



**Servizio di Valutazione Indipendente del POR FESR
Emilia-Romagna 2014-2020**

**Rapporto Tematico:
Interventi a favore dell'internazionalizzazione**

Committente: Regione Emilia-Romagna

SOMMARIO

1. I BANDI PER IL “SOSTEGNO AI PERCORSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE” E OBIETTIVI DELL’ANALISI.....	1
1.1 Bandi rivolti ai Consorzi d’imprese	2
1.2 Bandi rivolti alle Piccole e Medie Imprese	4
1.3 Bando rivolto alle Imprese Non Esportatrici	7
1.4 Obiettivi e domande valutative	8
2. L’ANALISI DEI DATI DI MONITORAGGIO	9
2.1 Dati di sintesi delle Domande e dei Progetti.....	9
2.2 Dati di sintesi degli Investimenti	12
2.3 Dati di sintesi dei Contributi	14
2.4 Dati di sintesi dei Pagamenti.....	19
2.5 Distribuzione geografica delle domande ammesse a finanziamento	24
2.6 Distribuzione delle forme giuridiche delle imprese ammesse a finanziamento	28
2.7 Distribuzione delle domande ammesse a finanziamento per settore merceologico delle imprese proponenti.....	30
3. GLI ESITI DELLE INTERVISTE ALLE IMPRESE	37
3.1 Il campione di imprese intervistato e la metodologia	37
3.2 Analisi del processo d’internazionalizzazione dei consorzi di imprese.....	37
3.3 Analisi del processo d’internazionalizzazione delle imprese consorziate	45
3.4 Analisi del processo d’internazionalizzazione delle piccole e medie imprese	49
3.5 Analisi del processo d’internazionalizzazione delle imprese non esportatrici	57
4. SINTESI E ALCUNE PRIME CONCLUSIONI	65

1. I BANDI PER IL “SOSTEGNO AI PERCORSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE” E OBIETTIVI DELL’ANALISI

L’approfondimento tematico mira a valutare i risultati conseguiti tramite gli interventi attivati dalla Regione per il sostegno ai percorsi di internazionalizzazione ed il potenziamento della presenza sui mercati delle filiere regionali.

L’internazionalizzazione è infatti uno dei nodi cruciali del sistema produttivo emiliano romagnolo perché è strettamente connessa con l’ampia e diversificata rete di prodotti. Per questo la Regione si è posta come obiettivo strategico per il sistema produttivo regionale di favorire la presenza delle imprese sui mercati internazionali, attraverso una molteplicità di interventi.

I bandi presi in considerazione in quest’analisi sono stati emanati negli anni 2016, 2017, 2018 e 2019 e rispondono all’obiettivo della Regione di sostenere i percorsi di internazionalizzazione e la partecipazione ad eventi fieristici di consorzi, piccole medie imprese ed imprese non esportatrici.

L’approfondimento tematico e l’attività di valutazione includerà i seguenti bandi:

- Progetti di promozione internazionale dei consorzi 2019-2020 (Contributi ai consorzi per l’internazionalizzazione) – DGR 269/2019;
- Progetti di promozione internazionale dei consorzi - Anno 2018 (Contributi ai consorzi per l’internazionalizzazione) – DGR 718/2018;
- Progetti di internazionalizzazione dei consorzi Anno 2017 (Contributi ai consorzi per l’internazionalizzazione) – DGR 300/2017;
- Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici - Anno 2019 (Contributi per piccole e medie imprese singole e reti di pmi) – DGR 619/2019;
- Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici - Anno 2018 (Contributi per piccole e medie imprese singole e reti di pmi) – DGR 819/2018;
- Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici - Anno 2017 (Contributi per piccole e medie imprese) – DGR 452/2017;
- Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici – Anno 2016 (Contributi per piccole e medie imprese singole e reti di pmi) – DGR 18/2016;

1.1 Bandi rivolti ai Consorzi d'impese

Oggetto dell'intervento

In particolare, *i bandi rivolti ai Consorzi d'impese* del 2017, 2018 e 2019 hanno come obiettivo quello del sostegno ai programmi di internazionalizzazione realizzati dai Consorzi stessi.

I consorzi devono essere costituiti ai sensi degli articoli 2602 e seguenti del Codice Civile o in forma di società consortile o cooperativa da imprese industriali, artigiane, turistiche, di servizi e agroalimentari aventi sede in Italia. Possono inoltre partecipare imprese del settore commerciale.

Soggetti che possono presentare la domanda: i requisiti di partecipazione ai bandi

Per poter godere dei benefici contenuti nelle disposizioni del bando volto all'internazionalizzazione dei Consorzi del 2017 (DGR 300/2017), i Consorzi devono evidenziare le seguenti caratteristiche:

- Devono avere sede legale in Emilia Romagna;
- Devono essere costituiti da imprese prevalentemente con sede legale o unità operativa in Emilia-Romagna: le imprese consorziate con sede al di fuori della regione non devono rappresentare più del 25% del totale. E' ammessa la partecipazione di enti pubblici e privati, di banche e di imprese attive in settori non ammessi purchè non fruiscano del contributo concesso dal bando;
- Il fondo consortile deve risultare interamente sottoscritto, versato almeno per il 25%, formato da singole quote di partecipazione non inferiori a € 1.250,00 e non superiori al 20% del fondo stesso;
- Devono essere costituiti da almeno otto imprese tra loro indipendenti (ossia non associate o collegate tra loro); possono tuttavia essere formati da non meno di cinque imprese qualora si tratti di consorzi e società consortili tra imprese artigiane di cui all'articolo 6 della legge 8 agosto 1985, n.443;
- Devono prevedere nello statuto il divieto di distribuzione degli avanzi e degli utili di esercizio, di ogni genere e sotto qualsiasi forma, alle imprese consorziate o socie anche in caso di scioglimento del Consorzio; essere attivi e non essere in liquidazione o soggetti a procedure concorsuali.

Non possono dunque presentare la domanda ai bandi:

- I Consorzi che al momento della presentazione non possiedono i requisiti sopra elencati;
- I Consorzi di promozione costituiti esclusivamente da imprese del settore dell'agricoltura (sezione A della classificazione ATECO 2007), e i Consorzi di sola promozione o promocommercializzazione turistica.

Spese ammissibili per il Progetto di Internazionalizzazione

Le spese ammissibili dovranno essere coerenti e finalizzate al raggiungimento degli obiettivi specifici indicati nel programma promozionale, nonché riferirsi esclusivamente ad attività realizzate nella sola forma consortile. Tali spese potranno riguardare:

1. Partecipazioni fieristiche del consorzio a fiere estere con qualifica internazionale e a fiere in Italia riconosciute internazionali;
2. Spese promozionali del Consorzio;
3. Spese di incoming relative all'ospitalità di operatori esteri in Italia;

4. Spese di consulenza esterna;
5. Spese di personale relative ad attività di direzione, coordinamento, segreteria organizzativa, amministrazione o ad attività dirette alla realizzazione del programma promozionale, imputabili nella misura massima del 25% della somma delle voci di spese dirette esterne del programma promozionale;
6. Spese forfettarie di funzionamento per un massimo del 5% della somma delle voci di spese dirette esterne del programma promozionale;
7. Infine, sono ammissibili anche:
 - Le spese per la realizzazione o il rinnovo del marchio consortile;
 - Le spese per la realizzazione di un nuovo sito internet del Consorzio o per il suo rinnovo fino ad un massimo di € 10.000,00, consultabile obbligatoriamente anche in lingua inglese o nella lingua del/dei Paesi "obiettivo" del Programma Promozionale;
 - Le spese di consulenza esterna finalizzate alla realizzazione del percorso di accreditamento, fino a un massimo di €10.000,00, per i soli consorzi che non hanno ancora ricevuto l'accreditamento Advanced Level.

Contributo regionale

L'agevolazione prevista dal bando volto all'internazionalizzazione dei Consorzi del 2017 (DGR 300/2017) consiste in un contributo quantificabile *fino al 40% della spesa ammissibile*. Tale contributo, comunque, non potrà superare l'importo di €150.000,00. Il contributo massimo concedibile per ciascun consorzio è determinato in ragione del numero delle imprese consorziate partecipanti al programma promozionale e si calcola moltiplicando la quota di 10.000,00 euro per ogni impresa, nel rispetto dei limiti sopra descritti. Saranno esclusi i programmi promozionali con spesa complessiva ritenuta ammissibile dalla Regione inferiore a € 30.000,00.

Inoltre, le azioni realizzabili da parte dei Consorzi e ammissibili al contributo devono essere articolate e descritte nell'ambito di un Programma Promozionale *annuale* per il 2017 da realizzarsi inderogabilmente tra le seguenti date: 01/01/2017 e 31/12/2017.

L'agevolazione prevista dal bando volto all'internazionalizzazione dei Consorzi del 2018 (DGR 718/2018), invece consiste in un contributo quantificabile *fino al 50% della spesa ammissibile*. Tale contributo non potrà comunque superare l'importo di €149.900,00. Saranno esclusi i programmi promozionali con spesa complessiva ritenuta ammissibile dalla Regione inferiore a € 30.000,00.

Le azioni realizzabili da parte dei Consorzi e ammissibili al contributo secondo il presente bando devono essere articolate e descritte nell'ambito un progetto di internazionalizzazione *della durata massima di due anni*, decorrenti dal 1° gennaio 2018, e da realizzarsi entro il 31 dicembre 2019.

L'agevolazione prevista dal bando volto all'internazionalizzazione dei Consorzi del 2019 (DGR 269/2019), mette a disposizione, ancora una volta, un contributo *quantificabile fino al 50% della spesa ammissibile, che comunque non potrà superare i €150.000,00*. Rimarranno esclusi i programmi promozionali con spesa complessiva ritenuta ammissibile dalla Regione inferiore a € 30.000,0.

Inoltre, le attività realizzabili da parte dei Consorzi e ammissibili al contributo devono essere articolate e descritte nell'ambito di un progetto di internazionalizzazione *della durata massima di due anni*, decorrenti dal 1° gennaio 2019, e da realizzarsi inderogabilmente entro il 31 dicembre 2020.

1.2 Bandi rivolti alle Piccole e Medie Imprese

Oggetto dell'intervento

I bandi rivolti alle Piccole e Medie Imprese si pongono due principali obiettivi:

1. L'aumento del numero di imprese esportatrici della regione;
2. La diversificazione dei mercati di sbocco ed il rafforzamento della propensione all'export del sistema produttivo regionale.

Soggetti che possono presentare la domanda: i requisiti di partecipazione ai bandi

Il bando volto all'internazionalizzazione e alla promozione di eventi fieristici del 2017 (DGR 452/2017), a differenza di quelli delle due annualità successive, supporta due tipologie di progetti:

A. Progetti realizzati da piccole e medie imprese non esportatrici o esportatrici non abituali, finalizzati a realizzare un percorso strutturato, nell'arco di massimo due annualità, costruito a partire da un piano export, su un massimo di due paesi esteri scelti dall'impresa.

In particolare, sono finanziabili i progetti che prevedono le seguenti attività:

- a. Servizi di consulenza prestati da consulenti esterni;
- b. Temporary Export Management (TEM);
- c. Certificazioni per l'export;
- d. Partecipazioni come espositori ad un massimo di 2 fiere con qualifica internazionale o nazionale svolte all'estero.

B. Progetti realizzati da piccole e medie imprese, anche già esportatrici, per la partecipazione a un programma costituito da almeno 3 fiere svolte in paesi esteri.

In particolare, sono finanziabili i progetti che prevedono le seguenti attività:

- a. Partecipazione come espositori ad almeno 3 fiere all'estero con qualifica internazionale o nazionale;
- b. Servizi di consulenza prestati da consulenti esterni.

I progetti di tipologia B, quindi, prevedono le stesse spese ammissibili e requisiti di partecipazione previsti successivamente dai bandi rivolti alle PMI del 2018 e del 2019 (DGR 819/2018, DGR 619/2019), mentre i progetti di tipologia A seguono il profilo di quelli promossi dal bando per le imprese non esportatrici del 2016 (DGR 18/2016).

Ogni impresa può presentare domanda solo per una delle due tipologie di progetto.

Non possono invece presentare domanda al presente bando per la tipologia di progetto **A**, e saranno quindi escluse:

- Le imprese che abbiano già ricevuto la concessione di un contributo a valere sul bando per progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici – annualità 2016, approvato con deliberazione di Giunta regionale n. 18/2016;
- Le imprese sottoposte a provvedimento di revoca della concessione di contributi a valere sul suddetto bando per mancato rispetto di quanto previsto nel bando stesso.

Per poter godere dei benefici contenuti nelle disposizioni del bando volto alla promozione della partecipazione ad eventi fieristici per le PMI del 2018 (DGR 819/2018), in aggiunta ai divieti e ai requisiti di ammissibilità sopraelencati, le imprese devono essere in regola con la normativa antimafia (D.lgs. 159/2011 e ss.mm.).

Inoltre, possono presentare la domanda anche le reti formali di imprese di piccola e media dimensione, aventi tutte sede e unità operativa nella Regione Emilia-Romagna e tra di loro non associate o collegate e senza soci in comune.

Non possono invece presentare domanda al bando le imprese che abbiano già ricevuto la concessione di un contributo a valere su uno dei seguenti bandi:

- Bando per progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici – annualità 2016, approvato con deliberazione di Giunta regionale n. 18/2016;
- Bando per progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici – annualità 2017, approvato con deliberazione di Giunta regionale n. 452/2017 – solo per i progetti della Tipologia A (di imprese non esportatrici o esportatrici non abituali).

Per poter godere dei benefici contenuti nelle disposizioni del bando volto alla promozione della partecipazione ad eventi fieristici per le PMI del 2019 (DGR 619/2019), le imprese non devono presentare le caratteristiche di impresa in difficoltà ai sensi della comunicazione CE 2014/C 249/01 “Orientamenti sugli aiuti di Stato per il salvataggio e la ristrutturazione di imprese non finanziarie in difficoltà”.

Possono poi partecipare al bando anche le imprese che in fase di presentazione della domanda di finanziamento non hanno un'unità operativa in Emilia-Romagna, purché si impegnino ad aprire l'unità operativa in cui svolgere il progetto sul territorio regionale dopo la concessione del contributo.

Spese ammissibili per i Progetti di promozione all'export ed internazionalizzazione delle PMI

Il bando del 2017 stabilisce che i costi debbano riferirsi ad attività avviate a partire dalla data di presentazione della domanda di contributo (che corrisponde alla data d'inizio del progetto) e concluse entro il 31/12/2018.

Per la realizzazione dei progetti della tipologia A sono ammissibili le seguenti tipologie di spesa:

1. Spese di consulenza esterna volte ad identificare e sviluppare un percorso di internazionalizzazione pluriennale. Questa spesa è ammessa fino al limite di € 20.000,00;
2. Spese di consulenza per la ricerca di partner commerciali o industriali, agenti, buyers;
3. Spese relative al “Temporary export manager” (TEM) fino ad un massimo di € 50.000,00 al netto degli oneri;
4. Spese relative all'organizzazione di incontri d'affari e visite aziendali in Emilia-Romagna di potenziali partner commerciali e produttivi esteri (dai paesi target scelti dall'impresa);

5. Spese di consulenza esterna per valutare la fattibilità o supportare la predisposizione di una rete commerciale all'estero o di centri di servizio di vendita o controllo, assistenza post-vendita, logistica;
6. Spese per la partecipazione a fiere di livello internazionale o di livello nazionale svolte nei paesi esteri scelti dall'impresa;
7. Spese per la registrazione e la protezione del marchio nei mercati di destinazione individuati nel progetto;
8. Spese per consulenze finalizzate all'ottenimento delle certificazioni per l'esportazione e alla protezione del marchio nei mercati di destinazione individuati nel progetto;
9. Spese per la predisposizione o revisione del sito internet aziendale in lingua straniera e per la sua pubblicizzazione. Tali spese sono ammesse nel limite massimo del 5% della somma delle spese sopra indicate (dalla voce 1 alla voce 8);
10. Spese per la produzione di materiali promozionali (in lingua inglese o nelle lingue dei mercati di destinazione individuati dal progetto), ad esclusione della manualistica tecnica, nel limite massimo del 5% della somma delle spese dalla voce 1 alla voce 8;
11. Spese generali, calcolate nella misura forfettaria del 2,5% del totale delle spese dalla voce 1 alla voce 8.

Per la realizzazione dei progetti della tipologia B sono invece ammissibili le spese per la partecipazione a fiere con qualifica internazionale o nazionale svolte nei paesi esteri scelti dall'impresa. In particolare:

1. Il costo dell'area espositiva, della progettazione dello stand e del suo allestimento;
2. Il trasporto dei materiali e dei prodotti, compresa l'assicurazione ed escluse le spese doganali;
3. Il costo di hostess e interpreti/traduttori;
4. Le spese di consulenza per la ricerca di partner commerciali o industriali, agenti, buyers e per l'organizzazione di incontri di affari da realizzare nel contesto fieristico;
5. Le spese per la registrazione e la protezione del marchio nei mercati di destinazione individuati nel progetto;
6. Le spese per consulenze finalizzate all'ottenimento delle certificazioni per l'esportazione e alla protezione del marchio nei mercati di destinazione individuati nel progetto.

Il bando del 2018 rivolto alle PMI (**DGR 819/2018**), invece, prevede che i costi si riferiscano ad attività avviate a partire dalla data di presentazione della domanda di contributo (che corrisponde alla data di inizio del progetto) e si concludano entro il 31/12/2019.

Inoltre, tale bando prevede le spese appena elencata fatta eccezione per i punti 2 e 4.

Il bando del 2019 rivolto alle PMI (**DGR 619/2019**), infine, prevede che le fiere e gli eventi promozionali siano essere realizzati a partire dal 01/01/2020 e conclusi entro il 31/12/2020.

Inoltre, tale bando prevede le spese ammesse da quello del 2017 (**DGR 452/2017**) ad esclusione dei punti 2, 3 e 5.

Contributo regionale

Per i progetti della tipologia A, il contributo regionale sarà concesso a fondo perduto nella misura massima del 40% delle spese ammissibili. *Il contributo regionale non potrà comunque superare il valore di Euro 100.000,00.*

Per i progetti della tipologia B, il contributo regionale sarà concesso a fondo perduto nella misura massima del 30% delle spese ammissibili. *Il contributo regionale non potrà comunque superare il valore di Euro 30.000,00.*

I limiti e le misure di tale contributo regionale sono stati applicati anche nei bandi delle due annualità successive (**DGR 819/2018, DGR 619/2019**).

