

Missione valutativa

LE MISURE REGIONALI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

Esperienze e risultati

Dirigente responsabile: Filippo Bongiovanni

Project Leader: Antonio Dal Bianco

*Gruppo di ricerca: prof. Laura Resmini (coordinamento scientifico),
prof.ssa Simona Comi, dott. Giuseppe Vittucci Marzetti (Università degli
Studi di Milano Bicocca)*

Obiettivi

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



Il sistema regionale a supporto dell'internazionalizzazione delle MPMI

Linee guida

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

(dati Asia-Lombardia, 2012)



Gli strumenti regionali a sostegno dell'internazionalizzazione

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



Caratteristiche

- Logica di «quasi mercato»
 - Sostegno diretto alla domanda
- Due tipologie di contributi
 - A fondo perduto (di modesta entità)
 - Finanziamenti a tasso agevolato (FRIM-FIERE, FRI)
- Partecipazione «attiva» delle imprese beneficiarie
 - Co-finanziamento
 - Scelta dei fornitori/servizi
- Strumenti gestiti in collaborazione con altri enti finanziatori
 - Accordo di Programma con Sistema camerale lombardo



Le risorse

	2010	2011	2012	2013	2014	Totale	% a carico del bilancio regionale
Promozione	7,57	5,76	6,26	8,18	5,01	32,79	25%
Consulenza e assistenza	2,39	2,60	0,70	2,02	1,54	9,25	91%
Servizi integrati	1,50	0	1,00	1,00	0,75	33,50	73%
<i>Totale</i>	<i>11,46</i>	<i>8,36</i>	<i>7,06</i>	<i>11,20</i>	<i>7,30</i>	<i>45,39</i>	
Supporto agli investimenti				5,00	6,68	11,69	100%
<i>Totale generale</i>	<i>11,46</i>	<i>8,36</i>	<i>7,06</i>	<i>16,20</i>	<i>13,98</i>	<i>57,07</i>	
<i>% a carico del bilancio regionale</i>	<i>60.1%</i>	<i>56.9%</i>	<i>32.9%</i>	<i>68.4%</i>	<i>66.8%</i>	<i>60.7%</i>	

Contributo crescente della Regione Lombardia



La domanda

	n. domande		Investimento medio		Tasso di:	
	presentate	finanziate	presentato	finanziato	Finanziamento*	Copertura§
Promozione	17.500	12.487	2.915	2.250	71.35	77.21
Consulenza e assistenza	3.829	2.764	4.412	3.218	72.19	72.93
Supporto agli investimenti	97	60	421.289	168.112	61.86	39.90
Servizi integrati	478	400	6.738	6.738	83.68	100.00
Totale	21.904	15.711	108.838	45.079	71.73	41.42

*Rapporto tra domande presentate e domande finanziate. Le cause di non ammissibilità delle domande presentate sono diverse (mancanza di requisiti richiesti nel bando, progetto non ritenuto idoneo, scarsità delle risorse disponibili rispetto alle richieste).

§ Rapporto tra risorse richieste dalle imprese e quelle ammesse al finanziamento. È in gran parte determinato dai requisiti del finanziamento previsti dal bando.

