



Sostegno all'internazionalizzazione delle PMI

Selezione delle buone pratiche





Sostegno all'internazionalizzazione delle PMI

Selezione delle buone pratiche



Commissione europea
DIREZIONE GENERALE PER LE IMPRESE E L'INDUSTRIA

Né la Commissione europea, né alcuna persona che agisca per suo conto, è responsabile dell'uso che dovesse essere fatto delle informazioni che seguono. Il contenuto della pubblicazione non riflette necessariamente il parere o la posizione della Commissione europea.

***Europe Direct è un servizio a vostra disposizione per aiutarvi
a trovare le risposte ai vostri interrogativi sull'Unione europea***

**Numero verde unico (*):
00 800 6 7 8 9 10 11**

(*) Alcuni gestori di telefonia mobile non consentono l'accesso ai numeri 00 800 o non ne accettano la gratuità.

Numerose altre informazioni sull'Unione europea sono disponibili su Internet consultando il portale Europa (<http://europa.eu>).

Una scheda bibliografica figura alla fine del volume.

Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee, 2008

ISBN 92-79-03087-6

© Comunità europee, 2008

Riproduzione autorizzata con citazione della fonte.

Printed in Italy

STAMPATO SU CARTA SBIANCATA SENZA CLORO

SOMMARIO

PREFAZIONE	5
INTRODUZIONE	7
1. AUMENTO DELLA SENSIBILIZZAZIONE	9
KiVi — Kilpailukykyä viennistä ja kansainvälistymisestä: distribuzione di informazioni sui servizi e gli strumenti di internazionalizzazione	10
Centri di sviluppo imprenditoriale e tecnologico — Rete C.E.TE.DE	11
BusinessInfo.cz — Portale per le attività imprenditoriali e l'esportazione	12
2. INFORMAZIONI DI VALORE ELEVATO	13
Opportunità commerciali	14
Camere di commercio tedesche all'estero (AHK)	15
B2fair — www.b2fair.com	16
3. PROGRAMMI DI SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE	17
Programma regionale per promuovere l'esportazione e l'internazionalizzazione delle PMI	18
Programma Globaali di valutazione e sviluppo per le PMI.	
Servizio specializzato selezionato che sostiene l'internazionalizzazione delle PMI finlandesi	19
INOV Contacto	20
4. VENIRE INCONTRO ALLE ESIGENZE FINANZIARIE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE	21
Assicurazione del credito all'esportazione a breve termine	22
Piano di diritti per sostenere nuove imprese innovative e la crescita delle imprese su nuovi mercati	23
PMI e finanze transfrontaliere	24
5. PROMOZIONE DELLE RETI	25
Partnership per l'esportazione Finpro	26
Creazione di un sistema di collegamento in rete affinché le PMI promuovano le loro esportazioni	27
6. SOSTEGNO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEI SERVIZI	28
PIPEnet	29
Diffusione di servizi specializzati in strutture estere	30
7. UTILIZZAZIONE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE PER AUMENTARE LA COMPETITIVITÀ	31
«Move or stay and improve» (Delocalizzarsi o restare e migliorarsi), Uno strumento per il calcolo redditizio dell'internazionalizzazione delle PMI	32

Contratti industriali di ricerca e sviluppo (IRDC)	33
Regime di sovvenzioni per sostenere l'internazionalizzazione mediante i certificati di prodotto	34
8. SOSTEGNO INDIVIDUALIZZATO	35
First flight	36
Programma d'incubazione	37
Passport to export (passaporto per l'esportazione)	38
PIPE	39
9. ZONE DI FRONTIERA E COOPERAZIONE TRANSFRONTALIERA	40
Mercato della regione baltica	41
Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile	42
Piattaforma Econet: Cooperazione di imprese a vantaggio delle PMI austriache, ceche e slovacche nel triangolo Vienna-Brno-Bratislava	43
Rete di competenze Paesi Bassi/Renania del Nord-Westfalia INTER-NED	44



PREFAZIONE

Il presente opuscolo contiene una selezione di 27 programmi nazionali raccolti durante il progetto BEST («Supporting the internationalisation of SMEs» (Sostegno all'internazionalizzazione delle PMI). Il progetto è stato realizzato nel periodo che va dal novembre 2006 al dicembre 2007 e si è basato sui contributi di un gruppo di esperti dell'Unione europea, dello Spazio economico europeo e dei paesi candidati. Le pratiche selezionate sono state scelte tra più di 90 programmi provenienti da 23 diversi paesi che sono stati presentati dagli esperti.

Le diverse pratiche sono presentate in nove aree dedicate a temi identificati come essenziali per il processo di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese (PMI):

- 1) aumento della sensibilizzazione;
- 2) informazioni di elevato valore;
- 3) programmi di sviluppo delle risorse umane;
- 4) sostegno alle necessità finanziarie dell'internazionalizzazione;
- 5) promozione delle reti;
- 6) sostegno all'internazionalizzazione dei servizi;
- 7) utilizzazione dell'internazionalizzazione per aumentare la competitività;
- 8) sostegno individualizzato;
- 9) zone di frontiera e cooperazione transfrontaliera.

Il principale criterio utilizzato per la selezione di pratiche in ciascuna delle nove aree è stato la capacità di ciascun programma prescelto di sostenere le PMI di affrontare efficacemente uno o più dei vari problemi individuati in questo settore. La pratica doveva inoltre essere in corso di applicazione, operativa e facilmente trasferibile.



Ciò non significa che i programmi siano specifici a ciascuna area. Nella maggior parte dei casi, le pratiche riguardano un aspetto più ampio del sostegno alle PMI, non limitato all'area per la quale sono state prescelte.

Tali pratiche e molte altre presentate per questo progetto possono essere consultate nel catalogo online di buone pratiche della direzione generale per le Imprese e l'industria, disponibile al seguente indirizzo:

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/



INTRODUZIONE

Uno dei maggiori successi dell'UE è stato la creazione di un enorme mercato unico di più di 450 milioni di consumatori. Al di là dell'Europa, l'attuale ondata di globalizzazione, caratterizzata da drastiche riduzioni degli ostacoli al commercio e dei costi di trasporto, di comunicazione e di informazione, ha aperto enormi opportunità.

Tuttavia, per molte piccole e medie imprese (PMI) le frontiere nazionali rappresentano ancora un ostacolo significativo all'ampliamento delle loro attività; esse dipendono ancora in gran parte, o esclusivamente, dai rispettivi mercati nazionali. Gli attuali calcoli indicano che solamente un quinto delle PMI europee esporta e solo un 3 % delle PMI ha filiali, succursali o imprese miste all'estero. Circostanza ancora più preoccupante, **un'importante percentuale delle PMI europee non pensa neppure all'internazionalizzazione**, malgrado il fatto che le PMI sono già esposte ad un'intensa concorrenza internazionale anche all'interno dei mercati nazionali.

Gli studi hanno già dimostrato il rapporto diretto tra l'internazionalizzazione e l'aumento della redditività delle PMI. L'internazionalizzazione proattiva rafforza la crescita, aumenta la competitività e sostiene la capacità delle imprese di sopravvivere nel lungo periodo.

Malgrado i vantaggi, andare all'estero costituisce ancora un passo non facile per la maggior parte delle piccole imprese. Esse semplicemente non dispongono delle risorse e dei contatti che potrebbero informarle sull'esistenza di adeguate opportunità di affari, di possibili soci o di potenziali aperture sui mercati esteri. Inoltre, l'investimento finanziario necessario per lanciarsi nell'arena internazionale può essere un ostacolo significativo per molte PMI. Il **carattere dinamico degli ostacoli** significa peraltro che le difficoltà evolveranno con il grado di internazionalizzazione dell'impresa.

Per superare questo insieme di problemi, i governi nazionali e regionali hanno sviluppato numerosi programmi di appoggio all'internazionalizzazione delle PMI. La prima Agenzia di sviluppo del commercio è stata creata in Finlandia nel 1919 e, per molti anni, i programmi pubblici di sostegno si sono concentrati esclusivamente sulla promozione delle esportazioni mediante strumenti come i crediti di finanziamento all'esportazione, le missioni commerciali, le fiere commerciali congiunte ecc. Il carattere e il contenuto di queste **misure di sostegno all'esportazione** hanno subito un'evoluzione corrispondente alle nuove sfide e ai nuovi ambienti di attività particolarmente esigenti, ma questi programmi **rappresentano ancora più del 70 % delle misure di sostegno all'internazionalizzazione delle PMI su scala mondiale.**

Questi programmi non figurano nel presente opuscolo. Malgrado il loro predominio, la loro efficacia nel promuovere le esportazioni e il fatto che essi coprono un'importante necessità delle PMI (in particolare nel caso delle piccole imprese e delle PMI in fase di avvio), tutti i governi hanno già una grande esperienza e hanno sviluppato soluzioni identiche o quasi identiche per le loro imprese nazionali.

Ciò evidenzia il fatto che l'**internazionalizzazione non consiste solamente nell'esportazione**. Ad esempio, la cooperazione transfrontaliera, la partecipazione a reti economicamente efficaci, la ricerca di approvvigionamenti competitivi o le nuove tecnologie sono elementi importanti nell'impulso delle PMI moderne verso l'internazionalizzazione. Inoltre, **le PMI internazionalizzate combinano vari approcci che si sostengono reciprocamente nella loro strategia internazionale**.

Ciò sottolinea il fatto che **il sostegno individualizzato alle PMI è il sostegno più efficace per l'internazionalizzazione**. Ciò significa che l'impresa è analizzata nella sua globalità e viene preparato un piano individuale utilizzando una gamma di misure di sostegno che spesso vanno anche al di là dell'internazionalizzazione. È questo il caso del programma austriaco «Go international», varato dalla camera economica federale austriaca e dal governo austriaco, nell'ambito del quale, oltre al sostegno individualizzato, la prospettiva è l'internazionalizzazione di un'economia nel suo insieme (approccio olistico) che comporta la presa in considerazione di altre aree come la responsabilità sociale dell'impresa o l'innovazione. Nel caso dell'organizzazione irlandese «Enterprise Ireland», i meccanismi di sostegno sono progettati in modo da tenere conto di tutte le esigenze delle imprese, al fine di posizionarle meglio rispetto all'internazionalizzazione.

Alcuni studi hanno già rivelato forti collegamenti tra **innovazione e internazionalizzazione: entrambi questi elementi condividono un effetto positivo e causale sulla competitività**. Alcuni paesi come la Norvegia stanno già applicando misure politiche integrate, offrendo programmi che combinano innovazione e internazionalizzazione come miscela di strumenti che consentono alle imprese di aumentare la loro capacità di creare valore e la loro competitività. Questi tipi di programmi hanno l'ulteriore vantaggio di rivolgersi a quelle imprese per le quali il principale impulso verso l'internazionalizzazione è lo sforzo di migliorare l'accesso all'innovazione, all'alta tecnologia o alle conoscenze specializzate. Questi programmi offrono inoltre una migliore piattaforma per affrontare direttamente un fenomeno importante e relativamente nuovo, vale a dire le imprese internazionalizzate sin dal loro inizio («born globals»).

Il presente opuscolo intende sottolineare il fatto che **è fondamentale per l'Europa aumentare la capacità e l'effettiva internazionalizzazione delle PMI, che è molto inferiore al loro potenziale**. Oltre ad aumentare la consapevolezza delle PMI per quanto riguarda la necessità di internazionalizzarsi, le istituzioni europee, nazionali e regionali devono consentire un accesso più facile e più esteso ai loro programmi di sostegno, oltre all'accesso alle informazioni pertinenti e utilizzabili. Occorre inoltre affrontare problemi interni come la mancanza di risorse umane sufficienti e sufficientemente formate per affrontare l'internazionalizzazione e la necessità del sostegno finanziario diretto all'internazionalizzazione. Tutto ciò dovrà inoltre prendere in considerazione l'eterogeneità delle PMI, elemento che richiederà un approccio individualizzato per ciascuna impresa.

L'internazionalizzazione è divenuta la condizione di sopravvivenza delle PMI nell'attuale ambiente fortemente competitivo. Il presente opuscolo intende agevolare l'interscambio di conoscenze e la diffusione dei buoni programmi di internazionalizzazione attualmente avviati in vari paesi europei.



1. AUMENTO DELLA SENSIBILIZZAZIONE

L'Europa ha bisogno di PMI più internazionalizzate. Una quota importante delle PMI, e la maggior parte di quelle che hanno meno di 10 dipendenti, concentrano tutte le loro attività sui mercati locali e nazionali. Circostanza ancora più preoccupante, in base a studi internazionali un'elevata percentuale di PMI non ha mai preso in considerazione l'ipotesi di internazionalizzarsi.

Ampliare le proprie attività all'estero è ancora considerato non necessario o troppo costoso e rischioso. Tuttavia, l'internazionalizzazione consente di accedere a una più ampia base di clienti, a un maggior numero di fornitori o a una più intensa esposizione alle nuove tecnologie. In linea generale, l'internazionalizzazione offre un percorso per aumentare la redditività, la sopravvivenza nel lungo periodo e una maggiore competitività, elementi che costituiscono i principali vantaggi di una valida strategia d'internazionalizzazione.

Auspicare una maggiore internazionalizzazione delle PMI è importante, ma aumentare la sensibilizzazione non si riferisce solo ai vantaggi di tale internazionalizzazione, ma anche ai programmi esistenti volti a sostenere le PMI quando decidono di entrare nell'agone internazionale.

A volte questa mancanza di conoscenza dei programmi di sostegno o la confusione creata dall'esistenza di troppi regimi di sostegno che si sovrappongono fanno sì che le PMI siano disorientate al momento di concretizzare l'intenzione di internazionalizzarsi.