1.3 Bando rivolto alle Imprese Non Esportatrici

Oggetto dell'intervento

L'attuazione di questa azione risponde da un lato alla finalità di rafforzare le capacità organizzative e manageriali delle imprese per renderle capaci di affrontare i mercati internazionali, dall'altro a quella di aumentare il numero di imprese esportatrici della regione, contribuendo a diversificare i mercati di sbocco e a rafforzare la competitività del sistema produttivo regionale.

Tale obiettivo è dunque perseguito mettendo a disposizione delle imprese (anche in rete) finanziamenti a fondo perduto per progetti pluriennali in grado di produrre mutamenti strutturali nell'azienda.

Soggetti che possono presentare la domanda: i requisiti di partecipazione ai bandi

Il bando volto alla promozione dell'export per imprese non esportatrici del 2016 supporta progetti realizzati da piccole e medie imprese non esportatrici o esportatrici non abituali, finalizzati a realizzare un percorso strutturato, nell'arco di massimo due annualità, costruito a partire da un piano export su un massimo di due paesi esteri scelti dall'impresa.

Sono finanziabili i progetti che prevedono le seguenti attività:

1. Servizi di consulenza prestati da consulenti esterni;
2. Temporary Export Manager (TEM);
3. Certificazioni per l'export;
4. Partecipazione a fiere internazionali come spositori in un massimo di 2 fiere di qualifica internazionale o nazionale svolte all'estero.

Tale bando, poi, richiede gli stessi requisiti menzionati dal bando volto all'internazionalizzazione e alla promozione di eventi fieristici del 2017 (DGR 452/2017) per i progetti di tipologia A (Azioni per imprese non esportatrici o esportatrici non abituali): i progetti dovranno quindi essere conclusi entro 18 mesi dalla data di concessione del contributo ed il loro costo dovrà essere *di minimo € 50.000,00*.

Spese ammissibili per i Progetti di promozione dell'export per le imprese non esportatrici

Il bando evidenzia come siano ammissibili solo i costi necessari per la realizzazione del progetto.

Così come per i requisiti di partecipazione, le spese ammissibili per i progetti di promozione dell'export per le imprese non esportatrici sono le stesse elencate dal bando volto all'internazionalizzazione e alla promozione di eventi fieristici del 2017 (DGR 452/2017) per i progetti di tipologia **A**, fatta eccezione per le spese di consulenza esterna volte ad identificare e sviluppare un percorso di internazionalizzazione pluriennale che prevedono un limite massimo di € 30.000,00 invece che di € 20.000,00.

Contributo regionale

Il contributo regionale sarà concesso a fondo perduto nella *misura massima del 50% delle spese ammissibili e non potrà comunque superare il valore di Euro 100.000,00.*

Per le reti di impresa, invece, il contributo massimo concedibile è calcolato nella misura di Euro 100.000,00 per ogni impresa della Rete, fino a un massimo di Euro 400.000,00 per progetto.

1.4 Obiettivi e domande valutative

La valutazione sarà complessivamente volta, per i progetti di ciascuno dei 7 bandi e per le 3 principali categorie sovraccitate (Consorzi, PMI ed imprese non esportatrici), a verificare il grado di raggiungimento degli obiettivi e dei risultati attesi. Queste, dunque, le domande valutative a cui il RTI intende rispondere.

- **Domanda Valutativa 1-** Quali sono le caratteristiche delle imprese finanziate?
- **Domanda Valutativa 2-** In che misura gli interventi attuati hanno sostenuto le imprese, rispetto ai principali obiettivi previsti dal POR FESR? I risultati ottenuti sono stati all'altezza delle aspettative?
- **Domanda Valutativa 3-** In base all'analisi dei dati, quali altre misure sono necessarie o potrebbero rivelarsi utili al rafforzamento dell'internazionalizzazione e della competitività delle aziende?
- **Domanda Valutativa 4-** Per quel che riguarda i bandi rivolti ai Consorzi, quali si sono rivelati essere i vantaggi per le imprese? E le ricadute?
- **Domanda Valutativa 5-** Per gli avvisi relativi ai progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e piccole medie imprese, in che misura i finanziamenti concessi hanno favorito la presenza sui mercati internazionali? I risultati raggiunti sono stati in linea con le aspettative?
- **Domanda Valutativa 6-** Quali lezioni si possono trarre?

Per rispondere a tali quesiti si è proceduto alla raccolta e all'analisi della documentazione attinente i bandi oggetto d'analisi, all'analisi dei principali dati statistici relativi a ciascun bando, all'analisi della documentazione relativa alla totalità delle progettualità finanziate e alla realizzazione di un'indagine rivolta ai beneficiari dei bandi oggetto di analisi.

2. L'ANALISI DEI DATI DI MONITORAGGIO

Il presente paragrafo fornisce l'esito dell'esame analitico delle domande di finanziamento presentate e dei progetti ammessi a finanziamento, realizzato attraverso i dati del sistema di monitoraggio della Regione Emilia-Romagna del POR FESR 2014-2020.

I progetti complessivamente presentati a valere sui 7 bandi per l'internazionalizzazione sono stati 1.044, di cui 973 ammessi a finanziamento. Complessivamente è stato revocato solamente il 7,8% dei progetti presentati, dato che mette in evidenza sia una corretta selezione dei progetti approvati, sia una buona profilazione rispetto ai destinatari.

2.1 Dati di sintesi delle Domande e dei Progetti

Tab. 2.1 – Progetti ammessi a finanziamento e progetti revocati

Codice Bando	Descrizione Bando	Numero progetti ammessi a finanziamento	Numero progetti revocati
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici- 2017	409	52
DGR 819/2018	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	209	-
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	164	-
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	145	19
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi- 2018	16	-
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi- 2017	15	-
DGR 269/2019	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi- 2019 e 2020	15	-
Totale		973	71

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Di seguito viene analizzata la partecipazione ai bandi in base alla tipologia di destinatari:

- **Consorzi di imprese**
- **PMI (piccole e medie imprese)**
- **Imprese Non esportatrici.**

Per quanto riguarda i **Consorzi di imprese**, i progetti presentati risultano tendenzialmente costanti nelle tre annualità: tra il 2017, il 2018 ed il 2019 le iniziative ammesse a finanziamento sono state in totale 46, nessuna delle quali è stata revocata. In totale nelle tre annualità hanno partecipato 18 Consorzi localizzati in Emilia-Romagna.

Tab 2.2 - Dati di sintesi delle Domande e dei Progetti: Consorzi

Codice Bando	Descrizione Bando	Numero progetti ammessi a finanziamento	Numero progetti revocati
<i>DGR 718/2018</i>	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi- 2018	16	-
<i>DGR 300/2017</i>	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi-2017	15	-
<i>DGR 269/2019</i>	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi- 2019 e 2020	15	-
Totale		46	-

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

La tabella seguente, invece, mostra come il numero di **piccole e medie imprese** partecipanti ai bandi per progetti di promozione dell'export e della partecipazione ad eventi fieristici sia diminuita progressivamente nel corso delle tre annualità. La maggior parte dei progetti ammessi a finanziamento (409), infatti, è riconducibile al bando del 2017 (**DGR 452/2017**), all'interno del quale la possibilità di partecipazione era stata estesa parzialmente anche alle esportatrici non abituali. Nelle successive due annualità il numero di piccole medie imprese partecipanti si è attestato a rispettivamente 209 e 164 unità. Non si rilevano in questi bandi casi di revoca.

Per quanto riguarda il bando esclusivamente destinato alle **imprese non esportatrici**, sono stati ammessi a finanziamento 145 progetti, mentre 19 sono stati successivamente revocati. Solo l'11,6% dei progetti presenti è stato dunque revocato.

Tab 2.3 - Dati di sintesi delle Domande e dei Progetti: PMI

Codice Bando	Descrizione Bando	Numero progetti ammessi a finanziamento	Numero progetti revocati
<i>DGR 452/2017</i>	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici- 2017	409	52
<i>DGR 819/2018</i>	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	209	-
<i>DGR 619/2019</i>	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	164	-
Totale		782	52

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.4 - Dati di sintesi delle Domande e dei Progetti: Non esportatrici

Codice Bando	Descrizione Bando	Numero progetti ammessi a finanziamento	Numero progetti revocati
<i>DGR 18/2016</i>	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	145	19
Totale		145	19

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

2.2 Dati di sintesi degli Investimenti

Complessivamente, gli investimenti programmati per l'internazionalizzazione dalle tre tipologie di destinatari hanno sfiorato i 100 milioni di euro. Sono di converso stati revocati 7,2 milioni di euro di investimenti previsti, per un tasso di revoca pari al 6,8%. Confrontando tale dato al tasso di revoca relativo al numero di progetti (7,8%) si evince come mediamente siano stati revocati progetti dalle dimensioni di investimento relativamente più ridotte.

Tab 2.5 - Dati di sintesi degli Investimenti programmati e revocati

Codice Bando	Descrizione Bando	Investimenti programmati	Investimenti relativi a progetti revocati
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici- 2017	35.523.223,6	4.303.991,9
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	19.996.498,1	2.935.345,3
DGR 819/2018	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	18.003.652,9	-
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	13.307.249,6	-
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2018	4.508.427,7	-
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2017	4.405.593,0	-
DGR 269/2019	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione 2019 e 2020	3.778.855,0	-
Totale		99.533.500,0	7.239.337,1

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Per quanto riguarda i Consorzi, gli investimenti programmati appaiono in linea di massima costanti nel corso delle 3 annualità, con una leggera diminuzione nell'ammontare relativo all'ultima edizione. Nel complesso questa categoria di destinatari ha pianificato investimenti per l'internazionalizzazione pari a 12,7 milioni di euro, senza subire revocche.

Tab 2.6 - Dati di sintesi degli Investimenti programmati e revocati: Consorzi

Codice Bando	Descrizione Bando	Investimenti programmati	Investimenti relativi a progetti revocati
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi- 2018	4.508.427,7	-
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi-2017	4.405.593,0	-
DGR 269/2019	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi- 2019 e 2020	3.778.855,0	-
Totale		12.702.875,8	-

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Per quel che riguarda le **piccole e medie imprese**, la somma maggiore è stata prevista sul bando del 2017 - **DGR 452/2017** (35,5 milioni di euro) che ha visto maggiore partecipazione (una platea più ampia di destinatari), mentre le cifre programmate negli anni successive si sono attestate a rispettivamente 18 milioni (2018) e 13,3 milioni di euro (2017).

Tab 2.7 - Dati di sintesi degli Investimenti programmati e revocati: PMI

Codice Bando	Descrizione Bando	Investimenti programmati	Investimenti relativi a progetti revocati
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici- 2017	35.523.223,6	4.303.991,9
DGR 819/2018	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	18.003.652,9	-
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	13.307.249,6	-
Totale		66.834.126,1	4.303.991,9

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Le imprese non esportatrici hanno nel rispondere al bando del 2016 hanno pianificato circa 23 milioni di euro di investimenti per l'internazionalizzazione, di questi solo 2,9 milioni sono stati revocati perché non conformi, per un tasso di revoca sull'investimento pari al 12,8%.

Tab 2.8 - Dati di sintesi degli Investimenti programmati e revocati: Non esportatrici

Codice Bando	Descrizione Bando	Investimenti programmati	Investimenti relativi a progetti revocati
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	19.996.498,1	2.935.345,3
Totale		19.996.498,1	2.935.345,3

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

2.3 Dati di sintesi dei Contributi

A fronte delle domande di finanziamento pervenute sono stati concessi circa 34 milioni di euro di contributi, mentre sono successivamente state revocate risorse per 2,7 milioni di euro.

Tab 2.9 - Dati di sintesi dei Contributi concessi e revocati

Codice Bando	Descrizione Bando	Contributi concessi	Contributi revocati
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici- 2017	10.676.559,6	1.243.667,6
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	9.652.444,8	1.440.047,6
DGR 819/2018	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	4.705.524,6	-
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	3.511.569,5	-
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2018	1.995.098,2	-
DGR 269/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	1.774.040,5	-
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2017	1.669.490,8	-
Totale		33.984.728,0	2.683.715,2

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

I contributi concessi ai **Consorzi d'impresa** oscillano nelle tre annualità tra 2 e 1,7 milioni di euro, senza che vi siano state registrate revoche.

Tab 2.10 - Dati di sintesi dei Contributi concessi e revocati: Consorzi

Codice Bando	Descrizione Bando	Contributi Concessi	Contributi revocati
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi- 2018	1.995.098,2	-
DGR 269/2019	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione 2019 e 2020	1.774.040,5	-
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi-2017	1.669.490,8	-
Totale		5.438.629,5	-

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Per quel che riguarda le **piccole e medie imprese**, i contributi concessi totalizzano complessivamente 18,9 milioni di euro. La quota maggiore di contributi concessi è riconducibile al bando del 2017 (10,6 milioni di euro), laddove nelle edizioni più recenti sono stati concessi 4,7 e 3,4 milioni di euro.

Tab 2.11 - Dati di sintesi dei Contributi concessi e revocati: PMI

Codice Bando	Descrizione Bando	Contributi Concessi	Contributi revocati
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici- 2017	10.676.559,6	1.243.667,6
DGR 819/2018	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	4.705.524,6	-
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	3.511.569,5	-
Totale		18.893.653,7	1.243.667,6

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

I contributi concessi per i progetti di promozione dell'export avviati dalle **imprese non esportatrici**, invece, ammontano a 9,7 milioni di euro circa, laddove 1,4 milioni di euro sono stati successivamente revocati

Tab 2.12 - Dati di sintesi dei Contributi concessi e revocati: Non esportatrici

Codice Bando	Descrizione Bando	Contributi Concessi	Contributi revocati
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	9.652.444,8	1.440.047,6
Totale		9.652.444,8	1.440.047,6

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Calcolando l'incidenza dei contributi emerge come in aggregato è stato effettivamente concesso il 34,1% del totale complessivo degli investimenti programmati (su un totale di € 99.533.499,96 di investimenti programmati, infatti, i contributi concessi ammontano a € 33.984.727,99).

Tab 2.13 - Quota % dei Contributi concessi rispetto agli Investimenti

Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Contributi Concessi rispetto agli Investimenti Concessi
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	48,3%
DGR 269/2019	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione 2019 e 2020	46,8%
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2018	44,3%
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione - 2017	37,9%
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici 2017	30,1%
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	26,4%
Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Contributi Concessi rispetto agli Investimenti Concessi
DGR 819/2018	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	26,1%
Totale	Totale complessivo dei contributi concessi rispetto agli investimenti	34,1%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Focalizzando l'attenzione sui **consorzi**, la lettura dei dati mostra che su un totale di € 12.702.875,8 di investimenti inizialmente programmati, i contributi effettivamente concessi ammontano a € 5.438.629,5: il 42,8% della somma è dunque stato finanziato. In particolare, la quota più alta è stata registrata nel 2019 (**DGR 269/2019**) ed ammonta al 46,8%, mentre quella più bassa è stata quella del 2017 (**DGR 300/2017**) ed è del 37,9%.

I bandi rivolti ai Consorzi, infatti, prevedevano un contributo quantificabile fino al 50% della spesa ammissibile (40% nel caso del bando del 2017). Tale contributo, inoltre, non poteva superare l'importo di €150.000,00 e l'importo massimo concedibile per ciascun consorzio è stato determinato in ragione del numero delle imprese consorziate partecipanti al programma promozionale moltiplicando la quota di €10.000,00 per ogni impresa, nel rispetto dei limiti sopra descritti.

Tab 2.14 - Quota % dei Contributi concessi rispetto agli Investimenti: Consorzi

Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Contributi Concessi rispetto agli Investimenti
<i>DGR 269/2019</i>	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione 2019 e 2020	46,8%
<i>DGR 718/2018</i>	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2018	44,3%
<i>DGR 300/2017</i>	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione - 2017	37,9%
Totale		42,8%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Su un totale di € 66.834.126,1 di investimenti inizialmente programmati, i contributi effettivamente concessi alle **piccole medie imprese** ammontano a € 18.893.653,7: il 28,3% della somma è stata dunque finanziata. Vale la pena ricordare che il contributo regionale previsto dai 3 bandi rivolti alle PMI poteva essere concesso nella misura massima del 30% delle spese ammissibili e non poteva comunque superare il valore di € 30.000,00. In particolare, la quota più alta è stata registrata nel 2017 (**DGR 452/2017**), mentre quella più bassa nel 2018 (**DGR 819/2018**).

Tab 2.15 - Quota % dei Contributi concessi rispetto agli Investimenti: PMI

Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Contributi Concessi rispetto agli Investimenti
<i>DGR 452/2017</i>	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici 2017	30,1%

Servizio di Valutazione Indipendente del POR FESR Emilia-Romagna 2014-2020

Rapporto Tematico: Interventi a favore dell'internazionalizzazione

<i>DGR 619/2019</i>	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici-2020	26,4%
<i>DGR 819/2018</i>	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	26,1%
<i>Totale</i>		28,3%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Per ciò che concerne le **imprese non esportatrici**, la quota totale dei contributi concessi rispetto agli investimenti programmati è stata pari al 48,3%. Ricordiamo che in questo caso il contributo regionale poteva essere concesso nella misura massima del 50% delle spese ammissibili, senza superare quota 100mila euro.

Tab 2.16 - Quota % dei Contributi concessi rispetto agli Investimenti: Non esportatrici

Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Contributi Concessi rispetto agli Investimenti
<i>DGR 18/2016</i>	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	48,3%
<i>Totale</i>		48,3%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

2.4 Dati di sintesi dei Pagamenti

La tabella 2.17 presenta i dati complessivi relativi ai pagamenti concessi e revocati. La somma più alta si registra in corrispondenza del bando per le imprese non esportatrici del 2016 (**DGR 18/2016**), a seguire il bando rivolto alle piccole e medie imprese del 2017 (**DGR 452/2017**) nel quale trovavano spazio anche le imprese non esportatrici o esportatrici non abituali.