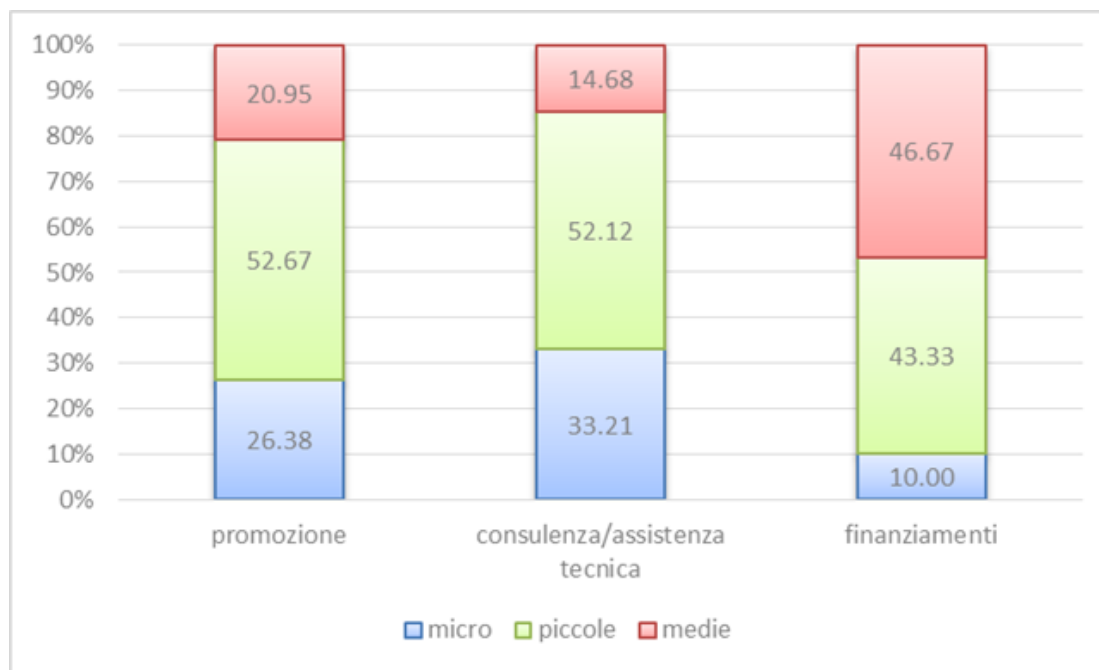


Le imprese beneficiarie

	Micro	Piccole	Medie	Totale	%
Promozione	1424	2843	1131	5398	73.69
Consulenza e assistenza tecnica	620	973	274	1867	25.49
Supporto agli investimenti	6	26	28	60	0.82
Servizi integrati	n.d.	n.d.	n.d.		
Totale	2050	3842	1433	7325	100.00
%	27.99	52.45	19.56	100.00	

