

norme complesse, gravose o non più attuali, deleghe al Governo su specifiche questioni, l'autorizzazione all'adozione di regolamenti, decreti ed altri atti necessari.

In questi anni l'attività di predisposizione degli atti preparatori alla Legge annuale è stata svolta, ma le misure sono state assunte in maniera disomogenea e spesso agganciate ad altri provvedimenti urgenti.

• **Le Regioni e le Camere di Commercio**

Una politica efficace per le MPMI vede in primo piano le Regioni. Tuttavia spesso gli interventi centrali e locali viaggiano su binari distinti e ciò rende necessario un maggiore e più efficace coordinamento.

Nel corso del 2013 sono stati sottoscritti accordi ed intese per favorire il coordinamento delle competenze e per raggiungere ulteriori livelli di semplificazione con iniziative sperimentali da replicare poi in altre parti del territorio nazionale. Questa modalità va ulteriormente potenziata. Semplificazione amministrativa, internazionalizzazione, sostegno dell'innovazione, valorizzazione delle eccellenze produttive, raccordo tra formazione e mondo dell'impresa, completamento delle infrastrutture digitali, sono obiettivi che solo con il concorso delle Regioni possono essere raggiunti. Ciò richiede un raccordo continuo che metta in fila per obiettivi, operativamente, le iniziative, le attività e le misure.

Un apporto significativo ad efficaci politiche per le imprese, specie se di minore dimensione, a livello territoriale può venire dal **sistema delle Camere di commercio**, ad esempio sui temi della informazione economica, dell'internazionalizzazione, dell'avvio di impresa, dell'ingresso delle MPMI nel digitale, dell'orientamento tra scuola e fabbisogni delle imprese, della mediazione civile. A tal proposito è però indispensabile una **riforma profonda del sistema camerale** che precisi i compiti, razionalizzi servizi e strutture, riduca i costi per le imprese.

• **Il Garante nazionale delle MPMI**

Le imprese, nelle diverse occasioni di confronto con il Garante, hanno sottolineato l'utilità della istituzione della figura del Garante in raccordo con la funzione di SME Envy, anche i fini di una maggiore attenzione, anche da parte dell'Europa, ai temi della crescita.

Sebbene gli interventi in favore delle MicroPMI realizzati nel corso del 2013 non siano stati pochi (Allegato 4), la dispersione delle misure in vari "contenitori" normativi, ha prodotto un disorientamento tra le imprese, specie di piccola dimensione, e ne ha ridotto drasticamente gli effetti positivi e le ricadute sull'intero tessuto produttivo.

Su questo tema le analisi condotte evidenziano che una parte cospicua delle valutazioni e delle proposte che erano state indicate nella Prima Relazione del Garante è stata recepita o è in fase di recepimento (Cap. 2), benché vi siano alcune misure per le quali occorre accelerare la predisposizione dei decreti attuativi ed altre che non sono state ancora avviate.

Inoltre, ispirandosi anche alla *Small Business Administration* degli Stati Uniti, sarebbe utile rafforzare la figura del Garante potenziandone i compiti con la previsione di una funzione di raccordo operativo tra le diverse Amministrazioni ed enti nazionali e territoriali che realizzano politiche pubbliche per le PMI, nonché con quella di intervento sui percorsi normativi al fine di segnalare obbligatoriamente al Parlamento e al Governo i maggiori oneri amministrativi che deriverebbero a carico delle Micro PMI dall'eventuale approvazione delle norme.

4. LE PRIORITA' PER LE IMPRESE

Sulla base del continuo confronto con le imprese e il sistema imprenditoriale sembra opportuno segnalare le seguenti priorità:

- 1) Carico fiscale
- 2) Semplificazioni
- 3) Credito, finanza aziendale e liquidità
- 4) Internazionalizzazione e promozione del *Made in Italy*
- 5) Innovazione, R&S
- 6) Aggregazioni di imprese
- 7) Promozione dell'imprenditorialità e continuità aziendale

Per il 2014 sembra dunque opportuno puntare su un programma di lavoro snello che possa consentire, da un lato, di affrontare con decisione alcuni temi ritenuti concretamente utili e prioritari dalle piccole e medie imprese, dall'altro, di produrre un impatto positivo sull'intero sistema produttivo del Paese.