Ciò è particolarmente vero per le PMI più piccole che sono potenzialmente quelle che hanno maggiori bisogni in termini di sostegno. È quindi importante accompagnare i programmi con un importante sforzo di comunicazione verso le imprese cui sono destinati.

I programmi che invitano le PMI a guardare al di là delle loro frontiere nazionali per le importazioni, le esportazioni, la cooperazione ecc. con una comunicazione forte ed efficace destinata alle PMI devono essere accompagnati da sistemi di facile utilizzazione (ad esempio uno sportello unico) per raccogliere e tradurre l'interesse iniziale nei primi passi compiuti dalle PMI verso l'internazionalizzazione.

Contatti

Severi Keinälä
Consulente Senior

Internazionalizzazione
delle imprese

Tel. (358-40) 594 99 44

E-mail:
severi.keinala@ek.fi

Tuulikki Laine-Kangas
Capo progetto

Centro per l'occupazione
e lo sviluppo economico
dell'Ostro-Bothnia del Sud
Confederazione delle industrie
finlandesi EK

Tel. (358-400) 66 94 66

E-mail:
tuulikki.laine-kangas@te-keskus.fi

KiVi — Kilpailukykyä viennistä ja kansainvälistymisestä: distribuzione di informazioni sui servizi e gli strumenti di internazionalizzazione

Tema, obiettivo e zona geografica in cui è applicabile

Le PMI in Finlandia non conoscono sufficientemente la varietà dei servizi e degli strumenti di internazionalizzazione disponibili. Il progetto KiVi si propone di unire organizzazioni pubbliche, semipubbliche e private per creare piattaforme nelle quali si forniscano le informazioni e i contatti corrispondenti a questi servizi.

Breve descrizione della pratica

Il progetto KiVi è coordinato dalla Confederazione delle industrie finlandesi EK e dai Centri di occupazione e sviluppo economico (centri TE) in collaborazione con le camere di commercio e la Federazione delle imprese finlandesi. Tutte le organizzazioni nazionali e le varie organizzazioni locali che promuovono l'internazionalizzazione sono associate al progetto.

Il progetto fornisce un concetto e una piattaforma per organizzare eventi nei quali si diffondano informazioni relative ai servizi e agli strumenti di internazionalizzazione. Ogni seminario è organizzato a livello locale e, nel migliore dei casi, tutti i soggetti attivi a livello locale si integrano nella tappa di pianificazione per comprendere tutte le esperienze pertinenti relative alle necessità e alle preferenze delle imprese locali.

A livello nazionale, il progetto è coordinato da una piattaforma basata su Internet nella quale sono elencati tutti gli eventi di prossima realizzazione e sono pubblicati i programmi e le presentazioni dopo l'evento. Ciò rende la comunicazione più efficace e fornisce un servizio per tutti gli organizzatori locali. Nella stessa piattaforma è disponibile una serie di strumenti, in particolare il documento del progetto che descrive il processo e il contenuto degli eventi, un modello di programma/invito, un modulo di risposta e un foglio di lavoro Excel per analizzare le informazioni di ritorno.

Gli eventi stessi consistono in un seminario di mezza giornata o di una giornata intera nel quale le informazioni vengono distribuite sotto forma di presentazioni, casi di imprese (evidenziati), nonché la minifera, nella quale tutti i prestatori di servizi interessati hanno uno stand nella sala di accesso al seminario. Tutte le presentazioni sono pubblicate nella piattaforma nazionale affinché possano essere successivamente utilizzate.

Gruppo destinatario

In primo luogo le PMI finlandesi, ma sono benvenuti anche i rappresentanti delle grandi imprese. Il gruppo destinatario secondario comprende organizzazioni pubbliche, semipubbliche e private che promuovono l'internazionalizzazione di imprese finlandesi.

Risultati previsti o raggiunti

Il progetto intende migliorare la conoscenza dei servizi e degli strumenti finanziari disponibili per l'internazionalizzazione tra gli imprenditori e i rappresentanti delle società.

Nella prima serie di seminari, 1 379 persone hanno partecipato a 18 eventi: una media di 77 partecipanti per evento, che viene considerata molto buona per questo tipo di seminari. Analoghi livelli di partecipazione sono stati osservati durante la seconda serie di seminari.

I questionari di risposta hanno dato 4,0 punti per il contenuto; 4,1 per l'organizzazione dei locali; 3,9 per le presentazioni su una scala da 1 a 5. Nel complesso, gli eventi sono considerati molto buoni e alcune presentazioni hanno ricevuto punteggi eccellenti.

Nella riunione di risposta con le organizzazioni associate, le valutazioni sono state molto buone e il progetto è stato considerato estremamente utile e benefico; di conseguenza, è stata avviata una seconda serie di seminari.

Altre informazioni

www.ek.fi/kivi

Testimonianza

Anne Linnonmaa, amministratore delegato, Anne Linnonmaa Ltd

«Il progetto KiVi è uno strumento eccellente per avvicinare le informazioni alle imprese. È inoltre molto interessante ascoltare le esperienze di altre imprese nel loro processo di internazionalizzazione. Si generano nuove idee grazie al collegamento in rete, sia con le organizzazioni sia con le altre imprese».

Centri di sviluppo imprenditoriale e tecnologico — Rete C.E.TE.DE

Tema, obiettivo e zona geografica in cui è applicabile

Aumentare la sensibilizzazione, fornire informazioni e sostegno organizzativo per quanto riguarda le attività di esportazione di beni e servizi. La misura copre tutte le regioni e le prefetture della Grecia.

Breve descrizione della pratica

L'iniziativa è attuata dai Centri di sviluppo imprenditoriale e tecnologico (C.E.TE.DE), rete regionale di organizzazioni senza scopo di lucro coordinata e supervisionata dal segretariato generale dell'industria del ministero dello Sviluppo. I 13 centri operano nella capitale di ogni prefettura di ciascuna regione e forniscono un servizio di sportello unico per la fornitura di informazioni sull'esportazione di beni e servizi, assistenza organizzativa (consulenza) e informazioni relative alle attività volte a sostenere gli sforzi di esportazione.

Le informazioni fornite sono in generale classificate secondo unità di informazione che creano un «set di strumenti per l'esportazione».

Il centro promuove inoltre la formazione di gruppi di imprese disposte ad avviare attività di esportazione e capaci di realizzarle, al fine di partecipare ad attività comuni per la promozione dei beni e servizi prodotti nei mercati internazionali. Tutto ciò viene realizzato in coordinazione e collaborazione con il Comitato ellenico del commercio estero.

Gruppo destinatario

Principalmente le PMI, con particolare attenzione per le imprese piccole e molto piccole che non hanno sviluppato attività di esportazione, stanno iniziando a svilupparle o esportano su piccola scala in percentuale del fatturato annuo.

Risultati previsti o raggiunti

I risultati variano a seconda della prefettura. Non si dispone ancora dei risultati collettivi ufficiali.

Altre informazioni

Questa iniziativa è dinamica e flessibile. Fornisce attività decentrate in un contesto specifico ma non rigido. In ciascun centro, l'iniziativa è in grado di basarsi e di trarre utilità dai vantaggi comparativi locali. La misura è ben accolta e appoggiata da tutti i settori importanti, come il ministero dello Sviluppo, le autorità locali, le associazioni professionali, i mezzi di comunicazione e, soprattutto, le stesse PMI.

Contatti

Kottakis Ioannis

Ministero dello Sviluppo
Segretariato generale dell'industria
119, Mesogeion Avenue
GR-10192 Atene

Tel. (30-210) 696 90 33

Fax (30-210) 696 90 34

E-mail:
kottakisi@ypa.gr

BusinessInfo.cz — Portale per le attività imprenditoriali e l'esportazione

Tema, obiettivo e zona geografica in cui è applicabile

Può risultare difficile per una PMI ricercare informazioni pertinenti ed avervi accesso. Le PMI non hanno abbastanza risorse e vi sono troppi organismi statali e ONG coinvolti nella fornitura di informazioni e servizi. Non sono inoltre stati descritti programmi interconnessi o comuni a vari organismi poiché nessuna istituzione o organismo specifico era responsabile per questa categoria d'informazioni.

Il portale BusinessInfo.cz è stato progettato tenendo conto prevalentemente delle caratteristiche delle imprese ceche. Malgrado ciò, qualunque PMI estera può trovare informazioni necessarie a creare un'impresa nella Repubblica ceca.

Breve descrizione della pratica

BusinessInfo.cz è un portale ufficiale Internet per le attività imprenditoriali e l'esportazione. Si tratta di uno sportello unico la cui URL è www.businessinfo.cz. Il portale integra l'informazione di enti dell'amministrazione statale, organismi e camere e associazioni non governative, e comprende un'ampia gamma di informazioni, da quelle di facile lettura e utilizzazione a moduli elettronici abbastanza complessi.

Gruppo destinatario

Le singole PMI. Gruppo destinatario speciale: imprese di esportazione; imprese in fase di avvio.

Risultati previsti o raggiunti

Ogni anno sono quasi raddoppiati i risultati dell'anno precedente.

Numero di visitatori

2002: 6 642 al mese

2003: 20 124 al mese

2004: 34 325 al mese

2005: 60 120 al mese

2006: 146 472 al mese

Numero di utenti registrati

2002: 306

2003: 430

2004: 1 994

2005: 8 230

2006: 15 958

Soddisfazione degli utenti: superiore al 7,5 (su una scala di 10) ogni anno.

Altre informazioni

www.businessinfo.cz

Contatti

Radek Jezdik

Czechtrade

E-mail:

radek.jezdik@czechtrade.cz

Tel. (420- 224) 90 75 73

Michal Sontodino

Czechtrade

E-mail:

michal.sontodino@czechtrade.cz

Tel. (420-224) 90 75 20



2. INFORMAZIONI DI VALORE ELEVATO

Questo elemento viene citato ripetutamente in inchieste e studi sulle PMI come una delle preoccupazioni principali delle PMI potenzialmente interessate o già impegnate nel processo di internazionalizzazione. Molte imprese, in particolare le più piccole e quelle che muovono i primi passi all'estero, non hanno le risorse e le conoscenze specializzate per identificare le opportunità di affari, i soci potenziali, le prassi commerciali estere, le procedure di esportazione, la normativa di importazione, le norme e le specifiche dei prodotti, le leggi e le norme, i requisiti di commercializzazione ecc.

Per aumentare il numero delle PMI internazionalizzate, è essenziale agevolare l'accesso a questa categoria d'informazioni in modo tale che l'impresa possa minimizzare i costi e i rischi iniziali relativamente elevati del processo di internazionalizzazione. Poter disporre di queste informazioni pertinenti è fondamentale affinché il processo di adozione delle decisioni delle PMI consenta loro di pianificare una strategia di internazionalizzazione.

La fornitura alle PMI di informazioni di qualità sull'internazionalizzazione è un settore estremamente ampio. Nel presente opuscolo intendiamo sottolineare tre aspetti concreti:

- i programmi di sostegno all'abbinamento di imprese (matchmaking);
- le informazioni sui mercati esteri;
- la cooperazione transfrontaliera e la creazione di reti nell'ambito dei servizi d'informazione.

La sezione seguente presenta tre pratiche il cui obiettivo finale consiste nel fornire informazioni di elevato valore e di grande impatto che possono essere utilizzate direttamente dalle PMI partecipanti.

Programmi di sostegno all'abbinamento d'impres

Opportunità commerciali

Tema, obiettivo e zona geografica in cui è applicabile

Il programma «opportunità commerciali» è stato lanciato al fine di semplificare l'accesso degli imprenditori alle informazioni sulle nuove opportunità commerciali/di export e sui servizi di internazionalizzazione. È applicabile a qualunque area geografica della Repubblica ceca.

Breve descrizione della pratica

Le informazioni sulle opportunità di esportazione vengono individuate attraverso gli uffici esteri di CzechTrade, le ambasciate della Repubblica ceca e i moduli online del sito Internet di Czech Trade, e sono raccolte nella base di dati interna, tradotte in lingua ceca e classificate per settori pubblicandole sul sito web. Quando si riceve una richiesta più concreta e specifica di un'impresa estera, tale richiesta viene confrontata con un elenco di produttori cechi esistenti, fornendo all'impresa richiedente un elenco dei possibili fornitori.

Gruppo destinatario

PMI, imprese pronte per l'esportazione.

Risultati previsti o raggiunti

Risultati quantitativi: ogni anno sono pubblicate circa 5 000 opportunità di esportazione/ricieste di informazioni da parte delle imprese estere, 4 000 bandi di gara e 700 offerte. Si calcola che il numero di visite sul sito web oscilli tra 20 000 e 100 000 al mese. Non si dispone di informazioni aggregate sul numero di casi risolti, vale a dire di contratti firmati a partire dalle informazioni pubblicate e/o trattate, poiché tali casi sono stati seguiti solo nell'ambito di un gruppo limitato di imprese che hanno inviato risposte.

Altre informazioni

<http://www.czechtrade.cz>

<http://www.czechtradeoffices.com>

Contatti

Jana Falathova

CzechTrade — Czech Trade
Promotion Agency
Dittrichova 21
CZ-12801 Praga 28

E-mail:

jana.falathova@czechtrade.cz

Informazioni sui mercati esteri

Camere di commercio tedesche all'estero (AHK)

Tema, obiettivo e zona geografica in cui è applicabile

La rete di AHK offre servizi di informazioni e consulenza per le PMI in materia di mercati esteri su scala mondiale.