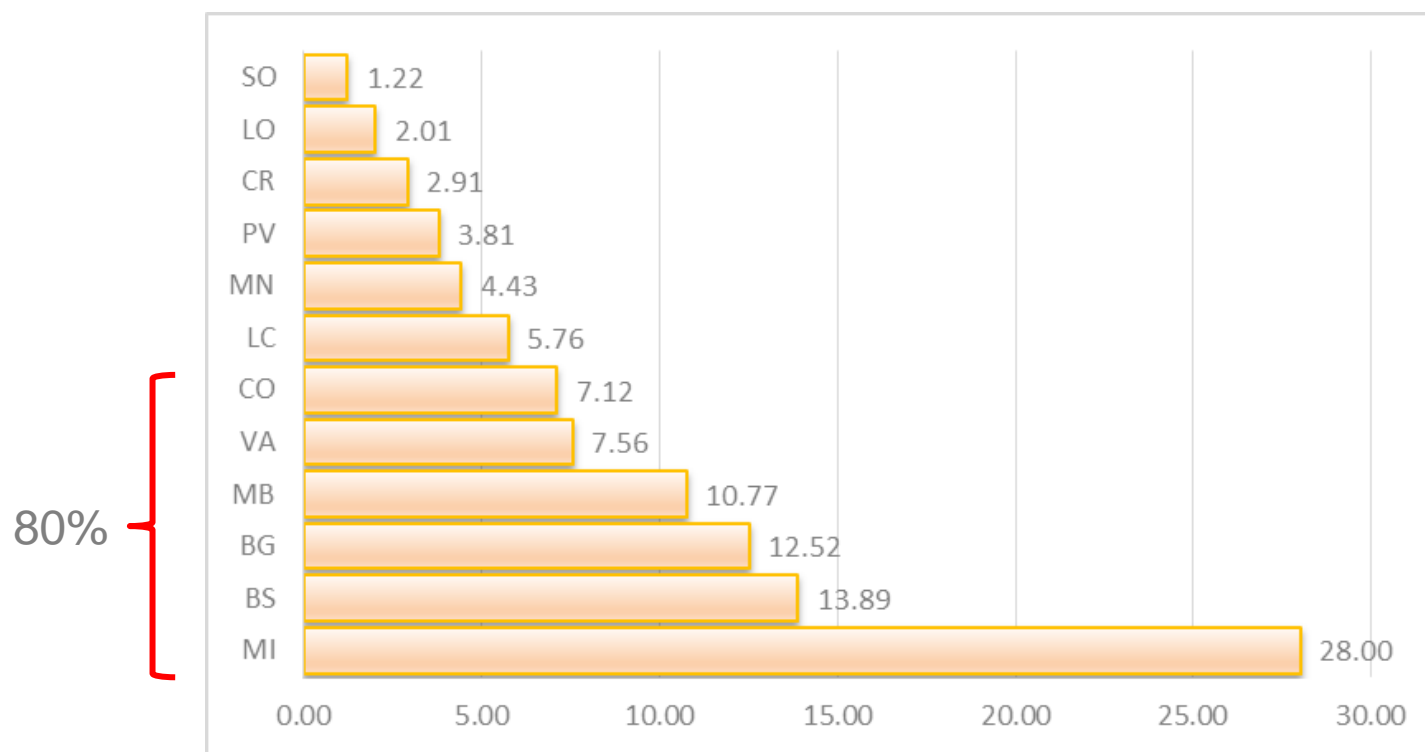


Servizi richiesti

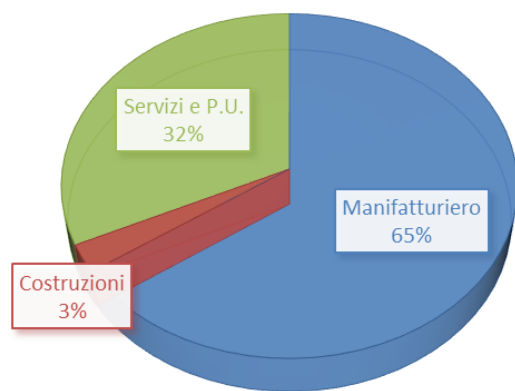


La dimensione delle imprese condiziona il tipo di servizio richiesto

Distribuzione geografica dei beneficiari



Distribuzione settoriale dei beneficiari



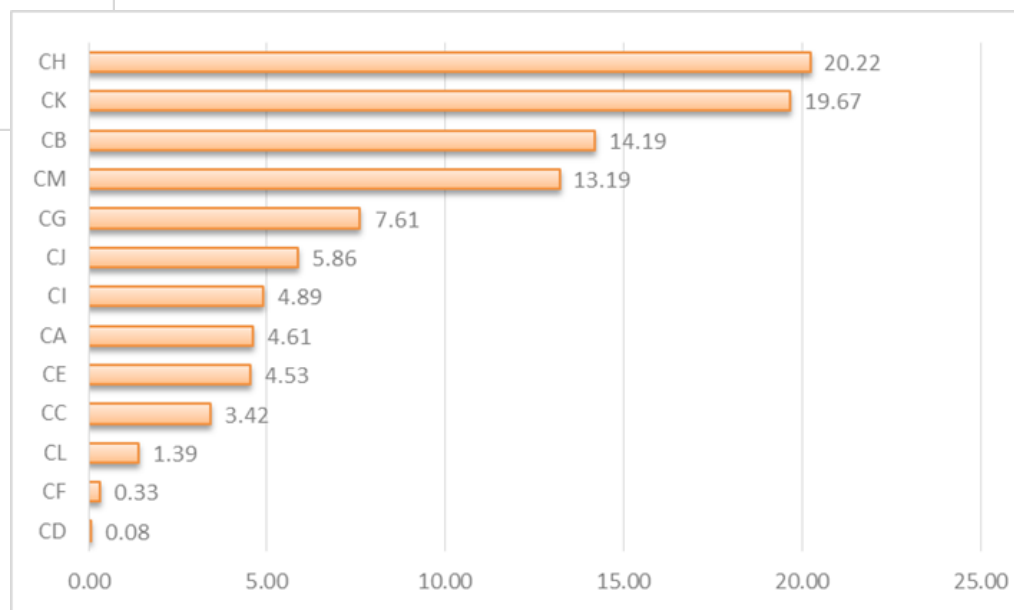
CH: Metallurgia

CK: Macchinari e apparecchi

CB: tessile e abbigliamento

CM: altre attività manifatturiere (mobili)