Tab 2.17 - Dati di sintesi dei Pagamenti concessi e revocati

Codice Bando	Descrizione Bando	Pagamenti Concessi	Pagamenti revocati
<i>DGR 18/2016</i>	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	6.587.010,9	127.833,4
<i>DGR 452/2017</i>	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici- 2017	6.580.650,3	-
<i>DGR 300/2017</i>	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2017	1.544.964,9	-
<i>DGR 819/2018</i>	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	362.221,1	-
<i>DGR 718/2018</i>	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2018	149.900,0	-
<i>DGR 269/2019</i>	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione 2019 e 2020	-	-
<i>DGR 619/2019</i>	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	-	-
Totale		15.224.747,2	127.833,4

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.18 - Dati di sintesi dei Pagamenti concessi e revocati: Consorzi

Codice Bando	Descrizione Bando	Pagamenti Concessi	Pagamenti revocati
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2017	1.544.964,9	-
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione - 2018	149.900,0	-
DGR 269/2019	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione 2019 e 2020	-	-
Totale		1.694.864,9	-

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.19 - Dati di sintesi dei Pagamenti concessi e revocati: PMI

Codice Bando	Descrizione Bando	Pagamenti Concessi	Pagamenti revocati
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici- 2017	6.580.650,3	-
DGR 819/2018	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	362.221,1	-
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	-	-
Totale		6.942.871,4	-

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.20 - Dati di sintesi dei Pagamenti concessi e revocati: Non esportatrici

Codice Bando	Descrizione Bando	Pagamenti Concessi	Pagamenti revocati
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	6.587.010,9	127.833,4
Totale		6.587.010,9	127.833,4

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Complessivamente rispetto ai 7 bandi per l'internazionalizzazione, su un totale di € 33.984.727,99 di contributi inizialmente concessi, i pagamenti effettuati ammontano a €15.224.747,23 per un'incidenza del 44,8%.

Le percentuali quasi nulle relative ai bandi più recenti rivolti a consorzi e piccole e medie imprese (**DGR 269/2019, DGR 619/2019**), va poi sottolineato, sono dovute al fatto che molti di questi progetti sono ancora in fase di finalizzazione.

Tab 2.21 - Quota % dei Pagamenti rispetto ai Contributi concessi

Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Pagamenti rispetto ai Contributi concessi
<i>DGR 300/2017</i>	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione - 2017	92,5%
<i>DGR 18/2016</i>	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	68,2%
<i>DGR 452/2017</i>	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici 2017	61,6%
<i>DGR 819/2018</i>	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	7,7%
<i>DGR 718/2018</i>	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2018	7,5%
<i>DGR 619/2019</i>	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	0,0%
<i>DGR 269/2019</i>	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione 2019 e 2020	0,0%
Totale		44,8%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Per quanto concerne la distribuzione delle quote dei pagamenti effettuati rispetto ai contributi inizialmente concessi, nell'arco delle tre annualità è stato effettivamente erogato ai Consorzi d'impresa il 31,2% dei contributi previsti. Nello specifico, risulta evidente la discrepanza tra la quota erogata nel 2017, che ammonta quasi al 93%, e quella registrata nel 2019, pressoché nulla. Ciò, comunque, è dovuto al fatto che i progetti avviati dai consorzi tra il 2019 ed il 2020 sono in parte ancora in via di finalizzazione o non hanno visto piena realizzazione per la cancellazione degli eventi dovuta alla pandemia da COVID-19.

Tab 2.22 - Quota % dei Pagamenti rispetto ai Contributi concessi: Consorzi

Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Pagamenti rispetto ai Contributi concessi
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione - 2017	92,5%
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione- 2018	7,5%
DGR 269/2019	Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione 2019 e 2020	0,0%
Totale		31,2%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Per quanto riguarda le PMI, il 36,7% dei contributi inizialmente concessi è stato effettivamente erogato: su un totale di € 18.893.653,7 di contributi previsti, infatti, ne sono stati erogati € 6.942.871,4.

Tab 2.23 - Quota % dei Pagamenti rispetto ai Contributi concessi: PMI

Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Pagamenti rispetto ai Contributi concessi
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici 2017	61,6%
DGR 819/2018	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	7,7%
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	0,0%
Totale		36,7%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.24 - Quota % dei Pagamenti rispetto ai Contributi concessi: Non esportatrici

Codice Bando	Descrizione Bando	Quota Pagamenti rispetto ai Contributi concessi
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	68,2%
Totale		68,2%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.25 - Riassuntiva: Investimenti, Contributi, Pagamenti

Codice Bando	Descrizione Bando	Somma di Investimento Programmato Ammesso	Somma di Impegno Giuridicamente Vincolante	Somma di Totale Costi Rendicontati Ammessi	Somma di Totale Importo Pagato
DGR 18/2016	Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici	39.827.215	11.920.227	20.999.360	6.580.650
DGR 452/2017	Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici 2017	22.931.843	11.092.492	13.795.823	6.714.844
DGR 819/2018	Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici 2018-2019	18.003.653	4.705.525	1.281.249	362.221
DGR 619/2019	Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici- 2020	13.307.250	3.511.569	-	-
DGR 718/2018	Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione - 2018	4.508.428	1.995.098	314.742	149.900
DGR 300/2017	Bando per il sostegno a progetti e percorsi percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione -2017	4.405.593	1.669.491	3.995.503	1.544.965
DGR 269/2019	Bando per il sostegno a progetti e percorsi percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione -2019 e 2020	3.788.855	1.774.041	-	-
Totale		106.772.837	36.668.443	40.386.676	15.352.581

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

2.5 Distribuzione geografica delle domande ammesse a finanziamento

La maggior parte dei progetti avviati per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei **consorzi** tra il 2019 ed il 2020 si concentra prioritariamente tra Bologna e Reggio Emilia. La stessa tendenza, poi, è stata osservata anche tra i consorzi partecipanti ai bandi delle due annualità precedenti.

Tab 2.26 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse a finanziamento DGR 269/2019: Bando per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi per l'internazionalizzazione (2019-2020)

PROVINCIA	NUMERO PROGETTI	QUOTA %
BO	5	33,3
RE	5	33,3
PC	3	20,0
PR	1	6,7
MO	1	6,7
Totale	15	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.27 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse a finanziamento DGR 718/2018: Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione (2018)

PROVINCIA	NUMERO PROGETTI	QUOTA %
BO	6	37,5
RE	5	31,3
PC	3	18,8
PR	1	6,3
MO	1	6,3
Totale	16	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.28 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse a finanziamento DGR 300/2017: Bando per il sostegno a progetti e percorsi di internazionalizzazione delle imprese presentati dai consorzi per l'internazionalizzazione (2017)

PROVINCIA	NUMERO PROGETTI	QUOTA %
BO	6	40,0
RE	5	33,3
PC	2	13,3
MO	1	6,7
PR	1	6,7
Totale	15	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

I 164 progetti avviati dalle **piccole e medie imprese** partecipanti al bando del 2019-2020 sono distribuiti principalmente tra Modena, Bologna e Forlì. La concentrazione dei progetti avviati da imprese localizzate tra Ravenna e Piacenza, invece, è minore, così come per il bando del 2017.

Tab 2.29 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse a finanziamento DGR 619/2019: Bando per progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici (2019-2020)

PROVINCIA	NUMERO PROGETTI	QUOTA %
MO	51	31,1
BO	42	25,6
FC	20	12,2
RE	19	11,6
PR	14	8,5
RA	9	5,5
PC	9	5,5
RN	6	3,7
Totale	164	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.30 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse a finanziamento DGR 819/2018: Bando per Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici (2018-2019)

PROVINCIA	NUMERO PROGETTI	QUOTA %
MO	60	28,7
BO	44	21,1
FC	28	13,4
RA	23	11,0
RE	19	9,1
PR	13	6,2
RN	10	4,8
PC	7	3,3
FE	5	2,4
Totale	209	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

La maggioranza dei progetti avviati per il sostegno alle piccole e medie imprese si divide tra Bologna e Modena (rispettivamente 96 e 92 progetti), nonostante un numero notevole di iniziative sia localizzato anche tra Ravenna, Reggio Emilia e Parma (42, 42 e 39 progetti).

I 409 progetti distribuiti tra le varie province sono stati avviati sia da piccole e medie imprese sia da imprese non esportatrici, come previsto dal bando in questione.

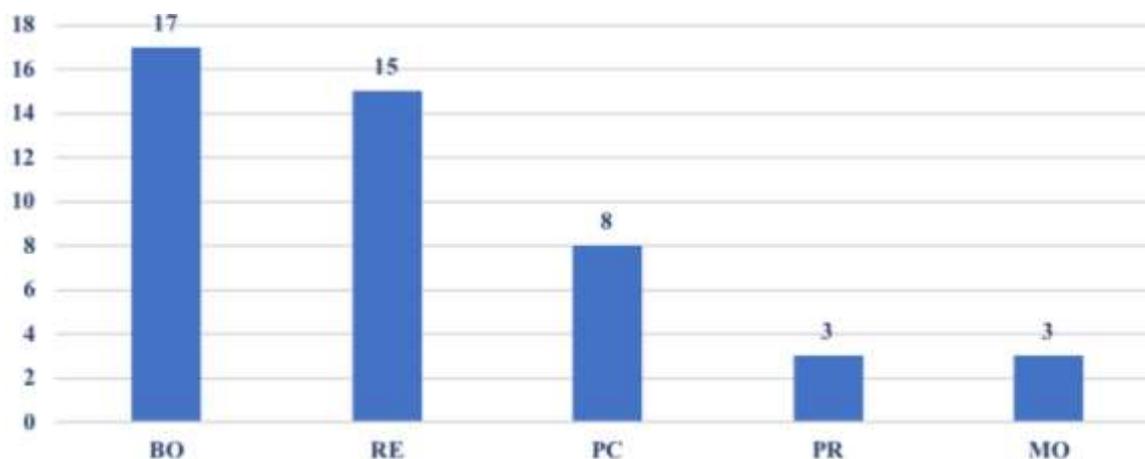
Tab 2.31 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse a finanziamento DGR 452/2017: Bando per Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e per la partecipazione a eventi fieristici (2017)

PROVINCIA	NUMERO PROGETTI	QUOTA %
BO	96	23,5
MO	92	22,5
RA	42	10,3
RE	42	10,3
PR	39	9,5
FC	37	9,0
RN	29	7,1
PC	20	4,9
FE	12	2,9
Totale	409	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Il grafico seguente rappresenta la distribuzione geografica delle domande ammesse per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi nel corso delle tre annualità. Risulta evidente, quindi, come la maggior parte dei progetti avviati si collochino tra Bologna e Reggio Emilia, mentre sono meno quelli localizzati tra Parma e Modena. Nessuna iniziativa, invece, è stata proposta né a Forlì-Cesena, né a Ferrara, né a Ravenna o a Rimini.

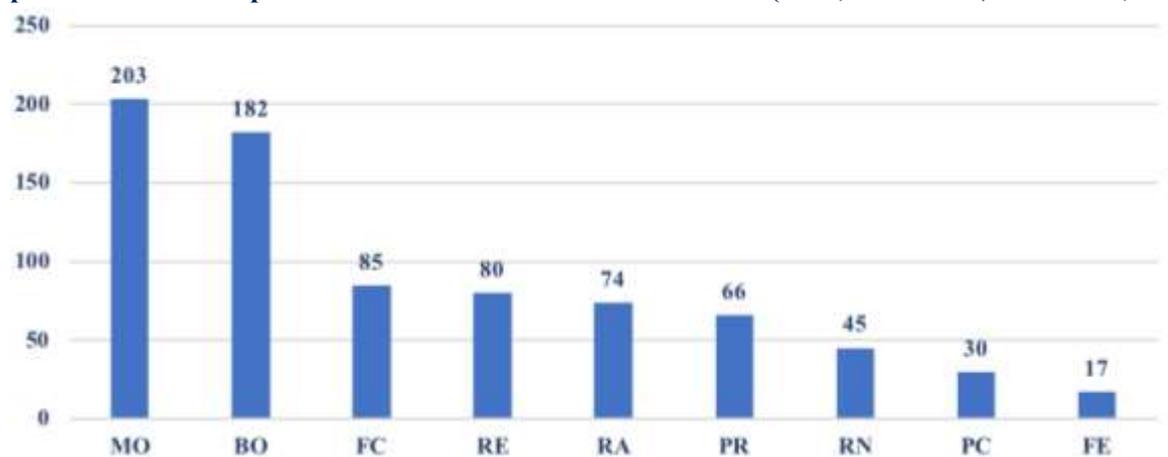
Fig. 2.32 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse per il sostegno a progetti di internazionalizzazione dei consorzi (2017, 2018, 2019-2020)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

La distribuzione geografica dei progetti a sostegno delle piccole e medie imprese, invece, appare molto più eterogenea e meno concentrata: la maggior parte delle iniziative si colloca tra Modena e Bologna che, rispettivamente, hanno visto la realizzazione di 203 e 182 progetti. Meno, invece, sono state le iniziative avviate tra Ferrara, Piacenza e Ravenna - rispettivamente 17, 30 e 45.

Fig. 2.33 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse per il sostegno a progetti di promozione dell'export ed internazionalizzazione delle PMI (2017, 2018-2019, 2019-2020)

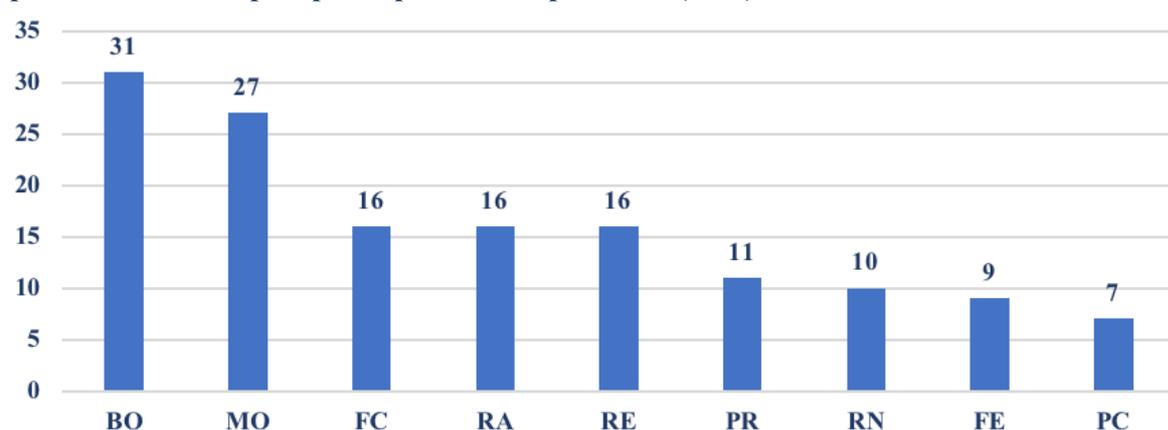


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Per quel che riguarda invece il tasso di concentrazione delle domande ammesse per il sostegno a progetti di promozione dell'export **per imprese non esportatrici**, la distribuzione appare meno omogenea, con la maggior parte delle iniziative distribuita tra Bologna e Modena, dove i progetti avviati sono stati rispettivamente 31 e 27.

Così come per le iniziative proposte dalle piccole e medie imprese, invece, i numeri dei progetti distribuiti tra Piacenza, Ferrara e Ravenna sono più contenuti: rispettivamente 7, 9 e 10.

Fig. 2.34 - Tasso di concentrazione delle domande ammesse per il sostegno a progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici (2016)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

2.6 Distribuzione delle forme giuridiche delle imprese ammesse a finanziamento

Complessivamente, la gran parte delle domande di partecipazione ammesse a finanziamento sono relative a imprese dalla natura giuridica di società a responsabilità limitata (64,9%) e da società per azioni (17,7%).

Tab 2.35 - Classificazione Complessiva delle domande per forma giuridica delle imprese beneficiarie

Forma Giuridica	Valore Assoluto	Quota %
Società a responsabilità limitata	631	64,9
Società per azioni	172	17,7
Società a responsabilità limitata con un unico socio	58	6,0
Consorzio di diritto privato	46	4,7
Società in nome collettivo	22	2,3
Imprenditore individuale non agricolo	18	1,9
Società in accomandita semplice	12	1,2
Società cooperativa a mutualità prevalente	8	0,8
Società consortile	3	0,3
N.C.	2	0,2
Società cooperativa sociale	1	0,1
Totale complessivo	973	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.36 - Distribuzione delle forme giuridiche: progetti di internazionalizzazione delle PMI (DGR 619/2019)

Forma Giuridica	Valore Assoluto	Quota %
Srl	115	70,1
Società per azioni	29	17,7
Srl con un unico socio	10	6,1
Imprenditore individuale non agricolo	4	2,4
Società in nome collettivo	3	1,8
Società in accomandita semplice	1	0,6
N.C.	1	0,6
Consorzio di diritto privato	1	0,6
Totale	164	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Scendendo nel dettaglio delle tre tipologie di destinatari dei bandi per l'internazionalizzazione, si può notare come in ognuno dei bandi abbiano partecipato effettivamente **consorzi di diritto privato**.

Per quanto riguarda le **PMI**, invece, la distribuzione delle forme giuridiche risulta simile nei tre bandi, con una netta preponderanza di società di capitali, laddove la quota maggiore è rappresentata da Srl (65-70%), a seguire le società per azioni (17-21%).

In sintesi, quasi il 90% delle piccole medie imprese partecipanti ai bandi, adotta la forma di società a responsabilità limitata, società per azioni o società a responsabilità limitata con un unico socio.

