg, “il cambiamento tecnologico entra nell’economia attraverso molte porte” e non necessariamente attraverso la porta “maestra” della Ricerca scientifica (che Schumpeter considerava un fattore “esogeno”, non suscettibile di ulteriore approfondimento di analisi, e da cui scaturivano innovazioni già compiute e perfezionate, pronte ad essere tradotte in tecniche e poi diffuse). Viene quindi respinta una suddivisione in fasi per cui “la scienza viene prima della tecnologia così come l’invenzione precede l’innovazione”<sup>31</sup>. Questa suddivisione ha portato a trascurare una parte consistente dell’attività innovativa, consistente nel complesso andirivieni fra scienza, tecnologia, applicazioni, adattamenti, esperienza di fare e di utilizzare. Si sono esclusi, quindi, i

---

brevetto, e la presunta scarsa protezione offerta per le innovazioni incrementali, a tale strumento tendono a fare ricorso soprattutto le grandi imprese.

<sup>30</sup> Cfr. Penati (2000), p. 74, che è da vedere (cap. 2), per alcuni riferimenti ad impostazioni alternative.

<sup>31</sup> Cfr. Antonelli (1995), p. 230.

meccanismi di *feedback* mediante cui emergono, progrediscono (o si esauriscono) i fenomeni innovativi. Questa impostazione, a differenza della precedente, pone l’accento sul carattere incrementale delle innovazioni, e sul carattere relazionale – e spesso localizzato, tacito e non formalizzato – delle competenze da cui scaturiscono le innovazioni. Anche in questo caso, una diversa prospettiva fa emergere all’attenzione fenomeni che coinvolgono (fra l’altro, ma non esclusivamente) le piccole e medie imprese e che l’impostazione precedente aveva portato a trascurare.

Una critica in parte diversa, ma convergente nelle conclusioni, ha condotto a porre in dubbio la validità dei criteri utilizzati per descrivere, e quindi rilevare, le spese di Ricerca e Sviluppo. Tali criteri sono stati originariamente proposti dall’OCSE nel 1959 a Frascati, dando origine al *Frascati Manual*, che, pur con revisioni (l’ultima delle quali nel 1993), fornisce ancora oggi la base per le rilevazioni statistiche, in tutto il mondo, delle Spese in Ricerca e Sviluppo, sia pubbliche che private. I criteri per le spese del settore privato riflettevano<sup>32</sup> “l’esperienza delle grandi imprese anglo-americane” (in particolare della chimica). Ma ancora oggi sono concepiti in modo tale da finire per escludere una serie di attività che, nelle piccole e medie imprese, pur non essendo effettuate in un reparto formalmente designato come dedicato alla R&D, tuttavia sono alla base di fenomeni di innovazione significativi. Nel paragrafo<sup>33</sup> intitolato *Problems on the borderline between R&D and other industrial activities*, si può leggere infatti “Care must be taken to exclude activities which, though undoubtedly a part of the *innovation process*, rarely involve any R&D, e.g. patent filing and licensing, market research, manufacturing start up, tooling up and redesign for the manufacturing process. Some activities, such as tooling up, process development, design and prototype construction, may contain an appreciable element of R&D, thus making it difficult to identify precisely what should or should not be defined as R&D ... Possibly the greatest source of error in measuring R&D lies in the difficulty of locating the cut-off point

---

<sup>32</sup> Cfr. Antonelli (2004), p. 4.

<sup>33</sup> Cfr. OCSE (1994), p. 13, corsivi aggiunti.

between experimental development and the related activities required during the realisation of an innovation. It is difficult to define precisely the cut-off point between experimental development and preproduction developments, such as producing user demonstration models and testing, and production that is applicable to all industrial situations. *It would be necessary to establish a series of conventions or criteria by type of industry*”. Non sembra che quest’ultima indicazione sia stata, finora, raccolta.



## **2. L’internazionalizzazione delle imprese a Modena e Reggio Emilia**

### *2.1 Forme “leggere” e piccole e medie imprese (Pmi)*

Abbiamo già ricordato come anche recentemente fosse radicata l’idea che l’internazionalizzazione ammettesse solo due forme principali, le esportazioni (internazionalizzazione commerciale) e gli investimenti diretti (internazionalizzazione produttiva). Ed era spesso ribadito il giudizio sulla penalizzazione che la frammentazione produttiva arrecava nel fare imboccare anche all’Italia la strada della presenza strutturata sui mercati esteri. Per esempio, al termine di uno studio sullo sviluppo internazionale dell’industria di Reggio Emilia condotto prevalentemente sui dati di bilancio e sulle informazioni sulle imprese controllate/collegate (desumibili dalle note integrative ai bilanci) delle aziende manifatturiere, costituite come società di capitale con oltre due milioni di euro di fatturato, ricco di informazioni e di dati, si concludeva<sup>34</sup> che “le imprese reggiane denotano in genere una limitata capacità di articolazione della formula di presenza e di gestione delle operazioni internazionali”. Oppure, ancora, si traeva la conclusione che i risultati dell’indagine componevano<sup>35</sup> “un quadro dell’industria manifatturiera con un’elevata vocazione esportativa, ma una diffusione ancora limitata delle forme di presenza più strutturata. Solo poche imprese vantano più controllate sui mercati esteri e costituiscono probabilmente le ‘capofila commerciali’ di alcuni sistemi produttivi locali alimentandone e sostenendone, almeno in parte, lo sviluppo. Queste evidenze lasciano presagire in conclusione la polarizzazione dell’industria locale verso due modelli di crescita: l’uno a vocazione prevalentemente mercantile, che coinvolge la media dimensione, e l’altro, più strutturato e destinato, sul piano numerico, a pochi casi di eccellenza sopranazionale”. Anche qui, come vedremo, la presunta polarizzazione è l’effetto dell’ottica della grande impresa (e dei dati su cui le analisi riferite ad essa sono soliti ricorrere). Del resto, indicazioni di

---

<sup>34</sup> Cfr. Bursi, prefazione a Galli (2002), p. 8.

<sup>35</sup> Cfr. Galli (2002), p. 77.

tutt’altro genere emergevano da un’indagine condotta dall’API di Reggio Emilia<sup>36</sup> su un campione di imprese associate.

All’origine della ricerca era la stessa idea che abbiamo già ricordato, citando un lavoro di Bugamelli et al. (2000), relativo all’esistenza, in particolare nelle realtà distrettuali, di una molteplicità di forme di internazionalizzazione intermedie, “leggere”, fra i due estremi costituiti da esportazioni e investimenti diretti. Questi autori, oltre a prendere in considerazione le forme cosiddette *non equity* (collaborazioni commerciali, collaborazioni tecnico produttive) rivolgevano l’attenzione a modalità di penetrazione commerciale “che si sostanziano nell’istituzione di uffici di rappresentanza nei mercati esteri, o strutture fisse di vendita e post vendita, ricerche di mercato, ecc.”<sup>37</sup>. In una prospettiva non dissimile, anche se in un ambito di ricerca evidentemente più limitato, l’indagine API somministrava un questionario indirizzato ad accertare, fra l’altro, diverse modalità di collocamento commerciale del fatturato destinato all’estero, disposte in una gamma, dalle forme più occasionali a quelle più strutturate. Quindi, dalle vendite mediante procacciatori occasionali alle vendite attraverso importatori/distributori/*buyers*, alle vendite dirette, alla presenza commerciale indiretta tramite rappresentanti e agenti, alla presenza commerciale diretta mediante uffici commerciali/filiali/partecipazioni di società commerciali, alla presenza produttiva diretta mediante *joint venture* produttive e unità produttive all’estero. L’indagine aveva rilevato la presenza, nel campione, di imprese appartenenti a gruppi (formali), in misura pari al 22%<sup>38</sup> delle aziende intervistate, e questo ha reso possibile suddividere le risposte fornite dalle aziende a seconda che esse appartenessero, o meno, a gruppi. I risultati confermavano<sup>39</sup> “il modello ‘a gradini gradualmente’ dell’internazionalizzazione delle Pmi” e la rilevanza dell’appartenenza a gruppi nel favorire una maggiore presenza commerciale diretta rispetto a quella indiretta, quest’ultima più diffusa fra le imprese non

---

<sup>36</sup> API (2002).

<sup>37</sup> Cfr. Bugamelli et al. (2000), p. 360.

<sup>38</sup> Il 52% di tali imprese faceva parte di gruppi locali, il 17% di gruppi nazionali e il 31% di gruppi internazionali. Cfr. API (2002), p. 20.

appartenenti a gruppi. Risultava in ogni caso limitata, sul fatturato esportato, l’incidenza dei due estremi, cioè le vendite occasionali e la presenza produttiva diretta. I dati rilevati – e la stessa espressione “a gradini gradualmente” – sono passibili di letture diverse. Potrebbero essere l’istantanea di un processo in corso, in cui le forme “primitive” non si sono ancora poste il problema dell’adozione di forme “più evolute” di internazionalizzazione, che vadano oltre l’esportazione. In questo caso saremmo di fronte ad un percorso evolutivo obbligato, in cui bisogna solo esortare le imprese “rimaste indietro” a seguire le orme delle imprese più “moderne”, in cui l’internazionalizzazione è più strutturata. Ma una lettura “evoluzionista ingenua” trascura o minimizza differenze strutturali – e conseguenti strategie di adattamento – che possono essere importanti. I risultati della ricerca mostrano infatti la presenza di una netta dicotomia strutturale nel campione di imprese intervistate. L’appartenenza a gruppi segnala la presenza di imprese maggiormente esportatrici, anche indipendentemente dalla dimensione di impresa. Esse risultano avere una posizione relativamente solida e autonoma sul terreno produttivo, hanno già una presenza commerciale all’estero da consolidare ed estendere. Nei rapporti con la commercializzazione, queste aziende sembrano disporre di un relativo potere contrattuale. Le imprese non appartenenti ai gruppi sono invece immerse in un ambiente competitivo più aggressivo (anche se, anch’esse, come le altre, attribuiscono alla qualità dei prodotti un peso rilevante). Quasi il 50% del fatturato esportato dalle imprese non appartenenti a gruppi viene collocato all’estero attraverso vendite indirette. Canale indiretto implica spesso impossibilità di essere visibile sui mercati esteri con un proprio marchio, o con un marchio sufficientemente riconoscibile. E’ possibile quindi che le imprese non appartenenti a gruppi siano inserite in catene del valore in cui il potere contrattuale rimane in mano alla distribuzione, e siano pertanto collocate in segmenti produttivi più fragili ed esposti alla concorrenza. In questo caso, data questa configurazione della catena del valore, una presenza indiretta, più “leggera”, si

---

<sup>39</sup> *Ibidem*, p. 15 e tabella p. 21.

accompagna, in presenza di una ridotta scala di vendita sul singolo mercato, a costi unitari minori. Non avrebbe molto senso, in questo caso, invitarle a creare filiali all’estero, aumentando così l’incidenza dei costi fissi, per imitare le altre imprese. Sarebbe più opportuno sostenere gli sforzi di rafforzamento del prodotto, e quindi la più antiquata delle forme dell’internazionalizzazione, cioè le esportazioni – oppure, sul terreno commerciale, promuovere la formazione di consorzi per il collocamento delle esportazioni, oppure ancora, agevolare la formazione di gruppi – piuttosto che inseguire astrattamente non facilmente raggiungibili forme di modernizzazione.

## 2.2 *L’apertura dei distretti*

Le considerazioni avanzate nel paragrafo precedente suggeriscono che l’analisi delle molteplici forme dell’internazionalizzazione venga effettuata congiuntamente a quella della posizione dell’impresa, o del gruppo, nella catena del valore. Da questo punto di vista, si deve tener conto esplicitamente del mutamento intervenuto nelle relazioni interne ed esterne al distretto. E’ stato spesso sottolineato il “paradosso” alla base del decollo di numerosi distretti italiani: “una straordinaria apertura commerciale sui mercati internazionali ottenuta mediante una significativa chiusura delle relazioni produttive”<sup>40</sup>. Dato il carattere relativamente auto-contenuto dei sistemi di interazione locali, (inclusi i circuiti finanziari e di circolazione delle competenze) il rapporto con l’esterno avveniva, in passato, “solo nei punti terminali della catena locale del valore”, cioè la collocazione del prodotto finale e l’approvvigionamento di materie prime. (In questi due punti, peraltro, la capacità di presidio dei distretti è stata “mediamente assai debole”<sup>41</sup>). L’apertura dei distretti – e quindi la proiezione extra-distrettuale della catena del valore – sta avvenendo in molte direzioni<sup>42</sup>. Da un lato, attraverso un rafforzamento

---

<sup>40</sup> Cfr. Corò e Grandinetti (1999), p. 899, e la bibliografia ivi citata.

<sup>41</sup> *Ibidem*, p. 903.

<sup>42</sup> Cfr. *ibidem*, p. 903 e seguenti.

del presidio dei mercati di sbocco, e dall’altro attraverso una maggiore presenza a monte, sul fronte dell’approvvigionamento delle materie prime. In questo campo, anche senza ricorrere al *global sourcing* delle imprese di grandi dimensioni, può diventare rilevante riuscire a mantenere costanti la qualità delle materie prime impiegate, attenuare l’incidenza delle fluttuazioni di cambio, ridurre il potere contrattuale dei fornitori, contenere l’incidenza dei costi delle materie prime sul fatturato, ecc. In entrambi i casi, a monte e a valle, il rafforzamento del presidio può avvenire attraverso un controllo proprietario diretto, oppure attraverso forme più “leggere”, dalle partecipazioni in imprese collegate agli accordi con altre imprese. L’apertura del distretto sta avvenendo anche in altre tre direzioni che assumono un carattere di novità rispetto al precedente periodo di *relativa* maggior “chiusura” intradistrettuale delle reti di relazione: 1) il decentramento della fornitura, che possiamo distinguere in decentramento di fase (traffico di perfezionamento passivo, con consegna al subfornitore di materie prime o semilavorati) e decentramento completo (affidamento al subfornitore del compito di realizzare il prodotto completo, a partire dall’acquisto delle materie prime); 2) la delocalizzazione di una o più unità produttive della filiera (investimenti diretti); 3) il ricorso a competenze (prestazioni immateriali)<sup>43</sup>, esterne al distretto.

### 2.3 La ricerca “I confini delle Pmi” in provincia di Reggio Emilia

Ad esclusione dell’ultimo tema, le altre direzioni di apertura dei distretti hanno costituito l’oggetto di una ricerca commissionata dall’Api di Reggio Emilia all’Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, la cui direzione scientifica è stata affidata al prof. Andrea Ginzburg<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup>Su questo, si veda Corò e Grandinetti (1999), pp. 912-913 e Rullani (2004).

<sup>44</sup>Cfr. Ginzburg e Bigarelli (2004)

Con questa ricerca, il gruppo di lavoro si proponeva di valutare l’entità di queste forme di “apertura” del distretto, e delle trasformazioni organizzative nelle relazioni fra imprese che vi si associano, per portare qualche elemento alla discussione sulla “tenuta” dei distretti di fronte alla pressione del mercato globalizzato. Si è soliti contrapporre la “via alta” allo sviluppo, – la via dell’innovazione, della riqualificazione e della specializzazione selettiva – alla “via bassa”, basata sul semplice contenimento dei costi, la delocalizzazione di parti sempre più ampie della rete produttiva, il declino e, alla fine, la scomparsa inevitabile del distretto. Non mancano descrizioni di casi che potrebbero essere avvicinati a queste due forme astratte e stilizzate. Tuttavia, le risposte di adattamento delle imprese sembrano essere più numerose e articolate di quanto la dicotomia “via alta”/“via bassa” sia in grado di rappresentare. Nell’esaminare il modo in cui le piccole e medie imprese reggiane del campione hanno realizzato combinazioni diverse di forme di “proiezione esterna” (gruppi formali e informali, decentramento interno, decentramento/delocalizzazione estera, ma anche eventuali processi in direzione opposta), il gruppo di lavoro ha inteso verificare se l’apertura del distretto si è accompagnata – pur nel cambiamento – al mantenimento di una robusta rete di scambi intra-distrettuali. In definitiva, su di essa poggia sia il mantenimento, senza eccessive dispersioni all’esterno, dei circuiti di generazione del reddito sia l’ampiezza della base su cui la sperimentazione e la varietà delle innovazioni può continuare a esercitarsi.

#### *La presenza di gruppi d’impresa*

Il campione di imprese intervistate, costituito da 75 piccole e medie imprese della provincia di Reggio Emilia associate all’API, non è un campione statisticamente rappresentativo. E tuttavia i risultati dell’indagine forniscono alcune indicazioni significative. La ricerca ha preso in considerazione tre aspetti che illustrano modi diversi delle imprese di ampliare il loro volume di attività superando, almeno in parte, le strettoie della ridotta dimensione: la presenza di gruppi di impresa, sia formali che

informali; il decentramento di produzioni; l’adozione di forme diverse di internazionalizzazione. Questi tre aspetti sono stati esaminati sia separatamente, che in congiunzione fra loro.

L’analisi degli assetti proprietari delle imprese ha consentito di distinguere tre tipologie: imprese autonome, gruppi informali e gruppi formali. Le imprese autonome sono caratterizzate dall’assenza di relazioni proprietarie con altre imprese, i gruppi informali sono costituiti da imprese che hanno partecipazioni in altre imprese, o sono a loro volta partecipate da altre imprese, pur non avendo un bilancio consolidato di gruppo; i gruppi formali sono caratterizzati invece dalla presenza di un bilancio consolidato di gruppo.

L’indagine ha messo in evidenza una diffusione molto elevata di forme di aggregazione di imprese basata su legami proprietari. Questo era noto, soprattutto per quanto riguarda i gruppi formali. L’indagine ha tuttavia messo in luce non solo che nel campione studiato le aziende collegate a gruppi rappresentano la maggioranza, il 62,6% delle imprese, ma anche che assumono una netta prevalenza i gruppi informali.

Avendo tenuto conto di legami proprietari non formalizzati nella forma del gruppo, si è potuto accertare anche che la soglia dimensionale dell’appartenenza a gruppi è più bassa di quanto si era fin qui ritenuto basandosi sui soli gruppi formali e/o su dati riferiti a imprese di maggiori dimensioni. Nella fascia 20-49 addetti, quasi la metà delle imprese non è un’impresa autonoma (dal punto di vista proprietario). Si è osservato, inoltre, che l’appartenenza all’una o all’altra delle tre tipologie individuate si associa a strategie di internazionalizzazione e di decentramento produttivo interno assai diverse fra loro.

Le imprese appartenenti a gruppi, sia informali che formali, mostrano, rispetto alle imprese autonome, una maggiore internazionalizzazione, sia commerciale che produttiva e degli approvvigionamenti. Anche se da una correlazione non può dedursi una relazione causale, l’interpretazione proposta suggerisce che, nel caso delle piccole e

medie imprese, sia la scelta dell’internazionalizzazione<sup>45</sup> a determinare (o meglio, a incentivare) la formazione di gruppi, anche informali, di cui alcuni con propaggini produttive all’estero, più che non viceversa (anche se retroazioni di segno opposto non possono essere escluse).

### *Le forme di internazionalizzazione*

L’analisi delle modalità complessivamente adottate dalle imprese del campione<sup>46</sup> nelle relazioni con i paesi esteri, in riferimento sia all’attività commerciale che a quella produttiva e degli approvvigionamenti, mostra la capacità delle piccole e medie aziende di operare in un contesto internazionale e di darsi forme organizzative più strutturate rispetto alle modalità con cui tradizionalmente esse si affacciavano ai mercati esteri.

Se consideriamo le forme di internazionalizzazione più semplici, quali l’esportazione diretta di prodotti all’estero; gli acquisti di materie prime, componenti e prodotti finiti da fornitori esteri; e l’utilizzo di subfornitori esteri per la realizzazione di fasi di lavorazione o parti di prodotto, emerge che la quasi totalità delle imprese del campione, l’81,3% delle intervistate, è in grado di vendere i propri prodotti sui mercati esteri; il 70,7% opera direttamente con fornitori esteri indipendenti dal punto vista proprietario; e il 16% commissiona fasi o parti di prodotto a subfornitori esteri sempre indipendenti.

Le forme di presenza più strutturate, che in questa ricerca sono state identificate con l’esistenza di collegamenti proprietari con aziende estere (comprese le *joint-venture*), interessano tutte le attività considerate, quella commerciale, produttiva e degli approvvigionamenti.

All’interno del campione, le aziende che hanno relazioni societarie con commerciali estere sono il 10,7% del totale; quelle che hanno rapporti proprietari con

---

<sup>45</sup> Sulla relazione fra gruppi di imprese e processi di internazionalizzazione la letteratura è molto scarsa. Si veda tuttavia, per i gruppi formali, Moranti (2003).

<sup>46</sup> Cfr. Ginzburg e Bigarelli (2004).

imprese di produzione estere, in grado di vendere i prodotti direttamente sui mercati esteri, l’8%; le aziende che hanno rapporti proprietari con subfornitori esteri il 5,3%; e con fornitori esteri il 4%.

La presenza di relazioni societarie con imprese estere riguarda, all’interno del campione, anche aziende molto piccole e rappresenta una caratteristica sia dei gruppi informali che dei gruppi formali.

Nei gruppi di maggiori dimensioni e più formali emerge, tuttavia, una maggiore diffusione di relazioni societarie con aziende produttive estere, e in particolare con fornitori e subfornitori, oltre ad essere più frequenti anche i rapporti con subfornitori esteri indipendenti.

Questa caratteristica fa presumere che, al di là del livello di internazionalizzazione produttiva attualmente raggiunto da queste imprese, complessivamente ancora contenuto, in prospettiva esso possa registrare una accelerazione. Nelle previsioni a 3 anni, la maggioranza delle imprese che appartengono a gruppi formali, il 61,5% del totale, prevede infatti di aumentare il decentramento produttivo estero, diminuendo in parte quello in Italia, contro una media del 25% delle imprese appartenenti a gruppi informali, e del 14% delle imprese autonome.

I gruppi formali hanno, tuttavia, collegamenti proprietari anche con commerciali estere e con imprese di produzione estere in grado di vendere direttamente all’estero. Il processo di internazionalizzazione di questi gruppi rientra quindi all’interno di una strategia di espansione commerciale sui mercati internazionali, e non è guidato esclusivamente da esigenze di risparmio sui costi di produzione. Esso si contraddistingue, inoltre, come è emerso nel corso dell’analisi, per la maggiore complessità e articolazione delle relazioni proprietarie, tese ad esercitare un controllo sull’intera filiera sia a monte che a valle del ciclo produttivo.

All’interno dei gruppi informali, vi sono invece alcune differenze che mostrano come le imprese che hanno maggiori relazioni societarie con aziende estere siano quelle appartenenti ai gruppi informali a valle (rappresentati dalle imprese che hanno

partecipazioni attive in altre aziende). Negli altri casi, relativi ai gruppi informali a monte (nei quali le imprese sono partecipate da altre aziende) e alle imprese autonome con titolari/soci che hanno altre aziende, non sono presenti collegamenti proprietari diretti con imprese estere e le forme di internazionalizzazione sono soltanto quelle tradizionali.

Nei gruppi informali a valle le relazioni societarie più diffuse sono quelle con commerciali estere e con imprese di produzione estere in grado di vendere direttamente i prodotti all’estero. Queste ultime sono rappresentate sia da aziende costituite in *joint venture* con partner stranieri, sia da imprese preesistenti acquisite dall’intervistata. In tutti i casi analizzati l’investimento realizzato ha come obiettivo l’espansione delle vendite nel paese estero di localizzazione dell’impresa di produzione o nell’area di influenza di quel paese. Nei gruppi informali a valle la strategia di internazionalizzazione produttiva ha quindi una finalità di tipo prevalentemente commerciale.

La maggiore presenza nei gruppi informali a valle di collegamenti proprietari con imprese estere, rispetto agli altri gruppi informali analizzati, fa presumere che il processo di internazionalizzazione di queste imprese, indipendentemente dal livello finora raggiunto, possa rapidamente svilupparsi.

Le modalità di internazionalizzazione seguite dalle imprese possono avere implicazioni importanti sul fronte degli effetti che determinano sull’economia nazionale. Come si è detto, le vendite realizzate direttamente all’estero dalle imprese di produzione estere collegate, secondo la modalità estero su estero, non appaiono all’interno dei flussi di esportazione in uscita dall’Italia, per cui una flessione delle esportazioni italiane potrebbe non corrispondere ad una crisi di competitività dei prodotti, ma ad una espansione dei processi di internazionalizzazione di tipo produttivo e commerciale.

### *Il grado di internazionalizzazione*

Al fine di misurare il grado di internazionalizzazione delle imprese, in questa ricerca<sup>47</sup>, le aziende del campione sono state classificate secondo due diversi criteri.

Nel primo di questi, è stata considerata, come misura del grado di internazionalizzazione commerciale delle imprese, la propensione all’esportazione; e, come indicatore del grado di internazionalizzazione produttiva, la quota di produzione decentrata all’estero, comprensiva sia del decentramento di fase sia del decentramento completo.

Nel secondo caso, invece, accanto alla propensione all’esportazione si considera un indicatore, ritenuto più completo, del grado di internazionalizzazione dell’impresa, ottenuto dalla somma della quota di decentramento estero (sia di fase che completo) e della quota di acquisti di materie prime<sup>48</sup>, componenti commerciali e prodotti finiti realizzata all’estero.

L’incrocio fra i parametri scelti, seguendo sia il primo che il secondo criterio, genera quattro tipi di imprese caratterizzate dalle seguenti combinazioni:

1. *Basso export e bassa internazionalizzazione della produzione*<sup>49</sup>;
2. *Alto export e bassa internazionalizzazione della produzione*;
3. *Basso export ed elevata internazionalizzazione della produzione*;
4. *Alto export ed elevata internazionalizzazione della produzione*.

Sulla base del secondo criterio adottato, il livello di internazionalizzazione della produzione diventa il *livello di internazionalizzazione della produzione e degli approvvigionamenti*.

---

<sup>47</sup> Cfr. Ginzburg e Bigarelli (2004).

<sup>48</sup> Per alcuni aspetti, le materie prime dovrebbero essere considerate separatamente, in quanto talvolta non reperibili in Italia, e comunque fortemente dipendenti dal settore. Le abbiamo incluse, tuttavia, sia per brevità sia per la difficoltà di distinguere tradizionali e recenti approvvigionamenti esteri di materie prime.

<sup>49</sup> Il livello “basso” o “alto” è da considerare rispetto alla media del campione. Il “basso export”, ad esempio, corrisponde ad una quota di esportazioni sul fatturato inferiore alla media delle aziende intervistate.

Il risultato ottenuto è che seguendo il primo criterio, quello che considera solo la quota di produzione decentrata all’estero, la grandissima maggioranza delle aziende risulta non essere internazionalizzata sul piano produttivo. I nuclei più consistenti di imprese si aggregano all’interno dei tipi: basso export/bassa internazionalizzazione produttiva, il 56% delle intervistate; e alto export/bassa internazionalizzazione produttiva, il 29,3%.

I tipi caratterizzati da una più elevata internazionalizzazione produttiva, e cioè basso export/elevata internazionalizzazione produttiva e alto export/elevata internazionalizzazione produttiva, raccolgono soltanto piccoli nuclei di imprese, rispettivamente, il 9,3% ed il 5,3% delle intervistate.

Se si adotta il secondo criterio, quello che considera sia il decentramento produttivo estero che gli acquisti di materie prime, componenti commerciali e prodotti finiti effettuati all’estero, il grado di internazionalizzazione delle imprese aumenta.

Come è emerso nel corso di questa ricerca promossa dall’API, soprattutto nei settori metalmeccanico ed elettrico-elettronico è in atto un processo di progressiva apertura internazionale sul fronte degli acquisti, determinato dalla crescente disponibilità di componentistica standard e di prodotti finiti a medio e basso valore aggiunto, in grado di costituire un’alternativa alla produzione diretta o all’affidamento della produzione ad un subfornitore.

Considerando anche gli approvvigionamenti effettuati all’estero, oltre al decentramento produttivo vero e proprio, le imprese del campione si distribuiscono in questo modo. Il nucleo più numeroso rimane quello caratterizzato da una quota inferiore alla media sia nell’export che nell’internazionalizzazione produttiva e degli approvvigionamenti, pari al 38,7% delle aziende; mentre aumenta il tipo caratterizzato da basso export/elevata internazionalizzazione produttiva e degli approvvigionamenti, con il 26,7% delle imprese. Segue il nucleo con alto export/bassa internazionalizzazione produttiva e degli approvvigionamenti, pari al 25,3% del campione, e cresce il peso

delle aziende più internazionalizzate, sia dal punto di vista commerciale che produttivo e degli approvvigionamenti, con il 9,3% delle intervistate.

L’analisi di questi tipi di imprese in relazione all’assetto proprietario delle aziende, mette in evidenza la presenza di alcuni elementi distintivi riferiti, da un lato, alle imprese autonome e, dall’altro, ai gruppi informali e a quelli formali e di maggiori dimensioni.

Se è vero che le imprese autonome, i gruppi informali e i gruppi formali, si ritrovano all’interno di tutti i tipi individuati, per cui abbiamo imprese autonome, anche di piccole dimensioni, che fanno parte di quel piccolo nucleo, pari al 5,3% o al 9,3% a seconda del criterio adottato, di aziende con alto export/elevata internazionalizzazione produttiva e degli approvvigionamenti, rimane però vero che passando dalle aziende autonome ai gruppi formali il livello complessivo di internazionalizzazione aumenta.

Se si considera il grado di internazionalizzazione commerciale delle imprese, si nota che le aziende con una propensione esportatrice superiore alla media rappresentano il 69,2% nei gruppi formali; il 32,4% nei gruppi informali e soltanto il 21,4% nelle imprese autonome.

Dal punto di vista produttivo e degli approvvigionamenti, il livello di internazionalizzazione attualmente raggiunto dalle imprese registra una maggiore similitudine fra gruppi formali e gruppi informali. Le aziende che hanno una apertura internazionale superiore alla media rappresentano nei gruppi formali il 46,2% del totale e nei gruppi informali il 41,2%, mentre le imprese autonome rimangono distanziate, avendo al loro interno soltanto un 25% di aziende con un livello di internazionalizzazione superiore alla media del campione.

Dall’analisi emerge con chiarezza come nei gruppi formali siano più numerose le aziende caratterizzate contemporaneamente da livelli di internazionalizzazione sia commerciale che produttiva e degli approvvigionamenti più elevati. Le imprese si collocano prevalentemente nei tipi corrispondenti ad elevato export ed elevata internazionalizzazione produttiva e degli approvvigionamenti.

Le imprese dei gruppi informali assumono caratteristiche intermedie, distribuendosi all’interno di tutti e quattro i tipi individuati, ma con quote significative di aziende collocate nei tipi con elevato export o con elevata internazionalizzazione produttiva e degli approvvigionamenti.

Le aziende autonome, invece, si concentrano significativamente all’interno dell’area corrispondente a basso export e bassa internazionalizzazione produttiva e degli approvvigionamenti, rivelando un maggiore orientamento al mercato interno e un maggiore autocontenimento territoriale, pur avendo dimensioni occupazionali ed economiche molto simili a quelle delle imprese che appartengono a gruppi informali. Infatti, le imprese autonome hanno in media 37,9 addetti e 5,9 milioni di euro di fatturato per impresa; le aziende che appartengono a gruppi informali 35 addetti e 7,8 milioni di fatturato per impresa; le imprese che appartengono a gruppi formali 112 addetti e 25,9 milioni di fatturato per impresa.

Il confronto fra imprese autonome e imprese appartenenti a gruppi informali è particolarmente significativo, in quanto, a parità di dimensioni aziendali, le imprese che appartengono a gruppi informali sono caratterizzate da livelli di internazionalizzazione più elevati.

I risultati della ricerca consentono quindi di affermare che la forma gruppo permette il superamento dei limiti dimensionali della singola impresa e determina le condizioni, anche per le piccole e medie imprese, di sperimentare forme di internazionalizzazione di tipo non tradizionale.

**Tav. 1 – Imprese per forme di internazionalizzazione e assetto proprietario (multirisposta), 2003**

	Autonoma		Gruppi informali		Gruppi formali e di maggiori dimensioni		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Esportazione diretta	22	78,6	26	76,5	13	100,0	61	81,3
Fornitori esteri indipendenti	19	67,9	22	64,7	12	92,3	53	70,7
Subfornitori esteri indipendenti	3	10,7	3	8,8	6	46,2	12	16,0
Commerciali estere collegate	-	-	5	14,7	3	23,1	8	10,7
Imprese di servizio estere collegate	-	-	1	2,9	-	-	1	1,3
Finanziarie estere collegate	-	-	1	2,9	-	-	1	1,3
Produttive estere collegate in grado di vendere direttamente all'estero	-	-	3	8,8	3	23,1	6	8,0
Fornitori esteri collegati	-	-	1	2,9	2	15,4	3	4,0
Subfornitori esteri collegati	-	-	1	2,9	3	23,1	4	5,3
<b>Totale</b>	<b>28</b>	<b>100,0</b>	<b>34</b>	<b>100,0</b>	<b>13</b>	<b>100,0</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Indagine diretta API - UNIMORE - R&I: I CONFINI DELLE PMI - 2004

**Tav. 2 – Imprese per forme di internazionalizzazione e classe di addetti (multirisposta), 2003**

	1-9		10-19		20-49		50-99		100-199		200-249		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Esportazione diretta	2	100,0	6	75,0	30	75,0	15	83,3	5	100,0	2	100,0	60	80,0
Fornitori esteri indipendenti	2	100,0	3	37,5	25	62,5	16	88,9	5	100,0	2	100,0	53	70,7
Subfornitori esteri indipendenti	-	-	1	12,5	5	12,5	4	22,2	1	20,0	1	50,0	12	16,0
Commerciali estere collegate	-	-	-	-	4	10,0	1	5,6	2	40,0	1	50,0	8	10,7
Imprese di servizio estere collegate	-	-	-	-	1	2,5	-	-	-	-	-	-	1	1,3
Finanziarie estere collegate	-	-	-	-	-	-	1	5,6	-	-	-	-	1	1,3
Produttive estere collegate in grado di vendere direttamente all'estero	1	50,0	-	-	2	5,0	1	5,6	1	20,0	1	50,0	6	8,0
Fornitori esteri collegati	-	-	-	-	1	2,5	-	-	2	40,0	-	-	3	4,0
Subfornitori esteri collegati	-	-	-	-	2	5,0	-	-	1	20,0	1	50,0	4	5,3
<b>Totale</b>	<b>2</b>	<b>100,0</b>	<b>8</b>	<b>100,0</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>	<b>5</b>	<b>100,0</b>	<b>2</b>	<b>100,0</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Indagine diretta API - UNIMORE - R&I: I CONFINI DELLE PMI - 2004

**Tav. 3 - Imprese per grado di internazionalizzazione, 2003**

	Basso export e bassa internazionaliz- zazione produttiva		Alto export e bassa internazionaliz- zazione produttiva		Basso export e alta internazionaliz- zazione produttiva		Alto export e alta internazionaliz- zazione produttiva		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Internazionalizzazione commerciale e produttiva	42	56,0	22	29,3	7	9,3	4	5,3	75	100,0
Internazionalizzazione commerciale, produttiva e degli acquisti	29	38,7	19	25,3	20	26,7	7	9,3	75	100,0

Fonte: Indagine diretta API – UNIMORE - R&I: I CONFINI DELLE PMI - 2004

**Tav. 4 - Imprese per assetto proprietario e grado di internazionalizzazione commerciale, produttiva e degli acquisti, 2003**

	Basso export e bassa internazionaliz- zazione produttiva e degli acquisti			Alto export e bassa internazionaliz- zazione produttiva e degli acquisti			Basso export e alta internazionaliz- zazione produttiva e degli acquisti			Alto export e alta internazionaliz- zazione produttiva e degli acquisti			Totale		
	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%
	riga	col.	col.	riga	col.	col.	riga	col.	col.	riga	col.	col.	riga	col.	col.
Autonoma	16	57,1	55,2	5	17,9	26,3	6	21,4	30,0	1	3,6	14,3	28	100,0	37,3
Gruppi informali	13	38,2	44,8	7	20,6	36,8	10	29,4	50,0	4	11,8	57,1	34	100,0	45,3
Gruppi formali	-	-	-	7	53,8	36,8	4	30,8	20,0	2	15,4	28,6	13	100,0	17,3
<b>Totale</b>	<b>29</b>	<b>38,7</b>	<b>100,0</b>	<b>19</b>	<b>25,3</b>	<b>100,0</b>	<b>20</b>	<b>26,7</b>	<b>100,0</b>	<b>7</b>	<b>9,3</b>	<b>100,0</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Indagine diretta API – UNIMORE - R&I: I CONFINI DELLE PMI - 2004

**Tav. 5 – Fatturato delle imprese per assetto proprietario e grado di internazionalizzazione commerciale, produttiva e degli acquisti (milioni di euro), 2003**

	Basso export e bassa internazionaliz- zazione produttiva e degli acquisti			Alto export e bassa internazionaliz- zazione produttiva e degli acquisti			Basso export e alta internazionaliz- zazione produttiva e degli acquisti			Alto export e alta internazionaliz- zazione produttiva e degli acquisti			Totale		
	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%
	riga	col.	col.	riga	col.	col.	riga	col.	col.	riga	col.	col.	riga	col.	col.
Autonoma	75,8	45,8	48,3	25,0	15,1	8,1	59,6	36,1	32,0	5,0	3,0	4,2	165,4	100,0	21,5
Gruppi informali	81,0	30,2	51,7	53,8	20,1	17,4	81,8	30,5	43,9	51,6	19,2	43,7	268,2	100,0	34,8
Gruppi formali	-	-	-	230,4	68,4	74,5	44,7	13,3	24,0	61,5	18,3	52,1	336,6	100,0	43,7
<b>Totale</b>	<b>156,8</b>	<b>20,4</b>	<b>100,0</b>	<b>309,1</b>	<b>40,1</b>	<b>100,0</b>	<b>186,1</b>	<b>24,2</b>	<b>100,0</b>	<b>118,1</b>	<b>15,3</b>	<b>100,0</b>	<b>770,1</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Indagine diretta API – UNIMORE - R&I: I CONFINI DELLE PMI – 2004

#### 2.4 La ricerca i “Percorsi di internazionalizzazione nella provincia di Modena”

Lo studio realizzato da Economisti Associati <sup>50</sup>, promosso dalla Provincia di Modena, pone l’attenzione sui percorsi di internazionalizzazione del sistema produttivo modenese e si propone di contribuire al dibattito su questo tema attraverso l’individuazione di alcuni spunti di riflessione, finalizzati alla definizione di *policies* e di strumenti a sostegno dell’internazionalizzazione e della competitività delle imprese di questo territorio.

L’analisi è stata realizzata utilizzando dati di fonte statistica ufficiale e interviste dirette a testimoni privilegiati.

Fra i risultati messi in evidenza dallo studio si individuano l’elevato numero di imprese modenesi che operano sul fronte dell’export (7.350 operatori attivi), pari a 6 imprese manifatturiere su 10, contro una media regionale e nazionale di 3 imprese su 10, e il significativo numero di imprese attive sul fronte dell’import (con 5.400 aziende). Dalla metà degli anni ‘90, le imprese esportatrici sono aumentate del 14% e quelle importatrici del 38%.

Sul fronte degli investimenti diretti all’estero si sconta la mancanza di fonti statistiche affidabili, e le informazioni raccolte nella ricerca (basate su interviste a testimoni privilegiati e analisi di bilancio) “suggeriscono l’esistenza di non meno di 150 presenze stabili all’estero, riconducibili ad imprese modenesi. Le caratteristiche degli IDE modenesi differiscono significativamente da settore a settore, per quanto riguarda la finalità e le modalità di attuazione”.

Nel settore ceramico “la presenza estera delle imprese modenesi comprende una vasta rete di strutture commerciali (filiali e depositi, ma anche strutture di vendita al dettaglio) a cui si aggiunge una ormai consistente presenza di impianti produttivi. Gli investimenti dei gruppi ceramici sono tipicamente volti a presidiare i principali mercati di sbocco.....”.

---

<sup>50</sup> Cfr. Economisti Associati (2003).

Nel tessile e abbigliamento “gli investimenti esteri sono essenzialmente legati a processi di de-localizzazione produttiva e sono quindi concentrati in paesi a basso costo del lavoro. Tuttavia, le caratteristiche del tessile abbigliamento modenese (alta qualità in serie corte) fanno sì che in provincia di Modena il fenomeno sia meno diffuso che in altre parti d’Italia, anche se ciò è in parte compensato da flussi di importazioni abbastanza intensi di prodotti finiti e semi lavorati”.

Nel settore meccanico “la gamma degli investimenti esteri realizzati dalle imprese modenesi è estremamente variegata. Si va dal caso di alcuni operatori di medio grandi dimensioni che hanno acquisito o realizzato ex novo impianti produttivi in mercati “strategici”, a quello di imprese di minori dimensioni che hanno realizzato strutture commerciali stabili, a cui spesso si associano unità per il montaggio e l’assistenza tecnica post-vendita. Nel complesso, il numero di presenze dirette all’estero realizzate dalle imprese meccaniche modenesi è stimabile in oltre un centinaio, con una concentrazione nell’Unione Europea. .... Un ruolo di grande rilievo è ricoperto dai produttori di macchinari e impianti per l’industria delle piastrelle....”.

#### *La concentrazione dei flussi esportativi*

Nello studio<sup>51</sup> si sottolinea come l’elevata propensione all’export della provincia di Modena si accompagni ad “una elevata concentrazione dei flussi di export in capo ad un numero relativamente ridotto di operatori di medio grandi dimensioni”. Circa un terzo delle esportazioni modenesi (2400 milioni di euro) è riconducibile a soli 7 gruppi industriali (appartenenti ai settori ceramico, *automotive* ed alimentare), e la metà delle esportazioni a non più di 22 grandi realtà produttive.

---

<sup>51</sup> Cfr. Economisti Associati (2003).

### *Il ri-orientamento dei flussi di esportazione*

L’analisi<sup>52</sup> pone l’accento sul fatto che nell’ultimo decennio le aree ed i paesi di esportazione dell’economia modenese hanno subito “importanti mutamenti”. “Da un lato si è registrata una significativa diminuzione del peso dell’Unione Europea, la cui incidenza sul totale dei flussi esportati è scesa dal 64% al 51%. Dall’altro lato, si è registrato l’affermarsi di nuovi mercati di destinazione, ... quelli, in particolare, del Nord America e dell’Europa Centro-orientale”.

“Il minor peso dell’export verso l’Unione Europea a 15 è in larga misura attribuibile alla stagnazione delle vendite sul mercato tedesco”, mentre nel caso dell’Europa Centro-orientale i principali paesi di destinazione delle esportazioni modenesi sono la Russia (per i prodotti meccanici, ceramici ed alimentari), la Polonia (meccanica e ceramica) e l’Ungheria (ceramica). Accanto a questi si registra un certo dinamismo di alcuni paesi minori, quali Ucraina, Serbia e Montenegro, Bosnia – Erzegovina, ecc. La crescita dell’export verso il Nord America è, invece, guidata dalle produzioni ceramiche, meccaniche e dei mezzi di trasporto.

Si sottolinea, inoltre, che “il riorientamento dei flussi di export si è accompagnato ad una crescita della complessità delle relazioni commerciali, con un aumento del numero di imprese che operano su una molteplicità di mercati”. L’Istat sottolinea come, nel corso di neppure un decennio, il numero di “operatori globali” (e cioè di imprese che operano in oltre 15 paesi esteri) sia aumentano di oltre il 40%.

### *Le esportazioni indirette*

Lo studio sottolinea come la realizzazione di investimenti diretti all’estero<sup>53</sup> “porti talvolta ad una riduzione dei flussi esportativi originanti dalla casa madre, innescando un meccanismo di *export substitution* (o esportazioni indirette)”.

---

<sup>52</sup> Cfr. *Ibidem*

<sup>53</sup> Cfr. Economisti Associati (2003).

“Nel caso della provincia di Modena, il fenomeno delle “esportazioni indirette” è particolarmente evidente nel settore delle piastrelle in ceramica. Come è noto, il comparto ceramico è stato uno dei primi a comprendere la necessità di una presenza diretta sui mercati esteri, ..... e il processo si è venuto accentuando nel corso degli ultimi dieci anni, durante i quali significative risorse sono state dedicate alla acquisizione o realizzazione ex novo di impianti produttivi in una mezza dozzina di paesi”.

Con riferimento ai principali gruppi ceramici, si stima che siano 23 gli stabilimenti esteri attivi, ai quali se ne aggiungeranno altri 6, e che la produzione realizzata all’estero sia stimabile in 62 milioni di mq, a fronte di una produzione domestica di 238 milioni di mq. La quota dei principali gruppi ceramici può essere valutata attorno al 5% del mercato mondiale, di cui circa un quinto (l’1%), attribuibile alle “esportazioni indirette”, generate dagli impianti all’estero.

#### *L’allungamento delle relazioni di fornitura*

Un altro aspetto evidenziato dalla ricerca<sup>54</sup> riguarda la “significativa apertura del tessuto produttivo modenese” dal lato degli approvvigionamenti realizzati sui mercati internazionali.

Negli ultimi dieci anni, le importazioni sono quasi triplicate, da 1,2 a 3,4 miliardi di euro nel 2003, e questo aumento ha interessato soprattutto il settore meccanico (prodotti metallurgici, meccanica in senso stretto, macchine e apparecchiature elettriche, mezzi di trasporto).

I paesi di provenienza delle importazioni modenesi sono soprattutto quelli dell’Unione Europea a 15 (pari al 73% dell’import nel 2003), ma nell’ultimo decennio sono aumentate in misura significativa le importazioni dai paesi emergenti e dai paesi dell’Europa Centro-orientale (oltre l’8% dell’import), sia per i prodotti del tessile abbigliamento sia per quelli meccanici più semplici. La tendenza più recente riguarda la crescita delle importazioni dalla Cina, soprattutto di piastrelle ceramiche.

---

<sup>54</sup> Economisti Associati (2003).

### *Considerazioni conclusive*

Dall’analisi effettuata in questo studio<sup>55</sup> trovano conferma alcuni punti di forza dell’economia modenese “la capacità di diversificare i mercati di sbocco, .... la capacità di governare relazioni commerciali sempre più complesse, il forte presidio di mercati strategici mediante una crescente presenza diretta”.

Dall’altro lato, vengono invece sottolineate alcune criticità derivanti dal fatto che “i singoli operatori incontrano ostacoli sempre maggiori nella loro operatività internazionale e sia, quindi, sempre più necessario “fare sistema”, facendo appello anche a risorse esterne alle imprese”.

L’obiettivo delle politiche dovrebbe essere quello di ampliare il numero di *global competitors*, attraverso il progressivo *upgrading* delle imprese da attori prevalentemente “domestici” a quella di soggetti realmente in grado di operare internazionalmente.

---

<sup>55</sup> Cfr. *Ibidem*

### **3. Gli scambi commerciali con l'estero di Modena e Reggio Emilia**

#### *3.1 Il contesto nazionale*

Le esportazioni italiane nel corso degli anni '90 si sono indirizzate con meno frequenza verso i paesi dell'Unione Europea (la cui quota è calata dal 57,3% al 53,5%), a tutto vantaggio dei paesi del resto d'Europa (il cui peso è cresciuto dal 12% al 17,6%); tra questi ultimi, l'importanza dei paesi di nuova adesione è quasi raddoppiata, passando dal 3,4% al 6%. Per il resto, le esportazioni si sono mantenute pressochè stabili sia verso il continente americano (dal 12% al 12,2%) sia verso il continente asiatico (dal 5,4% al 5,2%).

Tra i paesi di nuova adesione, il più importante è la Polonia, che dal 1993 al 2003 ha visto aumentare il proprio peso dallo 0,88% all'1,77%, poi troviamo l'Ungheria (aumento dallo 0,58% all'1,11%), la Repubblica Ceca (con percentuale quasi triplicata, dallo 0,36% allo 0,97%), la Slovenia (aumento dallo 0,67% allo 0,9%) e la Slovacchia (anch'essa con percentuale triplicata, dallo 0,16% allo 0,41%). In generale, le esportazioni si sono ridotte solamente verso Malta, dato che pure Cipro e le tre repubbliche baltiche hanno visto crescere le proprie quote (che restano comunque molto basse).

Per quanto riguarda le importazioni, negli ultimi 10 anni è cresciuto il ruolo dell'Europa non-UE (dal 12,6% al 15,9%) e dell'Asia (dall'11,2% al 13%), mentre è leggermente calata la rilevanza dell'Unione Europea (dal 59,6% al 56,9%) e dell'America (dall'8,5% al 6,9%).

I paesi di nuova adesione, nel complesso, hanno visto aumentare la propria quota sul totale delle importazioni dal 2,3% al 3,6%. Tra di essi, i più importanti sono di nuovo la Polonia (l'unica oltre l'1%), l'Ungheria (0,72%), la Slovenia (0,63%), la Repubblica Ceca (0,63%) e la Slovacchia (0,41%); anche in questo caso, l'unico paese dal quale sono diminuite le importazioni è Malta.

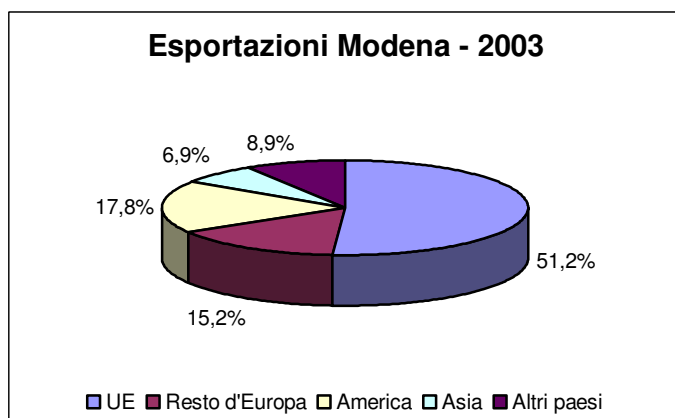
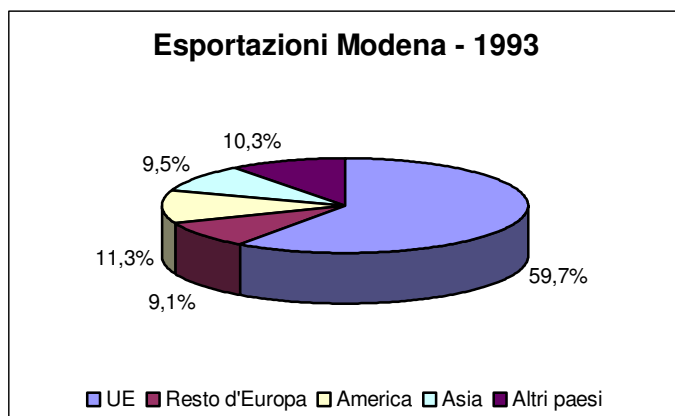
Il saldo commerciale italiano, pur mantenendo segno positivo, nel corso del decennio ha mostrato una continua diminuzione: dopo il picco raggiunto nel 1996, con

un attivo di oltre 34 miliardi di euro, nel 2000 il saldo attivo è stato inferiore ai 2 miliardi di euro, mentre nel 2003 si è toccato il minimo, con un saldo attivo di 1.096 milioni di euro. È rilevante però osservare come, dal 2000 ad oggi, il nostro paese abbia presentato un saldo attivo solamente nei confronti dei paesi dell’Europa non-UE e del continente americano. In particolare, con questi ultimi la bilancia commerciale ha registrato nel 2003 un valore positivo per oltre 13 miliardi di euro, a fronte di un passivo di oltre 8 miliardi nei confronti dei paesi UE e di oltre 4 miliardi nei confronti dei paesi asiatici.

Per quanto riguarda gli scambi commerciali con i 10 paesi nuovi entranti nella UE, essi sono aumentati sensibilmente nel corso del decennio, e nel 2003 si è registrato un saldo attivo che nel complesso ha superato i 6 miliardi di euro. A questo risultato hanno contribuito in modo decisivo la Polonia (+1.869 milioni), l’Ungheria (+1.006 milioni), la Repubblica Ceca (+880 milioni) e Malta (+767 milioni), mentre l’unica nazione con la quale si è registrato un saldo negativo è stata la Slovacchia, per una cifra comunque di poco superiore agli 8 milioni di euro.

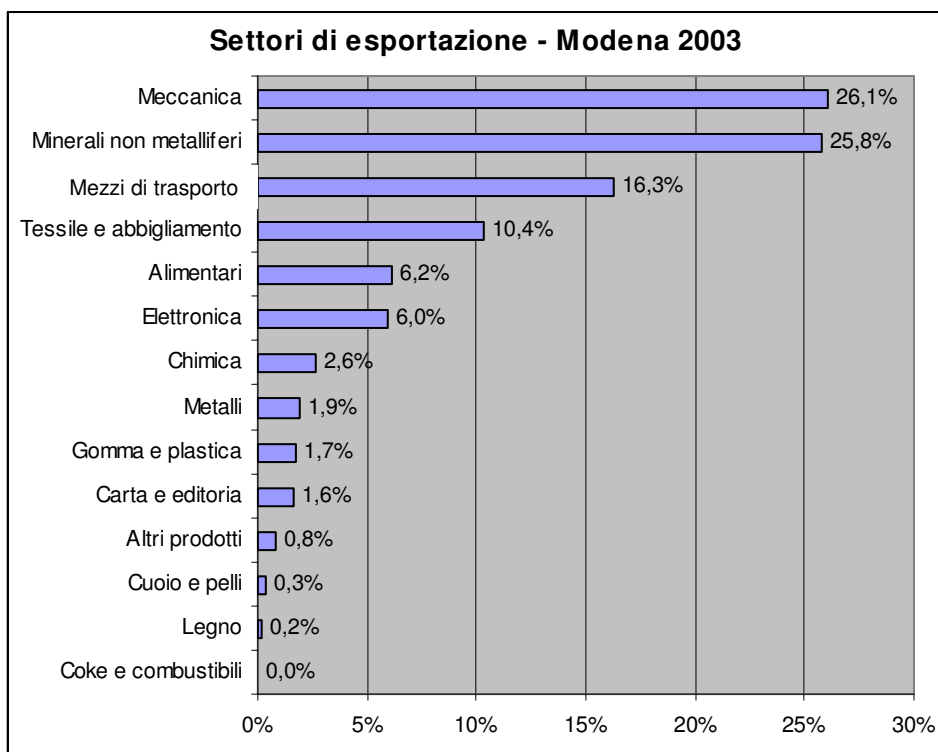
### 3.2 La provincia di Modena

Le *esportazioni* della provincia di Modena nell’ultimo decennio si sono indirizzate in misura crescente verso i paesi dell’Europa dell’Est (dal 9,1% al 15,2%) e verso il continente americano (dall’11,3% al 17,8%), mentre si sono ridotte le esportazioni verso l’Unione Europea (dal 59,7% al 51,2%) e verso l’Asia (dal 9,5% al 6,9%). I 10 paesi di nuova adesione hanno quasi raddoppiato il proprio peso, passando dal 2,8% al 4,7% (ma restando al di sotto della media italiana pari al 6%); tra di essi, i maggiori flussi commerciali si dirigono verso la Polonia, seguita dall’Ungheria, dalla Repubblica Ceca e dalla Slovenia.



Fonte: nostra elaborazione da dati del sito [www.coeweb.istat.it](http://www.coeweb.istat.it)

Osservando i dati per settore, emerge che quasi la totalità delle esportazioni riguarda prodotti trasformati e manufatti, mentre i prodotti di agricoltura, caccia e silvicoltura occupano circa lo 0,5% del totale e i minerali energetici e non energetici nemmeno lo 0,1%. Tra i settori della manifattura, il peso maggiore spetta alla meccanica con il 26,1% (in calo però rispetto al 28,8% del 1993), quindi ai minerali non metalliferi con il 25,8% (nel 1993 erano al primo posto con il 31,2%) ed ai mezzi di trasporto, che in 10 anni sono aumentati dall'8,6% al 16,3%; il settore tessile e abbigliamento si trova solamente al quarto posto con il 10,4%, un valore inferiore di tre punti percentuali al dato del 1993, mentre è cresciuta l'importanza dei prodotti alimentari (dal 4,4% al 6,2%), delle apparecchiature elettriche ed elettroniche (dal 4% al 6%) e dei prodotti chimici (dall'1,6% al 2,6%).



Fonte: nostra elaborazione da dati del sito [www.coeweb.istat.it](http://www.coeweb.istat.it)

Le esportazioni verso i 10 paesi di nuova adesione riguardano soprattutto minerali non metalliferi (33,6%) e macchine ed apparecchiature meccaniche (27,5%), mentre i prodotti del settore tessile e abbigliamento figurano al terzo posto con il 9,6%, seguiti dalle apparecchiature elettriche ed elettroniche, con il 7,4%, e dai prodotti chimici, con il 4,8%.

Le *importazioni* della provincia di Modena nel periodo 1993-2003 si sono mostrate più stabili rispetto alle esportazioni, mantenendo pressochè inalterate le quote degli scambi con le varie aree geografiche. Tra i paesi di nuova adesione, dai quali provengono circa il 3,5% del totale delle importazioni (in linea con il dato nazionale del 3,6%), i più importanti sono nuovamente Repubblica Ceca, Slovenia, Ungheria e Polonia, mentre sono quasi nulli gli scambi con le tre repubbliche baltiche (Estonia, Lettonia, Lituania) e con Cipro e Malta.

I dati per settore evidenziano la grande rilevanza dei prodotti manufatti (il 90,4% del totale delle importazioni nel 2003, un dato comunque inferiore a quello riferito alle esportazioni), mentre piccole quote sono ricoperte dai minerali energetici e non energetici (5,6%) e dai prodotti di agricoltura, caccia e silvicoltura (2%). Tra i settori manifatturieri, il primo posto spetta al settore alimentare (23,3%, in calo però rispetto al 30,2% del 1993), quindi troviamo i settori della meccanica al 15%, dei trasporti al 14,6%, della chimica al 9,8%, dell’elettronica al 9,4% e del tessile e abbigliamento al 9,1%.

Le importazioni dai paesi di nuova adesione hanno caratteristiche differenti, e si concentrano nei settori dell’elettronica (25,3%, in notevole aumento rispetto al 5,1% del 1993), del tessile e abbigliamento (25,1%, in calo rispetto al 43,9% del 1993), dei metalli (11,4%) e della meccanica (9,4%). È significativo notare la specializzazione di alcuni di questi paesi: nei prodotti in legno per la Lettonia (il 98,5% delle importazioni nel 2003), nei prodotti del tessile e abbigliamento per Lituania (78,5%), Cipro (64%) e Slovacchia (59%), e nei prodotti dell’elettronica per la Slovenia (56,2%).