67%

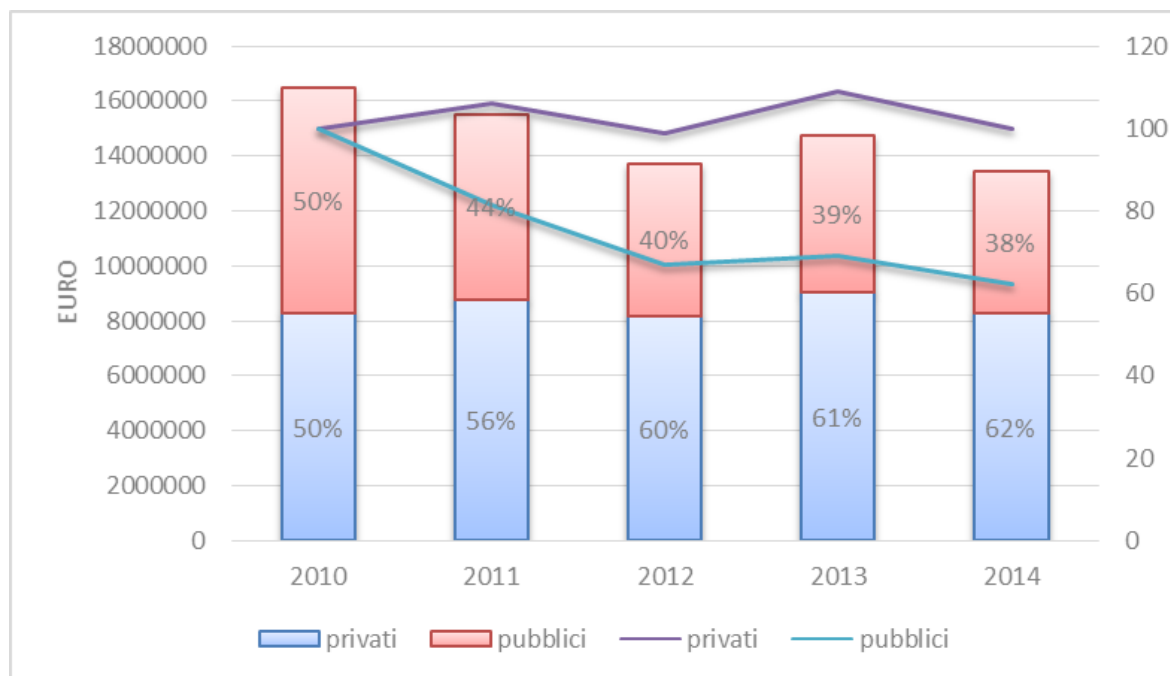


Il voucher

- Finanzia, a fronte di un contributo minimo da parte delle imprese:
 - L'acquisto di servizi di supporto per l'internazionalizzazione (misura A)
 - La partecipazioni a missioni economiche all'estero (misura B)
 - La partecipazione a fiere internazionali in forma individuale o aggregata (misura C)
- Strumento co-gestito con il sistema camerale lombardo
 - Misura A finanziata da Regione Lombardia
 - Misure B e C finanziate dal Sistema camerale
- Peculiarità:
 - Esiste una parziale sovrapposizione tra i servizi inclusi nelle misure A e B;
 - Sono ammesse domande multiple (max 3) solo per le misure B e C
 - L'importo erogato per la misura A (€2,500) è superiore a quello massimo previsto per le misure B e C;
 - Il contributo minimo richiesto alle imprese per la misura A (€3,500) è superiore a quello della misura B ed uguale a quello della misura C.



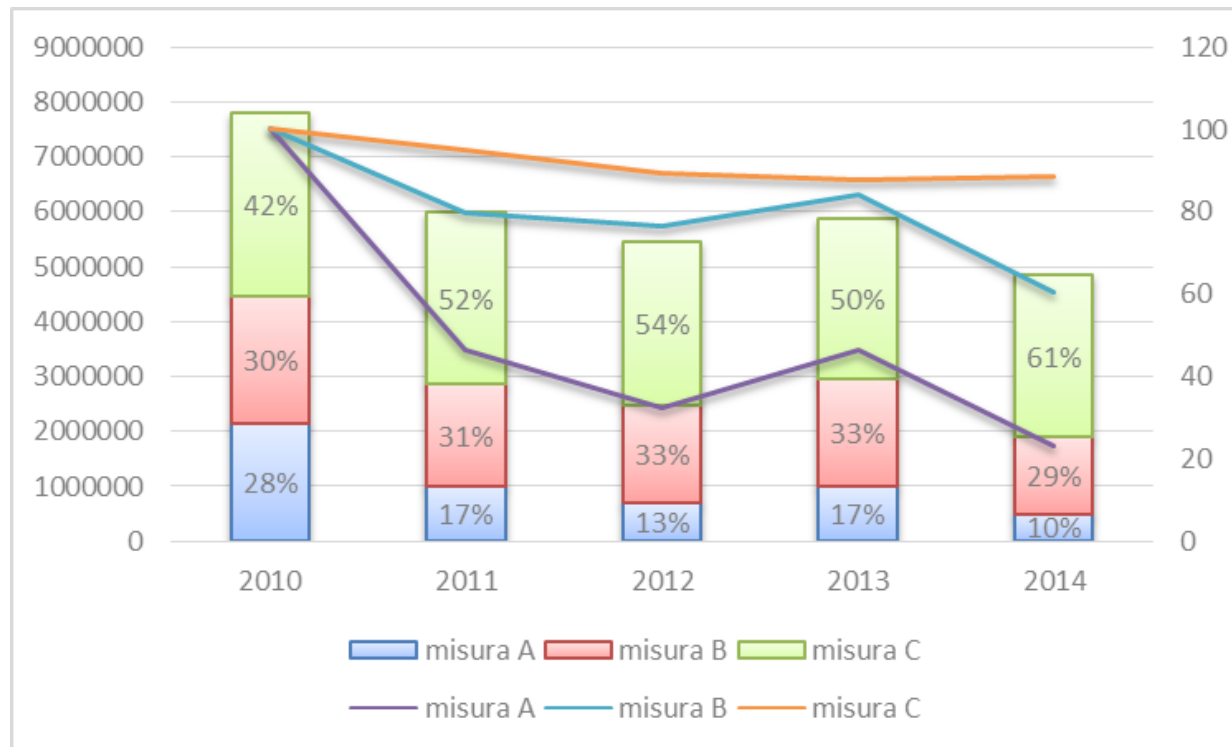
Le risorse



Riduzione complessiva delle risorse movimentate dal voucher interamente dovuta alla componente pubblica:

