



COMMISSIONE EUROPEA

Bruxelles, 9.11.2011
COM(2011) 702 definitivo

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO,
AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E
AL COMITATO DELLE REGIONI**

"Piccole imprese, grande mondo

— un nuovo partenariato per aiutare le PMI a cogliere le opportunità globali"

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO,
AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E
AL COMITATO DELLE REGIONI**

"Piccole imprese, grande mondo

— un nuovo partenariato per aiutare le PMI a cogliere le opportunità globali"

1. INTRODUZIONE

L'Unione europea deve reperire nuove fonti di crescita per creare occupazione e benessere per i suoi cittadini. Importanti mercati extraunionali con forti tassi di crescita, come quello della Cina, dell'India, della Russia e del Brasile, rappresentano rilevanti opportunità per le imprese dell'UE¹. Considerato l'attuale contesto economico, le esportazioni verso i mercati in espansione al di fuori dell'UE possono costituire un solido apporto alla crescita economica. Per le PMI l'internazionalizzazione al di là dei confini esterni dell'UE è la condizione per poter cogliere queste opportunità.

La promozione e il sostegno delle **attività economiche delle PMI al di fuori dell'UE** è quindi un elemento importante della strategia generale dell'Unione in materia di competitività quale delineata nella comunicazione faro rientrante nella strategia Europa 2020 "Una politica industriale integrata per l'era della globalizzazione"², nello Small Business Act per l'Europa riveduto³ e nella recente comunicazione sulla politica commerciale dell'UE⁴. Tutto ciò prende le mosse dall'impegno della Commissione a valorizzare i vantaggi offerti dal mercato interno nell'interesse delle PMI⁵ e rafforza tale impegno.

I 23 milioni di PMI dell'Europa⁶ nel 2010 rappresentavano i due terzi dei posti di lavoro del settore privato e il 59% del valore aggiunto totale nell'economia non finanziaria. Negli ultimi cinque anni circa l'80% dei nuovi posti di lavoro è stato creato dalle PMI. Settori quali le apparecchiature meccaniche o i prodotti chimici in Brasile, o il comparto energetico in India, hanno già assicurato notevoli risultati alle nostre imprese e si potrebbero indicare molti altri esempi. Per preparare il terreno per le imprese l'Europa deve potenziare il loro processo di internazionalizzazione e fornire l'assistenza necessaria alle nostre PMI che desiderino estendersi a livello internazionale.

Mentre negli ultimi tre anni il 25% delle PMI basate nell'UE era coinvolto in attività di esportazione nell'ambito del mercato interno e fuori di esso, **soltanto il 13% delle PMI**

¹ Secondo l'OCSE, i mercati emergenti e in sviluppo dovrebbero corrispondere al 60% del PIL mondiale entro il 2030.

² COM(2010) 614.

³ COM(2008) 394, riveduto in COM(2011) 78.

⁴ COM (2010) 612.

⁵ Ribadito nell'Atto per il mercato unico, COM (2010) 608.

⁶ La Commissione ha adottato la raccomandazione 2003/361/CE il 6 maggio 2003 e ha applicato la sua definizione delle PMI a partire dal 1° gennaio 2005; http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm.

dell'UE è attivo internazionalmente al di fuori dell'UE in termini di scambi, investimenti o altre forme di cooperazione con partner stranieri⁷.

Ci si sta attualmente adoperando per potenziare il mercato unico e renderlo più accessibile per le PMI in quanto loro mercato "domestico" naturale.

D'altro canto l'obiettivo della strategia proposta da tali documenti è creare le condizioni per assicurare che le PMI siano parimenti impegnate sui mercati extra-UE.

Ovviamente le attività di molte microimprese e di quelle dei settori non commerciali sono per loro natura locali. Tuttavia sussiste per le PMI un vasto potenziale inutilizzato nei settori commerciali, quali le fabbricazioni innovative e l'industria creativa, al fine di ampliarsi al di là dell'Unione europea verso nuovi mercati in crescita, ed ottenere i proventi delle esportazioni, nonché tecnologie, capitale, e aumenti della produttività⁸. Vi sono segnali che rivelano un nesso forte tra internazionalizzazione e competitività delle imprese e una notevole capacità d'innovazione rispetto alle PMI attive soltanto a livello locale⁹. È a questo potenziale di crescita delle PMI non ancora utilizzato che l'UE deve attingere al fine di accelerare la crescita e creare occupazione per tutta l'economia europea¹⁰.

Il recente studio "Opportunità per l'internazionalizzazione delle PMI" dell'istituto EIM-Business and Policy Research pubblicato dalla Commissione nell'agosto 2011 rivela che su un totale di 261,6 miliardi di euro di esportazioni dell'UE a dodici mercati, tra cui Cina, Giappone, Russia, India, Brasile ed altri, i settori in cui predominano le PMI contano per 134,6 miliardi di euro. A seconda del paese, le esportazioni dei settori in cui predominano le PMI rappresentano dal 39% al 62% del totale¹¹.

Sebbene i mercati internazionali, sia per quanto riguarda gli appalti pubblici che il settore

⁷ Relazione *Internationalisation of European SMEs* (Internazionalizzazione delle PMI europee), dicembre 2009; http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm.

⁸ Una recente relazione sottolinea che le PMI europee stanno ora soprattutto cercando di attirare la clientela costituita dalle classi medie in rapida espansione dei mercati emergenti. In precedenza, molte imprese investivano o comunque utilizzavano risorse dei mercati emergenti al fine di ridurre i propri costi di produzione (EIU (Economist Intelligence Unit): "New horizons: Europe's small and medium-sized companies look to emerging markets for growth" (Testo in inglese. "Nuovi orizzonti: piccole e medie imprese guardano ai mercati emergenti per la crescita").

⁹ Relazione *Internationalisation of European SMEs*, December 2009. La relazione, non disponibile in italiano, è consultabile su: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm. Le informazioni fornite da questo studio si riferiscono alle attività delle PMI sul mercato interno e oltre le frontiere dell'UE.

¹⁰ Negli ultimi decenni, la liberalizzazione della circolazione internazionale delle merci, dei servizi, dei capitali, delle persone e dell'informazione ha comportato una maggiore integrazione nell'economia mondiale in cui le catene del valore transfrontaliere stanno diventando sempre più importanti. La quota del commercio internazionale nel PIL mondiale è triplicata sin dagli anni Cinquanta. Si prevede che le economie emergenti in Asia, in America latina e in Africa forniranno una quota significativa della futura crescita economica mondiale (cfr. nota 1): pertanto per le imprese europee molte nuove opportunità saranno al di fuori dell'UE. È giunto il momento che le imprese europee colgano i vantaggi derivanti dalla globalizzazione. Le PMI europee devono essere in grado di trarre profitto da tale crescita, contribuendo nel contempo alla crescita dell'UE.

¹¹ Tabella 2.1., pagina 20 "Opportunities for the Internationalisation of SMEs" (Opportunità per l'internazionalizzazione delle PMI, agosto 2011), consultabile su http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/enterprise-europe-network/intern_event_en.htm; Di seguito denominata "relazione sulle opportunità" "Opportunities Report".

privato, offrano opportunità notevoli alle imprese europee, le PMI che intendono entrare sul mercato mondiale devono affrontare ostacoli particolari per accedere alle informazioni commerciali o per individuare clienti potenziali o soci adeguati. Esse devono inoltre far fronte a difficoltà più complesse, quali ad esempio disposizioni vincolanti di diritto contrattuale, normative doganali, regole e norme tecniche straniere, devono gestire il trasferimento tecnologico e tutelare i diritti di proprietà intellettuale e industriale. Di fronte a tali complicazioni le PMI sono di norma meno attrezzate delle imprese più grandi quanto a competenze interne e disponibilità di risorse finanziarie ed umane¹².