Breve descrizione della pratica

Vi sono circa 120 uffici delle camere di commercio tedesche all'estero (AuslandsHandelsKammer — AHK) in 80 paesi di tutti i continenti. Si tratta prevalentemente di istituzioni indipendenti che ricavano la maggior parte del loro reddito grazie ai servizi che forniscono alle imprese. Tali servizi comprendono le informazioni su normative d'importazione ed esportazione, dazi doganali, condizioni d'investimento all'estero, normative monetarie, opportunità di mercato e strategie di commercializzazione per le imprese tedesche. Forniscono inoltre consulenza alle imprese in loco e le aiutano a stabilire contatti d'affari internazionali. Le informazioni di base sono gratuite, le informazioni particolareggiate e la consulenza individuale specifica sono a pagamento. Questi organismi sono inoltre il primo punto di contatto e un intermediario fondamentale per le imprese del paese ospitante che intendono svolgere attività commerciali in Germania. Al tempo stesso, le AHK svolgono compiti importanti nell'interesse del governo tedesco che altrimenti dovrebbero essere realizzate dalle istituzioni statali.

I principali vantaggi sono che le PMI possono disporre di consulenze e informazioni professionali sui mercati esteri attraverso un'organizzazione locale tedesca sul posto. È pertanto possibile sostenere costantemente le PMI esportatrici dal luogo di origine. Il servizio fornito nell'ambito del commercio estero è specialmente utile per le PMI che non dispongono di propri dipartimenti che si occupano dell'esportazione.

Gruppo destinatario

Imprese tedesche esportatrici e interessate all'esportazione, in particolare PMI.

Risultati previsti o raggiunti

Le AHK intermediano circa 100 000 contatti commerciali l'anno. Sono integrate nell'economia dei rispettivi paesi ospitanti e possono offrire opportunità commerciali perfette attraverso i contatti con le imprese locali. Il fatto che circa 40 000 imprese siano membri di tali camere, due terzi dei quali sono di nazionalità diversa dalla tedesca, ne è la prova.

Dal 2002 si è venuto sviluppando il nuovo concetto di servizio «DEinternational» (www.deinternational.de). Sotto questa denominazione le AHK offrono i servizi di base in una forma più comparabile a livello mondiale e ampliano la gamma di servizi specialistici. Attraverso la cooperazione con altri soci, esse hanno inoltre ampliato la gamma dei servizi inserendo la promozione del commercio estero. I servizi di DEinternational sono diversificati, flessibili e configurati su misura in modo da soddisfare le esigenze specifiche di imprese che hanno varie dimensioni e operano in vari settori commerciali. Per le PMI tedesche, ciò significa un migliore accesso ai mercati, un migliore orientamento dei clienti ed un livello più elevato di trasparenza e di valore della rete.

Altre informazioni

<http://www.ahk.de>

Testimonianza

Jörg Fischer, Knöpfe & Fischer Fensterbau OHG, Blumberg

«In occasione di un viaggio esplorativo a Dublino e a Cork nel novembre 2005, ho ottenuto un panorama d'insieme dell'interessante mercato irlandese. La presentazione della camera di commercio all'estero di Dublino è stata professionale, precisa e direttamente applicabile. Mi piacerebbe collaborare ancora con le camere di commercio all'estero».

Contatti

Alexander Lau

Deutscher Industrie- und
Handelskammertag (DIHK)
Affari economici internazionali
Breite Strasse 29
D-10178 Berlino

Tel. (49-30) 203 08 23 10

Fax (49 30) 203 08 23 33

E-mail:

lau.alexander@berlin.dihk.de

Cooperazione transfrontaliera e creazione di reti nell'ambito dei servizi d'informazione

B2fair — www.b2fair.com

Tema, obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Il B2fair è uno strumento di sostegno nel campo della cooperazione e dell'abbinamento tra imprese. Comprende le PMI di tutta Europa ed è aperto a tutti.

Breve descrizione della pratica

La cooperazione internazionale sta acquisendo un'importanza crescente come strumento per accedere ai mercati esteri. In particolare, le fiere commerciali internazionali sono un'efficace piattaforma per gli incontri tra imprese dal momento che sia gli espositori che i visitatori sono già presenti e tali incontri, ben preparati, possono aggiungere valore a entrambe le imprese. Numerose PMI ricevono richieste di contatti imprenditoriali da parte di imprese estere.

B2fair offre la possibilità di analizzare il profilo dell'impresa, preparare gli incontri, accompagnare le PMI alle fiere commerciali e fornire loro cabine, interpreti ed altri servizi.

Questa misura è organizzata intorno a una base di dati online e a informazioni sugli eventi. Consente alle imprese europee di pubblicare i loro profili imprenditoriali su Internet e di trovare partner potenziali nelle fiere commerciali internazionali europee. Le organizzazioni imprenditoriali coinvolte (rete di soci b2fair) possono appoggiare la partecipazione. B2fair è amministrato dall'Eurospartello di Stoccarda e dall'Eurospartello di Lussemburgo ed è stato avviato dalla Commissione europea. Elenchiamo di seguito alcuni dei principali vantaggi:

- una rete internazionale comprendente più di 30 soci;
- la sostenibilità di un progetto cofinanziato dalla Commissione europea;
- un elevato indice di incontri di imprese e di soddisfazione dei clienti;
- spese di partecipazione ridotte;
- grandi effetti nel campo delle relazioni pubbliche durante una fiera commerciale internazionale.

Gruppo destinatario

Imprese nazionali ed estere di tutti i settori.

Risultati previsti o raggiunti

Circa 2 500 imprese hanno partecipato a 10 fiere commerciali internazionali come la fiera di Hannover, la ELMIA della Svezia, la Midest di Parigi, l'AMB di Stoccarda, la MSV di Brno e la HI di Herning. Sono stati organizzati più di 15 000 incontri di imprese, il 30 % dei quali è stato considerato come un buon primo incontro. I partecipanti riempiono un questionario al termine delle riunioni e un altro circa sei mesi dopo.

Altre informazioni

www.b2fair.com

E-mail: info@b2fair.com

Testimonianza

Bernhard Traube, Alfred Bolz Gerätebau GmbH, Argenbühl — Eisenharz

«b2fair ci ha consentito di ottenere alcuni contatti validi che hanno portato a concrete collaborazioni imprenditoriali. Il nostro socio slovacco ci ha visitato di recente e ricorremo a lui con grande piacere di nuovo in qualunque momento».

Contatti

Consiglio direttivo di B2fair

Jürgen Schäfer

Enterprise Europe Network
Heilbronner Strasse 43
Postfach 102155
D-70017 Stoccarda

Tel. (49-711) 165 72 80

Fax (49-711) 165 73 00

E-mail:
js@handwerk-international.de

Sabrina Sagramola

Enterprise Europe Network
7 rue Alcide de Gasperi
L-2981 Lussemburgo

Tel. (352) 42 39 39-334

Fax (352) 43 83 26

E-mail:
sabrina.sagramola@cc.lu



3. PROGRAMMI DI SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE

Le PMI sono caratterizzate dalla flessibilità e da una grande capacità di innovazione e adattamento, ma l'impegno nei mercati internazionali richiede ulteriori competenze, capacità di gestione e disponibilità nel lungo periodo di risorse umane per sviluppare una strategia di internazionalizzazione senza mettere in pericolo le attività quotidiane.

Anche se le stesse PMI a volte non lo comprendono pienamente, questo è uno dei principali ostacoli che una PMI deve affrontare quando prende in considerazione l'eventualità di internazionalizzarsi: molte PMI mancano di alcune delle competenze necessarie e, elemento ancora più importante, del tempo necessario per avviare operazioni internazionali. I programmi che sostengono il trasferimento di tali competenze alle PMI e la messa a disposizione di più risorse umane specializzate svilupperanno notevolmente la capacità delle PMI di assumere impegni di lungo periodo e di operare al di là delle frontiere. In molti casi questi programmi aiuteranno a risolvere precondizioni critiche sulla via dell'internazionalizzazione.

I programmi di assistenza di lungo periodo, la messa a disposizione di tirocinanti o di laureati con esperienza internazionale ecc., nei quali una PMI funga da tutore di un'altra, costituiscono alcuni aspetti del tema in questione. Sottolineiamo in questo contesto tre approcci diversi e complementari:

- programmi di formazione;
- programmi per le imprese;
- programmi per laureati.

Programmi di formazione

Programma regionale per promuovere l'esportazione e l'internazionalizzazione delle PMI

Tema, obiettivo e zona geografica alla quale è applicabile

Questo programma regionale intende aumentare la competitività delle PMI mediante lo sviluppo e il sostegno delle esportazioni e dell'internazionalizzazione.

Breve descrizione della pratica

Il programma si basa su un concetto sviluppato per le PMI che hanno il potenziale e le capacità di aumentare la loro competitività globale attraverso l'innovazione e l'internazionalizzazione. Si tratta di un programma di sviluppo imprenditoriale nell'ambito del quale le imprese partecipano a un processo di sviluppo per 12/14 mesi. Innovation Norway concede un sostegno finanziario alle imprese destinato a un progetto di sviluppo imprenditoriale.

Il programma è diviso in quattro fasi:

- 1) identificazione e valutazione delle necessità e delle fasi di vita delle imprese interessate, analizzando se intendono e possono trarre vantaggio dal programma e se sono pronte per la partecipazione;
- 2) analisi della capacità dell'impresa per quanto riguarda i mercati innovativi e lo sviluppo della tecnologia; questo elemento costituisce la base per i progetti relativi ai mercati e alla tecnologia che si realizzeranno durante il programma;
- 3) pianificazione: aiutare l'impresa a sviluppare un piano per il suo progetto relativo ai mercati o alla tecnologia;
- 4) esecuzione: aiutare le imprese a realizzare i loro progetti attraverso un sostegno su misura utilizzando vari servizi relativi alle competenze, alla consulenza, alla creazione di reti o al finanziamento.

Altre informazioni

Nel 1999, le contee di Sør-Trøndelag e Nord-Trøndelag hanno preso l'iniziativa di avviare un programma più intenso e più coordinato a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese regionali. Sulla base di uno studio preliminare, è stato avviato nel 2001 un programma triennale finanziato dalle contee e da Innovation Norway. Il programma è stato prorogato dopo il 2003 sulla base di una valutazione positiva dei primi tre anni. Tale programma ha creato e gestisce varie reti settoriali nelle contee. Alla fine del 2005 vi erano cinque diverse reti: ambiente, salute, energia, TIC, petrolio e gas.

Valutazione/resultati

Durante il periodo 2001-2003, più di 300 imprese hanno partecipato ad una o più attività del programma e più di 170 imprese sono state analizzate in modo approfondito. Le imprese partecipanti hanno evidenziato un aumento medio totale delle loro vendite all'esportazione del 7%. La stretta collaborazione tra la Camera regionale di commercio, le associazioni di esportazione, Innovation Norway, i consulenti privati, le istituzioni di ricerca e di istruzione, le comunità e i consigli di contea hanno generato una più elevata qualità ed un sostegno più mirato all'internazionalizzazione delle PMI.

Altre informazioni

www.innovasjon norge.no

Contatti

Christian Peter Haugen
Senior Adviser

Innovation Norway

Tel. (47) 74 13 54 00

Fax (47) 74 13 54 01

E-mail:

christian.peter.haugen@invanor.no

Programmi per le imprese

Programma Globaali di valutazione e sviluppo per le PMI. Servizio specializzato selezionato che sostiene l'internazionalizzazione delle PMI finlandesi

Tema, obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

L'obiettivo del programma di internazionalizzazione Globaali è di aiutare le PMI finlandesi ad avere successo nella concorrenza internazionale con quanto minor rischio possibile, elaborando un piano di sviluppo per l'impresa.

Breve descrizione della pratica

Globaali è un programma di valutazione e sviluppo a livello nazionale al fine di valutare lo stato di preparazione delle PMI per l'internazionalizzazione. Si tratta di un servizio specializzato con sostegno finanziario. Il programma è personalizzato per un'impresa/un prodotto ed è specifico per ciascun paese. La qualità del programma è garantita da consulenti globali formati e in possesso di elevati livelli di specializzazione nel settore dell'internazionalizzazione delle imprese. Gli obiettivi del programma di internazionalizzazione Globaali sono i seguenti:

- valutare le prospettive di internazionalizzazione di un'impresa analizzando l'attuale stato dei prodotti, dei canali di distribuzione, dei metodi di funzionamento e delle risorse;
- stabilire le motivazioni, le prospettive e le visioni dell'impresa per quanto si riferisce all'internazionalizzazione e valutare la situazione competitiva internazionale dell'impresa; lo specialista Globaali canalizzerà inoltre i vantaggi competitivi e le opportunità internazionali dell'impresa;
- elaborare un modello di internazionalizzazione per l'impresa, una strategia che garantirà il successo nel mercato di riferimento, nonché avviare un programma di internazionalizzazione in materia che esponga succintamente le aree d'investimento e di sviluppo, le misure da adottare, il personale essenziale che si incaricherà del processo, la tempistica e le risorse finanziarie.

Gruppo destinatario

PMI (secondo la definizione dell'UE) in tutti i settori, compresi i servizi. Queste PMI saranno in fase di avvio o di espansione delle loro operazioni internazionali (imprese non internazionalizzate, imprese in fase di avvio, imprese avanzate).

Risultati previsti o raggiunti

Attraverso Globaali, più di 700 imprese hanno migliorato la loro preparazione per l'internazionalizzazione. Il Centro di occupazione e sviluppo economico effettua una valutazione annua nella quale Globaali ha ottenuto una media di 8,1 nel 2005 e di 7,8 nel 2006 su una scala da 4 a 10.

Nel 2004, Net Effect Oy ha valutato il concetto di Globaali. Secondo tale valutazione, Globaali comprende una evidente necessità delle PMI finlandesi ed è di elevata qualità secondo i partecipanti che sono stati intervistati nell'ambito dello studio. Si è ritenuto che l'applicazione sia stata abbastanza flessibile e abbia offerto una classificazione chiara del potenziale delle imprese per l'internazionalizzazione.