Osservando i dati relativi al *saldo commerciale* della provincia di Modena, si nota come esso abbia presentato segno positivo nel corso di tutto il decennio, sia nel valore totale sia negli scambi con le singole aree geografiche. Il saldo attivo nel 2003 ha

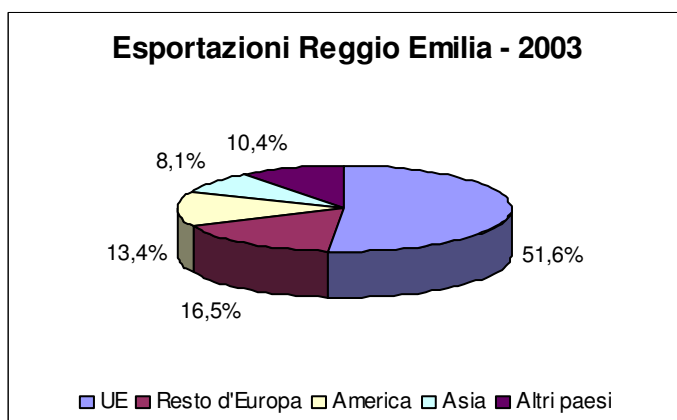
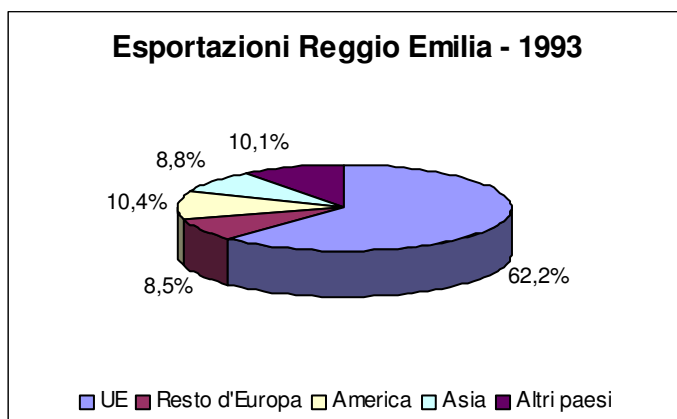
superato i 4 milioni di euro, grazie soprattutto all’apporto dei paesi dell’Unione Europea (+ 1.421 milioni) e dell’America (+1.210 milioni). Un ruolo di crescente importanza è poi svolto dai 10 nuovi paesi della UE, che sempre nel 2003 hanno presentato un saldo attivo complessivo di circa 239 milioni di euro; tra questi, il contributo maggiore è venuto dalla Polonia (+82 milioni), seguita dall’Ungheria (+50 milioni), dalla Repubblica Ceca (+25 milioni), dalla Slovenia (+21 milioni) e dal sorprendente Cipro (+19 milioni).

Se si guardano poi i saldi commerciali dei settori manifatturieri, si scopre che il primo posto è occupato dal settore dei minerali non metalliferi (+1.883 milioni), seguito dalla meccanica (+1.514 milioni), dai mezzi di trasporto (+782 milioni) e dal tessile e abbigliamento (+504 milioni). Gli unici saldi negativi rilevanti riguardano il settore dei prodotti alimentari (-259 milioni), dei prodotti chimici (-108 milioni) e della carta (-34 milioni). È interessante notare come in questi ultimi settori il saldo commerciale con i paesi di nuova adesione sia positivo; esso è infatti negativo (anche se in misura poco significativa) solamente per gli scambi di prodotti in legno (-6 milioni), di prodotti in metallo (-5 milioni) e di apparecchiature elettroniche (-3 milioni).

La specializzazione dei singoli paesi si riflette in alcuni casi in una bilancia commerciale negativa in certi settori; ciò è particolarmente evidente nel caso di Estonia (-18.000 euro), Lettonia (-172.000), Lituania (-56.000) e Ungheria (-3,8 milioni) per il settore dei prodotti in legno; di Slovacchia (-3,1 milioni) e Repubblica Ceca (-1,7 milioni) per il settore del tessile e abbigliamento; di Repubblica Ceca (-3,6 milioni) ed Ungheria (-1,5 milioni) per il settore dei metalli; e di Slovenia (-5,3 milioni) e di nuovo Repubblica Ceca (-5,3 milioni) per il settore dell’elettronica.

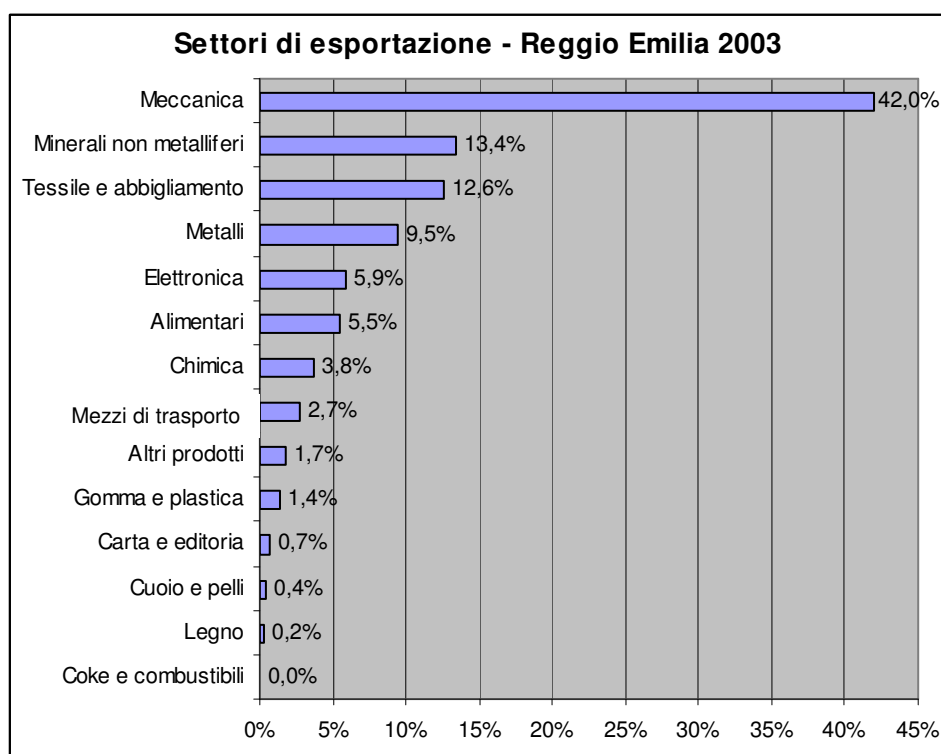
### 3.3 La provincia di Reggio Emilia

Nel corso degli ultimi 10 anni, è quasi raddoppiata (dall’8,5% al 16,5%) la quota delle *esportazioni* della provincia di Reggio Emilia dirette verso le nazioni dell’Europa non-UE. I paesi di nuova adesione hanno registrato un incremento dal 2,9% a ben il 6,6% (una percentuale superiore alla media italiana); tra essi troviamo, in ordine di importanza, Polonia, Ungheria, Repubblica Ceca e Slovenia, esattamente come si verifica per la provincia di Modena. Anche le esportazioni verso il continente americano sono cresciute di 3 punti percentuali (dal 10,4% al 13,4%), mentre esse sono diminuite sia nei confronti dei paesi dell’Unione Europea (dal 62,2% al 51,6%) sia nei confronti dei paesi asiatici (dall’8,8% all’8,1%).



Fonte: nostra elaborazione da dati del sito [www.coeweb.istat.it](http://www.coeweb.istat.it)

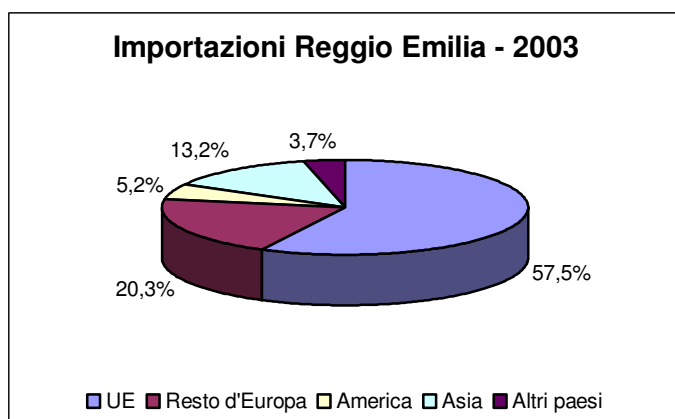
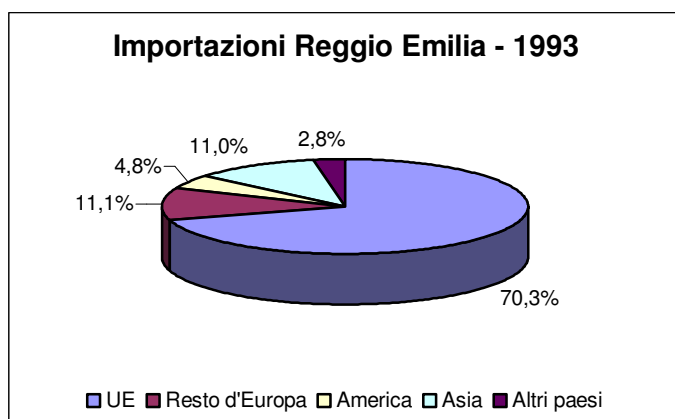
Oltre il 99% delle esportazioni riguardano prodotti trasformati e manufatti; tra essi, le macchine e gli apparecchi meccanici rappresentano circa il 42% (rispetto al 37,9% del 1993), i minerali non metalliferi il 13,4% (rispetto al 17,7%), i prodotti del tessile e abbigliamento il 12,6% (rispetto al 14,2%), i prodotti in metallo il 9,5% (erano il 7,4%) e le apparecchiature elettriche ed elettroniche il 5,9% (erano il 5%). Le esportazioni verso i paesi di nuova adesione mostrano all'incirca gli stessi valori, con un peso leggermente superiore per il settore dell'elettronica (8,4%), e leggermente inferiore per il settore della meccanica (39,2%) e del tessile e abbigliamento (10,6%).



Fonte: nostra elaborazione da dati del sito [www.coeweb.istat.it](http://www.coeweb.istat.it)

L'evoluzione delle *importazioni* della provincia di Reggio Emilia nell'ultimo decennio ha visto ridursi progressivamente l'importanza dei paesi dell'UE (da oltre il 70% al 57,3%), a vantaggio soprattutto dei paesi del resto d'Europa (dall'11,1% al 20,3%), ma anche dei paesi del continente americano (dall'11% al 13,2%) e di quello asiatico (dal 4,8% al 5,2%). Nel complesso, i 10 paesi di nuova adesione rappresentano

il 7,9% del totale delle importazioni della provincia, un valore superiore al doppio della media nazionale.



Fonte: nostra elaborazione da dati del sito [www.coeweb.istat.it](http://www.coeweb.istat.it)

I dati settoriali mostrano come anche le importazioni della provincia di Reggio Emilia interessino quasi esclusivamente prodotti trasformati e manufatti (93,4%), pur rivestendo un certo peso sia i minerali energetici e non energetici (3,2%) che i prodotti di agricoltura, caccia e silvicoltura (1,7%). Tra i prodotti manufatti, i più importanti sono i prodotti in metallo (21%), seguiti dalle apparecchiature meccaniche (15,6%), dai prodotti alimentari (13,5%), dai prodotti del tessile e abbigliamento (13%), dalle apparecchiature elettriche ed elettroniche (10,3%) e dai prodotti chimici (9,8%). Le

importazioni dai 10 paesi di nuova adesione riguardano, invece, principalmente i settori della meccanica (22,7%), del tessile e abbigliamento (21,8%), il settore metallurgico (14,6%), quello alimentare (11,6%) e quello dell’elettronica (11,2%). Osservando le specializzazioni delle varie nazioni, emerge che il 91,7% delle merci provenienti da Malta sono costituite da apparecchiature elettriche ed elettroniche, l’87,9% di quelle dell’Estonia sono prodotti in legno, l’84,9% di quelle provenienti da Cipro sono apparecchiature meccaniche (così come il 53,4% di quelle provenienti dalla Slovacchia), ed il 71,2% di quelle provenienti dalla Lituania sono prodotti del tessile e abbigliamento.

Il *saldo commerciale* della provincia di Reggio Emilia ha mostrato nel 2003 una leggera flessione (+2.784 milioni di euro, contro i +3.084 milioni del 2002), pur rimanendo di segno positivo nei confronti di tutte le aree geografiche. Il contributo maggiore viene dai paesi UE (+1.308 milioni), seguiti dai paesi del continente americano (+552 milioni) e dai paesi del resto d’Europa (+374 milioni). Tra le nazioni di nuova adesione, solo con la Slovenia (-14 milioni) e, in misura minore, con la Slovacchia (-0,5 milioni) esiste un saldo negativo, mentre il saldo è nettamente positivo con Polonia (+82 milioni), Repubblica Ceca (+39 milioni) ed Ungheria (+15 milioni).

Oltre la metà dell’attivo della bilancia commerciale è costituito dal settore della meccanica (+1.752 milioni nel 2003), che precede di gran lunga i settori dei minerali non metalliferi (+635 milioni) e del tessile e abbigliamento (+355 milioni); contributi inferiori provengono dal settore dell’elettronica (+79 milioni), dei mezzi di trasporto (+42 milioni) e dei metalli (+34 milioni). Saldi negativi si registrano invece nei settori del legno (-49 milioni), della carta (-44 milioni) e della chimica (-16 milioni).

Gli scambi con i nuovi paesi della UE presentano all’incirca le stesse caratteristiche appena descritte, ad eccezione del settore tessile e abbigliamento, che per i 10 paesi registra nel complesso un saldo negativo di poco oltre i 2 milioni di euro (dovuto principalmente al saldo negativo di quasi 10 milioni registrato con l’Ungheria) e del settore della chimica, nel quale invece il saldo è positivo per circa 11 milioni di euro. Come nel caso di Modena, poi, alcune specializzazioni dei singoli paesi si riflettono in una bilancia commerciale di settore negativa; ciò si verifica per Polonia (-

2,7 milioni) e Ungheria (-13,4 milioni) nei prodotti alimentari, per Estonia (-1,1 milioni) e Ungheria (-7,4 milioni) nei prodotti in legno, e per Slovacchia (rispettivamente -5,4 milioni e -8,3 milioni) e Slovenia (-3,5 milioni e -11,4 milioni) sia nel settore dei metalli che in quello della meccanica.

### 3.3 Un quadro d'insieme

Confrontando il valore delle *esportazioni* delle province di Modena e Reggio Emilia con i dati nazionali, emerge il ruolo crescente svolto da entrambe nel corso degli ultimi 10 anni: infatti, la quota delle esportazioni della provincia di Modena sul totale delle esportazioni nazionali è passata dall'1,6% del 1993 al 3% del 2003, mentre per Reggio Emilia tale quota è cresciuta dallo 0,9% all'1,9%. Il peso delle diverse aree geografiche si presenta all'incirca simile nelle due province rispetto al dato nazionale, con forse una minor importanza dell'Asia, che nel 2003 copriva il 6,9% delle esportazioni di Modena e l'8,1% delle esportazioni di Reggio Emilia, contro l'11,4% del totale delle esportazioni italiane.

Nel 2003 l'Italia ha indirizzato circa il 6% delle proprie esportazioni (oltre 15 miliardi di euro su un totale di 258 miliardi) verso i 10 paesi di nuova adesione; in questa area, Reggio Emilia mostra una percentuale superiore alla media (6,6%, pari a 329 milioni su 4.984 milioni), mentre Modena mostra una percentuale inferiore (4,7%, pari a 360 milioni su 7.717 milioni). L'importanza relativa delle 10 nazioni è invece la medesima sia a livello nazionale che a livello provinciale: al primo posto troviamo la Polonia (per una cifra nel 2003 pari a oltre 4,5 miliardi di euro), poi l'Ungheria (2.866 milioni), la Repubblica Ceca (2.512 milioni), la Slovenia (2.315 milioni) e la Slovacchia (1.049 milioni).

Anche per quanto riguarda il valore delle *importazioni* si nota una crescita nell'ultimo decennio della quota di Modena e Reggio Emilia sul totale dell'Italia; infatti, per la prima la percentuale è passata dallo 0,6% all'1,3%, mentre per la seconda è salita dallo 0,4% allo 0,99%. Il confronto evidenzia poi il maggior peso dei paesi UE per le

importazioni della provincia di Modena (73,4%, contro il 57,5% di Reggio Emilia e il 56,9% del dato nazionale) e dei paesi del Resto d’Europa per le importazioni della provincia di Reggio Emilia (20,3%, contro il 13,1% di Modena e il 15,9% del dato nazionale). Inoltre, Modena sembra essere meno orientata al mercato asiatico (che copre solamente il 7,4% delle importazioni), rispetto a Reggio Emilia (13,2%) e all’Italia in generale (13%).

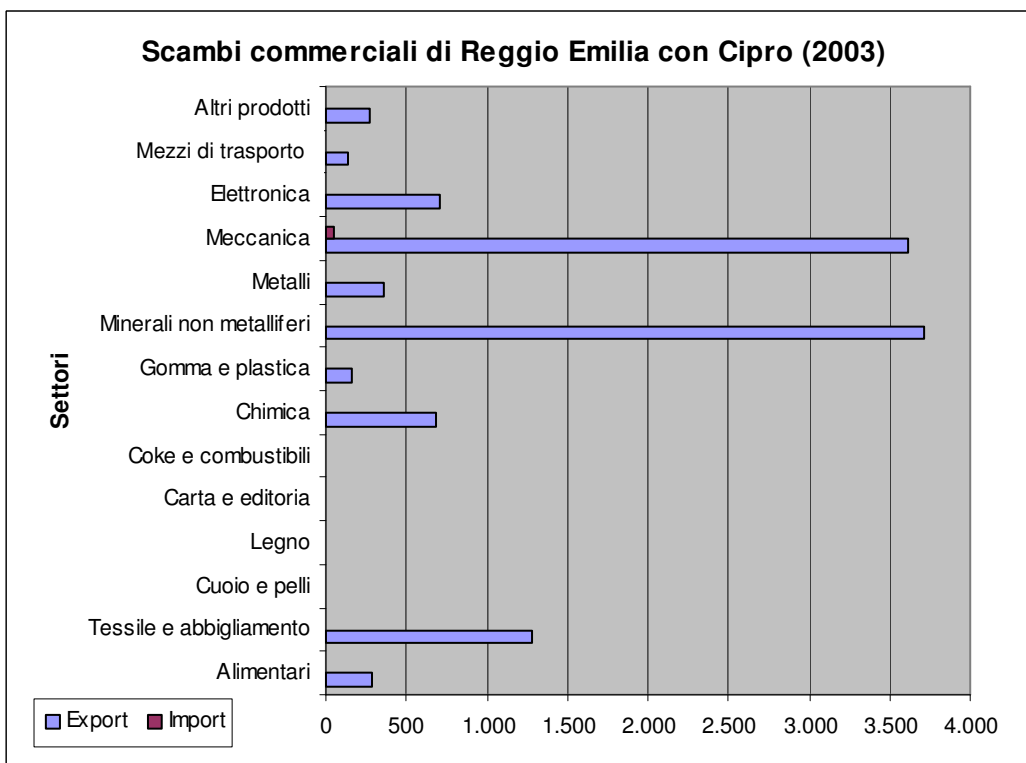
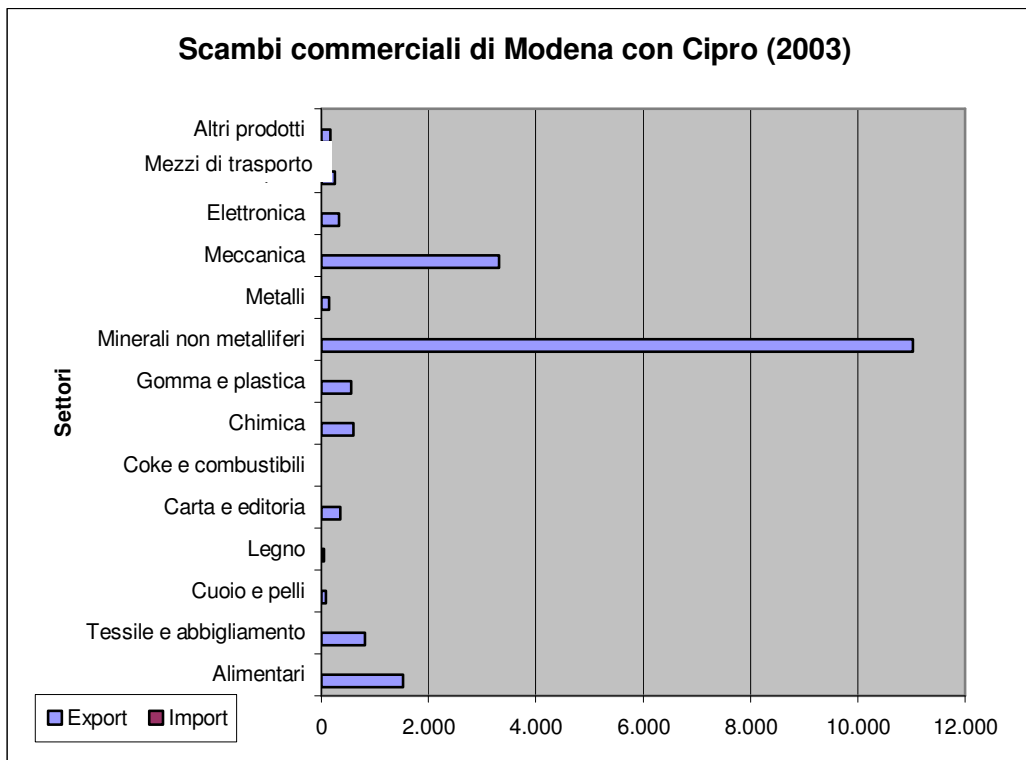
I 10 paesi di nuova adesione contribuiscono per ben il 7,9% alle importazioni della provincia di Reggio Emilia (174 milioni di euro su quasi 2,2 miliardi totali), mentre il dato della provincia di Modena (3,5%, pari a 120 milioni su 3.444 milioni) è inferiore e più in linea con la media nazionale (3,6%, cioè poco più di 9 miliardi su oltre 257 miliardi). Se si guarda il peso relativo di queste nazioni, emerge che a livello nazionale è prima la Polonia, seguita dall’Ungheria, mentre per Modena i primi posti sono occupati da Repubblica Ceca e Slovenia, e per Reggio Emilia da Ungheria e Slovenia.

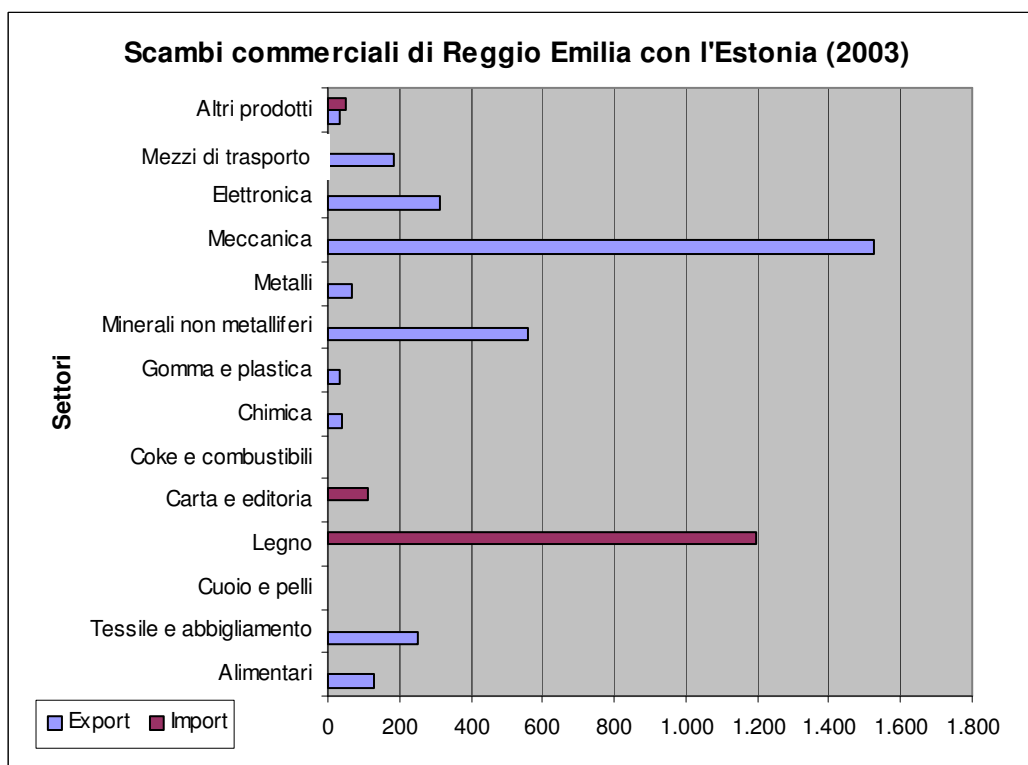
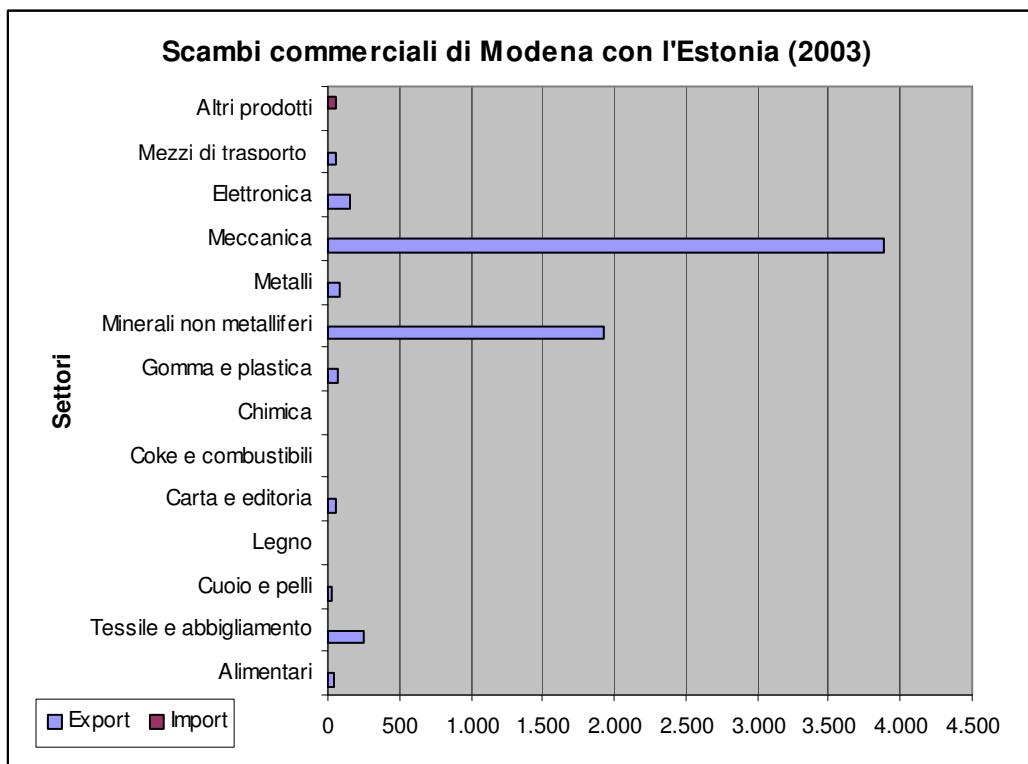
Osservando infine il *valore della bilancia commerciale*, balza immediatamente all’occhio il fatto che nel 2003 sia la provincia di Modena (+4.273 milioni) che quella di Reggio Emilia (+2.784 milioni) hanno realizzato un saldo attivo superiore rispettivamente al triplo e al doppio del saldo nazionale (pari a +1.096 milioni). È interessante notare come nel 1993 Modena contribuisse solamente per il 15,4%, e Reggio Emilia per il 7,8%, al saldo attivo complessivo della bilancia commerciale dell’Italia. Inoltre, a differenza di quanto avvenuto su scala nazionale, Modena e Reggio Emilia hanno registrato un segno positivo sia negli scambi con i paesi UE (pari rispettivamente a +1.421 milioni e +1.308 milioni) sia negli scambi con i paesi asiatici (rispettivamente +274 milioni e +112 milioni).

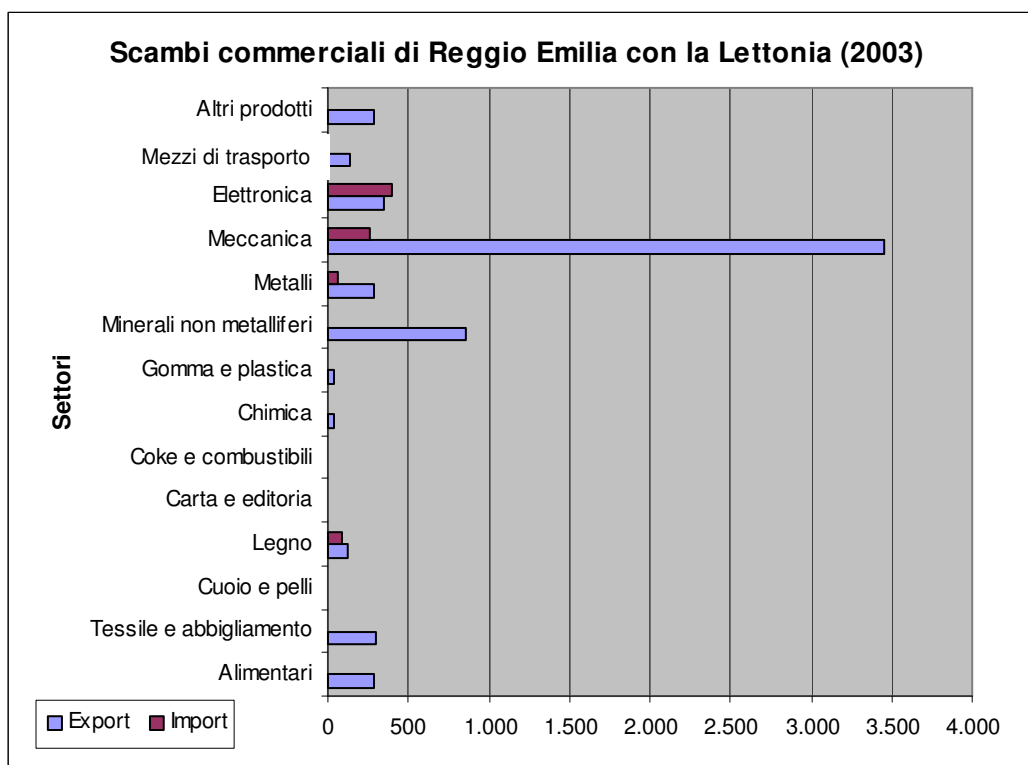
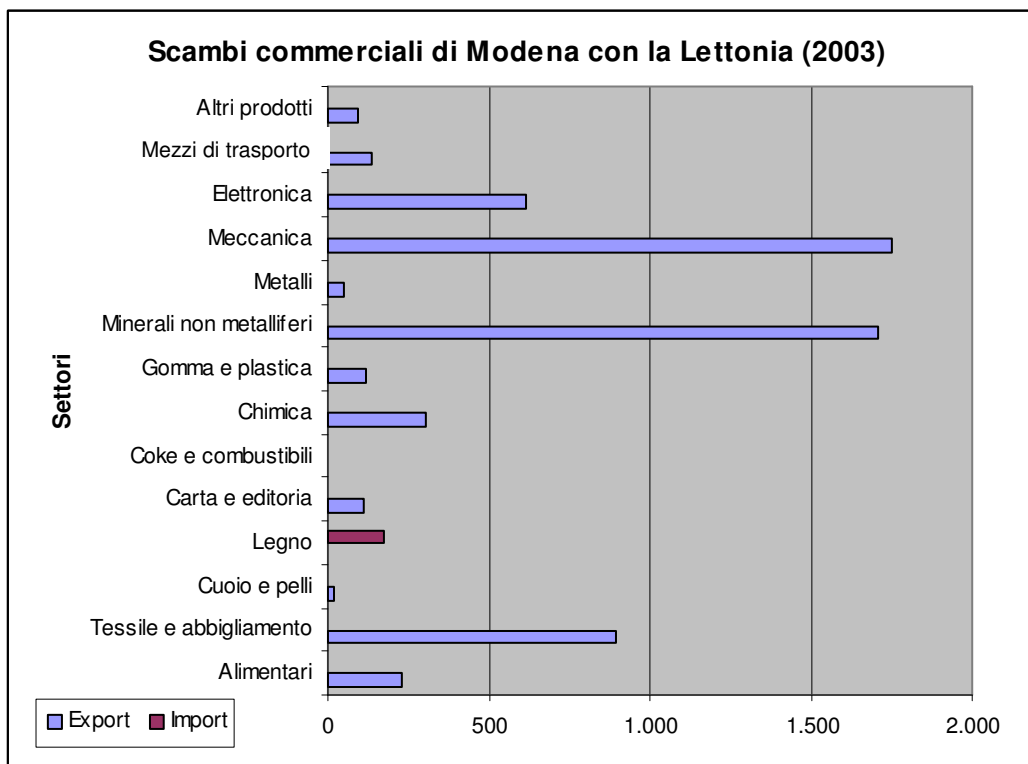
Per quanto riguarda i 10 paesi nuovi entranti la situazione è differente, dal momento che verso questi ultimi esiste già un consistente saldo attivo a livello nazionale, pari a 6.299 milioni, cui la provincia di Modena contribuisce per 239 milioni e la provincia di Reggio Emilia per 155 milioni. I dati riferiti ai singoli paesi mostrano al primo posto in tutti e tre i casi Cipro (verso il quale si registra addirittura un saldo attivo di 1.869 milioni, superiore al saldo complessivo nazionale), seguita dall’Estonia

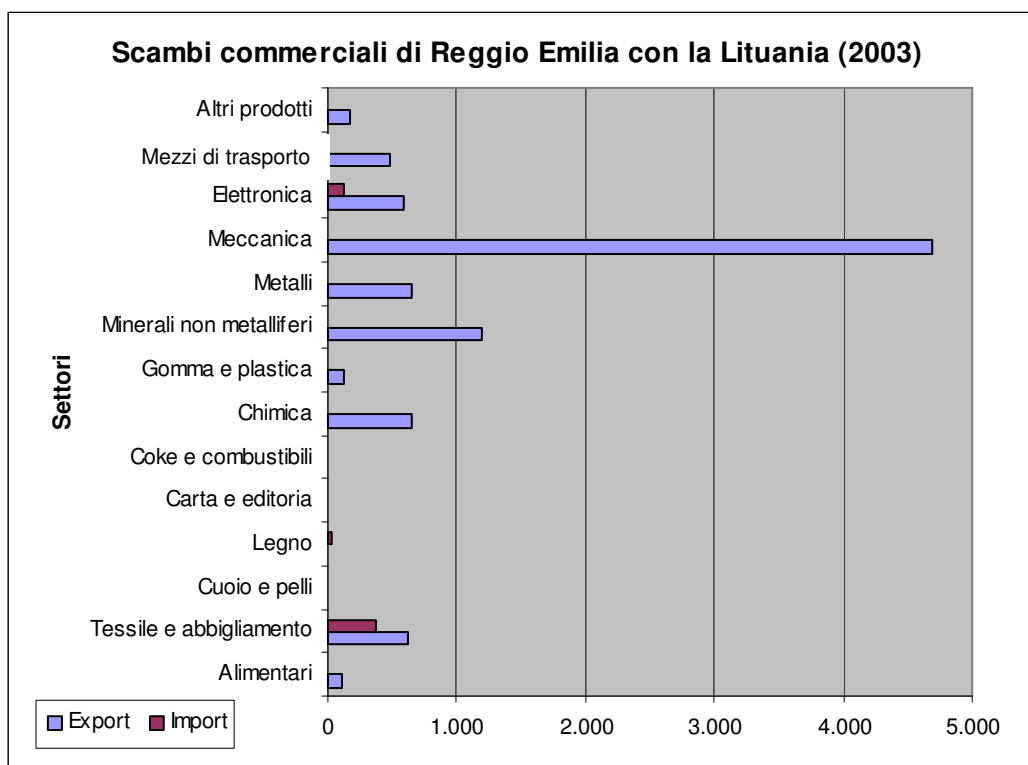
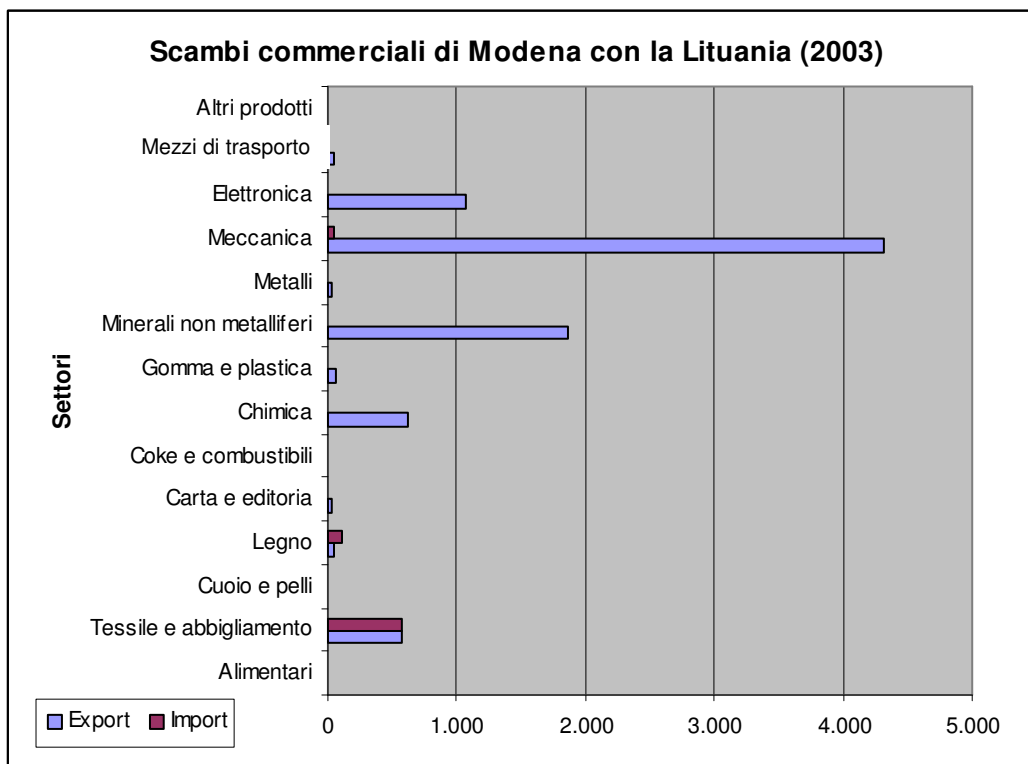
(anch’essa con un saldo positivo superiore al miliardo di euro) e dalla Lettonia (che a livello nazionale fa segnare un valore di +880 milioni). La Lituania, cioè l’unico di questi paesi verso cui l’Italia registra un saldo negativo (-8 milioni), presenta invece un saldo positivo sia a Modena (+33 milioni) che a Reggio Emilia (+7 milioni).

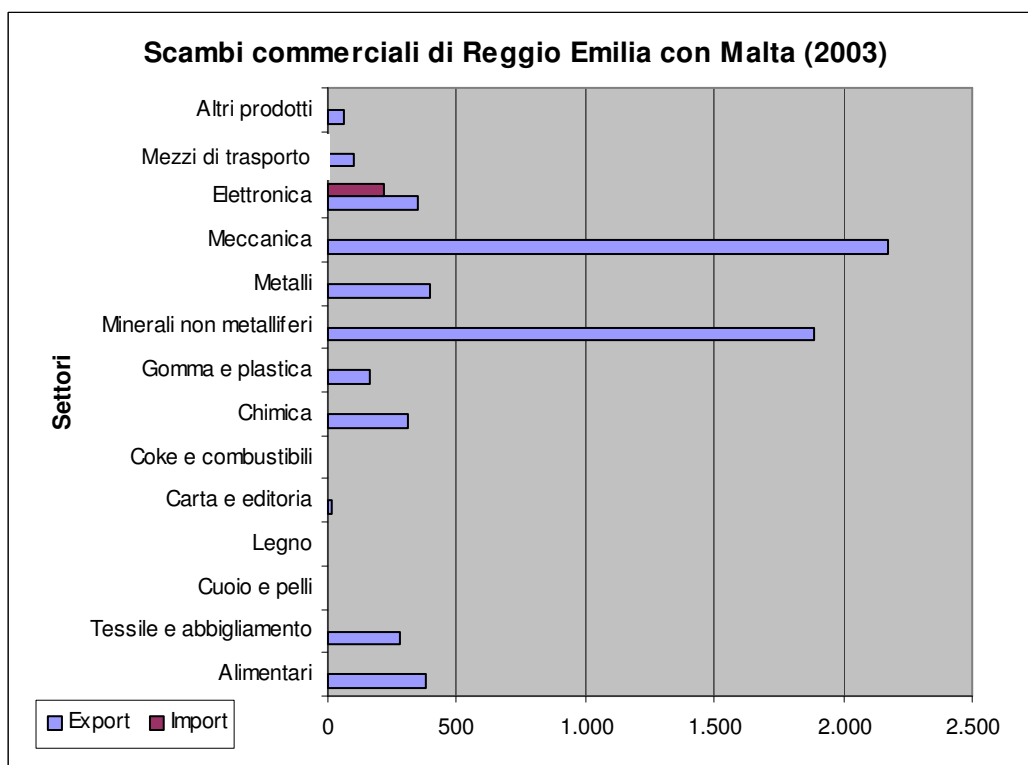
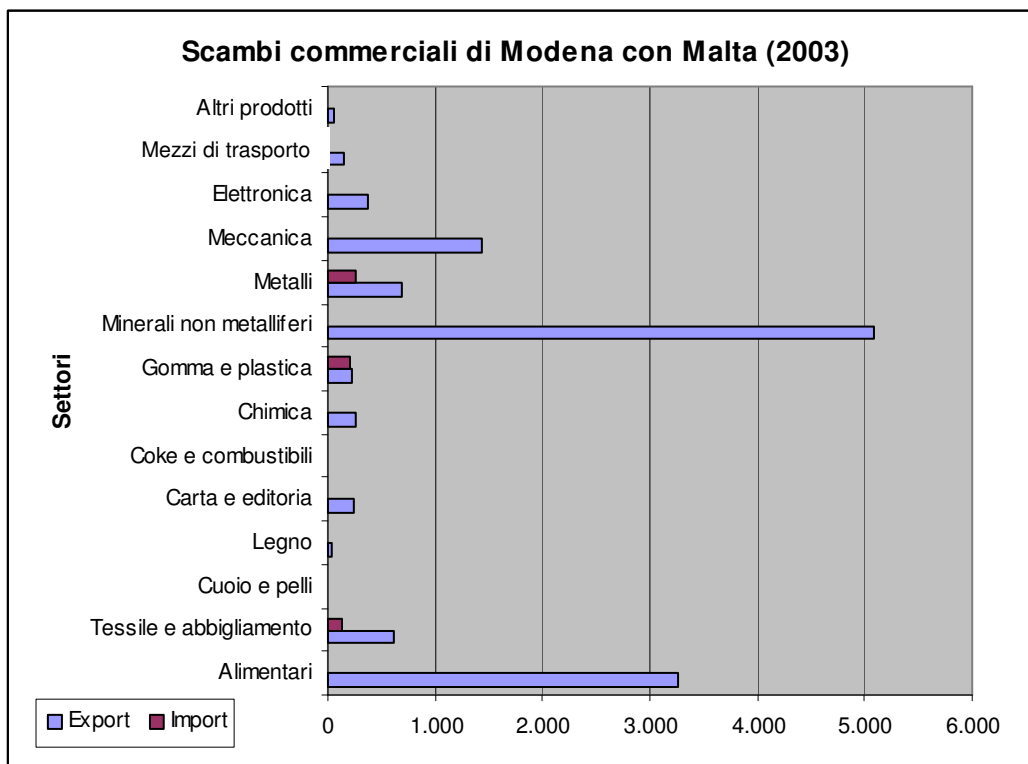
2.1.5 Gli scambi commerciali con i dieci paesi nuovi entranti

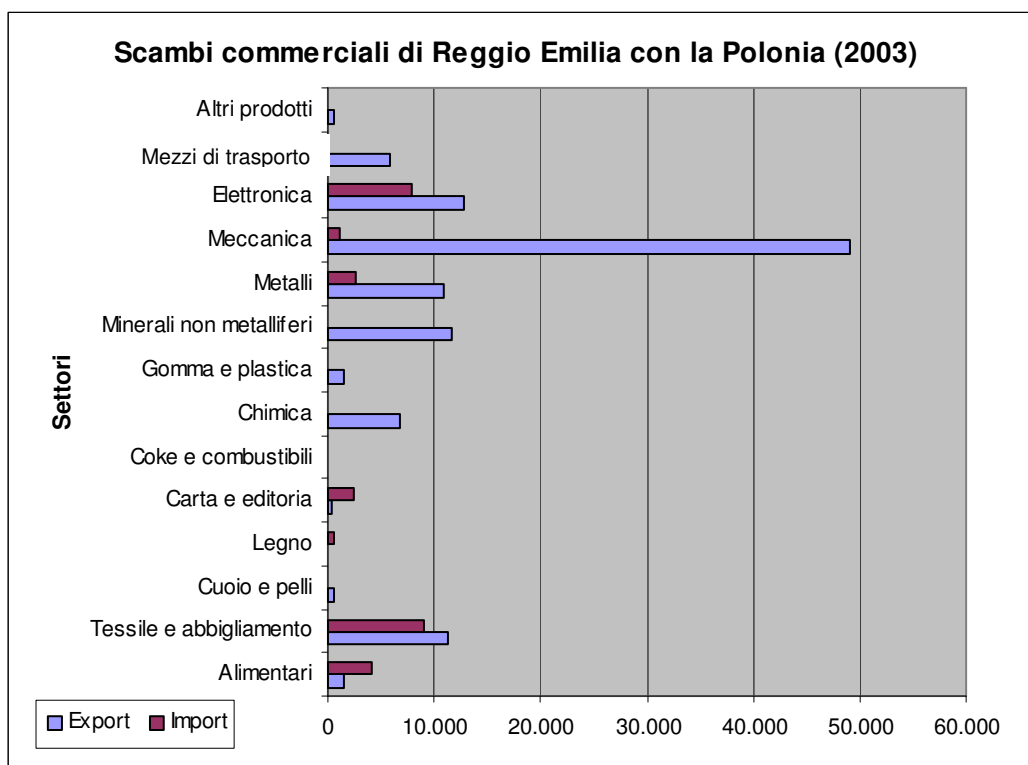
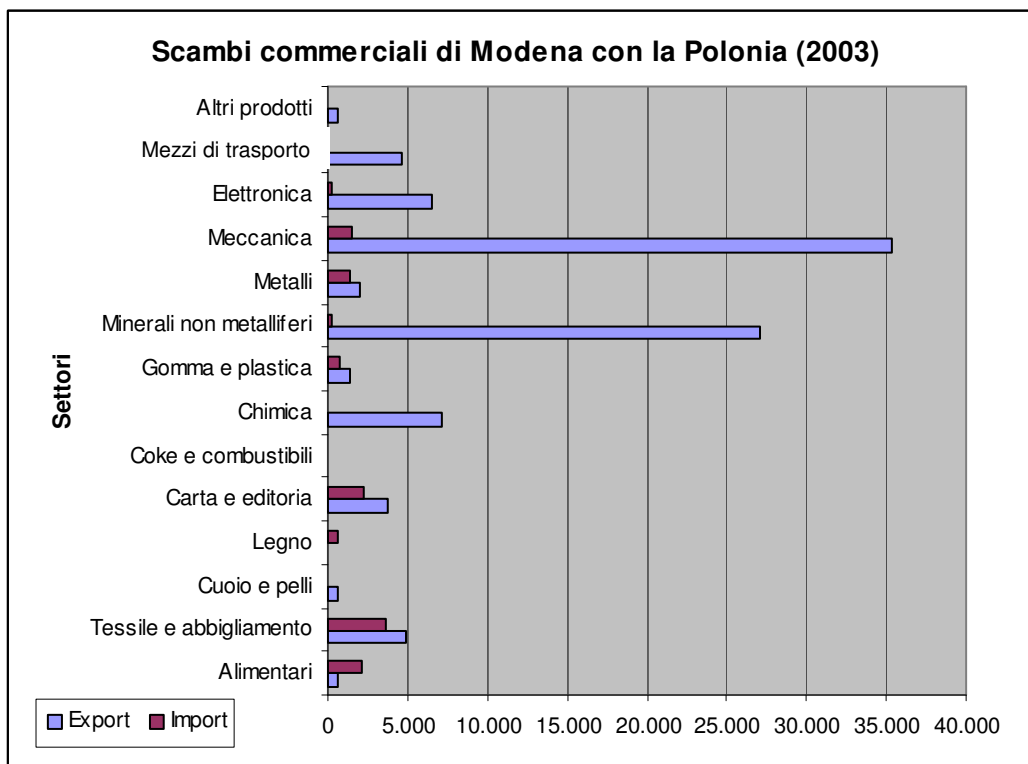


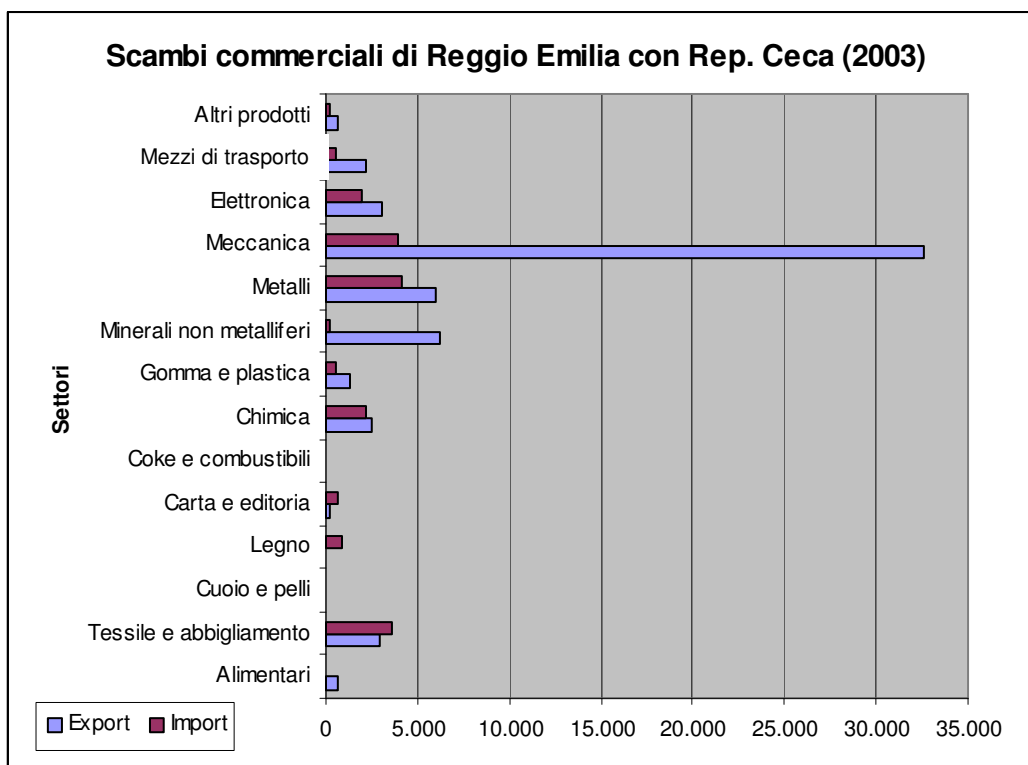
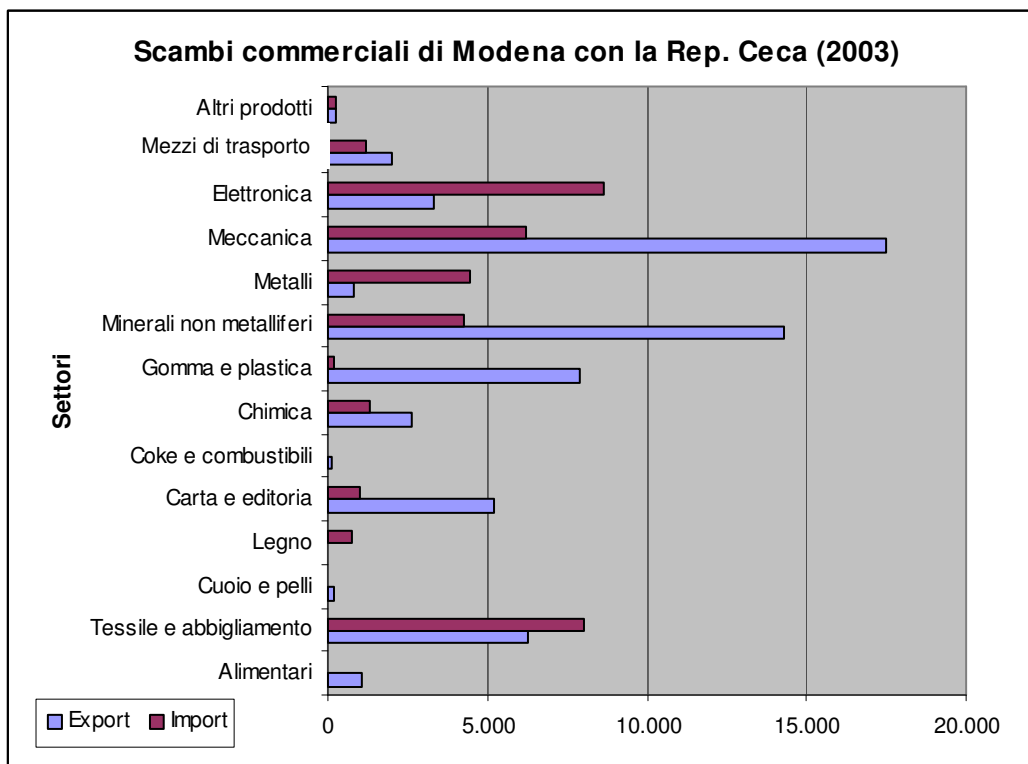


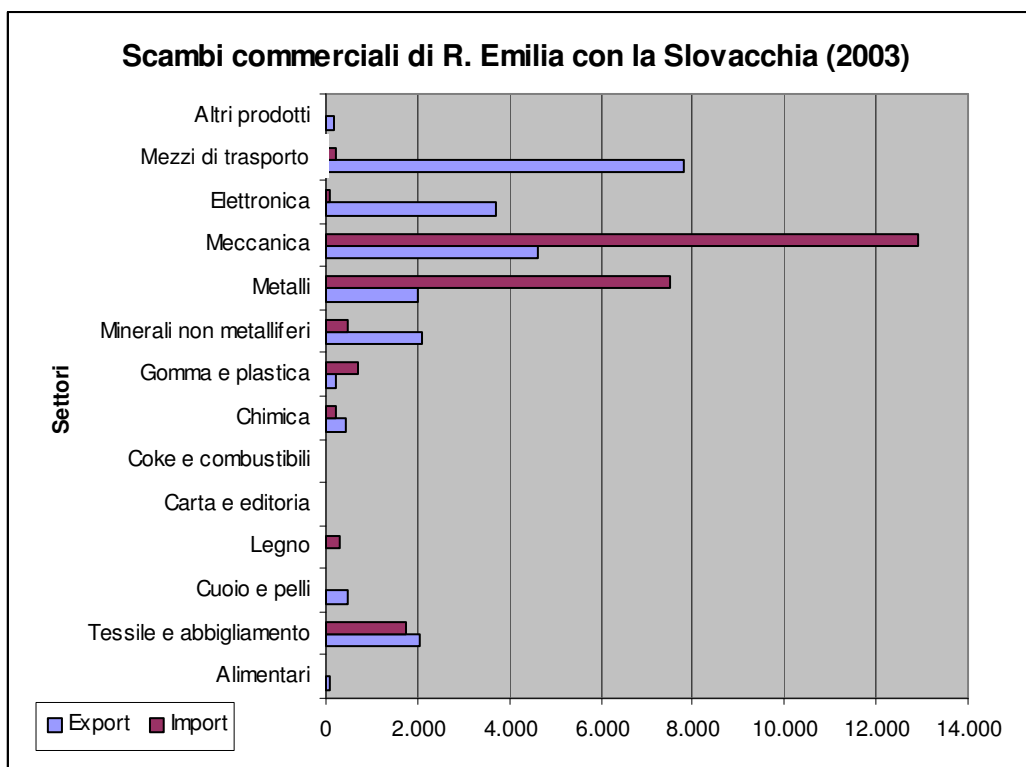
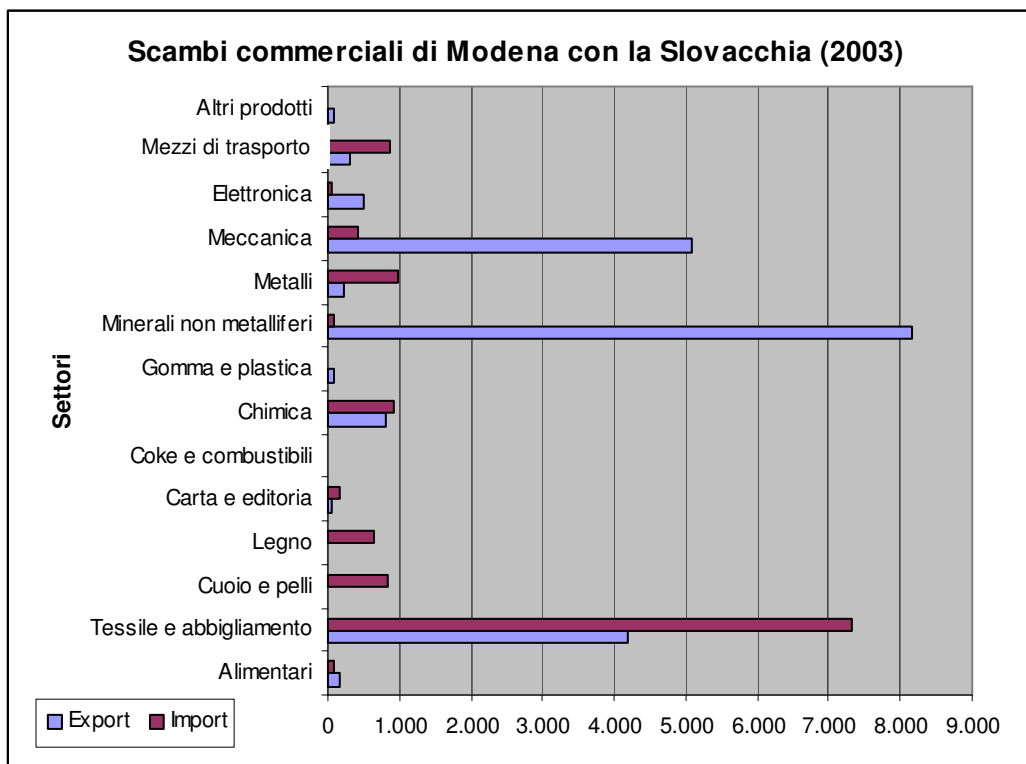


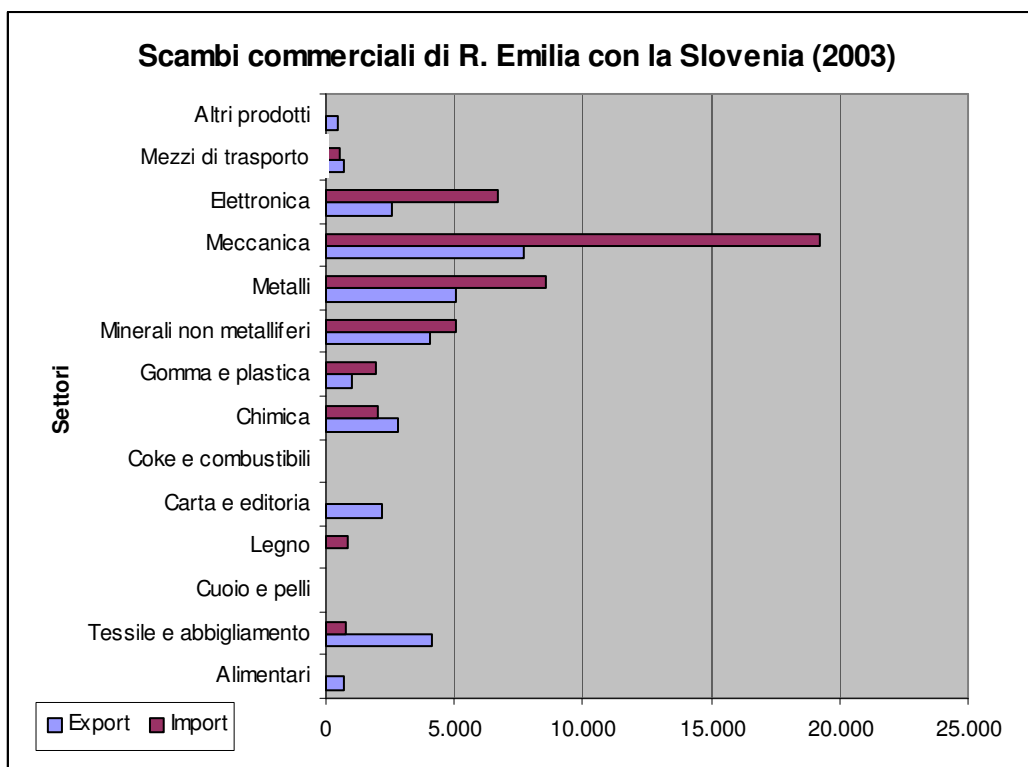
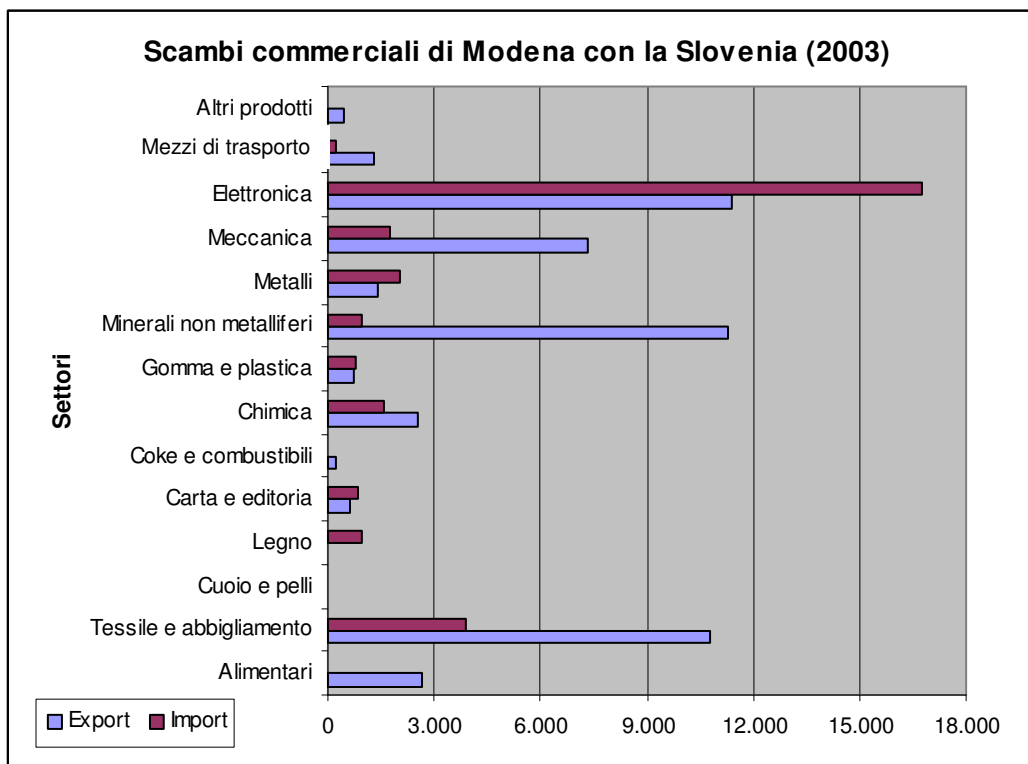


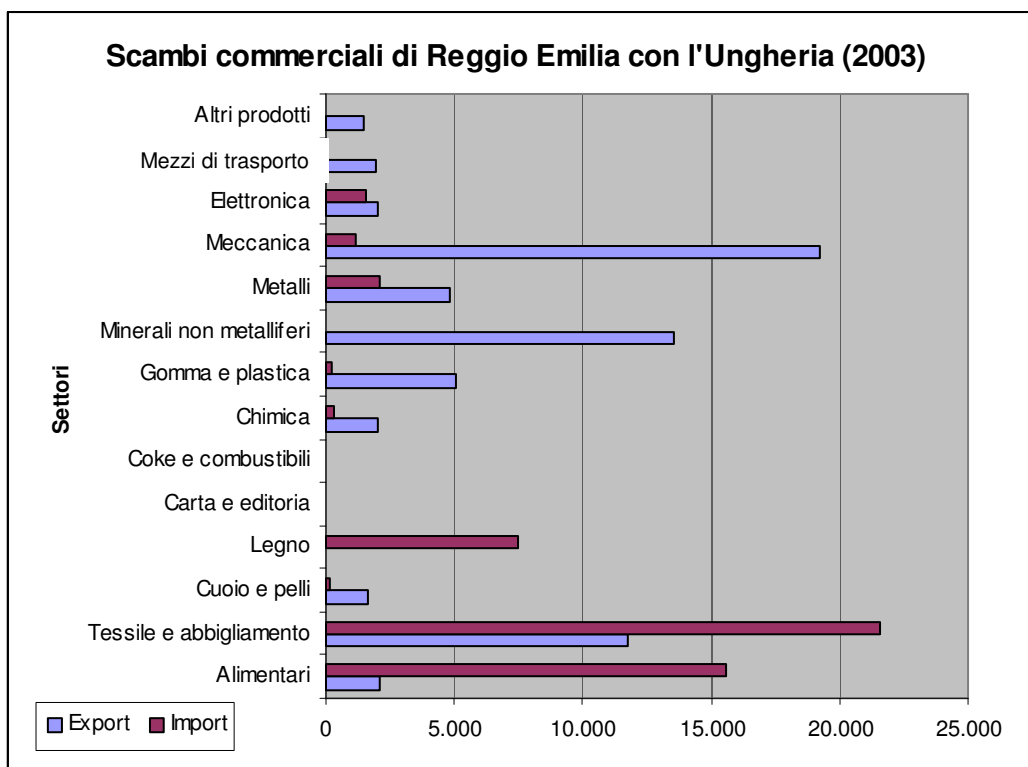
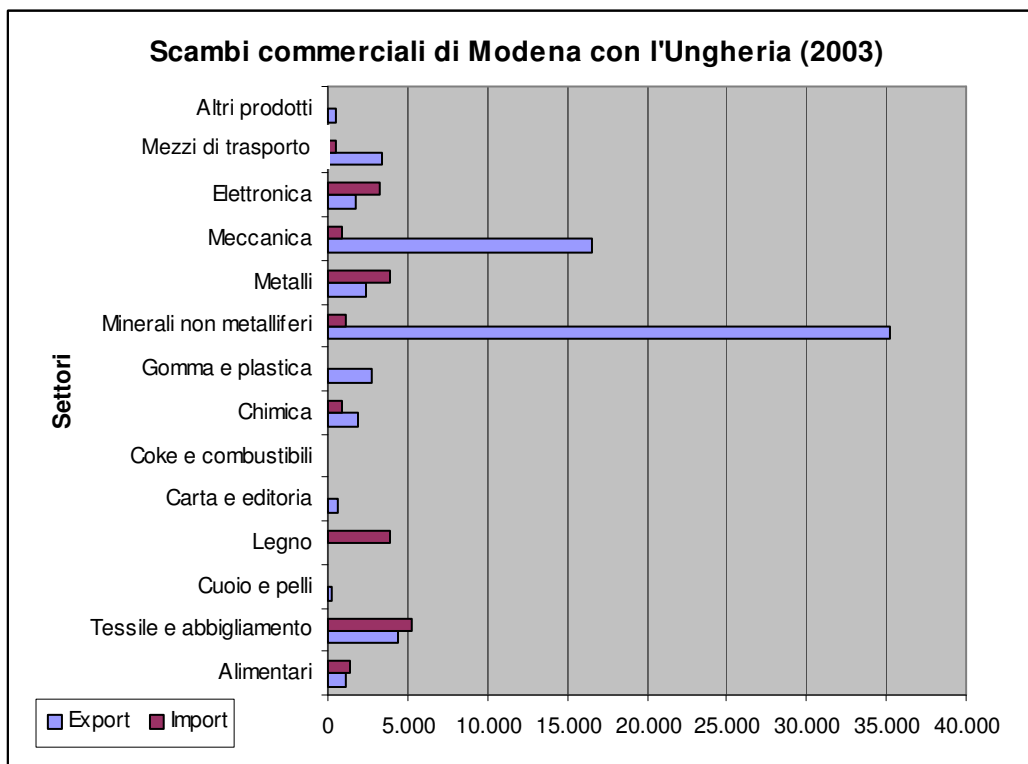












Fonte: nostra elaborazione da dati del sito [www.coeweb.istat.it](http://www.coeweb.istat.it)



## **4. L’indagine sul campo**

### *4.1 Obiettivi e metodo*

L’indagine sul campo aveva come obiettivo l’analisi di casi relativi a imprese di piccole e medie dimensioni (Pmi), operanti nei principali settori manifatturieri delle province di Modena e Reggio Emilia, al fine di descriverne i processi di internazionalizzazione e di individuare, nell’ambito di questi processi, le opportunità occupazionali per i laureati.