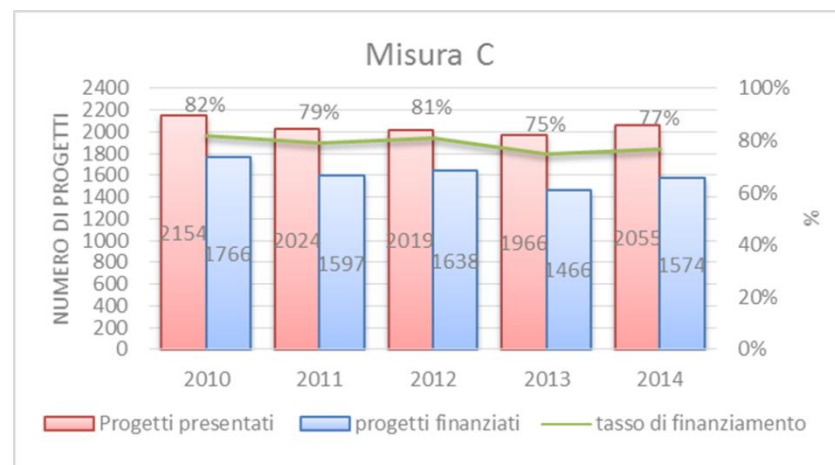
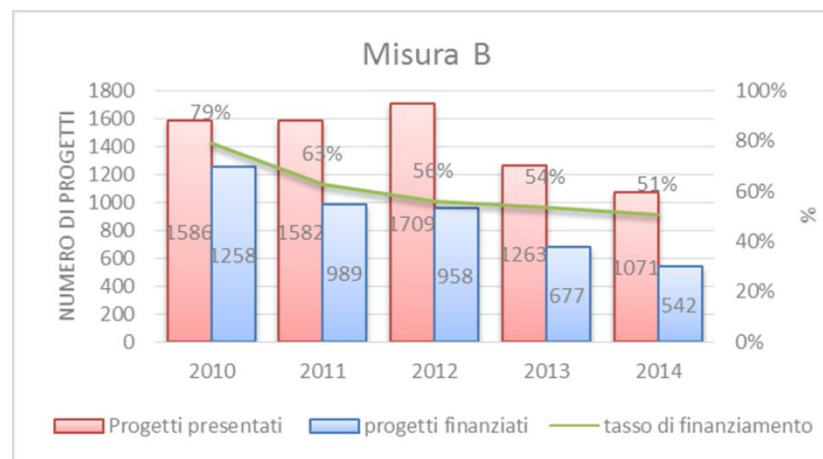
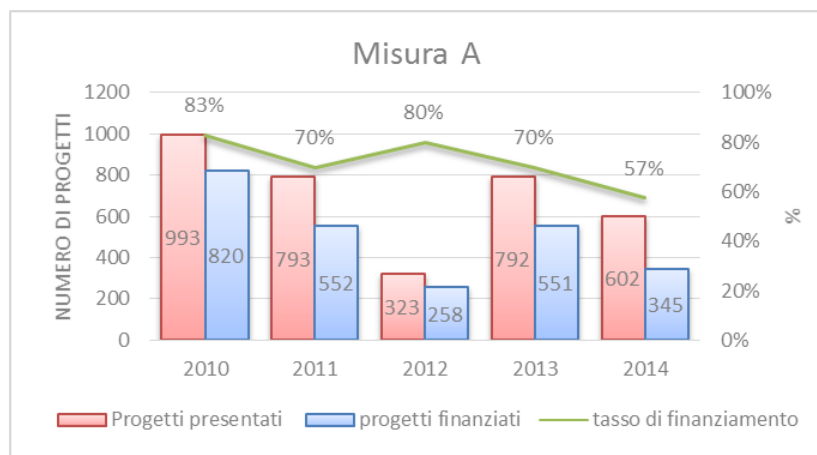
- Risorse pubbliche destinate al voucher nel 2014:
 - 5,2 milioni di euro (-37% rispetto al 2010)
 - 38% delle risorse totali (contro il 50% del 2010)

La distribuzione delle risorse per misura



- **Misura A:** 80% in meno dei fondi stanziati; rappresenta solo il 10% della spesa complessiva
- **Misura C:** lieve incremento delle risorse disponibili negli anni recenti e aumento progressivo del proprio peso percentuale sul totale dei fondi stanziati

L'andamento della domanda



- Numero di progetti presentati e finanziati:
 - in calo nelle misure A e B;
 - quasi costante nella misura C
- Tasso di finanziamento:
 - In calo ovunque, anche se meno accentuato per la misura C

Le imprese beneficiarie

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

La % di imprese che usa più di un voucher è bassa:

- Misura A: 30%
- Misura B: 27%
- Misura C: 43%



La probabilità di riutilizzare il voucher...

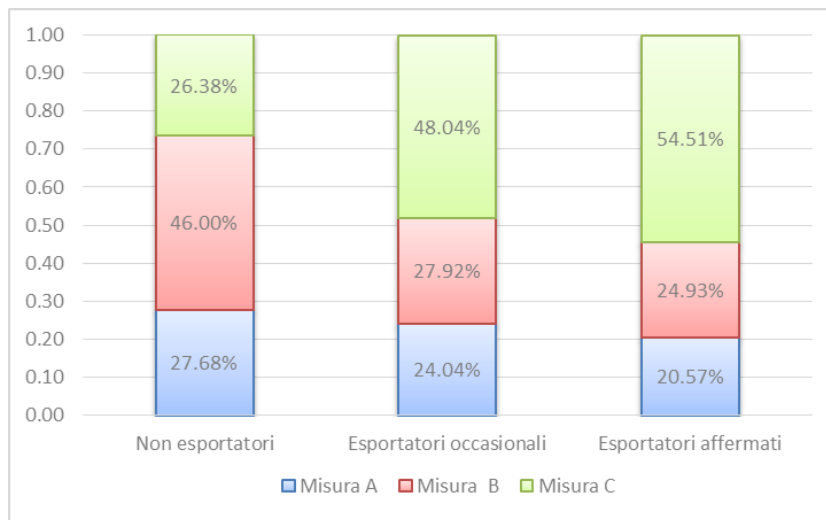
		voucher in t+1 (probabilità)	
		no	si
voucher in t	Voucher no	72.9	27.2
	Voucher si	57.0	43.0
	misura A no	76.0	24.1
	misura A si	73.7	26.3
	misura B no	75.0	25.0
	misura B si	71.2	28.8
	misura C no	71.0	29.1
	misura C si	54.0	46.0
	Micro no	73.6	26.5
	Micro si	61.0	39.0
	Piccole no	72.8	27.3
	Piccole si	57.5	42.5
	Medie no	72.1	27.9
	Medie si	51.6	48.4