Altre informazioni

www.te-keskus.fi

www.yrityssuomi.fi

Testimonianza

Markku Hakkarainen, Amministratore delegato di FinnKatalyt Oy

«Il programma Globaali ci ha aiutato ad analizzare e a identificare le nostre risorse e possibilità per avviare attività imprenditoriali internazionali. La consulenza ottenuta nell'ambito del programma ha evidenziato la necessità di concentrarsi su due settori imprenditoriali principali nel mercato internazionale».

Contatti

Tuulikki Laine-Kangas

Centro per l'occupazione
e lo sviluppo dell'Ostro-Bothnia
del Sud
Huhtalantie 2
FI-60220 Seinäjoki

E-mail:

tuulikki.laine-kangas@te-keskus.fi

Programmi per laureati

INOV Contacto

Tema, obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Misura strutturale economica che si propone di formare le risorse umane qualificate al fine di aiutare le imprese portoghesi a competere nell'economia globale. La misura ha portata nazionale.

Breve descrizione della pratica

Il successo competitivo delle imprese nazionali in qualunque processo di internazionalizzazione coinvolge anche un impegno alla formazione delle risorse umane. Il miglioramento delle conoscenze delle risorse umane consente lo sviluppo delle strategie di internazionalizzazione, che a sua volta promuove la competitività sostenibile. Tali elementi contribuiscono inoltre al rafforzamento delle capacità tecniche, tecnologiche e di commercializzazione, all'innovazione di prodotti e procedimenti e agli adeguamenti organizzativi necessari all'evoluzione dei mercati internazionali. INOV Contacto si propone di migliorare le conoscenze dei tirocinanti giovani e promuove la loro assunzione da parte delle imprese. Il programma ricerca e diffonde anche le informazioni strategiche, raccolte da Network Contacto. Attraverso Network Contacto, i tirocinanti hanno l'occasione di partecipare a tutti gli eventi organizzati dalla rete, di avviare dibattiti e forum e di partecipare a un interscambio di posti di lavoro. Il programma comprende:

- un corso di gestione internazionale (CGI) impartito da professori universitari e personalità del settore imprenditoriale nazionale e internazionale; tale corso combina aspetti pratici e sezioni teoriche e tematiche, offrendo una formazione nei settori della gestione internazionale e della gestione della cultura;
- il collocamento di tirocinanti per due mesi (quattro settimane nel caso della sezione tecnologica) in imprese portoghesi per prendere contatto con il funzionamento e l'organizzazione dell'impresa e per acquisire conoscenze specifiche nei settori dell'esportazione e della gestione internazionale delle imprese;
- il collocamento durante sei mesi (nove per la sezione tecnologica) in imprese all'estero per iniziare la carriera professionale internazionale e per stimolare l'acquisizione di conoscenze adeguate per l'attività economica internazionale; in molti casi, il programma facilita l'avvio di una carriera professionale all'estero o in Portogallo in imprese che ospitano tirocinanti.

Le imprese e le organizzazioni che intendono partecipare al programma internazionale di tirocini di INOV Contacto sono selezionate a seconda dell'interesse che presentano per lo sviluppo della produttività e della competitività dell'economia nazionale e delle imprese portoghesi.

Il programma è finanziato mediante incentivi concessi dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) dell'Unione europea, dal Fondo sociale europeo (FSE) e dall'amministrazione portoghese.

Gruppo destinatario

Imprese portoghesi e multinazionali con una presenza significativa in Portogallo; anche imprese estere che, anche se non sono presenti in Portogallo, abbiano una grande importanza strategica per l'economia del paese e organizzazioni multilaterali come la Banca mondiale, la Commissione europea, la Banca europea per gli investimenti ecc.

Risultati previsti o raggiunti

INOV Contacto ha ispirato nuove idee e ha suggerito di mettere a disposizione delle imprese internazionalizzate un certo numero di giovani laureati in possesso di una formazione pratica in vari paesi oltre al titolo universitario; inoltre, di creare e gestire una rete informale di conoscenze di laureati nazionali (indipendentemente dal paese di residenza) che potrebbe tenere conto della loro esperienza e delle qualifiche ottenute durante le pratiche, consigliando e diffondendo il metodo di valutazione comparativa nell'internazionalizzazione delle PMI.

Altre informazioni

www.networkcontacto.com

www.portugalglobal.pt

Contatti

Humberto Gonçalves

ICEP Portugal
Rua Direita do Viso, 120
P-4269-002 Porto

E-mail:
humberto.goncalves@icep.pt



4. VENIRE INCONTRO ALLE ESIGENZE FINANZIARIE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'internazionalizzazione impone all'impresa coinvolta sforzi supplementari. Tutte le inchieste sulle PMI segnalano il fatto che questo problema, insieme all'accesso alle «informazioni di elevato valore», è in testa all'elenco di priorità delle PMI in quanto è uno dei problemi principali che si pongono all'inizio delle operazioni internazionali.

In linea generale, le PMI non hanno conoscenze specializzate nel settore finanziario, che richiederebbero molto tempo ed energia. Tuttavia, nel caso dell'internazionalizzazione, l'aspetto finanziario è molto più di una questione di gestione del flusso di cassa o di possibilità di accesso a finanziamenti aggiuntivi. L'internazionalizzazione suppone una serie di fattori specifici come il rischio di cambio, la garanzia dei pagamenti all'estero, le difficoltà per la concessione di agevolazioni di pagamento ai clienti esteri ecc.

Finanziare l'internazionalizzazione costituisce pertanto un problema duplice: da un lato, è necessario acquisire informazioni sui nuovi problemi e sui meccanismi finanziari dell'internazionalizzazione e, d'altro lato, è necessario poter accedere ai fondi aggiuntivi necessari a finanziare le operazioni internazionali. Ottenere tali fondi suppone costi e difficoltà ulteriori a causa del maggior livello di rischio percepito dalle istituzioni finanziarie e, in alcuni casi, renderà necessario il ricorso a strumenti finanziari specifici di internazionalizzazione.

Questa sezione presenta pratiche che offrono soluzioni ad alcuni dei problemi precedentemente elencati.

Assicurazione del credito all'esportazione a breve termine

Tema, obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Questo programma contribuisce alla promozione effettiva delle esportazioni delle PMI greche, dal momento che copre fino al 95 % del valore delle esportazioni in caso di mancato pagamento per rischi commerciali o politici. Il periodo di crediti all'esportazione assicurati può raggiungere un massimo di 180 giorni. Per alcuni prodotti specifici, può essere portato ad un anno. Il programma ha copertura geografica nazionale.

Breve descrizione della pratica

Il programma è realizzato dalla Export Credit Insurance Organisation (ECIO), che incoraggia le PMI greche a incominciare a vendere all'estero garantendo i crediti all'esportazione concessi a compratori esteri. L'esportatore che intenda ottenere copertura riempie un formulario di richiesta e lo presenta all'ECIO. Se quest'ultimo approva la richiesta di assicurazione dell'esportatore, le due parti firmano una polizza di assicurazione nella quale si stabiliscono i premi in funzione dei rischi coperti, del paese di destinazione e delle condizioni di pagamento. Nel caso in cui il rischio coperto con la polizza di assicurazione si verifichi realmente, l'ECIO, su richiesta del cliente e se è trascorso il termine specificato nella polizza (da tre a nove mesi, secondo i rischi coperti), indennizza l'esportatore e assume tutti i diritti e le pretese dell'esportatore nei confronti dell'acquirente-debitore estero. Anche se l'ECIO non finanzia le esportazioni, aiuta indirettamente le PMI che incontrano difficoltà nell'ottenere finanziamenti bancari per le loro ordinazioni di esportazione, consentendo a ciascun esportatore assicurato di cedere il suo diritto all'indennizzazione a una banca o a qualunque altra istituzione finanziaria come garanzia collaterale.

Gruppo destinatario

Tutte le PMI greche esportatrici che vendono i loro prodotti o servizi all'estero con facilitazioni di pagamento. L'ECIO accetta le PMI con attività di esportazione senza alcuna limitazione quanto al volume delle loro vendite annuali all'esportazione.

Risultati previsti o raggiunti

Sono state firmate circa 2 000 polizze di assicurazione e quasi 700 PMI greche esportatrici hanno beneficiato del programma dal suo avvio nel 1988.

Altre informazioni

www.ecio.gr

Contatti

Clearchos Efstratoglou
Vicedirettore generale

Export Credit Insurance
Organisation
57, Panepistimiou Street
GR-105 64 Atene

Tel. (30-210) 331 00 17

Fax (30-210) 331 84 10

E-mail:
efstratoglou@oaep.gr

Piano di diritti per sostenere nuove imprese innovative e la crescita delle imprese su nuovi mercati

Tema, obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Questa iniziativa si propone di facilitare il finanziamento per la fase di dimostrazione del concetto di una PMI sulla base del fatturato previsto, agevolando in tal modo il periodo di avvio di qualunque attività.

Breve descrizione della pratica

Molti inventori e sviluppatori di prodotti affrontano un dilemma quando cercano finanziamenti per la fase di dimostrazione del concetto. Coloro che investono in partecipazioni azionarie, se sono investitori informali (business angels) o investitori in capitale di rischio (venture capitalists) spesso esigono una quota importante dell'impresa in considerazione del rischio che affrontano. Il finanziamento basato sul meccanismo delle royalties elimina il dilemma. Invece di vendere capitale sociale, l'inventore promette semplicemente una parte delle vendite future in cambio di un anticipo proporzionato da parte dell'investitore. La misura garantisce un accesso al finanziamento nel caso di progetti che vengono considerati eccessivamente rischiosi per ricevere un sostegno mediante prestiti. Ciò è dovuto principalmente al fatto che il ritorno sull'investimento è previsto sul lungo termine. Grazie a questo tipo di finanziamento, l'impresa pagherà all'investitore una percentuale delle vendite o degli utili lordi invece di pagare mensilmente il debito o concedere una partecipazione al capitale sociale dell'impresa. L'incentivo comprende le seguenti attività:

- sviluppo di nuovi prodotti/procedimenti;
- imprese innovative e basate sulla conoscenza in fase di avvio;
- miglioramenti significativi nei prodotti/procedimenti esistenti;
- miglioramenti significativi nella progettazione;
- imprese in fase di espansione appartenenti ai settori destinatari identificati nella strategia di Malta Enterprise;
- progetti di «dimostrazione del concetto»;
- PMI che applicano una strategia di penetrazione del mercato basata sull'internazionalizzazione.

Gruppo destinatario

Imprese che intendono sviluppare nuovi prodotti o i loro prodotti esistenti al fine di soddisfare le esigenze di un nuovo mercato.

Risultati previsti o raggiunti

Si tratta di un piano relativamente nuovo; attualmente è stato firmato un accordo sui diritti e altri accordi sono in una fase avanzata di valutazione.

Altre informazioni

www.maltaenterprise.com

Testimonianza

Peter Delia, Ricston Ltd

«Ricston Ltd fornisce consulenze, sostegno e servizi di formazione per tecnologie «open source», ed è attualmente specializzata in tecnologie dell'integrazione per le imprese. Il nostro finanziamento è privato e abbiamo richiesto a Malta Enterprise un'assistenza nel quadro del piano di finanziamento basato su royalties nel settembre 2006. I fondi messi a disposizione di Ricston mediante questo piano sono di grande aiuto per contribuire al finanziamento dello sviluppo delle nostre attrezzature e dei servizi che stiamo offrendo alle imprese a livello internazionale. Abbiamo sperimentato un'importante crescita, successo e cambiamenti in questi pochi mesi e speriamo di poter continuare a contare sul sostegno di Malta Enterprise per fronteggiare queste sfide. Il fatto che il sistema di finanziamento basato sulle royalties prevede un rimborso generato dal fatturato ha facilitato la fase di avvio della nostra attività».

Contatti

Dennis Vella
Head, Relationship Management
and Internationalisation
Department

Malta Enterprise

Tel. (356) 25 42 00 00/25 42 32 93

E-mail:
dennis.vella@maltaenterprise.com

PMI e finanze transfrontaliere

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Le informazioni sui prodotti e i temi finanziari sono frammentarie e mancano di trasparenza. Ciò costituisce un problema in particolare per le PMI che vogliono internazionalizzarsi e hanno bisogno non solo di finanziamenti, ma anche di una tabella di marcia su come prepararsi.

Il nostro obiettivo è migliorare l'accesso delle PMI alla finanza raccogliendo le informazioni disponibili e offrendole in un archivio online. A tal fine, collaboriamo con il settore privato, comprese le nostre confederazioni di banche (NVB) e di PMI (MKB-NI); il programma è quindi guidato dalla domanda. L'archivio online è utilizzabile su scala mondiale ed è diretto alle PMI olandesi e ai loro partner.

La pratica è stata avviata dal Dutch Trade Board, DTB (organismo a carattere pubblico e privato che svolge una funzione consultiva nei confronti del governo) ed è stata attuata dalla nostra agenzia per le attività imprenditoriali e di cooperazione internazionali, EVD.

Breve descrizione della pratica

L'archivio online (www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering) presenta su Internet i prodotti del settore finanziario privato, dello Stato, dell'Unione europea e delle istituzioni multilaterali. Sono compresi i prodotti specializzati come l'assicurazione del credito all'esportazione e i rating di credito internazionali, ma anche il factoring, il capitale di rischio, le abitudini di pagamento, il leasing e gli roadmap, tutti elementi che possono essere molto utili per le finanze transfrontaliere. I prodotti apparentemente omogenei sono omogeneizzati, vale a dire raggruppati e presentati in modo semplice e facile da utilizzare, con confronti per quanto riguarda le condizioni e i prezzi.

Il cliente dovrebbe trovare le informazioni quanto prima possibile. Ciò viene ottenuto utilizzando pagine brevi ma particolareggiate e «collegamenti profondi» con la pagina giusta sul sito web dei fornitori. EVD sta migliorando ulteriormente le informazioni: roadmap semplici, casi imprenditoriali e, ben presto, riferimenti a consulenti finanziari/giuridici per le PMI (revisori dei conti, avvocati) ecc.