Aiutare le PMI europee a superare gli ostacoli dell'internazionalizzazione e promuovere la loro integrazione nell'economia globale fa parte della strategia per una crescita intelligente e sostenibile prevista nell'agenda Europa 2020. Tuttavia le consultazioni pubbliche con le parti interessate, condotte dalla Commissione nel 2009 e nel 2011¹³, hanno messo in luce una preoccupazione diffusa inerente ai rischi potenziali di proliferazione non coordinata di regimi di sostegno in quest'ambito con il relativo impiego non ottimale delle risorse fiscali.

Tenendo conto sia dei nostri obiettivi di cui alla strategia Europa 2020 che di queste preoccupazioni diffuse, **la presente comunicazione propone di rivedere i meccanismi di sostegno esistenti a favore delle PMI, evidenzia i principali punti problematici, propone una serie di azioni in cui l'intervento a livello europeo può conferire il massimo valore aggiunto, e stabilisce principi guida ai fini di una maggior coerenza e di un uso più efficiente delle scarse risorse finanziarie per agire in mercati prioritari quali Cina, Brasile, India, Russia, Stati Uniti e Giappone.** Essa intende delineare una strategia UE più coerente ed efficace per sostenere le PMI sui mercati internazionali, proporre modalità più efficaci per offrir loro informazioni pertinenti e l'assistenza necessaria a penetrare sui nuovi mercati, a individuare i partner più adeguati e pertanto a utilizzare meglio le risorse disponibili. In questo contesto sarà estremamente importante tener conto della specificità delle PMI, in particolare delle loro dimensioni, nonché del settore di attività, tenendo anche conto delle difficoltà particolari incontrate dalle microimprese. Il principio orientativo generale di questa comunicazione è di creare sinergie e incoraggiare gli sforzi congiunti per accrescere l'efficienza e colmare le lacune tra le attività che già supportano le PMI nei paesi terzi, indipendentemente dal fatto che siano finanziate da privati, dagli Stati membri o dall'UE.

La Commissione svolgerà un ruolo fondamentale nel coordinamento e nella governance di questo processo, anche tramite la costituzione di un Forum per l'internazionalizzazione delle PMI, che si riunirà ad intervalli regolari, e dando particolare risalto a questo tema nelle riunioni periodiche dei rappresentanti degli Stati membri per le PMI (SME Envoys). In tutte queste attività saranno coinvolti i rappresentanti del settore privato.

¹² "L' insufficiente accesso alle risorse umane" ha costituito un freno allo sviluppo imprenditoriale in sette grandi paesi al di fuori dell'UE. Cfr. capitolo 2 della relazione sulle opportunità.

¹³ Dopo la prima pubblicazione di un documento tematico nel 2009, la consultazione finale, lanciata nel maggio 2011, in base a una serie di domande orientative, ha prodotto oltre 60 risposte provenienti da un ampio ventaglio di interessati. Tutti i dettagli della consultazione e una sintesi delle risposte sono consultabili su http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/listeningstakeholders/public-consultation-sme-support/index_en.htm.

2. IL CONTESTO POLITICO: IL QUADRO NORMATIVO ESISTENTE A SOSTEGNO DELLE PMI

Per il sostegno alle imprese sono già consacrate notevoli risorse sia a livello nazionale che a livello UE. Vi partecipano il settore pubblico come anche quello privato. Un recente studio eseguito per la Commissione contiene **un elenco di oltre 300 programmi di sostegno¹⁴ dell'UE e dei suoi Stati membri¹⁵ destinati a sostenere l'internazionalizzazione delle imprese**. Una strategia europea per l'internazionalizzazione delle PMI deve tenere pertanto conto dell'attuale panorama costituito di politiche e di attività d'attuazione variegate. Qualsiasi attività o iniziativa già avviata o ancora da avviare, a qualsiasi livello, dovrebbe avere come obiettivo le PMI stesse e l'efficacia reale di tali attività e iniziative andrebbe misurata in base alla loro capacità di raggiungere tale obiettivo.

2.1. Misure adottate a livello UE all'interno e all'esterno dell' Europa¹⁶

La strategia dell'UE per le PMI delineata nello Small Business Act per l'Europa (SBA), lanciato dalla Commissione nel giugno 2008, approvato dal Consiglio europeo del dicembre 2008 e riveduto nel 2011, invita l'UE e gli Stati membri a incoraggiare e a sostenere le PMI affinché traggano vantaggio dalla crescita dei mercati esterni all'UE, in particolare tramite aiuti mirati al mercato e attività di formazione imprenditoriale. Il riesame dell'SBA ha ulteriormente confermato la necessità di un sostegno da parte della Commissione in settori quali l'assistenza nell'accesso al mercato, l'eliminazione degli ostacoli non tariffari, gli orientamenti su quesiti inerenti alla regolamentazione, la normalizzazione e la valutazione di conformità¹⁷.

In termini di infrastruttura di sostegno, la rete Enterprise Europe non solo aiuta le imprese e in particolare le PMI a cogliere i benefici offerti dal mercato interno, ma fornisce anche un sostegno all'internazionalizzazione delle PMI. I partner della rete negli Stati membri sono spesso ospitati da organizzazioni di sostegno alle imprese a livello nazionale e locale, che contribuiscono in tal modo ad integrare le strutture di sostegno di tutti i paesi. La rete aiuta le PMI attraverso gli oltre 600 partner locali a livello mondiale: in genere una PMI cerca un sostegno di prossimità o una consulenza imprenditoriale quando prevede di aprirsi alla dimensione internazionale, sia che intenda sfruttare le opportunità commerciali del mercato unico, oppure estendersi verso mercati terzi.

Il rinnovato partenariato per l'accesso ai mercati¹⁸ lanciato dalla Commissione, grazie al suo approccio di partenariato tra la Commissione europea, gli Stati membri e la comunità imprenditoriale dell'UE, reca un contributo essenziale a promozione dell'internazionalizzazione delle PMI europee. Le PMI sono sempre più attive sui mercati d'esportazione e si trovano spesso ad affrontare le maggiori sfide allorché si tratta di sormontare le barriere doganali. Le PMI traggono vantaggi da questo approccio di partenariato sia a Bruxelles che sui mercati terzi. Ciò avviene tra l'altro per il tramite dei

¹⁴ Con un bilancio superiore a 2 milioni di euro per gli Stati membri più grandi.

¹⁵ *Opportunities Report*, relazione sulle opportunità.

¹⁶ L'elenco più dettagliato delle iniziative di sostegno dell'UE figura in un documento di riferimento consultabile su Internet all'indirizzo seguente:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/files/annexes-to-consultation_en.pdf

¹⁷ COM(2011) 78.

¹⁸ COM(2007) 183.

gruppi per l'accesso al mercato (Market Access Teams) facenti capo alle delegazioni UE. La base dati sull'accesso al mercato (Market Access Database) è un altro importante strumento nell'ambito della strategia per l'accesso al mercato. Essa fornisce informazioni liberamente accessibili sulle tariffe e sulle principali barriere non tariffarie nei paesi terzi oltre a presentare una guida per l'esportatore¹⁹. La nuova strategia commerciale dell'UE²⁰ ha confermato l'utilità della strategia per l'accesso al mercato e dei suoi servizi atti a migliorare l'accesso ai mercati globali per le imprese dell'UE.

Il portale informativo doganale dell'UE (ECIP - European Customs Information Portal) fornisce ulteriori informazioni pratiche ai commercianti che vogliono entrare sui mercati internazionali nonché strumenti di apprendimento elettronico e basi dati on line²¹.