1) CARICO FISCALE

- In cima alla lista nell'agenda delle priorità per il 2014 si pone il tema del fisco. Al riguardo si sottolinea la necessità di **intervenire in maniera più incisiva in modo da ridurre il carico fiscale delle imprese**. Nel 2013 la pressione fiscale ha infatti toccato la quota record del 44,3% del Pil e nell'ultimo Rapporto della Banca mondiale *Doing Business 2014* l'indicatore sulla tassazione è in assoluto quello peggiore, che vede l'Italia posizionata al 138° posto nella classifica di 189 paesi al mondo, perdendo peraltro tre posizioni²⁷. Posizione confermata nel Rapporto "*Paying Taxes 2014*", sempre della Banca Mondiale, dove siamo fanalino di coda in Europa per carico fiscale e per adempimenti.

Proseguendo il percorso in parte già avviato con la Legge di stabilità per il 2014, in particolare, occorre operare **una più decisa riduzione dell'Irap e del carico fiscale sul lavoro** che rappresentano ormai un insostenibile fardello, ripensando ad esempio l'attuale meccanismo di deducibilità soltanto parziale dell'Irap o le soglie di esenzione. La riduzione del carico fiscale delle imprese, inoltre, potrebbe essere efficacemente operata non soltanto per i dipendenti neo-assunti, aggiuntivi rispetto alla base occupazione attuale.

Inoltre è ritenuta efficace dal mondo imprenditoriale anche una politica di defiscalizzazione significativa sugli investimenti.

- La politica di riduzione del carico fiscale per le imprese dovrebbe infine essere affiancata da una seria **lotta all'evasione** che consenta nel breve e medio periodo di recuperare risorse preziose per la riduzione della pressione fiscale sulle imprese.
- Riguardo ai rapporti tra imprese e fisco, sono necessarie delle modalità più vicine alle imprese; occorre cioè promuovere **forme friendly di conciliazione/contraddittorio, cercando anche di finalizzare il lavoro del Tavolo tecnico** istituito presso l'Agenzia delle Entrate su questo tema.

²⁷ Nel complesso degli indicatori l'Italia si classifica 65^a, davanti a noi perfino Ruanda (32esimo), Messico (53esimo), Botswana (56esimo), Panama (55esimo). Sul podio restano Singapore, Hong Kong e la Nuova Zelanda, seguiti da Stati Uniti e Danimarca.

2) SEMPLIFICAZIONI

- Su un binario parallelo al tema della tassazione delle imprese viaggia quello relativo alla **complessità dei numerosi adempimenti** cui le stesse imprese debbono fare fronte. Tali adempimenti, infatti, sono più numerosi e più costosi che negli altri paesi concorrenti e - come peraltro rileva il *World Economic Forum*²⁸ - incrementando i costi e le inefficienze per il mondo produttivo si finisce per **abbassare la fiducia degli investitori**, per cui diventa sempre più urgente accelerare e rafforzare il percorso avviato delle **semplificazioni**.

La fondazione PROMO PA ha stimato che la spesa media delle micro e piccole imprese per gli adempimenti burocratici è appena inferiore a 12 mila euro all'anno, pari in media al 7,4% del fatturato, con un impegno di 30 giornate/uomo, che arriva a 37 nel caso delle imprese industriali.

Secondo la Banca Mondiale in Italia per gli adempimenti fiscali le società impiegano **269 ore all'anno** contro le 179 ore impiegate in media da un'impresa europea. Fra l'altro **le imprese italiane debbono effettuare 15 pagamenti** a fronte di 13 nella media europea.

- E' da rilevare che sul tema delle semplificazioni sono stati fatti alcuni passi in avanti. Tuttavia, sebbene i risparmi derivanti dagli interventi del decreto del Fare siano stati già stimati in circa 500 milioni di euro all'anno, si richiama l'attenzione sulla necessità di accelerare e consolidare il percorso avviato negli ultimi anni, implementando le politiche di semplificazione dei **procedimenti amministrativi**.