Gruppo destinatario

Il gruppo destinatario è costituito dalle PMI olandesi che esportano, investono e partecipano alla cooperazione transfrontaliera. È formato da circa 75 000 imprese (70 000 circa delle quali esportano). La grande maggioranza (stimata all'80 %) non ha bisogno di informazioni/consulenza esterne sul finanziamento poiché può gestirla autonomamente o insieme ai clienti esteri. Il gruppo destinatario potenziale è quindi costituito da circa 15 000 PMI. La nostra esperienza è che anche i consulenti delle PMI trovano le informazioni molto utili.

Risultati previsti o raggiunti

La risposta del settore finanziario, delle camere di commercio, della confederazione delle PMI ecc. è molto positiva; Sembra che abbiamo scoperto una nicchia di mercato. Ciò è confermato:

- 1) dal fatto che EVD ha raffinato i suoi strumenti di misurazione del numero di visitatori per correggere i contatti degli agenti specializzati di ricerca (motori di ricerca), e ciò consente di ottenere un'immagine chiara del numero di visitatori unici. I risultati: circa 3 900 visitatori unici nel 2007. Si tratta di un buon risultato in rapporto con altre parti del sito web, in particolare se si tiene conto della nicchia per specialisti che copre;
- 2) dalla classificazione della pagina in Google. L'archivio comprende circa 80 pagine che nell'85 % dei casi vengono individuate nei tre primi risultati quando vengono ricercate in Google. Ciò indica l'indice di popolarità e la facilità di individuazione da parte del cliente.

Altre informazioni

<http://www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering>

Contatti

Maarten Brouwer

EVD

Juliana van Stolberglaan 148
2595 CL Den Haag, Netherlands

Tel. (31-70) 778 80 79

E-mail:

brouwer@evd.nl



5. PROMOZIONE DELLE RETI

Per loro stessa natura, le reti agevolano l'interazione tra varie imprese e organizzazioni che condividono obiettivi e interessi comuni e rappresentano una fonte di sinergie vantaggiose: la condivisione delle spese, un accesso migliore o più rapido alle nuove tecnologie, un maggiore accesso a potenziali soci ecc.

È questo il motivo per cui gli esperti e gli studi concordano nell'indicare le reti come uno degli strumenti che maggiormente favoriscono un'attività internazionale coronata da successo e per i cui i governi e le organizzazioni imprenditoriali partecipano alla loro promozione e al loro sostegno.

Il carattere della rete può essere vario e coinvolgere sia le PMI che le grandi imprese, vari settori e anche varie aree regionali e nazionali, a seconda del centro d'interesse primario della rete. Uno dei vantaggi essenziali delle reti è il basso costo per i partecipanti rispetto ai vantaggi offerti.

I rapporti creati all'interno o attraverso le reti sono stati tradizionalmente uno strumento chiave per aiutare le PMI ad ampliare le loro attività all'estero e uno strumento eccellente per ottenere tecnologie e conoscenze specializzate.

In questa sezione presentiamo due pratiche il cui obiettivo principale consiste nel promuovere l'interazione dei partecipanti che ricercano obiettivi di sostegno comune.

Partnership per l'esportazione Finpro

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

La partnership per l'esportazione Finpro è uno strumento di accesso al mercato per gruppi di PMI che utilizza le sinergie tra le imprese partecipanti. Possono partecipare imprese con sede in Finlandia, ma il mercato di interesse può trovarsi in qualunque paese.

Breve descrizione della pratica

Si tratta di un progetto di cooperazione di PMI, che si dirigono insieme verso uno o più mercati di interesse selezionati, nell'ambito del quale un minimo di quattro imprese costituiscono un'offerta basata sulla sinergia. Finpro recluterà per il gruppo un manager esterno per le esportazioni che opererà come risorsa aggiuntiva per le imprese e offrirà una presenza locale sul mercato d'interesse, oltre che all'interno della sua rete. Il manager delle esportazioni può anche essere basato in Finlandia, se le modalità di funzionamento lo consentono. Le imprese partecipanti svolgono un ruolo attivo nel progetto. Anche il modo di lavorare offre loro un'eccellente opportunità di apprendimento e di crescita. La descrizione delle funzioni di manager delle esportazioni può essere configurata sulla base delle necessità delle imprese. Essa consiste fondamentalmente nell'apertura di accessi, nello studio di mercati, nella ricerca di soci e nella consulenza. Finpro s'incarica della gestione del progetto e gestisce annualmente circa 30 associazioni per l'esportazione verso vari mercati d'interesse e vari settori industriali. La durata massima dell'aiuto ufficiale è di tre anni e mezzo. Tuttavia, l'impegno e il finanziamento sono sempre per un anno alla volta. Nella prima fase è possibile realizzare un periodo preparatorio di sei mesi.

Gruppo destinatario

PMI finlandesi, in particolare le imprese in via di espansione. Possono partecipare anche imprese più grandi.

Risultati previsti o raggiunti

Il modo di lavorare induce le imprese ad aumentare la loro comprensione del commercio internazionale e le aiuta a valutare la loro competitività e a elaborare le strategie di internazionalizzazione. Si spera anche che esso stimoli le attività imprenditoriali a un livello tangibile: ricerca di soci e distributori, creazione di rapporti di subappalto o avvio di proprie attività nel mercato d'interesse. Finpro ha gestito partnership di esportazione sin dai primi anni novanta con circa 1 200 imprese partecipanti. Secondo un'inchiesta effettuata nel 2005 per la Turku School of Economics, un'evidente maggioranza di imprese considera significativo l'impatto della partnership per l'esportazione.

Altre informazioni

www.finpro.fi

Contatti

Silva Paananen

Finpro, Region Finland
PO Box 358
FI-00180 Helsinki

Tel. (358) 204 69 51

E-mail:

silva.paananen@finpro.fi

Creazione di un sistema di collegamento in rete affinché le PMI promuovano le loro esportazioni

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

La presente iniziativa, ubicata nella regione transdanubiana occidentale, una delle più sviluppate dell'Ungheria, intende promuovere la creazione di reti imprenditoriali di PMI con l'obiettivo finale di sostenere l'aumento delle esportazioni. La creazione, il rapporto e l'interscambio di conoscenze e di esperienze sono i principali strumenti di questo programma.

Breve descrizione della pratica

Il programma di creazione di un sistema di collegamento in rete affinché le PMI promuovano le loro esportazioni è un programma ben noto in Ungheria dal 2003 e la regione transdanubiana occidentale è la terza nella quale è stato avviato. Il programma si concentra sulla formazione per lo sviluppo delle conoscenze imprenditoriali al fine di incidere sulle attività transfrontaliere delle PMI.

I motivi per creare questo evento periodico di collegamento in rete per le PMI consiste nel promuovere l'interscambio ed ampliare le conoscenze e le pratiche imprenditoriali in grado di generare un cambiamento nei comportamenti delle PMI e di creare le basi per lo sviluppo delle esportazioni nel mercato unico con possibile ampliamento a paesi terzi.

La pratica combina l'apprendimento, il collegamento in rete e la creazione di alleanze con l'obiettivo operativo di aumentare il volume di affari e le esportazioni dei partecipanti. Il progetto comprende tre fasi:

- 1) selezione delle PMI attive nella regione per creare un gruppo di 25-30 imprenditori e prima consultazione sulle loro intenzioni e sugli obiettivi in rapporto con la collaborazione; selezione di grandi imprese/mentori che possano aiutare le PMI: persone con notevole esperienza nello sviluppo e nella gestione delle esportazioni;
- 2) formazione di una squadra tra le PMI e le grandi imprese mediante azioni di formazione, seminari e scambi di esperienze per un mese;
- 3) consultazione in seminari per un mese durante un anno per aumentare le conoscenze professionali nel settore della gestione delle PMI e creare un rapporto tra i partecipanti. I seminari sono diretti da consulenti che possono essere dirigenti di grandi imprese o esperti del ministero dell'Economia e dei Trasporti. Le relazioni sono presentate da esperti del ministero, delle camere dell'industria e commercio, degli Eurosportelli (EIC) e anche da esperti dell'Agenzia ungherese per gli investimenti e lo sviluppo del commercio. Il tema del seminario mensile può essere selezionato dalla squadra delle PMI. Il ministero dell'Economia e dei trasporti e le camere regionali dell'industria e del commercio offrono congiuntamente assistenza finanziaria. Queste sessioni danno alle PMI la possibilità di creare rapporti di collaborazione, in particolare in termini di esportazioni comuni verso mercati terzi.

Gruppo destinatario

PMI con più di 10 dipendenti e un fatturato annuo di 150 000 euro. Le PMI selezionate non possono essere imprese internazionali ma devono essere in grado di sviluppare una presenza internazionale e/o di essere subappaltatori o avere il potenziale per esserlo.

Risultati previsti o raggiunti

Migliorare le conoscenze imprenditoriali e di gestione moderna delle PMI e aumentare al tempo stesso la capacità delle PMI locali di esportare attraverso l'interscambio di esperienze, la creazione di reti e di rapporti tra le PMI e le grandi imprese e tra le PMI tra loro.

Altre informazioni

www.gkm.hu

www.itd.hu

www.plato.hu

www.mkik.hu

Contatti

Julia Zeiler
Consulente capo, dipartimento
Sviluppo dell'ambiente
commerciale

Ministero dell'Economia
e dei trasporti
Margit körút. 85
H-1024 Budapest

Tel. (36-1) 336 77 06

Fax (36-1) 336 74 26

E-mail:
zeiler.julianna@gkm.gov.hu



6. SOSTEGNO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEI SERVIZI

Malgrado il fatto che più di tre quarti del prodotto nazionale lordo europeo siano creati dai servizi, la maggior parte dei programmi di sostegno all'internazionalizzazione si concentrano esplicitamente o salvo indicazione contraria sui prodotti.

È evidente che i servizi presentano alcune particolarità che li distinguono dai prodotti e possono rendere più difficile l'internazionalizzazione; tuttavia vi è un'evidente carenza di programmi incentrati specificamente sul sostegno ai servizi. Ciò può spiegarsi in parte con la mancanza di esperienza e di conoscenze specialistiche della maggior parte degli organismi di sviluppo del commercio per quanto riguarda il sostegno all'internazionalizzazione dei servizi.

In questo ambito peraltro vi è il maggior potenziale di crescita e l'intervento potrebbe ottenere maggiori benefici per euro investito: il commercio dei servizi sta crescendo sostanzialmente in modo più rapido del commercio dei prodotti negli ultimi anni e questa tendenza continuerà in futuro.

A livello europeo, l'applicazione integrale della direttiva sui servizi nel 2009 aumenterà il numero di opportunità e di concorrenti nel prossimo futuro.

Nella seguente sezione presentiamo due pratiche che sostengono l'esportazione dei servizi e che possono ispirare lo sviluppo di programmi analoghi o complementari per appoggiare l'internazionalizzazione dei servizi.

PIPEnet

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Promuovere le strategie di attività imprenditoriali internazionali per ciascuna impresa utilizzando servizi personalizzati di consulenza e gli strumenti tecnologici più appropriati. PIPEnet ottimizza le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) per le PMI partecipanti. Lo strumento copre l'intero territorio spagnolo.

Breve descrizione della pratica

La misura è stata sviluppata ed è diretta dall'Istituto Español de Comercio Exterior (Istituto spagnolo del commercio estero) con il sostegno finanziario della Commissione europea (cofinanziamento). Fornisce un piano strategico alle imprese strutturato mediante riunioni con l'impresa realizzate da un servizio di consulenza. Il piano comprende due progetti di ricerca: il primo fa riferimento alla situazione delle nuove tecnologie nei paesi destinatari e il secondo ad imprese di riferimento nel settore di Internet. Contempla inoltre le necessità dell'impresa relative alle tecnologie, al bilancio e al personale.

Durante il primo anno dopo la consegna della documentazione finale, il servizio di consulenza è a disposizione delle PMI per offrire assistenza tecnica in rapporto con il piano.

Le imprese partecipanti pagano solamente il 20 % del costo del servizio di consulenza personalizzato e l'ICEX finanzia l'80 % del costo restante, sino a un totale di 6 000 euro.

Gruppo destinatario

Tutti i settori, compresi i servizi, e imprese di tutte le regioni spagnole. Solo per le PMI che esportano meno del 30 % del fatturato.

Risultati previsti o raggiunti

In poco più di due anni di funzionamento di PIPEnet, circa 1 500 imprese hanno completato la riunione iniziale di consulenza con un esperto e più di 300 hanno realizzato la totalità del programma di consulenza.

Altre informazioni

www.portalpipe.com

Testimonianza

Julio Gabriel Esteban, direttore delle esportazioni, NIKAI

«Eravamo consapevoli delle possibilità di Internet ma non conoscevano i modi di realizzazione (...). È un attivo per acquisire efficienza, aiutando la rete commerciale, costruendo un marchio forte e distinguendosi infine dai concorrenti».

CREYCONFÉ, Madrid

«È stata un'esperienza importante per l'impresa. Ci aiuterà a trarre vantaggio da Internet in modo più efficiente (...). Stiamo attualmente migliorando il nostro sito Internet con un nuovo contenuto. In un prossimo futuro stiamo pianificando la creazione di strumenti B2B».

Contatti

Mar Castro

Direttore del dipartimento
Iniziazione alle esportazioni
e nuovi progetti

ICEX — Istituto spagnolo
per il Commercio estero
Paseo de la Castellana, 18
5ª planta
E-28046 Madrid

Tel. (34) 913 49 63 35

Fax (34) 913 49 06 86

E-mail:
mar.castro@icex.es

Diffusione di servizi specializzati in strutture estere

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Creazione di una rete di contatti professionali all'estero, fondamentalmente organizzazioni di sostegno alle PMI, per individuare in modo più efficace le richieste delle PMI europee relative a progetti di internazionalizzazione. Questo strumento è applicabile in tutta Italia.