L'Unione europea fornisce assistenza finanziaria al centro di cooperazione industriale UE-Giappone, ai programmi di accesso EU Gateway, ai programmi di formazione per dirigenti in Giappone e in Corea, nonché all'Helpdesk DPI PMI. L'UE sostiene inoltre una rete di organizzazioni private di imprese europee, l'European Business Organisations (EBO) in più di venti mercati esteri, nonché organismi commerciali ad Hong Kong, in Malesia e a Singapore. Tali organizzazioni e programmi si distinguono per le loro finalità e la gamma di servizi offerti, ma tutte condividono l'obiettivo di aiutare in primo luogo le PMI.

Il Parlamento europeo ha stanziato finanziamenti destinati ad adottare "azioni preparatorie" per la "promozione degli scambi nel mondo delle imprese, accademico e scientifico". Una parte di detti finanziamenti è stata utilizzata per istituire il Centro europeo per la tecnologia e le imprese in India e, più recentemente, centri dell'UE a favore delle PMI in Cina e Thailandia. Il loro obiettivo è fornire servizi completi alle PMI dell'UE sui mercati terzi. Questi primi centri nei mercati terzi saranno fonte di esperienze preziose per le future attività a sostegno delle imprese.

Vi sono chiare prove del fatto che le attività internazionali di cooperazione nell'ambito della ricerca e dell'innovazione incoraggiano la competitività e il rendimento del mercato per tutte le aziende in generale e per le PMI in particolare. Il programma quadro unionale per la ricerca offre un sostegno finanziario a questo tipo di attività, comprese le azioni di sostegno, suscettibili di contribuire all'internazionalizzazione delle PMI.

2.2. Misure adottate dagli Stati membri²²

Oltre a tali sforzi a livello UE, **esistono comunque ulteriori, e anche più significative, attività di supporto alle imprese attive nei mercati esterni all'UE offerte dagli Stati membri, dalle camere di commercio nazionali e dal settore privato (associazioni di imprese e consulenti commerciali)**. A livello nazionale e locale, le organizzazioni di sostegno alle imprese, le agenzie per le PMI e gli organismi di promozione degli scambi hanno sviluppato una grande varietà di competenze volte ad assistere il processo di internazionalizzazione delle PMI. Per lo più essi si occupano delle attività di base della promozione commerciale, quali la mediazione commerciale, le fiere e le missioni commerciali e di studi di mercato specifici. Per quanto riguarda le attività delle ambasciate

¹⁹ Cfr. <http://madb.europa.eu/>.

²⁰ COM(2010) 612.

²¹ http://ec.europa.eu/ecip/index_en.htm

²² Cfr. l'elenco in *Opportunities Report*, relazione sulle opportunità.

degli Stati membri a favore delle imprese, per lo più si pratica uno scambio di informazioni tramite incontri regolari a livello di UE organizzati dalle delegazioni UE, soprattutto quando gli interessi comuni sono evidenti, come nel caso delle azioni coordinate contro gli ostacoli al commercio. Va anche osservato, però, che in altri ambiti (esempio: diplomazia economica sulle grandi commesse per gli appalti) tra gli Stati membri tendono a prevalere gli aspetti competitivi.

2.3. Insegnamenti tratti: necessità di assicurare un migliore rapporto costo/efficacia

Nel complesso, le ragioni che hanno motivato il costituirsi dell'attuale varietà di soluzioni a sostegno dell'internazionalizzazione appaiono fondate²³ ma non tutti i programmi di sostegno sono ugualmente efficaci. Il gran numero di misure e di organismi crea una situazione in cui è difficile per le PMI identificare nella pratica il sostegno disponibile e avvalersene²⁴. In un periodo in cui i finanziamenti pubblici scarseggiano vi sono buoni motivi per esaminare come le attività di collaborazione e di collegamento in rete nell'ambito dell'UE possano aumentare sia l'efficienza che l'impatto delle misure esistenti²⁵. Per tale motivo le azioni future dovrebbero essere indirizzate innanzitutto ad assicurare maggiore trasparenza, maggiore coerenza e una più stretta collaborazione in modo da realizzare una "ripartizione dei compiti" economicamente valida tra i programmi UE esistenti, tra l'Unione europea e i suoi Stati membri, tra gli stessi Stati membri e tra le organizzazioni di categoria pubbliche e private. Gli interventi dell'UE non dovrebbero ovviamente sostituirsi alle politiche esistenti a livello nazionale o regionale, ma piuttosto integrarle, creare sinergie laddove possibile e introdurre misure specifiche soltanto nei casi in cui si siano identificate carenze evidenti.

È anche opportuno valutare l'efficacia delle attuali misure di sostegno a livello europeo. Un'attenta valutazione delle azioni pilota relative ai centri UE per le PMI (SME Centres) dovrebbe determinare se iniziative di questo tipo possano essere utili altrove. Analogamente, con un numero crescente di partner della rete Enterprise Europe al di fuori dell'UE, la rete dovrà rafforzare la propria governance in modo da potenziare i servizi da essa erogati alle imprese europee.

La presente comunicazione propone pertanto un approccio più coerente e integrato nel sostegno alle PMI, basato su una mappatura dettagliata dei servizi di sostegno esistenti sui mercati prioritari. Essa definisce inoltre una serie di principi orientativi per l'intervento dell'UE in questo ambito.

²³ Un recente studio sulle PMI unionali con esperienza internazionale ha evidenziato che oltre la metà (il 63%) di tali imprese ha registrato un incremento delle prestazioni in seguito alla partecipazione a un programma di sostegno internazionale; risultati del sondaggio pubblicati in *Opportunities Report*, relazione sulle opportunità.

²⁴ La relazione sulle opportunità indica che "anche tra le PMI che sono già attive sulla scena mondiale, solo il 27% è a conoscenza dei programmi pubblici di sostegno. Inoltre solo il 7% circa delle PMI internazionalizzate si avvale del sostegno pubblico per le attività commerciali internazionali".

²⁵ L'esempio della cooperazione in Russia è eloquente. Un'azione "al fine di migliorare il clima generale degli investimenti e creare un contesto favorevole alle PMI unionali è portata avanti efficacemente tramite la cooperazione ad alto livello tra la Commissione europea, la delegazione UE in Russia, le ambasciate UE, le associazioni commerciali, le camere di commercio nazionali e il governo russo". Cfr. la relazione sulle opportunità.

3. PRINCIPALI SFIDE PER LE PMI CHE CERCANO DI ESPANDERSI A LIVELLO INTERNAZIONALE

Le PMI dell'UE spesso non sono al corrente dei servizi di sostegno alle imprese forniti dall'UE, dagli Stati membri o dal settore privato²⁶. Occorre prestare particolare attenzione al fatto che le PMI cercano un primo contatto per il sostegno alle imprese nelle loro immediate vicinanze. I diversi metodi di sostegno alle imprese all'interno dell'UE e la varietà di programmi e di organizzazioni a livello nazionale, a livello di UE o a livello globale, mettono le PMI in una posizione difficile, poiché queste ultime non dispongono di risorse umane e finanziarie tali da consentire loro di distinguere fra i programmi e scegliere i programmi idonei²⁷. Un accesso più facile alle informazioni già nel proprio paese offrirebbe a tutte le PMI unionali migliori possibilità di reperire i servizi adeguati alle loro necessità. La presente comunicazione esamina pertanto la possibilità di istituire un "Portale per le imprese internazionali" on-line, che costituisca un canale per raccogliere informazioni pertinenti di prima necessità, riguardanti i mercati esteri, e una panoramica delle attività di supporto nei mercati fuori dell'UE.

In particolare **molte PMI, soprattutto degli Stati membri più piccoli e dei nuovi Stati membri, sono svantaggiate** poiché né il loro governo, né la loro camera di commercio sono presenti in molti dei mercati prioritari²⁸. Esse non ricevono quindi informazioni, né supporto e vanno pertanto incoraggiate a cooperare e scambiare esperienze tra "veterani dell'esportazione" e "nuovi arrivati". Devono essere intensificate le opzioni intese ad incentivare e a motivare la cooperazione e la creazione di reti tra le diverse camere di commercio e organizzazioni affini nei paesi terzi, in particolare ove la varietà degli apporti culturali e linguistici di tali organizzazioni possa aggiungere un valore sostanziale.