L’analisi ha avuto un carattere esclusivamente qualitativo e si è basata su interviste dirette a imprenditori e responsabili del personale di una quindicina di Pmi localizzate nelle due province. Le aziende intervistate sono state segnalate dalle Associazioni delle Piccole Imprese di Modena e Reggio Emilia (API) e scelte fra quelle più rappresentative dei processi di internazionalizzazione attualmente in atto nei sistemi produttivi locali delle due aree.

I settori di appartenenza delle imprese intervistate sono il metalmeccanico, all’interno del quale sono stati privilegiati i comparti della meccanica agricola e delle macchine e impianti per l’industria; e il settore tessile abbigliamento, considerati dalle associazioni di categoria i settori di maggiore interesse. Le imprese intervistate sono imprese conto proprio, e cioè imprese che progettano, realizzano e commercializzano prodotti propri.

### *4.2 Le strategie di internazionalizzazione delle imprese*

#### *4.2.1 Introduzione*

Le strategie di internazionalizzazione delle imprese differiscono significativamente le une dalle altre in relazione agli obiettivi perseguiti e alle modalità di internazionalizzazione scelte. Con il termine “internazionalizzazione” si

comprendono fenomeni assai differenti e capaci di determinare effetti molto diversi sia sulla struttura e l’organizzazione delle imprese sia sul sistema produttivo locale.

Sulla base degli elementi raccolti nel corso dell’indagine sul campo, si è tentato di definire una classificazione delle possibili strategie di internazionalizzazione.

Una prima distinzione realizzata riguarda l’*obiettivo* della strategia di internazionalizzazione:

- se *orientata al mercato finale*, essa è finalizzata ad entrare su nuovi mercati esteri di sbocco oppure ad incrementare la presenza dell’impresa sui mercati esteri nei quali già opera;
- se *orientata ad acquisire fattori produttivi*, essa è finalizzata a reperire (nel senso di acquistare, commissionare o produrre) materie prime, lavorazioni, componenti, parti di prodotto, in paesi esteri, per motivi di costo oppure per ragioni legate alla specializzazione produttiva di quei paesi;

Una seconda distinzione riguarda la *natura* del processo di internazionalizzazione:

- *commerciale*, quando il processo non determina uno spostamento di produzioni all’estero o la realizzazione di investimenti produttivi all’estero<sup>56</sup>;
- *produttiva*, quando il processo di internazionalizzazione determina uno spostamento di produzioni all’estero e/o la realizzazione di investimenti produttivi all’estero.

Una terza variabile riguarda le *modalità* di internazionalizzazione:

- *transazioni commerciali*, quando l’internazionalizzazione avviene nelle forme più tradizionali, come le esportazioni dirette, le importazioni di materie prime o di prodotti reperiti direttamente sui mercati internazionali, l’affidamento di lavorazioni o parti di prodotto a subfornitori esteri;

---

<sup>56</sup> All’interno di questa categoria si inserisce anche l’attività di *trading* di prodotti destinati alla sola rivendita.

- *accordi e alleanze*, quando l’impresa sottoscrive accordi che prevedono una collaborazione stabile con un’impresa estera, quali, ad esempio, cessione di brevetti, concessione di licenze di produzione, ecc.;
- *investimenti diretti*, quando l’impresa crea proprie sedi commerciali o propri impianti produttivi all’estero, oppure acquisisce partecipazioni in imprese estere.

**Tav. 1 Strategie di internazionalizzazione**

<i>Obiettivi Natura</i>	<i>Orientata al mercato finale</i>	<i>Orientata ad acquisire fattori produttivi</i>
<p><i>Commerciale</i></p> <p>(non prevede lo spostamento di produzioni all'estero nè la realizzazione di investimenti produttivi all'estero)</p> <p>(comprende anche attività di semplice trading)</p>	<p><i>Modalità</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- transazioni commerciali (esportazione diretta);</li> <li>- accordi e alleanze (accordi con partner distributivi esteri);</li> <li>- investimenti diretti (apertura di proprie filiali commerciali estere o partecipazione in commerciali estere pre-esistenti).</li> </ul>	<p><i>Modalità</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- transazioni commerciali (importazione di materie prime, parti, componenti acquistati direttamente sul mercato da fornitori esteri).</li> </ul>
	<p><i>Effetti sul sistema produttivo locale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- possibile crescita della base produttiva.</li> </ul>	<p><i>Effetti sul sistema produttivo locale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- effetto di sostituzione per quanto riguarda materie prime, parti, componenti prima acquistati da fornitori italiani.</li> </ul>
<p><i>Produttiva</i></p> <p>(prevede lo spostamento di produzioni all'estero e/o la realizzazione di investimenti produttivi all'estero)</p>	<p><i>Modalità</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- accordi e alleanze (accordi con partner produttivi esteri, quali cessione di brevetti, concessione di licenze di produzione;</li> <li>- investimenti diretti (apertura di propri stabilimenti esteri o partecipazione in imprese di produzione estere pre-esistenti).</li> </ul> <p><i>L'aspetto comune riguarda la vendita dei prodotti realizzati direttamente nei paesi esteri di localizzazione del partner produttivo o del proprio stabilimento.</i></p>	<p><i>Modalità</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- transazioni commerciali (affidamento di lavorazioni, parti di prodotto o prodotti finiti a subfornitori esteri su progettazione dell'impresa committente);</li> <li>- accordi e alleanze (accordi con partner produttivi esteri, quali cessione di brevetti, concessione di licenze di produzione, relative a componenti o prodotti);</li> <li>- investimenti diretti (apertura di propri stabilimenti esteri o partecipazione in imprese di produzione estere pre-esistenti).</li> </ul> <p><i>L'aspetto comune riguarda il rientro in Italia di queste produzioni per essere incorporate nei prodotti finali o nella gamma produttiva dell'impresa.</i></p>
	<p><i>Effetti sul sistema produttivo locale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- effetto di sostituzione se le produzioni destinate a quei paesi esteri erano prima realizzate in Italia.</li> </ul>	<p><i>Effetti sul sistema produttivo locale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- effetto di sostituzione per le produzioni prima affidate a subfornitori italiani o realizzate negli stabilimenti italiani dell'impresa.</li> </ul>

Fonte: R&I - Indagine diretta.

#### 4.2.2 *Le Pmi del settore metalmeccanico*

##### *Le caratteristiche delle aziende*

Le imprese analizzate appartengono a due importanti comparti dell’industria metalmeccanica locale: la *meccanica agricola* e le *macchine e impianti per l’industria*.

Le imprese della *meccanica agricola* realizzano un’ampia gamma di prodotti che rientrano nella categoria delle macchine agricole di piccole dimensioni (motofalciatrici, motozappe, falciatrici, motoagricole, ecc.) e comprendono imprese specializzate nella produzione di componenti. I prodotti realizzati sono relativamente standardizzati e di serie. Le aziende intervistate hanno un forte orientamento all’export, dal 50% all’80% del fatturato, una dimensione che varia dai 60 ai 250 occupati e un fatturato che oscilla fra i 15 ed i 43 mln di euro.

Le imprese del comparto *macchine e impianti per l’industria* realizzano vari tipi di prodotto che comprendono le macchine per l’industria alimentare, le macchine per l’industria del legno, le macchine per il packaging destinate all’industria farmaceutica e cosmetica, macchine per l’industria ceramica, ecc. I prodotti sono caratterizzati da un elevato contenuto di personalizzazione e, spesso, studiati sulle esigenze del singolo cliente, anche se una parte della produzione è rappresentata da prodotti standardizzati. Le dimensioni delle imprese variano dagli 80 ai 200 addetti, il fatturato dai 13 ai 100 milioni di euro, e la propensione all’export è ancora più elevata, vicina in media all’80-85% del fatturato.

Un aspetto che caratterizza il campione di imprese analizzate riguarda la frequente appartenenza a gruppi, sia di carattere formale, con la presenza di un bilancio consolidato di gruppo, e più spesso di carattere informale, basata su scambi di partecipazioni societarie o su semplici accordi di collaborazione. La caratteristica di questi gruppi è il mantenimento di un’elevata autonomia decisionale da parte di ogni impresa e la condivisione di alcuni progetti comuni, relativi alla sfera finanziaria, ma più spesso a quella commerciale, tesi a superare i limiti dimensionali della singola azienda. Le imprese che costituiscono questi gruppi, sia formali che informali,

producono prodotti fra loro complementari e come gruppo riescono ad offrire una gamma di prodotti completa. Oltre ad imprese di produzione, in questi gruppi sono presenti spesso anche aziende commerciali e di assistenza tecnica. Questo le rende molto più forti sui mercati internazionali e consente loro di affrontare investimenti, come quelli nelle reti commerciali, che non sarebbero possibili per una singola piccola impresa.

### *I processi di internazionalizzazione commerciale*

Un orientamento che accomuna le imprese metalmeccaniche analizzate, indipendentemente dal comparto di appartenenza, riguarda il forte impegno intrapreso negli ultimi anni verso il rafforzamento della propria presenza commerciale sui mercati esteri. Sebbene le imprese intervistate siano fortemente esportatrici e da lungo tempo orientate ai mercati internazionali, esse stanno investendo notevoli risorse nel potenziamento della propria rete distributiva e di assistenza tecnica al cliente.

La strategia che stanno perseguendo ha come obiettivo principale “essere più vicini al cliente finale”, al fine di recepire tempestivamente le esigenze del mercato e di curare maggiormente i rapporti con i clienti sia nella fase di pre-vendita che in quella di assistenza post-vendita.

Questa strategia di internazionalizzazione, decisamente prevalente all’interno del campione di imprese analizzate, è *orientata al mercato finale* ed ha una *natura di tipo prevalentemente commerciale*.

Le imprese intervistate, pur avendo un ottimo posizionamento di mercato, derivante da una un’immagine consolidata sui mercati internazionali e dalla realizzazione di prodotti di elevata qualità, affidabilità e prestazioni, avvertono l’acuirsi della concorrenza internazionale, non solo per l’emergere di nuovi competitori a basso costo (come nel caso delle imprese del comparto della meccanica agricola), ma anche per un aumento della competizione fra i principali concorrenti dei paesi industrializzati (come nel caso delle imprese del comparto macchine e impianti per l’industria).

La competizione, sostengono le aziende, si gioca sempre più sui “servizi aggiuntivi al cliente” e sulla capacità di “anticipare i concorrenti nel rispondere alle nuove esigenze del mercato e alle specifiche esigenze di ogni mercato estero e tipo di cliente”.

In relazione a questi obiettivi, le imprese intervistate hanno tutte potenziato l’area commerciale e continuano a potenziarla attraverso modalità differenti che dipendono dalle dimensioni dei mercati esteri di sbocco, dall’organizzazione di vendita storicamente utilizzata dall’impresa e dalle caratteristiche del prodotto.

Il risultato di questa trasformazione è molto rilevante, perchè consiste nel tentativo di ridurre il più possibile il ricorso ad intermediari commerciali, diminuendo il numero di passaggi che il prodotto deve fare per arrivare all’utilizzatore finale. Questo processo di razionalizzazione è sicuramente motivato da ragioni di costo, ma le ragioni più importanti riguardano la necessità di dialogare più direttamente con i clienti finali per capirne i bisogni e le esigenze, e per garantire un’adeguato servizio di assistenza tecnica post-vendita, attraverso il quale è possibile fidelizzare il rapporto con il cliente finale.

All’interno del campione analizzato, vi sono imprese che, fino a pochi anni fa, vendevano solo ad importatori, uno per ogni paese estero, e quindi utilizzavano un canale molto lungo per arrivare all’utilizzatore finale. Queste imprese stanno oggi cercando di superare la figura dell’importatore, creandosi una rete di agenti, residenti nei paesi esteri, in grado di visitare i diversi rivenditori/distributori esteri che hanno un contatto diretto con gli utilizzatori finali.

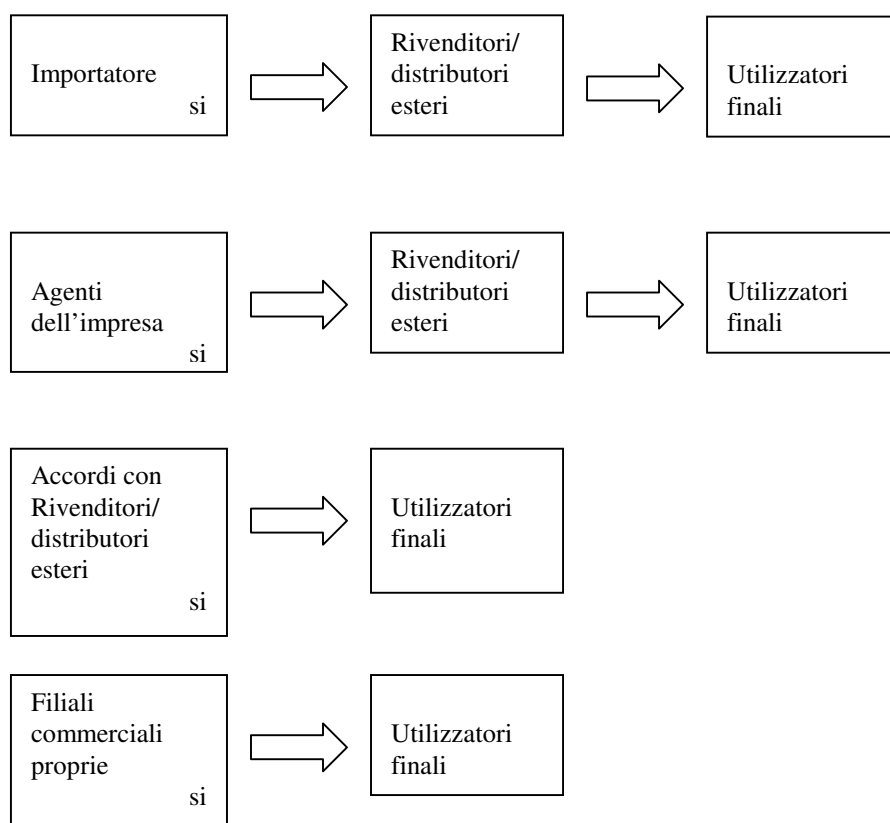
Altre imprese, invece, che già vendevano direttamente ai rivenditori/distributori esteri, nei mercati più interessanti stanno aprendo proprie filiali commerciali, alle quali è associato un servizio di assistenza tecnica post-vendita, mentre nei paesi esteri in cui le dimensioni del mercato non giustificano un investimento di questo tipo, stanno stipulando accordi di collaborazione con i rivenditori/distributori esteri per potenziare l’attività di pre-vendita e di assistenza post-vendita.

E’ interessante rilevare come questi progetti di potenziamento e miglioramento della rete commerciale siano spesso realizzati in collaborazione fra Pmi che operano nelle stesso settore e che realizzano prodotti fra loro complementari. Le imprese, sia

quelle appartenenti a gruppi formali che a gruppi informali, “mettendosi insieme” riescono a raggiungere una soglia dimensionale tale da rendere possibile l’investimento in più adeguate reti distributive.

Questo si traduce nella possibilità di avere una rete di agenti che si incarica delle vendite dei prodotti delle imprese del gruppo o di riuscire ad aprire una filiale commerciale estera utilizzata da tutte le imprese del gruppo o che aderiscono all’accordo.

**Tav. 2 Le modalità di internazionalizzazione commerciale: le reti di vendita**



Fonte: R&I – Indagire diretta

### *I processi di internazionalizzazione produttiva*

L’analisi dei processi di internazionalizzazione produttiva perseguiti dalle imprese metalmeccaniche intervistate mostra la presenza di un divario molto profondo fra le imprese che realizzano prodotti standardizzati e di serie, come quelle del comparto macchine agricole, e le aziende che realizzano prodotti complessi e personalizzati, come quelle del comparto macchine e impianti per l’industria.

Nel caso delle *macchine e impianti per l’industria*, le imprese intervistate non prevedono di ricorrere al decentramento di produzioni all’estero. La competizione, come dichiarano, è basata prevalentemente sulla qualità del prodotto e il prodotto che realizzano è di fascia alta. La loro strategia è di ampliare i mercati di sbocco cercando clienti interessati all’alta qualità, affidabilità e prestazione della macchina. L’altra variabile competitiva è la personalizzazione del prodotto, e quindi la capacità di realizzare il prodotto sulle esigenze del cliente. In queste imprese, le serie di produzione sono corte, a volte si realizza una sola macchina con quelle caratteristiche, per cui non esistono le quantità sufficienti per poter delocalizzare all’estero. Un’altra ragione, sostenuta dalle imprese intervistate, per non intraprendere una strategia di delocalizzazione produttiva, riguarda l’esigenza di avere un controllo molto rigido dell’intero processo produttivo e del know how sedimentato nel tempo all’interno dell’impresa e nella rete di subfornitura locale. L’elevata precisione ed affidabilità che ogni singolo componente della macchina deve avere rende molto rischioso cambiare l’organizzazione attuale e può esporre l’impresa a fughe di know-how estremamente pericolose.

Le imprese intervistate appartenenti a questo comparto stanno quindi attualmente perseguendo soltanto strategie di internazionalizzazione di tipo commerciale.

Nel caso del comparto *macchine agricole*, invece, dove il prodotto è più standardizzato e la competizione è giocata maggiormente sul prezzo, alcune imprese intervistate, anche se di piccole e medie dimensioni, hanno iniziato, già da alcuni anni, a delocalizzare produzioni all’estero. Alcune in misura significativa, pari a quasi la metà

della produzione complessivamente decentrata all’esterno, altre in misura ancora marginale.

Gli obiettivi principali della strategia di internazionalizzazione produttiva delle imprese intervistate sono legati al *reperimento di fattori produttivi a basso costo*, in particolare lavorazioni o componenti riguardanti parti di prodotto da reimportare in Italia per essere assemblate e incorporare nel prodotto finale. Questa scelta è stata realizzata attraverso una semplice *transazione commerciale*, affidando a subfornitori esteri, prevalentemente dell’Est Europeo (Croazia, Slovacchia, Romania, ecc), ma anche di Cina e Taiwan, la realizzazione di componenti o parti di prodotto progettati dall’impresa committente.

Dopo queste prime esperienze, le imprese intervistate hanno potuto valutare meglio le opportunità presenti in questi paesi di delocalizzazione della produzione, e a distanza di qualche tempo, hanno intrapreso una decisione importante, quella di realizzare un investimento diretto in questi stessi paesi. Nei casi analizzati, una parte degli investimenti è in fase di realizzazione e le imprese estere non sono tutte operative. La decisione di aprire una propria unità produttiva all’estero, e di non seguire la strada di una partnership o di una joint venture con imprenditori locali, deriva dall’obiettivo di avere un controllo diretto del proprio know how, evitando esperienze negative vissute da altri imprenditori che si sono visti estromessi dall’impresa estera e derubati del know how produttivo e a volte anche del marchio.

Gli investimenti diretti all’estero hanno spesso un duplice obiettivo. Possono essere in prima istanza *orientati ad acquisire fattori produttivi* oppure *al mercato finale*, ma nelle dichiarazioni delle imprese intervistate, queste due finalità spesso coesistono. I casi analizzati riguardano investimenti produttivi realizzati in paesi a basso costo del lavoro. In alcuni di essi, pur prevalendo l’obiettivo di acquisire fattori produttivi a basso costo, l’impresa non esclude che l’attività dello stabilimento possa essere successivamente orientata a servire quei mercati esteri. E in altri casi, dove l’obiettivo prioritario è servire quel mercato finale estero, l’impresa non esclude che possa essere conveniente reimportare in Italia alcuni componenti o prodotti realizzati nello stabilimento estero.

Le modalità seguite dalle imprese intervistate nell’attivare un processo di internazionalizzazione produttiva iniziano, quindi, dalle forme più semplici e leggere, come l’affidamento di produzioni a subfornitori esteri, ed arrivano alle forme più complesse ed impegnative, come la realizzazione di investimenti diretti all’estero.

La motivazione che spinge queste imprese a scegliere quest’ultima modalità di internazionalizzazione è legata all’obiettivo di cogliere a pieno le potenzialità offerte da questi paesi esteri, sia per quanto riguarda la disponibilità di manodopera, anche qualificata, a basso costo, sia per le prospettive di crescita di questi paesi e quindi l’importanza che essi potranno assumere come mercati di sbocco.

Fra le imprese intervistate non sono state individuate forme intermedie di internazionalizzazione, come la cessione di brevetti o la concessione di licenze di produzione.

**Tav.3 Le modalità di internazionalizzazione produttiva**

Ricorso a subfornitori esteri indipendenti
si

Accordi con produttori esteri per cessione brevetti e licenze di produzione
no

Investimenti diretti produttivi all’estero
si

Fonte: R&I – Indagine diretta

#### 4.2.3 *Le Pmi del settore tessile abbigliamento*

##### *Le caratteristiche delle aziende*

Le imprese analizzate appartengono al comparto della maglieria e confezione. Alcune di esse sono specializzate nella produzione di abbigliamento femminile e altre nell’abbigliamento maschile, mentre tutte si collocano sulla fascia alta e medio-alta del mercato.

Le imprese di minori dimensioni, pur non avendo marchi di prestigio come quelli dell’industria del lusso o dei grandi marchi industriali, costituiscono esempi significativi del miglior *made in Italy* che si produce in Emilia Romagna. In termini di fascia di mercato, queste imprese si posizionano al di sotto delle grandi firme e possono competere con le seconde o le terze linee dei più famosi stilisti italiani.

Le imprese più strutturate sono, invece, rappresentate da alcuni marchi industriali di prestigio e riconosciuti dal consumatore finale. Le aziende intervistate hanno un significativo orientamento all’export, dal 30% al 60% del fatturato e una dimensione che varia dai 35 ai 150 occupati.

##### *I processi di internazionalizzazione commerciale*

Nel settore tessile abbigliamento i processi di internazionalizzazione commerciale si differenziano significativamente in relazione alle dimensioni dell’impresa e al possesso, o meno, di un marchio di prestigio e riconosciuto dal consumatore finale.

Già negli anni ‘90, le imprese del lusso ed i principali marchi industriali italiani hanno perseguito una strategia di controllo diretto della distribuzione dei propri prodotti, attraverso l’apertura di negozi propri o in *franchising* nelle principali capitali e città estere, e di *corner* e *shop in the shop* all’interno dei principali *department store* stranieri.

Questa strategia rappresenta la più importante innovazione avvenuta nel settore tessile abbigliamento italiano, in quanto ha visto i produttori appropriarsi delle funzioni tipiche del sistema distributivo. I vantaggi di questa strategia sono evidenti, in quanto consentono al produttore di acquisire anche i margini della distribuzione del prodotto, di monitorare in tempo reale le vendite dei prodotti, di avere informazioni dirette sugli atteggiamenti di consumo e di garantirsi una elevata visibilità nei confronti del consumatore finale.

Il controllo della rete di distribuzione dei propri prodotti è una strategia che non è accessibile a imprese di piccole dimensioni, sia sul mercato interno che sui mercati esteri, per cui nell’operare con i mercati esteri le Pmi ricorrono sempre ad intermediari commerciali. Sul mercato italiano le piccole imprese intervistate vendono direttamente ai negozi al dettaglio che vengono visitati da agenti generalmente plurimandatari, mentre nei paesi esteri queste aziende vendono a distributori, che a loro volta, hanno come clienti i negozi al dettaglio.

I problemi legati all’internazionalizzazione commerciale delle imprese sono quindi notevolmente diversi a seconda del tipo di impresa e del suo posizionamento di mercato. In questa fase di cambiamento, caratterizzata da una bassa crescita dei mercati europei, che rappresentano i principali mercati di sbocco delle imprese italiane, le Pmi stanno orientandosi verso nuovi mercati, quali, ad esempio, quello russo o cinese, ma incontrano notevoli difficoltà, legate soprattutto all’esigenza di individuare partner affidabili per la distribuzione dei prodotti e forme adeguate di promozione. I problemi derivano dall’esigenza di conoscere le caratteristiche di questi nuovi mercati e dei sistemi distributivi, e di individuare agenti e distributori affidabili capaci di promuovere il prodotto dell’impresa.

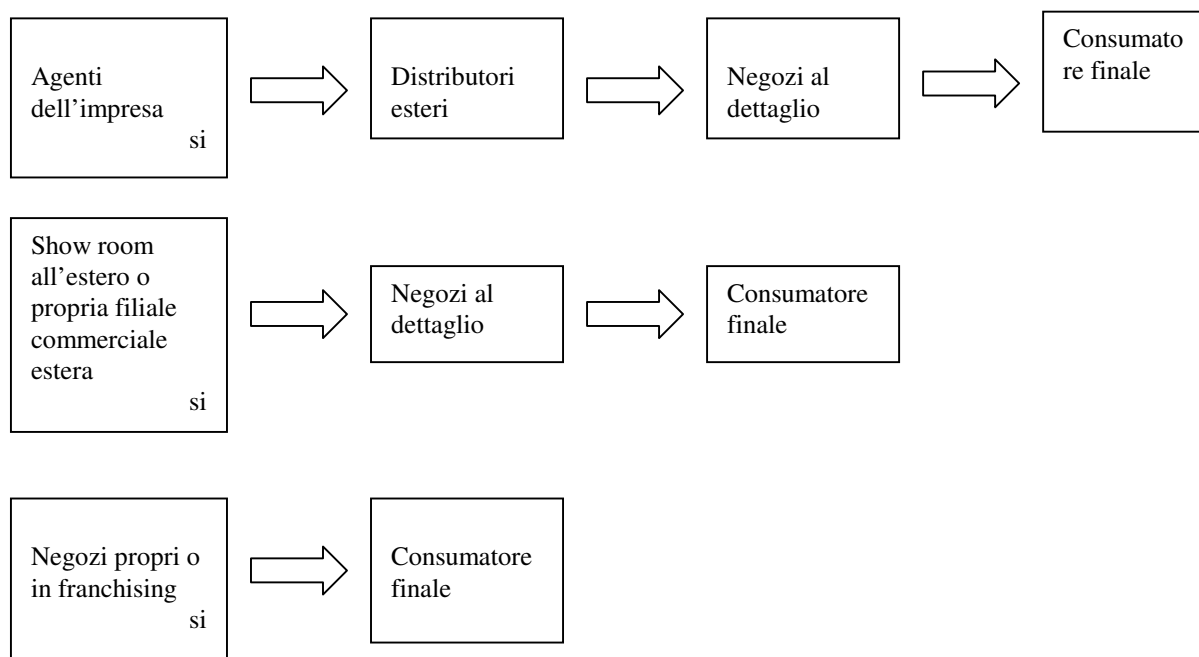
Nel settore tessile abbigliamento il divario di strategie e di mezzi fra imprese piccole e imprese medio-grandi è molto accentuato. Le piccole imprese intervistate stanno cercando di studiare le modalità migliori per entrare su nuovi mercati esteri, in collaborazione con istituzioni locali preposte alla promozione delle imprese all’estero e con consulenti esterni, ma sulla base delle dichiarazioni effettuate questo processo è complesso e gli esiti ancora incerti.

Le esperienze raccontate dalle aziende intervistate esprimono una difficoltà complessiva del sistema di piccole e medie imprese del settore tessile abbigliamento a ri-orientarsi verso i mercati di sbocco più dinamici e con maggiori potenzialità e, diversamente da quanto rilevato nel settore metalmeccanico, non sembrano affermarsi forme di collaborazione fra imprese (come la creazione di gruppi formali o di gruppi informali oppure accordi/alleanze fra piccole imprese) finalizzate ad entrare nei nuovi mercati di sbocco.

Le imprese del lusso ed i marchi industriali di prestigio del *made in Italy* sono, invece, già arrivati su questi mercati e già li presidiano. Quanto questa presenza possa attivare un processo di trascinamento anche delle piccole imprese che realizzano prodotti di qualità non è dato attualmente prefigurarlo. Esiste quindi un ampio spazio di intervento per le politiche a sostegno dell’internazionalizzazione commerciale delle piccole imprese del settore tessile abbigliamento locale che andrebbe rapidamente colmato per accelerare il recupero delle quote di mercato perdute dalle Pmi sui mercati di sbocco tradizionali.

**Tav. 4 Le modalità di internazionalizzazione commerciale: le reti distributive**

(sono esclusi i grossisti e la grande distribuzione perché non utilizzati dalle imprese intervistate)



Fonte: R&I – Indagine diretta

### *I processi di internazionalizzazione produttiva*

Anche per quanto riguarda l’internazionalizzazione della produzione il divario fra imprese piccole e imprese medio-grandi è molto elevato. Le imprese intervistate di minori dimensioni dichiarano di non avere serie di produzione sufficientemente lunghe per poter delocalizzare le produzioni all’estero e che la fascia di mercato sulla quale operano, alta e medio-alta, renderebbe rischioso procedere in questa direzione. Le serie corte di produzione, l’elevata qualità e accuratezza delle lavorazioni, i prodotti molto variabili nel tempo, la compressione dei tempi di produzione, rendono vantaggioso affidare la produzione a subfornitori locali o al massimo a subfornitori nazionali.

Fra le imprese intervistate, quelle di minori dimensioni fanno ricorso a subfornitori esteri soltanto occasionalmente e in relazione a specifiche attività, come il ricamo a mano che, in India e Cina, ha raggiunto livelli di precisione e di qualità molto elevati e a prezzi notevolmente bassi. Questi ricami vengono applicati su prodotti di fascia di mercato alta e medio-alta. La motivazione di questa scelta non è legata soltanto al basso costo, ma all’abilità con la quale vengono eseguiti questi ricami e quindi alla *specializzazione del mercato del lavoro* di questi paesi esteri.

Le aziende più strutturate fra quelle intervistate hanno, invece, iniziato da alcuni anni a delocalizzare produzioni in alcuni paesi dell’Est europeo (Romania soprattutto) e del Far East (Cina, Shanghai, Indonesia, ecc.), pur mantenendo ancora la maggior parte della produzione in Italia, oltre l’80%. Questi esperimenti sono stati realizzati avvalendosi di subfornitori esteri che, nel caso dell’Est europeo, sono stati incaricati di eseguire una fase di lavorazione ad elevato contenuto di forza lavoro, come la cucitura dei capi, mentre nel caso del Far East sono stati incaricati di eseguire un prodotto finito progettato dall’impresa committente, le cui materie prime, sempre selezionate dal committente, sono state reperite sul mercato asiatico. In tutte e due i casi, il prodotto è reimportato o importato in Italia per essere poi venduto sul mercato interno o sui mercati internazionali. Le ragioni che hanno spinto le imprese a delocalizzare produzioni nell’Est europeo sono soprattutto legate al *risparmio sui costi di produzione*, mentre nel caso del Far East entrano in gioco anche altri aspetti, legati alla *specializzazione* delle

imprese di subfornitura estere in alcuni tipi di prodotto, come ad esempio piumini invernali o giubbotti tecnici.

L’opinione espressa dalle imprese più strutturate è che vi siano molte opportunità sui mercati internazionali di trovare partner produttivi ai quali affidare la realizzazione di prodotti finiti. Esse sottolineano, tuttavia, come sia determinante costruire con questi partner relazioni stabili e durature e sia necessario investire molte energie nella ricerca e selezione di questi produttori e nella loro formazione per ottenere gli standard qualitativi desiderati. Fra le aziende intervistate, diversamente da alcune grandi imprese emiliane e da molte imprese venete, nessuna ha realizzato o ha in programma di realizzare investimenti produttivi all’estero, ma si prevede soltanto il ricorso a subfornitori esteri indipendenti.

**Tav. 5 Le modalità di internazionalizzazione produttiva**

Ricorso a subfornitori esteri indipendenti
si

Accordi con produttori esteri per cessione brevetti e licenze di produzione
no

Investimenti diretti produttivi all’estero
no

Fonte: R&I – Indagine diretta

#### 4.3 *Gli effetti dei processi di internazionalizzazione sulle imprese e le competenze interne*

Le imprese intervistate, indipendentemente dal settore e dal comparto di appartenenza, sostengono che l’evoluzione in atto nel contesto internazionale impone un cambiamento rilevante di “mentalità” e cultura, e che il problema principale sia attualmente “gestire la complessità”.

I processi di internazionalizzazione attivati dalle Pmi intervistate sono prevalentemente orientati al mercato finale ed hanno una natura di tipo prevalentemente commerciale. All’interno delle imprese questi processi hanno determinato, innanzitutto, un forte potenziamento dell’*area commerciale*, sia attraverso l’ampliamento degli organici interni che la crescita del numero di agenti esterni e del personale operante nelle filiali commerciali estere.

L’area commerciale è, quindi, la funzione aziendale maggiormente coinvolta e in tutte le imprese intervistate questa ha registrato uno sviluppo e una maggiore articolazione interna, con l’inserimento di area manager e di competenze legate al marketing ed alla comunicazione.

Relativamente all’area commerciale le competenze ritenute chiave, per sostenere i processi di internazionalizzazione commerciale, sono ovviamente quelle linguistiche, che non si limitano, tuttavia, alla perfetta conoscenza della lingua inglese, ma si estendono a molteplici lingue (spagnolo, francese, tedesco, cinese, ecc.), in quanto l’uso della lingua madre del cliente, come sostengono le aziende, favorisce notevolmente la comunicazione e consente lo sviluppo di migliori rapporti commerciali.

Operare sul mercato globale, dichiarano alcune imprese intervistate, significa non trascurare alcun mercato estero ed occorre diventare delle “piccole multinazionali”, pur non avendo la dimensione e la capacità finanziaria delle multinazionali vere e proprie.

Nel caso delle imprese intervistate, lo sforzo maggiore è stato affrontato nell’apertura di proprie filiali commerciali estere. In queste filiali opera generalmente personale reperito in loco, nel paese estero di localizzazione della filiale, in quanto è

indispensabile che esso abbia una buona conoscenza del mercato locale. Queste risorse umane vengono poi formate nella sede dell’impresa, attraverso periodi anche lunghi di permanenza, al fine di metterle nelle condizioni di avere una ottima conoscenza del prodotto e del funzionamento dell’azienda. La maggiore difficoltà, indicata dalle imprese intervistate, consiste nel riuscire a reperire sul mercato del lavoro del paese estero il personale più adeguato, sia per gestire la filiale commerciale estera sia per ricoprire i ruoli di venditori e, nel caso delle imprese metalmeccaniche, quelli di tecnici addetti all’assistenza post-vendita.

Gli esempi riportati dalle aziende intervistate sono interessanti, in quanto, fanno riferimento all’esigenza di integrare la “cultura” del personale reperito nel paese estero con quella dell’impresa, fondendo la conoscenza del mercato estero che può avere il personale straniero, con la conoscenza del prodotto presente nell’impresa. Nel selezionare questo personale, alcune aziende hanno privilegiato stranieri che avevano effettuato gli studi in Italia e che erano interessati a rientrare nel loro paese per intraprendere un lavoro, o che erano venuti in Italia a lavorare e dopo un certo periodo si sono resi disponibili a rientrare nel paese di origine, lavorando sempre per la stessa impresa. L’integrazione fra la cultura dell’impresa e la conoscenza del mercato estero del personale straniero operante nelle filiali commerciali estere è considerato un mix ideale per garantire il successo dell’iniziativa.

Le imprese intervistate indicano come prioritario avere *nell’area commerciale* risorse umane che, oltre alle *lingue* e alle *tecniche di marketing e di promozione*, abbiano una buona *conoscenza del prodotto e dell’impresa*, in quanto devono essere in grado di trasmettere alla rete distributiva ed ai clienti gli elementi distintivi e peculiari del prodotto che vendono e delle differenze che vi sono rispetto ai prodotti della concorrenza. Questi aspetti vengono sottolineati sia dalle imprese metalmeccaniche che dalle imprese del tessile abbigliamento, e costituiscono elementi di tipo trasversale delle competenze di coloro che operano in questa area aziendale.

A queste conoscenze/competenze si aggiungono, poi, gli aspetti legati all’*analisi dei mercati, alla contrattualistica internazionale, alla tecnica commerciale, agli*

*strumenti di pagamento*, ecc. che rappresentano un ambito nel quale le imprese stanno ampliando le proprie conoscenze.

I titoli di studio preferenziali per le figure di area manager, agenti e venditori sono nel caso del metalmeccanico di tipo tecnico, ingegneri e periti, mentre nel settore abbigliamento non vengono richiesti titoli di studio specifici, se non l’aver seguito corsi di specializzazione orientati al commerciale/marketing. Nell’area commerciale delle imprese intervistate sono, tuttavia, presenti anche laureati in economia e in lingue.

L’internazionalizzazione commerciale delle imprese e l’operare su numerosi e diversi mercati esteri ha implicazioni importanti anche sull’attività di *ricerca&sviluppo* e di *progettazione del prodotto*. Gli staff tecnici preposti allo studio dei prodotti sono chiamati a studiare le esigenze dei diversi mercati di sbocco e tipi di clienti, e quindi a confrontarsi sempre più con interlocutori stranieri, fino a prefigurare, in alcune imprese del settore tessile abbigliamento, l’apertura degli staff di progettazione a professionisti di paesi esteri, portatori di cultura e di idee che meglio interpretano i gusti di uno specifico mercato di sbocco. Nelle imprese metalmeccaniche del comparto macchine e impianti per l’industria è consuetudine, invece, che i tecnici di progettazione incontrino direttamente i clienti/utilizzatori finali, al fine di analizzare le possibili soluzioni tecniche alle richieste avanzate dai clienti e le esigenze di personalizzazione della macchina. Anche nel caso dell’attività di ricerca e progettazione del prodotto, la *conoscenza delle lingue* è quindi ritenuta indispensabile.

Per quanto riguarda i processi di internazionalizzazione produttiva, le imprese intervistate sottolineano come questi abbiano coinvolto, in modo particolare, l’*area produttiva e tecnica* dell’impresa e l’*area degli acquisti*. La scelta di affidare lavorazioni o prodotti a subfornitori esteri richiede un’attività di ricerca e selezione molto impegnativa. La maggior parte delle imprese intervistate si è avvalsa di consulenti esterni, ai quali sono stati successivamente affiancati i tecnici dell’impresa. Nei casi di delocalizzazione di sole lavorazioni l’area aziendale più direttamente coinvolta è la produzione, mentre nel caso di delocalizzazione di prodotti finiti le aree sono molteplici

e comprendono la progettazione e industrializzazione del prodotto e l’area acquisti. L’individuazione dei partner produttivi esteri richiede un’attenta valutazione delle capacità tecniche e organizzative di queste aziende e le competenze richieste a coloro che devono occuparsi della loro individuazione sono di tipo tecnico. Si tratta di ingegneri e periti con una consolidata esperienza e conoscenza del prodotto e dei processi produttivi che, recandosi nei diversi paesi esteri e visitando le imprese estere, devono essere in grado di effettuare un’analisi attenta delle opportunità e dei rischi presenti. Questo compito è generalmente affidato ai responsabili di produzione o ai responsabili di prodotto dell’impresa, e le aziende sottolineano come non sia facile trovare nel personale interno più esperto una disponibilità ad effettuare spostamenti all’estero, e come la non conoscenza delle lingue sia una barriera spesso rilevante.

Anche nella fase successiva, quella legata alla formazione del subfornitore estero, i tecnici dell’impresa sono chiamati a frequenti spostamenti e soggiorni all’estero e questa fase può richiedere il coinvolgimento non solo dei responsabili di produzione o di prodotto, ma anche di quadri e tecnici dell’impresa.

Nel caso di investimenti produttivi diretti all’estero, che nelle imprese intervistate riguardano soltanto il settore metalmeccanico, l’impegno richiesto all’impresa è ancora più rilevante e coinvolge praticamente tutte le aree aziendali, compreso quella amministrativa. Le aziende intervistate esprimono un orientamento comune che consiste nel ritenere indispensabile un controllo diretto dell’investimento produttivo e quindi l’esclusione, negli investimenti in corso, di partner stranieri. Le difficoltà legate alla realizzazione di investimenti diretti all’estero riguardano vari aspetti, fra i quali vengono sottolineati quelli relativi alla “burocrazia” del paese estero ospitante. Per far fronte a questi problemi, le imprese si avvalgono generalmente di consulenti locali, ai quali affidano l’espletamento delle attività necessarie per consentire la realizzazione dell’investimento. Per quanto riguarda, invece, il reperimento delle risorse umane, diversamente dalle modalità seguite per l’apertura di filiali commerciali estere, le figure di direzione sono esclusivamente scelte fra il personale italiano interno all’impresa, disponibile a trasferirsi all’estero, oppure reperendo manager e tecnici

esperti con una solida esperienza maturata in imprese dello stesso settore di paesi industrializzati.

La formazione del personale che opera nello stabilimento estero prevede, per le figure di quadri e capi intermedi reperiti nel paese estero, soggiorni anche lunghi presso l’impresa italiana per approfondire la conoscenza del prodotto, delle tecnologie e dell’organizzazione della produzione.

Nelle imprese intervistate che stanno realizzando investimenti produttivi all’estero vi è una fortissima attenzione a mantenere un controllo diretto della produttiva estera, soprattutto per garantire l’ottenimento degli standard produttivi desiderati e un controllo del proprio know how. Nel caso degli investimenti diretti, l’impresa opera un vero e proprio trasferimento di know how tecnico e organizzativo verso il paese estero ospitante e questo determina l’esigenza di garantirsi da fughe know how e da problemi legati al non raggiungimento degli standard qualitativi e di efficienza prefissati.

Dal punto di vista delle competenze, le imprese sottolineano come anche l’area produttiva e tecnica sia ormai fortemente sollecitata dai cambiamenti del contesto internazionale, per cui nella formazione degli ingegneri e dei tecnici, *oltre alle lingue ad essere indispensabili, è necessaria una forte apertura internazionale e disponibilità alla mobilità territoriale.*

E’ interessante, inoltre, rilevare come i processi di internazionalizzazione sollecitino investimenti nei *sistemi informativi* aziendali e nelle tecnologie B2B, necessarie per scambiare informazioni e dati con le filiali commerciali estere e con gli stabilimenti esteri.

Le imprese intervistate sottolineano, infatti, come i processi di internazionalizzazione investano, in realtà, tutte le funzioni aziendali e determinino esigenze di cambiamento in ogni settore dell’impresa.

#### 4.4 *Le indicazioni espresse dalle imprese*

Le esperienze delle imprese intervistate testimoniano come i processi di internazionalizzazione, sia di tipo commerciale che produttivo, determinino un mutamento significativo delle competenze interne e possano creare spazi occupazionali interessanti per i giovani laureati.

Gli elementi messi in evidenza riguardano soprattutto la necessità di puntare sulla formazione di competenze trasversali, da integrare in azienda con una conoscenza approfondita dei prodotti, dell’organizzazione dell’impresa e delle attività specifiche che i laureati sono chiamati a svolgere.

Le competenze trasversali indicate dalle imprese sono, *la capacità di comunicare efficacemente, la capacità di gestire relazioni interpersonali, la capacità di lavorare in gruppo e la conoscenza approfondita delle lingue.*

Gli elementi sottolineati riguardano spesso l’atteggiamento richiesto ai giovani, di *apertura mentale, orientamento alla soluzione dei problemi e disponibilità alla mobilità territoriale*, e in questa direzione le imprese indicano la necessità di favorire i soggiorni all’estero dei giovani, soprattutto presso imprese estere, così come di favorire soggiorni in Italia di studenti stranieri presso imprese italiane.

Come alcuni testimoni hanno sottolineato “...le persone devono viaggiare molto di più, si deve vedere il mondo e andare a lavorare all’estero con più facilità ....”.

Fra le imprese intervistate, tuttavia, soltanto quelle con una dimensione non piccolissima, superiore ai cinquanta addetti, accolgono abitualmente giovani laureati in stage, per cui la difficoltà a promuovere iniziative di questo tipo presso aziende di più piccole dimensioni rimane una caratteristica della struttura produttiva locale formata prevalentemente da aziende che si collocano al di sotto di questa soglia dimensionale.

Le aziende di minori dimensioni mettono, tuttavia, in evidenza l’esigenza di avere servizi più strutturati in grado di offrire un supporto nel corso del processo di internazionalizzazione. Non solo iniziative di promozione sui mercati esteri, ma servizi di accompagnamento nel percorso di crescita internazionale.

Ciò si concretizza nella necessità di disporre di informazioni più articolate ed approfondite sulle potenzialità dei nuovi mercati esteri, sulle modalità di accesso ai nuovi mercati, sui possibili partner stranieri, sugli aspetti legali, fiscali e normativi, sulle norme per la tutela dei marchi e brevetti, ecc.; di utilizzare consulenze mirate alle specifiche esigenze aziendali, ma anche di promuovere iniziative e progetti capaci di favorire l’aggregazione e la cooperazione fra imprese e percorsi di formazione per adeguare le competenze interne alle aziende.

I soggetti istituzionali che operano a sostegno dell’internazionalizzazione delle imprese sono numerosi e, come dichiarano le aziende, le sovrapposizioni di iniziative frequenti, per cui le imprese sentono la necessità di avere una rete di servizi, anche articolata, nella quale siano facilmente individuabili le competenze e le specializzazioni presenti.



## **Parte II - Le iniziative a sostegno dell’internazionalizzazione**

### **1. Il contesto regionale e nazionale**

La Regione Emilia-Romagna ha indicato le proprie iniziative a sostegno dell’internazionalizzazione delle Pmi all’interno del Programma Triennale per le Attività Produttive 2003-2005. L’obiettivo generale della Regione è di favorire la crescita dell’export e del livello di internazionalizzazione del sistema produttivo regionale. Tale obiettivo è declinato attraverso l’operare del Programma promozionale finalizzato alla tessitura di alleanze strategiche con regioni dei paesi ritenuti maggiormente promettenti per l’economia regionale, la promozione dell’immagine e della regione come sistema, a partire dalle filiere maggiormente rappresentative e dai settori high-tech, la garanzia tramite accordi istituzionali internazionali delle condizioni di legalità e di sicurezza per le imprese emiliano-romagnole, l’attrazione di investimenti selettivi in Emilia-Romagna, che garantiscano il rispetto dell’ambiente e dei lavoratori e i livelli occupazionali, la promozione di progetti comuni con la Commissione europea e con i principali Organismi internazionali.

In particolare, la Regione assicura l’attività dello Sportello regionale per l’internazionalizzazione, cui aderiscono ICE, SACE, SIMEST e il sistema delle Camere di Commercio. Esso fornisce informazioni sulle opportunità commerciali e di investimento nei principali mercati internazionali, fornisce assistenza alle imprese sulle modalità di accesso e di utilizzo degli strumenti promozionali, finanziari e assicurativi utilizzabili a livello nazionale e regionale, supporta e guida le aziende nella selezione dei mercati esteri e nella scelta dei partner in progetti di sviluppo commerciale e di investimento, organizza eventi promozionali e di diffusione e disseminazione sul territorio di rilevanti esperienze di internazionalizzazione e commerciale e produttiva, fornisce informazioni aggiornate sui bandi di gara a livello internazionale.

Inoltre, lo Sportello per l’internazionalizzazione, in collaborazione con la Camera di Commercio Serba, ha recentemente avviato un Desk Serbia a Belgrado, finalizzato alla

promozione di una cooperazione istituzionale ed all’intreccio di relazioni economiche tra la Regione Emilia-Romagna e la Repubblica Serba, al trasferimento di know-how e strumenti per la progettazione, realizzazione e diffusione di modelli di sviluppo delle Pmi, al coordinamento delle diverse attività realizzate dalle associazioni delle imprese, camere di commercio e consorzi export emiliano-romagnoli sul territorio serbo.

Tra le iniziative specifiche promosse per il triennio 2003-2005, la Regione ha poi previsto: un sostegno alle strategie di penetrazione commerciale (che integra i finanziamenti concessi da SIMEST ai sensi della l.394/81 e del D.M. 22 settembre 1999, n. 467); un sostegno alla costituzione di imprese all’estero (destinato a Pmi industriali e artigiane che presentano domanda di finanziamento alla SIMEST ai sensi della l.100/90 e del D.Lgs 143/98 art.22); un sostegno a iniziative di cooperazione produttiva, commerciale e tecnologica permanenti in forma aggregata (l.83/89); un sostegno a iniziative aggregate strutturate, rappresentative di filiera, di promozione, penetrazione commerciale e cooperazione industriale; azioni di marketing territoriale internazionale.

Come si vede, alcune di queste iniziative di sostegno riprendono ed integrano i finanziamenti previsti a livello nazionale da SIMEST: è il caso del finanziamento di programmi di penetrazione commerciale all’estero, che favorisce la realizzazione di strutture permanenti e di attività di supporto promozionale da parte di imprese italiane in paesi non-UE; dell’agevolazione dei crediti all’esportazione ai sensi del D.Lgs 143/98, che, attraverso contributi agli interessi su finanziamenti concessi da banche italiane o estere, permette alle imprese esportatrici italiane di offrire agli acquirenti/committenti esteri dilazioni di pagamento a medio/lungo termine a condizioni e tassi di interesse competitivi, in linea con quelli offerti da concorrenti di paesi OCSE; del contributo agli interessi sul finanziamento della quota di partecipazione delle imprese italiane in società o imprese all’estero in paesi non-UE, ai sensi della l.100/90.

La SIMEST prevede anche altre agevolazioni per le imprese italiane decise ad intrattenere rapporti commerciali con paesi non appartenenti all’Unione Europea: innanzitutto, istituisce finanziamenti per la partecipazione di imprese italiane a gare internazionali indette in paesi non-UE; poi sostiene con finanziamenti agevolati le

imprese italiane, i loro consorzi o le loro associazioni, che realizzano programmi di assistenza tecnica oppure predispongono studi di fattibilità collegati ad esportazioni o ad investimenti italiani all’estero in paesi extracomunitari; infine, prevede nuovamente finanziamenti per le imprese italiane che realizzano studi di prefattibilità e di fattibilità connessi all’aggiudicazione di commesse in paesi non-UE, il cui corrispettivo è costituito, in tutto o in parte, dal diritto di gestire l’opera.

A livello nazionale, oltre alla SIMEST, a favore dell’internazionalizzazione delle imprese, soprattutto medie e piccole, operano anche l’ICE (Istituto per il Commercio Estero) e la SACE (Istituto per i Servizi Assicurativi del Commercio Estero). La prima promuove, agevola e sviluppa gli scambi commerciali dell’Italia con gli altri paesi del mondo attraverso servizi di informazione (di base, statistica, doganale, fiscale, finanziaria, valutaria, ecc.), di assistenza (di base e di primo orientamento, standardizzata e/o personalizzata), di promozione (fiere, missioni, seminari, workshops, azioni di comunicazione) e di formazione (per managers e specialisti in commercio estero). La SACE rappresenta invece lo strumento del Sistema Italia per il sostegno alle imprese nazionali che si affacciano sui mercati esteri; essa ha la funzione di assumere in assicurazione e riassicurazione i rischi di natura politica, commerciale, economica e di cambio derivanti dalle esportazioni di merci e servizi, lavori civili e investimenti all'estero a cui sono esposti gli esportatori italiani.

## **2. Le iniziative nelle province di Modena e Reggio Emilia**

Per quanto riguarda la provincia di Modena, Promec (azienda speciale della Camera di Commercio di Modena) ha previsto una serie di iniziative che integrano le attività svolte dallo Sportello per l’internazionalizzazione. Tra queste, particolare attenzione viene dedicata ai paesi dell’Europa orientale che hanno recentemente aderito alla UE, attraverso il mantenimento di uffici di collegamento con Varsavia, Praga e Budapest e l’organizzazione di workshop, come nel 2004 a Modena per la Polonia, riservati al settore alimentare e al settore abbigliamento; di giornate Paese, sempre a Modena in collaborazione con la Camera di Commercio di Ljubiana; di missioni plurisetoriali di imprenditori modenesi, quale quella a Budapest o dei settori meccanico e tessile a Bratislava.