Breve descrizione della pratica

I risultati hanno dimostrato che, creando questa importante rete di esperti, si promuove la tendenza ad esportare servizi orientati al cliente e si trasferiscono nuovi modelli, suggerimenti e buone prassi degli altri partner del gruppo.

Le competenze del gruppo collegato in rete hanno aumentato la qualità dei servizi ed hanno orientato gli sforzi verso una maggiore soddisfazione dei clienti. Inoltre, la metodologia di internazionalizzazione ha formato il personale di ciascun partner della rete.

Gruppo destinatario

Organizzazioni qualificate, camere di commercio nazionali o locali, uffici dell'Istituto nazionale per il commercio estero, Enterprise Europe Network, esperti locali, società private di consulenza e associazioni la cui missione è di fornire servizi specializzati alle PMI.

Risultati previsti o raggiunti

Negli ultimi quattro anni, i servizi operativi sono stati spesso copiati da altre camere/strutture nazionali ed estere e ciò ha prodotto un'esportazione/internazionalizzazione dei servizi.

Attualmente, questa rete di esperti è composta da 9 uffici diretti all'estero, 19 camere italiane di commercio e 13 consulenti qualificati in vari settori dei mercati di interesse, più una parte di Enterprise Europe Network.

Altre informazioni

Una volta l'anno, i partner esteri che partecipano ai servizi (uffici diretti, esperti locali, società private di consulenza, camere di commercio, eurosportelli ecc.) si riuniscono in un congresso. Questa opportunità viene utilizzata per discutere nuovi sistemi per la realizzazione di servizi a favore delle PMI.

Altre informazioni

www.promofirenze.com

Testimonianza

Beatrice Tenca, segretario generale della camera di commercio e industria italo-polacca

«...come risultato dalla collaborazione con Promofirenze, e sviluppando servizi previsti nell'ambito dei servizi specializzati per l'internazionalizzazione, abbiamo assistito varie imprese italiane a introdursi in modo stabile nel mercato. Il successo di questo servizio di assistenza ci ha permesso di ottenere buoni risultati per le nostre imprese e di ampliare su scala europea l'approccio dei «servizi su misura», sempre più utile per offrire servizi personalizzati».

Contatti

Gianpaolo Gansi
Direttore commerciale
di Promofirenze

Agenzia speciale della camera di
commercio e industria di Firenze
Enterprise Europe Network
Via Por S. Maria
Palazzo Borsa Merci
I-50122 Firenze

Tel. (39) 05 52 67 16 48

Fax (39) 05 52 67 14 04

E-mail:
gianpaolo.gansi@promofirenze.com



7. UTILIZZAZIONE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE PER AUMENTARE LA COMPETITIVITÀ

Recenti studi hanno provato in modo incontrovertibile che le PMI internazionalizzate ottengono migliori risultati delle imprese che non lo sono; ciò dimostra un rapporto diretto tra internazionalizzazione e competitività. Questi studi tendevano in generale a concepire l'internazionalizzazione solo dal punto di vista delle esportazioni, ma anche altre forme di internazionalizzazione possono risultare strumenti molto validi per aumentare la competitività dell'economia locale.

Aiutare le imprese ad esternalizzare alcune attività di basso valore o non fondamentali o aiutarle a trovare altri fornitori a prezzi più convenienti non significherà solamente ottenere una posizione competitiva più favorevole per l'impresa ma anche garantire la vitalità nel lungo termine dell'impresa e dei suoi posti di lavoro nell'economia locale. Questo aspetto acquisirà sempre maggiore importanza con il progresso della globalizzazione.

Altre forme di sostegno potrebbero consistere nel ricercare e facilitare l'importazione di tecnologia estera o di esperti esteri o ancora in politiche generali che si concentrino direttamente e specificamente sullo sviluppo della competitività delle imprese locali. Ciò potrebbe fornire soluzioni valide in particolare in quei settori o regioni in cui vi è un ambiente estremamente competitivo.

Ciò presuppone una sostanziale rottura rispetto alle attività e all'ambito di azione tradizionali della maggior parte delle autorità e degli organismi di promozione del commercio, alcuni dei quali, tuttavia, stanno iniziando a concentrarsi su questo aspetto e ad individuare possibili vie di sviluppo. In questa sezione si presentano tre casi di questo tipo.

«Move or stay and improve» (Delocalizzarsi o restare e migliorarsi) — uno strumento per il calcolo redditizio dell'internazionalizzazione delle PMI

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Questo strumento intende dare alle PMI informazioni più particolareggiate su variabili che vanno al di là del semplice costo della manodopera negli altri paesi, al fine di adottare decisioni più sicure nelle attività imprenditoriali internazionali. Le imprese manifatturiere di tutta la Svezia hanno utilizzato questo strumento di calcolo in combinazione con i servizi di consulenza.

Breve descrizione

«Move or stay and improve» è stato creato dall'agenzia di sviluppo ALMI e 35 consulenti sono stati formati sull'utilizzazione dello strumento. Si tratta di uno strumento elettronico nell'ambito del quale i documenti fondamentali sono costituiti dalla relazione sui risultati e dal bilancio delle PMI. Si inseriscono le cifre corrispondenti a 18 fattori diversi per comparare la situazione in 10 paesi differenti. Nel calcolo è possibile vedere come cambieranno le entrate dell'impresa se si trasferiranno le attività imprenditoriali in vari paesi. Si sta attualmente sviluppando lo strumento per simulare varie attività di miglioramento se l'impresa sceglie di restare nel paese e vedere quale effetto queste attività dovrebbero avere sul reddito dell'impresa. Le cifre all'interno dello strumento sono aggiornate ogni anno.

Questo strumento fa sì che le imprese lavorino con la loro produttività invece di trasferire la produzione, e ciò rafforza la dimensione europea poiché si incitano le imprese a pensare alle modalità di cooperazione con imprese europee invece di concentrarsi sulla produzione in Asia.

Gruppo destinatario

PMI che intendono trasferire le proprie attività al di fuori della Svezia o imprese che intendano verificare la propria competitività internazionale.

Risultati previsti o raggiunti

Un totale di 104 imprese ha utilizzato lo strumento informatico per valutare se avrebbero guadagnato o perso trasferendo la produzione. Di queste 104 imprese, 52 hanno scelto di rendere la loro produzione più efficiente e 12 hanno scelto di trasferire la totalità o una parte della loro produzione all'estero. Quaranta imprese hanno utilizzato lo strumento per fini diversi come l'analisi della concorrenza o l'analisi della redditività o semplicemente come documento di lavoro per discussioni strategiche interne.

128 eventi in totale sono stati realizzati al fine di informare le persone sul funzionamento dello strumento.

Testimonianze

«Disponiamo attualmente di un'eccellente base di decisione per passare alla tappa successiva del nostro sviluppo».

«Dovrebbe trattarsi di uno strumento utile per numerose imprese anche se non prevedono di delocalizzare la loro produzione».

Contatti

Bjorn Olanders

Persona responsabile presso
l'agenzia di sviluppo ALMI

E-mail:
bjorn.olanders@almi.se

Ulla Rolf

Esperto di internazionalizzazione
delle PMI

Enterprise Europe Network ALMI
Box 1501
S-351 15 Växjö

E-mail:
ulla.rolf@almi.se

Contratti industriali di ricerca e sviluppo (IRDC)

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Questo programma si propone di stimolare e di rafforzare la capacità dei piccoli e medi fornitori di eseguire, orientandosi sul mercato, attività di ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e di servizi innovativi in stretta collaborazione con un cliente esigente. Considerando che l'attività estera in termini di collaborazione in materia d'innovazione genera uno sforzo d'innovazione più elevato, le imprese estere sono particolarmente ben accolte quali partner.

Breve descrizione

La comunità internazionale è sempre più consapevole oggi del grande potenziale di affari che può generare la stretta collaborazione tra un fornitore e un grande cliente esigente che abbia un interesse comune nello sviluppo di un nuovo prodotto o servizio unico.

Un contratto industriale di ricerca e sviluppo (IRDC) è un impegno vincolante tra due o più imprese che intendono cooperare allo sviluppo di un nuovo prodotto, procedimento o servizio all'avanguardia. Il cliente dev'essere un leader di mercato, professionalmente riconosciuto, e avere un importante accesso al mercato. Le parti definiranno autonomamente il contenuto in modo da trarre il massimo profitto da un regime di assistenza. Un contratto IRDC può essere concesso solo per progetti aventi un eccezionale livello di innovazione e di creazione di valore, un potenziale di mercato chiaramente definito e un'elevata addizionalità.

Le imprese sono invitate a riempire e a inviare una domanda ufficiale a Innovation Norway. In un progetto IRDC una parte, definita «fornitore», deve generalmente essere classificata come piccola impresa di sviluppo (PMI). Se un'impresa risponde a questi criteri, può essere concesso un contratto per un massimo del 35 % dei costi finanziabili. Se il fornitore non è una PMI, è finanziabile un massimo del 25 % dei costi del progetto.

Gruppo destinatario

PMI che dispongono di una clientela nazionale o estera.

Risultati previsti o raggiunti

Una valutazione eseguita nel 2007, sulla base di più di 1 200 progetti finanziati nel corso del periodo 1995-2005, ha mostrato che il 44 % dei progetti erano commercialmente riusciti. Solo il 12 % dei progetti è fallito. Le imprese che dispongono di un personale ben formato, di una strategia d'innovazione e di partner internazionali sono quelle che hanno avuto i maggiori successi. I progetti hanno generato un importante fatturato ed esportazioni equivalenti almeno alle sovvenzioni totali nel corso degli ultimi 10 anni (più di 1,4 miliardi NOK nel 1995-2005). Gli IRDC sono considerati come uno dei più riusciti regimi di assistenza di Innovation Norway in grado di incoraggiare simultaneamente l'innovazione e l'internazionalizzazione.

Altre informazioni

www.innovasjon Norge.no

Contatti

Per Niederbach
Direttore

Innovation Norway

E-mail:
per.niederbach@invanor.no

Tel. (47) 22 00 25 00

Fax (47) 22 00 25 01

Regime di sovvenzioni per sostenere l'internazionalizzazione mediante i certificati di prodotto

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Il regime è stato introdotto in seguito all'invio alle imprese esportatrici di un questionario le cui risposte hanno rivelato che i certificati di prodotto possono costituire un vero e proprio ostacolo alla penetrazione di un nuovo mercato. Ciò si applica in particolare ai paesi come la Russia, la Bielorussia e l'Ucraina, mercati di esportazione tradizionali per le imprese polacche.

Breve descrizione

L'impresa può chiedere una sovvenzione che copre il 50 % del costo necessario ad ottenere un certificato di prodotto che è richiesto dalle regolamentazioni del mercato d'esportazione di interesse. Ciò non comprende i certificati richiesti dalle regolamentazioni del mercato unico o i certificati di trasformazione.

L'impresa deve finanziare il prezzo completo del processo prima di essere sostenuta mediante una sovvenzione. La sovvenzione copre solo il 50 % dei costi del processo di certificazione. Dopo la firma della convenzione di sovvenzione e l'esecuzione dell'intera procedura di preparazione e di ottenimento del certificato, l'impresa recupera il 50 % del totale della fattura che gli è rimborsato dal ministero. Il livello di sostegno si limita a circa 13 000 euro per impresa all'anno e si basa sulla regola *de minimis* di concessione di aiuto pubblico dell'Unione europea.

I seguenti costi, collegati all'ottenimento di un certificato o all'estensione della sua validità, sono coperti nell'ambito del regime:

- consulenza collegata all'ottenimento del certificato;
- preparazione e traduzione dei documenti tecnici necessari da parte dell'organismo certificatore;
- trasporto e assicurazione di campioni di documenti tecnici inviati all'organismo certificatore;
- procedura di certificazione;
- ottenimento ed emissione del certificato.

Gruppo destinatario

PMI che intendono investire in nuovi mercati per i loro prodotti quando questi mercati richiedono specifici certificati di prodotto.

Risultati previsti o raggiunti

Numero di convenzioni di sovvenzione firmate: 370 dal 2002.

Contatti

Igor J. Mitrocuk
Dipartimento Strumenti
di sostegno

Ministero dell'Economia
Pl. Trzech Krzyży 3/5
PL-00-507 Varsavia

Tel. (48-22) 693 53 44

E-mail:
igor.mitrocuk@mg.gov.pl



8. SOSTEGNO INDIVIDUALIZZATO

Numerosi programmi d'internazionalizzazione sono «specifici rispetto al bisogno o all'evento». In altre parole, essi offrono assistenza o risolvono un problema molto specifico collegato all'internazionalizzazione come l'aiuto alla partecipazione delle imprese locali ad esposizioni estere. Molti di essi consistono fondamentalmente in una sovvenzione comprendente la clausola esclusiva di sostegno finanziario. In molti casi, l'aiuto non è segmentato ed è molto raramente adeguato alle esigenze specifiche del destinatario.

Orbene, le PMI si presentano in strutture e settori molto diversi con problemi prevalentemente individuali. E soprattutto esse possono trovarsi in fasi diverse dell'internazionalizzazione e quindi mostrare diversi bisogni, sfide e rischi. I programmi di sostegno dell'internazionalizzazione dovrebbero essere adeguati alla realtà individuale di ciascuna PMI e offrire un «percorso d'internazionalizzazione» per ciascuna PMI partecipante.

Questo tipo di programma implica in generale un impegno a lungo termine che può a volte estendersi oltre l'anno. Malgrado ciò, o forse a causa di ciò, gli studi effettuati presso le PMI rivelano che i livelli di soddisfazione e di efficacia di questi programmi sono alquanto elevati e migliorano notevolmente la possibilità che le PMI siano in grado di partecipare, traendone vantaggio, all'internazionalizzazione a lungo termine.