Tab 2.37 - Distribuzione delle forme giuridiche: progetti di internazionalizzazione delle PMI (DGR 819/2018)

Forma Giuridica	Valore Assoluto	Quota %
Srl	143	68,4
Società per azioni	42	20,1
Srl con un unico socio	7	3,3
Società in nome collettivo	6	2,9
Imprenditore individuale non agricolo	5	2,4
Società in accomandita semplice	3	1,4
N.C.	1	0,5
Società cooperativa a mutualità prevalente	1	0,5
Società consortile	1	0,5
Totale	209	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.38 - Distribuzione delle forme giuridiche: progetti di internazionalizzazione delle PMI (DGR 452/2017)

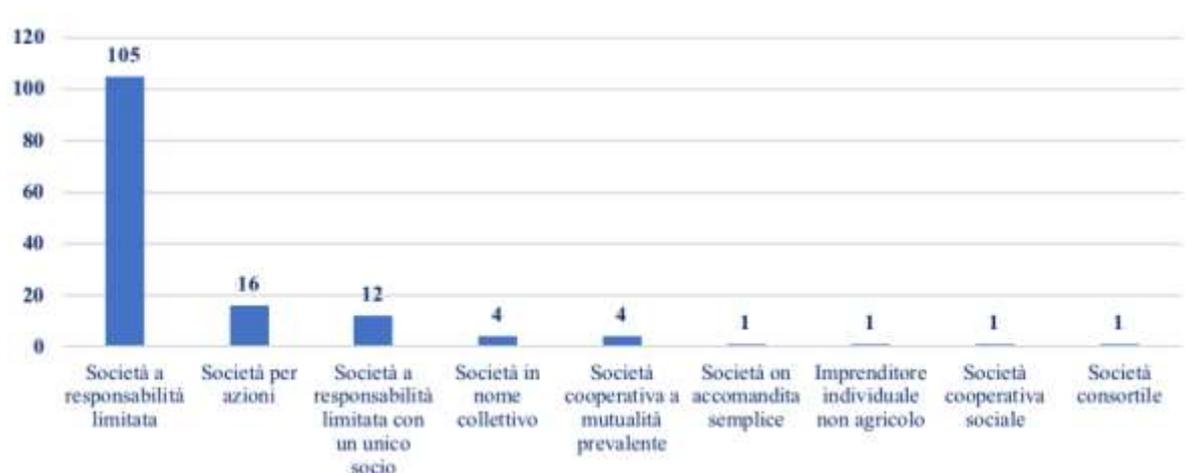
Forma Giuridica	Valore Assoluto	Quota %
Srl	268	65,5
Società per azioni	85	20,8
Srl con un unico socio	29	7,1
Società in nome collettivo	9	2,2
Imprenditore individuale non agricolo	8	2,0
Società in accomandita semplice	7	1,7
Società cooperativa a mutualità prevalente	2	0,5
Società consortile	1	0,2
Totale	409	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Per quel che riguarda invece la distribuzione delle forme giuridiche adottate dalle **imprese non esportatrici** partecipanti al bando del 2016, invece, nonostante la società a responsabilità limitata e la società per azioni risultino essere le forme giuridiche presenti con maggior frequenza, diverse domande ammesse a finanziamento fanno capo a imprese che adottano la forma di società a responsabilità limitata

con un unico socio, quella di società in nome collettivo e quella di società a cooperativa a mutualità prevalente (rispettivamente 16, 12 e 4 imprese su un totale di 145).

Fig. 2.39 - Domande ammesse a finanziamento per forma giuridica: progetti di promozione all'export per imprese non esportatrici (2016)



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

2.7 Distribuzione delle domande ammesse a finanziamento per settore merceologico delle imprese proponenti

La totalità delle domande ammesse a finanziamento nel 2019, 2018 e 2017 sono state presentate da **consorzi** specializzati in attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese. All'interno dei consorzi partecipanti ai bandi si segnala la presenza sia di imprese manifatturiere (in larga prevalenza) che imprese del terziario.

Nelle tre edizioni dei bandi destinati alle **PMI**, una quota significativa di imprese partecipanti afferiscono al settore di fabbricazione di macchinari ed apparecchiature, con a seguire le imprese attive nel commercio all'ingrosso, nella fabbricazione di prodotti in metallo e nella confezione di articoli di abbigliamento.

Tab 2.40 - Domande ammesse a finanziamento per settore merceologico: internazionalizzazione delle PMI (DGR 619/2019, DGR 452/2017, DGR 819/2018)

Ambito di specializzazione	Numero di progetti	Quota %
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature N.C.A	224	28,6
Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e motocicli)	68	8,7
Confezione di articoli di abbigliamento	65	8,3
Fabbricazione di prodotti in metallo	61	7,8
Industrie alimentari	56	7,2
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica	33	4,2

Servizio di Valutazione Indipendente del POR FESR Emilia-Romagna 2014-2020

Rapporto Tematico: Interventi a favore dell'internazionalizzazione

Ambito di specializzazione	Numero di progetti	Quota %
Altre industrie manifatturiere	32	4,1
Industrie tessili	26	3,3
Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	24	3,1
Fabbricazione di prodotti chimici	20	2,6
Fabbricazione di mobili	19	2,4
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	19	2,4
Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse	12	1,5
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	12	1,5
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	12	1,5
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	9	1,1
Attività degli studi di architettura e d'ingegneria	7	0,9
Lavori di costruzione specializzati	7	0,9
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	6	0,8
Industria delle bevande	6	0,8
Stampa e riproduzione di supporti registrati	6	0,8
Altre attività professionali, scientifiche e tecniche	6	0,8
Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e motocicli)	6	0,8
Fabbricazione di carta e prodotti di carta	5	0,6
Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	5	0,6
Fabbricazione di prodotti farmaceutici	5	0,6
Metallurgia	5	0,6
Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di veicoli e motocicli	5	0,6
Attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale	3	0,4
Magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti	3	0,4
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	2	0,3
Attività editoriali	2	0,3
Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici	2	0,3
Attività immobiliari	2	0,3
Attività cinematografica, di video e programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	2	0,3
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	2	0,3
Ricerca scientifica e sviluppo	2	0,3
Attività di noleggio e leasing operativo	2	0,3
Ingegneria civile	1	0,1
Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione	1	0,1
Attività di supporto per le funzioni d'ufficio	1	0,1
Attività creative, artistiche e d'intrattenimento	1	0,1
Totale	783	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.41 - Domande ammesse a finanziamento per settore merceologico: internazionalizzazione delle PMI (DGR 619/2019)

Ambito di specializzazione	Numero di progetti	Quota %
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature N.C.A	48	29,3
Industrie alimentari	17	10,4
Confezione di articoli di abbigliamento	15	9,1
Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e motocicli)	11	6,7
Fabbricazione di prodotti in metallo	10	6,1
Fabbricazione di computer e di prodotti di elettronica e ottica	8	4,9
Altre industrie manifatturiere	8	4,9
Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	7	4,3
Industrie tessili	7	4,3
Fabbricazione di prodotti chimici	5	3,0
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	3	1,8
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	3	1,8
Fabbricazione di mobili	3	1,8
Attività degli studi di architettura e d'ingegneria	2	1,2
Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	2	1,2
Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e motocicli)	2	1,2
Metallurgia	1	0,6
Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	1	0,6
Lavori di costruzione specializzati	1	0,6
Stampa e riproduzione di supporti registrati	1	0,6
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	1	0,6
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	1	0,6
Attività dei servizi di ristorazione	1	0,6
Attività editoriali	1	0,6
Attività cinematografica, di video e programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	1	0,6
Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse	1	0,6
Attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale	1	0,6
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	1	0,6
Altre attività professionali, scientifiche e tecniche	1	0,6
Totale	164	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.42 - Domande ammesse a finanziamento per settore merceologico: internazionalizzazione delle PMI (DGR 819/2018)

Ambito di specializzazione	Numero progetti	Quota %
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature N.C.A	64	30,5
Confezione di articoli di abbigliamento	23	11,0
Fabbricazione di prodotti in metallo	18	8,6
Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e motocicli)	16	7,6
Industrie alimentari	12	5,7
Altre industrie manifatturiere	10	4,8
Industrie tessili	10	4,8
Fabbricazione di computer e di prodotti di elettronica e ottica	6	2,9
Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	6	2,9
Fabbricazione di mobili	6	2,9
Fabbricazione di prodotti chimici	6	2,9
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	5	2,4
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	4	1,9
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	3	1,4
Stampa e riproduzione di supporti registrati	2	1,0
Attività degli studi di architettura e d'ingegneria	2	1,0
Altre attività professionali, scientifiche e tecniche	2	1,0
Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e motocicli)	2	1,0
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	2	1,0
Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse	2	1,0
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	1	0,5
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	1	0,5
Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	1	0,5
Industria delle bevande	1	0,5
Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	1	0,5
Attività editoriali	1	0,5
Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici	1	0,5
Attività immobiliari	1	0,5
Attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale	1	0,5
Totale	210	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

Tab 2.43 - Domande ammesse a finanziamento per settore merceologico: internazionalizzazione delle PMI (DGR 452/2017)

Ambito di specializzazione	Numero di progetti	Quota %
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature N.C.A	112	27,4
Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e motocicli)	41	10,0
Fabbricazione di prodotti in metallo	33	8,1
Confezione di articoli di abbigliamento	27	6,6
Industrie alimentari	27	6,6
Fabbricazione di computer e di prodotti di elettronica e ottica	19	4,6
Altre industrie manifatturiere	14	3,4
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	11	2,7
Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	11	2,7
Fabbricazione di mobili	10	2,4
Fabbricazione di prodotti chimici	9	2,2
Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse	9	2,2
Industrie tessili	9	2,2
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	7	1,7
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	7	1,7
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	6	1,5
Lavori di costruzione specializzati	6	1,5
Industria delle bevande	5	1,2
Metallurgia	4	1,0
Fabbricazione di carta e dei prodotti di carta	4	1,0
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	4	1,0
Magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti	3	0,7
Stampa e riproduzione di supporti registrati	3	0,7
Altre attività professionali, scientifiche e tecniche	3	0,7
Attività degli studi di architettura e d'ingegneria	3	0,7
Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base e di preparati farmaceutici	3	0,7
Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e motocicli)	2	0,5
Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	2	0,5
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	2	0,5
Ricerca scientifica e sviluppo	2	0,5
Attività di noleggio e leasing operativo	2	0,5
Attività cinematografica, di video e programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	1	0,2
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	1	0,2
Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici	1	0,2
Attività immobiliari	1	0,2
Attività di direzione aziendale e consulenza gestionale	1	0,2
Ingegneria civile	1	0,2

Ambito di specializzazione	Numero di progetti	Quota %
Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione	1	0,2
Attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese	1	0,2
Attività creative, artistiche e di intrattenimento	1	0,2
Totale	409	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

La distribuzione delle domande ammesse a finanziamento per i progetti di promozione all'export per le **imprese non esportatrici** appare più omogenea, con una maggiore concentrazione nei settori di fabbricazione di prodotti in metallo (14,5%), di commercio all'ingrosso (13,8%), delle industrie alimentari (10,7%) e di produzione di software (9,7%).

Tab 2.44 - Domande ammesse a finanziamento per settore merceologico: progetti di promozione all'export per imprese non esportatrici (DGR 18/2016)

Ambito di specializzazione	Numero di progetti	Quota %
Fabbricazione di prodotti in metallo	21	14,5
Commercio all'ingrosso (escluso quello di motocicli e autoveicoli)	20	13,8
Industrie alimentari	15	10,3
Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse	14	9,7
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature N.C.A.	9	6,2
Fabbricazione di computer e prodotti di elettronica e ottica	8	5,5
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	7	4,8
Fabbricazione di mobili	6	4,1
Attività degli studi di architettura e d'ingegneria, collaudi ed analisi tecniche	4	2,8
Fabbricazione di prodotti chimici	4	2,8
Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	3	2,1
Altre industrie manifatturiere	3	2,1
Fabbricazione di apparecchiature elettriche ed apparecchiature per uso domestico non elettriche	2	1,4
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	2	1,4
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	2	1,4
Lavori di costruzione specializzati	2	1,4
Attività di servizi per edifici e paesaggio	2	1,4
Stampa e riproduzione di supporti registrati	2	1,4
Industrie tessili	2	1,4
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	1	0,7
Costruzione di edifici	1	0,7
Ingegneria civile	1	0,7
Fabbricazione di carta e prodotti di carta	1	0,7
Commercio al dettaglio (escluso quello di motocicli e autoveicoli)	1	0,7

Servizio di Valutazione Indipendente del POR FESR Emilia-Romagna 2014-2020

Rapporto Tematico: Interventi a favore dell'internazionalizzazione

Ambito di specializzazione	Numero di progetti	Quota %
Trasporto terrestre e trasporto mediante condotte	1	0,7
Magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti	1	0,7
Attività editoriali	1	0,7
Attività cinematografica, di video e programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	1	0,7
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	1	0,7
Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici	1	0,7
Attività immobiliari	1	0,7
Industria delle bevande	1	0,7
Pubblicità e ricerche di mercato	1	0,7
Confezione di articoli di abbigliamento	1	0,7
Attività creative, artistiche e d'intrattenimento	1	0,7
Attività sportive, d'intrattenimento e di divertimento	1	0,7
Totale	145	100,0

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati di monitoraggio della Regione Emilia Romagna

3. GLI ESITI DELLE INTERVISTE ALLE IMPRESE

3.1 Il campione di imprese intervistato e la metodologia

Alle imprese beneficiarie del contributo regionale è stato somministrato un questionario in modalità CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), con l'obiettivo di analizzare le motivazioni che hanno spinto le aziende a realizzare gli investimenti finalizzati all'internazionalizzazione, individuare le azioni realizzate, i fattori di ostacolo incontrati ed i risultati ottenuti nello sviluppo del progetto, indagando inoltre sull'efficacia dell'intervento regionale nel sostenere le imprese. L'indagine è finalizzata a fornire un supporto alle autorità regionali garantendo una base conoscitiva utile per individuare interventi volti a rafforzare ulteriormente la competitività e la presenza sui mercati internazionali delle imprese emiliano-romagnole.

Un questionario specifico, ma simile nell'impostazione, è stato costruito e inviato ad ognuno dei tre diversi gruppi d'impresе finanziate: **consorzi d'impresе, piccole e medie impresе, impresе non esportatrici**. Nello specifico, delle 143 impresе non esportatrici che sono state finanziate il tasso di risposta è stato pari al 22%, mentre per quanto riguarda le piccole e medie impresе, il tasso di risposta è arrivato al 40%. Relativamente ai consorzi d'impresе coinvolti nei 3 bandi, 10 sui 18 totali hanno partecipato all'indagine (56%).

Il questionario è stato compilato prevalentemente dal titolare dell'azienda o, comunque da figure che ricoprono ruoli apicali nell'impresa. I paragrafi seguenti riportano gli esiti dei processi di internazionalizzazione attuati dalle tre differenti categorie d'impresa.

3.2 Analisi del processo d'internazionalizzazione dei consorzi di impresе

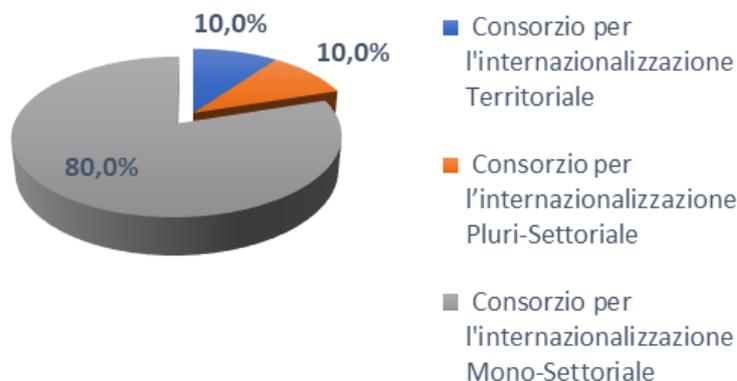
L'indagine diretta è stata somministrata ai **consorzi beneficiari** dei seguenti bandi:

- Progetti di promozione internazionale dei consorzi 2019-2020 (Contributi ai consorzi per l'internazionalizzazione) - DGR 269/2019
- Progetti di promozione internazionale dei consorzi - Anno 2018 (Contributi ai consorzi per l'internazionalizzazione) - DGR 718/2018
- Progetti di internazionalizzazione dei consorzi Anno 2017 (Contributi ai consorzi per l'internazionalizzazione) - DGR 300/2017

Hanno partecipato all'indagine 10 sui 18 consorzi coinvolti (56%) nei 3 bandi ad essi destinati.

Leggendo i dati ricavabili dall'indagine diretta, hanno preso parte al programma d'internazionalizzazione prevalentemente i consorzi Mono-Settoriale (8 su 10), seguiti in minor misura dai consorzi per l'internazionalizzazione Territoriale (1 caso) e da quelli per l'internazionalizzazione Pluri-settoriale (1 caso).

Fig. 3.1 – Distribuzione dei consorzi per ambiti applicativi



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Inoltre, dall'indagine emerge come il 90% delle imprese consorziate abbia natura manifatturiera: il 40% delle imprese produce beni durevoli per il consumatore finale, il 30% produce beni intermedi per altre imprese, mentre il 20% produce beni non durevoli per il consumatore finale.

Fig. 3.2 – Distribuzione delle imprese consorziate per tipologia di lavorazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Secondo i rispondenti, sono molteplici i fattori che ostacolano il processo d'internazionalizzazione delle imprese consorziate. Tra questi, primo fra tutti, il costo economico da fronteggiare (90% dei rispondenti), subito a seguire la carenza delle necessarie competenze all'interno dell'impresa (80%). Relativamente a quest'ultimo caso, appaiono inadeguate le competenze linguistiche necessarie ad interagire nei mercati esteri, oltre che le competenze strategiche ed operative in termini di marketing e web-marketing. Il 50% fronteggia difficoltà legate sia alla valutazione della domanda di mercato (30%) sia nell'accedere a bandi pubblici per ottenere finanziamenti (20%). Infine, il 10% dei rispondenti considera complesso conoscere la regolamentazione/gli adempimenti amministrativi dei Paesi esteri.

Fig. 3.3 – Principali ostacoli all'orientamento verso mercati esteri



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

A fronte degli ostacoli incontrati, appaiono numerosi i vantaggi per le singole imprese di essere parte del consorzio in ottica d'internazionalizzazione. Ben 9 consorzi su 10 evidenziano come un importante vantaggio nell'essere parte di un consorzio risieda, per le singole imprese, nella possibilità di accedere più agevolmente a nuovi mercati di sbocco (90%) e nell'aumentare la visibilità dei propri prodotti/servizi (90%) che altrimenti non avrebbero avuto medesima considerazione. Il 60% vede lo strumento consortile come propedeutico nel consentire alle imprese consorziate maggiori occasioni di dialogo e supporto dalle istituzioni, mentre percentuali inferiori vedono vantaggi nelle possibilità di reperire Temporary Manager (30%) ed istituire reti con altre imprese (20%).

Fig. 3.4 – Principali vantaggi per le singole imprese consorziate in ottica d'internazionalizzazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Andando ad analizzare le principali azioni messe in atto dai consorzi per promuovere processi di internazionalizzazione, dalla figura 3.5 si evince che il 90% ha partecipato a fiere con stand consortile, il 60% ha organizzato incontri b2b ed eventi di networking con imprese estere. Un ulteriore 60% ha optato nel fornire supporto alla partecipazione individuale delle imprese alle fiere, mentre la metà dei consorzi rispondenti hanno realizzato un piano di marketing e/o fatto redigere un rapporto di ricerca. Un numero inferiore di consorzi ha deciso di realizzare un piano di web/social web marketing (30%) e di rinnovare/realizzare il marchio consortile (10%). Infine, il 10% ha intrapreso un'attività finalizzata a dare visibilità ai prodotti aziendali attraverso i canali promozionali consortili offline e online.

