

Un Voucher per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde: funziona?

Laura Resmini

Università degli studi di Milano-Bicocca

L'apertura internazionale delle imprese: quali soluzioni funzionano?

MILANO, 19 LUGLIO 2016

La missione valutativa: obiettivi

- Ricostruzione del quadro di interventi e delle risorse stanziato a bilancio da Regione Lombardia nel periodo 2010-2014
- Caratteristiche dei beneficiari delle principali misure regionali di sostegno all'internazionalizzazione.
- L'esperienza del Voucher
 - Obiettivi e caratteristiche principali
 - I beneficiari
 - Analisi di efficacia
 - Capacità della misura C di incentivare la partecipazione delle imprese alle fiere internazionali
 - Capacità della misura C di migliorare la performance internazionale delle imprese lombarde
 - Eventuale ruolo delle altre misure del Voucher e delle caratteristiche delle imprese nel «condizionare» l'impatto della misura C.

Le misure a favore dell'internazionalizzazione

Principi di base

- L'accesso ai mercati esteri è oneroso
 - Costi fissi di penetrazione e acquisizione delle informazioni
 - Mancanza di competenze specifiche
- Le micro e piccole imprese rappresentano una quota rilevante del tessuto produttivo regionale
 - 98% imprese attive
 - 94% delle imprese esportatrici

(dati Asia-Lombardia, 2012)

Il Voucher

	INTERNAZIONALIZZAZIONE COMMERCIALE	INTERNAZIONALIZZAZIONE PRODUTTIVA
PROMOZIONE	Voucher (misure B e C); FRIM-FIERE;	
CONSULENZA E ASSISTENZA TECNICA	Spring 5; GATE (misura A); Voucher (misura A); Pernambuco; Mechatronika	GATE (misura B)
PACCHETTI SERVIZI INTEGRATI	TuttoFood, HOMI, HOST; FHW China; Metalex; Internazionalizzazione Imprese aggregate	
SOSTEGNO AGLI INVESTIMENTI		FRI

Il Voucher: caratteristiche distintive

Vantaggi:

- Erogare contributi a fondo perduto e di modesta entità
 - Sono ammesse domande multiple (max 3) solo per le misure B e C
- Partecipazione «attiva» delle imprese beneficiarie
 - Co-finanziamento
 - Scelta dei fornitori/servizi
- Strumento co-gestito con il sistema camerale lombardo
 - Misura A finanziata da Regione Lombardia
 - Misure B e C finanziate dal Sistema camerale

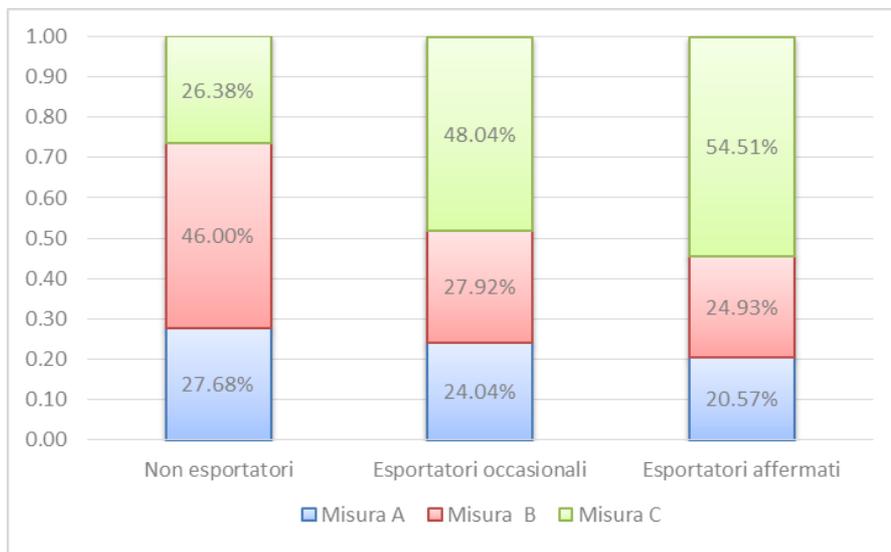
Svantaggi:

- Esiste una parziale sovrapposizione tra i servizi inclusi nelle misure A e B;
 - Il contributo minimo richiesto alle imprese per la misura A (€3,500) è superiore a quello della misura B ed uguale a quello della misura C.
 - L'importo erogato per la misura A (€2,500) è superiore a quello massimo previsto per le misure B e C;