È più elevata per la misura C del Voucher

Cresce al crescere della dimensione delle imprese

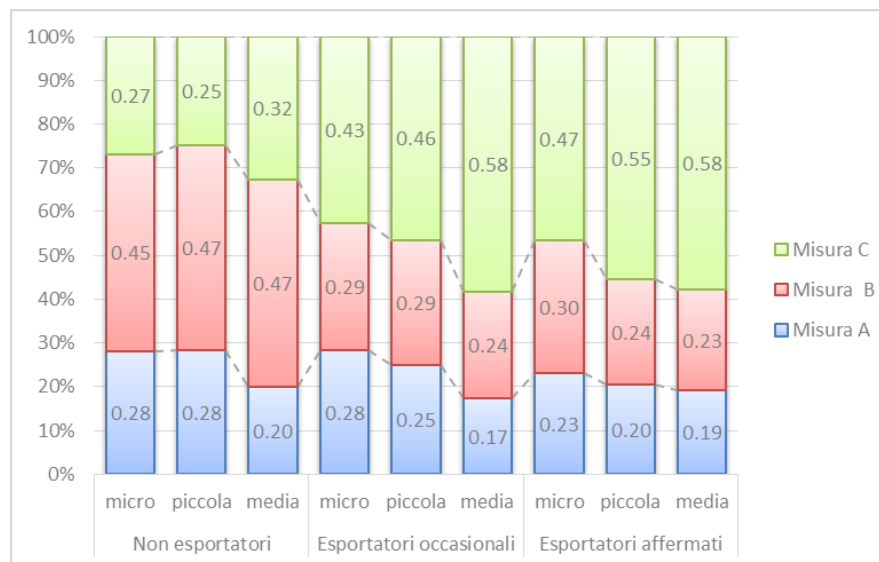


Uso del voucher per tipologia di impresa

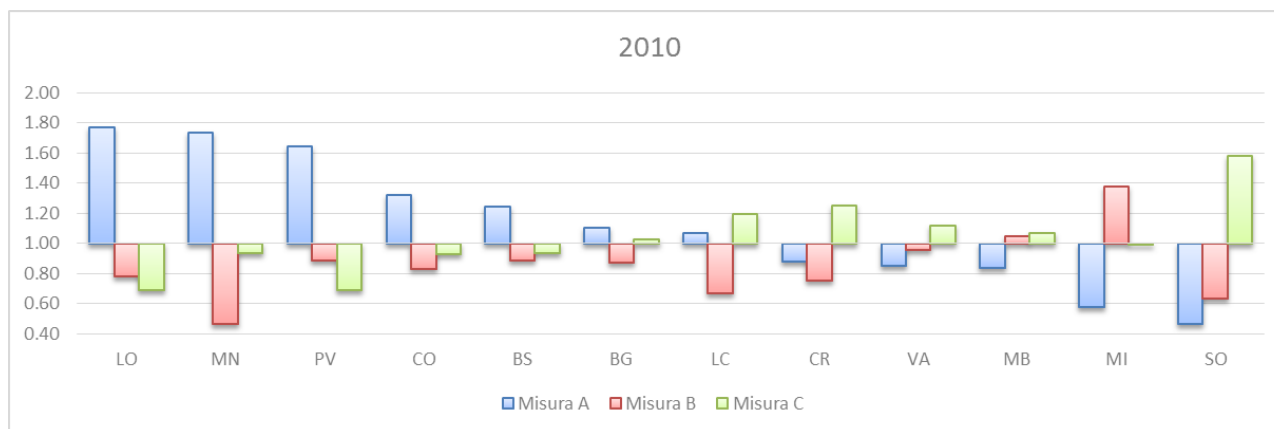


- All'aumentare dell'esperienza delle imprese sui mercati esteri:
 - Aumenta la quota di imprese che usa la misura C;
 - Si riduce la quota di imprese che usa le misure A e B