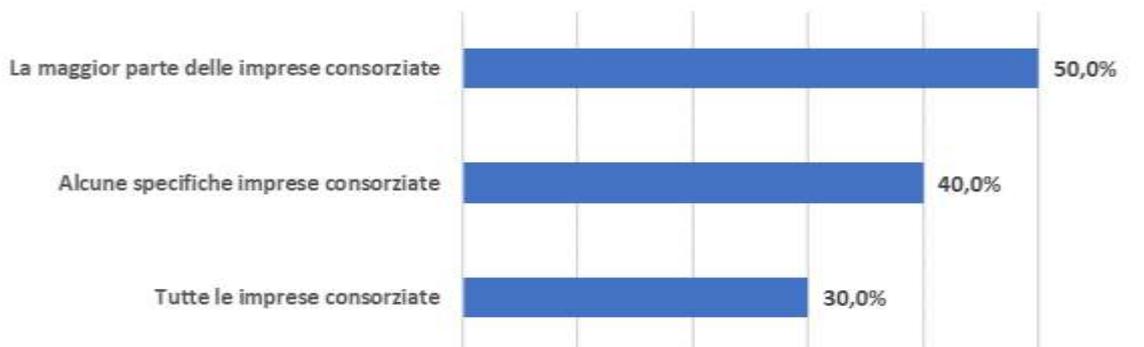
Fig. 3.5 – Azioni realizzate dai consorzi con riferimento all'investimento oggetto del bando



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Non tutte le imprese consorziate hanno beneficiato del programma di orientamento verso i mercati esteri: il 30% dei consorzi ha coinvolto tutte le imprese consorziate, il 40% solo alcune, mentre il 50% è riuscito a coinvolgerne la maggior parte.

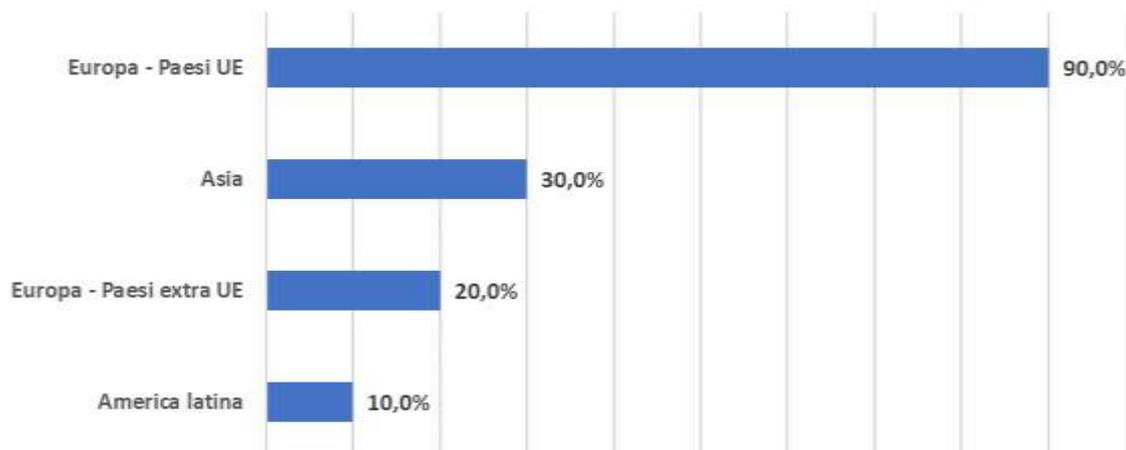
Fig. 3.6 – Grado di partecipazione delle imprese consorziate al programma d'internazionalizzazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Facendo riferimento alle aree geografiche verso le quali è stata diretta l'azione d'internazionalizzazione, è nettamente visibile che quasi la totalità dei consorzi (90%) si è orientato verso i Paesi UE. Un numero significativo (30%) si è focalizzato verso il continente asiatico, mentre in un caso il target è stata l'America latina. Nessun consorzio si è invece orientato verso il Nord America e nelle restanti aree geografiche.

Fig. 3.7 – Aree geografiche nelle quali è stata diretta l'azione d'internazionalizzazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Continuando nell'analisi dei risultati ottenuti dai consorzi, notiamo che ben l'80% dei rispondenti dichiara di aver consentito l'acquisito di nuovi ordini da nuovi clienti esteri per le proprie imprese, acquisendo anche nuovi ordini da clienti esteri preesistenti, rafforzando in questo caso posizioni preesistenti nel mercato estero. Una percentuale elevata ritiene inoltre di aver consentito alle imprese consorziate di acquisire conoscenze e informazioni sulle ultime evoluzioni del mercato e dei competitor (80%). Infine, il 10% ha registrato contatti con potenziali nuovi clienti esteri e consolidato e sviluppato relazioni con la clientela estera preesistente.

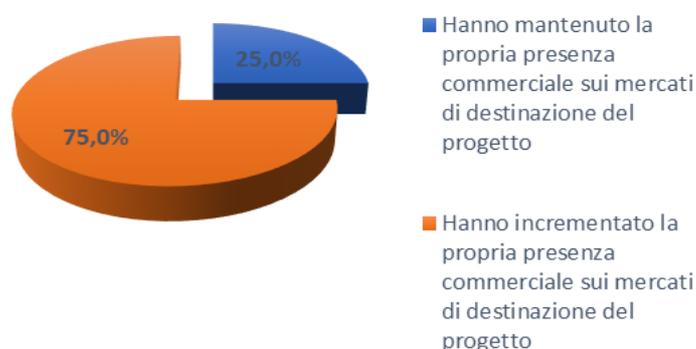
Fig. 3.8 – Risultati prevalenti ottenuti dai consorzi nello sviluppo dei progetti



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Relativamente ai consorzi che hanno acquisito nuovi ordini da nuovi clienti esteri e/o hanno acquisito nuovi ordini da clienti esteri preesistenti, dall'indagine risulta che il 75% di questi ha incrementato la propria presenza commerciale sui mercati di destinazione rafforzandosi ulteriormente anche al termine del progetto stesso, mentre il 25% è riuscito a mantenere la propria presenza commerciale sui mercati obiettivo. Ciò implica che nei casi dei consorzi che hanno acquisito nuovi ordini da clienti esteri per le consorziate, queste sono riuscite ad avere piena continuità commerciale sui mercati di destinazione del progetto, anche a distanza di tempo.

Fig. 3.9 – Comportamento dei consorzi successivamente all'acquisizione di nuovi ordini da nuovi clienti esteri e/o all'acquisizione di nuovi ordini da clienti esteri preesistenti



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Tuttavia, da non sottovalutare è l'importanza del contributo pubblico, in assenza del quale più della metà dei rispondenti (60%) non sarebbe riuscito a realizzare il progetto, mentre il 40% avrebbe dovuto ridimensionare e/o ridefinire il progetto. Questo dato ci sottolinea il ruolo fondamentale del contributo, in mancanza del quale le possibilità di riuscita dei progetti sarebbero notevolmente ridotte.

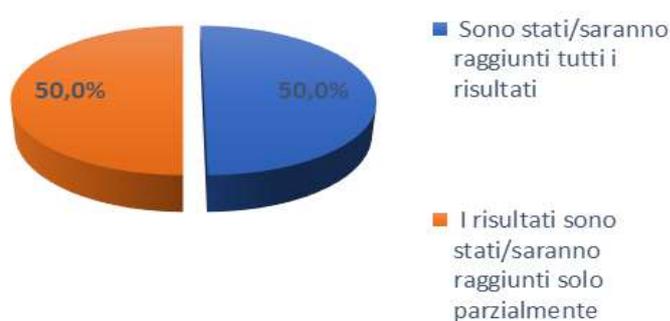
Fig. 3.10 – Comportamento dei consorzi in assenza del contributo pubblico



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Rispetto agli obiettivi ipotizzati possiamo concludere che tutti i rispondenti sono stati/saranno in grado di raggiungere almeno in parte tutti i risultati. Entrando nello specifico si nota che il 50% dei rispondenti ha raggiunto/raggiungerà i risultati previsti nella sua totalità, mentre il restante 50% li ha raggiunti/raggiungerà solo parzialmente. Tra le motivazioni del parziale raggiungimento dei risultati si evidenzia che alcuni consorzi (soprattutto i consorzi plurisetoriali) si compongono di micro imprese e PMI differenti tra loro, per cui mentre alcune imprese sono in grado di raggiungere i risultati attesi nella totalità, altre invece potrebbero raggiungerli solo parzialmente. Questo fa sì che i risultati raggiunti tramite la realizzazione dei progetti non possano essere omogenei all'interno del consorzio. Infine, 2 rispondenti sui 10 hanno affermato che la motivazione del parziale raggiungimento dei risultati è da collegare al ridimensionamento/rinvio di alcune attività (soprattutto fiere).

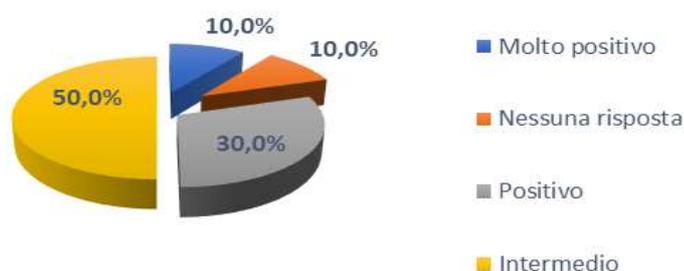
Fig. 3.11 – Risultati raggiunti rispetto agli obiettivi ipotizzati



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Nel complesso, il 40% dei consorzi esprime un giudizio molto positivo/positivo sull'implementazione del progetto. In particolare, il 10% è pienamente soddisfatto, mentre il 30% si può definire soddisfatto. La metà dei rispondenti esprime un giudizio né positivo né negativo, mentre nessuno dei consorzi manifesta un giudizio negativo sull'implementazione del progetto.

Fig. 3.12 – Giudizio complessivo sull'implementazione del progetto

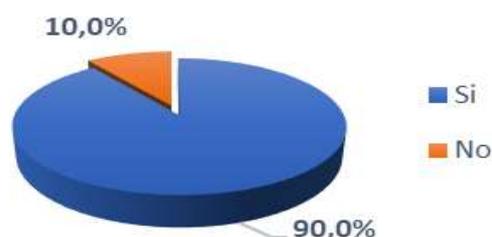


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

In definitiva, dall'indagine emerge che i consorzi sono favorevoli a future partecipazioni a bandi simili (90% dei rispondenti), mentre solo un 10% è contrario.

Tra le misure che potrebbero essere utili per incrementare la presenza sui mercati esteri e la competitività, i consorzi sottolineano l'opportunità di aumentare l'ammontare dei contributi pubblici nelle realtà consortili rispetto a quelli per le singole imprese, così da favorire l'integrazione e la collaborazione tra le imprese consorziate ed essere più competitivi sui mercati esteri. Inoltre, una buona parte evidenzia la necessità di ampliare la tipologia di spese ammissibili e la necessità di favorire il ricorso a figure professionali/consulenti che possano fornire al consorzio e/o alle proprie associate strumenti utili per adeguarsi alle nuove dinamiche di mercato.

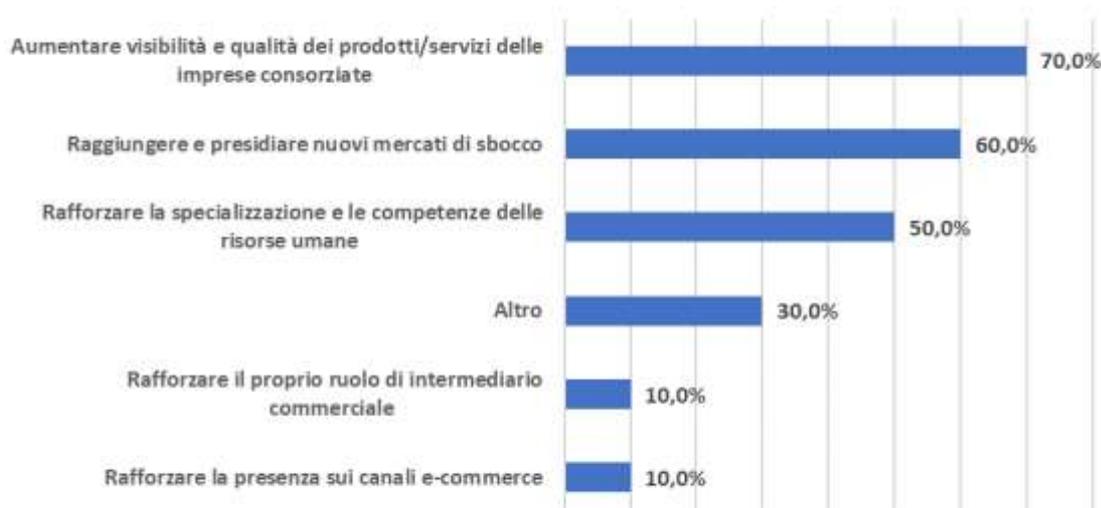
Fig. 3.13 – Partecipanti ai futuri bandi per l'internazionalizzazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Proiettandoci verso il futuro prossimo, i consorzi, sulla base dell'indagine, considerano come un'importante azione strategica per la competitività dei prossimi anni quella di aumentare la visibilità e qualità dei prodotti/servizi delle imprese consorziate (secondo il 70% dei rispondenti; il 60% è intenzionato a raggiungere e presidiare nuovi mercati di sbocco, mentre il 50% ha come finalità quella di rafforzare la specializzazione e le competenze delle risorse umane. Infine, due consorzi sui 10 rispondenti ritengono strategico, nel prossimo futuro, il rafforzamento del proprio ruolo d'intermediario commerciale e il rafforzamento della presenza sui canali e-commerce a riflettere probabilmente la natura delle attività svolte dalle relative imprese consorziate.

Fig. 3.14 – Future azioni strategiche dei consorzi per aumentare la competitività



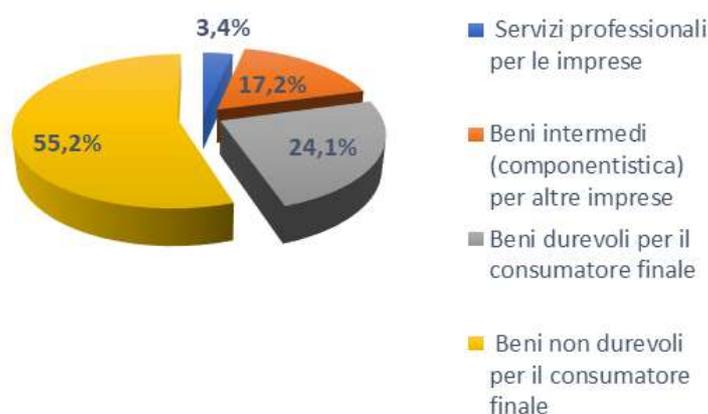
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

3.3 Analisi del processo d'internazionalizzazione delle imprese consorziate

Oltre al parere direttamente espresso dai consorzi in qualità di diretti destinatari dei bandi, risulta interessante analizzare in che misura il processo d'internazionalizzazione ha coinvolto le singole imprese consorziate. Per questa ragione è stato somministrato alle imprese consorziate un questionario ad hoc. Nel complesso hanno risposto all'indagine di rilevazione 29 imprese consorziate.

Focalizzando l'attenzione sulla tipologia d'impresa che, tramite il consorzio, hanno preso parte al programma di espansione verso mercati esteri, si nota che circa il 97% sono imprese manifatturiere così suddivise: 55,2% sono imprese che producono beni non durevoli per il consumatore finale, 24,1% aziende che producono beni durevoli per il consumatore finale ed il 17,2% produce beni intermedi per altre imprese.

Fig. 3.15 – Distribuzione delle imprese consorziate per tipologia di lavorazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Molteplici sono gli ostacoli per le aziende nel raggiungere i mercati esteri in maniera autonoma, tra questi emerge il costo economico da dover sostenere che costituisce una difficoltà per il 79,3% dei rispondenti, il che evidenzia come molte imprese non sarebbero in grado di espandersi verso l'estero senza il supporto del consorzio; il 62% fronteggia problematiche rappresentate sia dalla difficoltà ad accedere a bandi pubblici per ottenere finanziamenti (31%), sia difficoltà a conoscere la regolamentazione/gli adempimenti amministrativi dei Paesi esteri (31%). Percentuali inferiori del 27,6% rileva difficoltà nel valutare la domanda di mercato, mentre il 24,1% riporta come ostacolo la carenza di competenze necessarie all'interno dell'impresa. Il riferimento prevalente in quest'ultimo caso è alle ridotte competenze linguistiche interne all'impresa, oltre che alla mancanza di un export manager a supporto dell'azienda.

Fig. 3.16 – Principali ostacoli all'orientamento verso mercati esteri in maniera autonoma



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Tra i vantaggi di cui usufruiscono le singole imprese nel partecipare al bando come parte di un consorzio si segnala, prima fra tutti, la possibilità di aumentare la visibilità dei propri prodotti/servizi (il 62,1% dei rispondenti), mentre il 55,2% identifica vantaggi nell'ottenere un accesso più agevole a nuovi mercati di sbocco. Il 27,6% delle aziende ritiene di poter beneficiare di servizi di analisi della normativa e adempimenti amministrativi, mentre il 37,9% vede vantaggi nell'opportunità di realizzare reti con altre imprese. Solo un'impresa (3,4%) dichiara di non percepire alcun vantaggio dalla partecipazione al bando come parte di un consorzio.

Fig. 3.17 – Principali vantaggi dalla partecipazione al bando come parte di un consorzio



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Gran parte dei rispondenti (82,8%) ha partecipato a fiere estere, con la finalità di aumentare la visibilità dei propri prodotti/servizi ed ampliare il proprio raggio d'azione; il 27,6% ha organizzato incontri b2b ed eventi con altre imprese, mentre il 13,8% ha condotto azioni differenti, quali progetti social web marketing e partecipazione a fiere nazionali (quest'ultimo caso relativamente ad un'impresa che ha realizzato solo incontri con clienti nazionali). Infine, il 6,9% ha sostenuto spese finalizzate ad ottenere certificazioni per l'export ed il 13,8% ha sostenuto spese mirate all'ottenimento della registrazione dei propri marchi sui mercati internazionali.