Altre difficoltà sono inerenti alla natura delle PMI. I servizi offerti da organismi pubblici e privati nonché dall'UE, o dagli Stati membri, possono non venire incontro a tutte le esigenze, o non essere sufficienti a soddisfare la domanda delle PMI²⁹. Occorre quindi un'analisi più completa della situazione locale all'interno di ogni mercato per poter valutare quali azioni sarebbero necessarie e verificare se esistono margini per rendere più efficienti ed efficaci le sinergie, le reti e la cooperazione su scala europea. Dato che le situazioni locali variano considerevolmente, è indispensabile un approccio dal basso, "sul terreno", al fine di identificare le carenze nei servizi forniti e definire dove l'intervento a livello UE può creare valore aggiunto.

Dall'analisi della Commissione emerge anche che il **ruolo della comunicazione diretta** con le PMI riveste un'importanza fondamentale. Le PMI dell'UE che hanno intenzione di aprirsi alla dimensione internazionale devono prima prepararsi a casa loro, avvalersi delle giuste

²⁶ Secondo l'*Opportunities Report*, la relazione sulle opportunità, il 24% delle PMI internazionalizzate è a conoscenza dei programmi pubblici di sostegno all'internazionalizzazione che potrebbero essere utilizzati dalla loro impresa. Tale consapevolezza aumenta con le dimensioni delle imprese: microimprese 23%; piccole e medie imprese 36% e 37% rispettivamente, in ogni caso ciò corrisponde ancora ad una minoranza delle PMI.

²⁷ Del 24% delle PMI "internazionali" che sono al corrente dei programmi pubblici di sostegno meno di un terzo utilizza i programmi per le proprie attività." *Opportunities Report*, relazione sulle opportunità.

²⁸ Il numero di misure di sostegno significative, per Stato membro, in sette paesi destinatari chiave varia tra 4 e 25, in *Opportunities Report*, relazione sulle opportunità.

²⁹ Ibid. "Nel 2009 il 40% delle PMI ha segnalato la mancanza di un adeguato sostegno pubblico come un ostacolo importante all'internazionalizzazione".

competenze e delle necessarie informazioni fisicamente vicine alla loro sede offerte per lo più dalle organizzazioni locali dell'imprenditoria³⁰, da consulenti privati o da diverse fonti on line. Una volta che le imprese operano all'estero è spesso più difficile soddisfare il loro bisogno di assistenza sul mercato in questione. La visibilità dei servizi già esistenti non è sempre sufficiente ragion per cui la PMI si trovano ancora ad affrontare notevoli difficoltà nell'accedere ai mercati fuori dell'UE e nell'allacciare cooperazioni d'affari con partner internazionali. Dagli studi realizzati emerge che le PMI in generale trovano difficoltà a ottenere informazioni utili³¹.

4. UNA STRATEGIA UE A SOSTEGNO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI

4.1. Gli obiettivi dell'UE per una strategia a sostegno delle attività imprenditoriali

In base al recente Small Business Act per l'Europa e all'iniziativa faro Europa 2020, l'obiettivo della presente comunicazione è stabilire una strategia europea coerente per rendere più efficace ed efficiente l'integrazione nell'economia mondiale dei servizi a sostegno delle imprese europee.

Gli obiettivi della nuova strategia dell'UE sono i seguenti:

- **Fornire alle PMI informazioni adeguate e facilmente accessibili sulle modalità per estendere la loro attività all'esterno dell'UE**
- **Migliorare la coerenza delle attività di sostegno.**
- **Migliorare l'efficienza economica (cost-effectiveness) delle attività di sostegno.**
- **Colmare le lacune esistenti in materia di servizi di sostegno.**
- **Stabilire condizioni eque e garantire la parità di accesso alle PMI di tutti gli Stati membri dell'UE³².**

Gli strumenti da utilizzare per conseguire tali obiettivi sono illustrati nelle sezioni seguenti.

³⁰ L'assistenza locale per l'internazionalizzazione nell'ambito dell'UE fornita dalla Commissione si limita sinora alla rete Enterprise Europe, a programmi a breve termine come ad esempio "Understanding China" (<http://www.understandingchina.eu>), ad alcune tavole rotonde per le PMI e analoghi seminari che si tengono in diverse città europee, tra l'altro per "formare i formatori" presso le camere di commercio ecc., oltre a certe attività di animazione organizzate dalla filiale bruxellese dell'EU-Japan Centre for Industrial Cooperation (<http://www.eu-japan.eu>) per dare maggiore visibilità ai programmi del Centro anche all'indirizzo delle PMI dell'UE. La maggioranza delle attività dell'Helpdesk DPI PMI Cina ha avuto luogo all'interno dell'UE. Il fatto di aver fornito questi servizi nelle vicinanze delle PMI è risultato essere un elemento chiave per la loro efficacia.

³¹ "Il 44% delle PMI dell'UE ha segnalato la mancanza di un adeguato sostegno pubblico quale importante ostacolo". Relazione *Internationalisation of European SMEs*, dicembre 2009; http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm.

³² Come previsto nel nuovo programma per la competitività delle imprese e le PMI proposto nella comunicazione del 29 giugno sul prossimo quadro finanziario pluriennale.

4.2. Conseguire i nostri obiettivi

Al fine di seguire la PMI dal momento in cui decide di "diventare internazionale" fino al momento in cui inizia ad operare sui mercati dei paesi terzi, la Commissione intraprenderà quanto segue.

4.2.1. *Inventario dei servizi di sostegno all'interno e all'esterno dell'UE*

La Commissione procederà ad una mappatura circostanziata, nonché all'analisi dei servizi di supporto esistenti nell'Unione europea e nei paesi terzi. Tale esercizio coinvolgerà gli Stati membri e i gruppi per l'accesso al mercato facenti capo alle delegazioni UE: esso è necessario allo scopo di evidenziare le eventuali lacune e sovrapposizioni nell'attuale offerta di servizi³³ e fornirà la base per vagliare l'opportunità di ulteriori iniziative.³⁴ Esso sarà eseguito anzitutto soltanto per i mercati prioritari (cfr. il successivo punto 4.2.5.2.) applicando criteri standard intesi a valutare l'entità e la disponibilità dei suddetti servizi di sostegno. Tale inventario deve elencare le iniziative pubbliche e private a livello locale, regionale, nazionale e dell'Unione.

La mappatura fornirà un quadro dei servizi locali esistenti forniti dal settore pubblico e da quello privato nei paesi terzi, compresi gli Stati membri e gli organismi a livello UE. Inoltre, i gruppi per l'accesso al mercato dovrebbero riunire e coordinare le organizzazioni locali come ad esempio le camere di commercio, le organizzazioni imprenditoriali europee e i partner della rete Enterprise Europe, al fine di evidenziare le sinergie e le carenze nelle attuali attività locali di supporto alle PMI. In tal modo i collegamenti in rete diverrebbero più efficaci e il dialogo tra gli enti fornitori di sostegno alle imprese sarebbe facilitato: ne risulterebbero una maggior coerenza ed una miglior accessibilità dei servizi per le PMI di tutti gli Stati membri. Per ottenere una visione d'insieme sono di vitale importanza l'impegno e la cooperazione degli Stati membri e degli organismi di sostegno esistenti.

L'inventario dei servizi disponibili all'interno e all'esterno dell'UE sarà regolarmente aggiornato in cooperazione con gli Stati membri e le delegazioni dell'UE.

Durante questo esercizio la Commissione valuterà l'efficacia dei servizi di sostegno a livello UE già operativi.