Inoltre, prosegue il Progetto Expomo.com, che ha attivato una banca dati delle aziende import/export di Modena e provincia e mini-siti aziendali presso il portale [www.expomo.com](http://www.expomo.com) per ogni azienda modenese interessata a sviluppare rapporti internazionali.

Particolarmente importanti sono anche le attività di formazione promosse da Promec nell’area dell’internazionalizzazione, che prevedono tra gli argomenti: tecniche di commercio estero, scambi e trasporti internazionali, reti di vendita, strategie di globalizzazione dell’impresa, normativa doganale, contrattualistica internazionale.

Anche le Associazioni imprenditoriali attivano iniziative a favore dell’internazionalizzazione. L’Unione Industriali di Modena, ad esempio, ha un’area Estero e Marketing che offre servizi indirizzati a supportare le aziende nel processo di internazionalizzazione, attraverso ricerche di mercato, attività di promozione sui mercati esteri, consulenze tecniche in materia di import/export e presenza in commissioni (sistema Confindustria e Camerale) riguardanti iniziative e problematiche dell’interscambio.

Sul fronte istituzionale, è attivo il Comune di Modena che, con il Progetto Europa, fornisce supporto all’internazionalizzazione delle imprese, attraverso molteplici azioni:  
- la costruzione di reti di relazioni internazionali che consentano lo sviluppo di rapporti

di collaborazione e di scambio di esperienze con le più avanzate realtà europee ed internazionali, con vantaggi derivanti sia dal trasferimento del *know-how* sulle politiche e sulle *best practices*, sia dalla creazione di una serie di network di cooperazione reciproca; - la creazione di strutture che costituiscono l’interfaccia con l’Unione Europea, per facilitare il processo di integrazione della realtà modenese nel contesto economico sociale degli altri paesi dell’Europa; - e, infine, l’attivazione di politiche di promozione del territorio modenese, al fine di sviluppare all’estero la conoscenza delle eccellenze produttive e delle opportunità di investimento che Modena offre.

In riferimento alla provincia di Reggio Emilia, la Camera di Commercio di Reggio Emilia opera tramite il Dipartimento internazionalizzazione, organizzato in due aree operative: 1) l’area dei servizi e dell’assistenza, destinata sia alla ricerca e alla selezione di interlocutori d’affari delle imprese reggiane nei paesi in cui intendono operare, sia all’offerta di consulenze specialistiche per la risoluzione di specifici problemi legati all’attività sui mercati internazionali; 2) l’area della promozione, destinata sia all’individuazione delle manifestazioni fieristiche e degli eventi promozionali più interessanti a livello internazionale, sia all’attivazione di “Progetti Speciali”, con obiettivi definiti per area geografica di intervento e/o per settore merceologico, che offrono alle imprese partecipanti occasioni per un approfondimento sistematico delle potenzialità dei mercati nei Paesi obiettivo.

Sul fronte delle Associazioni imprenditoriali, l’API di Reggio Emilia prevede una serie di iniziative, rivolte, ad esempio, a grandi nazioni come Australia, Stati Uniti e Germania, ma anche a mercati dell’Est Europa, come Romania, Russia e Serbia. Proprio ai paesi dell’Est Europeo e dell’area balcanica si indirizza il “Progetto Balcani – Est Europa”, che mira a finanziare corsi e stages formativi presso aziende della provincia di Reggio Emilia per neo-laureati, neo-diplomati managers e tecnici originari di quelle zone.

L’Associazione Industriali, sempre di Reggio Emilia, ha istituito al proprio interno un Eurosportello, allo scopo di sensibilizzare le imprese e il contesto esterno (mondo politico e Pubblica Amministrazione) sull’evoluzione e gli effetti dell’integrazione

europea, e di rispondere alle richieste delle imprese, anche attraverso servizi di consulenza nell’ambito del BC-Net (Business Cooperation Network), aperto ai centri della Rete Confindustria ad esso aderenti.

Per il Comune di Reggio Emilia, l’associazione Reggio nel Mondo ha avviato già da tre anni un progetto di collaborazione con la città serba di Kragujevac (all’interno del Programma Città - Città promosso dal Governo italiano e dalle Nazioni Unite), che riguarda in particolare due settori: 1) il supporto allo sviluppo economico locale, con particolare riferimento alla promozione di piccole e medie imprese ed alla formazione professionale; 2) il supporto al rafforzamento dei servizi pubblici locali, con particolare riferimento alla protezione ambientale, alla salute pubblica ed all’equo accesso da parte dell’intera popolazione ai servizi.

## **ALLEGATO**

### **Schede delle iniziative a sostegno dell’internazionalizzazione delle piccole e medie imprese**

Progetto ARESTUD “Le opportunità dell’internazionalizzazione – Analisi economico-sociale”  
RIF. PA 0045/am

**Istituzione:**

Regione Emilia-Romagna

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Programma per la promozione dell’export e l’internazionalizzazione del sistema produttivo regionale

**Obiettivi del progetto/iniziativa:**

Obiettivo generale della Regione è quello di favorire la crescita dell’export e del livello di internazionalizzazione del sistema produttivo regionale. Tale obiettivo è declinato attraverso l’operare del Programma promozionale finalizzato alla tessitura di alleanze strategiche con regioni dei paesi ritenuti maggiormente promettenti per l’economia regionale, la promozione dell’immagine e della regione come sistema, a partire dalle filiere maggiormente rappresentative e dai settori high-tech, la garanzia tramite accordi istituzionali internazionali delle condizioni di legalità e di sicurezza per le imprese emiliano-romagnole, l’attrazione di investimenti selettivi in Emilia-Romagna, che garantiscano il rispetto dell’ambiente e dei lavoratori e i livelli occupazionali, la promozione di progetti comuni con la Commissione europea e con i principali Organismi internazionali.

**Tipologia dell’intervento:**

La Regione:

- promuove progetti promozionali gestendoli direttamente, anche tramite il coinvolgimento di esperti di comprovata esperienza, o in compartecipazione con le associazioni imprenditoriali, il sistema camerale e gli enti locali. Tale cofinanziamento, comprensivo di eventuali altri finanziamenti pubblici, non potrà essere superiore al 50% del costo totale.
- cofinanzia progetti di internazionalizzazione del sistema fieristico regionale, anche attraverso la partecipazione alla società prevista art. 17 comma 2 della L. r.12/2000.
- sigla un’apposita convenzione con le Università, i centri di ricerca e ASTER.
- Assicura l’attività dello Sportello regionale per l’internazionalizzazione, regolato dalla convenzione fra Regione Emilia-Romagna e Ministero delle Attività produttive, a cui aderiscono ICE, SACE, SIMEST e sistema delle Camere di Commercio, anche attraverso l’operatività delle azioni di animazione sul territorio e di organizzazione di eventi, nonché la gestione di Forum, per aree e settori, delle imprese esportatrici.
- promuove le attività di ricerca e studio coinvolgendo esperti di comprovata esperienza, selezionati a partire dalle Università e dai centri studi maggiormente qualificati.

**Strumenti dell’intervento:**

- Progetti di sistema volti alla prospezione di mercati, alla identificazione delle opportunità in termini di cooperazione commerciale e industriale per le imprese regionali, alla tessitura di relazioni istituzionali, alla valorizzazione internazionale delle filiere produttive, alla creazione di strutture e desk della Regione, alla valutazione delle opportunità derivanti dall’insediamento di imprese regionali in forma aggregata.
- Attività dello Sportello regionale per l’internazionalizzazione, volto a fornire informazione di qualità e continuativa sulle opportunità commerciali e di investimento nei principali mercati internazionali, fornire alle imprese emiliano-romagnole assistenza sulle modalità di accesso e di utilizzo degli strumenti promozionali, finanziari e assicurativi utilizzabili a

livello nazionale e regionale, anche tramite la realizzazione di check-up aziendali, supportare e guidare le aziende nella selezione dei mercati esteri e nella scelta dei partner in progetti di sviluppo commerciale e di investimento, organizzare eventi promozionali e di diffusione e disseminazione sul territorio di rilevanti esperienze di internazionalizzazione e commerciale e produttiva, fornire informazione aggiornata sui bandi di gara a livello internazionale.

- Interventi a sostegno dei processi di internazionalizzazione del sistema fieristico regionale.
- Interventi a sostegno dell'internazionalizzazione del sistema della ricerca e dell'innovazione e dei settori high-tech, con progetti di trasferimento tecnologico internazionale a favore delle PMI emiliano-romagnole e progetti internazionali di ricerca a rilevante impatto per il sistema produttivo regionale.
- Realizzazione e promozione di ricerche sul livello di apertura del sistema produttivo emiliano-romagnolo, di analisi sull'internazionalizzazione di settori regionali e delle province, l'analisi della performance all'estero delle nostre imprese, indagini presso gli imprenditori, la valutazione delle politiche di internazionalizzazione.
- Costituzione e animazione di un Forum permanente delle imprese esportatrici e internazionalizzate.

**Modalità di attuazione:**

La Regione definisce le Linee di indirizzo triennali dell'Asse 5 del Programma Triennale delle Attività Produttive, elencando le aree geografiche e i paesi prioritari, quelli di rilievo e di interesse, i settori principali, le forme di intervento, e sigla le eventuali convenzioni.

Ogni anno la Regione, prima dell'approvazione del programma promozionale, acquisisce il parere consultivo del Comitato per l'export e l'internazionalizzazione.

**Durata del progetto/iniziativa:**

Triennio 2003-2005.

**Normativa di riferimento:**

L.r. 3/99 art.61.

**Istituzione:**

Regione Emilia-Romagna.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Sostegno delle strategie di penetrazione commerciale (1.394/81).

**Beneficiari del progetto/iniziativa:**

I beneficiari del fondo sono le PMI industriali e artigiane della regione Emilia-Romagna, in qualunque forma costituite, che realizzano programmi di penetrazione commerciale all'estero e abbiano presentato domanda alla SIMEST ai sensi della Legge 394/81.

**Soggetti attuatori del progetto/iniziativa:**

Consorzi fidi regionali di 1° e 2° grado, SIMEST.

**Tipologia dell'intervento:**

In presenza della garanzia integrativa e sussidiaria, concessa da SIMEST ai sensi della L. 41/86 e dell'art. 11 del Decreto Ministeriale 22 settembre 1999, n. 467, a copertura parziale del finanziamento agevolato, il fondo opera in qualità di cogarante estendendo la copertura del finanziamento SIMEST medesimo.

Le imprese possono presentare domanda di accesso alla garanzia del Fondo ai consorzi fidi ed alle cooperative artigiane di garanzia.

Presso i medesimi soggetti e presso lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione, le imprese possono usufruire delle informazioni e dell'assistenza tecnica necessaria alla compilazione delle domande ex Legge 394/81 da presentarsi a SIMEST.

**Modalità di attuazione:**

Il Fondo di garanzia della L. 394/81, già operativo, dotato di risorse stanziare dalla Regione, opera a supporto:

- di prefinanziamenti bancari, concessi da istituti di credito convenzionati con i consorzi fidi, destinati all'avvio dei progetti di penetrazione commerciale all'estero presentati a SIMEST ai fini dell'ottenimento dei finanziamenti agevolati di cui alla Legge 394/81;
- dei finanziamenti agevolati concessi da SIMEST ai sensi della Legge 394/81 e del Decreto Ministeriale 22 settembre 1999, n. 467.

**Durata del progetto/iniziativa:**

Triennio 2003-2005.

**Normativa di riferimento:**

L.394/81

L.R. 3/99

**Istituzione:**

Regione Emilia-Romagna.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Sostegno alla costituzione di imprese all'estero (l.100/90 e D.Lgs 143/98 art.22).

**Beneficiari del progetto/iniziativa:**

I beneficiari del fondo sono le PMI industriali e artigiane della regione Emilia-Romagna, in qualunque forma costituite, che realizzano investimenti all'estero e abbiano presentato domanda alla SIMEST ai sensi della Legge L.100/90 e D.Lgs 143/98.

**Soggetti attuatori del progetto/iniziativa:**

Consorzi fidi regionali di 1° e 2° grado, SIMEST.

**Tipologia dell'intervento:**

Viene costituito un Fondo di garanzia presso i Confidi regionali che opera a favore:

Il Fondo opera a favore:

- della creazione di imprese all'estero tramite la costituzione di unità produttive miste o totalmente italiane (garanzia riacquisto quota - L. 100/90).
- della realizzazione di studi di pre-fattibilità e fattibilità connessi all'aggiudicazione di commesse all'estero, nonché di programmi di assistenza tecnica e di studi di fattibilità collegati ad esportazioni e investimenti all'estero (art. 22 com. 5 del D.lgs 143/98).

**Modalità di attuazione:**

La Regione, per l'attuazione della presente azione, sottoscriverà apposite convenzioni con SIMEST, il sistema dei consorzi fidi e istituti bancari.

**Durata del progetto/iniziativa:**

Triennio 2003-2005.

**Normativa di riferimento:**

L. 100/90

D.Lgs 143/98 art. 22

**Istituzione:**

Regione Emilia-Romagna.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Sostegno a iniziative di cooperazione produttiva, commerciale e tecnologica permanenti in forma aggregata (1.83/89).

**Beneficiari del progetto/iniziativa:**

Consorzi di PMI e di imprese artigiane esportatrici. L’intervento regionale avviene a favore di enti associativi per facilitare il processo di internazionalizzazione della generalità delle associate e non può essere impiegato per coprire i costi di iniziative personalizzate.

**Soggetti attuatori del progetto/iniziativa:**

Regione Emilia-Romagna.

**Tipologia dell’intervento:**

L’intervento regionale, sotto forma di contributi ai consorzi export, viene realizzato tramite bando di gara annuale a fronte della presentazione di un progetto di dettaglio che definisca un percorso strutturato di internazionalizzazione con la specificazione delle imprese coinvolte e del loro ruolo. Sono considerate prioritarie le azioni realizzate nei paesi e nelle aree indicate nelle Linee di indirizzo triennali e nel Programma promozionale di cui alla Misura 5.1.

**Modalità di attuazione:**

Le modalità verranno definite dalla Giunta regionale tramite appositi bandi di gara annuali.

**Durata del progetto/iniziativa:**

Triennio 2003-2005.

**Normativa di riferimento:**

L. 3/99 art. 61

L.83/89

**Istituzione:**

Regione Emilia-Romagna.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Sostegno a iniziative aggregate strutturate, rappresentative di filiera, di promozione, penetrazione commerciale e cooperazione industriale.

**Obiettivi del progetto/iniziativa:**

Favorire la partecipazione delle imprese a prime iniziative comuni all’estero in forma aggregata. Si supportano la partecipazione in forma aggregata di imprese appartenenti alla stessa filiera produttiva o integrate verticalmente a percorsi di internazionalizzazione comprendenti iniziative promozionali, commerciali, di cooperazione industriale, la partecipazione a strutture e servizi all’estero promossi dalla Regione, alla costituzione di “distretti industriali” da loro gestiti oppure promossi da enti pubblici, dalle associazioni, dal sistema camerale, dalle fiere dell’Emilia-Romagna.

**Beneficiari del progetto/iniziativa:**

PMI e imprese artigiane in qualunque forma associate. L’intervento regionale avviene a favore di imprese associate per favorire il processo di internazionalizzazione della generalità delle associate e non può essere impiegato per coprire i costi di iniziative personalizzate.

**Soggetti attuatori del progetto/iniziativa:**

Regione Emilia-Romagna.

**Tipologia dell’intervento:**

L’intervento regionale si articolerà a supporto di tre linee di intervento delle imprese associate:

- iniziative promozionali, fieristiche, commerciali e di cooperazione industriale;
- partecipazione delle imprese a strutture e servizi all’estero promossi dalla Regione;
- costituzione di “distretti industriali” gestiti dalle imprese oppure promossi dagli enti pubblici, dalle associazioni, dal sistema camerale, dalle fiere, dalle Università e dai centri di ricerca dell’Emilia-Romagna.

**Modalità di attuazione:**

Le modalità verranno definite dalla Giunta regionale tramite appositi bandi di gara annuali.

**Durata del progetto/iniziativa:**

Triennio 2003-2005.

**Normativa di riferimento:**

L.R. 3/99.

**Istituzione:**

Regione Emilia-Romagna.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Azioni di marketing territoriale internazionale.

**Soggetti attuatori del progetto/iniziativa:**

Regione Emilia-Romagna.

**Tipologia dell’intervento:**

L’intervento regionale svilupperà le seguenti attività:

- Definizione del marketing mix della Regione, valorizzando sia i territori sia i settori, in accordo con gli Enti Locali.
- Definizione del piano di comunicazione sistemico regionale, che comprenda fra gli altri lo sviluppo di un sito web e di un database delle imprese esportatrici e internazionalizzate, la partecipazione a fiere e iniziative di particolare rilievo, la realizzazione di workshop itineranti, attività di Public Relations, lo sviluppo dei rapporti con gli organismi internazionali, la realizzazione di campagne sui media e di grandi eventi.
- Realizzazione di iniziative integrate rivolte ai mercati ritenuti prioritari, finalizzate alla attrazione di investimenti diretti.
- Gestione, presso lo Sportello regionale per l’internazionalizzazione, di un servizio di prima assistenza dei potenziali investitori e di accoglienza di delegazioni in entrata.

**Modalità di attuazione:**

Eventuali apposite convenzioni.

**Durata del progetto/iniziativa:**

Triennio 2003-2005.

**Normativa di riferimento:**

L.R. 3/99.

**Istituzione:**

Regione Emilia-Romagna, Commissione Sviluppo e rapporti economici con l’Estero del Parlamento Serbo

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Desk Serbia a Belgrado.

**Gestori del progetto:**

Sportello Internazionalizzazione, Camera Commercio Serba

**Quadro di riferimento:**

Tra la Regione Emilia-Romagna, la Commissione Sviluppo e rapporti economici con l’estero del Parlamento serbo e la Camera di Commercio della Serbia, anche in considerazione dei molteplici e positivi rapporti già esistenti tra i due territori, è stata sottoscritta un’intesa per l’attivazione di un desk Emilia-Romagna che faccia capo, in Serbia, alle stesse Istituzioni e, in Emilia-Romagna, allo Sportello regionale per l’internazionalizzazione, in rete con le Istituzioni locali ed il sistema camerale;

La Regione, come previsto dall’intesa medesima, ha stabilito accordi con soggetti istituzionali che hanno già avviato tali rapporti con la Serbia (Comune di Modena, Reggio nel Mondo, Camera di Commercio di Reggio-Emilia, Provincia di Bologna e Confservizi), per la loro partecipazione al desk regionale.

**Obiettivi del desk:**

- Promuovere la cooperazione istituzionale fra Regione Emilia-Romagna e Repubblica serba, veicolare iniziative, sostegni istituzionali e strumenti per la collaborazione, con particolare riferimento ai temi della cooperazione industriale e dell’attrazione di investimenti dall’Emilia-Romagna;
- attivare collaborazioni per il trasferimento di know-how e strumenti per la progettazione, realizzazione e diffusione di modelli di sviluppo delle PMI e per fornire assistenza tecnica alle Istituzioni serbe sui temi legati allo sviluppo industriale;
- coordinare le diverse attività realizzate dalle associazioni delle imprese, camere di commercio e consorzi export emiliano-romagnoli sul territorio serbo;
- avviare relazioni economiche tra imprese emiliano-romagnole e serbe, centrate sullo sviluppo di forme di cooperazione tecnologica, commerciale e produttiva, fornendo loro, fra l’altro, un’assistenza informativa e tecnica a sostegno dei programmi di interscambio e di investimento;
- favorire la definizione di progetti di collaborazione industriale e di sviluppo della PMI atti ad essere finanziati dal Governo italiano, dalla Commissione europea e da altri organismi nazionali e internazionali, quali l’UNOPS.

**Attività del desk:**

- coordinamento dell’attività e presenza regionale in Serbia;
- organizzazione di missioni in entrata e in uscita;
- organizzazione di incontri, seminari e corsi di formazione;
- realizzazione di attività di “scouting” per iniziative di cooperazione industriale serbo-emiliano-romagnola, con particolare attenzione al settore delle public utilities;
- attivazione di un servizio di informazione e assistenza alle imprese emiliano-romagnole sulle opportunità di collaborazione commerciale e imprenditoriale con le imprese della

Serbia, gare, appalti, finanziamenti messi a disposizione dal Governo serbo (e dagli enti locali) o da organismi internazionali, comprensiva di un servizio di assistenza in loco durante missioni di gruppi di imprese;

- costruzione di una banca dati delle imprese serbe;
- realizzazione e aggiornamento all’interno del sito della Camera, del sito web del Desk ER (in italiano e serbo).

Collocazione del desk Emilia-Romagna:

Presso la Camera di Commercio Serba: Belgrado, Via Resavska 13-15

**Attività da realizzare nell’ambito ed in collegamento con il desk Serbia:**

Promotori: Regione Emilia-Romagna, Comune di Modena, Reggio nel Mondo, CCIAA Reggio Emilia, UNOPS, Provincia di Bologna, Ministero Affari Esteri, Confservizi, 4 Italy.

Gestori: Desk Serbia, Comune di Modena, Reggio nel Mondo, CCIAA Reggio Emilia, Provincia di Bologna, 4 Italy.

Attività:

- partecipazione al desk Emilia-Romagna a Belgrado per l’attività di informazione e formazione a supporto dell’azione progettuale del Parlamento e dei competenti Ministeri della Repubblica serba volta alla messa a punto di strategie e misure concrete di sviluppo sostenibile per le PMI sulla base dell’esperienza maturata in Emilia-Romagna;  
(Comune di Modena, Reggio nel Mondo, Provincia di Bologna)
- realizzazione del progetto di assistenza tecnica all’Agenzia per lo Sviluppo delle Piccole e Medie imprese della Repubblica Serba.  
(Provincia di Bologna)
- partecipazione al desk Emilia-Romagna a Belgrado per attività di assistenza tecnica alle Istituzioni Serbe nell’ambito della definizione delle politiche per i servizi alle città;  
(4 Italy)
- assistenza formativa e informativa alle Istituzioni locali di Novi Sad per l’individuazione e la sperimentazione di linee pilota di intervento per la creazione di servizi di sostegno allo sviluppo in quel territorio delle PMI, in rapporto con gli organismi regionali di riferimento e con il sistema delle PMI dell’Emilia-Romagna;  
(Comune di Modena)
- apertura di un ufficio a Kragujevac, all’interno dell’agenzia di sviluppo locale, promossa dall’Unione Europea, che operi in rete con il desk Emilia-Romagna a Belgrado e con lo Sportello regionale per l’internazionalizzazione, finalizzato a promuovere la collaborazione tra le due aree territoriali e ad incentivare la presenza delle imprese regionali in Serbia ed, in particolare, nell’area di Kragujevac;  
(Reggio nel Mondo, AGAC, CCIAA Reggio Emilia)
- promozione e sviluppo delle relazioni economiche, commerciali e produttive tra imprese serbe ed emiliano-romagnole con il coinvolgimento di Camere di Commercio, Associazioni imprenditoriali, banche e Consorzi fidi, centri di servizi alle imprese:
  - informazione ed assistenza alle imprese regionali in Emilia-Romagna sulle opportunità industriali individuate nel Paese;
  - missioni in entrata e in uscita, workshop, attività di assistenza alle imprese regionali;  
(Comune di Modena, Reggio nel Mondo, Provincia di Bologna)

- studio di fattibilità per la collaborazione con le aziende locali nel settore dei servizi pubblici in Serbia, con particolare riferimento a città della Voivodjna, una delle regioni a più alto potenzialità di sviluppo del Paese;  
(4 Italy)
- individuazione di opportunità industriali in Serbia, informazione alle imprese regionali delle public utilities in Emilia-Romagna sulle opportunità industriali individuate; informazioni per l’accesso ai finanziamenti italiani o internazionali, in rete con lo Sportello per l’internazionalizzazione.  
(4 Italy)

**Risultati attesi:**

Incrementare le collaborazioni commerciali e produttive tra Emilia-Romagna e Serbia.

**Beneficiari:**

Il sistema economico e produttivo regionale.

**Tempistica:**

12 mesi.

**Istituzione:**  
SIMEST.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**  
Agevolazione dei crediti all'esportazione (decreto legislativo 143/98, ex l. 227/77).

**Obiettivi del progetto/iniziativa:**  
Consentire alle imprese esportatrici italiane di offrire agli acquirenti/committenti esteri dilazioni di pagamento a medio/lungo termine a condizioni e tassi di interesse competitivi, in linea con quelli offerti da concorrenti di paesi OCSE.

**Esportazioni agevolabili:**  
Forniture di macchinari, impianti, studi, progettazioni, lavori e servizi, nonché semilavorati o beni intermedi destinati in via esclusiva ad essere integrati in beni di investimento.

**Paesi esteri interessati:**  
Senza limitazioni.

**Tipologia dell'intervento:**  
Contributi agli interessi su finanziamenti concessi da banche italiane o estere.

**Finanziamenti ammissibili:**  
Il finanziamento può essere denominato in Euro ed in tutte le principali valute e può essere concesso dalla banca all'impresa italiana esportatrice a fronte del credito da questa accordato all'acquirente estero (credito fornitore) o direttamente alla controparte estera (credito acquirente o finanziario).  
Il finanziamento deve essere comunque denominato nella stessa valuta di denominazione del contratto di fornitura.  
Ai fini dell'ammissibilità, la garanzia assicurativa della SACE non è obbligatoria.

Importo agevolabile del finanziamento:

**Copre al massimo l'85% dell'importo della fornitura; una quota pari ad almeno il 15% deve essere pagata dall'acquirente per contanti.**

Eventuali esborsi all'estero devono essere contenuti nei limiti della quota contanti: in caso di eccedenza, l'importo del finanziamento ammissibile all'agevolazione è limitato al 100% del valore dei beni e servizi di origine italiana.

Se inclusi nell'importo della fornitura, sono assimilati a merce di origine italiana:

- i compensi di mediazione o agenzia, nella misura massima del 5% della fornitura;
- i compensi corrisposti a società di commercializzazione in relazione a operazioni di contro acquisto, nella misura massima del 5% della fornitura;
- le subforniture di merci e servizi di origine comunitaria, nei limiti previsti dalla normativa UE (v. Circolare **SIMEST**).

**Durata del credito all'esportazione:**  
Uguale o superiore a 24 mesi dal "punto di partenza del credito" (spedizione/consegna o, nel caso di impianti "chiavi in mano", collaudo preliminare). La durata massima è determinata in base agli accordi internazionali (Consensus), in relazione alla categoria del paese ed alle tipologie di operazioni.

**Tasso a carico del debitore estero (tasso agevolato):**

I tassi d’interesse minimi (CIRR) sono stabiliti mensilmente in sede OCSE in relazione alle differenti valute di denominazione del credito all’esportazione. Essi sono determinati sulla base delle quotazioni di titoli pubblici a medio/lungo termine a cui viene sommato un margine dell’1%.

Il tasso CIRR viene fissato durante la fase di negoziazione dell’operazione o al momento della stipula del contratto con la controparte estera e resta fisso per tutta la durata del credito all’esportazione.

I CIRR sono resi noti dall’Ufficio Italiano dei Cambi, e possono essere richiesti dalle imprese alle banche o direttamente alla SIMEST SpA collegandosi al Sito Internet <http://www.simest.it>. Quanto sopra non esclude l’applicabilità di tassi agevolati diversi dal CIRR nel caso di operazioni espressamente disciplinate da accordi internazionali di settore.

**Procedura:**

La richiesta di agevolazione viene presentata alla SIMEST dalla banca finanziatrice o, se del caso, dalla banca italiana intermediaria o direttamente dall’esportatore (limitatamente alle operazioni di credito fornitore con smobilizzo a tasso fisso sul mercato estero), allegando al **modulo di domanda** la documentazione in esso indicata.

La SIMEST esamina la domanda, ne determina le condizioni di intervento e la presenta al Comitato agevolazioni per l’approvazione entro un termine di 90 giorni dalla data della domanda (completa di documentazione).

Le condizioni di intervento e le modalità di corresponsione dei contributi variano in relazione alle diverse forme di finanziamento.

**Istituzione:**  
SIMEST.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**  
Finanziamento di programmi di penetrazione commerciale all’estero (l. 394/81).

**Obiettivi dell’iniziativa:**  
Favorire la realizzazione di strutture permanenti e di attività di supporto promozionale da parte di imprese italiane in paesi non appartenenti all’Unione Europea.

**Iniziative finanziabili:**  
Realizzazione di un insediamento durevole, nel senso di presenza stabile e qualificata, costituito, in genere, da uffici di rappresentanza, uffici o filiali di vendita e di centri di assistenza, magazzini, depositi e sale espositive.  
Il programma deve essere realizzato nell’arco di due anni.  
E’ ammissibile al finanziamento anche il potenziamento di strutture già operanti all’estero.

**Paesi esteri interessati:**  
Paesi non appartenenti all’Unione Europea.  
Di norma i programmi devono essere destinati ad una sola area geoeconomica e a non più di due paesi della stessa area. Sono ammesse spese da sostenere in paesi di proiezione, cioè vicini a quello in cui è realizzato il programma.

**Tipologia dell’intervento:**  
Finanziamenti a tasso agevolato a valere su un Fondo a carattere rotativo.

**Spese finanziabili:**  
Spese relative alla costituzione ed al funzionamento all’estero di rappresentanze permanenti, spese per studi di mercato, promozione, dimostrazione, pubblicità, nonché spese per la prestazione di servizi di assistenza pre e post-vendita.  
Nel caso di potenziamento di strutture già operanti all’estero, sono finanziabili le spese straordinarie ed aggiuntive rispetto alla normale attività derivanti dall’ampliamento delle strutture permanenti e/o del personale in loco.  
Ciascuna impresa può ottenere il finanziamento di un solo programma per volta.

**Importo finanziabile:**  
Il finanziamento copre al massimo l’85% delle spese globali previste dal programma per un importo comunque non superiore a:

- Euro 2.065.000 nella generalità dei casi
- Euro 3.098.000 nel caso di consorzio, società consortile o raggruppamento di **piccole e medie imprese** (come definite dalla disciplina comunitaria) che gestiscano direttamente il programma.

L’anticipo può essere concesso su richiesta dell’impresa fino al 10% del finanziamento.

**Durata del finanziamento:**  
La durata complessiva del finanziamento non può essere superiore a 7 anni dalla data di stipula del contratto di finanziamento, comprensivi di un periodo di preammortamento di 2 anni in cui sono corrisposti solo gli interessi.

Le rate sono semestrali, posticipate, a quote costanti di capitale più gli interessi sul debito residuo.

**Tasso di interesse:** Fisso per tutta la durata del finanziamento e pari al 40% del tasso di riferimento, per le operazioni di credito all'esportazione effettuate con raccolta all'interno a tassi variabili, vigente alla data di stipula del contratto di finanziamento.

#### **Garanzie:**

Le erogazioni del finanziamento sono subordinate alla presentazione di una delle seguenti garanzie:

- fideiussione bancaria o assicurativa redatta secondo lo **schema predisposto** dalla SIMEST e rilasciata da banche o compagnie assicurative di gradimento della SIMEST medesima;
- fideiussione di Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi (Confidi) appositamente convenzionati con la SIMEST;
- pegno su titoli;
- garanzia integrativa e sussidiaria, prevista dalla legge 57/2001, a valere su una disponibilità costituita presso il Fondo. Tale garanzia, riservata alle piccole e medie imprese non in grado di fornire integralmente idonee garanzie, può essere concessa fino al massimo del 40% dell'ammontare del finanziamento deliberato.

#### **Procedura:**

L'impresa presenta la richiesta di finanziamento alla SIMEST, allegando al modulo di domanda la documentazione in esso indicata.

Per le imprese artigiane la richiesta può essere presentata con apposito **modulo** alla Artigiancassa S.p.A., secondo una **convenzione** stipulata con SIMEST.

Il **modulo di domanda** prevede che l'impresa fornisca una serie di informazioni, alcuni dati e documenti, i bilanci degli ultimi tre esercizi disponibili, una relazione sul programma che ne illustri, in particolare, l'impostazione, gli obiettivi e le modalità di realizzazione, ed infine una descrizione analitica di tutte le spese previste, accompagnata da relativo preventivo.

Nel valutare la richiesta la SIMEST esamina la validità tecnica, finanziaria ed economica del programma in relazione alla consistenza patrimoniale, finanziaria ed organizzativa dell'impresa richiedente.

In merito agli aspetti promozionali e commerciali del programma, la SIMEST può chiedere un parere al Ministero delle Attività Produttive.

La richiesta di finanziamento è sottoposta al Comitato sulla base di un criterio strettamente cronologico entro 90 giorni dalla data di presentazione della domanda. All'agevolazione sono ammesse con priorità le **piccole e medie imprese**, comprese quelle agricole, loro consorzi o raggruppamenti, le società a prevalente capitale pubblico che operano per la commercializzazione all'estero dei prodotti delle piccole e medie imprese del Mezzogiorno. E' inoltre riconosciuto un accesso prioritario ai soggetti in possesso di una certificazione di qualità del prodotto o dell'azienda.

Il Comitato delibera in merito alla concessione del finanziamento e alla relativa garanzia.

A seguito della delibera, la SIMEST provvede alla stipula del contratto di finanziamento, all'assunzione delle garanzie e alle erogazioni del finanziamento.

**Istituzione:**  
SIMEST.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**  
Finanziamenti per la partecipazione a gare internazionali (l. 304/90).

**Finalità:**  
Agevolare la partecipazione delle imprese italiane alle gare internazionali in paesi non appartenenti all’Unione Europea.

**Iniziative finanziabili:**  
Partecipazione di imprese italiane a gare internazionali indette in paesi non appartenenti all’Unione Europea e, comunque, non indette dalla UE.

**Paesi esteri interessati:**  
Paesi non appartenenti all’Unione Europea.

**Tipologia dell’intervento:**  
Finanziamenti a tasso agevolato a valere su un Fondo a carattere rotativo.

**Spese finanziabili:**  
Tutte le spese per l’elaborazione, la presentazione e la discussione dell’offerta, indicate dettagliatamente in un preventivo. Sono ammissibili al finanziamento le spese sostenute nel periodo intercorrente tra la data di presentazione della domanda ed il termine di scadenza per la presentazione dell’offerta definitiva.

**Importo finanziabile:**  
Il finanziamento copre fino al 100% delle spese inserite nel preventivo. Il limite massimo dell’importo del finanziamento è determinato in rapporto al valore della commessa per la quale concorre l’impresa (1% per i primi Euro 25.822.000, 0,70% per i successivi Euro 25.822.000, 0,50% per i successivi Euro 51.645.000 e 0,25% per l’eccedenza; ovvero, nel caso di gare per servizi di ingegneria e/o consulenza tecnico-economica, 5% per i primi Euro 5.164.000 e 1% per l’eccedenza) nei seguenti limiti:

- Euro 1.032.000 per beneficiario per gara;
- Euro 2.582.000 per gara (nel caso di più concorrenti per una stessa gara);
- Euro 2.582.000 per anno per singolo beneficiario che partecipi a più gare (e fino ad un’esposizione massima di Euro 5.164.000 al netto dei rimborsi effettuati).

Nel caso di imprese appartenenti ad un gruppo (i cui bilanci rientrano in uno stesso bilancio consolidato), l’importo del finanziamento non può complessivamente superare Euro 1.032.000 per singola gara; in ogni caso, l’importo complessivo dei finanziamenti concessi alle imprese del gruppo non può eccedere Euro 5.164.000, al netto dei rimborsi effettuati.

**Durata del finanziamento:**  
La durata complessiva del finanziamento è di 4 anni, dalla data della prima erogazione, comprensivi di un periodo di preammortamento di 1 anno e mezzo in cui sono corrisposti solo gli interessi. Le rate sono semestrali, posticipate, a quote costanti di capitale più gli interessi sul debito residuo. Qualora dall’esito della gara l’impresa italiana risulti aggiudicataria e firmataria del contratto, le somme erogate dovranno essere restituite entro 30 giorni dalla data di incasso dell’anticipo contrattuale.

**Tasso di interesse:** Fisso per tutta la durata del finanziamento e pari al 40% del tasso di riferimento, per le operazioni di credito all’esportazione effettuate con raccolta all’interno a tassi variabili, vigente alla data di stipula del contratto di finanziamento.

**Garanzie:**

Le erogazioni del finanziamento sono subordinate alla presentazione di una delle seguenti garanzie:

- fideiussione bancaria, o assicurativa, redatta secondo lo **schema predisposto** dalla SIMEST e rilasciata da banche o compagnie assicurative di gradimento della SIMEST medesima;
- fideiussione di Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi (Confidi) convenzionati con la SIMEST;
- pegno su titoli.

**Procedura:**

L’impresa presenta la richiesta di finanziamento alla SIMEST, allegando al **modulo di domanda** la documentazione in esso indicata.

Il **modulo di domanda** prevede che l’impresa fornisca una copia del bando di gara o lettera di invito alla partecipazione o documentazione della gara, una breve illustrazione della gara anche nel suo iter procedurale, un preventivo con la descrizione analitica di tutte le spese da sostenere, la tipologia di garanzie previste, una sintetica presentazione dell’impresa, completa di alcuni dati e documenti, i bilanci degli ultimi tre esercizi disponibili.

La SIMEST effettua l’istruttoria al fine di valutare la capacità economica e finanziaria dell’impresa, di accertare la finanziabilità delle spese preventivate e le modalità di partecipazione alla gara, nonché la validità economico-commerciale della gara stessa. In merito agli aspetti economico-commerciali, la SIMEST può chiedere un parere al Ministero delle Attività Produttive.

La richiesta di finanziamento è sottoposta al Comitato sulla base di un criterio strettamente cronologico. All’agevolazione sono ammesse con priorità le domande presentate da imprese in possesso di certificazione di qualità.

Il Comitato delibera in merito alla concessione del finanziamento e alla relativa garanzia. Dopo la delibera del Comitato, la SIMEST, provvede alla stipula del contratto di finanziamento, all’assunzione delle garanzie ed alle erogazioni.

**Istituzione:**  
SIMEST.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Studi di prefattibilità e fattibilità collegati a commesse in cui il corrispettivo è costituito in tutto o in parte dal diritto di gestire l’opera.

**Finalità:**

Sostenere con finanziamenti agevolati le imprese italiane, loro consorzi o associazioni, che predispongono studi di prefattibilità e di fattibilità connessi all’aggiudicazione di commesse in Paesi non appartenenti all’Unione Europea, in cui il corrispettivo è costituito, in tutto o in parte, dal diritto di gestire l’opera.

**Iniziative finanziabili:**

Spese relative a studi di prefattibilità e fattibilità connessi all’aggiudicazione di commesse, in cui il corrispettivo è costituito in tutto o in parte dal diritto di gestire l’opera. Sono ammissibili le spese sostenute nell’arco dei sei mesi che decorrono dalla delibera di concessione del finanziamento.

**Paesi esteri interessati:**

Paesi non appartenenti all’Unione Europea.

**Tipologia dell’intervento:**

Finanziamenti a tasso agevolato a valere su un Fondo a carattere rotativo.

**Spese finanziabili:**

Tutte le spese inserite nel preventivo a firma del legale rappresentante. In particolare, salari, emolumenti dovuti a consulenti o ad esperti, viaggi, studi di supporto, test, altre spese di natura tecnica che risultino strettamente collegate allo studio da effettuare.

**Importo finanziabile:**

50% delle spese globali inserite nel preventivo di spesa per un importo comunque non superiore a Euro 361.000.

**Limiti per beneficiario/iniziativa:**

- per la stessa commessa, complessivamente, possono essere finanziati studi di prefattibilità e di fattibilità per un importo totale non superiore a Euro 1.032.000. Qualora le richieste di finanziamento di più studi di prefattibilità e di fattibilità, relativi alla stessa commessa, comportino un impegno finanziario maggiore, si procede a riduzioni proporzionali;
- l’esposizione massima di ciascuna impresa, nei confronti del Fondo rotativo a valere sul quale si concedono i finanziamenti ai sensi del Dlgs 143/98, art.22, comma 5 - D.M. 23.3.2000, n. 136, non può superare Euro 2.582.000.

**Durata del finanziamento:**

La durata complessiva del finanziamento non può essere superiore a 3 anni e sei mesi, a partire dalla data di stipula del contratto, comprensivi di un periodo di preammortamento di 6 mesi in cui sono corrisposti solo gli interessi. Le rate sono semestrali, posticipate, a quote costanti di capitale più gli interessi sul debito residuo.

**Tasso di interesse:** Fisso per tutta la durata del finanziamento e pari al 25% del tasso di riferimento applicabile alle operazioni di credito all’esportazione effettuate con raccolta all’interno a tassi variabili, vigente alla data di stipula del contratto di finanziamento.

**Garanzie:**

Le erogazioni del finanziamento sono subordinate alla presentazione di una delle seguenti garanzie:

- fideiussione bancaria e/o assicurativa redatta secondo lo **schema predisposto** dalla SIMEST e rilasciata da banche o compagnie assicurative di gradimento della SIMEST medesima;
- fideiussione di Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi (Confidi) appositamente convenzionati con la SIMEST;
- pegno su titoli.

Le garanzie rilasciate da P.M.I., loro Consorzi o associazioni devono coprire il 50% del finanziamento erogato, mentre le garanzie rilasciate da G.I. devono coprire il 100% del finanziamento erogato.

**Procedura:**

L’impresa presenta la richiesta di finanziamento alla SIMEST, allegando al modulo di domanda la documentazione in esso indicata.

Il **modulo di domanda** prevede che l’impresa fornisca una serie di informazioni, alcuni dati e documenti, i bilanci degli ultimi tre esercizi disponibili, una relazione illustrativa dell’operazione, il preventivo delle spese da sostenere e le informazioni relative a eventuali soggetti esterni (agenzia specializzata, operatore locale o altri soggetti) che devono effettuare lo studio.

Nel valutare la richiesta la SIMEST accerta la capacità economica e finanziaria dell’impresa in relazione al programma presentato e verifica la finanziabilità delle spese preventivate, nonché la validità economico-commerciale dello studio di prefattibilità o fattibilità.

In merito alla validità economica e commerciale dell’attività per la quale è richiesto il finanziamento e alla situazione dei mercati esteri di destinazione, la SIMEST SPA può richiedere informazioni al Ministero delle Attività Produttive.

La richiesta di finanziamento è sottoposta al Comitato sulla base di un criterio strettamente cronologico entro 90 giorni dalla data di presentazione della domanda. All’agevolazione sono ammesse con priorità le **piccole e medie imprese**, comprese quelle agricole, nonché i loro consorzi o associazioni; in secondo luogo, sono ammesse con priorità le richieste delle imprese in possesso di certificazione di qualità.

Il Comitato delibera in merito alla concessione del finanziamento e alla relativa garanzia.

A seguito della delibera, la SIMEST provvede alla stipula del contratto di finanziamento, all’assunzione delle garanzie (entro due mesi dalla stipula del contratto) e all’erogazione del finanziamento (entro il mese successivo) in un’unica soluzione.

**Istituzione:**  
SIMEST.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**  
Studi di fattibilità collegati ad esportazioni o ad investimenti italiani all’estero.

**Finalità:**  
Sostenere con finanziamenti agevolati le imprese italiane, loro consorzi o associazioni, che predispongono studi di fattibilità collegati ad esportazioni o ad investimenti italiani all’estero in Paesi non appartenenti all’Unione Europea.

**Iniziativa finanziabili:**  
Spese relative a studi di fattibilità collegati alle esportazioni o ad investimenti italiani all’estero. Sono ammissibili le spese sostenute nell’arco dei sei mesi che decorrono dalla delibera di concessione del finanziamento.

**Paesi esteri interessati:**  
Paesi non appartenenti all’Unione Europea.

**Tipologia dell’intervento:**  
Finanziamenti a tasso agevolato a valere su un Fondo a carattere rotativo.

**Spese finanziabili:**  
Tutte le spese inserite nel preventivo a firma del legale rappresentante. In particolare, salari, emolumenti dovuti a consulenti o ad esperti, viaggi, studi di supporto, test, altre spese di natura tecnica che risultino strettamente collegate allo studio da effettuare.

**Importo finanziabile:**  
100% delle spese globali inserite nel preventivo di spesa per un importo comunque non superiore a Euro 361.000;

**Limiti per beneficiario/iniziativa:**  
per lo stesso investimento, complessivamente, possono essere finanziati studi di prefattibilità e di fattibilità per un importo totale non superiore a Euro 1.032.000. Qualora le richieste di finanziamento di più studi di fattibilità, relativi allo stesso investimento, comportino un impegno finanziario maggiore, si procede a riduzioni proporzionali;

- l’esposizione massima di ciascuna impresa, nei confronti del Fondo rotativo a valere sul quale si concedono i finanziamenti ai sensi del Dlgs 143/98, art.22, comma 5 - D.M. 23.3.2000, n. 136, non può superare Euro 2.582.000.

**Durata del finanziamento:**  
La durata complessiva del finanziamento non può essere superiore a 3 anni e sei mesi, a partire dalla data di stipula del contratto, comprensivi di un periodo di preammortamento di 6 mesi in cui sono corrisposti solo gli interessi.  
Le rate sono semestrali, posticipate, a quote costanti di capitale più gli interessi sul debito residuo.

**Tasso di interesse:** Fisso per tutta la durata del finanziamento e pari al 25% del tasso di riferimento applicabile alle operazioni di credito all’esportazione effettuate con raccolta all’interno a tassi variabili, vigente alla data di stipula del contratto di finanziamento.

**Garanzie:**

Le erogazioni del finanziamento sono subordinate alla presentazione di una delle seguenti garanzie:

- fideiussione bancaria e/o assicurativa redatta secondo lo **schema predisposto** dalla SIMEST e rilasciata da banche o compagnie assicurative di gradimento della SIMEST medesima;
- fideiussione di Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi (Confidi) appositamente convenzionati con la SIMEST;
- pegno su titoli.

Le garanzie rilasciate da P.M.I., loro Consorzi o associazioni devono coprire il 50% del finanziamento erogato, mentre le garanzie rilasciate da G.I. devono coprire il 100% del finanziamento erogato.

**Procedura:**

L’impresa presenta la richiesta di finanziamento alla SIMEST, allegando al modulo di domanda la documentazione in esso indicata.

Il **modulo di domanda** prevede che l’impresa fornisca una serie di informazioni, alcuni dati e documenti, i bilanci degli ultimi tre esercizi disponibili, una relazione illustrativa dell’operazione, il preventivo delle spese da sostenere e le informazioni relative a eventuali soggetti esterni (agenzia specializzata, operatore locale o altri soggetti) che devono effettuare lo studio.

Nel valutare la richiesta la SIMEST accerta la capacità economica e finanziaria dell’impresa in relazione al programma presentato e verifica la finanziabilità delle spese preventivate, nonché la validità economico-commerciale dello studio di fattibilità.

In merito alla validità economica e commerciale dell’attività per la quale è richiesto il finanziamento e alla situazione dei mercati esteri di destinazione, la SIMEST SPA può richiedere informazioni al Ministero delle Attività Produttive.

La richiesta di finanziamento è sottoposta al Comitato sulla base di un criterio strettamente cronologico entro 90 giorni dalla data di presentazione della domanda. All’agevolazione sono ammesse con priorità le **piccole e medie imprese**, comprese quelle agricole, nonché i loro consorzi o associazioni; in secondo luogo, sono ammesse con priorità le richieste delle imprese in possesso di certificazione di qualità.

Il Comitato delibera in merito alla concessione del finanziamento e alla relativa garanzia.

A seguito della delibera, la SIMEST provvede alla stipula del contratto di finanziamento, all’assunzione delle garanzie (entro due mesi dalla stipula del contratto) e all’erogazione del finanziamento (entro il mese successivo) in un’unica soluzione.

**Istituzione:**  
SIMEST.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**  
Programmi di assistenza tecnica.

**Finalità:**  
Sostenere con finanziamenti agevolati le imprese italiane, loro consorzi o associazioni, che realizzano programmi di assistenza tecnica in paesi non appartenenti all'Unione Europea.

**Iniziative finanziabili:**  
Insieme organico di interventi nell'ambito di un programma di assistenza tecnica collegati alle esportazioni o ad investimenti italiani all'estero. Sono ammissibili le spese sostenute nell'arco di dodici mesi che decorrono dalla delibera di concessione del finanziamento.

**Paesi esteri interessati:**  
Paesi non appartenenti all'Unione Europea.

**Tipologia dell'intervento:**  
Finanziamenti a tasso agevolato a valere su un Fondo a carattere rotativo.

**Spese finanziabili:**  
Tutte le spese a carico dell'impresa inserite nel preventivo a firma del legale rappresentante. In particolare, quelle connesse all'installazione e messa in opera di macchinari o impianti, nonché quelle derivanti dall'attività di addestramento, formazione, viaggi e soggiorni nel paese di destinazione del programma, e altre spese, a condizione che risultino strettamente collegate al programma di assistenza. L'esportazione o l'investimento, in relazione ai quali è previsto il programma di assistenza tecnica, devono essere stati effettuati non più di sei mesi prima della data di presentazione della domanda di finanziamento. Lo stesso termine si applica anche alla data di stipula dell'accordo/contratto di assistenza tecnica.

**Importo finanziabile:**  
100% delle spese globali inserite nel preventivo di spesa per un importo comunque non superiore a Euro 516.000;

**Limiti per beneficiario/iniziativa:**  
L'esposizione massima di ciascuna impresa, nei confronti del Fondo rotativo a valere sul quale si concedono i finanziamenti ai sensi del Dlgs 143/98, art.22, comma 5 - D.M. 23.3.2000, n. 136, non può superare Euro 2.582.000.

**Durata del finanziamento:**  
La durata complessiva del finanziamento non può essere superiore a 4 anni, a partire dalla data di stipula del contratto, comprensivi di un periodo di preammortamento di 12 mesi in cui sono corrisposti solo gli interessi. Le rate sono semestrali, posticipate, a quote costanti di capitale più gli interessi sul debito residuo.

**Tasso di interesse:** Fisso per tutta la durata del finanziamento e pari al 25% del tasso di riferimento applicabile alle operazioni di credito all'esportazione effettuate con raccolta all'interno a tassi variabili, vigente alla data di stipula del contratto di finanziamento.

### **Garanzie:**

Le erogazioni del finanziamento sono subordinate alla presentazione di una delle seguenti garanzie:

- fideiussione bancaria e/o assicurativa redatta secondo lo **schema predisposto** dalla SIMEST e rilasciata da banche o compagnie assicurative di gradimento della SIMEST medesima;
- fideiussione di Consorzi di Garanzia Collettiva Fidi (Confidi) appositamente convenzionati con la SIMEST;
- pegno su titoli.

Le garanzie rilasciate da P.M.I., loro Consorzi o associazioni devono coprire il 50% del finanziamento erogato, mentre le garanzie rilasciate da G.I. devono coprire il 100% del finanziamento erogato.

### **Procedura:**

L’impresa presenta la richiesta di finanziamento alla SIMEST, allegando al modulo di domanda la documentazione in esso indicata.

Il **modulo di domanda** prevede che l’impresa fornisca una serie di informazioni, alcuni dati e documenti, i bilanci degli ultimi tre esercizi disponibili, l’accordo/contratto di assistenza tecnica, una relazione illustrativa dell’operazione, il preventivo delle spese da sostenere e le informazioni relative a eventuali soggetti esterni (operatore locale o altri soggetti) che devono effettuare il programma.

Nel valutare la richiesta, la SIMEST esamina la validità tecnica, finanziaria ed economica del programma in relazione alla consistenza patrimoniale, finanziaria ed organizzativa dell’impresa richiedente.

In merito agli aspetti economici e commerciali dell’attività, la SIMEST può chiedere un parere al Ministero delle Attività Produttive.

La richiesta di finanziamento è sottoposta al Comitato sulla base di un criterio strettamente cronologico entro 90 giorni dalla data di presentazione della domanda. All’agevolazione sono ammesse con priorità le **piccole e medie imprese**, comprese quelle agricole, nonché i loro consorzi o associazioni; in secondo luogo, sono ammesse con priorità le richieste delle imprese in possesso di certificazione di qualità.

Il Comitato delibera in merito alla concessione del finanziamento e alla relativa garanzia.

A seguito della delibera, la SIMEST provvede alla stipula del contratto di finanziamento, all’assunzione delle garanzie (entro due mesi dalla stipula del contratto) e all’erogazione del finanziamento (entro il mese successivo).

Per i programmi di assistenza tecnica si eroga una quota pari al 70% del finanziamento concesso nei termini di cui sopra e l’eventuale quota a saldo a seguito di presentazione del consuntivo delle spese sostenute.

**Istituzione:**  
SIMEST.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**  
Partecipazione al capitale di imprese estere.

**Finalità:**  
Affiancare l'impresa italiana o comunitaria (se controllata da società italiane) nella internazionalizzazione della propria attività favorendone l'ingresso in mercati esteri ad elevato potenziale.

**Obiettivi:**  
Supportare la realizzazione del programma di investimento attraverso la partecipazione diretta al capitale della società estera. La partecipazione della SIMEST è il presupposto per l'erogazione di **contributi agli interessi** a fronte di un finanziamento concesso all'impresa italiana da soggetti, italiani o esteri, autorizzati all'esercizio dell'attività bancaria. La SIMEST, inoltre, affianca le imprese italiane nella identificazione ed eventuale reperimento di ulteriori coperture finanziarie (da parte di Banche e Istituzioni nazionali e/o sovranazionali).

**Soggetti richiedenti:**  
SIMEST può valutare proposte di partecipazione provenienti da società di capitali, società di persone, cooperative, consorzi, associazioni di imprese. Gli interventi SIMEST vengono accordati prioritariamente a PMI e loro consorzi.

**Paesi esteri interessati:**  
Tutti, esclusa la U.E. . Gli interventi riguardano Paesi a) con i quali sono in vigore accordi per la protezione degli investimenti con il Governo italiano o con organizzazioni sovranazionali; b) che per tradizione, cultura, legami etnici presentano un clima favorevole agli investimenti italiani; c) presentano una particolare rilevanza "geopolitica" per il Sistema Italia. Iniziative in altri Paesi vengono valutate caso per caso.

**Settori:**  
L'intervento SIMEST avviene, preferenzialmente, in imprese estere attive nello stesso settore di attività dell'impresa italiana richiedente, o in settori situati a monte o a valle del processo produttivo nell'ambito del concetto di "filiera"; non vi sono preclusioni settoriali e, pertanto, sono inclusi, oltre al manifatturiero i settori commerciale e servizi.

**Modalità di intervento:**  
Partecipazione fino al 25% del capitale sociale delle imprese estere; di norma la partecipazione SIMEST risulta commisurata rispetto a quella dei partners.

**Durata:**  
Massimo 8 anni, entro i quali viene concordato con i partners italiani il periodo di riacquisto della quota SIMEST.

**Condizioni:**  
Le condizioni della partecipazione SIMEST vengono concordate con le imprese partner in funzione della tipologia dell'attività prevista, dei risultati attesi, della situazione del Paese in cui si va ad operare, del ruolo e delle prospettive delle società italiane interessate. Il riacquisto

della quota SIMEST avviene, in assenza di quotazioni ufficiali, con riferimento al valore patrimoniale dell’impresa estera. L’impegno del socio italiano al riacquisto della partecipazione SIMEST può essere garantito in funzione degli stessi aspetti su citati, attraverso un ampio ventaglio di soluzioni, la cui scelta viene preventivamente concordata con i partners.

**Richiesta di intervento:**

SIMEST esamina le richieste di partecipazione acquisendo le informazioni relative al progetto di investimento ed ai partners senza uno schema precostituito, ossia non impone alcuna modulistica di presentazione, ma fornisce una **check-list** delle informazioni che successivamente viene adattata dagli analisti alle necessità di approfondimento che si rendono opportune per la singola iniziativa.

**Istituzione:**  
SIMEST.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**  
Contributo agli interessi sul finanziamento della quota di partecipazione dell'impresa italiana (l. 100/90, art.4 - D.M. 1.3.2000, n.113).

**Finalità:**  
Favorire la partecipazione di imprese italiane in società o imprese all'estero in paesi non appartenenti all'Unione Europea.

**Iniziative agevolabili:**  
Acquisizione di quote di capitale di rischio in imprese all'estero di nuova costituzione o già costituite, **partecipate dalla SIMEST**. L'acquisizione di quote di capitale di rischio deve avvenire dopo la delibera di partecipazione della SIMEST nell'impresa estera. L'intervento agevolativo può essere concesso anche in presenza di interventi finanziari resi disponibili da organismi internazionali operanti nel settore della promozione degli investimenti all'estero, come ad esempio i programmi comunitari che possono essere attivati anche tramite SIMEST.

**Paesi esteri interessati:**  
Paesi non appartenenti all'Unione Europea.

**Tipologia dell'intervento:**  
Contributo agli interessi a fronte di un finanziamento concesso all'impresa italiana da soggetti, italiani o esteri, autorizzati all'esercizio dell'attività bancaria.

**Importo agevolabile del finanziamento:**  
L'agevolazione copre fino al 90% del controvalore in euro della quota di partecipazione italiana al capitale dell'impresa estera fino al 51% del capitale di quest'ultima. Pertanto, qualora la quota di partecipazione superi complessivamente il 51%, l'importo agevolabile del finanziamento è limitato al 90% del 51% del capitale dell'impresa estera.  
L'intervento è concesso entro i seguenti limiti di importo:

- importo massimo ammesso all'agevolazione per impresa e per anno solare: Euro 40 milioni;
- importo massimo ammesso all'agevolazione per gruppo economico (nell'ambito di uno stesso bilancio consolidato) e per anno solare: Euro 80 milioni.

L'agevolazione è concessa nei limiti delle norme comunitarie.

**Durata del finanziamento:**  
La durata massima del finanziamento bancario è di 8 anni a partire dalla prima erogazione del finanziamento, compreso un periodo massimo di utilizzo e preammortamento di 3 anni.

**Tasso di interesse:**  
Liberamente concordato tra l'impresa e la banca finanziatrice.

**Tasso di contribuzione:**  
Fisso per tutta la durata dell'agevolazione, il tasso di contribuzione è pari al 50% del tasso di riferimento previsto dal DPR 902/76, vigente alla data di stipula del contratto di finanziamento.

**Procedura:**

Le imprese italiane devono presentare la **domanda di agevolazione** direttamente alla SIMEST, allegando al modulo di domanda la documentazione in esso indicata. La domanda può essere presentata anche prima della data della delibera del Consiglio di Amministrazione della SIMEST di partecipazione nell'impresa all'estero, ma comunque non oltre 3 mesi da tale data.

Al fine di favorire l'impresa nella presentazione della domanda, con la comunicazione della suddetta delibera, la SIMEST invia all'impresa italiana anche il modulo di domanda già pre-compilato con i dati in suo possesso. Una volta verificato, eventualmente aggiornato, completato e sottoscritto, il modulo viene restituito dall'impresa alla SIMEST.

Qualora l'impresa intenda presentare la domanda prima della data della delibera di partecipazione, essa può compilare interamente il modulo o chiedere anticipatamente alla SIMEST l'invio del modulo pre-compilato.

Le domande di ammissione all'agevolazione sono sottoposte alle determinazioni del Comitato, nel rispetto dell'ordine cronologico di ricezione, se complete della documentazione elencata nel modulo di domanda e della delibera del Consiglio di Amministrazione della SIMEST contenente le condizioni ed i termini della partecipazione nell'impresa all'estero.

Qualora le disponibilità finanziarie del fondo contributi fossero insufficienti rispetto alle domande presentate, saranno accolte prioritariamente le domande avanzate dalle imprese in possesso di certificazione di qualità del prodotto o dell'azienda.

**Istituzione:**

Promec.