Fig. 3.18 – Azioni realizzate dalle imprese con riferimento all'investimento oggetto del bando



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Fig. 3.19 – Risultati prevalenti ottenuti dalle imprese consorziate nello sviluppo dei progetti



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Andando ad analizzare i risultati principali ottenuti dalle singole aziende nello sviluppo dei progetti, dall'indagine si evince che più della metà dei rispondenti (65,5%) ha acquisito conoscenza sulle ultime evoluzioni del mercato/settore/competitor, soprattutto relativamente alle imprese che si avvicinano alle prime esperienze in un mercato estero. Circa il 76% ha acquisito nuovi ordini, in particolare il 37,9% ha

acquisito nuovi ordini da nuovi clienti esteri ampliando il proprio potere di mercato ed una medesima percentuale (37,9%) ha acquisito nuovi ordini da clienti esteri preesistenti.

Relativamente alle imprese che hanno acquisito nuovi ordini da nuovi clienti esteri e/o hanno acquisito nuovi ordini da clienti esteri preesistenti, dall'indagine emerge come circa il 93% di questi è stato in grado di mantenere la propria presenza commerciale sui mercati di destinazione. Entrando nello specifico si nota che il 64,3% dei rispondenti ha addirittura incrementato la propria presenza commerciale sui mercati di destinazione del progetto, mentre il 28,6% ha mantenuto tale presenza inalterata. Solo il 7,1% non è riuscito ad avere continuità commerciale, ma nel complesso le imprese che hanno acquisito nuovi ordini sono state in grado di mantenere questo trend nel tempo.

Fig. 3.20 – Comportamento delle imprese successivamente all'acquisizione di nuovi ordini da nuovi clienti esteri e/o all'acquisizione di nuovi ordini da clienti esteri preesistenti



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Fig. 3.21 – Comportamento delle imprese in assenza di supporto da parte del consorzio



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Appare fondamentale, a giudizio delle imprese, il supporto fornito dal consorzio, in assenza del quale il 41,4% delle imprese avrebbe dovuto ridimensionare e/o ridefinire l'investimento sul mercato estero e ben il 24,1% delle aziende non sarebbe riuscita a realizzare l'investimento sul mercato estero. Il 13,8%

avrebbe dovuto ritardare l'investimento, mentre il 13,8% dei rispondenti avrebbe realizzato comunque l'investimento sul mercato estero, soprattutto relativamente a quelle imprese che hanno già una clientela consolidata al di fuori del territorio nazionale.

3.4 Analisi del processo d'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese

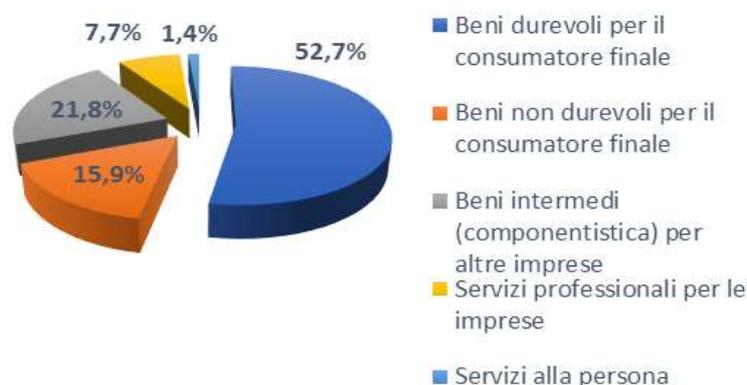
L'indagine diretta è stata somministrata alle **piccole e medie imprese** beneficiarie dei seguenti bandi:

- ✓ Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici - Anno 2019 (Contributi per piccole e medie imprese singole e reti di pmi) – DGR 619/2019;
- ✓ Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici - Anno 2018 (Contributi per piccole e medie imprese singole e reti di pmi) – DGR 819/2018;
- ✓ Progetti di promozione dell'export e per la partecipazione a eventi fieristici - Anno 2017 (Contributi per piccole e medie imprese) – DGR 452/2017;

Hanno partecipato all'indagine 220 imprese, il 40% circa delle piccole medie imprese coinvolte nei 3 bandi.

Tra le piccole-medie imprese partecipanti ai bandi finalizzato all'espansione verso i mercati esteri si nota una preponderanza di aziende manifatturiere (il 90,4% del totale delle PMI rispondenti), con una parte rilevante che produce beni durevoli per il consumatore finale (52,7%), mentre la percentuale restante viene suddivisa tra imprese che producono beni non durevoli per il consumatore finale (15,9%) ed aziende produttrici di componentistica per altre imprese (21,8%). Appare ridotto, invece, il numero di imprese che producono servizi (20 sui 220 rispondenti), di cui il 7,7% fornisce servizi professionali alle imprese, mentre l'1,4% fornisce servizi alla persona.

Fig. 3.22 – Distribuzione delle imprese per tipologia di lavorazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Per quanto riguarda i motivi che inducono le aziende a realizzare progetti finalizzati all'internazionalizzazione, il 79% delle imprese dichiara di investire principalmente per incrementare le

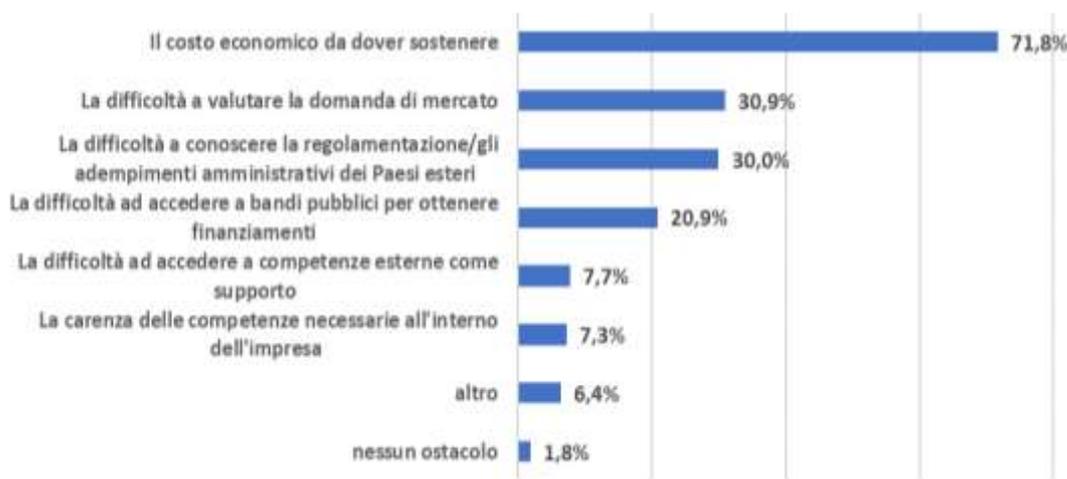
quote sui mercati in cui è già presente, questo evidenzia che molte delle piccole-medie imprese rispondenti hanno già avuto esperienza nell'operare in mercati esteri, mentre il 74% investe con la finalità di penetrare nuovi mercati target, così da poter diversificare la propria attività su più mercati. Il 23% è spinto dalla motivazione di sviluppare partnership con altre aziende, mentre il 22% opera principalmente per acquisire nuove conoscenze ed informazioni su mercati e competitor.

Fig. 3.23 – Motivazioni agli investimenti aziendali finalizzati all'internazionalizzazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Fig. 3.24 – Principali ostacoli all'orientamento verso mercati esteri



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Nonostante i benefici che potrebbe generare il processo d'internazionalizzazione, molte imprese riscontrano diversi ostacoli nell'orientarsi verso mercati esteri. Nello specifico, il 71,8% dei rispondenti dichiara che il principale ostacolo è rappresentato dal costo economico da fronteggiare. All'interno di quest'ultima percentuale includiamo i costi d'informazione necessari nella valutazione della domanda di mercato e alla conoscenza degli adempimenti amministrativi dei Paesi esteri. Ciò si riflette in un 30,9% di imprese che registrano difficoltà nella valutazione della domanda di mercato ed un 30% che

segnala difficoltà nel conoscere la regolamentazione estera. Il 20,9% delle aziende riscontra difficoltà nell'accedere a bandi pubblici per ottenere finanziamenti, mentre il 6,4% incontra ostacoli rappresentati principalmente sia dalla concorrenza a basso prezzo di aziende cinesi che genera difficoltà nell'essere competitivi in termini di prezzo, sia dalla difficoltà di entrare in contatto con professionisti e grossisti in grado di sviluppare il mercato nel tempo. Il 15% dei rispondenti, invece, afferma di avere difficoltà ad accedere a competenze esterne di supporto e di avere una carenza di competenze necessarie all'interno dell'impresa, dovute a diversi fattori. Le motivazioni principali di tali mancanze risiedono prevalentemente nelle ridotte competenze linguistiche e nell'assenza di personale commerciale dedicato all'estero.

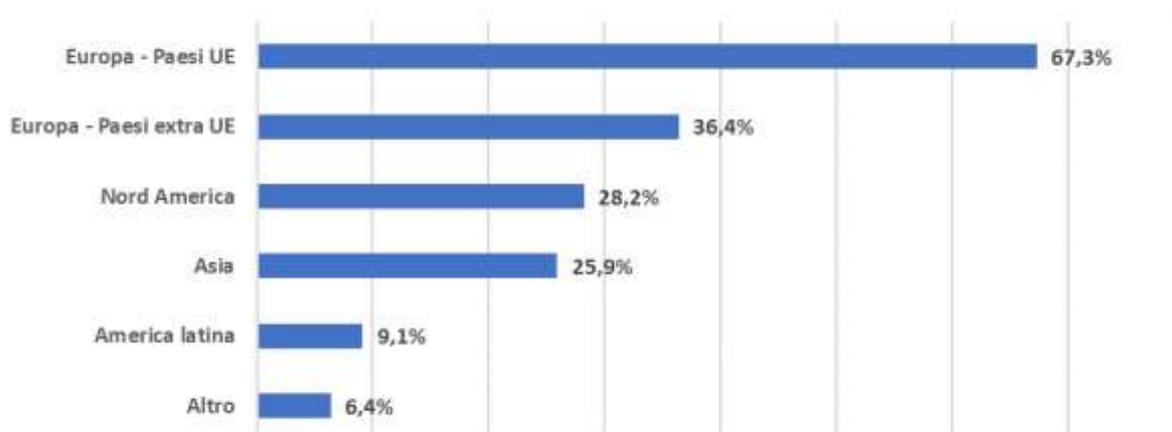
Passando ad analizzare le azioni realizzate dalle imprese in riferimento all'investimento oggetto del bando, si può notare che circa il 92% ha partecipato a fiere estere con l'intento di farsi conoscere ed acquisire nuovi clienti e una buona parte ha organizzato incontri b2b con imprese estere (31,8%). Il 19,1% ha provveduto a registrare i propri marchi su mercati internazionali così da poter espandere e diversificare le proprie attività, mentre il 13,2% ha sostenuto spese destinate all'ottenimento di certificazioni per l'export.

Fig. 3.25 – Azioni realizzate dalle imprese con riferimento all'investimento oggetto del bando



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Fig. 3.26 – Aree geografiche nelle quali è stata diretta l'azione d'internazionalizzazione

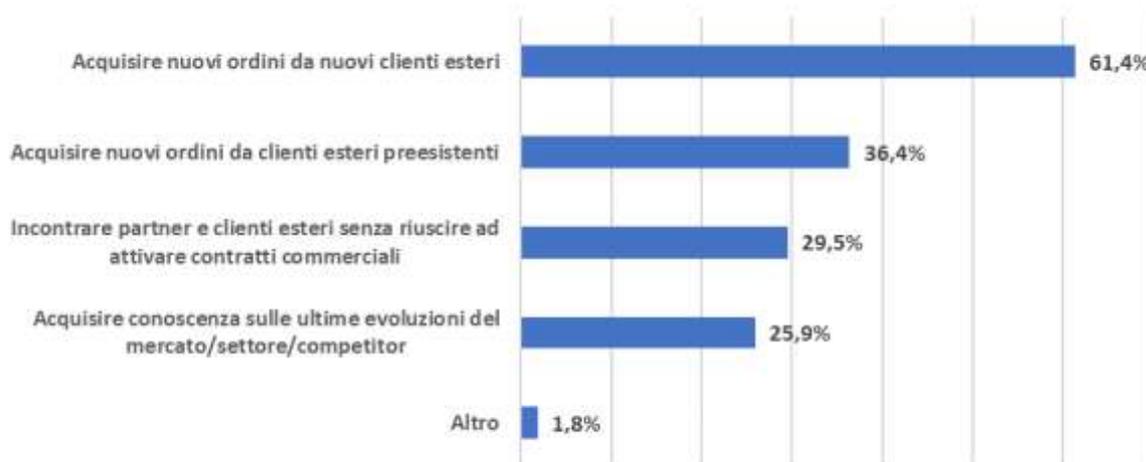


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

La maggioranza delle aziende si è orientata verso i Paesi europei, nello specifico il 67,3% verso Paesi UE ed il 36,4% verso Paesi extra UE. Tuttavia, molte imprese hanno operato anche al di fuori del continente europeo, infatti il 28,2% ed il 25,9% si è mosso rispettivamente verso il Nord America ed Asia. Ciò evidenzia, all'interno di questo gruppo (a differenza del caso di aziende non esportatrici) una maggiore predisposizione ed esperienza nel muoversi sui mercati esteri. Un numero inferiore ma comunque importante si è diretto in America latina (9,1%), mentre il 6,4% ha operato in Africa (nello specifico in Algeria, Marocco e Sud Africa) ed in Australia.

Molteplici sono stati i risultati ottenuti dalle aziende nello sviluppo dei vari progetti. In particolare, il 61,4% è stato in grado di acquisire nuovi ordini da nuovi clienti esteri, il che è un fattore positivo sia per le imprese alle prime esperienze in mercati esteri, sia per le imprese già operanti all'estero per consolidare le loro attività. Il 36,4% ha acquisito nuovi ordini da clienti esteri preesistenti, evidenziando quindi una capacità dell'impresa nel "coltivare" i rapporti con la propria clientela estera. Inoltre, 68 rispondenti su 220 (quindi il 31% circa) ha sia acquisito nuovi ordini da nuovi clienti, sia nuovi ordini da clienti esteri preesistenti. Il 25,9% ha acquisito conoscenze aggiuntive e specifiche sul settore e sulle traiettorie di sviluppo dei competitor, mentre il 29,5% ha incontrato partner e clienti esteri senza però riuscire a concludere contratti commerciali.

Fig. 3.27 – Risultati prevalenti ottenuti dalle aziende nello sviluppo dei progetti



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Delle aziende che hanno acquisito nuovi ordini da nuovi clienti esteri e/o hanno acquisito nuovi ordini da clienti esteri preesistenti circa il 77% è stato in grado almeno di mantenere la propria presenza commerciale sui mercati di destinazione. Nello specifico il 44,9% è riuscito anche ad incrementare la propria presenza commerciale sui mercati di destinazione del progetto, mentre il 32% è stato in grado di mantenerla. Il 14,3% delle aziende afferma che il progetto non si è ancora concluso/è terminato troppo recentemente, mentre una percentuale ridotta (8,2%) non è riuscita a mantenere continuità commerciale sui mercati di destinazione.

Fig. 3.28 – Comportamento delle imprese successivamente all'acquisizione di nuovi ordini da nuovi clienti esteri e/o all'acquisizione di nuovi ordini da clienti esteri preesistenti

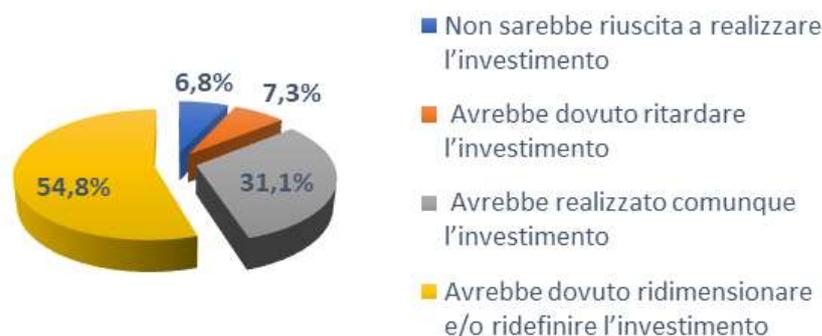


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

L'intervento pubblico ha assunto un ruolo rilevante nel consentire l'implementazione del progetto, in quanto in assenza di tale contributo il 54,8% delle imprese avrebbe dovuto ridimensionare e/o ridefinire l'investimento. Nonostante ciò, il 31,1% delle aziende avrebbe comunque realizzato l'investimento anche in assenza del contributo regionale, il che sottolinea e riflette l'abitudine di una buona parte delle PMI ad operare in contesti internazionali. Solamente per una porzione ridotta (circa il 14%) la

realizzazione dell'investimento è strettamente legata alla ricezione del contributo pubblico. Nello specifico il 6,8% non sarebbe riuscita a realizzare l'investimento, mentre il 7,3% avrebbe dovuto ritardarlo.

Fig. 3.29 – Comportamento delle imprese in assenza del contributo pubblico



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

In relazione al raggiungimento dei risultati, dall'indagine si evince che una buona parte dei rispondenti (circa il 91%) ha raggiunto o raggiungerà almeno parzialmente gli obiettivi prestabiliti. Il 47,7% ha raggiunto/raggiungerà tutti i risultati, mentre il 43,6% sarà in grado di raggiungerli solo in parte. Una percentuale ridotta (6,4%) invece non ha raggiunto i risultati sperati. Tra le differenti motivazioni che hanno portato al parziale o mancato raggiungimento dei risultati rientra principalmente la pandemia Covid19, che ha portato alla cancellazione/posticipazione di numerose fiere internazionali incidendo in maniera significativa su gran parte delle aziende. Altri fattori d'ostacolo segnalati sono rappresentati dalla complessità del mercato di destinazione, dalla differente mentalità dei consumatori e dalla difficoltà nel trovare adeguati distributori nei Paesi target.