Nell'ambito dell'attuale programma Competitività e innovazione, la Commissione procederà immediatamente:

- a lanciare un inventario completo ed un'analisi approfondita dei servizi di assistenza alle imprese, pubblici e privati, esistenti nell'Unione europea e nei paesi terzi al fine di completare, entro la fine del 2012, i lavori relativi ai mercati prioritari;**
- a evidenziare le duplicazioni e la frammentazione, nonché le carenze e le sinergie potenziali nelle attività esistenti di sostegno alle PMI;**

³³ Laddove non vi siano Market Access Teams (gruppi per l'accesso al mercato), il ruolo delle delegazioni dell'UE consisterà, se del caso, nell'offrire informazioni di base per integrare i dati necessari al fornitore di servizi che realizzerà la mappatura. Queste delegazioni possono organizzare, se del caso, riunioni di coordinamento tra le imprese e le organizzazioni di categoria operanti sul terreno.

³⁴ Secondo l'*Opportunities Report*, relazione sulle opportunità, la mappatura è considerata un compito fondamentale ai fini del coordinamento a livello dell'UE.

- a promuovere, tramite i gruppi per l'accesso al mercato presso le delegazioni UE e le autorità nazionali degli Stati membri, la collaborazione tra gli attuali fornitori di servizi finanziati da fondi pubblici.

4.2.2. Informare le PMI "a domicilio"

Le PMI devono accedere più facilmente ai servizi di consulenza in modo da individuare i programmi idonei disponibili in loco nella prima fase della loro internazionalizzazione. In altre parole hanno bisogno, fisicamente e praticamente, di un punto di contatto locale nell'UE.

La rete Enterprise Europe con i suoi 600 partner locali consentirà alle PMI di stabilire contatti diretti in loco e di ricevere servizi professionali di supporto a domicilio.

A tal fine la Commissione si adopererà per incentivare la collaborazione tra la rete Enterprise Europe e tutte le parti interessate negli Stati membri, in modo da accrescerne l'efficacia. Sul piano operativo, sarà istituita una nuova struttura di governance che coinvolgerà in maggior misura gli organismi di accoglienza e gli altri interessati affinché i servizi siano disponibili per le PMI in maniera più efficiente.

All'inizio del 2012 la Commissione inaugurerà un portale Internet ricco di contenuti che integrerà e razionalizzerà il contenuto attuale, fornirà informazioni suddivise per paese terzo e per settore relative ai mercati destinatari e un elenco dettagliato dei vari servizi di supporto disponibili. Tale portale rinverrà mediante link al contenuto on line degli "sportelli unici" in ciascuno Stato membro ed eviterà di duplicare le informazioni già disponibili³⁵.

Fino al 2014 i costi della rete Enterprise Europe saranno coperti a partire dalle risorse di bilancio esistenti. Nel contempo sarà realizzato un progetto pilota che consisterà nel tradurre progressivamente le informazioni del portale in tutte le lingue dell'UE. Il portale collegherà i portali attuali, nazionali e a livello UE, compresa la banca dati UE sull'accesso ai mercati e l'Export Helpdesk, e fornirà informazioni addizionali e una rassegna dei diversi servizi disponibili.

La Commissione intende:

- istituire una nuova struttura di governance per la rete Enterprise Europe, migliorare il suo funzionamento e la collaborazione con gli organismi di accoglienza e gli altri enti interessati al fine di migliorare l'informazione destinata alle PMI sul terreno;**
- inaugurare nel 2012 un portale Internet multilingue che fornirà informazioni sui mercati prioritari suddivise per paese terzo e per settore, nonché un elenco dettagliato dei vari servizi di supporto disponibili. Il portale farà capo all'attuale programma per la competitività e l'innovazione e, prendendo le mosse dalle basi dati esistenti come la Market Access Database, l'Export Helpdesk e l'European Customs Information Portal, fornirà profili sui rischi/sulle opportunità per le imprese comprendenti indicatori di rischio, quali la situazione economica, gli ostacoli agli scambi, gli oneri amministrativi, le procedure doganali, i regimi per gli appalti pubblici e altre informazioni per le PMI**

³⁵ "Si potrebbero ottenere incrementi di efficienza organizzando la raccolta di informazioni sull'evoluzione del mercato e il quadro giuridico e istituzionale nei mercati esteri a livello europeo", cfr. Relazione della Commissione sull' internazionalizzazione delle PMI europee: *Internationalisation of European SMEs*, del dicembre 2009, pag. 9.

orientate all'esportazione³⁶ ad esempio fornendo informazioni sulla legislazione unionale che possono essere utili per concludere contratti con controparti in paesi terzi³⁷. Esso sarà regolarmente aggiornato;

- avviare nel 2012 una campagna di sensibilizzazione di concerto con gli Stati membri e le parti interessate per familiarizzare le PMI con i servizi di sostegno disponibili.

4.2.3. Conferire una dimensione europea alla fornitura di servizi alle PMI nei mercati destinatari

Le PMI possono necessitare di un sostegno specifico una volta che hanno iniziato ad operare in un paese terzo. A tal fine la Commissione elaborerà entro il 2012 raccomandazioni concrete per accrescere l'efficienza e l'efficacia dell'intero sistema di assistenza disponibile per le PMI europee sui mercati terzi.

Questa iniziativa si baserà sui risultati dell'inventario e sull'esperienza acquisita con le azioni pilota di sostegno alle attività imprenditoriali.

Le opportunità che si offrono alle imprese europee cambiano da un mercato all'altro ed è su questa base che la Commissione ha istituito i gruppi per l'accesso al mercato nei mercati prioritari³⁸.

Poiché la situazione può variare in modo considerevole in ciascun mercato prioritario, è necessario un approccio "dal basso". Con il coordinamento dei gruppi per l'accesso al mercato presso la pertinente delegazione dell'UE sarà organizzata una piattaforma volta a consentire incontri regolari dei rappresentanti dei programmi di assistenza alle imprese, ad esempio, camere di commercio bilaterali, agenzie di sostegno alle esportazioni facenti capo agli Stati membri, organizzazioni di categoria e partner della rete Enterprise Europe: la piattaforma permetterebbe loro di far conoscere gli interventi previsti, nonché di operare in modo più razionale, specializzando e suddividendo il loro lavoro, e di definire gli eventuali interventi comuni. Una correlazione più efficace in rete tra le organizzazioni locali consentirebbe di mettere in comune le conoscenze e le competenze e di realizzare una divisione dei compiti più efficiente. Poiché le risorse scarseggiano, gli sforzi compiuti dalle organizzazioni locali potrebbero essere potenziati dalla razionalizzazione delle iniziative e delle pratiche, fatto questo che andrebbe a vantaggio di tutti i partecipanti.

L'effetto maggiormente positivo di questo approccio sarebbe quello di aumentare le dimensioni e la visibilità delle operazioni di sostegno alle imprese nei paesi terzi e fornire le migliori competenze e conoscenze disponibili a costi accessibili. Inoltre la messa in rete delle competenze consentirebbe di raggiungere tutti i settori economici e aiuterebbe anche i cluster europei, nonché i consorzi d'esportazione e le relative PMI a reperire potenziali partner in paesi terzi.

³⁶ Integrando ad esempio i servizi offerti dai TBT Enquiry Points dei paesi membri dell'OMC, il ruolo dei quali comprende la fornitura di informazioni sui regolamenti tecnici, gli standard e le procedure di valutazione di conformità.

³⁷ Cfr. la proposta della Commissione su un diritto comune europeo della vendita adottata l'11 ottobre 2011.

³⁸ Un elenco dei gruppi per l'accesso al mercato già operativi o che verranno costituiti è riportato nell'allegato alla presente comunicazione.