Nell'anno 2004 il programma promozionale di Promec coprirà le seguenti aree geografiche:

- ITALIA
- EUROPA OCCIDENTALE
- EUROPA ORIENTALE
- NUOVI STATI INDIPENDENTI
- ASIA
- MEDITERRANEO, AFRICA E MEDIO ORIENTE
- OCEANIA
- AREA NAFTA
- CENTRO E SUD AMERICA

Il programma che segue è stato redatto tenendo conto delle indicazioni e dei dati a disposizione della PROMEC e dei suggerimenti emersi dalla consultazione con le Associazioni imprenditoriali.

Le iniziative indicate non si sovrappongono a quelle dello Sportello Regionale per l'internazionalizzazione, ma le integrano. E' possibile che, nel corso del 2004, alcune iniziative previste non vengano svolte, per ragioni oggi imprevedibili, mentre, nel contempo, compatibilmente con le disponibilità economiche, sorga l'esigenza di realizzarne altre suggerite dal contatto giornaliero con le imprese e le Associazioni, dal rapporto di collaborazione costante con l'ICE e con le Camere di Commercio italiane all'estero, oltre che dalla collaborazione, ormai consolidata, con altre importanti Aziende Speciali.

### **ITALIA**

Persona di riferimento: Francesca Righi

- Organizzazione di una delegazione di buyers esteri alla fiera Mecspe di Parma 25 - 27 Marzo - settore meccanica specializzata
- Organizzazione di una delegazione di buyers esteri alla fiera Exit Exportitalia - giugno e novembre - Fano di Argelato - settore abbigliamento

### **EUROPA OCCIDENTALE**

Persone di riferimento: Anna Daniela Mazzali e Maria Romeo

#### **Danimarca**

- Progetto agroalimentare in collaborazione con Regione Emilia Romagna

#### **Finlandia**

- Progetto agroalimentare in collaborazione con Regione Emilia Romagna

#### **Francia**

- Partecipazione alla fiera Lyon Mode City - Lione - Settembre - settore abbigliamento
- Partecipazione alla fiera Salone Internazionale della Lingerie di Parigi - Gennaio - settore abbigliamento
- Partecipazione alla fiera Sial Parigi - ottobre - settore alimentare
- Partecipazione alla fiera Midest di Parigi - novembre - settore meccanico

#### **Germania**

- Partecipazione alla fiera Euromold di Francoforte - dicembre - settore subfornitura stampaggi di materie plastiche

- Incontri a Modena con delegazione tedesca del settore abbigliamento in collaborazione con Camera Italiana di Francoforte
  - Prosecuzione del progetto settore meccanico
  - Iniziativa gastronomica in collaborazione con Regione Emilia Romagna
- Norvegia**
- Progetto agroalimentare in collaborazione con Regione Emilia Romagna
- Svezia**
- Progetto agroalimentare in collaborazione con Regione Emilia Romagna
- Svizzera**
- Partecipazione alla fiera Swisstech di Basilea - novembre - settore subfornitura meccanica

## EUROPA ORIENTALE

Persona di riferimento: Anna Daniela Mazzali

### **Bulgaria**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Sofia
- Giornata Paese a Modena in collaborazione con l'ufficio di collegamento di Sofia
- Partecipazione alla fiera Vinaria di Plovdiv - febbraio - settore vinicolo

### **Polonia**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Varsavia
- Giornata paese a Modena in collaborazione con l'ufficio di collegamento
- Work Shop a Modena settore alimentare
- Work Shop a Modena settore abbigliamento

### **Repubblica Ceca**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Praga

### **Romania**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Bacau
- Missione modenese plurisetoriale in Romania
- Missione rumena plurisetoriale a Modena

### **Serbia - Montenegro**

- Giornata paese a Modena

### **Slovacchia**

- Organizzazione di una missione di imprenditori modenesi dei settori meccanica e tessile in collaborazione con la Camera di Commercio italo-slovacca di Bratislava

### **Slovenia**

- Organizzazione a Modena di una giornata Paese in collaborazione con la Camera di Commercio di Ljubiana

### **Ungheria**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Budapest
- Organizzazione di una missione di imprenditori modenesi a Budapest plurisetoriale - aprile

### **Più Paesi**

- Convegno a Modena su allargamento Unione Europea a nuovi Paesi

## NUOVI STATI INDIPENDENTI

Persona di riferimento: Maria Romeo

#### **Bielorussia**

- Organizzazione di una missione modenese del settore macchine per la lavorazione legno

#### **Kazakistan**

- Organizzazione di una giornata Paese a Modena
- Fiera AUTOSHOW di Alma-Ata - ottobre 2004 - settore autoveicoli

#### **Russia**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Mosca
- Giornata paese a Modena - marzo
- Missione modenese a Mosca - plurisettoriale
- Missione modenese a Rostov sul Don del settore tecnologia
- Organizzazione corso di formazione per addetti settore macchine per ceramica - Mosca - gennaio

#### **Ucraina**

- Progetto "Ucraina-Italia" per lo sviluppo di collaborazioni economiche

### **ASIA**

Persona di riferimento: Barbara Bisi

#### **Cina**

- Partecipazione al Centro Servizi di Shanghai di UNIONCAMERE e REGIONE EMILIA ROMAGNA
- Partecipazione alla fiera SIAL CHINA di Shanghai - aprile - settore alimentare
- Progetto Cina

#### **Corea del Sud**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Seoul
- Missione in Corea per la promozione dei prodotti tipici modenesi
- Partecipazione alla Fiera KOFURN - ottobre 2004 - settore macchine lavorazione legno

#### **Giappone**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Tokyo
- Delegazione a Modena di giornalisti e importatori per la promozione del settore alimentare modenese

#### **India**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Mumbai
- Giornata Paese a Modena in collaborazione con Desk Inditalia

### **MEDITERRANEO AFRICA E MEDIO ORIENTE**

Persona di riferimento: Barbara Bisi

#### **Area Mediterraneo**

- Proseguimento progetto Forum sul Turismo IV edizione con Camera di Commercio di Rimini esteso all'edilizia

#### **Emirati Arabi**

- Mostra di prodotti/cataloghi di imprese modenesi a Sharjah in collaborazione con Camera di Commercio locale - plurisettoriale
- Partecipazione collettiva alla fiera Big 5 Show di Dubai - novembre - settore edilizia

#### **Libia**

- Partecipazione alla Fiera internazionale di Tripoli - aprile - multisettoriale

### **Tunisia - Marocco**

- Proseguimento del Progetto Mediterraneo nel settore Packaging con Camera di Commercio di Bologna

## **OCEANIA**

Persona di riferimento: Barbara Bisi

### **Australia**

- Seminari in Australia settore ceramico - novembre
- Iniziativa gastronomica a Sidney con Camera di Commercio italo-australiana

## **AREA NAFTA**

Persona di riferimento: Stefania Borghi

### **Canada**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Montreal
- Organizzazione a Modena di una Giornata Paese in collaborazione con l'ufficio di collegamento di Montreal
- Organizzazione di una missione agroalimentare a Montreal
- Missione plurisettoriale a Montreal e Toronto - ottobre

### **Messico**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento di Città del Messico

### **Stati Uniti**

- Mantenimento dell'Ufficio di Collegamento di New York
- Partecipazione alla Fiera "Summer Fancy Food" di New York - giugno- luglio - settore alimentare
- Partecipazione alla fiera World Wine Market di San Francisco - maggio - settore vinicolo
- Partecipazione al progetto "Disneyworld" - Orlando - ottobre-novembre
- Prosecuzione del progetto "Comprare italiano"
- Missione modenese a Chicago in collaborazione con la Camera di Commercio italiana

## **CENTRO E SUD AMERICA**

Persona di riferimento: Stefania Borghi

### **Argentina**

- Mantenimento dell'Ufficio di Collegamento di Rosario
- Missione a Modena dell'Associazione Cooperative Argentine (ACA)

### **Brasile**

- Mantenimento dell'Ufficio di Collegamento di San Paolo
- Partecipazione alla fiera HOSPITALAR - 1-4 giugno - settore medicale

### **Perù**

- Mantenimento dell'ufficio di collegamento per l'area ACCA (Ande, Caraibi, Centro America)
- Realizzazione di iniziative promozionali presso grandi magazzini nei paesi dell'area con sfilate di moda

### **Uruguay**

- Mantenimento dell'Ufficio di Collegamento di Montevideo

#### INIZIATIVE VARIE

- Progetto Expomo.com realizzazione di una banca dati delle aziende import/export di Modena e provincia e di mini-siti aziendali presso il portale [www.expomo.com](http://www.expomo.com) per ogni azienda modenese interessata a sviluppare rapporti internazionali
- Attività di Market Place (Domanda e Offerta di prodotti/servizi provenienti dall'estero) attraverso il portale [www.expomo.com](http://www.expomo.com)

Persone di riferimento: **Franco Di Marzio, Francesca Righi e Carla Zonari**

- "Sportello Internazionalizzazione" che fornisce informazioni su finanziamenti agevolati per investimenti all'estero, assicurazione dei crediti export, finanziamenti agevolati derivati da leggi nazionali, UE e internazionali
- Diffusione del notiziario mensile "**Mercato Globale**" on line
- Collaborazione con COFIM nella promozione e sviluppo di iniziative a favore delle piccole e medie imprese che si affacciano sui mercati esteri

Persona di riferimento: **Daniele Dalla Valle**

#### ATTIVITA' DI FORMAZIONE

Internazionalizzazione

Persona di riferimento: **Maria Romeo**

#### **Argomenti principali di corsi e seminari:**

- Tecniche di commercio estero
- Scambi internazionali
- Reti di vendita
- Strategie di globalizzazione dell'impresa
- Trasporti internazionali
- Pagamenti internazionali e crediti documentari
- Rischio di Cambio, finanziamenti e incentivi alle imprese
- Normativa doganale
- IVA comunitaria e Intrastat
- Contrattualistica internazionale

Certificazione di Qualità, Ambiente e Sicurezza

Persone di riferimento: **Franco Lauro Di Marzio e Carla Zonari**

#### **Corsi rivolti a quadri aziendali**

- Introduzione al Sistema Qualità in Azienda secondo la norma ISO 9001:2000
- Corso avanzato di aggiornamento professionale sulla "Vision 2000" con riconoscimento CEPAS
- Corso base su "Sistemi di Gestione Ambientale secondo ISO 14001 e Regolamento Comunitario EMAS 761/01"
- La Verifica Legislativa Ambientale
- L'Analisi Ambientale Iniziale: tecniche e metodologie operative
- La qualità nei laboratori di prova secondo EN 17025
- Controllo Operativo e Sorveglianza e Misurazioni secondo la norma ISO 9000
- Corso per "Valutatori Interni per Sistemi di Prevenzione e Sicurezza in Azienda secondo la norma OHSAS 18001"
- Corso per AUDITOR (Valutatori) di Sistemi di Gestione per la Qualità secondo ISO 19011

- Corso "AUDITOR AMBIENTALE" con qualifica CEPAS
- Calcolo dell'incertezza di gestione per prove chimiche
- Validazione dei metodi per prove di laboratorio

PROMECC si occupa inoltre di organizzare, su richiesta, corsi e seminari personalizzati secondo le esigenze espresse dal committente e presso la propria sede

#### ALTRE ATTIVITA'

Eurosportello

Persona di riferimento: Anna Daniela Mazzali

L'ufficio fa parte della rete regionale Emilia Romagna coordinata dall'Eurosportello Ufficiale di Ravenna EIC IT 369 e da Unioncamere Emilia Romagna. Le aziende modenesi possono avvalersi dell'Eurosportello per ottenere i seguenti servizi:

- Ricerca e informazioni su direttive e regolamenti comunitari e su bandi di gara di appalti pubblici UE.
- Informazioni su programmi comunitari per il finanziamento di progetti di cooperazione con partner esteri e di progetti per la Ricerca & Sviluppo tecnologico.

Sportello Tecnologico

Persona di riferimento: Franco Lauro Di Marzio

#### **PUBBLICAZIONI PROMEC – DINTEC (Diffusione Informazioni Normativa Tecnica)**

- ISO 9000 e Gestione per la Qualità
- Novità ed implicazioni delle future ISO 9001:2000
- Guida all'introduzione di un Sistema di Qualità nel settore Turistico
- Glossario della Certificazione
- Linea Guida CCIAA MO - CERMET per l'interpretazione della ISO 9001:2000
- Linea Guida tecnica CCIAA MO - ANGQ: Metodologie operative per l'introduzione di Sistemi di Gestione Ambientale

#### **BANCHE DATI E INTERNET**

- Gestione del sito EXPOMO.COM ([www.expomo.com](http://www.expomo.com)) Portale delle ditte modenesi import/export delle aziende modenesi e Banca Dati con motore di ricerca
- Banca Dati PROMEC delle aziende import/export di Modena
- Banca Dati delle domande e offerte proveniente dall'estero.

**Istituzione:**

Comune di Modena – Supporto all’internazionalizzazione delle imprese.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Politiche per l’internazionalizzazione del sistema Modena.

**Obiettivi e strategie:**

Dalla seconda metà degli anni '90, l’Amministrazione Comunale dedica particolare attenzione al rafforzamento della dimensione internazionale delle politiche locali e allo sviluppo di relazioni con l’Unione Europea e con il resto del mondo.

Tale attività consente di realizzare diversi obiettivi. Innanzitutto, favorisce la completa integrazione della città con i Paesi dell’Unione Europea. Inoltre, grazie alla realizzazione di numerosi progetti svolti in collaborazione con le più avanzate realtà europee, si attivano interessanti partnership di valenza economico-sociale e si intercettano risorse comunitarie che finanziano attività innovative e consolidano le relazioni internazionali.

Le molteplici collaborazioni attivate con i progetti di cooperazione allo sviluppo, nei Balcani, in America Latina e nei Paesi emergenti, consentono infine di realizzare una sorta di “testa di ponte” per le imprese modenesi che intendono rivolgersi a mercati esteri, su cui intravedono potenzialità di sviluppo e di investimento. L’obiettivo finale è quello di rendere competitivo il territorio modenese nel panorama internazionale. Differenti sono le strategie seguite. In alcuni casi l’Amministrazione Comunale è la protagonista delle relazioni che vengono avviate con partner internazionali per realizzare progetti comunitari e progetti di cooperazione allo sviluppo. In altri casi il Comune svolge il ruolo di partner in iniziative che consentono il confronto e il trasferimento di esperienze eccellenti realizzate nei vari campi delle politiche urbane. In entrambi i casi, l’obiettivo è quello di mettere in relazione attiva la città e le sue imprese con il resto del mondo.

**Azioni:**

Le azioni attraverso le quali l’Amministrazione Comunale sviluppa le politiche per l’internazionalizzazione del sistema Modena sono molteplici:

1. La costruzione di una rete di relazioni internazionali ha consentito di sviluppare rapporti di collaborazione e di scambio di esperienze con le più avanzate realtà europee ed internazionali. I vantaggi conseguiti sono connessi sia al trasferimento del know-how sulle politiche e sulle best practices, sia alla creazione di una serie di network di cooperazione reciproca.

Attualmente il Comune di Modena:

- partecipa alle principali reti di città europee che si occupano di sviluppo locale e delle principali politiche urbane: ambiente, welfare, nuove tecnologie dell’informazione e sviluppo economico;
- gestisce, insieme alle principali aree europee e a molteplici partner internazionali: 39 progetti comunitari finanziati dalla Commissione Europea; 5 progetti di cooperazione allo sviluppo finanziati dall’ONU; 6 gemellaggi riattivati con azioni di valenza economico-sociale; diverse partnership di carattere economico/commerciale sviluppate con i Paesi dell’Est europeo e dell’America Latina;
- è impegnato a trasformare le relazioni di cooperazione da forme straordinarie di aiuto, basate sull’emergenza, in collaborazioni durature, fondate su rapporti di partnership a valenza economica e sociale;
- è impegnato a trasformare i gemellaggi da rapporti prevalentemente istituzionali in relazioni stabili e durature di carattere economico-sociale.

2. La creazione di strutture che costituiscono l’interfaccia con l’Unione Europea ha facilitato il processo di integrazione della realtà modenese nel contesto economico sociale degli altri Paesi dell’Europa. In particolare, l’attivazione di una struttura stabile, specificamente dedicata alle relazioni con l’Unione Europea e dotata di competenze di alto livello – il “Progetto Europa” - ha consentito di:

- costruire una rete immateriale di connessioni tra Modena e le principali città europee, accomunate dal raggiungimento di obiettivi condivisi;
- intercettare le risorse comunitarie assegnate agli Enti Locali nei diversi campi del loro intervento;
- informare la città e gli operatori locali sulle opportunità offerte dalle politiche comunitarie e sulle trasformazioni in atto nel continente europeo;
- promuovere, in partnership con altre città, progetti sperimentali o di carattere innovativo realizzati direttamente con i finanziamenti dell’UE.

3. L’attivazione di politiche di promozione del territorio modenese ha consentito di sviluppare all’estero la conoscenza delle eccellenze produttive e delle opportunità di investimento che Modena offre. L’Amministrazione Comunale, con la sua partecipazione alla società di gestione del Quartiere fieristico, interviene già su una attività che incrementa il potere attrattivo della città. Con “Cittanova 2000”, contribuisce poi, direttamente, alla creazione di un polo orientato all’innovazione in cui sono chiamati ad intervenire investitori nazionali e internazionali.

L’attività di marketing territoriale finalizzato ad attrarre investimenti, infatti, costituisce il naturale sviluppo di una consolidata esperienza nella promozione dell’area modenese all’estero. Tale nuovo segmento di attività, peraltro inedito nel panorama degli Enti Locali italiani, è stato messo a punto in occasione della promozione del bando internazionale per lo sviluppo dell’area “Cittanova 2000”, e ha consentito di raccogliere candidature da parte di investitori di grande rilievo internazionale. L’attività di marketing territoriale si va ora strutturando e sviluppando, con l’obiettivo di promuovere le diverse opportunità di investimento (vendite patrimoniali, project financing ecc) che l’Amministrazione intende proporre.

### **Relazioni con altre politiche:**

L’attività di informazione e assistenza ai progetti finanziati con i fondi dell’Unione Europea per necessità si svolge a stretto contatto con tutte le politiche, e in particolare con quelle maggiormente allineate all’attuazione dei Programmi comunitari. Alcuni dei progetti più innovativi finanziati dall’Unione Europea nel campo delle politiche sociali e ambientali si sviluppano, raggiungendo un soddisfacente grado di successo, grazie alla collaborazione tra strutture e settori dell’Amministrazione Comunale. Anche le politiche economiche, con le diverse azioni di supporto alle piccole e medie imprese, traggono vantaggio dalla creazione di una rete di relazioni e di partnership internazionali.

La diffusione delle informazioni sulle diverse aree contattate e la conoscenza delle alternative offerte dai mercati internazionali, infatti, permettono alle imprese di definire le linee guida per le migliori strategie di investimento.

Lo sviluppo delle relazioni, d’altra parte, incrementa le possibilità di scambi, moltiplica le possibilità di apprendimento e accresce la visibilità dell’esperienza modenese.

**Esiti:**

Le politiche per l’internazionalizzazione del sistema Modena portate avanti dall’Amministrazione Comunale hanno risposto ad un’esigenza da tempo avvertita e perseguita anche autonomamente da alcune imprese, quella di uscire dall’ambito locale e di allargare i confini della propria attività in direzioni nuove.

Rispetto all’obiettivo di intercettare le opportunità e le risorse comunitarie, i progetti attivati hanno avuto un’elevata percentuale di successo a fronte di una spesa minima da parte dell’Amministrazione. Circa 40 progetti del Comune di Modena sono stati finanziati dall’Unione Europea, con una percentuale di successo di oltre l’80%.

Sono più di 100 le città europee con cui sono stati attivati rapporti stabili di collaborazione e scambio di esperienze, mentre sono una decina le reti di città europee a cui Modena partecipa attivamente.

In occasione dell’attività di marketing territoriale per Cittanova 2000, sono state costruite relazioni stabili con oltre 60 investitori di livello internazionale. Inoltre, è stata messa a punto una complessa strumentazione che consente di rapportarsi con i principali investitori dei diversi Paesi europei ed extra-europei: database Paese, sito web “Invest in Modena”, presentazioni multimediali e così via.

**Istituzione:**

API Reggio Emilia.

**Descrizione dell’iniziativa/progetto:**

Iniziative di internazionalizzazione del primo semestre 2004.

Romania

- Convegno a Reggio Emilia con Presidente del Parlamento Rumeno, Ministro dell’Industria e Prefetto di Brasov per promuovere il Parco Industriale Tohan-Zarnesti (gennaio 2004).

Russia

- Partecipazione a fiera abbigliamento con finanziamenti Regione Emilia Romagna (febbraio 2004).

Australia

- Organizzazione workshop settore meccanico e oleodinamico con finanziamenti Regione Emilia Romagna (febbraio 2004).

Messico

- Organizzazione workshop settore meccanico e automotive in Città del Messico con finanziamenti da ICE e Regione Emilia Romagna (marzo 2004).

Serbia

- Organizzazione workshop multisettoriale in Kragujevac (Serbia) in collaborazione con Reggio Nel Mondo (marzo 2004).

Brasile

- Missione economica settore meccanica agricola e meccanica in genere (aprile 2004).
  - San Paolo: workshop con operatori locali
  - Piracicaba: incontro con Università e visita filiale azienda reggiana associata
- Riberao Preto: visita Agri Show 2004 in collaborazione con CCIAA di Reggio Emilia (aprile 2004).
- Workshop aziende settore meccanica nei piccoli stati del sud: Rio Grande Do Sul, S. Caterina, Paraná. Progetto Confapi- ICE - finanziato (giugno 2004).

Stati Uniti

- Organizzazione workshop in Chicago tra operatori settore oleodinamico e meccanico con finanziamento Regione Emilia Romagna (maggio 2004).
- Organizzazione workshop in Reggio Emilia con operatori statunitensi comparto automotive con finanziamento Regione Emilia Romagna (maggio 2004).

Germania

- Progetto subfornitura. Visita a grandi committenti tedeschi (luglio 2004).

**Istituzione:**

API di Reggio Emilia.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Progetto Balcani – Est Europa.

**Soggetti attuatori del progetto/iniziativa:**

Regione Emilia Romagna, Unionapi Emilia Romagna e Confindustria Emilia-Romagna.

**Obiettivi del progetto/iniziativa:**

Negli ultimi anni, l'attenzione del mondo produttivo italiano si è rivolta verso i paesi dell'Est Europa e dell'area balcanica, per motivi di vicinanza geografica, culturale e storica.

In queste aree si assiste ad un forte sviluppo dei processi di cooperazione industriale, che sfociano frequentemente nella costituzione di nuove società o di joint venture, sia di tipo commerciale che produttivo. Questo fenomeno incontra spesso, però, degli ostacoli che possono essere di tipo conoscitivo, strutturale, finanziario, socio-economico o politico.

Il “Progetto Balcani-Est Europa” si propone come valido strumento a supporto delle aziende della Provincia per superare le differenze culturali e le difficoltà che possono scaturire da un rapporto di collaborazione commerciale e/o produttiva con partners originari di questi Paesi.

**Modalità di attuazione:**

Il Progetto prevede il supporto all'organizzazione ed il finanziamento per la realizzazione di corsi e stages formativi presso aziende della Provincia. I corsi sono rivolti a: neo-laureati, neo-diplomati, managers e tecnici originari dell'area Est Europa e Paesi Balcanici.

È previsto un finanziamento a quasi completa copertura dei costi dello stage, per un importo massimo di spesa di circa 4.000 euro. I costi ammessi al finanziamento sono: spese di viaggio, vitto, soggiorno, assicurazione, trasporto, visto. Il soggiorno previsto per lo stagista straniero è di circa 1 mese. Si sottolinea che tutte le spese dovranno essere opportunamente documentate.

Dato l'elevato riscontro che si prevede possa suscitare l'iniziativa, le aziende verranno ammesse in base all'ordine cronologico di ricezione delle adesioni e fino ad un massimo di 5 partecipanti.

**Durata del progetto/iniziativa:**

Primo semestre 2004.

**Paesi esteri interessati:**

Albania, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Serbia, Montenegro, Macedonia, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Ungheria, Slovacchia, ecc.

**Istituzione:**

Unione Industriali di Modena – Area Estero e Marketing.

**Descrizione dell’attività svolta dall’istituzione:**

L'area Estero e Marketing mette in campo servizi e attività indirizzati a supportare le aziende nel processo di internazionalizzazione.

Agisce nei seguenti ambiti:

- ricerche di mercato e sondaggi di prodotto;
- attività di promozione sui mercati esteri (scelti da un'apposita Commissione plurisettoriale);
- effettuazione viaggi studio e organizzazione di missioni commerciali; partecipazione a fiere;
- comunicazioni di dati e notizie (congiunture internazionali, informazioni normative, doganali, valutarie, ecc.) attraverso circolari e notiziario "Dall'Ufficio Estero";
- consulenze tecniche in materia di import/export (con l'ausilio di esperti in campo assicurativo, finanziario, trasporti), contrattualistica e contenzioso internazionale;
- presenza in commissioni (sistema Confindustria e Camerale) riguardanti iniziative e problematiche dell'interscambio.

**Istituzione:**

Associazione Industriali della Provincia di Reggio Emilia – Eurosportello.

**Descrizione dell'attività svolta dall'istituzione:**

Le attività dell'eurosportello si indirizzano verso quattro obiettivi:

- Sensibilizzazione delle imprese sull'evoluzione e gli effetti dell'integrazione europea: l'atto unico europeo ha previsto la realizzazione del Mercato unico integrato entro il 1992 (liberalizzazione di merci, servizi, persone e capitali); una maggiore coesione economico-monetaria (convergenza delle economie, rafforzamento dello Sme, solidarietà economica tra i 12 Paesi membri); politiche comunitarie della ricerca e dell'ambiente; dialogo sociale tra le imprese e sindacati a livello Cee. Il 1992 costituisce quindi una sfida per il sistema delle imprese, soprattutto per quelle piccole e medie (per la Cee: fino a 500 addetti), che dovranno rispondere alla globalizzazione del mercato in modo efficace e competitivo, anche attraverso le necessarie alleanze e cooperazioni intracomunitarie.
- Risposta alle richieste delle imprese: per una conoscenza effettiva delle esigenze e delle possibilità delle singole imprese in relazione ad iniziative, provvedimenti ed incentivi previsti a livello Cee.
- Sensibilizzazione del contesto esterno alle imprese: per far crescere nel mondo politico e nella Pubblica amministrazione una capacità di analisi e d'intervento più legata alla realtà di un contesto internazionale, dove molti fattori sfuggono ormai ad ogni possibilità di gestione a livello nazionale. Per realizzare un miglior ambiente operativo e rimuovere gli ostacoli alla competitività.
- Consulenza alle imprese: per valutare le opportunità di sviluppo nelle operazioni di cooperazione tecnologica, produttiva, finanziaria e commerciale con imprese di altri paesi Cee. La consulenza di impresa opera nell'ambito del BC-Net (Business Cooperation Network), aperto ai centri della Rete Confindustria ad esso aderenti, per consentire di analizzare le esigenze di sviluppo delle aziende e valutare domande e offerte di collaborazione.

**Istituzione:**

Camera di Commercio di Reggio Emilia – Dipartimento internazionalizzazione.

**Descrizione dell'attività svolta dall'istituzione:**

Il Dipartimento internazionalizzazione è organizzato in due aree operative qui sintetizzate:

Servizi ed Assistenza

- è in grado di fornire alle imprese accesso - tramite il proprio "Eurosportello" - alle banche dati della rete di propri corrispondenti in Italia ed all'estero, ed ogni notizia utile su legislazione comunitaria, norme doganali e fiscali, programmi comunitari e finanziamenti, eventi internazionali.
- organizza seminari ed incontri di specializzazione ed aggiornamento destinati agli operatori economici su tematiche relative all'internazionalizzazione.
- dispone di competenze specialistiche, all'interno e tramite la rete dei consulenti convenzionati, che mette a disposizione delle imprese per aiutarle a risolvere specifici problemi legati alla loro attività sui mercati internazionali.
- assiste le imprese reggiane nella ricerca e nella selezione dei loro interlocutori d'affari nei Paesi in cui intendono operare. tramite un network di corrispondenti e tramite strumenti informatici.
- fornisce, anche a mezzo di un team di consulenti specializzati, consulenza ed assistenza personalizzata alle imprese per la soluzione di specifici problemi, in materia di IVA comunitaria ed Intrastat, pagamenti internazionali, valute e cambi, contrattualistica internazionale e finanziamenti per l'internazionalizzazione.

Nell'erogazione di questi servizi il Dipartimento si affida ad una pluralità di strumenti:

- Pacchetto servizi Eurosportello Mondimpresa – Unioncamere Emilia Romagna.
- Eurodata – Banca dati sulla normativa e la documentazione dell'Unione Europea.
- Banche dati Infocamere.
- Abbonamenti a riviste specializzate, pubblicazioni specifiche, Cd Rom.
- Accesso a consulenti esterni sulla base di accordi annuali sottoscritti dal Dipartimento o da Unioncamere Emilia Romagna.
- Adesione ad Enti di servizi per consulenza e ricerca partner (Camere di commercio italiane all'estero).
- Adesione al servizio Globus, banca dati accessibile tramite Internet che ha una parte pubblica destinata all'Utenza ed una riservata agli operatori delle strutture partecipanti all'iniziativa "Sportello per l'internazionalizzazione", con apposite selezioni oggetto di servizio da parte dello Sportello stesso.

Promozione

- Supporta le aziende nei processi di ricerca partner.
- Realizza il matchmaking di aziende e business meeting.
- Assiste le imprese nell'individuazione e nella selezione delle manifestazioni fieristiche e degli eventi promozionali più interessanti a livello internazionale organizzati dal sistema delle Camere di commercio, dalla Regione Emilia Romagna, dall'ICE e dall'Unione Europea.
- Attiva "Progetti Speciali", in prevalenza poliennali, assistiti da finanziamenti e contributi regionali, nazionali o comunitari, con obiettivi definiti per area geografica di intervento e/o per settore merceologico, che per la loro organicità offrono alle imprese partecipanti occasioni per un approfondimento sistematico delle potenzialità dei mercati nei Paesi obiettivo.

**Istituzione:**

Comune di Reggio Emilia – Reggio nel Mondo.

**Denominazione del progetto/iniziativa:**

Progetto Kragujevac.

**Descrizione dell'attività svolta dall'istituzione:**

Il Comune di Reggio Emilia ha aderito al Programma Città - Città, promosso dal Governo italiano e dalle Nazioni Unite e che intende sostenere iniziative di cooperazione decentrata tra città italiane e sei città della Serbia (Repubblica Federale di Jugoslavia).

Il programma è gestito da UNOPS (United Nations Office for Project Services). Reggio Emilia si è resa disponibile per una collaborazione con la città di Kragujevac, del sud della Serbia, nella cui realtà era già operante l'iniziativa dell'Associazione reggiana "Una Montagna di Aiuti".

Kragujevac è una città di circa 180.000 abitanti, che salgono a 200.000 considerando i profughi da altre aree della ex Jugoslavia e dal Kosovo; la sua economia è coinvolta dalla crisi della grande impresa Zastava (autoveicoli, armi da caccia) che ha prodotto una massiccia disoccupazione.

I settori prioritari di collaborazione tra Reggio Emilia e Kragujevac sono due:

- 1) supporto allo sviluppo economico locale, con particolare riferimento alla promozione di piccole e medie imprese ed alla formazione professionale.
- 2) supporto al rafforzamento dei servizi pubblici locali, con particolare riferimento alla protezione ambientale, alla salute pubblica ed all'equo accesso da parte dell'intera popolazione ai servizi

Tuttavia, non è preclusa la possibilità di collaborazione in altri settori.

L'Assessorato alle Relazioni Internazionali ha affidato a Reggio nel Mondo il compito di insediare, concordandone la composizione, il City Working Group previsto dal Programma Città - Città e di curare l'elaborazione e l'attuazione dei progetti conseguenti all'accordo.

Il City Working Group si è insediato attraverso un documento di costituzione ed una convenzione tra i suoi membri. Esso risulta così composto:

**Reggio nel Mondo srl – soggetto coordinatore**

**S.IN.IM. Azienda speciale CCIAA**

**Associazione Industriali**

**Associazione Piccola Industria**

**CNA**

**Boorea Scrl**

**IFOA**

**Agac SpA**

**Università di Modena e Reggio Emilia**

**Associazione "Una Montagna di Aiuti"**

I primi 6 soggetti elencati hanno sottoscritto una Convenzione che, per il punto 1) dell'accordo tra le due città, ha individuato:

- l'avvio di una fase esplorativa per l'elaborazione dei progetti, conclusa il 31/12/2001;
- l'attivazione di una consulenza esterna, poi individuata nello Studio Associato Koiné, per i progetti di cooperazione economica;
- l'impegno dei contraenti a cofinanziare pro quota i costi della fase esplorativa, già cofinanziata da UNOPS.

Agac SpA si è impegnata a sostenere in proprio le risorse necessarie all’esplicazione delle attività connesse al punto 2) dell’accordo, salvo quanto relativo alle missioni a Kragujevac, i cui costi, per accordi definiti, sono sostenuti da UNOPS.

### **3. Il punto di vista delle istituzioni locali**

*Funzionario Promec – azienda speciale della Cciaa di Modena per la promozione delle imprese all’estero*

Il presidente di Arestud ha fatto un panorama esaustivo di quella che è una situazione abbastanza generale dell’economia delle due province di Modena e Reggio, che hanno caratteristiche molto simili. Devo fare solo una annotazione: se la preoccupazione dell’Ateneo è quella che non ci sia una quantità sufficiente di imprese che si stanno avvicinando ai mercati esteri, questa è una preoccupazione inesistente. Sia a causa di un mercato domestico sempre più ridotto, sia perché c’è comunque un’apertura generalizzata verso un mercato globale sempre più accessibile, questa tendenza è sempre più ampia e il numero delle imprese interessate ai mercati internazionali sta crescendo. Soltanto a Modena, a fronte di circa 70.000 aziende iscritte alla Camera di Commercio, la nostra banca dati, che contiene le aziende già attive in un’attività di import-export, conta 2800-2900 imprese.

Internazionalizzazione è un termine che denota un’attività abbastanza complessa. Per la stragrande maggioranza di queste imprese, che sono medio-piccole, andare a vendere sui mercati esteri è già internazionalizzazione. Per alcune di queste, molti mercati sono ancora molto difficili e che l’Unione Europea sia il mercato interno non è così vero per tutte: anzi, per molte imprese, anche vendere in Germania, in Svizzera, in Francia, può comportare difficoltà, ed è per questo che, come azienda speciale della Camera di Modena, oltre ad una nutritissima serie di attività che coprono tutto il range delle iniziative sull’internazionalizzazione, puntiamo moltissimo sull’attività di formazione.

Mentre voi fate la formazione per i giovani, noi cerchiamo di dare un’apertura mentale alle imprese sui processi dell’internazionalizzazione, in particolare alle imprese medio-piccole che sono, oltre che maggioranza delle imprese della nostra struttura economica, anche quelle che più ne hanno bisogno. Le poche grandi imprese che operano nel nostro territorio non hanno certamente bisogno dei nostri servizi, avendo al loro interno gli strumenti che permettono loro di muoversi in maniera abbastanza

adeguata. Quindi, noi cerchiamo di dare un accento particolare su questo aspetto: aiutare le imprese non soltanto con strumenti di mercato, ma anche con strumenti culturali, in modo da entrare sul mercato internazionale.

Nella nostre imprese, la propensione a delocalizzare la produzione è ancora bassa e, come è successo per il nord-est, si tratta di una delocalizzazione produttiva “sic et simpliciter”, che ha l’obiettivo di andare a produrre a minor costo dei prodotti o delle parti di prodotto che poi vengono re-importati, per essere utilizzati o finiti qui. L’internazionalizzazione vorrebbe che la delocalizzazione fosse finalizzata ad andare a produrre altrove per coprire un mercato locale e, possibilmente, altri mercati limitrofi. Non è facile: anche in un settore vocato da sempre all’internazionale, come quello della ceramica, che ha imprese con dimensioni mediamente superiori a quelle di altri settori produttivi, questa tendenza è sempre stata scarsissima, spesso inesistente. Comincia ora ad essere contrastato il senso diffuso, nell’imprenditoria locale, che l’azienda si gestisca bene solo quando la vedi dalla finestra di casa. E in un certo senso, non avendo gli strumenti adatti questo è vero, perché per gestire un’azienda in joint-venture, bisogna avere degli strumenti, e fior di strumenti. Bisogna avere conoscenze specifiche, non solamente la conoscenza della lingua, ma della cultura, conoscenze giuridiche e bisogna avere un punto di riferimento attendibile che, per esempio, in paesi come la Cina è difficilissimo avere.

Proprio sulla Cina, non solo come Promec, ma come sistema camerale dell’Emilia Romagna, in collaborazione con l’Unioncamere Emilia Romagna e con la Regione, abbiamo dato vita ad centro servizi a Shanghai che costituisce un punto di riferimento certo ed affidabile. C’è un’agenzia cino-italiana, cino-bolognese, che opera a livello locale e che assiste le imprese italiane che vogliono andare ad operare sul mercato cinese. In una prima fase, di orientamento, gratuitamente: si aiutano le imprese a capire se è effettivamente quello il mercato di loro competenza, se è utile per loro, e ciò che può essere utile in quel momento, per quello che vogliono fare.

Questo è un po’ quello che intendiamo fare con Promec a livello locale, per le nostre imprese. Infatti una nostra iniziativa, che riteniamo molto importante, è quella di accompagnamento delle piccole imprese, che non abbiano mai operato sull’estero,

nell’ingresso sui mercati internazionali. Ciò avviene attraverso un’attività diurna, che dura almeno un paio d’anni, con l’aiuto di consulenti specifici che, in azienda, insieme all’imprenditore, analizzano la struttura dell’azienda, le sue dimensioni, le sue capacità, la strategia, se eventualmente c’è, perché spesso manca una strategia vera e propria, a questo livello imprenditoriale.

Purtroppo mi è capitato abbastanza spesso che qualche piccola azienda venisse a chiedermi: “dove posso esportare?”. Anzitutto: “che cosa fate, quali sono i vostri desideri, le vostre finalità?”, poi cercheremo di capire quali possono essere i mercati più interessanti, dopodiché cercheremo un riferimento in loco, che possa assisterli.

Spesso la piccola azienda capisce che il mercato locale, o quel poco che faceva all’estero non è più sufficiente, ma non ha le idee chiare, quindi c’è tutto un lavoro di accompagnamento e di assistenza che cerchiamo di fornire. Questo lavoro può essere sicuramente corroborato da quello dell’Università, nel fornire personale qualificato che, spesso, nelle piccole aziende non c’è. Credo che questa corresponsione tra l’Ateneo e gli strumenti attualmente a disposizione delle imprese per l’internazionalizzazione sia essenziale, non solo importante, ma necessaria.

Non voglio tediarevi: se volete vedere tutta l’attività svolta da Promec è sufficiente andare sul nostro sito, che è costantemente aggiornato. Anche questo di internet è un aspetto molto importante, che tante aziende sentono come necessario, ma non sanno come affrontare. Se andate a vedere i siti di molte aziende, sono gli stessi da un anno a questa parte e ciò è deleterio; chiunque sia abituato a navigare un po’, se alla seconda o massimo terza volta che visita un sito questo non è cambiato niente, smette di andarlo a vedere perché sta perdendo tempo. Non parlo poi dell’e-business. Abbiamo fatto qualche azione per cominciare ad invogliare le imprese ad utilizzare anche questo importante strumento, ma con risultati ancora abbastanza deludenti. Due anni fa abbiamo realizzato un seminario specifico sull’e-business, chiamando un relatore fra i più qualificati in Italia, Sebastiano Missineo. Il seminario è stato ben frequentato, c’erano molte imprese, ma purtroppo non c’è stato seguito, nonostante quello che abbiamo cercato di fare, anche in collaborazione con Unioncamere.

Questo è un altro aspetto importante: noi cerchiamo di realizzare una serie di iniziative per le nostre imprese, e lo facciamo localmente come Promec, ma contemporaneamente cerchiamo di ampliare l’offerta di iniziative e di opportunità, attraverso un’attività di rete molto ampia, che gestiamo insieme alle altre Camere di Commercio, con l’Unioncamere regionale e con l’Unioncamere nazionale. C’è un accordo di programma tra Unioncamere e ICE, che consente di realizzare iniziative di ampio respiro, a livello nazionale, con il cofinanziamento dell’Istituto per il Commercio con l’Estero.

Noi siamo capofila in un paio di iniziative, una sulla metalmeccanica in Romania ed una sull’edilizia in Serbia. Per questo abbiamo interessato e messo in campo anche le associazioni di categoria, con le quali cerchiamo di avere una collaborazione costante. Su tutte queste attività si inserisce, a nostro avviso, una necessità sempre maggiore di giovane personale, molto qualificato: personale che non solo conosca le lingue, ma abbia quella apertura mentale e culturale, che lo renda in grado di muoversi e dialogare con mercati diversi e differenti. Occorre la capacità di saper parlare con persone di paesi diversi: se parli con dei giapponesi, hanno un approccio completamente diverso dai sudamericani. Non è un caso che, per esempio, gli americani del nord abbiano delle grosse difficoltà a lavorare con gli americani del sud, perché hanno un modo di approcciarsi completamente diverso. Gli americani del sud ti parlano, vengono faccia a faccia; quelli del nord si ritraggono, quindi si crea già un rapporto meno collaborativo. Sembrano stupidaggini, ma non lo sono: sono invece fattori che contribuiscono alla riuscita o meno di un’iniziativa ben più approfondita.

#### *Presidente Arestud*

Io avrei una domanda, collegata a quello che è il core business della nostra ricerca. Oltre che con richieste anche molto semplici e dirette del tipo “dove posso esportare?”, immagino che le imprese facciano altre richieste, un po’ più complesse. Ad esempio, hanno dei contratti e vogliono capire cosa si può fare in una zona, come si costituisce una società, qual’è il supporto dell’ICE per costituire delle basi di riferimento, ecc.

Nella richiesta che l’impresa vi fa, che è una richiesta di servizi e di prestazioni tecniche, c’è anche una riflessione sul tipo di figura professionale necessaria, o ritengono di avere al loro interno le competenze che occorrono? Vorrei capire se c’è una concettualizzazione del tema figura professionale, perché se le imprese non concettualizzano neppure questo elemento...

*Funzionario Promec*

Poco. Bisogna che le nostre imprese imparino a fare un salto culturale che spesso non è stato ancora fatto. Come dicevo, noi cerchiamo di aiutarle in questo, attraverso la nostra ricca attività di formazione sui vari aspetti dell’operare sui mercati internazionali. Però è un fatto legato anche alle dimensioni delle imprese, al fatto che la stragrande maggioranza di queste imprese sono aziende artigiane che sono cresciute di dimensioni, ma non hanno fatto ancora il salto culturale. Non siamo di fronte alle piccole imprese della Lombardia, siamo più indietro da questo punto di vista.

*Funzionario Cciao di Reggio Emilia, Ufficio internazionalizzazione*

Mi inserisco su questo punto. Alla Camera di Commercio di Reggio Emilia, abbiamo un’attività del tutto analoga a quella che ha descritto il funzionario di Promec. Volevo puntualizzare anch’io che, come diceva lui, non c’è un’apertura mentale, se non in alcune imprese e allo stato embrionale. Questo capita con gli imprenditori di nuova generazione, i figli del fondatore dell’impresa, che hanno frequentato l’Università e quindi hanno una mentalità diversa: perché sono stati all’estero, hanno fatto viaggi e capiscono che occorre anche un approccio comunicativo, per affrontare un mercato estero. Queste richieste ci arrivano dai giovani; poche ma qualcosa arriva.

Per cui è necessario puntare sull’attività di formazione a trecentosessanta gradi, sia per quanto riguarda l’attività di supporto legislativo, fiscale, doganale, commerciale, ecc., ma non solo.

Ci arrivano tantissime richieste che riguardano approfondimenti legislativi, doganali e fiscali, come dicevo prima, e chiaramente noi operativi dobbiamo affrontare ricerche sempre più complesse, dobbiamo avere un pacchetto di conoscenze sulle fonti

legislative approfondito: negli ultimi 2 anni ci stiamo veramente introducendo molto, poi si passa anche all’utilizzo del pacchetto di consulenti che abbiamo come Unioncamere.

Durante il periodo di formazione, tramite incontri, seminari, occorre anche inserire in piccole dosi la necessità dell’approccio culturale, della mentalità che occorre modificare rispetto al mercato. Bisogna insistere su questo punto: è un anello senz’altro debole; forse una figura professionale, non strettamente legata ad un laureato di economia, può essere utile su questi aspetti, ad es. laureati in materie umanistiche.

#### *Funzionario Promec*

Vorrei aggiungere solo una cosa: secondo me il lavoro che dovrebbe fare l’Ateneo è quello di creare anche dei “cavalli di Troia”. Nel senso che se non è l’imprenditore a rendersi conto, se prende un giovane che abbia competenze come la conoscenza linguistica, la disponibilità a viaggiare, si porta dentro uno che ha questa apertura mentale e dall’interno può lavorare e portare pian piano questi frutti.

Ho detto cavallo di Troia in questo senso, in senso positivo.

#### *Presidente Reggio nel Mondo*

Dato che ci occupiamo anche di economia per alcuni progetti, vorrei proporre alcune riflessioni stimulate dalla discussione di oggi. I temi di cui si rifletteva adesso, secondo me sono parte di un contesto critico per la nostra economia di piccola e media impresa. E’ un contesto nel quale noi avevamo ed abbiamo ancora una buona, ottima, propensione all’estero. Questa propensione all’export ha incontrato un passaggio critico, ma nell’insieme ha retto all’introduzione dell’Euro, perché è finita l’epoca della lira debole e della rendita di posizione, dovuta al differenziale del valore della moneta, e quindi si deve esportare sulla base della qualità, non si può competere solo sul prezzo ma occorre competere sulla qualità.

Tutto sommato ce l’abbiamo fatta, anche se segnali di preoccupazione ce ne sono, per una nuova concorrenza proveniente da paesi con costi del lavoro più bassi, che competono con produzioni più povere.

Facciamo però fatica a reagire come sistema nella nuova fase. Facciamo fatica perché il nostro sistema di piccole imprese fatica a fare il salto culturale necessario. A Reggio Emilia è stata fatta una ricerca sulla internazionalizzazione dove emerge che la quota di imprese capaci di investire all’estero è minima. Investire nel senso che diceva il funzionario di Promec, non solo per andare a cercare il costo del lavoro più basso, ma anche per praticare mercati nuovi. Questa è la difficoltà che abbiamo davanti, una difficoltà a cui si può sopperire se la si affronta con un complesso di strumenti integrati.

C’è un problema culturale e le piccole imprese vanno aiutate, perché la piccola impresa, l’impresa artigiana, non ha all’interno gli strumenti necessari, e non potrà mai averli del tutto, per affrontare questa nuova stagione. E’ un problema, credo, di strategie di sistema. Noi abbiamo alle spalle dei buoni servizi del nostro sistema camerale eppure, nonostante gli sforzi che stiamo facendo, come sistema territoriale per l’export siamo meno attrezzati per affrontare questa dimensione che è fatta di culture, di strategie, di risorse, di sinergie tra soggetti. Io credo, per esempio, che la formazione in sé non possa risolvere il problema: non è che possiamo chiedere all’Università di approntare figure che poi non hanno domanda e, se ce l’hanno, ce l’hanno casuale. La domanda va costruita, e va costruita con strategie innovative che non è tanto semplice mettere in campo, perché è necessario uno sforzo complesso nel quale, parlo per la realtà di Reggio Emilia, bisogna più abituarsi a far squadra e meno a perseguire singole strade, ad esempio come singole associazioni di categoria e così via, che sono strade che poi rischiano di disperdere risorse.

Io vedo che c’è una strada, che è una strada molto complicata. E’ quella che più o meno stiamo cercando di seguire con un progetto molto complesso, in Serbia. La Serbia, come sicuramente sanno i colleghi della Camera di Commercio, fino a quando non entrerà in Europa, ha un accordo commerciale con l’ex Unione Sovietica, per il quale, se investi in Serbia hai davanti mercati senza tasse per l’export e lo sterminato mercato dell’ex Unione Sovietica. E’ una cosa incredibile. Una delle vie, secondo me, è quella della cooperazione decentrata, vale a dire quella di mettere in interazione i territori, non solo le imprese.

Perché anche il singolo imprenditore, se vede che c’è una rete di relazione fra i territori, si sente meno solo e si sente incoraggiato anche ad assumere decisioni faticose, meno semplici, come fare joint venture, spostare una parte di attività produttiva all’estero. Gli esempi di queste relazioni fra territori possono essere vari: ad esempio collaborazioni tra associazioni e istituzioni sulle politiche formative, nel welfare, collaborazioni fra soggetti pubblici come comuni e province per progetti comuni, ecc. Da questa relazione fra territori possono sorgere quelle risorse di natura culturale di cui le nostre imprese hanno bisogno. E’ evidente che, oggi, per investire nei mercati bisogna avere anche una certa sensibilità antropologica. Non basta avere, dal punto di vista formativo, la classica formazione tecnica, per cui basta conoscere le lingue, i sistemi monetari e fiscali, l’organizzazione internazionale e così via. No, bisogna conoscere le aree in cui si va ad operare, avere sensibilità e l’apertura mentale in grado di capire quei territori.

Questa sensibilità è un fatto di formazione, ma soprattutto d’esperienza. Se si crea una rete come quella che ho citato, è chiaro che arrivano anche degli input di conoscenza che possono fare affrontare meglio questo problema. Qual’è il guaio? Il guaio è che in Italia la cooperazione decentrata è una parente povera: non ci sono norme, non ci sono leggi, non ci sono risorse disponibili, si fa una fatica terribile ad andare a cercare risorse nelle leggi statali. E quando ci sono risorse, sono sempre piccole cifre: il Comune di Modena queste cose le sa molto bene, perché anche Modena lavora in Serbia da molto tempo; abbiamo anche cercato di collaborare, ma si fa molta fatica.

Abbiamo un altro problema noi come paese: io non conosco nessun paese al mondo in cui l’Italia abbia una brutta immagine, non ho incontrato un paese al mondo dove l’Italia sia vista male. Poi cosa accade: quando entra in opera il sistema Italia, fatto di tanti soggetti che faticano a collaborare davvero, allora ci si accorge che spesso non si colgono le occasioni, non si capitalizza questo patrimonio e si sprecano delle risorse. Magari arrivano prima paesi che hanno in partenza un’immagine peggiore: pensiamo alla Germania in Serbia.

*Funzionario Promec*

E’ una delle nostre caratteristiche peculiari: l’individualismo sfrenato si riverbera anche a livello istituzionale. E’ sempre il solito discorso “Beh noi facciamo questo, poi faremo anche qualcos’altro, però intanto noi facciamo questo...”.

*Funzionario Comune di Modena*

Io sono del Comune di Modena, in particolare lavoro all’Assessorato alle politiche economiche e relazioni internazionali.

Noi siamo partiti da una serie di considerazioni, che stanno alla base del lavoro messo in atto sul fronte delle relazioni internazionali. Le nostre imprese sono molto attive per quanto riguarda l’export, hanno una grande apertura verso l’estero, faticano però a radicarsi sui mercati esteri, ad investire all’estero, creare joint-venture, e questo è uno degli aspetti che deriva proprio dalla struttura del nostro sistema produttivo: sono piccole e medie imprese, quindi ci sono problemi finanziari, bassa capitalizzazione, problemi organizzativi, problemi anche di competenze manageriali, ecc. Tutto questo concorre a porre dei seri limiti ad un’azione anche più viva, più diretta per quanto riguarda la penetrazione dei mercati esteri.

S’è anche detto che proprio la globalizzazione comporta una competizione a tutti i livelli, e sempre di più sono le aree che competono fra di loro, più che i paesi. Quindi l’area modenese va sostenuta, va costruito un sistema, possibilmente collaborando con i vari soggetti presenti, e già da anni lavoriamo con le associazioni di categoria. Insomma bisogna lavorare come “sistema Modena” e riuscire a vendere l’intero sistema, perché è molto difficile per un’impresa sola riuscire a entrare in un mercato, ma se si presenta come parte di un sistema forte, con cui è conveniente avere delle relazioni, questo è ovviamente molto più vantaggioso, significa dare un supporto molto diverso all’impresa.

Noi abbiamo lavorato, per richiamarmi alla domanda iniziale, in tre direzioni. Una è quella di costruire delle nuove partnership, che siano a valenza economica e sociale, sfruttando la rete di relazioni istituzionali. Noi siamo il Comune, non la Camera di Commercio, e il nostro ruolo è più quello di costruire queste relazioni dirette con i

paesi: in particolare siamo partiti dalle città con cui siamo gemellati, Novi Sad in Serbia e anche altre realtà nuove, per esempio Sara Zagora e Sofia in Bulgaria. Il fatto di trovare degli interlocutori tra le istituzioni locali ed allacciare rapporti, significa che gli imprenditori modenesi hanno maggiori possibilità di trovare degli interlocutori affidabili, di sapere con chi si ha a che fare dall’altra parte. E qui le difficoltà, i problemi, sono proprio quelli di riuscire a dare competenze a queste relazioni: passare da una parte storica, come i gemellaggi, che erano soprattutto uno scambio culturale e di prodotti nelle fiere, a delle relazioni che servano anche al territorio, e alle imprese in primo luogo.

Il secondo punto è quello di costruire progetti di cooperazione allo sviluppo. Sicuramente sono una frontiera su cui bisogna lavorare. La cooperazione serve, deve servire sia al paese che la progetta, sia al paese a cui si rivolge. Mi rifaccio all’esempio del progetto costruito con Novi Sad e con la Serbia: noi come istituzioni modenesi trasferiamo quelle che possono essere le nostre best practice. La relazione è con le istituzioni dell’altro paese e le best practice possono essere, ad esempio, la costruzione di strumenti finanziari a supporto delle imprese, i fondi di garanzia; la costruzione di agenzie di animazione territoriale locale, che possano fare da interfaccia con le imprese e offrire ad esse dei servizi. Noi diamo molto per scontato: abbiamo tutto il sistema di associazioni di categoria, che è un supporto fortissimo per degli imprenditori piccoli, a partire dai servizi di base, ma in questi paesi tutto questo manca ed è utile per far crescere anche le loro imprese. Quindi, il trasferimento di questi strumenti può servire a questi sistemi produttivi per crescere e, d’altra parte, a noi serve costruire una specie di testa di ponte, che ci apra questi mercati in modo da costruire delle relazioni.

Il terzo punto è quello della promozione del sistema Modena. Proprio perché abbiamo detto che è importante, bisognerebbe che fosse Modena insieme a Reggio, e poi Emilia Romagna. Quando siamo all’estero, Modena è una città è veramente piccola... Comunque cominciamo a fare capire che questa è una realtà fatta di imprese che lavorano in un certo modo, che abbiamo delle eccellenze produttive, che abbiamo la Ferrari, ma anche il sistema agro-alimentare, ecc. Insomma diciamo che è un’area affidabile, non solo, ma che le nostre imprese sono già fortemente abituate a lavorare tra

di loro, che hanno alle loro spalle istituzioni ed enti che le supportano e che lavorano insieme. Questo è un fattore anche di garanzia, per chi vuole intraprendere relazioni con Modena.

Sul punto delle competenze e della formazione dei neo-laureati, ritengo encomiabile lo sforzo che l’Ateneo sta facendo per provare a costruire nuovi profili e nuove competenze, non solo per le esigenze che già le imprese richiedono, ma anche per quelle che saranno le esigenze di sviluppo del sistema produttivo. Diciamo che, dal nostro punto di vista, che non è quello delle imprese ma di chi costruisce questa rete, delle agenzie territoriali, sicuramente serve qualcuno che sappia, innanzi tutto, relazionarsi con i diversi soggetti, comprendendo il ruolo di ciascuno.

Noi abbiamo attivato diversi tirocini con Arestud per preparare progetti relativi a politiche per le imprese, e vediamo che i laureati in economia, comunque esperti della loro materia, non sanno assolutamente muoversi per quanto riguarda tutto il lavoro di relazione tra le persone, perché non hanno l’abitudine a lavorare in squadra, anche solo a capire chi hanno di fronte. A maggiore ragione nel momento in cui devi arrivare ad un risultato: hai un progetto e devi sollecitare i diversi contributi, devi tirare le fila, concretizzare le discussioni. Quest’aspetto, secondo me, è importante in quasi tutti gli sbocchi professionali ed in particolare se qualcuno vuole collaborare alla costruzione di progetti di internazionalizzazione. Un altro punto critico è la conoscenza economica del proprio territorio. Dal nostro punto di vista, è importante saper quali sono le caratteristiche della nostra economia, conoscere i distretti, i problemi...Vedo che tanti laureati in economia magari hanno delle nozioni specifiche, però non conoscono la nostra economia. L’ultima cosa che volevo richiamare riguarda la capacità di costruire un progetto, che è importante per la rete dei finanziamenti.

*Presidente Arestud*

Vorrei fare due domande a tutti quanti. Un primo tema su cui vorrei il vostro parere, riguarda il problema della interdisciplinariertà, che è una molteplicità non solo di discipline ma anche di competenze, che devono dialogare insieme. Abbiamo fatto un’esperienza in campo ambientale, individuando e realizzando per la prima volta

tirocini multidisciplinari di gruppo: cioè non è il singolo laureato che va a fare 3, 4, 5 mesi in un’impresa o presso l’ente pubblico, ma si è costruito un progetto che prevedeva l’apporto di 2, 3 o in certi casi anche più competenze diverse, in modo tale da abituare i ragazzi a lavorare insieme.

Pensiamo che anche il tema dell’internazionalizzazione solleciti questo tipo di approccio: si è parlato di competenze giuridiche, incrociate con competenze fiscali, i temi della contabilità, della organizzazione aziendale, eccetera.

Una possibilità, nella progettazione dei tirocini associati a questa ricerca, è adottare una modalità di questo tipo e vi chiedo un’opinione proprio sull’opportunità e sulla possibilità di utilizzare un tale approccio. La seconda domanda, in parte è collegato alla prima, è: “le vostre agenzie, che tipo di figure professionali utilizzano e quali sono le figure di cui avete bisogno, in questo lavoro di interfaccia con le imprese?”. Noi stiamo cercando di capire qual’è il bacino potenziale di occupazione di quelli che oggi fanno l’università, e che usciranno fra 2, 3, 4 anni.

#### *Funzionario Promec*

Per inquadrare bene la prima delle due domande: lei pensa a tirocini con un gruppo di laureati all’interno di una stessa azienda?

#### *Presidente Arestud*

Esatto, ovviamente se l’azienda ha una dimensione tale da consentire un approccio di questo tipo, è evidente, perché i costi sono da tenere sempre presenti.

Faccio un esempio: pensiamo ad un gruppo di laureati che vogliono misurarsi con il tema dell’internazionalizzazione e si mettono insieme, creano un’impresa per aiutare gli altri; oppure un’impresa dice: “io voglio fare un progetto di internazionalizzazione, concettualizzare meglio il tema, capire meglio, perché per adesso ho solo due uffici export, ecc.”, questa è una richiesta che richiede un approccio interdisciplinare o multidisciplinare. O, invece, dobbiamo pensare di più alla singola figura che acquisisce delle esperienze e dice: “io sono un bravo economista, mi faccio 6 mesi in Estonia, mi specializzo su questo punto, e poi se qualcuno vuole andare in Estonia io so tutto, anche

dove si mangia bene”. Non vorrei banalizzare ma è un approccio sostanzialmente diverso, perché il primo approccio richiede una concettualizzazione complessa, l’altro è più riduttivo.