Questo aiuto individuale è prezioso per le imprese che intendono internazionalizzarsi per la prima volta. Questi programmi tendono ad iniziare con un'analisi completa e strategica dell'impresa nella quale la PMI è percepita come insieme, per poi affrontare le questioni individuali che possono imporsi per lo sviluppo di una strategia di internazionalizzazione sostenibile di lungo periodo.

Molte organizzazioni europee offrono già questi programmi consolidati e integrati di internazionalizzazione per le PMI (incentrati di solito sull'esportazione). Quattro programmi di questo tipo sono presentati qui di seguito.

First flight

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

«First flight» (primo volo) si propone di assistere le imprese, attraverso la valutazione e lo sviluppo delle capacità principali, a gestire i rischi, i tempi e le spese associati all'internazionalizzazione.

Breve descrizione della pratica

«First flight» è un processo concepito per aiutare i clienti in rapporto alle loro esigenze di sviluppo internazionale, considerando che lo sviluppo di nuovi mercati è un aspetto essenziale dello sviluppo delle attività commerciali particolarmente gravoso in termini di costi e di tempo. «First flight» aiuta la direzione dell'impresa a strutturare il processo di pianificazione in un ordine sistematico e coerente presentando l'ampia gamma di questioni da prendere in considerazione.

Un questionario valuta la società nei seguenti settori ed è riempito dalla società con l'aiuto di un consulente in sviluppo (DA): panorama generale dell'impresa, prestazioni dell'impresa, risorse di direzione, conoscenza del mercato, studio degli investimenti, bilanci e finanziamento.

Un piano d'azione è successivamente sviluppato con l'impresa e può basarsi su un'ampia gamma di aiuti messi a disposizione da Enterprise Ireland (EI), in particolare:

- l'accesso all'offerta di servizi EI proveniente dalla rete estera, ad esempio la ricerca di mercato;
- lo sviluppo della capacità di gestione mediante la partecipazione a vari programmi di formazione;
- l'accesso a «reti di tutori» in settori identificati, ad esempio la pianificazione finanziaria, lo sviluppo di mercato ecc.;
- la partecipazione alle missioni commerciali;
- eventualmente l'inserimento di personale di particolare importanza (con le attitudini richieste).

Gruppo destinatario

«First flight» è un servizio offerto da Enterprise Ireland destinato specificamente alle nuove imprese esportatrici o agli esportatori in fase di avvio (esportazioni inferiori ai 30 000 euro).

Risultati previsti o raggiunti

«First flight» fornisce informazioni molto valide ed utili che le PMI partecipanti possono utilizzare direttamente. Il processo è gestito in modo da ridurre il rischio per l'impresa ed è configurato su misura in funzione delle esigenze dell'impresa stessa. «First flight» è il primo passo verso una strategia di internazionalizzazione e di esportazione di lungo periodo.

Altre informazioni

www.enterprise-ireland.com

Contatti

Neil Cooney

Policy Division
Enterprise Ireland
Glasnevin, Dublin 9
Ireland

Tel. (353-1) 808 20 00

Fax (353-1) 808 20 20

E-mail:

neil.cooney@enterprise-ireland.com

Programma d'incubazione

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Questo programma costituisce un approccio innovativo alle esigenze delle PMI che inizia con un contatto diretto con le imprese nel quadro di una «campagna di ascolto» e prosegue con una proposta di ripartizione dei rischi e dei successi. Questa misura è applicabile nell'intero territorio italiano.

Breve descrizione

Il Servizio di assistenza specialistica (SAS) intende fornire un'assistenza interamente personalizzata in funzione delle esigenze del cliente: ricerca di clienti, selezione di partner, analisi del mercato e analisi della competitività.

Il Servizio d'incubazione per l'internazionalizzazione (SIPI) intende aiutare le PMI che non hanno la possibilità di affrontare la sfida dell'internazionalizzazione.

I servizi offrono di ripartire i rischi e i successi. In particolare, essi intendono fungere da «incubatori temporanei», sviluppando le vendite delle imprese sul mercato d'interesse.

È stato concluso un accordo di cooperazione con le associazioni nazionali dei dirigenti al fine di formare esperti/tutori in possesso di una buona formazione.

Gruppo destinatario

Gli utilizzatori più frequenti sono le piccole imprese e le microimprese, senza limitazioni di settore, di dimensione o di fatturato.

Risultati previsti o raggiunti

Dall'avvio dei servizi, 261 imprese hanno beneficiato di un'assistenza all'internazionalizzazione: 249 mediante SAS, 10 mediante SIPI e due associazioni di dirigenti assistite.

Altre informazioni

www.promofirenze.com

Testimonianza

Barbara Calvani, direttrice delle esportazioni, Centerglass Line, spa

«...in seguito ad una missione commerciale a Casablanca, organizzata con l'aiuto dei servizi di internazionalizzazione specializzati, Centerglass Line sta creando un'impresa con operatori marocchini e vende i suoi prodotti su quel mercato. Sono stata molto soddisfatta del personale dei servizi specializzati e spero che questa collaborazione potrà continuare».

Contatto

Gianpaolo Gansi
Direttore commerciale
di Promofirenze

Agenzia speciale della Camera
del commercio e dell'industria
di Firenze
Enterprise Europe Network
Via Por S. Maria
Palazzo Borsa Merci
I-50122 Firenze

Tel. (39) 05 52 67 16 48

Fax (39) 05 52 67 14 04

E-mail:
gianpaolo.gansi@promofirenze.com

Passport to export (passaporto per l'esportazione)

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Il programma è stato introdotto in seguito a raccomandazioni espresse nell'ambito della ricerca commissionata da UK Trade and Investment (UKTI) al fine di identificare le lacune della nostra assistenza alle PMI «novizie nel settore dell'esportazione». Questa pratica si applica all'Inghilterra.

Breve descrizione

Il «Passport to export» (passaporto per l'esportazione) è rilasciato a livello locale da consulenti in commercio internazionale (ITA) in possesso di un'esperienza del settore privato, con base nelle regioni inglesi. Il suo rilascio varia da una regione all'altra ma comprende una diagnosi basata sulle TI che stabilisce i principali punti deboli associati al commercio di una società, consulenze specifiche su misura provenienti da ITA, un piano d'azione concordato elaborato sulla base della diagnosi, un aiuto alla formazione e alla consulenza su misura in funzione delle esigenze e un'assistenza alla preparazione delle visite del mercato. Tali elementi comprendono consulenze gratuite offerte da non meno di tre uffici UKTI oltremare e consulenze su altri servizi UKTI ove necessario. È anche disponibile un piccolo numero di finanziamenti conformi alle esigenze dell'impresa per attività concordate nel piano d'azione. Ciò può comprendere, ove opportuno, servizi non governativi.

Per garantire la qualità del servizio fornito e fare in modo che tutti gli aspetti del programma siano affrontati, un audit viene effettuato ogni sei mesi cercando prove di azioni in rapporto a un campione di imprese in varie fasi del programma.

Gruppo destinatario

Imprese le cui esportazioni proattive non superano il 10 % del fatturato o le cui esportazioni proattive e reattive combinate non superano il 25 % del fatturato. Le PMI aventi da uno a cinque anni che si dedicano in modo intensivo alle attività di ricerca e sviluppo che possono essere «nate globali» e non rientrano pertanto nei criteri stabiliti per le «novizie nel settore dell'esportazione».

Le imprese possono essere attive in tutti i settori, compreso quello dei servizi. Tuttavia, facciamo sì che i nostri ITA reclutino nel programma una quota elevata di imprese innovative.

Risultati previsti o raggiunti

Quasi 10 000 PMI hanno terminato il programma con successo o lo seguono dal novembre 2001.

«Passport to export» è misurato e valutato dal sistema di gestione dell'impatto delle prestazioni (PIMS). I risultati per il periodo aprile/giugno 2007 sono i seguenti:

- qualità 91 %
- soddisfazione globale 87 %
- comportamento modificato 77 %
- maggiori attività di ricerca e sviluppo 14 %
- ostacoli sormontati 73 %
- benefici stimati 244 000 GBP

Altre informazioni

www.uktradeinvest.gov.uk («our services», «support to succeed»)

Testimonianza

Ian Campbell, Business Development Director, Akubio

«Cercavamo di vendere i nostri prodotti direttamente a centri specifici basati sia in Europa che nell'America del Nord e che intendevano stabilire una collaborazione con un distributore potenziale in Giappone. «Passport» ha contribuito allo sviluppo delle vendite commerciali e nei prossimi mesi venderemo i nostri nuovi prodotti a un cliente situato sulla costa orientale degli Stati Uniti. Siamo anche sul punto di trovare un distributore in Giappone grazie alla relazione del servizio d'informazione sui mercati d'oltremare (OMIS) di UKTI che abbiamo commissionato attraverso il programma».

Contatti

Anne Woodward
Head Trade Development
and Services

UK Trade and Investment
Kingsgate House
66-74 Victoria Street
London SW1E 6SW
United Kingdom

Tel. (44-20) 72 15 84 63

E-mail: anne.woodward@uktradeinvest.gov.uk

PIPE

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

PIPE offre ai nuovi esportatori spagnoli servizi di consulenza specializzata e un sostegno finanziario. Lo scopo è di aumentare e consolidare il numero di esportatori e risolvere il problema della concentrazione degli esportatori in un piccolo numero d'impresе.

Breve descrizione della pratica

La gestione del programma coinvolge l'Istituto spagnolo per il commercio estero, le 87 camere di commercio spagnole, i 17 governi regionali e la Commissione europea.

Qualunque PMI che intenda esportare può ottenere l'aiuto pertinente di cui ha bisogno per cominciare le sue attività all'estero ricorrendo a questo programma. L'impresa trarrà vantaggio sia dalla consulenza degli istituti spagnoli per la promozione delle attività all'estero (le organizzazioni responsabili sopra indicate), sia dall'aiuto di un consulente specializzato. I servizi forniti comprendono:

- il sostegno finanziario che comprende l'80 % delle spese sostenute nel corso dei due anni del programma;
- consulenze individualizzate e specializzate fornite da consulenti esterni;
- servizi complementari concepiti in particolare per le PMI come la traduzione tecnica, l'assicurazione, i servizi finanziari, l'informazione, la formazione e la promozione.

Il programma è strutturato intorno a tre cicli di due anni ciascuno:

- 1) l'autodiagnostica della posizione concorrenziale e del potenziale d'internazionalizzazione (da due a tre settimane);
- 2) la definizione del processo d'internazionalizzazione e delle ricerche di mercato (da tre a quattro mesi; 30 ore di corsi pratici individualizzati);
- 3) l'attuazione di un piano di internazionalizzazione (da 20 a 21 mesi; da 70 a 100 ore di corsi pratici individualizzati), più uno specialista junior per avviare il dipartimento esportazioni.

Quando i tre cicli sono terminati e quando le PMI partecipanti hanno iniziato ad esportare, PIPE propone loro un programma di controllo volto a garantire il loro consolidamento quali esportatori regolari.

Gruppo destinatario

Il programma PIPE è destinato alle imprese di tutti i settori, compresi i servizi, ed è limitato alle PMI che esportano meno del 30 % del loro fatturato.

Risultati previsti o raggiunti

Il primo obiettivo, che è stato raggiunto, era la trasformazione di 2 000 PMI spagnole in esportatori regolari entro l'anno 2000. Il secondo obiettivo, anch'esso raggiunto, consisteva nel portare questo numero a 4 500 PMI spagnole entro il 2006. 4 994 imprese ne beneficiano dal 1998. In media, le esportazioni sono aumentate del 71,1 %, il totale delle entrate del 24,8 % e il personale del 13,5 % nelle imprese partecipanti.

Altre informazioni

www.portalpipe.com

Testimonianza

José Ignacio Miguel Pampliega, direttore generale, Lyssolen

«Il programma "Nuovi esportatori" (PIPE) sottolinea l'importanza dell'intera impresa nel quadro del processo di esportazione».

Alfonso Schlegel, direttore generale, Bodegas Viña Extremeña

«Nella vita, il successo non si basa solo sullo sforzo di una persona affinché le cose funzionino. Per riuscire, bisogna anche pianificare. Il programma "Nuovi esportatori" (PIPE) ci ha aiutato a chiarire le idee, a concepire strategie e a concentrarci sulle priorità dell'attività di esportazione».

Javier Domínguez, direttore generale, JOLCA

«Abbiamo deciso di partecipare alla fase di controllo del programma al fine di rafforzare la nostra strategia d'esportazione sui mercati principali: riteniamo che sia venuto il momento per l'impresa di avvicinarsi agli Stati Uniti e ad alcuni paesi asiatici».

Contatti

Mar Castro
Direttore del dipartimento
Iniziazione alle esportazioni
e nuovi progetti

ICEX — Istituto spagnolo
per il Commercio estero
Paseo de la Castellana, 18
5ª planta
E-28046 Madrid

Tel. (34) 913 49 63 35

Fax (34) 913 49 06 86

E-mail:
mar.castro@icex.es



DOUANE
ZOLL

9. ZONE DI FRONTIERA E COOPERAZIONE TRANSFRONTALIERA

Vi sono nell'Unione europea 14 200 km di frontiere interne. Anche se ci limitiamo a definire le regioni di frontiera come quelle che comprendono solamente 25 km dalla frontiera reale, ciò rappresenterebbe sempre più di 710 000 chilometri quadrati, vale a dire due volte la superficie della Germania.