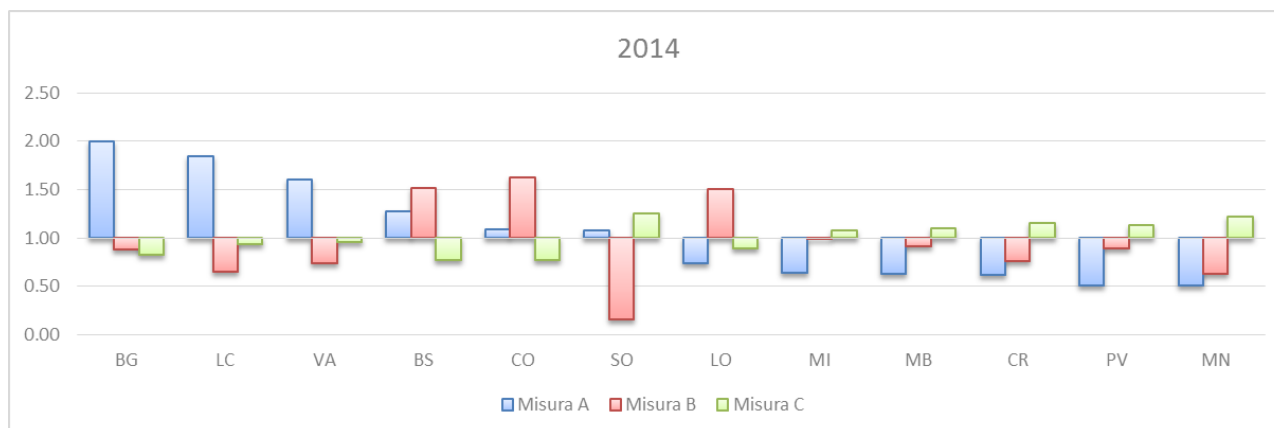
- L'uso della misura A è più diffuso tra le micro e piccole imprese;
- L'uso della misura C aumenta con la dimensione e con l'esperienza delle imprese;
- L'uso della misura B non dipende dalla dimensione (se non per gli esportatori affermati).



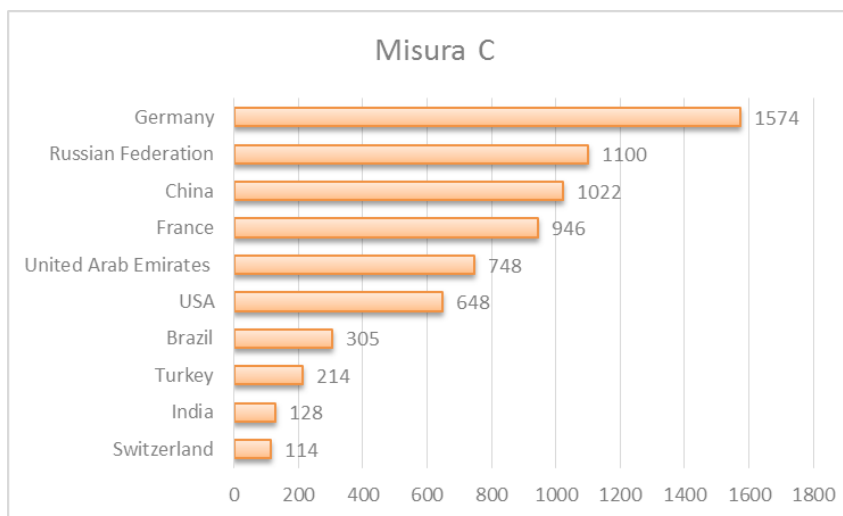
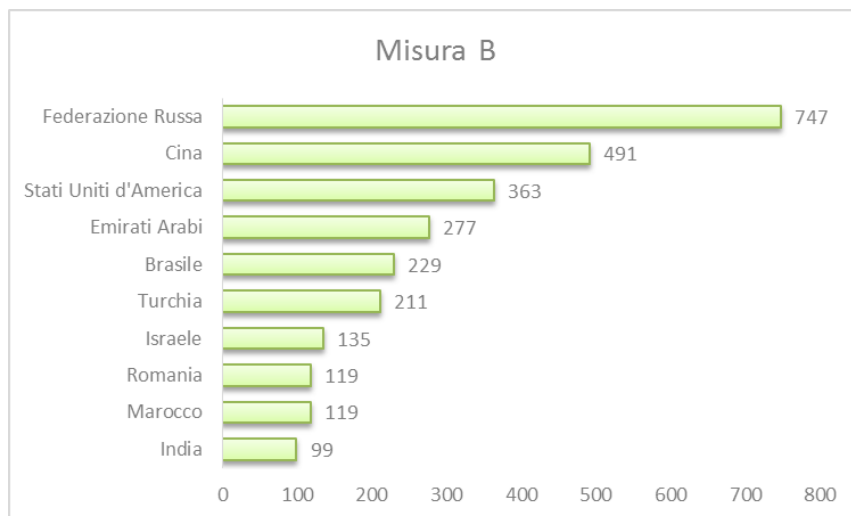
L'uso del voucher per provincia