#### *Funzionario Promec*

Questa è un’utopia, non solo nella piccola azienda, ma anche nella media, nella grande, nella multinazionale: le aziende lavorano per compartimenti stagni, la mano destra non sa quello che fa la sinistra. Nei seminari che facciamo sulla fiscalità internazionale vengono gli amministrativi, che si lamentano costantemente perché cercano di dare certe indicazioni ai commerciali, che invece se ne lavano le mani, portando a casa un sacco di problemi che bisogna aggiustare a posteriori. Quindi, un tale approccio sarebbe anche auspicabile, ma non so quanto sia fattibile, oggettivamente.

Sull’altro aspetto, noi cerchiamo di utilizzare personale che abbia il tipo di competenza di cui si stava parlando: non soltanto linguistico-professionale, ma anche culturale. Normalmente nelle nostre strutture, che lavorano in un certo modo e costantemente sui temi dell’internazionalizzazione, abbiamo un personale che queste caratteristiche le ha, conosce i mercati, sa come dialogare. Il fatto stesso che, per esempio, ci siamo dotati di 16 uffici nostri, Promec, all’estero, in paesi diversi che coprono 25 mercati diversi tra loro, è un dato di fatto.

Uno di questi desk è in Perù, che copre l’area H che comprende altri 4 mercati. Annualmente portiamo i nostri rappresentanti qui a Modena per fare incontri mirati con le imprese interessate a questi specifici mercati, in modo tale che ci sia un doppio feedback: l’azienda prende contatti con il nostro responsabile in quei mercati che può darle informazioni, suggerimenti, costituire un punto di riferimento sul mercato stesso. Il nostro responsabile, invece, ottiene tutta una serie di informazioni dalle imprese, per cui si fa un panorama di quelle che sono le nostre aziende, le nostre economie, le caratteristiche degli imprenditori, le loro richieste ed esigenze specifiche. Quindi, le nostre persone hanno contatti costanti a questi livelli; devo dire che è poi l’unico modo per lavorare, e se vogliamo riuscire a trasferire queste competenze alle aziende, bisogna

prima averle. Tutto è perfettibile e migliorabile, però lavoriamo in questo senso ed in questa direzione.

#### *Funzionario Cciaa di Reggio Emilia*

Mi aggancio come operativo. Ognuno ha le proprie attività, le proprie esperienze quotidiane, eccetera, però, secondo me, in base alle esigenze delle aziende e alle esigenze nostre, ci sono forse due filoni di figure professionali, che in parte esistono già e derivano da vari corsi di laurea, e devono incontrarsi; questo rappresenta una sfida. Direi che si tratta di una figura professionale che deve avere competenze a sostegno delle attività quotidiane dell’azienda, quindi tutto ciò che riguarda la parte amministrativa, intesa come esperti in dogane, fiscalità, aspetti commerciali, legislativi; per quanto riguarda il diritto commerciale e non solo, contrattualistica, normativa dei vari paesi, che può essere la più vasta. Ad esempio, qual’è la certificazione, l’etichettatura che deve essere apposta ad un prodotto, quali sono le norme sanitarie, tecniche, c’è veramente di tutto. Allo stesso tempo ci deve essere una figura professionale che permette di collegare le istituzioni in senso lato all’attività aziendale.

Cerco di spiegarmi meglio: vi sono stati anni di discussioni e di scontri con le imprese e con le nostre dirigenze, nel senso che l’azienda, soprattutto quella di piccole dimensioni, considera il fatto di avere di fianco un’istituzione di qualsiasi natura - Comune, Provincia, Camera di Commercio- un peso, una palla al piede. Non capisce qual’è invece l’opportunità di avere questo canale. Quindi questa figura professionale, che secondo me sarebbe utile, deve sensibilizzare, far passare il concetto che l’azienda si dovrebbe appoggiare, se vuole, ai canali istituzionali.

Da noi arrivano aziende che ci dicono: “ Io sono andato a fare un giro in Inghilterra, in Russia, sono andato anche a vedere quella fiera, però non ci ho capito niente”. Nonostante si illustrino i progetti che facciamo con inserzioni sui quotidiani, sui siti internet, nonostante si organizzino giornate formative, le aziende comunque sono reticenti a collaborare, o anche solo a sfruttare le missioni commerciali, che ormai si fanno a livello di 2 o 3 province, o addirittura come sistema camerale di una regione.

L’essere uniti, da una certa visibilità in più e ti permette di avere un’idea più precisa di quel mercato.

Come Camera di Commercio, da un po’ di tempo abbiamo smesso di organizzare fiere solo settoriali, per cui si fa la fiera, offriamo alle aziende l’area, gli stand, e chi vuol partecipare semplicemente ha come costo l’albergo o l’invio dei propri prodotti. Quest’azione, di per sé, non ha più senso. Facciamo, invece, missioni commerciali che si compongono magari della partecipazione ad una fiera, dell’incontro e quindi della pubblicità, della promozione a livello istituzionale, organizzando cene, incontri con le istituzioni locali. Cose anche semplici, che permettono comunque di dare visibilità all’iniziativa, di conoscere: perché, alla fine, bisogna far conoscere e fare incontrare sia le aziende nostre che quelle della controparte.

Occorrono quindi azioni più complesse; a volte ci possono anche essere perdite di tempo nella fase iniziale, almeno così le considerano le aziende, ma si crea il canale, il contatto che alla fine comunque serve. Ed è un momento fondamentale, perché l’azienda da lì può partire, può avere un’idea migliore di come si deve affrontare quel mercato. E’ chiaro che poi si devono considerare tutte le altre problematiche più quotidiane: come individuare l’importatore, il partner per creare anche una joint venture, ecc., però è importante partire da lì. E questa figura professionale legata alle istituzioni, dovrebbe anche avere una ulteriore competenza molto precisa: una conoscenza degli strumenti, delle leggi e dei finanziamenti che mettono a disposizione lo Stato, la Regione, eventualmente la Provincia. Questi sono fondi che non vengono quasi mai sfruttati, perché richiedono tempo per la redazione della domanda, burocrazia, ecc. e l’azienda non ha voglia e non ha tempo. Ma, quando ci capita di proporlo, si dimostrano interessate.

Può essere anche un operatore nostro. Noi, nel corso degli anni, con corsi di formazione a livello regionale, delle Camere di Commercio, oppure a livello centrale, ci siamo formati, anche grazie all’esperienza sul campo. Più o meno diamo questo tipo di informazioni, ma oltre un certo livello occorre una figura professionale molto più qualificata, perché io non posso sapere dal codice doganale richiesto per andare ad

esportare in Brasile il prodotto x, al tipo di finanziamento, preciso in tutto e per tutto, che ti mette a disposizione l’Unione Europea per la pesca ai gamberetti.

*Direttore Master sull’internazionalizzazione, Unimore, Facoltà di Economia*

Vorrei dire una cosa su questo punto. Noi come Facoltà di Economia è il terzo anno che tentiamo di offrire un master universitario proprio su questi temi. Il carattere è interdisciplinare, e i laureati a cui è rivolto sono abbastanza eterogenei: economia, giurisprudenza, ecc. e questo funziona. Non abbiamo trovato grosse difficoltà ad offrire questi temi, che sono fiscalità, aspetti doganali, fonti di finanziamento della Regione, della Comunità, a laureati eterogenei; anzi è un momento interessante di incontro tra gli studenti. La sperimentazione ogni anno è cambiata, cambiava anche la tipologia di corsi offerti, proprio a seconda di quello che ci sembrava incontrare maggiormente sia l’interesse dei ragazzi e, soprattutto, delle aziende. Però indubbiamente esiste questo problema della formazione delle aziende: noi tentiamo di offrire corsi innovativi, che a livello di Università solitamente non offriamo, tipo logistica, e-business, o anche diritto dei contratti internazionali, cose un po’ particolari. Ma i ragazzi, nel momento in cui si rendono conto che le imprese, questo tipo di specializzazione non la capiscono, hanno difficoltà ad accettare corsi di questo genere.

E le aziende, quando fanno i colloqui ai ragazzi per lo stage, proprio non si rendono neanche conto che questo tipo di formazione può essere interessante per loro. Un esempio è l’esperimento che avevamo fatto sul marketing quantitativo: in Bocconi sono anni che il marketing non si fa più solo a livello qualitativo, come da noi, ma danno delle basi minime di statistica, in modo tale da fare analisi dei mercati, previsioni. Si tratta di fare solo un poco statistica economica descrittiva delle principali variabili, vedere gli indicatori macro dei vari paesi, per fare analisi di paese; anche questo tipo di competenza, abbastanza innovativa, le aziende nostre non la utilizzano. Spesso acquistano degli studi di settore o di paese da società che glieli fanno pagare un patrimonio, notissime, che sono cose illeggibili, invendibili, senza nessun contenuto economico o statistico rilevante. Le aziende non hanno la capacità di capire che un tale prodotto non è di qualità.

Il nostro master è sull’internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, e affronta anche il problema del finanziamento pubblico alle aziende. Promec e il Comune di Modena ci hanno sempre mandato delle persone a raccontare le esperienze fatte e a fare docenze gratuite. La nostra esperienza è sicuramente positiva, tentiamo di affrontare questi argomenti, ma abbiamo enormi difficoltà, soprattutto dal punto di vista finanziario. Le risorse a disposizione non sono sufficienti. Quest’anno l’Ateneo di Modena è l’ultimo in termini accesso ai finanziamenti regionali, perché è arrivato tardi rispetto a Parma e Bologna.

*Funzionario Cciaa di Reggio Emilia*

Per me c’era un altro passo a monte, anche questo difficile da fare. Insieme alla creazione delle figure professionali necessarie, visto che stiamo ragionando in prospettiva, ci dovrebbe essere un percorso formativo, fatto adesso, magari in 2 anni, per far maturare nelle aziende la consapevolezza che queste nuove figure professionali sono loro necessarie.

*Funzionario Comune di Modena*

Intervengo solo su questo. Mi riallaccio a quello che diceva il direttore del Master. Questi giovani hanno delle competenze anche molto interessanti, molto specialistiche che le imprese non colgono. Io credo che bisognerebbe lavorare non solo sui contenuti, non parlo del Master perché non lo conosco bene, ma anche sulle modalità di insegnamento. Imparare a lavorare in gruppo è fondamentale, questo dovrebbe essere il metodo di lavoro. Costruire il gruppo in una fase di formazione può servire: non parlo dell’esercizio, la mezz’ora o il pomeriggio sporadici; intendo un lavoro di gruppo che si sviluppa lungo tutto l’arco dell’anno, un periodo comunque abbastanza lungo, in cui si assegnano diversi ruoli, si fanno delle simulazioni, magari si fa una sorta di studio di caso, ad esempio su un paese e, alla fine, si può presentare un lavoro, corredato di indicatori, ecc. Questo si può portare anche alle imprese come portfoglio, per fare vedere quello che si è in grado di fare, e aiutare così anche le imprese a capire meglio a cosa può servire una persona con queste competenze.

*Presidente Arestud*

Un problema dell’Ateneo modenese e reggiano, e un problema generale della nostra formazione è che siamo alla fase massima dell’insegnamento individualizzato e dello studio individuale. E’ anche quello che ci dicono i nostri ragazzi; estremizzo il concetto, ci dicono: “vogliamo la camera singola, perché così posso studiare tranquillamente”. Ma noi vorremmo proporre anche la saletta studio, abbiamo progettato la nostra residenza anche prevedendo delle salette studio per l’uso di 3-4 persone, affinché si studi insieme.

L’organizzazione didattica non prevede neppure la possibilità di sperimentare forme di collaborazione che integrino lo studio individuale, quindi la conoscenza di un metodo di apprendimento prima, e di lavoro poi che mettano insieme competenze diverse e modi di agire diversi. E’ chiaro che un progettista ha un metodo di lavoro che è diverso da uno studio e da una ricerca giuridica o economica, ma occorre la capacità di capire le esigenze di uno o dell’altro, altrimenti il dialogo non avviene. Ho richiamato questa cosa perché, anche nel focus precedente questo tema che è venuto fuori con molta nettezza: c’è l’esigenza di combinare più discipline insieme, ma abbiamo processi formativi dove non esiste neanche più un momento di gruppo. Una volta si facevano dei laboratori almeno, ma mi dicono che adesso non si va più neanche nei laboratori.

*Funzionario Comune di Modena*

Volevo sottolineare un aspetto: la capacità di costruire degli indicatori, o comunque di leggere gli indicatori in maniera da decifrare anche le altre realtà economiche, per noi è fondamentale. E vedo che molti laureati in economia hanno difficoltà: a partire dalle fonti, per andare ai principali indicatori, non solo economici. Ad esempio, noi abbiamo candidato Modena come best location per gli investimenti stranieri a un concorso del Financial Times e in tutt’Italia siamo arrivati primi. Davanti a Milano, Firenze, Venezia, città importanti. Abbiamo dovuto rispondere a una serie di domande relative ad alcuni indicatori e per fare questo è stato necessario raccogliere informazioni non solo di tipo economico (reddito, investimenti pubblici, infrastrutture, ecc.), ma anche informazioni sul sistema di welfare, i servizi per chi viene

eventualmente ad investire, il costo del lavoro, l’offerta educativa, la situazione culturale, ecc. Tutto questo in parte l’abbiamo trovato su fonti esistenti, in parte sono state fatte apposite ricerche, ad esempio telefonando a Telecom, per i dati di traffico, sul numero dei soggetti cablati, ecc. Vorrei far capire che non è un arido lavoro della statistica, ma è funzionale alla presentazione del sistema Modena. Gli investitori o eventuali partner chiedono proprio dei numeri.

### *Presidente Reggio nel mondo*

Cercavo di rispondere alle due domande. Sulla prima: è evidente che il fabbisogno di figure professionali nelle imprese è in evoluzione oggettiva, al di là di come è percepito nelle singole imprese. Riprendo quello che diceva prima il funzionario della Camera di Reggio Emilia: c’è bisogno sicuramente di una base tecnica certa, perché bisogna rispondere ad esigenze molto concrete delle imprese, e poi è necessaria l’altra dimensione, cioè quella di saper praticare i canali istituzionali, che richiede di conoscere la normativa europea, i programmi europei, il sistema internazionale, e non si può far tutto prevedendo un corso di formazione.

Forse qui, visto che siamo in un contesto mobile, in una fase di transizione, c’è l’esigenza di interventi più concentrati e strategici sulla cultura d’impresa. Forse qui c’è materia d’interazione fra le nostre Camere di Commercio e, per esempio l’Università. Abbiamo l’Università di Modena e Reggio, abbiamo due Camere di Commercio attive su scala internazionale, conoscono i problemi che ci sono nelle imprese, conoscono anche i limiti, forse per superare anche i suoi intoppi...

Io penso, per esperienza, che il contenuto formativo più stabile, oltre alla formazione di base, sia l’insegnare ad imparare, perché si acquistano le competenze sulla base di ciò che si è acquisito studiando, ma anche operando. Cioè s’impara soprattutto agendo. E quindi il contenuto formativo nuovo è un’apertura mentale, la predisposizione ad imparare praticando territori diversi. Come si diceva prima: non una formazione tecnicistica, ma una base tecnica sicura, che risponda ad esigenze che ci sono e ci saranno sempre (dal diritto commerciale, alla contrattualistica, e così via), ma è anche

necessario formare l’elasticità e l’apertura mentale che consentono di risolvere i problemi che devi sbrogliare quotidianamente nella realtà.

Su questo aspetto sarebbe auspicabile organizzare un’interazione tra sistema delle imprese, le Camere di Commercio in primo luogo, e la nostra Università.

Siamo due realtà distinte: si parlava di promuovere le nostre città, essere capaci di promuoversi autonomamente, perché Modena è Modena e Reggio è Reggio. Ma stamattina, percorrendo la Via Emilia... ormai siamo una conurbazione sola, tra Parma, Reggio e Modena si sta creando un’unica città. Bisogna guardare anche a un territorio più esteso: siamo l’Emilia, e dobbiamo abituarci a promuovere le città e il territorio, non più chiuso dentro i confini provinciali. D’altra parte Reggio e Modena, come anche Reggio e Parma condividono produzioni strategiche, hanno distretti industriali a scavalco, ecc. è così fino a Bologna e oltre alle caratteristiche economiche simili, vi sono tratti di storia comune, strutture sociali, storia della società civile, che suggeriscono che abbiamo a che fare con un territorio ben più ampio delle singole realtà provinciali.

Oltre questa divagazione, e tornando invece alle figure professionali, e in particolare a quelle che sono le necessità della nostra struttura, devo dire siamo una piccola realtà, non abbiamo molto personale e ci serviamo anche di consulenti esterni a volte. Dobbiamo funzionare con molta elasticità, a seconda dei progetti che si mettono in campo, sui quali si trovano finanziamenti e si attivano delle collaborazioni.

Abbiamo bisogno sicuramente di competenze linguistiche, di persone con competenze giuridiche, possono essere laureati in scienze politiche, indirizzo internazionale, o di economia. Occorre una conoscenza del sistema internazionale, il sistema Nazioni Unite, l’Unione Europea, le normative, i programmi e, soprattutto, i nostri operatori devono essere grado di progettare e di rendicontare. Devono essere capaci di progettare e di rendicontare correttamente in Regione, allo Stato, all’Unione Europea, e avere la capacità di fare interagire due territori. Ad esempio, prendiamo Reggio Emilia e Gradiuvad, Modena e Novi Sad: non è che si possa pensare “prendiamo il nostro il nostro modello di piccole e medie imprese e lo trasferiamo là”. Qualcuno, ogni tanto, fa questo ragionamento, ma è un’assurdità totale. Questa è la logica della cooperazione internazionale classica, che è quella dei mega interventi, che in gran parte si sono risolti

in buchi nell’acqua una volta finite le risorse a disposizione, perché non hanno trovato il modo di radicarsi in loco e trovare una via per autosostentarsi, e dipendere più dalle risorse economiche messe a disposizione.

Cos’è che deve fare una persona che lavora sui nostri progetti? Deve capire come può funzionare l’interazione tra due territori e capire come il nostro know how, senza presunzione e con l’umiltà di andare ad imparare, può contribuire e dare un aiuto allo sviluppo di un altro territorio e, col tempo, creare anche un vantaggio nostro. Perché le cose sono sempre bilaterali: uno cerca di aiutare e, allo stesso tempo, le nostre imprese cercano di trovare un loro tornaconto.

*Funzionario Cciao di Reggio Emilia*

Come Camera di Commercio e Unioncamere Regionale noi funzionari abbiamo sempre avuto delle attività formative rivolte a noi; dall’anno scorso abbiamo sperimentato il lavoro in gruppo. Abbiamo avuto giornate formative, che si sono protratte per tutto l’anno scolastico, da settembre ad aprile, con la redazione finale di Progetti-paese. In una tre giorni noi funzionari, noi operativi, siamo stati collocati in un posto isolato e abbiamo lavorato in un contesto diverso dal solito, ma tutti insieme, facendo veramente sistema. Dico questo per riagganciarmi al fatto che, comunque, bisogna lavorare in modo interdisciplinare, scavalcando le individualità. A noi è piaciuto, e ci ha dato un grande valore aggiunto.



### **Parte III – L'Università ed i giovani laureati**

#### **1. Gli sbocchi occupazionali dei laureati**

Nel 2002 in Italia, 50 diciannovenenni su 100 hanno iniziato un corso universitario; questo dato è il più elevato se paragonato a quello degli altri paesi industrializzati, ma la peculiarità italiana resta quella di un alto tasso di immatricolazione ed un basso tasso di successo nel conseguimento della laurea<sup>57</sup>. Nel caso dei corsi lunghi (ante riforma) il tasso di successo, calcolato con il rapporto tra i laureati e gli immatricolati 6 anni prima, è pari a 53 su 100. Gli abbandoni sono elevati già ad inizio carriera, infatti 1 studente su 5 non rinnova l'iscrizione al secondo anno di corso. Con la riforma del sistema universitario e la conseguente diminuzione della durata degli studi (nel caso della laurea di primo livello), questo fenomeno dovrebbe diminuire anche se, allo stato attuale, i dati disponibili sono insufficienti per avallare questa tesi (istituzione dei corsi triennali troppo recente).

I laureati presso tutti gli atenei italiani, nel corso del 2003 (anno solare) sono stati 234672<sup>58</sup>, dei quali il 56% di sesso femminile; la prevalenza del sesso femminile rispecchia quella esistente al momento delle immatricolazioni, infatti le ragazze si iscrivono in misura maggiore all'università rispetto ai ragazzi. Sempre nel corso del 2003, circa 7 laureati su 10 erano fuori corso e l'età media alla laurea era pari a 26,5 anni.

Analizzando la condizione professionale della coorte dei laureati italiani nel 2003, ad un anno dal conseguimento della laurea<sup>59</sup>, vediamo che il tasso di occupazione<sup>60</sup> è complessivamente pari al 54,2%, con valori più elevati per i maschi (59% contro circa 51%). Questo non significa che i restanti laureati siano solo giovani in cerca di

---

<sup>57</sup> Istat, Università e lavoro: statistiche per orientarsi 2004/2005.

<sup>58</sup> Elaborazioni su dati Miur-Urst, Ufficio di Statistica, Indagine sull'istruzione universitaria 2003. Si sono considerati i corsi di laurea del vecchio e del nuovo ordinamento (laurea triennale e specialistica), i diplomi universitari e le scuole dirette a fini speciali

<sup>59</sup> Consorzio Interuniversitario Almalaurea, 7° Indagine sulla condizione occupazionale dei laureati, Febbraio 2005. Al consorzio Almalaurea non partecipano la totalità degli atenei italiani, ma per ottenere stime rappresentative del complesso dei laureati italiani è stata utilizzata una procedura statistica di "riproporzionamento". Inoltre nell'indagine non sono stati compresi i laureati che hanno concluso gli studi con una laurea triennale.

<sup>60</sup> Il tasso di occupazione è stato calcolato considerando i laureati che dichiarano di svolgere un'attività lavorativa retribuita, purchè non si tratti di un'attività di formazione (tirocinio, praticantato, dottorato o specializzazione).

occupazione, infatti al termine degli studi universitari si prospettano due possibilità: l'ingresso nel mondo del lavoro o la prosecuzione nell'ambito del sistema dell'istruzione/formazione (corsi post-laurea, master, corsi di formazione o specializzazione), di conseguenza accanto a giovani che si dedicano alla ricerca di un lavoro (25,8%), si trovano giovani che non lo cercano perché impegnati in altre attività formative (20%).

Rispetto alla coorte dell'anno precedente l'ingresso nel mondo del lavoro risulta leggermente più difficoltoso (+0,7%) e continua il trend decrescente del tasso di occupazione iniziato con i laureati del 2001, mentre con i laureati dal 1997 al 2000 si era assistito ad una crescita continua. Parallelamente cresce la quota di laureati in cerca di lavoro (+1,8% dal 2002 al 2003).

Il gruppo di corsi di laurea che incontra meno difficoltà nel reperimento di un lavoro è quello di ingegneria, seguito da architettura e dal gruppo insegnamento. Agli ultimi posti troviamo invece il gruppo giuridico, quello medico e geo-biologico. Interessante è notare che, analizzando il tasso di occupazione basato sulla definizione adottata dall'Istat nelle indagini sulle Forze lavoro<sup>61</sup>, il gruppo medico occupa la seconda posizione invece della penultima questo perché moltissimi studenti di questi corsi continuano la loro formazione con corsi di specializzazione.

Poco più di uno studente su quattro tra i laureati occupati ad un anno della laurea, continua il lavoro iniziato prima del termine degli studi e questo investe in misura importante i gruppi giuridico, psicologico, letterario, insegnamento e politico-sociale riguardando soprattutto i lavoratori inseriti nel settore pubblico che attraverso la laurea puntano ad un miglioramento nella loro posizione professionale. Di tutti i laureati del 2003, solo il 35% arriva alla conclusione degli studi senza nessuna esperienza lavorativa alle spalle.

Analizzando la coorte dei laureati del 1999, l'unica per la quale si può osservare l'andamento del tasso di occupazione ad uno, tre e cinque anni dal conseguimento del titolo, si nota il passaggio dal 56,8% (ad un anno) all'86,4% (a cinque anni) e che vi sono gruppi di corsi di laurea che a distanza di 5 anni raggiungono quasi la piena

occupazione (ingegneria, architettura ed il gruppo economico-statistico); il dato più basso è ancora quello dell'ambito medico dove si assiste a più di un raddoppio nel passaggio da 3 a 5 anni dopo la laurea, ma resta importante la componente che continua gli studi anche dopo 5 anni dal conseguimento del titolo (31,9%).

L'approccio iniziale al mondo del lavoro passa attraverso diversi canali: il più importante è l'iniziativa personale, seguito dalle segnalazioni di parenti o amici (attraverso questi due canali trova lavoro poco più della metà dei laureati, una quota crescente nel corso dei 5 anni analizzati); dal 1999 al 2003 si assiste ad un continuo aumento della quota dei laureati che riesce ad occuparsi grazie alla prosecuzione di stage o di altre attività post-laurea e aumentano nuovamente (dopo un calo nel periodo 1999-2001) e in misura minore, anche coloro che iniziano un'attività autonoma, mentre a partire dal 2002 assistiamo ad un dimezzamento della quota di giovani che trovano lavoro grazie alle chiamate dirette da parte di aziende e ad una moderata diminuzione delle assunzioni dovute al superamento di un concorso pubblico. I contatti con le agenzie di lavoro interinale, mentre vedono una leggera crescita dal 1999 al 2002, si riducono nel 2003 e comunque interessano solamente un laureato su 23.

Mediamente servono 6 mesi di tempo per entrare nel mondo del lavoro<sup>62</sup>, tempi che variano in base all'indirizzo degli studi intrapresi: i più rapidi ad occuparsi sono i laureati del gruppo architettura, ingegneria e linguistico che dedicano solamente 4 mesi alla ricerca di un lavoro, mentre il gruppo medico, quello giuridico e geo-biologico impiegano rispettivamente due e un anno, questo a causa degli impegni formativi post-laurea; infatti se invece di calcolare il tempo trascorso dalla laurea al conseguimento di una occupazione, consideriamo il tempo effettivo trascorso dal momento dell'inizio della ricerca di un lavoro fino al raggiungimento dell'obiettivo, osserviamo un notevole ridimensionamento, ovvero i medici passano da 2 anni a 1 mese, giuristi e biologi da un anno a 2 e 4 mesi rispettivamente.

---

<sup>61</sup> Il tasso di occupazione utilizzato dall'Istat nelle indagini sulle Forze di lavoro considera occupati tutti coloro che dichiarano di svolgere un'attività, anche di formazione o non in regola, purchè retribuita.

<sup>62</sup> Si fa riferimento al primo posto di lavoro mantenuto almeno sei mesi e che preveda un orario lavorativo di almeno 20 ore settimanali. Il collettivo analizzato comprende i laureati a cinque anni dal conseguimento del titolo che non erano occupati alla laurea.

Il tipo di lavoro a cui approdano i laureati è prevalentemente di tipo atipico, ma le differenze rispetto a quello stabile<sup>63</sup> sono di pochi punti percentuali (45,9% contro 41,3%). Se vogliamo analizzare il trend degli ultimi cinque anni, dobbiamo tenere presente i cambiamenti introdotti dalla Riforma Biagi<sup>64</sup> che hanno interessato soprattutto i laureati del 2003: l'impossibilità dell'utilizzo dei nuovi contratti di inserimento al posto dei tradizionali contratti di formazione lavoro, fino all'estate del 2004, ha dimezzato la quota di questa tipologia contrattuale contribuendo ad incrementare sia i contratti a tempo indeterminato, che fanno parte del lavoro stabile, sia quelli a tempo determinato che invece sono parte del lavoro atipico. Il risultato ottenuto è stato una crescita di entrambe le tipologie di lavoro, mentre negli anni passati al crescere di una tipologia corrispondeva il decrescere dell'altra, infatti dal 2000 al 2002 si è assistito ad un aumento della quota di laureati impiegati nel lavoro atipico a fronte di una contrazione di quelli impiegati stabilmente. Soffermandoci sulle differenze di genere, per quanto riguarda i laureati del 2003, vediamo come oltre la metà del contingente femminile sia occupato in lavori atipici, mentre poco meno della stessa quota della componente maschile è impiegata in modo stabile; il lavoro autonomo è più presente nella componente maschile (17,4% contro 7,9%), mentre le collaborazioni sono più importanti per il sesso femminile (26,6% contro 18,9%), così come, in misura minore, l'assenza di un contratto.

L'analisi della posizione lavorativa, per il contingente del 2003 ad un anno dalla laurea, mostra come le posizioni occupate dal sesso maschile siano più elevate rispetto a quelle occupate dal sesso femminile: all'interno del lavoro dipendente prevalgono i maschi tra dirigenti, quadri e impiegati di alta/media qualificazione, mentre all'interno del lavoro autonomo prevalgono in tutte le posizioni (imprenditori, liberi professionisti, lavoratori in proprio). Le donne invece assumono importanza maggiore tra gli impiegati esecutivi, gli insegnanti e nelle altre posizioni (collaborazioni o assenza di contratto). Ovviamente si tratta solo di un'analisi parziale perché effettuata ad inizio carriera e

---

<sup>63</sup> Il lavoro stabile comprende il lavoro dipendente a tempo indeterminato e quello autonomo (imprenditori, liberi professionisti e lavoratori in proprio); il lavoro atipico racchiude il contratto dipendente a tempo determinato, le collaborazioni (coordinata e continuativa, occasionale e il contratto a progetto) e altri lavori atipici (interinale, associazione in partecipazione, lavori socialmente utili e piano di inserimento professionale).

quindi non tiene conto delle progressioni successive ma si basa solamente sul titolo di accesso.

Entriamo maggiormente nel dettaglio analizzando quali sono i settori di impiego dei giovani laureati. Ad un anno dal conseguimento del titolo, 3 su 4 tra i laureati del 2003 sono impiegati nei servizi, circa il 23% nell'industria (questo ramo di attività economica raccoglie più della metà dei laureati di due soli gruppi di corsi di laurea: architettura e ingegneria) e poco meno del 2% nell'agricoltura. La maggiore dispersione<sup>65</sup> la troviamo nei gruppi politico-sociale, linguistico, giuridico, geobiologico ed economico-statistico, mentre la concentrazione maggiore interessa il gruppo medico, insegnamento, educazione-fisica, chimico-farmaceutico e architettura. Vi sono corsi di laurea che hanno sbocchi ben determinati: nel gruppo medico il 91,3% degli occupati lavora nel settore sanità, in quello chimico-farmaceutico il 51,6% lavora nel commercio e pubblici esercizi ed il 18,4% nell'industria chimica, nel gruppo architettura il 47,3% è occupato nell'edilizia e il 27% nelle attività di consulenza, quasi il 60% degli ingegneri lavora nell'industria e poco più di uno su 10 nella consulenza. Nel gruppo insegnamento il 48% lavora nell'istruzione ed il 25% nei servizi sociali e personali, infine nel gruppo educazione fisica oltre il 40% lavora nei servizi ricreativi ed il 30% nell'istruzione. Le ragioni della dispersione sono principalmente imputabili a due fattori: da un lato si tratta della prima occupazione e spesso un giovane appena laureato accetta anche un impiego poco coerente rispetto al percorso degli studi intrapresi e dall'altro lato vi sono corsi di laurea più specialistici ed altri più polivalenti.

Per valutare l'efficacia del titolo acquisito nella ricerca di un posto di lavoro è stato costruito un indicatore che sintetizza fattori relativi all'utilità e alla spendibilità del titolo universitario nel mercato del lavoro. Per quasi 84 laureati su 100 nel 2003, l'efficacia della laurea è complessivamente buona (almeno abbastanza efficace) già ad un anno dal conseguimento del titolo, registrando un lieve decremento rispetto ai dati degli anni precedenti (fino al 2001 davano una valutazione del titolo almeno abbastanza efficace, 86 ragazzi su 100). I gruppi medico, chimico-farmaceutico, ingegneria e

---

<sup>64</sup> Decreto Legislativo n.276 del 2003.

architettura contengono al loro interno dai 94 ai 97 ragazzi su 100 che giudicano importante il titolo acquisito; in fondo alla graduatoria troviamo invece i gruppi letterario, giuridico, psicologico e geo-biologico con minimo 66 e massimo 73 ragazzi "soddisfatti" dell'efficacia del titolo conseguito. Analizzando la coorte dei laureati del 1999 a 5 anni di distanza, possiamo affermare che con il passare del tempo aumenta l'efficacia del titolo universitario (passa dal 85,5 ad un anno a 91,5 a cinque anni) e questo aumento interessa soprattutto i gruppi che dichiaravano una bassa efficacia ad un anno.

Cerchiamo ora di vedere se la partecipazione ad attività post-laurea, quali master e stage, influenza il tasso di occupazione. Dai dati rilevati sui laureati a cinque anni dalla laurea si vede che l'aver frequentato un master, universitario o meno, comporta un incremento del tasso di occupazione solo di 1,5 punti percentuali, rispetto a chi non ha compiuto la medesima esperienza. Al contrario, tirocini o stage durante il corso degli studi o dopo l'acquisizione del titolo rappresentano un notevole vantaggio in termini di occupazione già ad un anno dal termine degli studi (+11%).

Focalizziamo la nostra attenzione sui dati relativi agli atenei della regione Emilia Romagna<sup>66</sup>. Il tasso di occupazione ad un anno dalla laurea per le coorti dei laureati della sessione estiva degli anni 2001, 2002 e 2003 mostra come questo sia superiore al dato relativo al totale degli atenei italiani aderenti al consorzio Almalaurea<sup>67</sup>, per tutti gli atenei ad eccezione di quello di Ferrara. L'ateneo con i tassi di occupazione più elevati rispetto al dato complessivo è quello di Modena e Reggio Emilia (+10,9% nel 2003, +5,3% nel 2002 e +4,7% nel 2001) dove risultano occupati circa il 66% dei laureati del 2003. L'andamento temporale dei tassi è diverso per i differenti atenei: in quello di Bologna si assiste ad un continuo decremento dal 2001 al 2003, in quelli di Modena e Reggio Emilia e Parma si ha un calo nel 2002 e una leggera ripresa nel 2003, mentre in quello di Ferrara si ha una crescita nel 2002 e un calo nel 2003. Le facoltà con

---

<sup>65</sup> Intendiamo con questo termine il maggior numero di rami necessario per raccogliere il 70% degli occupati

<sup>66</sup> I dati per singolo ateneo non sono stati riproporzionati, ma sono relativi al campione intervistato.

<sup>67</sup> Bari, Basilicata, Bologna, Cassino, Catania, Catanzaro, Chieti-Pescara, Ferrara, Firenze, Genova, Messina, Milano – IULM, Modena e Reggio Emilia, Molise, Padova, Parma, Piemonte Orientale, Roma – Lumsa, Salerno, Sassari,

meno problemi dal punto di vista dell'occupazione sono quelle di Scienze della Formazione e Ingegneria, e anche Farmacia ottiene buoni risultati; a Ferrara, dove non è presente la prima, il primo posto è occupato da Architettura. Quelle invece che hanno più problemi sono Medicina e Chirurgia, Giurisprudenza (che non dobbiamo dimenticare sono anche quelle nelle quali è più importante la quota di laureati che prosegue gli studi dopo la laurea) e Scienze matematiche, fisiche e naturali.

L'ateneo che fa registrare la migliori performance nel lungo periodo<sup>68</sup> è quello di Parma; in tutti gli atenei della regione, dopo cinque anni risultano occupati quasi 9 laureati su 10 (il dato più basso è quello di Ferrara con 86,9%) e per molte facoltà si raggiunge quasi la piena occupazione. I maggiori incrementi si vedono in corrispondenza della facoltà di Giurisprudenza dove, dopo tre anni dal conseguimento della laurea, è terminato il periodo necessario per il conseguimento di un titolo post-laurea e questo corrisponde ad un raddoppio del tasso di occupazione. Anche la situazione di Scienze matematiche, fisiche e naturali migliora, pur rimanendo nelle ultime posizioni insieme a Medicina e Chirurgia, che è ultima in graduatoria a causa del protrarsi del periodo di formazione per oltre cinque anni dalla laurea.

---

Siena, Torino Politecnico, Torino Università, Trento, Trieste, Udine, IUAV Venezia. Si tratta degli atenei aderenti da almeno un anno.

<sup>68</sup> Per poter analizzare anche i dati a cinque anni dalla laurea si deve far riferimento ai laureati nella sessione estiva del 1999.

**Tav. 1 – Tasso di occupazione ad un anno dalla laurea per genere e gruppi di corsi di laurea (graduatoria)**  
Valori percentuali relativi ai laureati del 2003

	Laureati 2003				Totale def. Istat Forze di lavoro
	Totale	Maschi	Femmine	di cui continuano attività iniziata prima della laurea <sup>69</sup>	
Gruppo ingegneria	76,1	76,8	72,9	8,0	88,9
Gruppo architettura	73,6	80,6	67,0	27,2	79,3
Gruppo insegnamento	69,6	80,2	68,8	36,6	74,2
Gruppo chimico-farmaceutico	66,6	68,4	65,6	11,0	82,3
Gruppo politico-sociale	59,8	59,3	60,1	35,3	72,1
Gruppo linguistico	59,5	59,3	59,6	25,0	66,2
Gruppo economico-statistico	56,4	58,4	54,4	25,9	70,0
Gruppo agrario	53,2	58,5	47,3	21,2	72,1
Gruppo psicologico	52,7	55,9	52,0	41,9	58,3
Gruppo scientifico	50,5	59,1	40,3	19,8	73,3
Gruppo letterario	48,0	50,8	47,1	37,1	57,8
Gruppo geo-biologico	45,0	53,8	40,2	23,3	72,3
Gruppo medico	30,8	36,9	25,1	10,1	82,3
Gruppo giuridico	27,0	31,2	24,2	43,0	45,6
<b>Totale</b>	<b>54,2</b>	<b>59,0</b>	<b>50,8</b>	<b>26,8</b>	<b>68,5</b>

Fonte: Almalaurea

<sup>69</sup> Percentuale calcolata ponendo uguale a 100 i laureati occupati.

**Tav. 2 – Tasso di occupazione ad uno, tre e cinque anni dalla laurea per gruppi di corsi di laurea**  
Valori percentuali relativi ai laureati 1999

	Laureati 1999		
	a 1 anno	a 3 anni	a 5 anni
Gruppo ingegneria	75,9	93,2	96,2
Gruppo architettura	71,4	93,8	94,4
Gruppo insegnamento	73,3	86,3	88,3
Gruppo chimico-farmaceutico	61,3	78,2	86,5
Gruppo politico-sociale	72,2	87,2	89,9
Gruppo linguistico	59,6	82,7	80,9
Gruppo economico-statistico	63,1	82,2	91,8
Gruppo agrario	55,3	81,5	82,2
Gruppo psicologico	55,0	86,8	87,4
Gruppo scientifico	63,1	84,2	86,3
Gruppo letterario	57,4	78,3	82,3
Gruppo geo-biologico	42,5	66,8	74,6
Gruppo medico	21,6	24,5	55,2
Gruppo giuridico	30,2	58,1	86,2
<b>Totale</b>	<b>56,8</b>	<b>77,0</b>	<b>86,4</b>

Fonte: Almalaurea

**Tav. 3 – Evoluzione del canale di ingresso ad un anno dalla laurea**  
Valori percentuali riferiti ai laureati che hanno iniziato l'attuale attività lavorativa dopo la laurea

	Anno di laurea				
	2003	2002	2001	2000	1999
Iniziativa personale	37,6	36,9	39,0	38,3	34,4
Segnalazione parenti/amici	16,0	16,4	12,7	11,9	14,3
Prosecuzione stage o altra attività post laurea	10,7	10,1	10,4	8,4	6,2
Chiamata da azienda	7,5	7,7	14,5	13,9	10,0
Risposta ad inserzioni	6,1	5,3	2,4	6,2	8,0
Contatti con agenzie di lavoro interinale	4,4	4,8	4,1	3,2	3,0
Inizio attività autonoma	3,7	3,1	2,7	2,7	3,0
Concorso pubblico	3,4	3,6	4,3	3,9	4,5
Altro	10,6	12,1	9,9	11,5	16,6
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Almalaurea

**Tav. 4 – Tempi mediани di ingresso nel mondo del lavoro a cinque anni per gruppi di corsi di laurea**  
Valori percentuali riferiti ai laureati del 1999 che hanno iniziato a lavorare dopo la laurea

	Tempo mediano in mesi	
	Calcolato dalla laurea (stima)	Calcolato dall'inizio della ricerca
Gruppo agrario	6	2
Gruppo architettura	4	1
Gruppo chimico-farmaceutico	7	2
Gruppo economico-statistico	5	2
Gruppo geo-biologico	12	4
Gruppo giuridico	12	2
Gruppo ingegneria	4	1
Gruppo insegnamento	5	3
Gruppo letterario	6	3
Gruppo linguistico	4	2
Gruppo medico	24	1
Gruppo politico-sociale	6	2
Gruppo psicologico	10	2
Gruppo scientifico	6	2
Totale	6	2

Fonte: Almalaurea

**Tav. 5 – Efficacia della laurea ad 1 e a 5 anni per gruppi di corsi di laurea**  
Valori percentuali riferiti ai laureati del 2003 e del 1999

	Laurea almeno abbastanza efficace	
	Laureati 2003 a 1 anno dalla laurea	Laureati 1999 a 5 anni dalla laurea
Gruppo medico	97,6	99,3
Gruppo chimico-farmaceutico	96,3	96,7
Gruppo ingegneria	95,6	95,7
Gruppo architettura	94,1	95,6
Gruppo educazione fisica	90,5	-
Gruppo insegnamento	87,7	89,6
Gruppo scientifico	87,0	93,8
Gruppo economico-statistico	86,4	93,4
Gruppo agrario	85,7	91,3
Gruppo linguistico	76,9	83,5
Gruppo politico-sociale	74,9	82,8
Gruppo geo-biologico	72,7	87,9
Gruppo psicologico	72,5	95,1
Gruppo giuridico	71,9	94,1
Gruppo letterario	66,4	82,6
Totale	83,6	91,5

Fonte: Almalaurea

**Tav. 6 – tipologia dell'attività lavorativa ad un anno dalla laurea per genere**  
Valori percentuali riferiti ai laureati del 2003

	2003			2002	2001	2000	1999
	Maschi	Femmine	Totale				
<i>Lavoro stabile</i>	48,5	35,5	41,3	38,2	44,3	45,7	40,8
Lavoro autonomo	17,4	7,9	12,2				
Lavoro a tempo indeterminato	31,1	27,6	29,1				
<i>Lavoro atipico</i>	37,4	53,0	45,9	43,7	39,6	37,4	38,3
Lavoro a tempo determinato	16,5	23,7	20,4				
Collaborazione	18,9	26,6	23,1				
Altro lavoro atipico	2,0	2,7	2,4				
Formazione lavoro/inserimento e apprendistato	9,1	4,2	6,5	11,8	10,6	12,1	14,8
Senza contratto	4,2	6,6	5,5	5,6	4,6	3,7	5,2
Non risponde	0,8	0,7	0,8	0,7	0,9	1,1	0,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Almalaurea

**Tav. 7 – Posizione nella professione ad un anno dalla laurea per genere**  
Valori percentuali riferiti ai laureati del 2003

	2003		
	Maschi	Femmine	Totale
<i>Lavoro dipendente</i>	57,6	57,2	57,4
Dirigente/direttivo	3,5	1,8	2,5
Impiegato alta/media qualificazione	40,0	31,2	35,3
Impiegato esecutivo	7,3	9,2	8,3
Insegnante	2,7	11,7	7,6
Altra posizione dipendente	4,1	3,3	3,7
<i>Lavoro autonomo</i>	18,1	8,8	13,1
Imprenditore	1,8	1,0	1,4
Libero professionista	9,2	3,0	5,8
Lavoratore in proprio	5,9	3,5	4,6
Altra posizione autonoma	1,2	1,3	1,3
<i>Altre posizioni</i>	23,1	33,2	28,6
Collaboratore	18,9	26,6	23,1
Senza contratto	4,2	6,6	5,5
Non risponde	1,2	0,8	0,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Almalaurea



**Tav. 8 – Ramo di attività economica ad un anno dalla laurea per gruppi di corsi di laurea**

Valori percentuali riferiti ai laureati del 2003 (non sono riportati i rami meno rappresentativi – Energia, gas, acqua, estrazione mineraria, pubblicità/pubbliche relazioni - e le mancate risposte)

	N° rami dove lavora il 70% degli	Agricoltura	Stampa ed editoria	Chimica	Metalmeccanico e meccanico di precisione	Elettronica, elettrotecnica	Manifattura varia	Edilizia, costruzione e installazione impianti	Industria	Commercio, pubblici esercizi	Trasporti e viaggi	Comunicazioni e telecomunicazioni	Credito e assicurazioni	Consulenza legale, amministrativa, contabile	Altra attività di consulenza e professionali	Informatica, elaborazione dati	Altri servizi alle imprese	Pubblica amministrazione	Istruzione e ricerca	Sanità	Servizi ricreativi, culturali e sportivi	Altri servizi sociali, personali	Servizi
Gruppo agrario	5	<b>34,5</b>	-	0,9	-	0,4	5,8	3,1	<b>10,2</b>	8,2	0,2	0,8	1,2	0,4	4,5	0,4	5,1	6,2	10,5	12,5	1,8	2,9	<b>54,9</b>
Gruppo architettura	2	<b>0,6</b>	0,6	0,1	0,4	0,2	2,1	<b>47,3</b>	<b>50,9</b>	4,9	0,3	0,7	0,5	0,9	27,1	0,9	3,5	4,7	2,6	0,1	1,2	0,2	<b>48,0</b>
Gruppo chimico-farmaceutico	2	<b>1,0</b>	-	18,4	1,0	1,0	1,5	0,2	<b>23,4</b>	<b>51,6</b>	-	0,2	-	0,2	2,2	0,2	1,9	0,5	6,2	11,4	0,1	1,0	<b>75,5</b>
Gruppo economico-statistico	7	<b>1,8</b>	0,5	1,4	4,0	0,9	5,9	2,8	<b>16,1</b>	13,3	3,3	1,9	<b>24,6</b>	9,0	4,4	2,1	6,3	5,7	5,2	1,2	2,0	1,7	<b>81,8</b>
Gruppo educazione fisica	2	-	-	-	7,6	-	-	-	<b>7,6</b>	7,6	-	-	-	-	1,1	-	-	7,6	30,5	4,0	<b>41,4</b>	-	<b>92,4</b>
Gruppo geo-biologico	7	<b>6,4</b>	1,0	8,3	1,7	-	2,1	5,1	<b>18,9</b>	13,2	0,4	1,0	1,2	-	6,0	2,8	2,8	5,2	<b>21,1</b>	10,4	4,0	4,0	<b>72,7</b>
Gruppo giuridico	7	<b>0,3</b>	1,4	0,3	1,3	0,4	3,3	1,7	<b>9,5</b>	<b>17,0</b>	1,2	2,5	12,3	12,9	3,1	2,1	4,3	14,4	8,2	2,9	3,2	4,7	<b>90,0</b>
Gruppo ingegneria	6	<b>0,3</b>	0,2	2,2	20,6	5,9	4,5	<b>22,4</b>	<b>59,3</b>	2,4	2,6	2,4	0,9	0,6	11,5	6,1	3,2	2,5	6,6	0,4	0,2	0,4	<b>39,9</b>
Gruppo insegnamento	2	<b>0,2</b>	0,1	0,2	0,1	-	0,6	0,3	<b>1,4</b>	4,0	0,4	1,2	0,7	0,5	1,8	0,8	1,8	2,6	<b>48,0</b>	6,5	4,3	25,4	<b>98,4</b>
Gruppo letterario	6	<b>0,7</b>	3,9	0,7	1,8	0,2	2,2	1,5	<b>10,5</b>	12,5	2,3	3,3	3,1	0,7	3,0	1,1	3,5	5,2	<b>31,0</b>	0,6	15,3	4,9	<b>88,5</b>
Gruppo linguistico	7	<b>0,7</b>	1,4	1,4	6,8	1,3	9,3	1,8	<b>22,8</b>	18,8	6,6	1,6	2,9	0,8	5,2	1,3	4,1	2,1	<b>22,1</b>	1,7	4,2	1,9	<b>76,0</b>
Gruppo medico	1	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	-	-	0,6	0,3	2,7	-	-	1,0	0,6	<b>91,3</b>	1,7	1,3	<b>100,0</b>
Gruppo politico-sociale	9	<b>0,7</b>	2,1	0,6	1,4	0,9	3,7	3,1	<b>12,1</b>	<b>13,9</b>	2,2	4,7	6,4	2,4	3,1	2,4	6,4	11,7	13,1	5,2	4,9	7,5	<b>87,1</b>
Gruppo psicologico	4	<b>0,4</b>	0,1	0,1	1,0	0,1	1,9	0,2	<b>3,7</b>	11,2	0,9	1,6	1,4	0,6	2,2	0,2	3,6	3,3	26,5	9,2	6,0	<b>27,3</b>	<b>95,9</b>
Gruppo scientifico	5	<b>0,5</b>	0,3	1,2	3,3	7,5	2,8	1,1	<b>16,1</b>	3,7	1,8	4,2	3,5	1,3	3,0	<b>33,4</b>	3,2	2,4	22,8	1,7	1,2	0,4	<b>83,4</b>
<b>Totale</b>	<b>10</b>	<b>1,7</b>	<b>1,0</b>	<b>2,0</b>	<b>5,3</b>	<b>1,6</b>	<b>3,8</b>	<b>8,4</b>	<b>22,9</b>	<b>11,8</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>6,9</b>	<b>3,3</b>	<b>6,4</b>	<b>3,0</b>	<b>4,1</b>	<b>5,5</b>	<b>14,8</b>	<b>4,8</b>	<b>4,0</b>	<b>5,1</b>	<b>75,0</b>

Fonte: Almalaurea

**Tav. 9 – Tasso di occupazione ad un anno dalla laurea per corsi di laurea e ateneo**  
Valori percentuali riferiti ai laureati del 2001, 2002, 2003

	Ateneo di Bologna			Ateneo di Ferrara			Ateneo di Modena e Reggio Emilia			Ateneo di Parma		
	2003	2002	2001	2003	2002	2001	2003	2002	2001	2003	2002	2001
Agraria	58,1	69,6	68,9	-	-	-	-	-	-	75,0	75,0	70,0
Architettura	-	-	-	75,4	60,0	76,5	-	-	-	-	-	-
Chimica industriale	27,8	59,3	52,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conservazione Beni culturali	58,0	58,5	57,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Economia	65,2	70,9	73,0	60,7	66,7	50,0	70,8	65,6	84,0	63,6	67,7	77,0
Farmacia	65,6	68,0	74,5	63,2	76,2	62,5	73,3	78,3	87,5	76,9	86,4	85,3
Giurisprudenza	29,9	33,1	34,4	31,6	34,1	36,9	35,9	38,4	44,5	43,1	41,7	37,5
Ingegneria	83,0	79,5	86,6	73,5	86,4	76,3	81,8	87,8	91,4	93,2	87,0	89,2
Lettere e Filosofia	53,6	56,5	63,1	58,7	64,7	53,6	77,0	78,3	-	61,0	64,6	71,3
Lingue e Letterature straniere	70,9	68,0	73,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Medicina e Chirurgia	19,5	31,4	23,2	35,3	3,7	19,0	52,1	23,7	28,0	52,6	54,5	32,4
Medicina veterinaria	52,4	59,6	69,3	-	-	-	-	-	-	75,0	60,0	46,7
Psicologia	55,3	50,5	62,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Scienze della Formazione	85,0	80,4	82,5	-	-	-	85,7	50,0	-	100,0	100,0	-
Scienze mm.ff.nn.	56,1	53,8	56,7	47,5	55,3	44,0	57,1	70,0	62,8	54,4	59,0	51,3
Scienze motorie <sup>70</sup>	65,4	66,7	100,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Scienze politiche	61,3	68,3	72,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Scienze Statistiche	78,1	56,7	72,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Scuola sup. Lingue Moderne	81,8	79,2	72,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>59,2</b>	<b>60,3</b>	<b>64,1</b>	<b>54,9</b>	<b>56,1</b>	<b>49,9</b>	<b>65,9</b>	<b>61,9</b>	<b>65,8</b>	<b>59,2</b>	<b>58,4</b>	<b>59,8</b>
<i>Totale atenei Almalaurea</i>	<i>55,0</i>	<i>56,6</i>	<i>61,1</i>									

Fonte: Almalaurea

<sup>70</sup> Attiva dal 1999-2000 ed il numero di laureati è molto esiguo: si tratta frequentemente di persone già in possesso di altri titoli universitari che, con un breve percorso aggiuntivo, hanno ottenuto la laurea.

**Tav. 10 – Tasso di occupazione a uno, tre e cinque anni dalla laurea per corsi di laurea e ateneo**  
Valori percentuali riferiti ai laureati del 1999

	Ateneo di Bologna			Ateneo di Ferrara			Ateneo di Modena e Reggio Emilia			Ateneo di Parma		
	5 anni	3 anni	1 anno	5 anni	3 anni	1 anno	5 anni	3 anni	1 anno	5 anni	3 anni	1 anno
Agraria	87,5	84,8	71,0	-	-	-	-	-	-	100,0	100,0	70,6
Architettura	-	-	-	97,7	96,2	73,5	-	-	-	-	-	-
Chimica industriale	87,5	66,7	64,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conservazione Beni culturali	76,9	85,7	52,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Economia	94,5	83,9	69,7	-	-	-	100,0	91,5	79,7	91,7	92,8	80,2
Farmacia	90,9	82,8	69,1	92,7	90,7	72,3	94,7	90,9	70,8	96,8	100,0	91,4
Giurisprudenza	86,2	65,5	35,8	88,2	68,5	37,5	88,6	70,2	40,9	91,9	71,2	41,6
Ingegneria	98,4	92,3	82,4	100,0	91,2	80,6	100,0	100,0	80,6	97,8	97,8	87,5
Lettere e Filosofia	89,8	86,0	71,4	82,4	97,1	80,5	-	-	-	92,2	86,1	75,9
Lingue e Letterature straniere	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Medicina e Chirurgia	53,6	25,4	20,6	50,0	16,7	4,8	73,1	38,5	48,0	65,0	31,8	30,0
Medicina veterinaria	82,4	94,7	47,6	-	-	-	-	-	-	83,3	80,0	50,0
Psicologia	81,6	80,5	47,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Scienze della Formazione	95,5	86,5	82,8	-	-	-	-	-	-	66,7	100,0	50,0
Scienze mm.ff.nn.	79,7	77,0	55,9	79,7	81,0	49,3	83,3	71,9	42,9	80,9	72,6	51,9
Scienze motorie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Scienze politiche	90,4	89,5	74,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Scienze Statistiche	97,2	94,7	84,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Scuola sup. Lingue Moderne	92,3	92,9	86,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>89,1</b>	<b>79,0</b>	<b>63,1</b>	<b>86,9</b>	<b>81,1</b>	<b>58,0</b>	<b>89,8</b>	<b>75,9</b>	<b>55,6</b>	<b>90,4</b>	<b>81,1</b>	<b>62,4</b>
<i>Totale atenei Almalaurea</i>	<i>87,5</i>	<i>79,0</i>	<i>59,7</i>									

Fonte: Almalaurea



## **2. Gli studenti stranieri nelle Università italiane**

### *2.1 La situazione nazionale<sup>71</sup>*

Come criterio per la definizione di straniero si è adottato quello della cittadinanza, ovvero è considerato straniero colui che dichiara una cittadinanza diversa da quella italiana; questa scelta, obbligata dai dati di origine, fa sì che non venga trattata solamente la mobilità per motivi di studio, ma che si considerino anche i figli di lavoratori emigrati che si trovavano in Italia già prima dell'inizio dei loro studi universitari e che vi rimarranno anche dopo il termine dei medesimi.

Il quadro normativo italiano in materia di immigrazione e multiculturalità<sup>72</sup> garantisce la parità di trattamento tra straniero e italiano in materia di istruzione universitaria. In particolare viene promosso l'accesso degli stranieri ai corsi universitari tenendo conto degli orientamenti comunitari in proposito, riguardanti l'inserimento di una quota di studenti universitari stranieri, stipulando apposite intese con gli atenei esteri per la mobilità studentesca. Il numero massimo dei visti di ingresso e dei permessi di soggiorno per l'accesso all'istruzione universitaria è disciplinato annualmente, con decreto del Ministro degli Affari Esteri, di concerto con il Ministro dell'Università e della Ricerca Scientifica e Tecnologica, e con il Ministro dell'Interno.

Dopo questa premessa di carattere definitorio, passiamo all'analisi dei dati: nell'anno accademico 2002/2003 risultano iscritti<sup>73</sup> nei diversi atenei italiani poco meno di 1 milione e 800 mila studenti. Di questi 31778 unità (pari all'1,8% degli iscritti totali) sono di origine straniera.

La distribuzione degli studenti stranieri sul territorio nazionale non è uniforme, infatti raggiunge i suoi valori minimi nelle regioni<sup>74</sup> del sud e nelle isole ed i valori più elevati nel centro/nord. Si pensi ad esempio ad una regione come la Campania, sede di atenei

---

<sup>71</sup> Elaborazioni su dati Miur-Urst, Ufficio di Statistica, Indagine sull'istruzione universitaria 2003.

<sup>72</sup> Miur - Ministero degli Affari esteri – Commissione italiana per l'Unesco, L'evoluzione del sistema educativo in Italia 1991-2000

<sup>73</sup> Si sono considerate le iscrizioni sia a corsi di laurea del vecchio ordinamento che a quelli del nuovo ordinamento ossia: corsi laurea e diploma del vecchio ordinamento, corsi di laurea triennali, corsi di laurea specialistica, corsi di laurea specialistica a ciclo unico e scuole dirette a fini speciali.

<sup>74</sup> Gli atenei presenti nelle tabelle del Miur sono stati raggruppati in base alla regione di appartenenza.

dotati di una notevole attrattiva per gli studenti (si possono citare la Federico II e l'Orientale di Napoli), che si posiziona al terzo posto per numero di iscritti totali, mentre per quanto riguarda gli iscritti stranieri occupa solamente l'ottava posizione.

Scendendo più nel dettaglio vediamo che le regioni dove la percentuale di stranieri sul totale iscritti è più elevata sono le Marche, l'Emilia Romagna, il Friuli Venezia Giulia e l'Umbria. In valore assoluto gli studenti di cittadinanza straniera si concentrano in Emilia Romagna, Lazio e Lombardia, regioni che nel complesso raccolgono circa il 47% degli stranieri totali iscritti presso le università italiane. In particolare la nostra regione, con oltre 5000 studenti stranieri nei suoi 4 atenei, è quella che raccoglie il maggior numero di stranieri frequentanti.

Dopo la distribuzione geografica è importante analizzare le facoltà<sup>75</sup> frequentate dagli studenti stranieri. I gruppi di corsi di laurea dove la presenza di stranieri è più importante sono quelli del gruppo medico e chimico farmaceutico. Gli stranieri sono poi più numerosi nelle facoltà del gruppo medico, in quelle del gruppo economico-statistico ed in quelle del gruppo letterario (che complessivamente raccolgono il 45% degli stranieri totali), mentre gli iscritti di nazionalità italiana prediligono le facoltà del gruppo giuridico, quelle del gruppo letterario, del gruppo economico-statistico e del gruppo ingegneria. Trascurabili sono le presenze di stranieri nei gruppi difesa e sicurezza, educazione fisica e geo-biologico, facoltà che comunque raccolgono anche un numero esiguo di iscritti di nazionalità italiana.