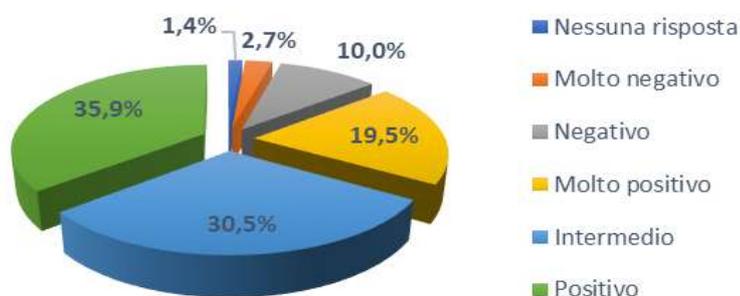
Fig. 3.30 – Risultati raggiunti rispetto agli obiettivi ipotizzati



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Nel complesso dall'indagine si evince che il 55,4% dei rispondenti dà un giudizio molto positivo/positivo sull'implementazione del progetto (il 35,9% è soddisfatto; il 19,5% è pienamente soddisfatto), mentre il 12,7% esprime un giudizio negativo.

Fig. 3.31 – Giudizio complessivo sull'implementazione del progetto

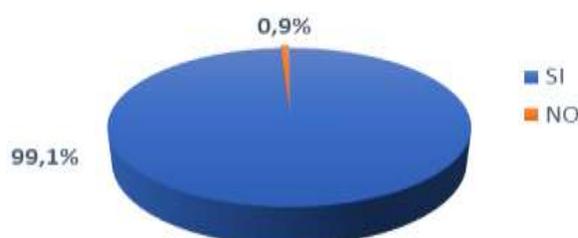


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Tra le misure che potrebbero essere utili per incrementare la presenza sui mercati esteri e la competitività, le aziende evidenziano diversi fattori, tra i quali emergono principalmente la necessità di incrementare l'ammontare dei contributi a supporto degli investimenti aziendali oltre che aumentare il numero di bandi per l'internazionalizzazione delle imprese, riducendo la complessità nell'accesso ai contributi stessi. Alcune imprese inoltre sottolineano come l'eccessiva burocrazia non aiuti all'internazionalizzazione, richiedendo uno snellimento delle procedure burocratiche, mentre una percentuale ridotta di rispondenti considera fondamentale l'aver a disposizione una consulenza fiscale, legale e finanziaria in loco.

Ad ogni modo, le aziende sono nettamente favorevoli alla partecipazione a bandi futuri destinati all'internazionalizzazione (99,1%).

Fig. 3.32 – Partecipanti ai futuri bandi per l'internazionalizzazione



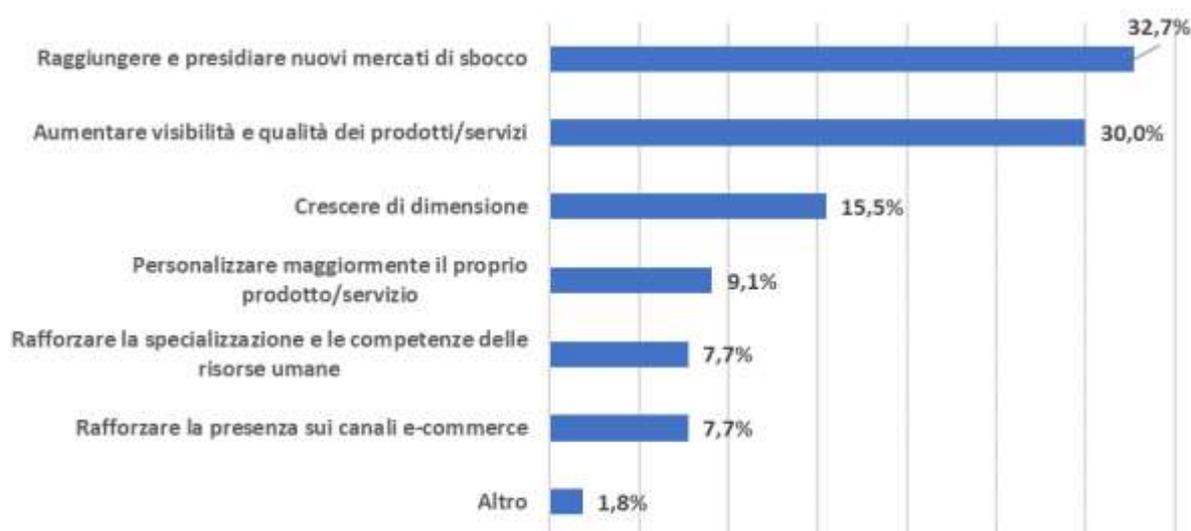
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Guardando in prospettiva, i rispondenti si pongono come principali obiettivi strategici futuri quello di raggiungere e presidiare nuovi mercati di sbocco (32,7%) - il che è in linea con l'intenzione di internazionalizzarsi - oltre che aumentare la visibilità dei prodotti/servizi (30%). Una percentuale inferiore (15,5%) invece vede nella crescita dimensionale un'azione strategica per aumentare la competitività dell'azienda, contrariamente ad un 9,1% che predilige la necessità di differenziare e

personalizzare il proprio prodotto/servizio. Infine, una quota pari al 15% ha intenzione di rafforzare le competenze delle risorse umane e la propria presenza su canali e-commerce.

L' 1,8% dei rispondenti è invece propenso ad attuare processi di standardizzazione di alcuni prodotti per essere maggiormente competitivi in termini di prezzo e di velocità di risposta.

Fig. 3.33 – Future azioni strategiche delle imprese per aumentare la competitività



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

3.5 Analisi del processo d'internazionalizzazione delle imprese non esportatrici

L'indagine diretta è stata somministrata alle **imprese non esportatrici** beneficiarie del seguente bando:

- Progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici – Anno 2016 (Contributi per piccole e medie imprese singole e reti di pmi) – DGR 18/2016;

Hanno partecipato all'indagine 31 imprese non esportatrici, il 22% circa delle imprese che hanno preso parte al relativo bando del 2016.

Il 71% delle imprese non esportatrici che hanno partecipato alla rilevazione afferiscono al settore manifatturiero. Nello specifico, il 32,3% produce beni durevoli per il consumatore finale, il 25,8% beni intermedi per altre imprese ed una percentuale inferiore (12,9%) produce beni non durevoli per il consumatore finale. Si aggirano invece intorno al 26% le imprese di servizi, di cui il 22,6% fornisce servizi professionali alle imprese, mentre il 3,2% servizi alla persona.

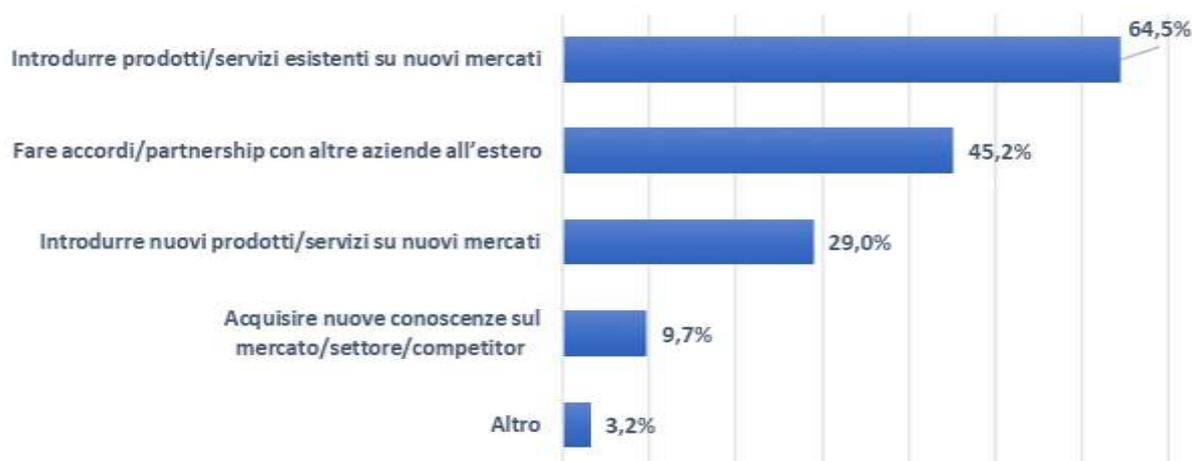
Fig. 3.34 – Distribuzione delle imprese per tipologia di lavorazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

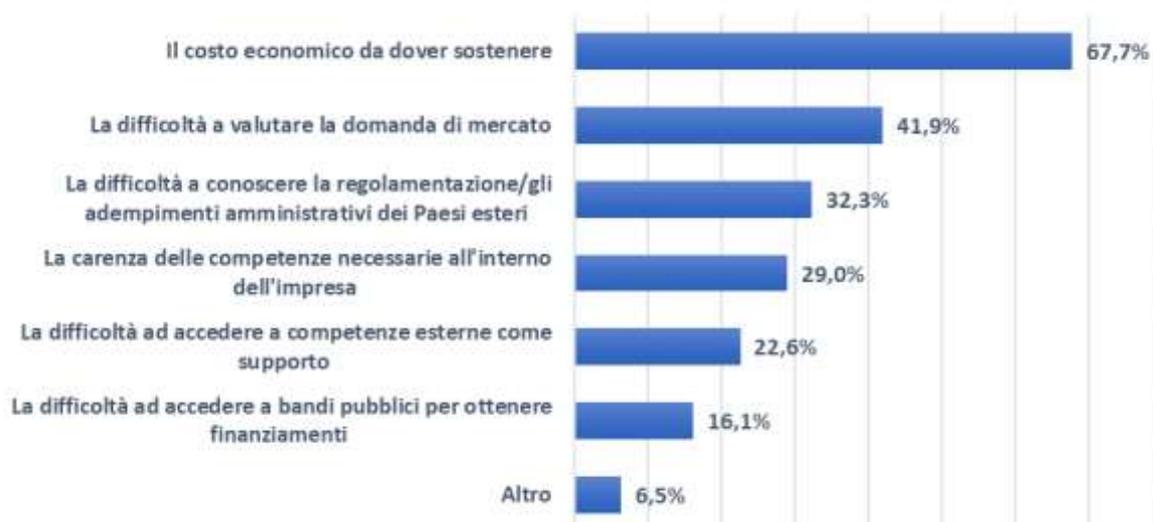
Tra le principali motivazioni che hanno indotto le imprese a sostenere investimenti finalizzati al processo di internazionalizzazione si segnala la volontà di introdurre prodotti/servizi preesistenti su nuovi mercati (64,5%). Significativa è anche la percentuale di imprese che investe per realizzare accordi/partnership con altre aziende estere (45,2%), mentre il 29% investe con l'intento di piazzare nuovi prodotti all'estero. Il 9,7% ha come principale finalità d'investimento quella di acquisire nuove conoscenze sul mercato/competitor segnalando la volontà di procedere gradualmente nel percorso di espansione potenziale sui mercati esteri.

Fig. 3.35 – Motivazioni agli investimenti aziendali finalizzati all'internazionalizzazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Fig. 3.36 – Principali ostacoli all'orientamento verso mercati esteri



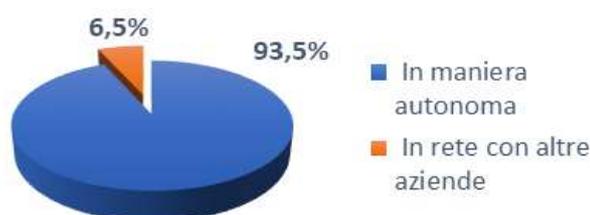
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Con riferimento alle imprese non esportatrici, non avendo una specifica esperienza nell'operare in contesti extranazionali, sono numerosi e vari gli ostacoli fronteggiati per orientarsi verso i mercati esteri. Primo fra tutti il costo economico da dover sostenere che è il principale ostacolo per il 67,7% dei rispondenti, seguito dalla difficoltà a valutare la domanda di mercato per il 41,9% delle imprese. Nel complesso circa il 29% dei rispondenti considera degli ostacoli sia il costo economico sia la valutazione della domanda di mercato. Il 32,3% ha difficoltà a conoscere la regolamentazione/adempimenti amministrativi dei Paesi esteri, mentre il 29% fronteggia carenza di competenze necessarie all'interno dell'impresa stessa ed il 22,6% ha difficoltà ad accedere a competenze esterne come supporto. Dall'indagine emerge come le principali competenze mancanti si riferiscano a difficoltà linguistiche,

derivanti dall'assenza di personale in grado di comunicare in modo professionale in lingua straniera, ma anche difficoltà a collaborare con consulenti esterni con competenze propedeutiche all'accesso sul mercato estero. Una percentuale inferiore (16,1%) fronteggia complicazioni nell'accedere a bandi pubblici per ottenere finanziamenti, mentre il 6,5% ha ostacoli di vario tipo, tra i quali emerge la difficoltà nel trovare il giusto partner e la difficoltà a rafforzare il proprio marchio.

Le imprese non esportatrici hanno potuto partecipare al bando sia in maniera autonoma sia in rete con altre aziende, purché la rete fosse già stata costituita al momento di presentazione della domanda. Dalla figura 3.37 emerge come la stragrande maggioranza (il 93,5% dei rispondenti) abbia deciso di partecipare autonomamente.

Fig. 3.37 – Forma di partecipazione al bando



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Fig. 3.38 – Azioni realizzate dalle imprese con riferimento all'investimento oggetto del bando



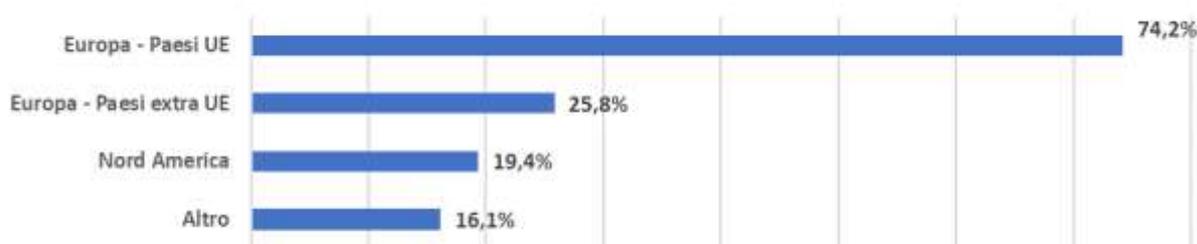
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Per quanto riguarda le azioni realizzate grazie all'investimento oggetto del bando, si evince che 23 rispondenti su 31 (74,2%) abbia sostenuto spese per realizzare un piano di export o uno studio di settore finalizzato ad acquisire nuove conoscenze ed informazioni su contesti poco conosciuti; il 61,3% ha

partecipato a fiere estere, mentre una medesima percentuale di rispondenti (61,3%) ha deciso di ingaggiare un Temporary Export Manager (TEM), avvalendosi di un insieme di servizi prestati da consulenti finalizzati a pianificare e gestire il percorso d'internazionalizzazione. Quasi la metà delle imprese rispondenti (48,4%) ha realizzato un piano di web marketing in lingua straniera in modo tale da poter conoscere i potenziali clienti, costruendo una presenza aziendale sul web, contrariamente al 32,3% che ha puntato sull'organizzazione di incontri b2b ed eventi con imprese estere in loco. Infine, una percentuale più ridotta di imprese ha registrato i propri marchi sui mercati internazionali (12,9%) e ottenuto certificazioni per l'export (6,5%).

Relativamente alle aree geografiche verso le quali sono state realizzate le azioni di internazionalizzazione, si può notare che le imprese non esportatrici prediligono muoversi all'interno del territorio europeo, ed in particolar modo il 74,2% ha deciso di direzionarsi verso mercati all'interno dei territori UE. Questo evidenzia la limitata esperienza estera delle imprese, che preferiscono avere primi contatti non allontanandosi eccessivamente dal territorio nazionale rimanendo in aree più facilmente presidabili e più vicine culturalmente. Ciò a differenza delle piccole e medie imprese che invece, in buone percentuali, si sono spinte verso il continente americano ed asiatico. Nello specifico, il 25,8% delle aziende non esportatrici si è orientata verso Paesi extra UE ed il 19,4% in Nord America. Infine, il 16,1% dei rispondenti ha condotto azioni verso differenti aree, quali Africa, Asia ed America latina.

Fig. 3.39 – Aree geografiche nelle quali è stata diretta l'azione d'internazionalizzazione



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Analizzando i risultati ottenuti dalle aziende nello sviluppo dei progetti, notiamo che ben il 58,1% dei rispondenti ha incontrato partner e clienti esteri senza però aver attivato alcun contratto commerciale, a differenza di una buona parte (25,8%) che ha avuto la capacità di acquisire nuovi ordini da nuovi clienti esteri. Il 12,9% ha raggiunto risultati differenti, che vanno dall'acquisizione di nuovi contatti relazionali all'acquisizione di conoscenza sulle ultime evoluzioni del mercato/settore/competitor.

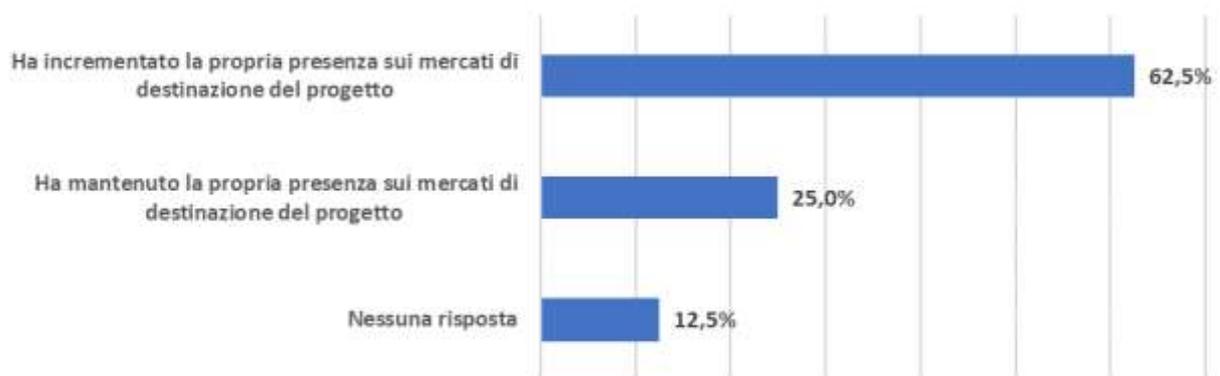
Fig. 3.40 – Risultati prevalenti ottenuti dalle aziende nello sviluppo dei progetti



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Focalizzando l'analisi sulle imprese che sono riuscite ad acquisire nuovi ordini da nuovi clienti esteri, si nota che il 77% di quest'ultime ha avuto la capacità di mantenere la propria presenza sui mercati di destinazione del progetto. Nello specifico il 62,5% ha incrementato la presenza, mentre il 25% ha mantenuto la propria presenza inalterata in tali mercati. Ciò implica che delle poche imprese capaci di acquisire nuovi ordini da nuovi clienti, la maggior parte di queste è riuscita a mantenere i risultati nel lungo periodo.