In base ai risultati dell'inventario, la Commissione, insieme agli Stati membri, promuoverà, valuterà e metterà a profitto, utilizzando le migliori pratiche, tutte le risorse UE per l'assistenza alle PMI nei paesi terzi. Nel portafoglio delle risorse vanno inclusi non solo i centri UE per le PMI e la rete Enterprise Europe, ma anche altri programmi UE di sostegno alle imprese già collaudati, destinati a promuovere eventi di intermediazione (quali Invest in Med, East Invest, AL-INVEST), le iniziative di collaborazione fra poli di imprese (come la piattaforma per la collaborazione fra i cluster e il club europeo dei dirigenti di cluster), i punti di contatto nazionali (PMC) del programma quadro per la ricerca dell'UE nonché i programmi di messa in rete e di formazione individuale nell'UE (come ad esempio Gateway to Japan/South Korea o il programma di formazione per dirigenti, ecc).

Questi strumenti, spesso fondati su basi giuridiche diverse, nonché su disposizioni di bilancio diverse e rivolti a mercati diversi dovranno essere utilizzati congiuntamente nell'ambito di un sistema integrato di sostegno alle PMI, istituendo modalità operative comuni, come benchmark o parametri di riferimento, realizzando sinergie e scambiando le migliori prassi in materia, in particolare per la valutazione delle loro prestazioni.

Gli Stati membri sono invitati ad esaminare l'opportunità di offrire i propri servizi nei paesi terzi a tutte le PMI dell'UE su base volontaria³⁹. Non soltanto questo miglior uso delle strutture e delle competenze esistenti andrebbe ad incrementare l'efficienza, ma fornirebbe inoltre alle organizzazioni degli Stati membri già operative l'opportunità di raggiungere un ventaglio di clienti più ampio. Inoltre, questa maggiore offerta andrebbe a tutto vantaggio delle PMI basate in quegli Stati membri che non dispongono di organizzazioni nazionali di sostegno alle imprese in tutti i mercati dei paesi terzi.

Ove necessario si potrebbero contemplare regimi di finanziamento integrativi a livello UE, nell'ambito delle future prospettive finanziarie pluriennali, come strumento volto ad agevolare la cooperazione transfrontaliera e l'accesso a competenze complementari tra prestatori di servizi, ottimizzando così l'impiego dei limitati fondi pubblici.

Per orientare l'intero processo, fare il punto degli sviluppi, monitorare i progressi compiuti e valutare l'efficacia del metodo, dev'essere eseguita una valutazione periodica con la partecipazione dei principali interessati, valutazione che potrebbe assumere la forma di un Forum annuale in cui la Commissione invita gli interessati a condividere le esperienze e a scambiarsi opinioni. In questa sede i partecipanti potrebbero sollevare questioni quali una diversa ripartizione dei compiti, la necessità di nuove attività e di altre esperienze per imparare gli uni dagli altri.

La Commissione intende:

- agevolare la cooperazione transfrontaliera e l'accesso a competenze complementari tra prestatori di servizi, in particolare tramite incentivi finanziari che potrebbero rientrare nel nuovo programma per la competitività delle imprese e le PMI nel contesto del proposto quadro finanziario pluriennale 2014-2020;

³⁹ Ci si potrebbe ispirare all'articolo 20, paragrafo 2, lettera c), del TFUE che recita: "I cittadini dell'Unione hanno, tra l'altro: (c) il diritto di godere, nel territorio di un paese terzo nel quale lo Stato membro di cui hanno la cittadinanza non è rappresentato, della tutela delle autorità diplomatiche e consolari di qualsiasi Stato membro, alle stesse condizioni dei cittadini di detto Stato".

- sottoporre le misure esistenti ad una valutazione periodica con la partecipazione dei principali interessati;
- insieme agli Stati membri, valutare, ottimizzare e promuovere la panopia delle UE di sostegno alle PMI nei paesi terzi in base alle migliori pratiche⁴⁰.

4.2.4. *Promuovere l'internazionalizzazione delle PMI tramite i poli e le reti d'impresa*

Le PMI hanno spesso bisogno di trovare i partner giusti al fine di sviluppare e produrre globalmente prodotti e servizi competitivi. Esse tendono sempre più a crescere ed ad innovare non da sole, ma in collaborazione, stringendo una cooperazione strategica tra imprese e formando reti con partner internazionali. In tale contesto va riconosciuta l'importanza dei subappalti.

I cluster, le reti d'impresa e i consorzi d'esportazione possono svolgere un ruolo rilevante per aiutare le PMI a sviluppare rapporti di cooperazione e ad aprirsi maggiormente alla dimensione internazionale. In particolare i consorzi per l'export svolgono un ruolo specifico in materia di internazionalizzazione poiché si tratta di gruppi di imprese che lavorano insieme a un progetto di sviluppo delle esportazioni. Studi recenti hanno rivelato che le nuove PMI, che sviluppano nuovi prodotti e servizi in una nicchia specifica, spesso sono attive fin dall'inizio sui mercati internazionali e la loro capacità di esportare è rafforzata dall'appartenenza ad un cluster⁴¹.

In effetti, le PMI organizzate in cluster e reti possono beneficiare di collegamenti e contatti imprenditoriali, delle conoscenze formali ed informali diffuse all'interno del raggruppamento o rete di imprese, nonché dei servizi personalizzati forniti dalle organizzazioni di cluster e reti. Tali agevolazioni incoraggiano, tra l'altro, lo sviluppo di partenariati all'estero cosicché le PMI hanno un accesso facilitato alle catene globali del valore, sviluppano alleanze strategiche con organismi di ricerca nei cluster o nelle reti che fungono loro da controparti, espandono le attività commerciali all'estero, compresa la partecipazione agli appalti pubblici, ed acquisiscono inoltre competenze appropriate e consulenze professionali su misura⁴².

A tale proposito le organizzazioni di cluster e di reti d'impresa dovrebbero essere riconosciute negli Stati membri come facilitatori importanti e pertanto essere inserite nei regimi di

⁴⁰ Ciò comprende non solo i centri UE per le PMI e la rete Enterprise Europe, ma anche altri programmi UE di sostegno alle imprese già collaudati destinati ad eventi di intermediazione, iniziative di collaborazione fra i cluster, il programma quadro per i punti di contatto nazionali, nonché il lavoro in rete e i singoli programmi di formazione nell'UE.

⁴¹ Cfr. ad es. OSEO/UBIFRANCE studio (2010) "Link Innovation-Exports" in merito al nesso innovazione – esportazione. Consultabile all'indirizzo seguente:
http://www.oseo.fr/storage/newsletters/vendredi_28_mai_20102/gauche/actualites/etude_oseo_ubifrance

⁴² *European Clusters Go International: Networks and clusters as instruments for the initiation of international business cooperation, (I poli europei diventano internazionali: reti e poli come strumenti per l'avvio della cooperazioni internazionale tra imprese)* VDI/VDE/IT, 2011, <http://www.vdivde-it.de/news-en/publications/best-practice/european-clusters-go-international-2013-networks-and-clusters-as-instruments-for-the-initiation-of-international-business-cooperation>

sostegno alle imprese destinati a promuovere l'internazionalizzazione delle PMI⁴³. Oltre a questo la cooperazione transnazionale tra organizzazioni di cluster e reti attualmente costituisce una sfida importante e la questione dovrebbe essere trattata a tutti i livelli⁴⁴, anche ricorrendo a prestiti transfrontalieri, come ha proposto la Commissione nella comunicazione "Un bilancio per la strategia 2020"⁴⁵. Andrebbe inoltre rafforzata la cooperazione tra le organizzazioni di cluster, la rete Enterprise Europe e le altre organizzazioni UE di imprese interessate, al fine di fornire alle PMI servizi d'innovazione migliori e facilitare il loro accesso ai mercati internazionali.

Nel lungo termine la Commissione elaborerà una vasta iniziativa dell'Unione europea volta ad utilizzare in modo più strategico la cooperazione transnazionale fra i cluster sui mercati esterni all'Europa, al fine di definire strategie comuni di lungo respiro con partner internazionali in tutti gli Stati membri dell'UE.