Importante è notare che mentre per il collettivo straniero la scelta più frequente è quella di un percorso in ambito medico, per i colleghi italiani gli stessi corsi si trovano, all'interno di una graduatoria, solo nella settima posizione. Inoltre mentre tradizionalmente le facoltà prescelte dagli stranieri erano soprattutto quelle dell'ambito scientifico, anche grazie alla fama di una qualità elevata dell'insegnamento nelle aree

---

<sup>75</sup> Nelle tabelle del Miur i corsi di laurea sono 1713; questi sono stati aggregati, in base alla classificazione adottata dall'ISTAT per la definizione dei gruppi di corsi di laurea, in: gruppo scientifico, gruppo chimico-farmaceutico, gruppo geo-biologico, gruppo medico, gruppo ingegneria, gruppo architettura, gruppo agrario, gruppo economico-statistico, gruppo politico-sociale, gruppo giuridico, gruppo letterario, gruppo linguistico, gruppo insegnamento, gruppo psicologico, gruppo educazione fisica e gruppo difesa e sicurezza.

scientifiche in Italia<sup>76</sup>, nell'ultimo periodo anche le facoltà di taglio umanistico stanno prendendo piede.

Il contingente di stranieri iscritti negli atenei italiani vede una lieve prevalenza della componente femminile (come del resto succede anche per i colleghi italiani). Per entrambi i sessi, come già ribadito per il dato aggregato, il gruppo di corsi di laurea che riscuote più "successo" è quello medico, mentre le posizioni successive sono differenti. Le donne scelgono con più frequenza corsi di laurea del gruppo letterario e a seguire del gruppo economico-statistico, mentre per gli uomini troviamo al secondo posto ingegneria e al terzo i corsi del gruppo economico-statistico.

Se vogliamo analizzare le differenze di genere all'interno delle singole facoltà vediamo che, per entrambi gli universi di origine (Italia ed estero), ci sono corsi prevalentemente frequentati da femmine (quelli definiti "umanistici" come il gruppo linguistico, insegnamento, psicologico e letterario) ed altri con una netta prevalenza maschile (quelli più "tecnico/scientifici" come il gruppo ingegneria).

Interessante è vedere la provenienza<sup>77</sup> degli stranieri frequentanti le università italiane: sono i paesi dell'Unione Europea o del Resto Europa a "fornire" il maggior numero di studenti stranieri, infatti il 68.8% degli stranieri totali proviene da queste aree, mentre la terza area per importanza è quella del Mediterraneo con una quota decisamente inferiore (7.7%). Disaggregando i dati per genere, vediamo che per le femmine la prima area di provenienza è il Resto Europa, seguita dall'Unione Europea, mentre le altre aree di provenienza hanno quote non superiori al 7%. Per i maschi la prima area di provenienza è l'Unione Europea, seguita dal Resto Europa e da un'altra area importante che è quella del Mediterraneo. Le differenze di genere a livello di area geografica di provenienza, mostrano che dai paesi di nuova adesione all'Unione Europea e dall'Asia provengono prevalentemente donne (rispettivamente oltre l'80% e circa il 68%) mentre per l'Area del mediterraneo la prevalenza è del sesso opposto (71% di uomini).

---

<sup>76</sup> A. Cammelli, *Studiare da stranieri in Italia*, Il Mulino, 1989

<sup>77</sup> I singoli stati esteri di cittadinanza sono stati aggregati in 12 macroaree: Unione Europea a 15, Paesi di nuova adesione alla Unione Europea (Repubblica Ceca, Cipro, Estonia, Lettonia, Lituania, Malta, Polonia, Slovacchia, Slovenia e Ungheria), Resto Europa, Medio Oriente, Asia, Area del Mediterraneo, Africa, America del nord, America Centro Sud, Altri paesi, Apolide, Stato non definito. Per un maggiore dettaglio si veda l'appendice.

Un dato interessante è che le donne provenienti dal Resto Europa o dai paesi di nuova adesione all'Unione Europea, superano di diversi punti percentuali gli uomini che provengono da quelle stesse aree (circa 46% contro 34%).

Analizzando la provenienza di stranieri per singolo paese di origine si vede che circa 1 studente di cittadinanza non italiana su 4 proviene dalla Grecia e 1 su 5 dall'Albania, mentre la provenienza da altri paesi registra quote molto inferiori. Da notare che il primo paese extraeuropeo si trova nella 5° posizione (Israele). All'interno del contingente maschile si vede una netta prevalenza della comunità greca, cosa non riscontrabile nel contingente femminile dove si ha una leggera prevalenza della comunità albanese rispetto a quella greca. Al terzo posto troviamo Israele per gli uomini e la Croazia per le donne.

Soffermiamoci un istante per cercare di capire quali possono essere le ragioni che portano un numero così elevato di studenti greci a studiare in Italia: il colpo di stato dei colonnelli nella Grecia del 1967 ha indotto molti giovani a fuggire dalla patria<sup>78</sup>, fuga in parte ridimensionata dopo la caduta della giunta militare avvenuta nel 1974, ma a tutt'oggi la Grecia continua ad essere il paese estero più rappresentato nelle università italiane. Per quanto riguarda la comunità albanese, che si colloca al secondo posto, si può ipotizzare sia la vicinanza geografica, sia una maggiore disponibilità di scelta rispetto all'offerta presente in patria, ma non bisogna dimenticare che gli albanesi rappresentano il secondo gruppo per importanza (il primo è il Marocco) all'interno della popolazione straniera residente in Italia<sup>79</sup> (circa il 13% del totale stranieri residenti), quindi buona parte di questi studenti potrebbero essere figli di emigrati. Anche la massiccia provenienza da Israele può essere ricondotta alle difficile situazione politico/sociale (la lunghissima e irrisolta questione palestinese) in cui versa il paese.

Circa 9 stranieri su 10 provengono da 5 grandi aree geografiche: Resto Europa, Unione Europea, Area del mediterraneo, America centro sud e Africa. Tutti gli stranieri provenienti da queste aree, ad eccezione di quelli del Resto Europa, prediligono le lauree del gruppo medico, mentre quelli del Resto Europa sono più orientati verso le lauree del gruppo economico-statistico. Al secondo posto troviamo il gruppo ingegneria

---

<sup>78</sup> A. Cammelli, op. cit.

per gli studenti provenienti dall'area del Mediterraneo e dall'Africa (che sono in maggioranza di sesso maschile), il gruppo chimico-farmaceutico per gli originari dell'Unione Europea, il gruppo letterario per il Resto Europa e quello economico-statistico per i provenienti dall'America centro sud. Al terzo posto troviamo il gruppo letterario per le aree Unione Europea e America centro sud, il gruppo giuridico per il Resto Europa, quello economico-statistico per l'Africa e quello chimico-farmaceutico per l'area del Mediterraneo.

I paesi di nuova adesione all'Unione Europea, pur raccogliendo solamente 1 straniero su 20, rivestono particolare importanza visto il recente intensificarsi delle relazioni tra l'Italia e tali paesi; abbiamo già visto come 4 studenti su 5 che provengono da queste aree sono di sesso femminile, inoltre la metà di questo contingente è di origine polacca, seguito per importanza da un 14% di origine slovena. Non trascurabile è il contributo di paesi come Ungheria, Repubblica Ceca e Slovacchia, dai quali provengono ben oltre un centinaio di studenti per ogni stato.

Più di 1 studente su 4 di questo collettivo sceglie un corso di laurea del gruppo letterario, la seconda scelta più frequente è il gruppo economico-statistico e a seguire quello linguistico; sono le femmine a prediligere il gruppo letterario, mentre i maschi sono più orientati verso quello economico statistico.

---

<sup>79</sup> Censimento 2001, Gli stranieri residenti in famiglia e convivenza, Istat 2004

**Tav. 1 – Studenti italiani e stranieri per regione di appartenenza dell'ateneo iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei italiani

	Italiana			Straniera			Totale		
	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%
Piemonte	91103	98.4	5.2	1448	1.6	4.6	92551	100.0	5.2
Valle d'Aosta	305	100.0	0.0	-	-	-	305	100.0	0.0
Lombardia	234904	98.0	13.5	4682	2.0	14.7	239586	100.0	13.5
Trentino Alto Adige	15385	97.4	0.9	403	2.6	1.3	15788	100.0	0.9
Veneto	100303	97.6	5.8	2512	2.4	7.9	102815	100.0	5.8
Friuli Venezia Giulia	38897	96.8	2.2	1299	3.2	4.1	40196	100.0	2.3
Liguria	33746	97.7	1.9	777	2.3	2.4	34523	100.0	2.0
Emilia Romagna	156121	96.8	9.0	5224	3.2	16.4	161345	100.0	9.1
Toscana	127539	97.8	7.3	2847	2.2	9.0	130386	100.0	7.4
Umbria	34624	96.9	2.0	1120	3.1	3.5	35744	100.0	2.0
Marche	56439	96.4	3.3	2115	3.6	6.7	58554	100.0	3.3
Lazio	230161	97.9	13.3	4964	2.1	15.6	235125	100.0	13.3
Abruzzo	47943	98.2	2.8	860	1.8	2.7	48803	100.0	2.8
Molise	9032	99.6	0.5	36	0.4	0.1	9068	100.0	0.5
Campania	204901	99.4	11.8	1293	0.6	4.1	206194	100.0	11.7
Puglia	98314	99.0	5.7	1036	1.0	3.3	99350	100.0	5.6
Basilicata	7053	99.6	0.4	28	0.4	0.1	7081	100.0	0.4
Calabria	48521	99.7	2.8	134	0.3	0.4	48655	100.0	2.8
Sicilia	152133	99.4	8.8	844	0.6	2.7	152977	100.0	8.7
Sardegna	49093	99.7	2.8	156	0.3	0.5	49249	100.0	2.8
<b>Totale</b>	<b>1736517</b>	<b>98.2</b>	<b>100.0</b>	<b>31778</b>	<b>1.8</b>	<b>100.0</b>	<b>1768295</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 2 – Studenti italiani e stranieri iscritti a.a. 2002/2003 per gruppi di corsi di laurea**

Valori riferiti a tutti gli atenei italiani

	Italiana			Straniera			Totale		
	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%
Gruppo scientifico	128920	98.6	7.4	1831	1.4	5.8	130751	100.0	7.4
Gruppo chimico-farmaceutico	45775	95.3	2.6	2233	4.7	7.0	48008	100.0	2.7
Gruppo geo-biologico	4123	99.0	0.2	40	1.0	0.1	4163	100.0	0.2
Gruppo medico	121470	94.8	7.0	6654	5.2	20.9	128124	100.0	7.2
Gruppo ingegneria	221484	98.8	12.8	2771	1.2	8.7	224255	100.0	12.7
Gruppo architettura	74293	97.6	4.3	1832	2.4	5.8	76125	100.0	4.3
Gruppo agrario	42900	98.6	2.5	610	1.4	1.9	43510	100.0	2.5
Gruppo economico-statistico	236635	98.3	13.6	4089	1.7	12.9	240724	100.0	13.6
Gruppo politico-sociale	144887	98.5	8.3	2274	1.5	7.2	147161	100.0	8.3
Gruppo giuridico	246120	98.9	14.2	2757	1.1	8.7	248877	100.0	14.1
Gruppo letterario	242765	98.5	14.0	3677	1.5	11.6	246442	100.0	13.9
Gruppo linguistico	57264	97.3	3.3	1581	2.7	5.0	58845	100.0	3.3
Gruppo insegnamento	111236	99.3	6.4	771	0.7	2.4	112007	100.0	6.3
Gruppo psicologico	46223	98.7	2.7	600	1.3	1.9	46823	100.0	2.6
Gruppo educazione fisica	12149	99.5	0.7	57	0.5	0.2	12206	100.0	0.7
Gruppo difesa e sicurezza	273	99.6	0.0	1	0.4	0.0	274	100.0	0.0
<b>Totale</b>	<b>1736517</b>	<b>98.2</b>	<b>100.0</b>	<b>31778</b>	<b>1.8</b>	<b>100.0</b>	<b>1768295</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urst

**Tav. 3 – Studenti stranieri per sesso e gruppi di corsi di laurea (graduatoria) iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei italiani

	Totale		Maschi		Femmine	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo medico	6654	20.9	3122	<b>22.5</b>	3532	<b>19.7</b>
Gruppo economico-statistico	4089	12.9	1827	<b>13.2</b>	2262	<b>12.6</b>
Gruppo letterario	3677	11.6	837	6.0	2840	<b>15.8</b>
Gruppo ingegneria	2771	8.7	2235	<b>16.1</b>	536	3.0
Gruppo giuridico	2757	8.7	1139	8.2	1618	9.0
Gruppo politico-sociale	2274	7.2	879	6.3	1395	7.8
Gruppo chimico-farmaceutico	2233	7.0	1068	7.7	1165	6.5
Gruppo architettura	1832	5.8	938	6.8	894	5.0
Gruppo scientifico	1831	5.8	945	6.8	886	4.9
Gruppo linguistico	1581	5.0	239	1.7	1342	7.5
Gruppo insegnamento	771	2.4	118	0.9	653	3.6
Gruppo agrario	610	1.9	339	2.4	271	1.5
Gruppo psicologico	600	1.9	110	0.8	490	2.7
Gruppo educazione fisica	57	0.2	42	0.3	15	0.1
Gruppo geo-biologico	40	0.1	16	0.1	24	0.1
Gruppo difesa e sicurezza	1	0.0	-	-	1	0.0
<b>Totale</b>	<b>31778</b>	<b>100.0</b>	<b>13854</b>	<b>100.0</b>	<b>17924</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 4 – Studenti italiani e stranieri per incidenza delle femmine e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei italiani

	Italiani				Stranieri			
	Totale		di cui femmine		Totale		di cui femmine	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	128920	100.0	61014	47.3	1831	100.0	886	48.4
Gruppo chimico-farmaceutico	45775	100.0	31147	68.0	2233	100.0	1165	52.2
Gruppo geo-biologico	4123	100.0	2419	58.7	40	100.0	24	60.0
Gruppo medico	121470	100.0	76234	62.8	6654	100.0	3532	53.1
Gruppo ingegneria	221484	100.0	39887	18.0	2771	100.0	536	19.3
Gruppo architettura	74293	100.0	37168	50.0	1832	100.0	894	48.8
Gruppo agrario	42900	100.0	19139	44.6	610	100.0	271	44.4
Gruppo economico-statistico	236635	100.0	111978	47.3	4089	100.0	2262	55.3
Gruppo politico-sociale	144887	100.0	83585	57.7	2274	100.0	1395	61.3
Gruppo giuridico	246120	100.0	145493	59.1	2757	100.0	1618	58.7
Gruppo letterario	242765	100.0	175860	72.4	3677	100.0	2840	77.2
Gruppo linguistico	57264	100.0	48437	84.6	1581	100.0	1342	84.9
Gruppo insegnamento	111236	100.0	96194	86.5	771	100.0	653	84.7
Gruppo psicologico	46223	100.0	37533	81.2	600	100.0	490	81.7
Gruppo educazione fisica	12149	100.0	4879	40.2	57	100.0	15	26.3
Gruppo difesa e sicurezza	273	100.0	80	29.3	1	100.0	1	100.0
<b>Totale</b>	<b>1736517</b>	<b>100.0</b>	<b>971047</b>	<b>55.9</b>	<b>31778</b>	<b>100.0</b>	<b>17924</b>	<b>56.4</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 5 – Studenti stranieri per sesso e area di provenienza iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei italiani

	Maschi			Femmine			Totale		
	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%
Unione Europea a 15	4867	35.1	47.2	5434	30.3	52.8	10301	32.4	100.0
Paesi di nuova adesione alla UE	278	2.0	18.9	1190	6.6	81.1	1468	4.6	100.0
Resto Europa	4447	32.1	38.5	7117	39.7	61.5	11564	36.4	100.0
Medio Oriente	329	2.4	56.1	257	1.4	43.9	586	1.8	100.0
Asia	384	2.8	31.8	823	4.6	68.2	1207	3.8	100.0
Area del Mediterraneo	1737	12.5	71.1	706	3.9	28.9	2443	7.7	100.0
Africa	1006	7.3	53.5	884	4.9	46.5	1890	5.9	100.0
America del Nord	138	1.0	43.7	178	1.0	56.3	316	1.0	100.0
America Centro Sud	631	4.6	33.2	1272	7.1	66.8	1903	6.0	100.0
Altri paesi	9	0.1	24.0	26	0.1	76.0	35	0.1	100.0
Apolide	12	0.1	38.7	19	0.1	61.3	31	0.1	100.0
Stato non definito	16	0.1	47.1	18	0.1	52.9	34	0.1	100.0
<b>TOTALE</b>	<b>13854</b>	<b>100.0</b>	<b>43.6</b>	<b>17924</b>	<b>100.0</b>	<b>56.4</b>	<b>31778</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 6 –Studenti stranieri per sesso e principali paesi di provenienza (graduatoria) iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei italiani

	Totale		Maschi		Femmine	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Grecia	7745	24.4	4069	<b>29.4</b>	3676	<b>20.5</b>
Albania	6531	20.6	2721	<b>19.6</b>	3810	<b>21.3</b>
Croazia	1244	3.9	389	2.8	855	<b>4.8</b>
Germania	1053	3.3	313	2.3	740	4.1
Israele	885	2.8	626	<b>4.5</b>	259	1.4
Svizzera	879	2.8	381	2.8	498	2.8
Camerun	838	2.6	477	3.4	361	2.0
Romania	803	2.5	183	1.3	620	3.5
Polonia	742	2.3	106	0.8	636	3.5
San Marino	737	2.3	307	2.2	430	2.4
Francia	549	1.7	189	1.4	360	2.0
Iran	493	1.6	274	2.0	219	1.2
Marocco	489	1.5	278	2.0	211	1.2
Perù	471	1.5	127	0.9	344	1.9
Libano	451	1.4	402	2.9	49	0.0
Jugoslavia (Serbia-Montenegro)	396	1.2	149	1.1	247	1.4
Bulgaria	371	1.2	114	0.8	257	1.4
Brasile	356	1.1	111	0.8	245	1.4
Russia	327	1.0	42	0.0	285	1.6
Stati Uniti d'America	229	0.7	100	0.7	129	0.0
Altri paesi	6189	19.5	2496	18.0	3693	20.6
<b>Totale</b>	<b>31778</b>	<b>100.0</b>	<b>13854</b>	<b>100.0</b>	<b>17924</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 7 – Studenti stranieri per area di provenienza e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei italiani

	UE a 15		Paesi di nuova adesione UE		Resto Europa		Medio Oriente		Asia		Area del mediterraneo		Africa	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	642	6.2	48	3.3	685	5.9	34	5.8	53	4.4	116	4.7	125	6.6
Gruppo chimico-farmaceutico	1174	11.4	34	2.3	399	3.5	115	19.6	9	0.7	311	12.7	151	8.0
Gruppo geo-biologico	13	0.1	7	0.5	14	0.1	-	-	-	-	-	-	4	0.2
Gruppo medico	3134	30.4	163	11.1	1305	11.3	138	23.5	205	17.0	712	29.1	564	29.8
Gruppo ingegneria	780	7.6	37	2.5	847	7.3	63	10.8	90	7.5	388	15.9	342	18.1
Gruppo architettura	668	6.5	72	4.9	506	4.4	70	11.9	110	9.1	239	9.8	40	2.1
Gruppo agrario	318	3.1	28	1.9	88	0.8	9	1.5	5	0.4	95	3.9	33	1.7
Gruppo economico-statistico	731	7.1	205	14.0	2170	18.8	32	5.5	237	19.6	162	6.6	245	13.0
Gruppo politico-sociale	268	2.6	128	8.7	1349	11.7	21	3.6	65	5.4	90	3.7	148	7.8
Gruppo giuridico	870	8.4	78	5.3	1420	12.3	14	2.4	55	4.6	75	3.1	65	3.4
Gruppo letterario	979	9.5	387	26.4	1461	12.6	64	10.9	240	19.9	142	5.8	85	4.5
Gruppo linguistico	398	3.9	186	12.7	638	5.5	15	2.6	83	6.9	85	3.5	41	2.2
Gruppo insegnamento	160	1.6	51	3.5	358	3.1	4	0.7	42	3.5	9	0.4	38	2.0
Gruppo psicologico	152	1.5	43	2.9	290	2.5	6	1.0	12	1.0	19	0.8	8	0.4
Gruppo educazione fisica	14	0.1	1	0.1	33	0.3	1	0.2	1	0.1	-	-	1	0.1
Gruppo difesa e sicurezza	-	-	-	-	1	0.0	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>10301</b>	<b>100.0</b>	<b>1468</b>	<b>100.0</b>	<b>11564</b>	<b>100.0</b>	<b>586</b>	<b>100.0</b>	<b>1207</b>	<b>100.0</b>	<b>2443</b>	<b>100.0</b>	<b>1890</b>	<b>100.0</b>

	America del Nord		America Centro sud		Altri paesi		Apolide		Stato non definito		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	19	6.0	100	5.3	2	5.7	2	6.5	5	14.7	1831	5.8
Gruppo chimico-farmaceutico	4	1.3	34	1.8	2	5.7	-	-	-	-	2233	7.0
Gruppo geo-biologico	2	0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	40	0.1
Gruppo medico	61	19.3	358	18.8	5	14.3	6	19.4	3	8.8	6654	20.9
Gruppo ingegneria	21	6.6	197	10.4	4	11.4	1	3.2	1	2.9	2771	8.7
Gruppo architettura	14	4.4	109	5.7	2	5.7	-	-	2	5.9	1832	5.8
Gruppo agrario	5	1.6	29	1.5	-	-	-	-	-	-	610	1.9
Gruppo economico-statistico	36	11.4	259	13.6	2	5.7	4	12.9	6	17.6	4089	12.9
Gruppo politico-sociale	18	5.7	181	9.5	-	-	5	16.1	1	2.9	2274	7.2
Gruppo giuridico	36	11.4	136	7.1	2	5.7	2	6.5	4	11.8	2757	8.7
Gruppo letterario	55	17.4	248	13.0	7	20.0	3	9.7	6	17.6	3677	11.6
Gruppo linguistico	18	5.7	108	5.7	6	17.1	-	-	3	8.8	1581	5.0
Gruppo insegnamento	11	3.5	91	4.8	3	8.6	3	9.7	1	2.9	771	2.4
Gruppo psicologico	16	5.1	48	2.5	-	-	5	16.1	1	2.9	600	1.9
Gruppo educazione fisica	-	-	5	0.3	-	-	-	-	1	2.9	57	0.2
Gruppo difesa e sicurezza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.0
<b>Totale</b>	<b>316</b>	<b>100.0</b>	<b>1903</b>	<b>100.0</b>	<b>35</b>	<b>100.0</b>	<b>31</b>	<b>100.0</b>	<b>34</b>	<b>100.0</b>	<b>31778</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 8 – Studenti originari dei paesi di nuova adesione alla UE per paese di provenienza e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei italiani

	Repubblica Ceca		Cipro		Estonia		Lettonia		Lituania		Malta	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	3	2.5	1	2.0	-	-	-	-	1	2.8	-	-
Gruppo chimico-farmaceutico	1	0.8	-	-	1	4.8	2	7.1	3	8.3	1	4.3
Gruppo geo-biologico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo medico	3	2.5	5	9.8	1	4.8	4	14.3	1	2.8	-	-
Gruppo ingegneria	2	1.6	1	2.0	-	-	2	7.1	-	-	-	-
Gruppo architettura	3	2.5	23	45.1	-	-	3	10.7	1	2.8	-	-
Gruppo agrario	1	0.8	2	3.9	-	-	-	-	1	2.8	11	47.8
Gruppo economico-statistico	14	11.5	-	-	4	19.0	3	10.7	8	22.2	2	8.7
Gruppo politico-sociale	11	9.0	3	5.9	2	9.5	3	10.7	3	8.3	2	8.7
Gruppo giuridico	11	9.0	-	-	-	-	3	10.7	1	2.8	-	-
Gruppo letterario	45	36.9	14	27.5	6	28.6	2	7.1	12	33.3	3	13.0
Gruppo linguistico	20	16.4	-	-	7	33.3	5	17.9	5	13.9	1	4.3
Gruppo insegnamento	7	5.7	2	3.9	-	-	-	-	-	-	1	4.3
Gruppo psicologico	1	0.8	-	-	-	-	1	3.6	-	-	2	8.7
Gruppo educazione fisica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>122</b>	<b>100.0</b>	<b>51</b>	<b>100.0</b>	<b>21</b>	<b>100.0</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>	<b>36</b>	<b>100.0</b>	<b>23</b>	<b>100.0</b>

	Polonia		Slovacchia		Slovenia		Ungheria		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	22	3.0	2	1.7	17	8.3	2	1.6	48	3.3
Gruppo chimico-farmaceutico	11	1.5	2	1.7	12	5.9	1	0.8	34	2.3
Gruppo geo-biologico	6	0.8	1	0.8	-	-	-	-	7	0.5
Gruppo medico	105	14.2	13	11.0	26	12.7	5	4.1	163	11.1
Gruppo ingegneria	22	3.0	-	-	9	4.4	1	0.8	37	2.5
Gruppo architettura	16	2.2	1	0.8	20	9.8	5	4.1	72	4.9
Gruppo agrario	6	0.8	1	0.8	4	2.0	2	1.6	28	1.9
Gruppo economico-statistico	110	14.8	21	17.8	19	9.3	24	19.5	205	14.0
Gruppo politico-sociale	52	7.0	25	21.2	16	7.8	11	8.9	128	8.7
Gruppo giuridico	42	5.7	3	2.5	7	3.4	11	8.9	78	5.3
Gruppo letterario	211	28.4	35	29.7	22	10.8	37	30.1	387	26.4
Gruppo linguistico	94	12.7	11	9.3	27	13.2	16	13.0	186	12.7
Gruppo insegnamento	23	3.1	1	0.8	13	6.4	4	3.3	51	3.5
Gruppo psicologico	21	2.8	2	1.7	12	5.9	4	3.3	43	2.9
Gruppo educazione fisica	1	0.1	-	-	-	-	-	-	1	0.1
<b>Totale</b>	<b>742</b>	<b>100.0</b>	<b>118</b>	<b>100.0</b>	<b>204</b>	<b>100.0</b>	<b>123</b>	<b>100.0</b>	<b>1468</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

## *2.2 Le università dell'Emilia Romagna*

Negli atenei della regione Emilia Romagna risultano iscritti 161345 ragazzi, pari a circa il 9% degli studenti universitari iscritti in Italia; di questi 5224 unità (pari a poco più del 3%) hanno cittadinanza straniera e sono così distribuite: 3301 a Bologna, 675 a Modena e Reggio Emilia, 634 a Parma e 614 a Ferrara. Il dato percentuale dimostra come la presenza di stranieri nelle università emiliano romagnole sia superiore alla media italiana.

L'ateneo di Bologna raccoglie ben oltre la metà degli iscritti in regione, seguito da quello di Parma con il 18%, mentre quelli di Modena e Reggio Emilia e Ferrara si dividono equamente la restante parte degli iscritti in regione. E' l'ateneo di Modena e Reggio Emilia ad avere la percentuale maggiore di stranieri tra i suoi iscritti (4.4%) e a posizionarsi al secondo posto come valore assoluto di stranieri iscritti in Emilia Romagna. Al contrario, l'ateneo con la percentuale di stranieri più vicina al dato nazionale, e quindi minore, è quello di Parma.

La distribuzione per genere degli stranieri negli atenei della regione Emilia Romagna mostra come a livello regionale vi sia una maggiore presenza maschile rispetto al dato nazionale (+ 3 punti percentuali), inoltre, analizzando i singoli atenei, si può notare che a Parma ci troviamo di fronte ad una uguale distribuzione tra i due sessi, a Ferrara abbiamo una leggera prevalenza dei maschi, mentre a Bologna e Modena e Reggio Emilia prevalgono le femmine.

Se vogliamo analizzare le facoltà frequentate dagli stranieri iscritti negli atenei emiliano romagnoli, la prima differenza tra il dato regionale nel suo complesso e quello italiano, si incontra solo al 5° posto che, nel caso dell'Emilia Romagna, è occupato dal gruppo chimico-farmaceutico, mentre nel caso dell'Italia dal gruppo giuridico.

Gli stranieri iscritti nell'ateneo di Bologna, in linea con il dato regionale e italiano, si concentrano nelle facoltà del gruppo medico, in quelle del gruppo economico-statistico ed in quelle del gruppo letterario. Negli atenei di Parma, Ferrara e Modena e Reggio Emilia, il primo posto è sempre riservato al gruppo medico, mentre vi sono differenze in quelli successivi: a Ferrara troviamo al secondo posto il gruppo chimico-farmaceutico e al terzo il gruppo ingegneria, a Parma al secondo posto abbiamo il gruppo ingegneria e

al terzo quello economico-statistico, mentre a Modena e Reggio Emilia troviamo al secondo posto il gruppo economico-statistico e al terzo quello giuridico.

Disaggregando le scelte del corso di studi in base al sesso, non vi sono nuovi ingressi nella prima posizione, sempre riservata al gruppo medico, mentre in quelle successive, come già visto nell'analisi dei dati relativi all'Italia nel suo complesso, si confermano le propensioni umanistiche per il sesso femminile (dove al terzo posto troviamo il gruppo letterario) e quelle tecnico/scientifiche per il sesso maschile (secondo posto riservato al gruppo ingegneria).

A livello di singolo ateneo vediamo che a Bologna uno studente di sesso maschile su quattro sceglie il gruppo medico, mentre per il sesso femminile questa scelta coinvolge solo una studentessa su sei; poco più di uno studente su cinque di entrambi i sessi sceglie il gruppo economico-statistico, mentre poco più di uno studente su sette sceglie il gruppo ingegneria se di sesso maschile, o il gruppo letterario se di sesso femminile. A Ferrara si nota un'elevata concentrazione di entrambi i sessi nei gruppi medico e chimico-farmaceutico (complessivamente 64% per i maschi e 65% per le femmine) con in proporzione più maschi che scelgono il secondo gruppo e più femmine che scelgono il primo. A Modena e Reggio Emilia la prima scelta degli studenti di sesso maschile è il gruppo ingegneria e quello medico occupa solamente la terza posizione, mentre per il sesso femminile troviamo al terzo posto il gruppo giuridico e al primo quello medico. A Parma le scelte dei maschi sono in linea con il dato regionale come anche quelli delle femmine che però registrano un'inversione tra il secondo e il terzo posto (al secondo posto troviamo il gruppo letterario e al terzo quello economico-statistico).

Gli iscritti stranieri negli atenei della regione Emilia Romagna provengono prevalentemente dai paesi del Resto Europa o dell'Unione Europea, complessivamente per il 67.8%, mentre la terza area per importanza è quella del Mediterraneo (10.4%), così come avviene per il dato italiano nel suo complesso. A livello di singolo ateneo le prime due aree per importanza sono sempre quelle sopra citate, anche se nelle università di Ferrara e Parma l'ordine è invertito, ovvero la prima area per importanza è quella dell'Unione Europea a 15 e la seconda il Resto Europa. Nell'ateneo di Bologna la

somma delle prime due aree di provenienza raccoglie circa tre su quattro degli stranieri iscritti, mentre nell'ateneo di Parma la stessa quota scende a poco più di uno su due. Negli atenei di Modena e Reggio Emilia e Parma la terza area per importanza è l'Africa, mentre Bologna e Ferrara trovano al terzo posto l'Area del Mediterraneo con quote importanti a Ferrara (22.6%) e molto meno importanti a Bologna (7.8%).

La componente femminile proveniente dai paesi del Resto Europa è più importante di quella maschile, mentre accade esattamente il contrario per l'area del Mediterraneo e quella africana. In tutti gli atenei, ad eccezione di quello parmense, le prime due aree per importanza sono le stesse per entrambi i sessi e corrispondono a quelle viste per il dato regionale nel suo complesso; nell'ateneo di Parma per il sesso maschile l'area più importante è quella dell'Africa dalla quale proviene uno studente straniero su quattro (quasi la totalità originaria del Camerun).

Gli stranieri iscritti negli atenei emiliano romagnoli per singolo paese di origine mostrano un'inversione nei primi due posti della graduatoria rispetto al dato complessivo dell'Italia, infatti al primo posto troviamo l'Albania e al secondo posto la Grecia. Il primo paese extraeuropeo lo troviamo nella 4° posizione (Camerun). Se però disaggreghiamo per genere vediamo come, solo per il sesso maschile, si abbia una maggiore presenza di greci rispetto agli albanesi. A livello di singolo ateneo vediamo come per Bologna sia confermato il dato regionale, mentre vi sono alcune differenze nei dati degli altri atenei: a Ferrara la comunità più numerosa è quella greca (quasi due stranieri su cinque) seguita da quella israeliana e da quella albanese che quindi si posiziona solo al terzo posto; a Modena e Reggio Emilia le prime due posizioni rispecchiano quelle regionali e al terzo posto troviamo il Camerun; a Parma prevalgono di poco i greci sugli albanesi e al terzo posto troviamo sempre il Camerun.

Le differenze di genere a livello di singolo ateneo mostrano che: a Bologna non vi sono differenze rispetto al dato aggregato; a Ferrara sono importanti, per gli studenti di sesso maschile, le comunità israeliana e libanese (da cui proviene complessivamente uno straniero su tre); a Parma la comunità più importante per gli stranieri maschi è quella camerunense mentre a Modena e Reggio Emilia la stessa comunità è la seconda per importanza nel caso delle studentesse.

A livello regionale, poco meno di nove stranieri su dieci provengono da sole 4 aree: Resto Europa, Unione Europea a 15, Area del mediterraneo e Africa. Vediamo gli indirizzi di studio scelti con maggior frequenza dagli studenti di queste aree. Gli studenti originari del Resto Europa scelgono con maggior frequenza i corsi di laurea del gruppo economico-statistico, seguiti da quelli del gruppo giuridico e da quelli del gruppo letterario; più della metà di questi studenti sono di origine albanese e probabilmente si tratta di figli di immigrati che continueranno a risiedere in Italia al termine degli studi e questo spiega la scelta di corsi di laurea del gruppo giuridico che forniscono competenze spendibili prevalentemente in territorio nazionale.

Gli studenti provenienti dall'Unione Europea o dall'area del mediterraneo sono più orientati verso le lauree del gruppo medico, seguite da quelle del gruppo chimico-farmaceutico e da quelle del gruppo ingegneria. Gli studenti originari dell'Africa mettono al primo posto il gruppo medico, al secondo quello ingegneria e al terzo il gruppo economico-statistico.

Focalizziamo la nostra attenzione sull'ateneo di Modena e Reggio Emilia dove circa sette studenti stranieri su dieci provengono da: Resto Europa (33.9%), Unione Europea (23.4%), e Africa (13.6%). Il gruppo medico è la scelta più frequente per gli stranieri provenienti dall'Unione Europea e dall'Africa, mentre quelli del Resto Europa sono più orientati verso le lauree del gruppo giuridico. Al secondo posto troviamo il gruppo ingegneria per gli studenti provenienti dall'Unione Europea e dall'Africa e il gruppo economico statistico per gli originari del Resto Europa. Al terzo posto troviamo il gruppo giuridico per l'Unione Europea, il gruppo ingegneria per il Resto Europa e il gruppo economico statistico per l'Africa.

Approfondiamo la situazione degli stranieri provenienti dai paesi di nuova adesione all'Unione Europea, che costituiscono poco più del 3% del totale stranieri iscritti in Emilia Romagna (pari a 175 unità così distribuite: 133 a Bologna, 9 a Ferrara, 16 a Modena e Reggio Emilia e 17 a Parma). Abbiamo già visto come tre studenti su quattro che provengono da queste aree sono di sesso femminile, inoltre la metà di questo contingente è di origine polacca (come si era visto per l'Italia nel complesso), segue per importanza un 16% di origine slovacca e un 13% di origine ungherese. Gli originari

della Polonia scelgono con maggiore frequenza corsi di laurea del gruppo linguistico ed economico-statistico, coloro che provengono dalla Slovacchia prediligono il gruppo politico-sociale, mentre gli ungheresi si orientano verso il gruppo letterario ed economico-statistico.

**Tav. 1 – Studenti italiani e stranieri per ateneo iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei dell'Emilia Romagna

	Italiana			Straniera			Totale		
	v.a.	%	%	v.a.	%	%	v.a.	%	%
Bologna	97705	62.6	96.7	3301	63.2	3.3	101006	62.6	100.0
Ferrara	15347	9.8	96.2	614	11.8	3.8	15961	9.9	100.0
Modena e Reggio Emilia	14809	9.5	95.6	675	12.9	4.4	15484	9.6	100.0
Parma	28260	18.1	97.8	634	12.1	2.2	28894	17.9	100.0
<b>TOTALE</b>	<b>156121</b>	<b>100.0</b>	<b>96.8</b>	<b>5224</b>	<b>100.0</b>	<b>3.2</b>	<b>161345</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 2 – Studenti stranieri per gruppi di corsi di laurea (graduatoria) e ateneo iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti agli atenei della regione Emilia Romagna

	Totale		Bologna		Ferrara		Modena e Reggio Emilia		Parma	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo medico	1244	<b>23.8</b>	663	<b>20.1</b>	235	<b>38.3</b>	158	<b>23.4</b>	188	<b>29.7</b>
Gruppo economico-statistico	830	<b>15.9</b>	597	<b>18.1</b>	14	2.3	132	<b>19.6</b>	87	<b>13.7</b>
Gruppo letterario	536	<b>10.3</b>	383	<b>11.6</b>	36	5.9	52	7.7	65	10.3
Gruppo ingegneria	529	10.1	263	8.0	65	<b>10.6</b>	104	15.4	97	<b>15.3</b>
Gruppo chimico-farmaceutico	477	9.1	214	6.5	161	<b>26.2</b>	58	8.6	44	6.9
Gruppo giuridico	449	8.6	264	8.0	24	3.9	105	<b>15.6</b>	56	8.8
Gruppo politico-sociale	291	5.6	255	7.7	-	-	36	5.3	-	-
Gruppo scientifico	291	5.6	206	6.2	37	6.0	21	3.1	27	4.3
Gruppo linguistico	226	4.3	226	6.8	-	-	-	-	-	-
Gruppo agrario	142	2.7	83	2.5	-	-	2	0.3	57	9.0
Gruppo insegnamento	73	1.4	67	2.0	-	-	6	0.9	-	-
Gruppo architettura	71	1.4	16	0.5	42	6.8	-	-	13	2.1
Gruppo psicologico	57	1.1	57	1.7	-	-	-	-	-	-
Gruppo educazione fisica	7	0.1	7	0.2	-	-	-	-	-	-
Gruppo geo-biologico	1	0.0	-	-	-	-	1	0.1	-	-
<b>Totale</b>	<b>5224</b>	<b>100.0</b>	<b>3301</b>	<b>100.0</b>	<b>614</b>	<b>100.0</b>	<b>675</b>	<b>100.0</b>	<b>634</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 3 – Studenti stranieri per ateneo e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti agli atenei dell'Emilia Romagna

	Bologna				Ferrara				Modena e Reggio Emilia			
	Maschi		Femmine		Maschi		Femmine		Maschi		Femmine	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	115	7.8	91	5.0	22	6.8	15	5.2	10	3.2	11	3.1
Gruppo chimico-farmaceutico	86	5.8	128	7.0	99	30.6	62	21.4	19	6.0	39	10.9
Gruppo geo-biologico	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3	0	0.0
Gruppo medico	361	24.4	302	16.6	108	33.3	127	43.8	51	16.1	107	29.8
Gruppo ingegneria	203	13.7	60	3.3	47	14.5	18	6.2	87	27.5	17	4.7
Gruppo architettura	5	0.3	11	0.6	23	7.1	19	6.6	-	-	-	-
Gruppo agrario	35	2.4	48	2.6	-	-	-	-	1	0.3	1	0.3
Gruppo economico-statistico	273	18.4	324	17.8	4	1.2	10	3.4	74	23.4	58	16.2
Gruppo politico-sociale	94	6.3	161	8.8	-	-	-	-	12	3.8	24	6.7
Gruppo giuridico	114	7.7	150	8.2	10	3.1	14	4.8	50	15.8	55	15.3
Gruppo letterario	138	9.3	245	13.5	11	3.4	25	8.6	11	3.5	41	11.4
Gruppo linguistico	36	2.4	190	10.4	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo insegnamento	8	0.5	59	3.2	-	-	-	-	0	0.0	6	1.7
Gruppo psicologico	9	0.6	48	2.6	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo educazione fisica	4	0.3	3	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>1481</b>	<b>100.0</b>	<b>1820</b>	<b>100.0</b>	<b>324</b>	<b>100.0</b>	<b>290</b>	<b>100.0</b>	<b>316</b>	<b>100.0</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

	Parma				Totale			
	Maschi		Femmine		Maschi		Femmine	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	14	4.4	13	4.2	161	6.6	130	4.7
Gruppo chimico-farmaceutico	17	5.3	27	8.6	221	9.0	256	9.2
Gruppo geo-biologico	-	-	-	-	1	0.0	0	0.0
Gruppo medico	95	29.6	93	29.7	615	25.2	629	22.6
Gruppo ingegneria	84	26.2	13	4.2	421	17.2	108	3.9
Gruppo architettura	7	2.2	6	1.9	35	1.4	36	1.3
Gruppo agrario	25	7.8	32	10.2	61	2.5	81	2.9
Gruppo economico-statistico	42	13.1	45	14.4	393	16.1	437	15.7
Gruppo politico-sociale	-	-	-	-	106	4.3	185	6.6
Gruppo giuridico	21	6.5	35	11.2	195	8.0	254	9.1
Gruppo letterario	16	5.0	49	15.7	176	7.2	360	12.9
Gruppo linguistico	-	-	-	-	36	1.5	190	6.8
Gruppo insegnamento	-	-	-	-	8	0.3	65	2.3
Gruppo psicologico	-	-	-	-	9	0.4	48	1.7
Gruppo educazione fisica	-	-	-	-	4	0.2	3	0.1
<b>TOTALE</b>	<b>321</b>	<b>100.0</b>	<b>313</b>	<b>100.0</b>	<b>2442</b>	<b>100.0</b>	<b>2782</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 4 – Studenti stranieri per ateneo e area di provenienza iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei dell'Emilia Romagna

	Bologna		Ferrara		Modena e Reggio Emilia		Parma		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Unione Europea a 15	846	25.6	243	39.6	158	23.4	178	28.1	1425	27.3
Paesi di nuova adesione alla UE	133	4.0	9	1.5	16	2.4	17	2.7	175	3.3
Resto Europa	1556	47.1	157	25.6	229	33.9	176	27.8	2118	40.5
Medio Oriente	54	1.6	23	3.7	7	1.0	7	1.1	91	1.7
Asia	95	2.9	4	0.7	42	6.2	12	1.9	153	2.9
Area del Mediterraneo	257	7.8	139	22.6	52	7.7	96	15.1	544	10.4
Africa	209	6.3	28	4.6	93	13.8	123	19.4	453	8.7
America del Nord	27	0.8	2	0.3	13	1.9	1	0.2	43	0.8
America Centro Sud	116	3.5	9	1.5	64	9.5	24	3.8	213	4.1
Altri paesi	2	0.1	-	-	1	0.2	-	-	3	0.1
Apolide	6	0.2	-	-	-	-	-	-	6	0.1
<b>TOTALE</b>	<b>3301</b>	<b>100.0</b>	<b>614</b>	<b>100.0</b>	<b>675</b>	<b>100.0</b>	<b>634</b>	<b>100.0</b>	<b>5224</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 5 – Studenti stranieri per principali paesi di provenienza (graduatoria) iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti agli atenei della regione Emilia Romagna

	Totale		Bologna		Ferrara		Modena e Reggio Emilia		Parma	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Albania	1175	22.5	827	<b>25.1</b>	65	<b>10.6</b>	144	<b>21.3</b>	139	<b>21.9</b>
Grecia	1106	21.2	667	<b>20.2</b>	233	<b>37.9</b>	65	<b>9.6</b>	141	<b>22.2</b>
San Marino	431	8.3	363	<b>11.0</b>	63	10.3	3	0.4	2	0.3
Camerun	293	5.6	108	3.3	20	3.3	62	<b>9.2</b>	103	<b>16.2</b>
Israele	218	4.2	111	3.4	67	<b>10.9</b>	8	1.2	32	5.0
Marocco	110	2.1	63	1.9	12	2.0	22	3.3	13	2.1
Germania	154	2.9	84	2.5	2	0.3	62	9.2	6	0.9
Libano	122	2.3	30	0.9	50	8.1	7	1.0	35	5.5
Svizzera	108	2.1	56	1.7	1	0.2	49	7.3	2	0.3
Croazia	99	1.9	86	2.6	7	1.1	2	0.3	4	0.6
Polonia	90	1.7	70	2.1	4	0.7	7	1.0	9	1.4
Iran	88	1.7	52	1.6	23	3.7	6	0.9	7	1.1
Romania	88	1.7	54	1.6	9	1.5	16	2.4	9	1.4
Francia	75	1.4	34	1.0	5	0.8	11	1.6	25	3.9
Brasile	64	1.2	33	1.0	4	0.7	16	2.4	11	1.7
Bulgaria	57	1.1	46	1.4	3	0.5	4	0.6	4	0.6
Jugoslavia (Serbia-Montenegro)	53	1.0	46	1.4	1	0.2	3	0.4	3	0.5
Eritrea	48	0.9	44	1.3	-	-	1	0.1	3	0.5
Russia	48	0.9	26	0.8	3	0.5	12	1.8	7	1.1
Colombia	33	0.6	23	0.7	1	0.2	4	0.6	5	0.8
Altri paesi	764	14.6	478	14.5	41	6.7	171	25.3	74	11.7
<b>Totale</b>	<b>5224</b>	<b>100.0</b>	<b>3301</b>	<b>100.0</b>	<b>614</b>	<b>100.0</b>	<b>675</b>	<b>100.0</b>	<b>634</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 6 – Studenti stranieri per area di provenienza e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei dell'Emilia Romagna

	UE a 15		Paesi di nuova adesione UE		Resto Europa		Medio Oriente		Asia		Area del mediterraneo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	97	6.8	4	2.3	117	5.5	6	6.6	2	1.3	19	3.5
Gruppo chimico-farmaceutico	193	13.5	6	3.4	107	5.1	29	31.9	3	2.0	96	17.6
Gruppo geo-biologico	-	-	-	-	1	0.0	-	-	-	-	-	-
Gruppo medico	545	38.2	13	7.4	249	11.8	19	20.9	24	15.7	188	34.6
Gruppo ingegneria	124	8.7	1	0.6	174	8.2	5	5.5	15	9.8	77	14.2
Gruppo architettura	15	1.1	1	0.6	35	1.7	2	2.2	-	-	13	2.4
Gruppo agrario	67	4.7	5	2.9	13	0.6	4	4.4	2	1.3	37	6.8
Gruppo economico-statistico	99	6.9	34	19.4	500	23.6	7	7.7	35	22.9	39	7.2
Gruppo politico-sociale	31	2.2	33	18.9	163	7.7	-	-	6	3.9	17	3.1
Gruppo giuridico	56	3.9	17	9.7	324	15.3	-	-	10	6.5	14	2.6
Gruppo letterario	118	8.3	22	12.6	270	12.7	16	17.6	32	20.9	24	4.4
Gruppo linguistico	60	4.2	28	16.0	84	4.0	1	1.1	18	11.8	14	2.6
Gruppo insegnamento	9	0.6	5	2.9	39	1.8	1	1.1	5	3.3	5	0.9
Gruppo psicologico	10	0.7	6	3.4	37	1.7	-	-	1	0.7	1	0.2
Gruppo educazione fisica	1	0.1	-	-	5	0.2	1	1.1	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>1425</b>	<b>100.0</b>	<b>175</b>	<b>100.0</b>	<b>2118</b>	<b>100.0</b>	<b>91</b>	<b>100.0</b>	<b>153</b>	<b>100.0</b>	<b>544</b>	<b>100.0</b>

	Africa		America del Nord		America Centro sud		Altri paesi		Apolide		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	23	5.1	5	11.6	18	8.5	-	-	-	-	291	5.6
Gruppo chimico-farmaceutico	33	7.3	1	2.3	8	3.8	1	33.3	-	-	477	9.1
Gruppo geo-biologico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.0
Gruppo medico	167	36.9	13	30.2	22	10.3	-	-	4	66.7	1244	23.8
Gruppo ingegneria	113	24.9	-	-	19	8.9	-	-	1	16.7	529	10.1
Gruppo architettura	3	0.7	-	-	2	0.9	-	-	-	-	71	1.4
Gruppo agrario	7	1.5	2	4.7	5	2.3	-	-	-	-	142	2.7
Gruppo economico-statistico	51	11.3	6	14.0	59	27.7	-	-	-	-	830	15.9
Gruppo politico-sociale	21	4.6	1	2.3	18	8.5	-	-	1	16.7	291	5.6
Gruppo giuridico	10	2.2	4	9.3	14	6.6	-	-	-	-	449	8.6
Gruppo letterario	18	4.0	9	20.9	26	12.2	1	33.3	-	-	536	10.3
Gruppo linguistico	4	0.9	2	4.7	14	6.6	1	33.3	-	-	226	4.3
Gruppo insegnamento	3	0.7	-	-	6	2.8	-	-	-	-	73	1.4
Gruppo psicologico	-	-	-	-	2	0.9	-	-	-	-	57	1.1
Gruppo educazione fisica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	0.1
<b>Totale</b>	<b>453</b>	<b>100.0</b>	<b>43</b>	<b>100.0</b>	<b>213</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>	<b>5224</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urst

**Tav. 7 – Studenti originari dei paesi di nuova adesione alla UE per paese di provenienza e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti gli atenei Emilia Romagna

	Repubblica Ceca		Cipro		Estonia		Lettonia		Lituania	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo chimico-farmaceutico	-	-	-	-	-	-	2	33.3	1	25.0
Gruppo medico	-	-	2	100.0	-	-	-	-	-	-
Gruppo ingegneria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo architettura	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo agrario	-	-	-	-	-	-	-	-	1	25.0
Gruppo economico-statistico	1	6.3	-	-	1	100.0	1	16.7	1	25.0
Gruppo politico-sociale	5	31.3	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo giuridico	4	25.0	-	-	-	-	1	16.7	-	-
Gruppo letterario	2	12.5	-	-	-	-	-	-	1	25.0
Gruppo linguistico	2	12.5	-	-	-	-	2	33.3	-	-
Gruppo insegnamento	1	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo psicologico	1	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>	<b>4</b>	<b>100.0</b>

	Polonia		Slovacchia		Slovenia		Ungheria		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	3	3.3	1	3.6	-	-	-	-	4	2.3
Gruppo chimico-farmaceutico	-	-	1	3.6	1	20.0	1	4.3	6	3.4
Gruppo medico	9	10.0	2	7.1	-	-	-	-	13	7.4
Gruppo ingegneria	1	1.1	-	-	-	-	-	-	1	0.6
Gruppo architettura	-	-	-	-	1	20.0	-	-	1	0.6
Gruppo agrario	4	4.4	-	-	-	-	-	-	5	2.9
Gruppo economico-statistico	20	22.2	4	14.3	1	20.0	5	21.7	34	19.4
Gruppo politico-sociale	8	8.9	16	57.1	-	-	4	17.4	33	18.9
Gruppo giuridico	7	7.8	1	3.6	1	20.0	3	13.0	17	9.7
Gruppo letterario	10	11.1	2	7.1	1	20.0	6	26.1	22	12.6
Gruppo linguistico	21	23.3	-	-	-	-	3	13.0	28	16.0
Gruppo insegnamento	3	3.3	-	-	-	-	1	4.3	5	2.9
Gruppo psicologico	4	4.4	1	3.6	-	-	-	-	6	3.4
<b>Totale</b>	<b>90</b>	<b>100.0</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>	<b>5</b>	<b>100.0</b>	<b>23</b>	<b>100.0</b>	<b>175</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

## 2.3 *L'Università di Modena e Reggio Emilia*

### 2.3.1 *Studenti stranieri iscritti*

Per quanto riguarda l'ateneo di Modena e Reggio Emilia disponiamo, oltre ai dati relativi all'anno accademico 2002/2003 forniti dal Miur, anche di dati più recenti, ovvero degli iscritti stranieri nel corrente anno accademico (2004/2005)<sup>80</sup>.

Nel passaggio dal 2002/2003 al 2004/2005 gli stranieri iscritti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia passano da 675 a 756 unità, registrando una crescita pari al 12%, crescita che coinvolge in misura maggiore il sesso femminile.

Gli stranieri iscritti nell'ateneo di Modena e Reggio Emilia nell'a.a. 2002/2003 si concentrano nelle facoltà del gruppo medico, in quelle del gruppo economico-statistico, in quelle del gruppo giuridico e in quelle del gruppo ingegneria; nell'a.a. 2004/2005 si ha una inversione tra il terzo ed il quarto posto nella graduatoria delle preferenze dei gruppi di corsi di laurea, infatti assume più importanza il gruppo ingegneria rispetto a quello giuridico.

I dati più recenti, mostrano che le ragazze prediligono il gruppo medico, economico-statistico, chimico-farmaceutico e giuridico, mentre i maschi si rivolgono principalmente al gruppo ingegneria, economico-statistico, medico e giuridico. Nel caso del sesso maschile le preferenze sono rimaste le stesse rispetto a due anni precedenti, le ragazze invece hanno preferito il gruppo chimico-farmaceutico (terza posizione) a quello giuridico (quarta posizione).

Attualmente sono i paesi del Resto Europa a "fornire" il maggior numero di studenti stranieri infatti due stranieri su cinque provengono da questa area, segue l'area dell'Africa, solo al terzo posto troviamo l'Unione Europea a 15 e la quarta area per importanza è quella del Mediterraneo.

Rispetto ai dati dell'a.a. 2002/2003, assistiamo ad una drastica riduzione degli iscritti provenienti dall'Unione Europea a 15 (quasi un dimezzamento della quota) che passano da 158 unità a 96, con un calo che riguarda in egual misura entrambi i sessi. Si

---

<sup>80</sup> Questi dati sono stati forniti direttamente dall'Arestud di Modena e Reggio Emilia. Avevamo a disposizione gli iscritti stranieri a corsi di laurea, dottorati di ricerca, master di secondo livello e scuole di specializzazione. Per poter effettuare un confronto con i dati del Miur abbiamo considerato solamente gli iscritti stranieri a corsi di laurea del vecchio ordinamento, lauree di primo livello e lauree specialistiche.

registra inoltre un consistente aumento di studenti provenienti dai paesi del Resto Europa (da 229 a 301 unità), dai paesi di nuova adesione alla Unione Europea (da 16 a 25) e dall'Africa (da 93 a 166); nel caso del continente europeo sono soprattutto le studentesse a crescere, mentre per gli stranieri provenienti dall'Africa, il contributo maggiore deriva dal sesso maschile.

Le attuali differenze di genere a livello di area geografica di provenienza, mostrano che dai paesi di nuova adesione all'UE provengono 96% donne e 4% uomini, anche se si tratta solamente di 25 studenti (con un peso sul totale studenti stranieri del 3.3%).

Gli stranieri iscritti nell'ateneo di Modena e Reggio Emilia nell'a.a. 2002/2003 per singolo paese di origine, mostrano al primo posto l'Albania, dalla quale proviene uno studente su cinque e al secondo posto la Grecia con una quota decisamente inferiore (meno di uno studente su dieci). Le studentesse di sesso femminile, ferma restando la prima posizione riservata all'Albania, provengono più frequentemente dal Camerun e dalla Germania (secondo posto a pari merito).

Nel corrente anno accademico registriamo un notevole ridimensionamento di paesi come Grecia, Germania e Svizzera a favore di una notevole crescita del Camerun, che va ad occupare la seconda posizione per entrambi i sessi, del Marocco e della Russia (terza posizione per il sesso femminile). La Grecia scivola al terzo posto per il sesso maschile e solo al quinto per il sesso femminile.

Quest'anno poco meno di nove studenti stranieri su dieci provengono da 4 grandi aree: Resto Europa, Africa, Unione Europea a 15 e area del Mediterraneo. Due anni fa, dalle stesse aree provenivano meno di otto studenti su dieci, ma soprattutto, come già visto in precedenza, era diverso il peso delle singole aree.

Il gruppo medico era, ed è, la scelta più frequente per gli stranieri provenienti dall'Unione Europea a 15 e dall'Africa, il gruppo ingegneria per gli studenti provenienti dall'Area del mediterraneo (con quote più importanti di recente) e il gruppo giuridico per chi proviene dal Resto Europa.

Per quanto riguarda il dato disaggregato per genere si vede nettamente la predilezione delle donne di quasi tutte le provenienze per il gruppo medico, tranne per quelle che

provengono dall'Area del Mediterraneo che si rivolgono maggiormente al gruppo economico-statistico.

I maschi, invece, si rivolgono principalmente al gruppo ingegneria con alcune eccezioni: gli uomini provenienti dalla UE a 15 si rivolgono con maggiore frequenza verso il gruppo medico.

Per quanto riguarda gli studenti provenienti dai paesi di nuova adesione alla Unione Europea, si può vedere che nel corso di questi due anni, sono aumentati sia i singoli paesi di provenienza (ad Estonia, Lettonia, Lituania, Polonia e Ungheria, presenti nel 2002/2003 si sono aggiunti Repubblica Ceca e Slovacchia) sia la differenziazione nei percorsi di studio (attualmente le presenze di questi stranieri, sempre con poche unità, sono in tutti i gruppi di corsi di laurea ad eccezione di quello geo-biologico). Anche nel caso di Modena e Reggio Emilia la comunità più importante è quella polacca che raccoglie poco meno della metà degli studenti provenienti da quest'area e che si concentra nel gruppo medico dove frequenta il corso di infermieristica.