Le imprese hanno tendenza ad autolimitare il loro mercato potenziale, i loro fornitori, i partner di collaborazioni potenziali ecc. alla loro regione nazionale o a volte persino regionale, anche se sono situate sulla frontiera stessa. Questo limite autoimposto riduce il potenziale dell'impresa. Questa situazione influenza negativamente in particolare le piccole imprese e quelle che operano nel settore dei servizi e dell'artigianato. Riflettere sulle possibilità che si trovano al di là delle frontiere significa aprire le porte a nuovi clienti, nuovi fornitori, nuove tecnologie e nuove avventure di cooperazione: è forse il miglior appoggio alla futura continuità delle PMI. Le zone di frontiera possono e devono generare più «apostoli dell'internazionalizzazione».

L'attuazione integrale della direttiva «servizi», prevista per il dicembre 2009, renderà questo tema ancora più preminente.

Alcune autorità adottano già un ruolo proattivo nella promozione di un maggiore impegno da parte delle PMI al di là della frontiera. Il programma «Österreich Service» della Camera dell'artigianato di Monaco aiuta le PMI locali a conformarsi alla regolamentazione e ai moduli austriaci per offrire i loro servizi al di là della frontiera.

Altri programmi incoraggiano una maggiore cooperazione interregionale tra le PMI da una parte e dall'altra della frontiera (o basate in diverse zone frontaliere). Questi programmi costituiscono un esempio della cooperazione internazionale che esiste tra le PMI e della cooperazione tra le autorità. Quattro esempi simili sono presentati nelle pagine seguenti.

Mercato della regione baltica

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Al fine di promuovere e di facilitare gli scambi nella regione del Mar Baltico, è stato creato, facilitando le ricerche presso le imprese, un punto focale commerciale nel quale vengono fornite informazioni sui mercati svedesi e sulle relative regole commerciali.

Breve descrizione della pratica

Il Centro svedese del commercio estero è stato incaricato dal governo svedese di stabilire il mercato della regione baltica al fine di promuovere e di agevolare il commercio nell'ambito della regione. L'Associazione delle camere del commercio e dell'industria svedesi è stata a sua volta incaricata, in qualità di struttura subappaltatrice, di aiutare a facilitare le importazioni svedesi provenienti dalla regione del Mar Baltico.

Al fine di perseguire questo obiettivo, l'Associazione delle camere svedesi del commercio e dell'industria ha creato un ufficio di assistenza tecnica gratuito per fornire consulenze qualificate, informare sul mercato e rispondere direttamente alle domande relative alle regole e alle procedure d'importazione svedesi. L'ufficio di assistenza ha inoltre agevolato gli studi realizzati presso imprese attraverso sia un abbinamento diretto tra le imprese (nella misura del possibile), fornendo elenchi di importatori svedesi, sia attraverso una base di dati personalizzata — camera di commercio — che consente agli operatori di registrare e di pubblicizzare proposte di affari o di ricercare potenziali partner commerciali.

Il secondo pilastro del mercato della regione baltica, gestito dal Centro svedese per il commercio estero, ha fornito un'assistenza essenzialmente alle PMI svedesi che intendono stabilire una presenza commerciale nella regione del Mar Baltico. Ciò è stato realizzato fornendo consulenze alle imprese e un'assistenza di pronta utilizzazione per gli uffici regionali del centro nei paesi partner.

Gruppo destinatario

PMI basate in Estonia, a Kaliningrad, in Lettonia, in Lituania, in Polonia, in Russia, in Svezia e in Ucraina.

Risultati previsti o raggiunti

L'ufficio di assistenza distribuisce circa 400 elenchi di contatti di importatori svedesi, risponde a circa 80 inchieste particolareggiate presso le imprese e a 70 studi d'impresa meno particolareggiati all'anno.

Altre informazioni

www.chambertrade.com

www.balticsea.swedishtrade.se/english/index.asp

Contatti

Marcus Hellqvist

Camera di commercio di Stoccolma
Västra Trädgårdsgatan 9
Box 16050
S-103 21 Stoccolma

Tel. (46-8) 55 51 00 28

E-mail:
marcus.Hellqvist@chamber.se

Rete transnazionale: mestieri qualificati della Grande regione

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Questo programma intende sviluppare le attività transfrontaliere delle PMI nel settore dei mestieri qualificati per mezzo di attività di informazione, di sostegno e di attività in rete e mediante l'accompagnamento di imprese artigianali specializzate sui mercati transfrontalieri e più precisamente nella Grande regione: Saar, Lorena, Lussemburgo, Vallonia, Renania-Palatinato, comprese le regioni frontaliere del Lussemburgo, della Germania, della Francia e del Belgio.

Breve descrizione della pratica

Sul piano geografico, la Grande regione comprende zone situate in Germania, in Lussemburgo, in Belgio e in Francia e adiacenti a due altre grandi regioni di frontiera: da un lato, la regione composta da Maastricht nei Paesi Bassi, dalla Renania del Nord-Westfalia e dalla provincia di Liegi e, d'altro lato, la regione che comprende l'Alsazia, il Baden-Württemberg e Basilea (Svizzera). Questa grande diversità rappresenta una sfida commerciale e concorrenziale tipica per le imprese artigianali specializzate. I capi d'impresa devono adattarsi alle difficoltà amministrative, giuridiche, tecniche, linguistiche e culturali che fanno parte dei mestieri individuali del settore dell'artigianato.

Sulla base di una concezione omnicomprensiva, questo progetto si basa su tecnologie di comunicazione moderne al fine di sviluppare una «rete di informazione e di consulenza».

A tal fine, sono stati creati un CD-ROM e un sito Internet dedicati ai mestieri qualificati della Grande regione. Essi comprendono le procedure, le regolamentazioni e i moduli di domanda che le imprese artigianali specializzate dovrebbero conoscere nel loro settore specifico al fine di avere accesso ai mercati transfrontalieri sopra menzionati. I principali settori sono i seguenti:

- lo sviluppo di un «metodo di diagnostica» comune per le camere dell'artigianato al fine di fornire alle imprese informazioni basate su consulenze individualizzate collegate in rete;
- l'organizzazione di campagne di sensibilizzazione nei «forum di scambio» tematici;
- l'utilizzazione di un sistema d'accompagnamento per controllare le imprese che dispongono di un'esperienza transfrontaliera (studi strutturali e studi ciclici comparativi);
- la presentazione strutturata e la presentazione sintetica del contenuto tematico associato agli artigiani specializzati nella Grande regione.

Gruppo destinatario

PMI del settore dell'artigianato specializzato nelle cinque regioni della Grande regione, che rappresentano un totale di 156 975 imprese: 4 258 in Lussemburgo, 11 155 nella Saar (Germania), 47 027 nella Renania-Palatinato (Germania), 27 535 in Lorena (Francia) e 67 000 nella Vallonia (Belgio).

Altre informazioni

www.cicm-irh.eu

www.artisanat-gr.eu

www.handwerk-gr.eu

disponibili sia in tedesco che in francese

CD-ROM: «Mercati transnazionali: artigiani specializzati senza frontiere»

Contatti

Marc Gross

Consiglio interregionale
delle camere dell'artigianato
Saar-Lor-Lux
2, circuit FIL
L-1347 Lussemburgo

E-mail:
marc.gross@cdm.lu

Christiane Bram

Enterprise Europe Network/PMI
camera dell'artigianato
2, circuit FIL
L-1347 Lussemburgo

E-mail:
christiane.bram@cdm.lu

Piattaforma Econet: Cooperazione di imprese a vantaggio delle PMI austriache, ceche e slovacche nel triangolo Vienna-Brno-Bratislava

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Il programma Interreg IIIA Austria-Slovacchia e Austria-Repubblica ceca si propone di migliorare la situazione delle PMI nelle regioni transfrontaliere fornendo o aumentando i livelli d'informazione, consulenza, misure di formazione, collegamento in rete transfrontaliero e cooperazione. Le regioni coinvolte sono: Vienna e la bassa Austria (Austria), la Moravia meridionale e Brno (Repubblica ceca) e Bratislava e Trnava (Slovacchia).

Breve descrizione della pratica

La piattaforma Econet è un progetto Interreg IIIA che si svolge in Austria, nella Repubblica ceca e in Slovacchia al fine di stimolare l'innovazione e la competitività nella regione mediante la cooperazione intensiva tra le imprese.

Tipi di misure:

- club di affari in Austria, nella Repubblica ceca e in Slovacchia;
- piattaforma di cooperazione Internet (www.econet-platform.at);
- seminari sull'ambiente e sulle prassi commerciali nella regione;
- consulenza a vantaggio delle PMI e studi di imprese;
- giornate di consultazione con i consulenti commerciali di Austria, Repubblica ceca e Slovacchia;
- riunioni di cooperazione tra le imprese in Austria, Repubblica ceca e Slovacchia;
- presentazione dell'impresa sul sito Internet (www.econet-platform.at).

Gruppo destinatario

PMI nelle regioni transfrontaliere tra l'Austria, la Repubblica ceca e la Slovacchia, in particolare:

- PMI e imprese in fase di avvio innovative nei settori della produzione, dei servizi industriali e della ricerca in nuove tecnologie;
- dirigenti di sesso femminile nella regione coperta dal progetto;
- imprese commerciali ed esportatori/importatori;
- consulenti.

Risultati previsti o raggiunti

Più di 1 800 membri registrati, più di 3 900 partecipanti nei club di affari, seminari, giornate di consultazione e riunioni di cooperazione. Tutte le attività sono soggette ad una valutazione da parte delle imprese mediante questionari.

Altre informazioni

www.advantageaustria.org

www.econet-platform.at

Testimonianza

Thomas Berger, CheckPoint Unternehmens & Finanzierungsberatungs GmbH, Vienna

«Anche una piccola impresa può ampliare con successo la portata delle attività professionali su un mercato al di là delle frontiere. È possibile che, per far ciò, abbiate bisogno di una persona che vi comunichi la sua esperienza e le sue conoscenze nel nuovo mercato e che vi aiuti a stabilire i primi contatti commerciali. La piattaforma Econet si è rivelata uno strumento ideale per facilitare l'internazionalizzazione della nostra imprese evitando al tempo stesso rischi incontrollabili».

Contatti

Herbert Stemper

Wirtschaftskammer Österreich/
Camera federale austriaca
dell'economia
WIFI International Network (WIN)
Wiedner Hauptstraße 63
A-1045 Vienna

Tel. (43-5) 909 00 45 55

Fax (43-5) 909 00 11 45 55

E-mail:

herbert.stemper@wko.at

Rete di competenze Paesi Bassi/Renania del Nord-Westfalia INTER-NED

Obiettivo e zona geografica nella quale è applicabile

Informazioni complete e consulenze per le PMI tedesche e olandesi al fine di sostenere i rapporti commerciali transfrontalieri.

Breve descrizione della pratica

Il progetto collega circa 20 camere, organizzazioni di sviluppo delle imprese, centri tecnologici e università da una parte e dall'altra della frontiera. Raggruppa le loro conoscenze specializzate e consente di utilizzarle per sviluppare i contatti commerciali. Numerosi strumenti sono stati sviluppati al fine di sostenere le attività di commercio estero delle PMI nelle zone transfrontaliere della Germania e dei Paesi Bassi:

- una piattaforma online che propone informazioni bilingui complete fornite da varie organizzazioni di PMI;
- sedute d'informazione;
- una formazione per i consulenti delle organizzazioni partner;
- una fonte di conoscenze comprendente informazioni esperte bilingui a vantaggio delle PMI;
- una circolare bilingue contenente informazioni sulle imprese del paese vicino a vantaggio delle PMI;
- un centro di consulenza per le questioni riguardanti le imprese olandesi o tedesche o le società che ricevono gratuitamente una risposta alle loro domande specifiche.

I principali vantaggi per i partecipanti sono i seguenti:

- informazioni aggiornate e professionali sul sito Internet;
- conferenze d'informazione associate alla pratica;
- un miglioramento d'immagine nei confronti dei membri per le istituzioni partecipanti;
- l'eliminazione della necessità di ricorrere a consulenti grazie al servizio offerto dal sito Internet;
- uno sportello unico per informare le imprese in modo omnicomprensivo e per le istituzioni coinvolte.

Gruppo destinatario

PMI e operatori indipendenti tedeschi e olandesi.

Risultati previsti o raggiunti

- Pubblicazione di circa 800 articoli professionali sulla piattaforma online.
- Aumento del numero di consultazioni del sito Internet da parte di visitatori qualificati (circa 110 000 nel 2006).
- Costante aumento del numero di domande di consulenza presso il punto di contatto centrale (circa 360 nel 2006); inoltre un centinaio di domande rivolte ai partner del progetto.
- Ottima partecipazione delle PMI a 25 conferenze d'informazione.

Altre informazioni

www.inter-ned.info

Testimonianza

Alfred Marx, MEM Maschinenbau GmbH, Ahaus-Ottenstein

«Ho rapporti di affari con i Paesi Bassi da 15 anni. Occorrono pazienza e costanza ma anche, naturalmente, solide informazioni sul paese e sul mercato. Più volte ho beneficiato del sostegno offerto dalla rete di competenze NL/NRW. In questo modo si è sviluppata una stretta collaborazione con imprese olandesi, per cui da cliente sono diventato partner».

Contatti

Hildegard Bongert-Boekhout
Dipartimento Ue
Kreishandwerkerschaft Borken
Wessumer Str. 30
D-48683 Ahaus
Tel. (49-2561) 939 80
Fax (49-2561) 93 98 19
E-mail:
h.bongert@kh-borken.net

Commissione europea

Sostegno all'internazionalizzazione delle PMI — Selezione delle buone pratiche

Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee

2008 — 44 pagg. — 21 × 29,7 cm

ISBN 92-79-03087-6

Come ottenere le pubblicazioni dell'UE?

Le edizioni in vendita dell'Ufficio delle pubblicazioni si possono ordinare tramite EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>) presso gli uffici di vendita di vostra scelta.

È possibile anche richiedere un elenco di operatori della nostra rete di vendita mondiale inviando un fax al numero (352) 2929 42758.