Questa iniziativa di internazionalizzazione dei cluster contribuirebbe a promuovere in Europa raggruppamenti competitivi a livello mondiale, soprattutto nei settori emergenti in cui tale cooperazione ha il potenziale per creare nuovi vantaggi competitivi per l'Europa. Il programma può includere azioni volte a identificare gli interessi strategici per un'ulteriore cooperazione tra i cluster nell'intera UE.

La Commissione intende:

- incoraggiare e finanziare l'istituzione di programmi di formazione per imprenditori, dirigenti di PMI e dirigenti di cluster, di reti di imprese e di consorzi di esportazione al fine di consentire loro di guidare le operazioni di internazionalizzazione;**
- promuovere la creazione di consorzi di esportazione tra le PMI stabilite in diversi Stati membri mediante tutta una serie di misure fra cui le campagne d'informazione e gli incentivi finanziari così da incoraggiare le sinergie;**

⁴³ A tal fine, a livello dell'UE, è stato lanciato nel marzo 2011 un invito specifico a presentare proposte nell'ambito del Programma per la competitività e l'innovazione volto a stimolare la cooperazione internazionale mediante programmi di cluster regionali e nazionali. Cfr. :

http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item_id=4968

⁴⁴ A tale proposito la Piattaforma europea per la collaborazione fra i cluster istituita nell'ambito dell'iniziativa European Cluster Excellence, per l'eccellenza dei cluster europei, contribuirà a promuovere una migliore cooperazione tra i cluster a livello internazionale a vantaggio delle PMI. Come prima tappa sono stati firmati protocolli d'intesa con i partner in Giappone, India e Brasile e altri sono previsti. Per maggiori informazioni cfr. <http://www.cluster-excellence.eu/collaboration>. Inoltre, la cooperazione tra cluster è trattata nell'ambito dell'azione "Regioni della conoscenza" di cui al 7° programma quadro dell'UE per la ricerca. L'azione intende rafforzare le potenzialità di ricerca presenti nelle regioni europee, in particolare incoraggiando e sostenendo lo sviluppo in tutta Europa di "cluster regionali orientati alla ricerca", associando le università, i centri di ricerca, le imprese e le autorità regionali. È disponibile in particolare un sostegno per le attività di internazionalizzazione e lo sviluppo di strategie con i paesi terzi. http://cordis.europa.eu/fp7/capacities/regions-knowledge_en.html

⁴⁵ Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni – *Un bilancio per la strategia 2020 – Parte II schede politiche*, del 29 giugno 2011, COM (2011) 500. La Commissione ha proposto che nel periodo 2014-2020 i meccanismi di garanzia sui prestiti si concentrino non solo sulla dimensione nazionale, ma anche sui crediti transfrontalieri o plurinazionali.

- promuovere la cooperazione transfrontaliera tra cluster/reti mediante l'apertura di crediti avallati da garanzie a livello di UE.

4.2.5. Razionalizzare le nuove azioni sui mercati destinatari

4.2.5.1. Principi orientativi

Per assicurare il pieno utilizzo delle risorse disponibili ed evitare le sovrapposizioni, la Commissione ribadisce vigorosamente i seguenti principi orientativi.

Complementarità e addizionalità: Le azioni intraprese a livello UE dovrebbero essere complementari e non duplicare i servizi di sostegno alle imprese che sono già offerti dagli Stati membri e/o da organizzazioni private. Nel rispetto del principio di sussidiarietà e di una divisione del lavoro adeguata, esse dovrebbero servire a colmare le lacune o a potenziare i servizi di assistenza esistenti laddove rimangano esigenze non soddisfatte, o non sufficientemente soddisfatte, da altri organismi pubblici o privati. Questo potrebbe avvenire, ad esempio, nei casi in cui i servizi già operanti non contemplino tutti i mercati prioritari (i nuovi mercati emergenti, ad esempio) o non tutte le problematiche in tema di accesso, in particolare per quanto attiene alle norme e alla regolamentazione, e altri ostacoli non tariffari per le imprese all'estero.

Sostenibilità: Il sostegno offerto a livello europeo per i servizi di assistenza alle imprese deve basarsi su una domanda chiara del mercato. A breve termine tali servizi possono essere finanziati da fondi pubblici nel quadro del regolamento finanziario, ma l'obiettivo a lungo termine dovrebbe essere che i servizi si autofinanzino nella misura del possibile onde ridurre il rischio di mettere indebitamente fuori mercato i prestatori di servizi privati.

Efficienza nell'uso di fondi pubblici: Secondo i principi di sana gestione finanziaria, i fondi pubblici vanno utilizzati per ottenere il miglior rapporto possibile tra risorse impiegate e risultati conseguiti. A tal fine per ciascuna attività si devono fissare obiettivi specifici, misurabili, attuabili, realistici e temporalmente definiti (SMART); va inoltre prevista un'adeguata valutazione. L'utilizzo efficace dei fondi pubblici può significare che, anziché istituire una nuova struttura, può essere più intelligente incoraggiare i fornitori di servizi esistenti sui mercati terzi, quali le camere di commercio nazionali o europee, o le delegazioni UE locali e i gruppi per l'accesso al mercato, ad ampliare la portata delle loro attività o a mettere in comune le rispettive risorse per offrire un servizio più completo.

I principi orientativi costituiranno gli elementi chiave di questa strategia e ispireranno tutte le iniziative dell'UE in quest'ambito sia prima che dopo il 2014.

La Commissione s'impegna a seguire i principi orientativi per la selezione, la pianificazione e l'attuazione delle iniziative di sostegno al livello di UE.

Gli Stati membri sono incoraggiati a seguire, per quanto possibile, analoghi principi e priorità nelle attività di supporto alle loro imprese all'estero.

4.2.5.2. Priorità geografiche

Per quanto attiene alle nuove azioni effettuate all'esterno dell'UE, la Commissione applicherà i seguenti criteri per definire le priorità geografiche, identificare i paesi prioritari e avviare un'ampia gamma di azioni specifiche.

Questa impostazione garantirà una maggior efficacia delle iniziative che si concentreranno sulle esigenze reali delle PMI. Con il tempo l'elenco dei paesi prioritari dovrà ovviamente essere aggiornato. La definizione delle priorità dovrebbe basarsi in particolare sui seguenti fattori:

Potenziale economico e dimensioni del mercato: I mercati prioritari dovrebbero comprendere i principali partner commerciali e di investimento dell'UE, nonché mercati con prospettive di forte crescita economica. I mercati da cui potrebbero emergere importanti partner commerciali, in considerazione dell'accresciuto potere d'acquisto e delle maggiori occasioni di investimento, vanno monitorati per valutare l'opportunità di azioni future.

Entità delle difficoltà incontrate dalle PMI nell'accesso ai mercati: Per quanto riguarda l'accesso delle PMI, alcuni mercati sono più difficili di altri: in parte a causa delle protezioni tariffarie, ma più spesso a causa dei diversi contesti normativi che possono equivalere ad ostacoli non tariffari agli scambi e agli investimenti. Le difficoltà di accesso ai finanziamenti costituiscono anch'esse per le PMI un ostacolo che varia da paese a paese. Occorre adoperarsi per eliminare tali ostacoli il più possibile e aiutare le PMI a superarli.

Lacune esistenti nel sostegno alle imprese: L'inventario dei servizi attualmente forniti dagli organismi pubblici o privati contribuirà a mettere in risalto le eventuali lacune esistenti nelle infrastrutture locali di sostegno e il modo migliore per colmarle. Le tematiche non sufficientemente coperte potrebbero riguardare la mancanza di competenze in questioni specifiche come le norme, la valutazione di conformità, la commercializzazione della tecnologia, la protezione dei diritti di proprietà intellettuale, gli appalti pubblici e le gare d'appalto, nonché la normativa doganale. Occorrerà probabilmente stabilire delle priorità.