**Tav. 1 – Studenti stranieri per sesso e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003 e 2004/2005**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	a.a. 2002/2003						a.a. 2004/2005					
	Maschi		Femmine		Totale		Maschi		Femmine		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	10	3.2	11	3.1	21	3.1	10	2.9	15	3.7	25	3.3
Gruppo chimico-farmaceutico	19	6.0	39	10.9	58	8.6	25	7.2	50	12.3	75	9.9
Gruppo geo-biologico	1	0.3	0	0.0	1	0.1	2	0.6	2	0.5	4	0.5
Gruppo medico	51	16.1	107	29.8	158	23.4	54	15.5	105	25.8	159	21.0
Gruppo ingegneria	87	27.5	17	4.7	104	15.4	108	30.9	23	5.7	131	17.3
Gruppo agrario	1	0.3	1	0.3	2	0.3	2	0.6	1	0.2	3	0.4
Gruppo economico-statistico	74	23.4	58	16.2	132	19.6	68	19.5	67	16.5	135	17.9
Gruppo politico-sociale	12	3.8	24	6.7	36	5.3	19	5.4	42	10.3	61	8.1
Gruppo giuridico	50	15.8	55	15.3	105	15.6	46	13.2	47	11.5	93	12.3
Gruppo letterario	11	3.5	41	11.4	52	7.7	15	4.3	46	11.3	61	8.1
Gruppo insegnamento	0	0.0	6	1.7	6	0.9	-	-	9	2.2	9	1.2
<b>TOTALE</b>	<b>316</b>	<b>100.0</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>	<b>675</b>	<b>100.0</b>	<b>349</b>	<b>100.0</b>	<b>407</b>	<b>100.0</b>	<b>756</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist/Arestud

**Tav. 2 – Studenti stranieri per sesso e area di provenienza iscritti a.a. 2002/2003 e 2004/2005**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	a.a. 2002/2003						a.a. 2004/2005					
	Maschi		Femmine		Totale		Maschi		Femmine		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Unione Europea a 15	74	23.4	84	23.4	158	23.4	41	11.7	55	13.5	96	12.7
Paesi di nuova adesione alla Unione Europea	1	0.3	15	4.2	16	2.4	1	0.3	24	5.9	25	3.3
Resto Europa	114	36.1	115	32.0	229	33.9	129	37.0	172	42.3	301	39.8
Medio Oriente	4	1.3	3	0.8	7	1.0	8	2.3	4	1.0	12	1.6
Asia	17	5.4	25	7.0	42	6.2	17	4.9	11	2.7	28	3.7
Area del Mediterraneo	31	9.8	21	5.8	52	7.7	50	14.3	31	7.6	81	10.7
Africa	44	13.9	49	13.7	93	13.8	86	24.6	80	19.7	166	22.0
America del Nord	6	1.9	7	1.9	13	1.9	3	0.9	3	0.7	6	0.8
America Centro Sud	25	7.9	39	10.9	64	9.5	14	4.0	27	6.6	41	5.4
Altri paesi	0	0.0	1	0.3	1	0.1	-	-	-	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>316</b>	<b>100.0</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>	<b>675</b>	<b>100.0</b>	<b>349</b>	<b>100.0</b>	<b>407</b>	<b>100.0</b>	<b>756</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist/Arestud

**Tav. 3 – Studenti stranieri per principali paesi di provenienza (graduatoria) iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	Totale		Maschi		Femmine	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Albania	144	21.3	73	<b>23.1</b>	71	<b>19.8</b>
Grecia	65	9.6	31	<b>9.8</b>	34	9.5
Camerun	62	9.2	26	<b>8.2</b>	36	<b>10.0</b>
Germania	62	9.2	26	8.2	36	<b>10.0</b>
Svizzera	49	7.3	26	8.2	23	6.4
Marocco	22	3.3	8	2.5	14	3.9
Argentina	16	2.4	4	1.3	12	3.3
Brasile	16	2.4	7	2.2	9	2.5
Romania	16	2.4	6	1.9	10	2.8
Venezuela	13	1.9	7	2.2	6	1.7
Russia	12	1.8	2	0.6	10	2.8
Francia	11	1.6	4	1.3	7	1.9
India	9	1.3	2	0.6	7	1.9
Israele	8	1.2	7	2.2	1	0.3
Stati Uniti d'America	8	1.2	4	1.3	4	1.1
Libano	7	1.0	7	2.2	-	-
Polonia	7	1.0	-	-	7	1.9
Iran	6	0.9	4	1.3	2	0.6
Canada	5	0.7	2	0.6	3	0.8
Cile	5	0.7	3	0.9	2	0.6
Altri paesi	132	19.6	67	21.2	65	18.1
<b>Totale</b>	<b>675</b>	<b>100.0</b>	<b>316</b>	<b>100.0</b>	<b>359</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 4 – Studenti stranieri per principali paesi di provenienza (graduatoria) iscritti a.a. 2004/2005**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	Totale		Maschi		Femmine	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Albania	196	25.9	101	<b>28.9</b>	95	<b>23.3</b>
Camerun	139	18.4	70	<b>20.1</b>	69	<b>17.0</b>
Grecia	44	5.8	23	<b>6.6</b>	21	5.2
Marocco	41	5.4	17	4.9	24	5.9
Germania	37	4.9	12	3.4	25	<b>6.1</b>
Russia	26	3.4	1	0.3	25	<b>6.1</b>
Svizzera	21	2.8	12	3.4	9	2.2
Romania	20	2.6	7	2.0	13	3.2
Tunisia	14	1.9	11	3.2	3	0.7
Brasile	12	1.6	4	1.1	8	2.0
Polonia	12	1.6	-	-	12	2.9
Iran	10	1.3	6	1.7	4	1.0
Israele	9	1.2	7	2.0	2	0.5
Argentina	8	1.1	2	0.6	6	1.5
Ucraina	8	1.1	-	-	8	2.0
Cina	7	0.9	5	1.4	2	0.5
Francia	7	0.9	1	0.3	6	1.5
Libano	7	0.9	7	2.0	-	-
Moldavia	7	0.9	1	0.3	6	1.5
Nigeria	7	0.9	3	0.9	4	1.0
Altri paesi	124	16.4	59	16.9	65	16.0
Totale	756	100.0	349	100.0	407	100.0

Fonte: Arestud

**Tav. 5 – Studenti stranieri per paese di provenienza e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	UE a 15		Paesi di nuova adesione UE		Resto Europa		Medio Oriente		Asia		Area del mediterraneo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	8	5.1	-	-	5	2.2	-	-	-	-	2	3.8
Gruppo chimico-farmaceutico	20	12.7	2	12.5	19	8.3	-	-	2	4.8	6	11.5
Gruppo geo-biologico	-	-	-	-	1	0.4	-	-	-	-	-	-
Gruppo medico	53	33.5	1	6.3	33	14.4	3	42.9	10	23.8	11	21.2
Gruppo ingegneria	22	13.9	-	-	38	16.6	1	14.3	8	19.0	11	21.2
Gruppo agrario	-	-	1	6.3	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo economico-statistico	20	12.7	7	43.8	45	19.7	1	14.3	11	26.2	6	11.5
Gruppo politico-sociale	5	3.2	1	6.3	14	6.1	-	-	1	2.4	5	9.6
Gruppo giuridico	22	13.9	2	12.5	53	23.1	-	-	6	14.3	7	13.5
Gruppo letterario	8	5.1	2	12.5	20	8.7	2	28.6	3	7.1	4	7.7
Gruppo insegnamento	-	-	-	-	1	0.4	-	-	1	2.4	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>158</b>	<b>100.0</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>	<b>229</b>	<b>100.0</b>	<b>7</b>	<b>100.0</b>	<b>42</b>	<b>100.0</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

	Africa		America del Nord		America Centro sud		Altri paesi		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	4	4.3	1	7.7	1	1.6	-	-	21	3.1
Gruppo chimico-farmaceutico	7	7.5	-	-	1	1.6	1	100.0	58	8.6
Gruppo geo-biologico	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.1
Gruppo medico	34	36.6	3	23.1	10	15.6	-	-	158	23.4
Gruppo ingegneria	17	18.3	-	-	7	10.9	-	-	104	15.4
Gruppo agrario	-	-	-	-	1	1.6	-	-	2	0.3
Gruppo economico-statistico	14	15.0	4	30.8	24	37.5	-	-	132	19.6
Gruppo politico-sociale	5	5.4	-	-	5	7.8	-	-	36	5.3
Gruppo giuridico	5	5.4	3	23.1	7	10.9	-	-	105	15.6
Gruppo letterario	6	6.4	2	15.4	5	7.8	-	-	52	7.7
Gruppo insegnamento	1	1.1	-	-	3	4.7	-	-	6	0.9
<b>TOTALE</b>	<b>93</b>	<b>100.0</b>	<b>13</b>	<b>100.0</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>	<b>675</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 6 –Studenti stranieri per paese di provenienza e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2004/2005**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	UE a 15		Paesi di nuova adesione UE		Resto Europa		Medio Oriente		Asia	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	7	7.3	1	4.0	6	2.0	-	-	1	3.6
Gruppo chimico-farmaceutico	15	15.6	3	12.0	30	10.0	2	16.7	-	-
Gruppo geo-biologico	-	-	-	-	2	0.7	-	-	-	-
Gruppo medico	36	37.5	5	20.0	33	11.0	4	33.3	6	21.4
Gruppo ingegneria	7	7.3	1	4.0	40	13.3	2	16.7	5	17.9
Gruppo agrario	-	-	1	4.0	2	0.7	-	-	-	-
Gruppo economico-statistico	14	14.6	4	16.0	54	17.9	-	-	5	17.9
Gruppo politico-sociale	4	4.2	2	8.0	33	11.0	-	-	1	3.6
Gruppo giuridico	5	5.2	2	8.0	65	21.6	1	8.3	7	25.0
Gruppo letterario	8	8.3	5	20.0	31	10.3	3	25.0	2	7.1
Gruppo insegnamento	-	-	1	4.0	5	1.7	-	-	1	3.6
<b>TOTALE</b>	<b>96</b>	<b>100.0</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>	<b>301</b>	<b>100.0</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	<b>28</b>	<b>100.0</b>

	Area del mediterraneo		Africa		America del Nord		America Centro sud		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	2	2.5	6	3.6	1	16.7	1	2.4	25	3.3
Gruppo chimico-farmaceutico	8	9.9	17	10.2	-	-	-	-	75	9.9
Gruppo geo-biologico	2	2.5	-	-	-	-	-	-	4	0.5
Gruppo medico	15	18.5	50	30.1	1	16.7	9	22.0	159	21.0
Gruppo ingegneria	28	34.6	41	24.7	-	-	7	17.1	131	17.3
Gruppo agrario	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0.4
Gruppo economico-statistico	17	21.0	29	17.5	-	-	12	29.3	135	17.9
Gruppo politico-sociale	3	3.7	13	7.8	1	16.7	4	9.8	61	8.1
Gruppo giuridico	3	3.7	3	1.8	1	16.7	6	14.6	93	12.3
Gruppo letterario	3	3.7	6	3.6	2	33.3	1	2.4	61	8.1
Gruppo insegnamento	-	-	1	0.6	-	-	1	2.4	9	1.2
<b>TOTALE</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>	<b>41</b>	<b>100.0</b>	<b>756</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Arestud

**Tav. 7 – Studenti stranieri originari dei paesi di nuova adesione alla UE per paese di provenienza e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	Estonia		Lettonia		Lituania		Polonia		Ungheria		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo chimico-farmaceutico	-	-	2	66.7	-	-	-	-	-	-	2	12.5
Gruppo medico	-	-	-	-	-	-	1	14.3	-	-	1	6.3
Gruppo agrario	-	-	-	-	1	100.0	-	-	-	-	1	6.3
Gruppo economico-statistico	1	100.0	-	-	-	-	5	71.4	1	25.0	7	43.8
Gruppo politico-sociale	-	-	-	-	-	-	-	-	1	25.0	1	6.3
Gruppo giuridico	-	-	1	33.3	-	-	-	-	1	25.0	2	12.5
Gruppo letterario	-	-	-	-	-	-	1	14.3	1	25.0	2	12.5
<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>	<b>7</b>	<b>100.0</b>	<b>4</b>	<b>100.0</b>	<b>16</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Miur-urist

**Tav. 8 – Studenti stranieri originari dei paesi di nuova adesione alla UE per paese di provenienza e gruppi di corsi di laurea iscritti a.a. 2004/2005**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	Repubblica Ceca		Estonia		Lettonia		Lituania	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo chimico-farmaceutico	-	-	-	-	2	66.7	-	-
Gruppo medico	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo ingegneria	-	-	-	-	-	-	1	50.0
Gruppo agrario	-	-	-	-	-	-	1	50.0
Gruppo economico-statistico	-	-	-	-	-	-	-	-
Gruppo politico-sociale	-	-	1	100.0	-	-	-	-
Gruppo giuridico	-	-	-	-	1	33.3	-	-
Gruppo letterario	1	100.0	-	-	-	-	-	-
Gruppo insegnamento	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>

	Polonia		Slovacchia		Ungheria		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	-	-	1	50.0	-	-	1	4.0
Gruppo chimico-farmaceutico	1	8.3	-	-	-	-	3	12.0
Gruppo medico	5	41.7	-	-	-	-	5	20.0
Gruppo ingegneria	-	-	-	-	-	-	1	4.0
Gruppo agrario	-	-	-	-	-	-	1	4.0
Gruppo economico-statistico	2	16.7	1	50.0	1	25.0	4	16.0
Gruppo politico-sociale	-	-	-	-	1	25.0	2	8.0
Gruppo giuridico	-	-	-	-	1	25.0	2	8.0
Gruppo letterario	3	25.0	-	-	1	25.0	5	20.0
Gruppo insegnamento	1	8.3	-	-	-	-	1	4.0
<b>Totale</b>	<b>12</b>	<b>100.0</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>	<b>4</b>	<b>100.0</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Arestud

### 2.3.2 *Stranieri laureati*

Analizzando il profilo dei laureati<sup>81</sup> dal punto di vista della cittadinanza, vediamo che il numero complessivo dei laureati/diplomati presso l'ateneo di Modena e Reggio Emilia nell'anno accademico 2002/2003 è di 1942 ragazzi, dei quali 56 di origini straniera (pari a circa il 3%). Si può inoltre osservare che gli stranieri si concentrano nel gruppo chimico-farmaceutico ed in quello medico, sono del tutto assenti nel gruppo insegnamento e rappresentano una percentuale non trascurabile (7%) delle persone che hanno conseguito un diploma universitario.

Gli stranieri laureati/diplomati presso l'ateneo di Modena e Reggio Emilia nell'a.a. 2002/2003 sono nella maggioranza dei casi di sesso femminile. Disaggregando per genere le ragazze prediligono il gruppo medico (poco meno di una laureata/diplomata su 2), economico-statistico e giuridico, mentre i maschi si rivolgono principalmente al gruppo economico-statistico, ingegneria e medico.

Il maggior numero di laureati stranieri proviene dalla Unione Europea a 15 (poco meno di uno studente su tre), segue l'area del Resto Europa, quella africana e la quarta area per importanza è quella del Mediterraneo.

Disaggregando per genere, nelle donne le prime due posizioni sono le stesse viste per il dato aggregato mentre cambia il terzo posto, infatti troviamo a pari merito Africa e America Centro Sud. Nei maschi il gruppo più consistente proviene dall'area del Mediterraneo, a seguire troviamo UE a 15, Resto Europa e Africa.

All'interno dei diplomi universitari, che raccolgono poco meno di un laureato/diplomato su cinque, troviamo Commercio Estero, Infermieristica, Ostetricia e Tecnico di laboratorio biomedicale.

Quasi la metà dei diplomati universitari proviene dal Resto Europa (non solo Est Europa, ma anche Svizzera), mentre oltre la metà dei laureati Magistrali proviene dalla UE a 15. Per le lauree del vecchio ordinamento o a ciclo unico e le lauree di Primo livello c'è molta meno concentrazione, ovvero vi sono stranieri di tutte le provenienze.

---

<sup>81</sup> Il consorzio Almalaurea pubblica i dati dei laureati (classificati per facoltà solo nel caso delle lauree del vecchio ordinamento) dell'ateneo di Modena e Reggio Emilia nell'anno accademico 2002/2003. L'azienda Arestud ha fornito i dati relativi ai laureati di cittadinanza straniera, sempre nell'anno accademico 2002/2003. Tra gli stranieri non sono

Gli stranieri laureati presso l'ateneo di Modena e Reggio Emilia per singolo paese di origine mostrano al primo posto la Grecia (9 laureati) e al secondo posto, a pari merito, il Camerun e la Germania (7 laureati). La maggioranza di greci e di tedeschi sono di sesso femminile, mentre negli originari del Camerun prevale, di poco, il sesso maschile. Il gruppo medico è la scelta più frequente per i laureati provenienti dall'Unione Europea a 15 e dall'Africa, il gruppo ingegneria per gli studenti provenienti dall'Area del mediterraneo, il gruppo economico-statistico per quelli del resto Europa e dei paesi di nuova adesione alla UE.

Per quanto riguarda il dato disaggregato per genere si vede nettamente la predilizione delle donne, di quasi tutte le provenienze, per il gruppo medico, tranne per quelle che provengono dai paesi di nuova adesione alla UE che si rivolgono con maggiore frequenza al gruppo economico-statistico.

I maschi, invece, si rivolgono principalmente al gruppo ingegneria con alcune eccezioni: gli uomini provenienti dalla UE a 15 si rivolgono con maggiore frequenza sia verso il gruppo medico che verso quello economico-statistico e quelli provenienti dal Resto Europa prediligono il gruppo economico-statistico.

Il Resto Europa è rappresentato solamente dalla Polonia, da cui provengono 3 laureate, tutte di sesso femminile e iscritte a corsi di laurea e non di diploma.

Apriamo una parentesi analizzando gli stranieri usciti da corsi post-laurea<sup>82</sup> (master di 2° livello o scuole di specializzazione): sono 15, di cui 9 femmine. Quasi la metà di loro proviene dal gruppo medico e uno su tre dalle Scuole di Specializzazione per l'Insegnamento Secondario; questi ultimi vedono l'80% di donne.

Il numero più importante di studenti stranieri usciti a seguito di corsi post-laurea proviene dal Resto Europa, seguiti dall'Unione Europea a 15 e dall'area dell'America Centro Sud.

Dai master sono uscite due persone: una donna da Gestione di servizi (gruppo economico-statistico) e un uomo da Responsabile commessa nella progettazione di impianti automatici (gruppo ingegneria). Dalle scuole di specializzazione sono uscite 13

---

stati considerati quelli iscritti a master (2 persone) o a scuole di specializzazione (13 persone), in quanto corsi non considerati nelle tabelle fornite da AlmaLaurea

<sup>82</sup> Per questi dati non abbiamo termini di confronto in quanto non vi sono fonti che riportano dati a livello regionale.

persone: una dal gruppo chimico-farmaceutico (Farmacia Ospedaliera), sette dal gruppo medico (Anestesia e rianimazione, Criminologia clinica, Dermatologia e venerologia, Malattie dell'apparato respiratorio, Neurochirurgia e Oftalmologia) e cinque dal gruppo insegnamento (SSIS).

Per coloro usciti dai corsi post-laurea abbiamo: il 20% che proviene dalla Svizzera mentre da Argentina e Germania proviene complessivamente circa il 26.6% suddiviso in quote paese uguali.

**Tav. 1 – Laureati italiani e stranieri per corsi di laurea a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	Totale		di cui stranieri		
	v.a.	%	v.a.	%	%
Economia	361	24.8	10	28.6	2.8
Farmacia	29	2.0	3	8.6	10.3
Giurisprudenza	270	18.5	5	14.3	1.9
Ingegneria	322	22.1	4	11.4	1.2
Lettere e Filosofia	170	11.7	3	8.6	1.8
Medicina e Chirurgia	113	7.8	9	25.7	8.0
Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali	160	11.0	1	2.9	0.6
Scienze della formazione	33	2.3	-	-	-
Totale Laureati	1458	100.0	35	100.0	2.4
Totale Laureati	1458	75.1	35	62.5	2.4
Lauree post riforma	327	16.8	10	17.9	3.1
Diplomi universitari	157	8.1	11	19.6	7.0
Totale di ateneo	1942	100.0	56	100.0	2.9

Fonte: Almalaurea/Arestud

**Tav. 2 – Laureati stranieri per sesso e gruppi di corsi di laurea a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	a.a. 2002/2003					
	Maschi		Femmine		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	-	-	1	2.9	1	1.8
Gruppo chimico-farmaceutico	1	4.5	2	5.9	3	5.4
Gruppo medico	4	18.2	16	47.1	20	35.7
Gruppo ingegneria	6	27.3	2	5.9	8	14.3
Gruppo economico-statistico	10	45.5	6	17.6	16	28.6
Gruppo giuridico	1	4.5	4	11.8	5	8.9
Gruppo letterario	-	-	3	8.8	3	5.4
TOTALE	22	100.0	34	100.0	56	100.0

Fonte: Arestud

**Tav. 3 – Laureati stranieri per sesso e provenienza aggregata a.a. 2002/2003**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	a.a. 2002/2003					
	Maschi		Femmine		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Unione Europea a 15	5	22.7	12	35.3	17	30.4
Paesi di nuova adesione alla Unione Europea	-	-	3	8.8	3	5.4
Resto Europa	5	22.7	6	17.6	11	19.6
Medio Oriente	-	-	2	5.9	2	3.6
Asia	-	-	1	2.9	1	1.8
Area del Mediterraneo	6	27.3	-	-	6	10.7
Africa	4	18.2	4	11.8	8	14.3
America del Nord	1	4.5	1	2.9	2	3.6
America Centro Sud	1	4.5	4	11.8	5	8.9
Altri paesi	-	-	1	2.9	1	1.8
<b>TOTALE</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>	<b>34</b>	<b>100.0</b>	<b>56</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Arestud

**Tav. 4 – Laureati stranieri a.a. 2002/2003 per principali paesi di provenienza (graduatoria)**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	Totale		Maschi		Femmine	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Grecia	9	16.1	2	9.1	7	<b>20.6</b>
Camerun	7	12.5	4	<b>18.2</b>	3	8.8
Germania	7	12.5	3	<b>13.6</b>	4	<b>11.8</b>
Albania	4	7.1	2	9.1	2	5.9
Argentina	3	5.4	-	-	3	8.8
Polonia	3	5.4	-	-	3	8.8
Bulgaria	2	3.6	-	-	2	5.9
Egitto	2	3.6	2	9.1	-	-
Marocco	2	3.6	2	9.1	-	-
Russia	2	3.6	1	4.6	1	2.9
Stati Uniti d'America	2	3.6	1	4.6	1	2.9
Svizzera	2	3.6	1	4.6	1	2.9
Apolide	1	1.8	-	-	1	2.9
Belgio	1	1.8	-	-	1	2.9
Brasile	1	1.8	1	4.6	-	-
Repubblica democratica del Congo	1	1.8	-	-	1	2.9
Giordania	1	1.8	1	4.6	-	-
Iran	1	1.8	-	-	1	2.9
Israele	1	1.8	1	4.6	-	-
Serbia-Montenegro	1	1.8	1	4.6	-	-
Kuwait	1	1.8	-	-	1	2.9
Malaysia	1	1.8	-	-	1	2.9
Venezuela	1	1.8	-	-	1	2.9
<b>Totale</b>	<b>56</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>	<b>34</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Arestud

**Tav. 5 – Laureati stranieri a.a. 2002/2003 per area di provenienza e gruppi di corsi di laurea**  
Valori riferiti a tutti all'ateneo di Modena e Reggio Emilia

	UE a 15		Paesi di nuova adesione UE		Resto Europa		Medio Oriente		Asia		Area del mediterraneo	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	-	-	-	-	1	9.1	-	-	-	-	-	-
Gruppo chimico-farmaceutico	1	5.9	-	-	-	-	-	-	-	-	1	16.7
Gruppo medico	8	47.1	1	33.3	4	36.4	1	50.0	-	-	-	-
Gruppo ingegneria	3	17.6	-	-	-	-	-	-	-	-	3	50.0
Gruppo economico-statistico	3	17.6	2	66.7	5	45.5	1	50.0	-	-	1	16.7
Gruppo giuridico	2	11.8	-	-	1	9.1	-	-	-	-	1	16.7
Gruppo letterario	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>17</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>

	Africa		America del Nord		America Centro sud		Apolide		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Gruppo scientifico	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.8
Gruppo chimico-farmaceutico	1	12.5	-	-	-	-	-	-	3	5.4
Gruppo medico	3	37.5	1	50.0	2	40.0	-	-	20	35.7
Gruppo ingegneria	2	25.0	-	-	-	-	-	-	8	14.3
Gruppo economico-statistico	1	12.5	1	50.0	2	40.0	-	-	16	28.6
Gruppo giuridico	-	-	-	-	-	-	1	100.0	5	8.9
Gruppo letterario	1	12.5	-	-	1	20.0	-	-	3	5.4
<b>TOTALE</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>	<b>2</b>	<b>100.0</b>	<b>5</b>	<b>100.0</b>	<b>1</b>	<b>100.0</b>	<b>56</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Arestud

## **Parte IV – I principali risultati**

### **1. I processi di internazionalizzazione nelle Pmi**

Le fonti statistiche ufficiali forniscono un quadro informativo dei fenomeni di internazionalizzazione limitato alle sole due forme estreme, le esportazioni, da un lato, e gli investimenti diretti, dall’altro. Sfuggono alle fonti ufficiali le forme intermedie di internazionalizzazione, cosiddette “leggere”, rappresentate dagli accordi e alleanze di tipo commerciale o produttivo e dalle relazioni di subfornitura.

La scarsa conoscenza di queste forme intermedie, e la conseguente scarsa attenzione, è responsabile di una sottostima del fenomeno dell’internazionalizzazione delle imprese italiane, e dato che tali forme sono presenti soprattutto nelle imprese di piccole e medie dimensioni il rischio è di commettere un errore di valutazione, applicando alla piccola impresa categorie concettuali e statistiche tratte dall’osservazione delle grandi aziende.

I risultati ottenuti in questa indagine confermano i risultati di altre ricerche mirate a far emergere queste forme intermedie. Esse sono più diffuse di quanto comunemente si pensi e sono caratterizzate da una notevole varietà e variabilità. Nelle forme di internazionalizzazione scelte dalle piccole e medie aziende non c’è uniformità e non c’è nemmeno una gerarchia fra export e forme più evolute di internazionalizzazione. Il processo di internazionalizzazione, in altre parole, non è necessariamente lineare, dalle forme più semplici alle forme più complesse, in quanto le forme intermedie scelte dalle Pmi hanno una loro razionalità, legata ai mercati di nicchia sui quali operano.

L’indagine realizzata su un campione di Pmi della meccanica e del tessile-abbigliamento ha messo in evidenza la presenza di molti aspetti comuni alle aziende di piccole dimensioni, ma anche l’esistenza di significative differenze connesse all’appartenenza delle imprese a gruppi e alle caratteristiche del prodotto.

Gli aspetti comuni alle imprese dei due settori analizzati sono legati al prevalere nelle Pmi di una *strategia di internazionalizzazione orientata al mercato finale e di tipo prevalentemente commerciale*.

L’impegno maggiore delle Pmi è rivolto al rafforzamento della propria presenza commerciale sui mercati esteri. La strategia che stanno perseguendo ha come obiettivi principali “essere più vicini al cliente finale”, al fine di recepire tempestivamente le esigenze del mercato e curare maggiormente i rapporti con i clienti, ed “entrare su nuovi mercati esteri”.

In relazione a questi obiettivi, le Pmi hanno potenziato l’area commerciale e continuano a potenziarla attraverso modalità differenti che dipendono dalle dimensioni dei mercati esteri di sbocco, dall’organizzazione di vendita storicamente utilizzata dall’impresa e dalle caratteristiche del prodotto.

Il risultato di questa trasformazione è molto rilevante, perchè consiste nel tentativo di ridurre il più possibile il ricorso ad intermediari commerciali, diminuendo il numero di passaggi che il prodotto deve fare per arrivare al cliente finale. Questo processo di razionalizzazione è sicuramente motivato da ragioni di costo, ma le ragioni più importanti riguardano la necessità di dialogare più direttamente con i clienti per capire, con adeguato anticipo, i bisogni e le esigenze del mercato, e garantire quei servizi di pre-vendita e post-vendita necessari per fidelizzare il cliente.

Nel *settore meccanico* vi sono imprese che, fino a pochi anni fa, vendevano solo ad importatori, uno per ogni paese estero, e quindi utilizzavano un canale molto lungo per arrivare all’utilizzatore finale. Queste imprese stanno cercando di superare la figura dell’importatore, creandosi una rete di agenti, residenti nei paesi esteri, in grado di visitare i diversi rivenditori/distributori esteri che hanno un contatto diretto con gli utilizzatori finali. Altre imprese, invece, che già vendevano direttamente ai rivenditori/distributori esteri, nei mercati più interessanti stanno aprendo proprie filiali commerciali, alle quali è associato un servizio di assistenza tecnica post-vendita, mentre nei paesi esteri in cui le dimensioni del mercato non giustificano un investimento di questo tipo, stanno stipulando accordi di collaborazione con i rivenditori/distributori esteri per potenziare l’attività di pre-vendita e di assistenza post-vendita.

E’ interessante rilevare come questi progetti di potenziamento e di miglioramento della rete commerciale siano spesso realizzati in collaborazione fra Pmi che operano nello stesso settore e che realizzano prodotti fra loro complementari. Le Pmi, sia quelle

appartenenti a gruppi “formali” che a gruppi “informali”, mettendosi insieme riescono a raggiungere una soglia dimensionale tale da rendere possibile l’investimento in più adeguate reti distributive. Questo si traduce nella possibilità di avere una rete di agenti che si incarica delle vendite dei prodotti delle imprese del gruppo, o di riuscire ad aprire una filiale commerciale estera utilizzata da tutte le imprese del gruppo o che aderiscono all’accordo.

L’appartenenza a gruppi, sia formali che informali, costituisce quindi una strategia di superamento dei limiti dimensionali della singola impresa che favorisce il processo di internazionalizzazione, anche se, nel caso delle piccole e medie imprese, la relazione causale potrebbe essere inversa, e cioè che è la scelta dell’internazionalizzazione ad incentivare la formazione di gruppi e di accordi fra Pmi.

Nel *settore tessile abbigliamento* i processi di internazionalizzazione commerciale si differenziano significativamente in relazione alle dimensioni dell’impresa e al possesso, o meno, di un marchio di prestigio e riconosciuto dal consumatore finale. Già negli anni ‘90, le imprese del lusso ed i principali marchi industriali italiani hanno perseguito una strategia di controllo diretto della distribuzione dei propri prodotti, attraverso l’apertura di negozi propri o in *franchising* nelle principali capitali e città estere, e di *corner e shop in the shop* all’interno dei principali *department store* stranieri. Questa strategia rappresenta la più importante innovazione avvenuta nel settore tessile abbigliamento italiano, in quanto ha visto i produttori appropriarsi delle funzioni tipiche del sistema distributivo. I vantaggi di questa strategia sono evidenti, in quanto consentono al produttore di acquisire anche i margini della distribuzione del prodotto, di monitorare in tempo reale le vendite dei prodotti, di avere informazioni dirette sugli atteggiamenti di consumo e di garantirsi una elevata visibilità nei confronti del consumatore finale.

Il controllo della rete di distribuzione dei propri prodotti è una strategia che non è accessibile alle singole imprese di piccole dimensioni, sia sul mercato interno che sui mercati esteri. Sul mercato italiano le piccole imprese intervistate vendono direttamente ai negozi al dettaglio che vengono visitati da agenti generalmente plurimandatari,

mentre nei paesi esteri queste aziende vendono a distributori, che a loro volta, hanno come clienti i negozi al dettaglio.

I problemi legati all’internazionalizzazione commerciale delle imprese sono quindi notevolmente diversi a seconda del tipo di impresa e del suo posizionamento di mercato. In questa fase di cambiamento, caratterizzata da una bassa crescita dei mercati europei, che rappresentano i principali mercati di sbocco delle imprese italiane, le Pmi dell’abbigliamento stanno orientandosi verso nuovi mercati, quali, ad esempio, quello russo o cinese, ma incontrano notevoli difficoltà, legate soprattutto all’esigenza di individuare partner affidabili per la distribuzione dei prodotti e forme adeguate di promozione. I problemi derivano dall’esigenza di conoscere le caratteristiche di questi nuovi mercati e dei sistemi distributivi, e di individuare agenti e distributori affidabili capaci di promuovere il prodotto dell’impresa.

Nel settore tessile abbigliamento il divario di strategie e di mezzi fra imprese piccole e imprese medio-grandi è molto accentuato. Le esperienze raccontate dalle aziende intervistate esprimono una difficoltà complessiva del sistema di piccole e medie imprese del settore tessile abbigliamento a ri-orientarsi verso i mercati di sbocco più dinamici e con maggiori potenzialità e, diversamente da quanto rilevato nel settore meccanico, non sembrano affermarsi forme di collaborazione fra imprese (come la creazione di gruppi “formali” o “informali” o accordi/alleanze fra piccole e medie imprese) finalizzate ad entrare nei nuovi mercati di sbocco.

L’impegno delle Pmi sia del settore meccanico sia del tessile abbigliamento nell’investire sulle reti di vendita estere e nel perseguire una strategia di internazionalizzazione di tipo prevalentemente commerciale agisce su uno dei principali punti deboli delle imprese di piccole dimensioni. Su questo fronte si sconta un ritardo delle Pmi reso più acuto dai processi di trasformazione attualmente in atto nell’economia internazionale.

Gli elementi che differenziano maggiormente le Pmi riguardano, invece, le *strategie di internazionalizzazione produttiva*.

L’analisi dei processi di internazionalizzazione produttiva mostra la presenza di un divario molto profondo sia nella meccanica che nel tessile abbigliamento fra imprese

che realizzano prodotti standardizzati e in serie lunga e imprese specializzate in prodotti personalizzati, variabili e in serie corta.

Nel *settore meccanico* le imprese che realizzano prodotti standardizzati e di serie sono, ad esempio, quelle del comparto macchine agricole, mentre le aziende che realizzano prodotti personalizzati e in serie corta appartengono al comparto macchine e impianti per l’industria.

Nel caso delle *macchine e impianti per l’industria*, le imprese intervistate non prevedono di ricorrere al decentramento di produzioni all’estero. La competizione, come dichiarano, è basata prevalentemente sulla qualità del prodotto e il prodotto che realizzano è di fascia alta. La loro strategia è di ampliare i mercati di sbocco cercando clienti interessati all’alta qualità, affidabilità e prestazione della macchina. L’altra variabile competitiva è la personalizzazione del prodotto, e quindi la capacità di realizzare il prodotto sulle esigenze del cliente. In queste imprese, le serie di produzione sono corte, a volte si realizza una sola macchina con quelle caratteristiche, per cui non esistono le quantità sufficienti per poter delocalizzare all’estero. Un’altra ragione, sostenuta dalle imprese intervistate, per non intraprendere una strategia di delocalizzazione produttiva, riguarda l’esigenza di avere un controllo molto rigido dell’intero processo produttivo e del know how sedimentato nel tempo all’interno dell’impresa e nella rete di subfornitura locale. L’elevata precisione ed affidabilità che ogni singolo componente della macchina deve avere rende molto rischioso cambiare l’organizzazione attuale e può esporre l’impresa a fughe di know-how estremamente pericolose. Le imprese intervistate appartenenti a questo comparto stanno quindi perseguendo soltanto strategie di internazionalizzazione di tipo commerciale.

Nel caso del comparto *macchine agricole*, dove il prodotto è più standardizzato e la competizione è giocata maggiormente sul prezzo, alcune imprese intervistate, anche se di piccole e medie dimensioni, hanno iniziato, già da alcuni anni, a delocalizzare produzioni all’estero. Gli obiettivi principali della strategia di internazionalizzazione produttiva sono legati al *reperimento di fattori produttivi a basso costo*, in particolare lavorazioni o componenti riguardanti parti di prodotto da reimportare in Italia per essere assemblate e incorporare nel prodotto finale. Questa scelta è stata realizzata attraverso

una semplice transazione commerciale, affidando a subfornitori esteri, prevalentemente dell’Est Europeo (Croazia, Slovacchia, Romania, ecc), ma anche di Cina e Taiwan, la realizzazione di componenti o parti di prodotto progettati dall’impresa committente.

Dopo queste prime esperienze, alcune Pmi hanno potuto valutare meglio le opportunità presenti in questi paesi di delocalizzazione della produzione, e a distanza di qualche tempo, hanno intrapreso una decisione importante, quella di realizzare un investimento diretto in questi stessi paesi. Nei casi analizzati, una parte degli investimenti è in fase di realizzazione e le imprese estere non sono tutte operative. La decisione di aprire una propria unità produttiva all’estero, e di non seguire la strada di una partnership o di una joint venture con imprenditori locali, deriva dall’obiettivo di avere un controllo diretto del proprio know how, evitando esperienze negative vissute da altri imprenditori che si sono visti estromessi dall’impresa estera e derubati del know how produttivo e a volte anche del marchio.

Gli investimenti diretti all’estero hanno spesso un duplice obiettivo. Possono essere in prima istanza *orientati ad acquisire fattori produttivi* oppure *orientati al mercato finale*, ma nelle dichiarazioni delle Pmi queste due finalità spesso coesistono. I casi analizzati riguardano investimenti produttivi realizzati in paesi a basso costo del lavoro. In alcuni di essi, pur prevalendo l’obiettivo di acquisire fattori produttivi a basso costo, l’impresa non esclude che l’attività dello stabilimento possa essere successivamente orientata a servire quei mercati esteri. E in altri casi, dove l’obiettivo prioritario è servire quel mercato finale estero, l’impresa non esclude che possa essere conveniente reimportare in Italia alcuni componenti o prodotti realizzati nello stabilimento estero.

Nel *settore tessile abbigliamento*, anche per quanto riguarda l’internazionalizzazione della produzione, il divario fra imprese piccole e imprese medio-grandi è molto elevato. Le imprese di minori dimensioni dichiarano di non avere serie di produzione sufficientemente lunghe per poter delocalizzare le produzioni all’estero e che la fascia di mercato sulla quale operano, alta e medio-alta, renderebbe rischioso procedere in questa direzione. Le serie corte di produzione, l’elevata qualità e accuratezza delle lavorazioni, i prodotti molto variabili nel tempo, la compressione dei

tempi di produzione, rendono vantaggioso affidare la produzione a subfornitori locali o al massimo a subfornitori nazionali.

Le aziende più strutturate e con serie di produzione più lunghe, pur realizzando prodotti di fascia alta, hanno, invece, iniziato da alcuni anni a delocalizzare produzioni in alcuni paesi dell’Est europeo (Romania soprattutto) e del Far East (Cina, Shanghai, Indonesia, ecc.), mantenendo ancora la maggior parte della produzione in Italia. Questi esperimenti sono stati realizzati avvalendosi di subfornitori esteri che, nel caso dell’Est europeo, sono stati incaricati di eseguire una fase di lavorazione ad elevato contenuto di forza lavoro, come la cucitura dei capi, mentre nel caso del Far East sono stati incaricati di eseguire un prodotto finito progettato dall’impresa committente, le cui materie prime, sempre selezionate dal committente, sono state reperite sul mercato asiatico. In tutte e due i casi, il prodotto è reimportato o importato in Italia per essere poi venduto sul mercato interno o sui mercati internazionali. Le ragioni che hanno spinto le imprese a delocalizzare produzioni nell’Est europeo sono soprattutto legate al *risparmio sui costi di produzione*, mentre nel caso del Far East entrano in gioco anche altri aspetti, legati alla *specializzazione* delle imprese di subfornitura estere in alcuni tipi di prodotto.

L’opinione espressa dalle imprese più strutturate è che vi siano molte opportunità sui mercati internazionali di trovare partner produttivi ai quali affidare la realizzazione di prodotti finiti. Esse sottolineano, tuttavia, come sia determinante costruire con questi partner relazioni stabili e durature e sia necessario investire molte energie nella ricerca e selezione di questi produttori e nella loro formazione per ottenere gli standard qualitativi desiderati. Fra le aziende intervistate, diversamente da alcune grandi imprese emiliane e da molte imprese venete, nessuna ha realizzato o ha in programma di realizzare investimenti produttivi all’estero, ma si prevede soltanto il ricorso a subfornitori esteri indipendenti.

L’esempio appena descritto riferito al settore tessile abbigliamento è presente in misura rilevante anche nel settore meccanico. La relativa facilità con la quale è attualmente possibile trovare partner produttivi esteri solleva l’azienda dalla necessità di effettuare investimenti diretti, soprattutto se finalizzati al solo reperimento di fattori produttivi a basso costo. Così come alcune Pmi della meccanica agricola sottolineano

l’esistenza di un processo di progressiva apertura internazionale sul fronte degli acquisti, determinato dalla crescente disponibilità di componentistica standard e di prodotti finiti a medio e basso valore aggiunto, in grado di costituire un’alternativa alla produzione diretta o all’affidamento della produzione a subfornitori.

Il mutamento significativo della struttura degli scambi con l’estero, che si traduce in una sempre maggiore incidenza dei prodotti intermedi, riflette il processo sopra descritto e rivela il fenomeno di frammentazione produttiva che caratterizza la globalizzazione degli anni più recenti.

In questo contesto, le Pmi mostrano una consapevolezza delle sfide e delle difficoltà presenti e una parte di esse esprime un significativo dinamismo nella ricerca di nuove strategie per affrontare la competizione internazionale.

Rimangono, tuttavia, aperti alcuni problemi di fondo legati alla ancora limitata capacità delle Pmi di fare alleanza per affrontare i propri principali punti di debolezza. I casi analizzati dimostrano come le aggregazioni fra Pmi, anche di tipo informale, consentano il superamento dei limiti dimensionali delle Pmi, riuscendo a conciliare i vantaggi delle Pmi legati alla flessibilità e all’autonomia decisionale ed i vantaggi di scala che l’alleanza permette di raggiungere per realizzare specifici progetti comuni.

La ricerca ha messo inoltre in evidenza come le modalità di internazionalizzazione delle Pmi siano diverse rispetto a quelle delle aziende di grandi dimensioni, assumendo forme cosiddette “leggere”, ma non si può negare che esista un vantaggio della prima mossa per chi ha fatto investimenti diretti sui mercati esteri.

Occorre quindi essere consapevoli della necessità di favorire il cambiamento nelle Pmi che, anche in relazione al processo di internazionalizzazione, richiede innovazioni riguardanti gli aspetti commerciali, organizzativi, di prodotto, di processo ed i sistemi informativi.

Gli interventi a sostegno dell’internazionalizzazione delle imprese devono essere inseriti all’interno di una strategia più complessiva finalizzata al miglioramento competitivo del sistema di Pmi e, come si dirà meglio nel paragrafo successivo, se è vero che dalle Pmi non emerge una domanda forte ed esplicita di nuove competenze e di nuove professionalità da inserire all’interno delle imprese, pur esistendo un bisogno

implicito, emerge invece in modo molto chiaro una domanda di servizi esterni che le supportino nel processo di internazionalizzazione.

## **2. I bisogni di nuove competenze**

L’analisi dei casi più avanzati di internazionalizzazione di Pmi dimostrano come l’evoluzione in atto nel contesto internazionale imponga alle aziende un cambiamento rilevante di “mentalità” e cultura, derivante dalla maggiore complessità del contesto esterno e dalla maggiore rapidità del cambiamento, determinando l’esigenza di nuove competenze manageriali e di nuovi strumenti per la gestione dell’impresa.

Dall’osservazione di questi casi emerge anche che l’impatto del processo di internazionalizzazione sull’impresa investe tutte le funzioni aziendali, determinando esigenze di cambiamento in ogni settore dell’azienda. Se il processo di internazionalizzazione è di tipo commerciale, l’area aziendale più coinvolta è ovviamente quella commerciale, ma gli effetti sulle altre aree non sono trascurabili, in quanto anche l’area amministrativa è coinvolta per gli aspetti legati alla contrattualistica internazionale, alla fiscalità, ecc.; o l’area ricerca & sviluppo per l’adattamento del prodotto al nuovo mercato o lo studio di nuovi prodotti per i nuovi mercati. Così una strategia di internazionalizzazione produttiva non ha effetti soltanto sull’area produzione, ma anche sull’area tecnica e della ricerca & sviluppo e sull’area acquisti, in quanto determina l’esigenza di effettuare approfondite valutazioni sulle varie opportunità e soluzioni adottabili: affidare a subfornitori esteri alcune lavorazioni o far realizzare il prodotto finito; acquistare componenti/parti di prodotto standard o commissionare componenti/parti di prodotto di propria progettazione a subfornitori esteri; utilizzare partner produttivi esteri o realizzare investimenti diretti; ecc..

Il processo di internazionalizzazione investe quindi complessivamente l’impresa e richiede un adeguamento delle competenze in tutte le aree aziendali. La prima indicazione fornita dalle Pmi sulle nuove conoscenze necessarie riguarda le *lingue*, che devono essere una competenza di tutte le figure che operano nel commerciale e nella

ricerca & sviluppo, e delle figure medio-alte della produzione, dell’area tecnica, degli acquisti e dell’amministrazione.

Nell’area commerciale, oltre alle lingue e alle tecniche di marketing e di promozione, fra le competenze necessarie vengono indicate la buona conoscenza del prodotto e dell’impresa, che si possono acquisire soltanto sul lavoro, e gli aspetti legati *all’analisi dei mercati, alla contrattualistica internazionale, alla tecnica commerciale e agli strumenti di pagamento con riferimento ai paesi esteri*. Nell’area amministrativa, oltre alle lingue, le competenze richieste riguardano gli *aspetti fiscali, societari, normativi e finanziari che regolano le attività estere* e nelle aree della produzione, tecnica, ricerca & sviluppo e acquisti, oltre alle lingue, è richiesta una forte *apertura internazionale e disponibilità alla mobilità territoriale*.

E’ importante sottolineare come i processi di internazionalizzazione sollecitino investimenti nei sistemi informativi aziendali e nelle tecnologie b2b, necessarie per scambiare informazioni e dati con le filiali commerciali e con gli stabilimenti esteri, per cui anche l’area dei sistemi informativi è interessata da significativi cambiamenti.

Relativamente alle competenze richieste ai giovani laureati le Pmi sottolineano soprattutto la necessità di puntare sulla formazione di competenze trasversali, da integrare in azienda con una conoscenza approfondita dei prodotti, dell’organizzazione dell’impresa e delle attività specifiche che i laureati sono chiamati a svolgere.

Le competenze trasversali indicate dalle imprese sono, *la capacità di comunicare efficacemente, la capacità di gestire relazioni interpersonali, la capacità di lavorare in gruppo e la conoscenza approfondita delle lingue*.

Gli elementi sottolineati riguardano spesso l’atteggiamento richiesto ai giovani, di apertura mentale, orientamento alla soluzione dei problemi e disponibilità alla mobilità territoriale, e in questa direzione le imprese indicano la necessità di favorire i soggiorni all’estero dei giovani, soprattutto presso imprese estere, così come di favorire soggiorni in Italia di studenti stranieri presso imprese italiane.

Come alcuni testimoni hanno sottolineato “...le persone devono viaggiare molto di più, si deve vedere il mondo e andare a lavorare all’estero con più facilità ....”.

Fra le Pmi, tuttavia, soltanto quelle con una dimensione non piccolissima, e cioè superiore ai cinquanta addetti, accolgono abitualmente giovani laureati in stage, per cui la difficoltà a promuovere iniziative di questo tipo presso aziende di più piccole dimensioni rimane un aspetto caratteristico della struttura produttiva locale formata prevalentemente da aziende che si collocano al di sotto di questa soglia dimensionale.

Le aziende di minori dimensioni, diversamente da quelle più strutturate, mettono in evidenza l’esigenza di avere servizi in grado di supportarle nel corso del processo di internazionalizzazione. Non solo quindi iniziative di promozione sui mercati esteri, ma servizi di accompagnamento nel percorso di crescita internazionale.

Ciò si concretizza nella necessità di disporre: - di informazioni più articolate ed approfondite sulle potenzialità dei nuovi mercati esteri, sulle modalità di accesso ai nuovi mercati, sui possibili partner stranieri, sugli aspetti legali, fiscali e normativi, sulle norme per la tutela dei marchi e brevetti, ecc.; di consulenze mirate alle specifiche esigenze aziendali; - di iniziative e progetti capaci di favorire l’aggregazione e la cooperazione fra imprese; e di percorsi di formazione per adeguare le competenze interne alle aziende.

I soggetti istituzionali che operano a sostegno dell’internazionalizzazione delle imprese sono numerosi e negli ultimi anni le iniziative attivate hanno registrato una crescita significativa, con un ampliamento dei servizi offerti fino a comprendere attività informative, formative e progetti complessi orientati a specifiche aree paese. Fra i soggetti attivi, oltre agli enti camerali e alle associazioni di categoria, sono presenti gli enti locali che hanno sviluppato attività di promozione dei sistemi produttivi locali, nuove partnership con città e paesi esteri e progetti di cooperazione allo sviluppo che prevedono il coinvolgimento delle imprese.

Anche dal lato istituzionale esiste una domanda di competenze riferita a giovani laureati collegata a queste attività, sia nell’ambito dei servizi offerti alle imprese a supporto dell’internazionalizzazione che dei progetti legati alle relazioni internazionali degli enti locali.

Nell’ambito dei servizi a supporto dell’internazionalizzazione delle imprese, le istituzioni sottolineano l’esigenza di competenze legate alle *normative doganali*, alla

*fiscaltà, agli aspetti commerciali, legislativi, normativi, alla contrattualistica e alle fonti di finanziamento, ecc. riferite ai vari paesi esteri, necessarie per dare informazioni tecniche alle aziende che le richiedono. A queste conoscenze si aggiunge un’altra area di competenze legate, invece, alla capacità di costruire progetti e di gestire relazioni istituzionali. Nell’ambito dei progetti legati alle relazioni internazionali degli enti locali, le istituzioni sottolineano alcuni punti carenti nella formazione dei giovani laureati, riconducibili alla difficoltà a lavorare in gruppo, a gestire correttamente relazioni istituzionali, alla scarsa conoscenza economica del territorio e delle fonti di informazione, alla difficoltà a costruire e gestire progetti.*

Sulla base degli elementi emersi nell’indagine si configurano quindi diversi ambiti di intervento che possono coinvolgere le piccole e medie imprese, l’università, le istituzioni preposte al sostegno dell’internazionalizzazione e gli enti locali.

Le esigenze emerse indicano la necessità di interventi articolati su più fronti. Sul fronte delle Pmi è necessario potenziare la formazione imprenditoriale, l’adeguamento delle competenze interne ed i servizi a sostegno dell’innovazione e internazionalizzazione delle imprese. Sul fronte dei giovani laureati è opportuno investire non solo sulla formazione di competenze specialistiche, ma anche sulla formazione di competenze trasversali legate alla cultura, all’atteggiamento e al metodo di lavoro di cui possono essere portatori. A ciò si aggiunge la necessità di favorire esperienze di stage e tirocini all’estero per i giovani laureati sia presso imprese che presso istituzioni.

## Bibliografia

- Anderson, P., *More is different. Broken Symmetry and the Nature of the Hierarchical Structure of Science*, in «Science», August, 1972.
- Antonelli, C., *Economia dell'innovazione. Cambiamento tecnologico e dinamica industriale*, Bari, 1995.
- *Il bene della conoscenza* (intervista), in «Una città», maggio-giugno, 2004.
- API, *Dall'export all'internazionalizzazione. Le piccole e medie industrie reggiane e i mercati esteri*, Reggio Emilia, dicembre, 2002.
- Balloni, V. e Iacobucci, D., *Cambiamenti in atto nell'organizzazione dell'industria marchigiana*, in «Economia Marche», n.1, 1997.
- *Diffusione e caratteristiche dei gruppi di piccole e medie imprese nelle aree distrettuali delle Marche*, in *Diffusione e caratteristiche dei gruppi di piccole e medie imprese nelle aree distrettuali*, a cura di F. Brioschi e G. Cainelli, Milano, 2001.
- Balconi, M., Moisello, A. e Mulinelli, M., *La fine della polarizzazione: le caratteristiche e la crescita dei gruppi medi italiani*, in «Economia e politica industriale», n. 97, 1988.
- Barca, F., Bianco, M., Cannari, L., Cesari, R., Gola, C., Manitta, G., Salvo, G. e Signorini, L.F., *Assetti proprietari e mercato delle imprese. Proprietà, modelli di controllo e riallocazione nelle imprese industriali italiane*, Bologna, 1994.
- Becattini, G., *Dal 'settore' industriale al 'distretto' industriale: alcune considerazioni sull'unità d'indagine dell'economia industriale*, 1975, ora in *Il distretto industriale. Un nuovo modo di interpretare il cambiamento economico*, G. Becattini, Torino, 2000.
- *Il distretto industriale: un nuovo modo di interpretare il cambiamento economico*, Torino, 2000.
- Becchetti, L., *Forme forti e deboli di cooperazione fra le imprese: l'appartenenza a gruppi e la partecipazione a consorzi*, in *Le piccole e medie imprese nell'economia italiana. Rapporto 2002*, a cura di Unioncamere e Istituto Tagliacarne, Milano, 2003.
- Bianchi, R., Brioschi, M-S. e Cainelli G., *Struttura e localizzazione dei gruppi di imprese in Emilia Romagna*, 1999, in Idse-Cnr, a cura di, 1999.
- Brioschi, F., e Cainelli, G., *Diffusione e caratteristiche dei gruppi di piccole e medie imprese nelle aree distrettuali dell'Emilia Romagna*, in *Diffusione e caratteristiche dei gruppi di piccole e medie imprese nelle aree distrettuali*, a cura di F. Brioschi e G. Cainelli, Milano, 2001.
- Brusco, S., *Organizzazione del lavoro e decentramento produttivo nel settore metalmeccanico*, 1975, ora in *Piccole imprese e distretti industriali*, S. Brusco, Torino, 1989.
- Bugamelli, M., Cipollone, P. e Infante, L., *L'internazionalizzazione delle imprese italiane negli anni Novanta*, in «Rivista Italiana degli Economisti», n. 3, 2000.
- Camera di Commercio IAA di Reggio Emilia, *Aspetti dell'economia provinciale 2002*, 2003.

- Camera di Commercio IAA di Reggio Emilia, *Seconda Giornata dell'Economia*, maggio, 2004.
- Capitalia, *Indagine sulle imprese manifatturiere. Ottavo rapporto sull'industria italiana e sulla politica industriale*, Roma, 2002.
- Caprio, L., *I gruppi di medie imprese industriali del Nord Est*, in Mediobanca-Unioncamere, 2002.
- Carlsson, B., *Flexibility and the Theory of the Firm*, in «International Journal of Industrial Economics», vol. 7, 1989.
- Carone, A. e Iacobucci, D., *I gruppi di piccole e medie imprese nell'industria italiana*, in F. Traù, a cura di, 1999.
- Caselli, G., *Commercio estero e quote di mercato. Mappa della competitività provinciale*, Unioncamere Emilia Romagna, 2004.
- Ciocca, P., *L'economia italiana: un problema di crescita*, in «Bollettino economico», Banca d'Italia, novembre, 2003.
- Corò, G. e Grandinetti, R., *Strategie di delocalizzazione e processi evolutivi nei distretti industriali italiani*, in «L'industria», ottobre-dicembre, 1999.
- Corò, G., *La delocalizzazione: minaccia, necessità o opportunità?* in *Nord Est 2000, Rapporto sulla società e l'economia*, a cura di I. Diamanti e D. Marini, Fondazione Nord Est, Venezia, 2000.
- Cossentino, F., Pyke, F., Sengerberger, W. (a cura di), *Local and regional response to global pressure: the case of Italy and its industrial districts*, Research Series, ILO, Geneva, 1996.
- David, P., *Some New Standards for the Economics of Standardization in the Information Age*, in *Economic Policy and Technological Performance* a cura di P. Dasgupta e P. Stoneman, Cambridge, 1987.
- Dei Ottati, G., *The remarkable resilience of the industrial districts in Tuscany*, in F. Cossentino, F. Pike e W. Sengerberger, a cura di, 1996.
- Economisti Associati, *I percorsi di internazionalizzazione nella provincia di Modena*, Provincia di Modena, marzo 2003.
- Fagerberg, J., *Technology and International Differences in Growth Rates*, in «Journal of Economic Literature», September, 1994.
- EBNA, *Indagine nazionale sui fabbisogni formativi nell'artigianato 2000-2002, Settore meccanica – Rapporto Finale*, Roma, 2003.
- Fruin, W.M., *Learning to Work Together: Adaptation and the Japanese Firm*, in *Beyond the Firm*, a cura di T. Shiba e M. Shimotani, Oxford, 1997.
- Galli, G., *Lo sviluppo internazionale dell'industria reggiana. Il ruolo degli investimenti diretti in entrata e in uscita*, Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Reggio Emilia, Reggio Emilia, 2002.
- Gerlach, M.L., *The Organizational Logic of Business Groups: Evidence from the Zaibatsu*, in *Beyond the Firm* a cura di T. Shiba e M. Shimotani, Oxford, 1997.
- Ginzburg, A. e Simonazzi, A., *Patterns of Industrialization and the Flying Geese Model: the case of electronics*, in «Journal of Asian Economics», November-December, 2004.

- Ginzburg, A. e Bigarelli, D., *I Confini delle PMI. Strategie di superamento dei limiti dimensionali nel sistema produttivo reggiano*, Api di Reggio Emilia, Cciaa di Reggio Emilia, Ottobre 2004.
- Graziani, A. (1975) *Aspetti strutturali dell'economia italiana nell'ultimo decennio*, in A. Graziani, a cura di, 1975.
- (a cura di) *Crisi e ristrutturazione nell'economia italiana*, Torino, 1975.
- Guelpa, F., *Specializzazione per area funzionale e performance d'impresa*, in F. Traù, a cura di, 1999.
- Gurisatti, P., Soli V. e Tattara, G., *Pattern of Diffusion of New Technologies in Small Metal-Working Firms: The Case of an Italian Region*, in «Industrial and Corporate Change», n. 2, 1997.
- Helper, S., MacDuffie, J.P. e Sabel, C., *Pragmatic Collaborations: Advancing Knowledge while Controlling Opportunism*, in «Industrial and Corporate Change», n. 3, 2000.
- Houston, D.B., *The Shift and Share Analysis of Regional Growth: a Critique*, in «Southern Economic Journal», April, 1967.
- ICE, *L'Italia nell'economia internazionale. Rapporto ICE 2002-2003*, Roma, 2003.
- Idse-CNR (a cura di), *Trasformazioni strutturali e competitività dei sistemi locali di produzione*, Milano, 1999.
- IPL, *Dinamiche e prospettive di sviluppo della manifattura reggiana*, aprile, 2004.
- IRER, *L'innovazione organizzativa nell'industria minore*, Milano, 1988.
- ISAE, *Rapporto. Priorità nazionali, dimensioni aziendali, competitività*, seconda parte, aprile, 2004.
- Kaldor, N., *What is Wrong with Economics?*, in «Quarterly Journal of Economics», August, 1975.
- Lafay, G., *Dynamique de la spécialisation internationale*, Paris, 1979.
- Lane, D., Malerba, F., Maxfield, R. e Orsenigo, L., *Choice and Action*, in «Journal of Evolutionary Economics», February, 1995.
- Lorenzoni, G., *L'architettura di sviluppo delle imprese minori*, Bologna, 1990.
- Maione, G., *Le merci intelligenti*, Milano, 2001.
- Mariotti, I., *Le strategie di delocalizzazione delle imprese del Nord Est nei paesi dell'Europa Sud Orientale: reti lunghe o fabbriche con le ruote?*, in ICE, *Rapporto*, 2003.
- Mediobanca-Unioncamere, *Le medie imprese industriali del Nord Est (1996-2000)*, Milano, 2002.
- Makowski, L. e Ostroy, J.M., *Perfect Competition and the Creativity of the Market*, in «Journal of Economic Literature», June, 2001.
- Montani, G., *The Theory of Compensation : a Case of Alternative Economic Paradigms*, in «Political Economy», n. 1, 1985.
- Morganti, E., *Struttura e attività internazionale dei gruppi di imprese in Italia*, in *Rapporto*, ICE, 2003.
- Murat, M. e Paba, S., *Come cambiano le attività economiche e i distretti industriali*, in «Materiali di discussione», n. 465, Dipartimento di Economia Politica, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, 2004.
- Nardozi, G., *Miracolo e declino. L'Italia fra concorrenza e protezione*, Bari, 2004.

- Nelson, R., *Aggregate Production Function and Medium Range Growth Projections*, in «American Economic Review», September, 1964.
- OECD, *Main Definitions and Conventions for the Measurement of Research and Experimental Development (R&D). A Summary of the Frascati Manual*, 1993, Paris, 1994.
- OECD (1990), *Employment and Productivity, Labour*.
- OECD, *Economic Surveys: Italy*, August, 2003.
- Onida, F., *Crescita, competitività e dimensioni d’impresa nella proiezione internazionale del sistema produttivo dell’Italia*, in «Economia italiana», n. 3, 2002.
- *Se il piccolo non cresce. Piccole e medie imprese in affanno*, Bologna, 2004.
- Pagano, P. e Schivardi, F., *Firm Size Distribution and Growth*, in «Scandinavian Journal of Economics», n. 2, 2003.
- Penati, A., *Mappe dell’innovazione*, Milano, 2000.
- Pierelli, F., *I mutamenti nella struttura degli scambi internazionali: la posizione dell’Italia*, in «Contributi alla ricerca economica», n. 16, Banca d’Italia, 1983.
- Pini, P. (a cura di), *Innovazione, relazioni industriali e risultati d’impresa: un’analisi per il sistema industriale di Reggio Emilia*, Milano, 2004.
- Richardson, J. D., *Constant- Market- Shares Analysis of Exports*, in «Journal of International Economics», n.1, 1971.
- Rullani, E., *Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*, Roma, 2004.
- Sabel, C., *Districts on the Move. Note on the TEDIS Survey of the Internationalization of District Firms*, mimeo, 2004.
- Schumpeter, J., *Capitalismo, socialismo e democrazia*, Milano, 1955.
- Traù, F., *Il riemergere della small scale production nei paesi industriali: rassegna della letteratura e primi confronti internazionali delle tendenze di lungo periodo*, in F. Traù, a cura di, 1999.
- (a cura di), *La “questione dimensionale” nell’industria italiana*, Bologna, 1999.
- Trento, S., *Stagnazione e frammentazione produttiva*, in «Il Mulino», n. 4, 2003.
- UNCTAD, *Trade and Development Report*, New York, 1996.