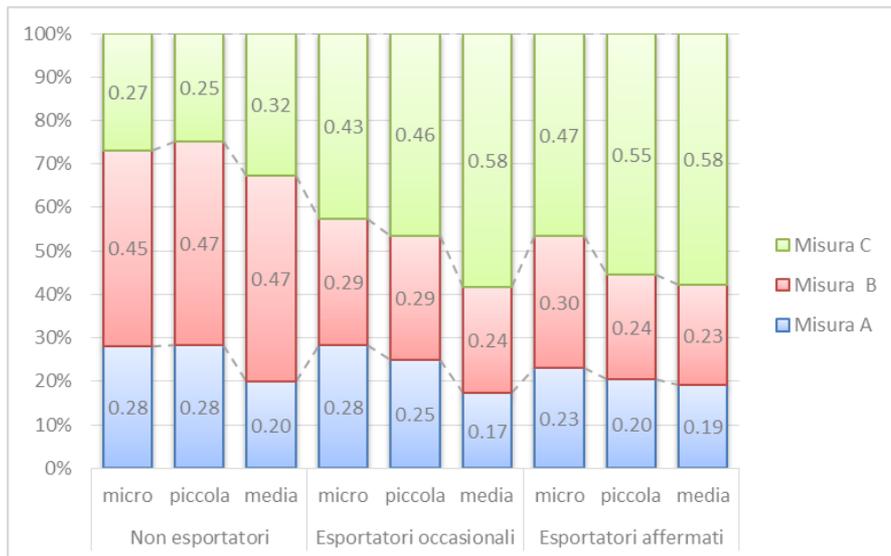
Le imprese beneficiarie

		Numero di voucher richiesti			
		1	Da 2 a 4	5	Totale
Voucher	n. imprese	3.333	1915	241	5.489
	%	60.7	34.9	4.4	
Misura A	n. imprese	1.091	403	54	1.548
	%	72.1	24.6	3.3	
Misura B	n. imprese	1.589	545	42	2.176
	%	73.02	25.04	1.88	
Misura C	n. imprese	1.845	1229	136	3.210
	%	57.5	38.29	4.2	

Uso del Voucher per tipologia di impresa



- All'aumentare dell'**esperienza** delle imprese sui **mercati esteri**:
 - Aumenta la quota di imprese che usa la misura C;
 - Si riduce la quota di imprese che usa le misure A e B



- L'uso della **misura C** aumenta con la **dimensione** e con l'**esperienza delle imprese sui mercati esteri**;
- L'uso della misura A è più diffuso tra le micro e piccole imprese;
- L'uso della misura B non dipende dalla dimensione (se non per gli esportatori affermati).

L'impatto del voucher: i quesiti di ricerca

- La misura C del voucher è in grado di aiutare le MPMI lombarde a penetrare i mercati esteri?
 - Propensione ad esportare (probabilità che le MPMI inizino ad esportare)
- Le tre misure del voucher sono equamente in grado di migliorare la performance internazionale delle MPMI lombarde?
 - *Export intensity* (Fatturato export/fatturato totale)
- L'impatto delle diverse misure del voucher è in qualche modo condizionato dalle caratteristiche delle imprese?
 - Dimensione
 - Esperienza precedente in tema di internazionalizzazione (non esportatori, esportatori occasionali, esportatori esperti)

L'impatto del voucher: la metodologia

- Variabili di *policy* (misura C del voucher 2012)
 - Variabile dicotomica (=1 se finanziato; 0 in tutti gli altri casi)
 - Finanziamento ottenuto (in euro)
 - Numero di voucher utilizzati; numero di fiere alle quali l'impresa ha preso parte
- Campione di riferimento:
 - 1853 imprese che hanno fatto domanda per un voucher nel 2014
 - **Gruppo dei trattati:** 537 imprese che hanno fatto domanda per la misura C nel 2012
 - **Gruppo di controllo:** 1316 imprese che non hanno fatto domanda per la misura C del voucher nel 2012.
- Metodologia di stima
 - Modello *Probit* (stima della probabilità)
 - Modello (*diff-in-diff*) ad effetti fissi (impatto sull'*export-intensity*)
 - Modello *diff-in-diff*, *Tobit* con effetti casuali (analisi di robustezza)

L'impatto del voucher: efficacia della misura C

	Probabilità di esportare	<i>Export intensity</i>
Impatto medio	+ 19,5%	+ 1,5%
Micro imprese	+ 26,9%	+ 4,0%
Piccole imprese	+ 18,0%	+ 1,8%
Medie imprese	+ 9,9%	n.s.
Non esportatori	-	+5,1%
Esportatori saltuari	-	+2,7%
Esportatori affermati	-	+1,2%
Misura C1 (part. in forma singola)		+2,1%
Misura C2 (part. in forma aggregata)		n.s.
Entrambe le misure		n.s.

L'impatto del voucher:

Analisi comparata dell'efficacia delle 3 misure

	Probabilità di esportare	<i>Export intensity</i>
misura A	+1,7%	n.s.
misura B	+1,0%	n.s.
misura C	+12,7%	0,6% ←

- La **misura C** del voucher:
 - Aumenta la probabilità che una impresa inizi ad esportare (+ 12,7%)
 - Aumenta l'*export-intensity* (+ 0,6%)
- Le **misure A e B** del voucher:
 - Hanno un impatto positivo sulla propensione ad esportare

L'impatto del voucher:

Le caratteristiche delle imprese

	Misura A		Misura B		Misura C	
	Probabilità di esportare	<i>Export intensity</i>	Probabilità di esportare	<i>Export intensity</i>	Probabilità di esportare	<i>Export intensity</i>
micro imprese	+1,9%	n.s.	n.s.	n.s.	+12,0%	+1,2%
piccole imprese	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	+14,5%	+0,9%
medie imprese	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	+8,5%	n.s.
non esportatori	-	n.s.	-	n.s.	-	+1,0%
esportatori saltuari	-	n.s.	-	n.s.	-	+1,2%
esportatori affermati	-	1,3%	-	n.s.	-	n.s.

Conclusioni

Misura C strumento efficace, perché:

- Consente ad un **numero elevato di imprese** di partecipare a fiere internazionali e di avvicinarsi ai mercati esteri in modo **pro-attivo**.
- Per migliorare l'efficacia:
 - Ripensare alla modalità di partecipazione in forma aggregata
 - *Target* privilegiati: non-esportatori e micro imprese

Misure A e B potenzialmente non efficaci, perché:

- hanno finalità diverse, quindi richiedono misure di impatto diverse
- Vanno ripensate in modo da:
 - Eliminare le attuali sovrapposizioni nei servizi offerti;
 - Ampliare la gamma dei servizi fruibili attraverso la misura A