- Maggiore diffusione territoriale della misura C (2014)
- Maggiore concentrazione territoriale nell'uso delle Misure A e B
- Ad un uso meno «intensivo» della misura A, corrisponde un uso più «intensivo» delle altre misure e viceversa



I mercati di riferimento



- Concentrazione geografica in pochi grandi mercati
 - Primi 10 mercati misura B: 63% del totale dei progetti finanziati
 - Primi 10 mercati misura C: 85% del totale dei progetti finanziati
 - 7 di questi mercati sono «comuni»
 - Mercati europei:
 - Romania (misura B)
 - Germania (1), Francia (3) e Svizzera (10) per la misura C



L'impatto del voucher: i quesiti di ricerca

- La misura C del voucher è in grado di aiutare le MPMI lombarde a penetrare i mercati esteri?
- Le tre misure del voucher sono equamente in grado di migliorare la performance internazionale delle MPMI lombarde?
- L'impatto delle diverse misure del voucher è in qualche modo condizionato dalle caratteristiche delle imprese?



L'impatto del voucher: le variabili

- Variabili risultato:
 - Propensione ad esportare (probabilità che le MPMI inizino ad esportare)
 - *Export-intensity* (rapporto tra fatturato export e fatturato totale)
- Variabili di controllo:
 - Dimensione delle imprese (ULA)
 - Esperienza precedente in tema di internazionalizzazione (non esportatori, esportatori occasionali, esportatori esperti)
- Variabili di *policy* (misura C del voucher 2012)
 - Variabile dicotomica (=1 se finanziato; 0 in tutti gli altri casi)
 - Finanziamento ottenuto (in euro)
 - Numero di voucher utilizzati; numero di fiere alle quali l'impresa ha preso parte



L'impatto del voucher: la metodologia

- Campione di riferimento:
 - Gruppo dei trattati: Imprese che hanno fatto domanda per la misura C del voucher nel 2012 e nel 2014
 - Gruppo di controllo: imprese che hanno domanda per la misura C del voucher solo nel 2014.
- Tecniche di stima
 - Modello *Probit* (stima della probabilità)
 - Modello ad effetti fissi (impatto sull'*export-intensity*)
 - Modello *dif-in-diff*, modello ad effetti casuali, *Tobit* con effetti casuali (analisi di robustezza)




L'impatto del voucher: i risultati

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

n.s. = non significativo (nessun impatto)



L'impatto del voucher: i risultati/2

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

n.s. = non significativo (nessun impatto)

- La misura C del voucher:
 - Aumenta la probabilità che una impresa inizi ad esportare (+ 12,7%)
 - Aumenta l'export-intensity (+ 0,6%)
- Le misure A e B del voucher:
 - Hanno un impatto positivo solo sulla propensione ad esportare
- Il risultato riflette i diversi contenuti delle 3 misure (la probabilità di concludere nuovi affari è maggiore partecipando ad una fiera internazionale rispetto ad una missione economica o rispetto alla fruizione di servizi di consulenza).



L'impatto del voucher: i risultati/3

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

n.s. = non significativo (nessun impatto)

- La misura A aumenta la propensione ad esportare, ma solo per alcune categorie di imprese (micro imprese ed esportatori affermati)
- La misura B non ha alcun impatto significativo
- La misura C aumenta sia la propensione ad esportare sia l'export-intensity
 - L'impatto è diverso per diverse tipologie di imprese (effetti maggiori per imprese di minori dimensioni, ma con maggiore esperienza in termini di esportazione)



Conclusioni/1

- Misura C strumento adeguato, ma:
 - Prevedere una sola modalità di partecipazione o ripensare profondamente alla modalità di partecipazione in forma aggregata
 - Target privilegiati: non-esportatori e micro imprese
 - Sperimentare interventi ad intensità variabile per modulare correttamente la quantità di risorse necessaria per massimizzare il rendimento dell'intervento
 - Medie imprese: principali utilizzatori dello strumento, ma impatto poco significativo
 - » Assicurare una distribuzione delle risorse che rifletta la struttura produttiva provinciale o regionale
- Rimodulare le misure A e B
 - eliminare le attuali sovrapposizioni nei servizi offerti;
 - Ampliare la gamma dei servizi fruibili attraverso la misura A



Conclusioni/2

- Limiti dell'analisi
 - Impossibilità (per mancanza di dati adeguati) di eliminare eventuali distorsioni dovute all'errore di selezione
 - Le imprese che fanno domanda per il voucher potrebbero essere sistematicamente diverse da quelle che non fanno domanda
 - Le misure del voucher hanno finalità diverse, quindi richiedono misure di impatto diverse
- Future missioni valutative
 - Informazioni adeguate per la costruzione dei gruppi di controllo, di variabili alternative di *outcome*, e di variabili di controllo (caratteristiche delle imprese)
 - Analisi comparata dell'efficacia di diversi strumenti con finalità e obiettivi simili
 - Analisi dinamica (l'efficacia delle 3 misure del voucher sarebbe diversa se i tre strumenti fossero usati sequenzialmente anziché simultaneamente?)