L'UE identificherà i mercati prioritari per le PMI in base ai criteri elencati. Fra questi potrebbero esservi i principali partner attuali dell'UE per il commercio e gli investimenti (Stati Uniti, Cina, Russia, Giappone), i paesi in via di adesione e i partner della politica europea di vicinato ad est e a sud dell'Unione nonché i mercati generatori di forte crescita economica (mercati emergenti in Asia, Africa e America latina).

4.2.6. Inserire la tematica dell'internazionalizzazione delle PMI nelle altre politiche dell'UE e creare un contesto favorevole alle attività internazionali delle PMI

Vi è ancora un margine per utilizzare meglio molte politiche UE esistenti ed emergenti al servizio delle PMI che si sforzano di crescere a livello internazionale e di entrare sui mercati esteri.

Tutti i paesi in via di adesione sono incoraggiati a far propri gli obiettivi della strategia Europa 2020, comprese le attività legate alle PMI. Il rafforzamento dello stato di diritto è una priorità chiave della politica di allargamento e contribuisce a dare fiducia alle PMI unionali ad investire su tali mercati. La creazione di un contesto imprenditoriale favorevole è anche un importante pilastro dei nostri rapporti con i paesi del Partenariato orientale.

I cambiamenti storici in corso sulle sponde meridionali del Mediterraneo meridionale/nella regione nordafricana costituiscono un'occasione evidente per offrire un forte sostegno alla trasformazione socioeconomica della regione di concerto con la politica europea di vicinato. Ciò che potrebbe significare sviluppare e rafforzare i regimi di cooperazione tra imprese

("business-to-business") tra l'UE e questi paesi⁴⁶. Visto il loro vasto potenziale di crescita economica e in linea con la strategia comune UE-Africa, i paesi africani in generale dovrebbero essere invitati a trarre vantaggio dalla costruzione di una forte cooperazione con le PMI dell'UE.

Nel contesto delle inchieste di difesa commerciale si tratterà la situazione particolare delle PMI – in quanto importatrici, utilizzatrici, denunciatori o esportatrici – e si renderanno più agevolmente accessibili per le PMI le informazioni sul funzionamento degli strumenti di difesa commerciale.

Le sospensioni tariffarie autonome e le quote sono fattori importanti per le aziende che producono nell'Unione. Si consacra un'attenzione particolare all'interesse delle PMI. L'impatto di tale strumento sarà vagliato nel contesto di una valutazione d'impatto economico da avviarsi nel 2012.

L'UE intende:

- **sostenere la creazione di un ambiente operativo favorevole alle imprese nei paesi in via di adesione e in via di sviluppo, soprattutto nell'interesse delle PMI; questo ambiente più favorevole andrà a vantaggio di tutte le PMI, comprese quelle che desiderano operare in un mercato specifico;**
- **intensificare gli sforzi per eliminare i rimanenti ostacoli tariffari e non tariffari nei paesi terzi;**
- **costituire presso le sezioni commerciali ed economiche di tutte le pertinenti delegazioni dell'UE punti di contatto per le PMI nel contesto dell'attività dei gruppi per l'accesso al mercato;**
- **perseguire, nell'ambito del suo dialogo in materia normativa con i governi partner, l'obiettivo di aprire maggiormente i mercati e di renderli più favorevoli alle piccole imprese;**
- **fare degli interessi delle piccole imprese per quanto concerne l'accesso ai mercati degli appalti internazionali una priorità nell'ambito dei negoziati multilaterali in merito all'accordo sugli appalti pubblici (AAP) condotti in sede di OMC;**
- **migliorare la comunicazione rivolta alle PMI sui benefici economici che si possono ottenere dal commercio su scala internazionale e determinati dalle misure di politica commerciale, in particolare dagli accordi bilaterali di libero scambio;**
- **fondare il Forum finanziario delle PMI sull'Africa, una prima tappa importante del nostro nuovo approccio volto a creare collegamenti tra le imprese europee e africane, mediante un dialogo rafforzato e permanente;**

⁴⁶

Ad esempio tramite la cooperazione tra i cluster: i partenariati di cluster offrono concrete possibilità di una maggiore cooperazione tra imprese che potrebbe essere sviluppata e adattata alle esigenze specifiche delle imprese in settori quali il turismo e le industrie creative, che hanno un considerevole potenziale economico nei paesi del Mediterraneo meridionale. Oltre a questo caso specifico la Commissione sta anche esaminando l'opportunità di sostenere scambi tra imprenditori con sede in paesi diversi, all'interno e all'esterno dell'Unione europea.

- sensibilizzare le PMI sulle possibili sospensioni tariffarie autonome e sulle quote e vagliarne l'impatto sulle PMI nel contesto di una valutazione da avviarsi nel 2012.

5. CONCLUSIONE

Nell'attuale temperie economica è urgente cercare nuove fonti di crescita. I mercati in espansione dei paesi terzi possono offrire preziose opportunità alle PMI dell'UE. La Commissione ritiene che la strategia sopra delineata possa offrire alle PMI gli strumenti necessari per entrare efficacemente in affari sui mercati esterni all'UE. Ciò si basa sulla premessa che la cooperazione tra l'UE e gli Stati membri, tra gli stessi Stati membri e tra il settore pubblico e quello privato recherà chiari vantaggi alle PMI dell'UE.

Questa nuova strategia dell'UE definisce cinque ambiti di azione:

- mappatura dell'offerta attuale di servizi di supporto per consentire una strategia più razionale e coerente in futuro;
- creazione di un unico canale virtuale di accesso alle informazioni per le PMI;
- messa in coerenza dei regimi di sostegno a livello UE per accrescere il loro impatto;
- promozione di cluster e reti orientati all'internazionalizzazione delle PMI;
- coordinamento della collaborazione paneuropea nei mercati prioritari per sfruttare al meglio i fondi pubblici spesi;
- valorizzazione delle politiche esterne UE esistenti per accelerare la crescita internazionale delle PMI europee.

Gli sforzi futuri devono concentrarsi sulle modalità con cui i prestatori attuali di servizi possono collaborare più efficacemente, spesso al di là della frontiera nazionali, e sulle modalità per offrire incentivi in vista di tale risultato. Una mappatura onnicomprensiva dei fornitori di servizi di supporto getterà le fondamenta di questa procedura. Tutte le istituzioni dell'Unione europea e le parti interessate nel settore delle PMI, in partenariato, verranno coinvolte nell'attuazione di questa strategia e dovrebbero rispettare le priorità e le linee guida delineate nella presente comunicazione all'atto di esaminare nuove attività a sostegno dell'internazionalizzazione delle PMI, nel breve come nel lungo termine.

Gli Stati membri sono incoraggiati ad adottare una strategia analoga e ad operare in stretta cooperazione con la Commissione al fine di rafforzare l'insieme del sostegno finalizzato alla crescita internazionale delle PMI europee.

Sulla base dell'esperienza attuale nell'identificazione delle barriere che si frappongono all'accesso a mercati chiave nei paesi terzi (come richiesta dal Consiglio dell'Unione europea nelle sue conclusioni del dicembre 2008) sono già operativi o verranno costituiti gruppi per l'accesso al mercato nei seguenti paesi:

- Algeria
- Argentina
- Brasile
- Canada
- Cile
- Cina
- Colombia
- Corea del Sud
- Egitto
- Filippine
- Giappone
- Hong Kong
- India
- Indonesia
- Israele
- Kazakistan
- Malaysia
- Marocco
- Messico
- Nigeria
- Norvegia
- Nuova Zelanda

- Perù
- Russia
- Singapore
- Stati Uniti
- Sud Africa
- Svizzera
- Thailandia
- Taiwan
- Tunisia
- Turchia
- Ucraina
- Vietnam