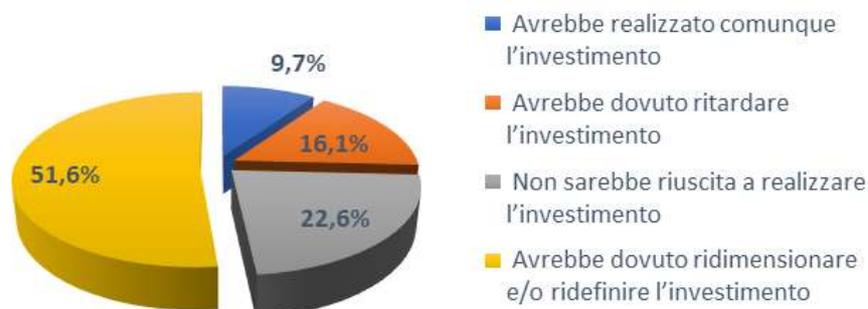
Fig. 3.41 – Comportamento delle imprese successivamente all'acquisizione di nuovi ordini da nuovi clienti esteri



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Qualora le imprese non avessero ottenuto il contributo pubblico, gran parte di queste (il 51,6%) avrebbe dovuto ridimensionare e/o ridefinire l'investimento, mentre il 22,6% sarebbe stata costretta a rinunciare all'investimento. Completamente differente è il caso delle PMI analizzato nella sezione precedente, la maggior parte delle quali, anche in assenza di contributo pubblico, avrebbe comunque realizzato l'investimento. Questo fattore restituisce la diversità tra aziende già proiettate verso l'estero e altre aziende che stanno compiendo i primi passi.

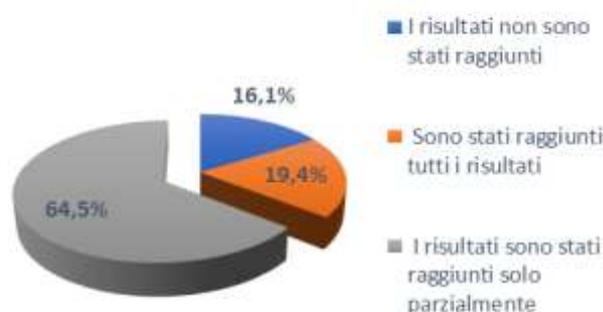
Fig. 3.42 – Comportamento delle imprese in assenza del contributo pubblico



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Rispetto agli obiettivi ipotizzati circa l'84% dei rispondenti è riuscito almeno in parte a raggiungere i risultati ipotizzati. In particolare, il 64,5% ha raggiunto parzialmente i risultati attesi, mentre il 19,4% nella sua totalità. Infine, il 16,1% non ha raggiunto gli obiettivi previsti. Tra le motivazioni del mancato o parziale raggiungimento dei risultati viene messo in risalto, soprattutto per le imprese che si sono proiettate verso il Regno Unito, il fenomeno Brexit che ha portato ad un rallentamento dello sviluppo del mercato inglese e ad un contestuale rallentamento del programma d'internazionalizzazione. Altre imprese, invece, sono state ostacolate dal fatto che, nonostante i numerosi incontri con i clienti esteri, non sono riuscite a concludere un numero prestabilito e sufficiente di accordi commerciali.

Fig. 3.43 – Risultati raggiunti rispetto agli obiettivi ipotizzati

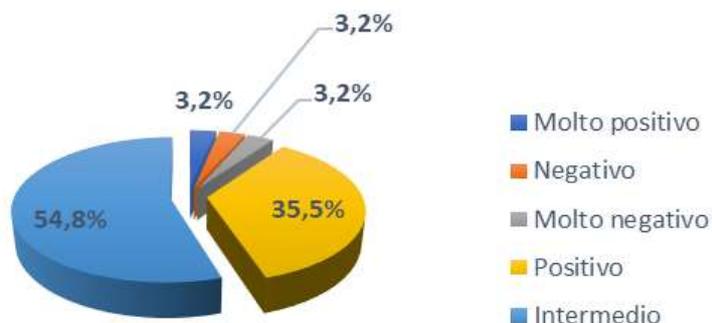


Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Complessivamente circa il 40% dei rispondenti esprime un giudizio molto positivo/positivo sull'implementazione del progetto, in quanto il 35,5% dà un giudizio positivo ed il 3,2% molto positivo. Tuttavia, la maggioranza delle imprese rispondenti palesa un giudizio intermedio (54,8%),

contrariamente a coloro che danno un giudizio molto negativo/negativo che si aggirano intorno al 6,4% (solo 2 delle 31 aziende rispondenti).

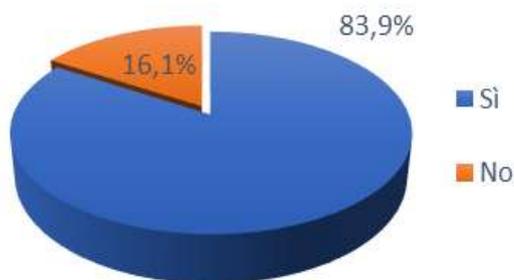
Fig. 3.44 – Giudizio complessivo sull'implementazione del progetto



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

In definitiva dall'indagine viene messa in risalto la volontà di gran parte dei rispondenti nel partecipare a bandi simili in futuro, in quanto importanti opportunità per poter ampliare il numero di mercati target cui le imprese si rivolgono. Solo il 16,5% delle imprese si dichiara contraria ad una futura partecipazione a tali bandi, mentre l'83,9% è favorevole.

Fig. 3.45 – Partecipanti ai futuri bandi per l'internazionalizzazione



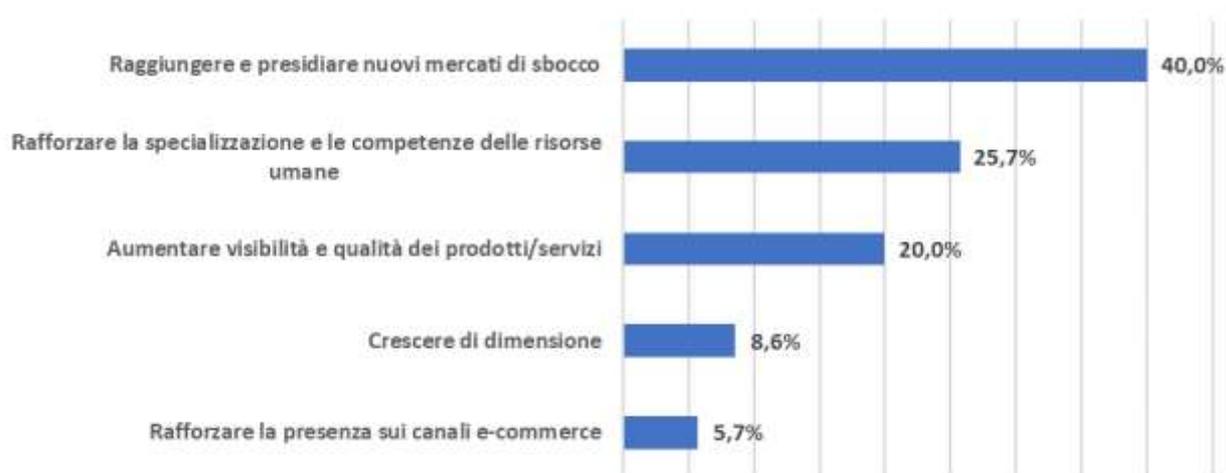
Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

Tra le misure che potrebbero essere utili per incrementare la presenza e la competitività nei mercati esteri, le aziende non esportatrici sottolineano l'importanza delle fiere così da poter far conoscere i propri prodotti/servizi ad una gamma sempre più ampia di clienti, oltre che il ruolo chiave di una maggiore specializzazione del personale aziendale così da poter interagire efficacemente con la nuova clientela. Infine, gran parte delle imprese evidenziano l'importanza nell'ampliare la gamma dei prodotti rendendola più performante rispetto ai gusti del consumatore straniero.

In conclusione, dall'indagine si evince che il 40% delle imprese è proiettata al raggiungimento e presidio di nuovi mercati di sbocco nei prossimi anni; mentre il 25,7% e il 20% hanno rispettivamente intenzione di rafforzare le competenze specifiche delle risorse umane ed aumentare la visibilità e qualità dei

prodotti. Ridotto è il numero di aziende che intende accrescere le proprie dimensioni negli anni successivi (8,6%), così come le imprese che intendono rafforzare la presenza su canali e-commerce (5,7%).

Fig. 3.46 – Future azioni strategiche delle imprese per aumentare la competitività



Fonte: elaborazioni Nomisma su dati provenienti da indagine diretta alle imprese

4. SINTESI E ALCUNE PRIME CONCLUSIONI

Nel presente lavoro è stata realizzata un'analisi con riferimento ai bandi della Regione Emilia-Romagna finalizzati ad incentivare: il processo d'internazionalizzazione dei consorzi d'impres e delle piccole e medie imprese relativamente agli anni 2019, 2018, 2017; il processo di espansione verso mercati esteri delle imprese non esportatrici con riferimento all'anno 2016.

Le analisi sviluppate nelle pagine precedenti hanno evidenziato alcuni primi risultati che sembrano confermare la validità delle scelte programmate in ambito POR FESR per promuovere l'internazionalizzazione e conseguire effetti positivi sul sistema.

Le domande valutative affrontate sono state le seguenti:

- **Domanda Valutativa 1-** Quali sono le caratteristiche delle imprese finanziate?
- **Domanda Valutativa 2-** In che misura gli interventi attuati hanno sostenuto le imprese, rispetto ai principali obiettivi previsti dal POR FESR? I risultati ottenuti sono stati all'altezza delle aspettative?
- **Domanda Valutativa 3-** In base all'analisi dei dati, quali altre misure sono necessarie o potrebbero rivelarsi utili al rafforzamento dell'internazionalizzazione e della competitività delle aziende?
- **Domanda Valutativa 4-** Per quel che riguarda i bandi rivolti ai consorzi, quali si sono rivelati essere i vantaggi per le imprese? E le ricadute?
- **Domanda Valutativa 5-** Per gli avvisi relativi ai progetti di promozione dell'export per imprese non esportatrici e piccole medie imprese, in che misura i finanziamenti concessi hanno favorito la presenza sui mercati internazionali? I risultati raggiunti sono stati in linea con le aspettative?
- **Domanda Valutativa 6-** Quali lezioni si possono trarre?

Un primo elemento di interesse riguarda il livello di partecipazione al bando e le caratteristiche delle imprese finanziate (**Domanda Valutativa 1**). Per quanto riguarda i consorzi di imprese, i progetti presentati risultano tendenzialmente costanti nelle tre annualità ed in totale hanno partecipato 18 Consorzi localizzati in Emilia-Romagna. Nello specifico, la maggior parte dei progetti avviati si colloca tra Bologna e Reggio Emilia, a seguire in minor misura quelli localizzati tra Parma e Modena. La maggioranza delle imprese consorziate partecipanti ai bandi afferisce al settore manifatturiero e in particolare produce beni non durevoli per il consumatore finale.

Relativamente alle PMI, nel complesso più della metà dei progetti è riconducibile al bando del 2017 ed inoltre hanno partecipato complessivamente ai tre bandi ben 597 imprese. In termini di tasso di concentrazione delle domande ammesse a finanziamento nelle tre annualità, la maggior parte delle iniziative si colloca tra Modena e Bologna, inoltre all'incirca il 45% delle imprese opera nei settori di fabbricazione di macchinari ed apparecchiature N.C.A, di commercio all'ingrosso e di confezione di articoli di abbigliamento.

Le imprese non esportatrici partecipanti al bando del 2016 sono 162 e per quel che riguarda il tasso di concentrazione delle domande ammesse per il sostegno a progetti di promozione dell'export, la maggior parte delle iniziative è distribuita tra Bologna e Modena, dove i progetti avviati sono stati rispettivamente 31 e 27. Inoltre la distribuzione delle domande ammesse a finanziamento per le imprese non esportatrici è concentrata maggiormente nei settori di fabbricazione di prodotti in metallo, di commercio all'ingrosso, delle industrie alimentari e di produzione di software.

Relativamente alla **Domanda Valutativa 2**, nel complesso possiamo affermare che il contributo pubblico ha notevolmente supportato le iniziative delle tre categorie d'impresa.

Partendo dai consorzi possiamo dire che in assenza di finanziamento più della metà di questi non avrebbe realizzato il progetto, mentre la parte restante avrebbe dovuto ridimensionarlo e ridefinirlo. L'importanza del contributo è sottolineata anche dai risultati raggiunti rispetto a quelli preventivati, infatti tutti i consorzi (tra i rispondenti al questionario) hanno almeno in parte raggiunto i risultati sperati. Inoltre più del 60% delle singole imprese consorziate avrebbe fronteggiato ostacoli nell'implementazione dei rispettivi progetti in mancanza del contributo regionale.

Passando alle PMI, anche per quest'ultime si nota che in assenza di finanziamenti circa il 70% avrebbe ritardato/rinunciato/ridimensionato l'investimento, e proprio grazie al contributo, quasi la metà dei rispondenti tra le PMI è stata in grado di raggiungere tutti i risultati ipotizzati.

Infine relativamente alle imprese non esportatrici, solo il 10% circa avrebbe comunque realizzato l'investimento anche in assenza di contributo, ciò evidenzia come la parte restante incontri significative difficoltà ad affacciarsi sui mercati esteri nel caso di mancato sostegno economico da parte della Regione. Solo il 16,1% delle imprese non esportatrici non ha raggiunto i risultati attesi.

In termini di misure che potrebbero rivelarsi necessarie o utili al rafforzamento dell'internazionalizzazione e della competitività delle aziende (**Domanda Valutativa 3**), le tre categorie di destinatari (consorzi, PMI, imprese non esportatrici) esprimono pareri in parte simili e in parte differenti. Alcuni rispondenti ai questionari tra i consorzi e le PMI evidenziano la necessità di aumentare l'ammontare dei contributi a supporto degli investimenti aziendali oltre che aumentare il numero di bandi per l'internazionalizzazione. Inoltre, una buona parte di queste due categorie sottolinea l'importanza nel poter far ricorso a figure professionali che forniscano strumenti utili per adeguarsi alle nuove dinamiche di mercato. Le imprese non esportatrici, invece, attribuiscono un ruolo di rilievo alle fiere così da poter far conoscere i propri prodotti/servizi ad una gamma sempre più ampia di clienti. Non ultimo dall'indagine emerge come le imprese potrebbero beneficiare di un centro di assistenza tecnica di supporto per entrare nei mercati esteri, non solo quindi poter contare sulla partecipazione ai bandi.

Analizzando i principali risultati ottenuti dai consorzi e dalle imprese consorziate (**Domanda Valutativa 4**), ben 8 consorzi su 10 hanno dichiarato di essere riusciti a consentire l'acquisizione di nuovi ordini commerciali per le proprie imprese, le quali hanno saputo successivamente mantenerli nel tempo. Importante è sottolineare il supporto fornito dai consorzi quale strumento utile alle imprese associate per l'espansione verso mercati esteri, in assenza del quale solo il 13,8% delle imprese avrebbe realizzato comunque l'investimento sul mercato extranazionale.

Relativamente ai risultati ottenuti da PMI ed imprese non esportatrici (**Domanda Valutativa 5**), con riferimento alle prime (PMI) ben il 61,4% ha acquisito nuovi ordini da nuovi clienti esteri ed una buona parte ha acquisito nuovi ordini da clienti esteri preesistenti. Inoltre, più del 70% è stato in grado almeno di mantenere la propria presenza commerciale nel lungo termine sui mercati di destinazione del progetto (il 44,9% di questo 70% ha addirittura incrementato la propria presenza commerciale). Per quanto riguarda le imprese non esportatrici, invece, la maggioranza (58,1%) ha prevalentemente incontrato partner e clienti esteri senza riuscire ad attivare contratti commerciali, mentre il 25,8% ha acquisito nuovi ordini da nuovi clienti esteri. Di quest'ultime quasi la totalità ha incrementato/mantenuto la propria presenza sui mercati di destinazione del progetto.

Da segnalare che buona parte delle imprese consorziate e PMI partecipanti al bando più recente (2019-2020), hanno visto limitati i propri risultati a causa della pandemia Covid19 che ha portato all'annullamento/rinvio di numerose fiere ed eventi.

In conclusione, è possibile affermare che (**Domanda Valutativa 6**) nel complesso le tre categorie di soggetti destinatari dei bandi per l'internazionalizzazione si dichiarano in larga parte soddisfatte circa l'implementazione del progetto: relativamente ai consorzi nessuno di questi manifesta un giudizio negativo, mentre per PMI ed imprese non esportatrici rispettivamente solo il 12,7% ed il 6,4% palesa un giudizio in tutto o in parte negativo. Ad ulteriore riprova del grado di soddisfazione si può notare come più del 90%, in media, delle imprese appartenenti alle tre categorie qui analizzate sono favorevoli a future partecipazioni in bandi con queste finalità, sottolineando l'importanza e la necessità di tali strumenti per supportare l'operato delle imprese al di fuori del contesto nazionale.

Infine, dall'analisi dei dati di monitoraggio è emerso un alto tasso di ammissione al finanziamento, segno che i bandi sono stati ben concepiti e calibrati, garantendo un ottimo livello di comprensibilità e capacità pianificatoria dei partecipanti:

- Nel caso dei consorzi, il 42,8% degli investimenti programmati è stato finanziato, laddove il contributo regionale era quantificabile fino al 50% della spesa ammissibile (40% nel caso del bando del 2017, dove la quota concessa è stata pari al 37,9%);
- Per le PMI i contributi effettivamente concessi si sono attestati al 28,3% della somma pianificata per l'investimento (il contributo regionale previsto dai 3 bandi poteva essere concesso nella misura massima del 30% delle spese ammissibili);
- Per le imprese non esportatrici, la quota totale dei contributi concessi rispetto agli investimenti programmati è stata pari al 48,3%, per un contributo regionale che poteva essere concesso nella misura massima del 50% delle spese ammissibili.

Tutte queste considerazioni inducono a concludere, in via preliminare e sulla base delle evidenze raccolte, che gli interventi pensati per favorire l'internazionalizzazione abbiano avuto esito positivo nel permettere un rafforzamento del tessuto produttivo regionale e che un potenziamento delle linee di intervento possa essere accolto con favore dalle imprese localizzate in Regione.