In particolare, le imprese segnalano ancora, da un lato, la necessità di **razionalizzare** ulteriormente le **comunicazioni obbligatorie**, dall'altro, l'esigenza di rafforzare il processo di **semplificazione** lungo le direttrici dell'**avvio di impresa** e dell'**ampliamento ed apertura di stabilimenti produttivi**.

- Merita attenzione, infine, una nota sulla **tempistica di attuazione delle norme**. Lo Statuto delle imprese e diverse leggi successive hanno individuato misure importanti che, una volta attuate, avrebbero consentito alle MPMI ad esempio di procedere con maggiore facilità e velocità. I **ritardi nella predisposizione dei decreti e nella loro attuazione spesso vanificano i miglioramenti introdotti dalle norme**.

3) CREDITO, FINANZA AZIENDALE E LIQUIDITÀ

- Oltre al tema dei tempi di pagamenti della PA, c'è il tema ormai consolidato della necessità promuovere in Italia una cultura finanziaria in grado di creare le condizioni per superare l'**eccessiva dipendenza delle imprese dal capitale bancario**, che rappresenta ancora circa il 90% delle fonti di finanziamento per le imprese italiane. Anche secondo le indicazioni dell'OCSE contenute nel Rapporto in corso di pubblicazione (*Review of SME and Entrepreneurship Issues and Policies in Italy*) **il tema dell'accesso alla finanza delle PMI italiane** dovrebbe diventare sempre più prioritario nell'agenda del governo italiano.

Per raggiungere questo obiettivo è necessario rafforzare il ricorso diretto al mercato dei capitali, puntando sulla quotazione in Borsa e sull'utilizzo di strumenti come le obbligazioni societarie (in particolare, quelle emesse dalle PMI, i cosiddetti *minibond*). Dopo gli interventi di liberalizzazione della finanza d'impresa realizzati nel 2012 con l'adozione dei due decreti Crescita, il Governo ha adottato ulteriori interventi normativi per accrescere il mercato delle

²⁸ World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2013-2014.

obbligazioni societarie italiane, favorendo la costituzione di fondi specializzati nell'investimento in questa tipologia di *asset*. I primi risultati si sono già prodotti e nel primo anno di operatività della riforma si sono registrate 25 emissioni di obbligazioni, per un controvalore di circa 6 miliardi di euro. La platea potenziale di soggetti interessati è però molto più ampia: in Italia sono circa 35 mila le società, con un giro d'affari superiore a 5 milioni di euro, che secondo un recente studio basato sull'analisi dei dati di bilancio potrebbero avere caratteristiche compatibili con l'emissione di un *minibond*²⁹. Occorre continuare su questa strada, cercando di accrescere l'allocazione delle risorse del risparmio a lungo termine verso questi investimenti nell'economia reale del nostro Paese.

- Occorre poi impiegare al meglio gli strumenti pubblici per favorire l'accesso al credito, in particolare in tema di garanzie. La legge di stabilità ha introdotto una importante riforma organica degli strumenti di garanzia, secondo tre finalità: MPMI, famiglie, innovazione. In particolare, il **Fondo Centrale di Garanzia** per le piccole e medie imprese è uno strumento che si è rivelato notevolmente utile soprattutto in questi anni di crisi. A partire dal 2000 e fino al 31 dicembre 2013, sono state garantite più di 325 mila operazioni, per un importo totale di oltre 52,3 miliardi di euro, con un incidenza delle garanzie effettivamente escusse che è rimasta molto bassa. In considerazione di questi positivi risultati, per accrescere significativamente la leva finanziaria del Fondo è **opportuno incrementare l'utilizzo di fondi strutturali europei** e individuare sinergie operative con i **finanziamenti BEI**, anche proseguendo sulla linea già tracciata dalla Legge di stabilità per i progetti di innovazione; occorrerebbe inoltre sperimentare le iniziative congiunte promosse dall'UE e dalla BEI per promuovere il finanziamento delle MPMI in modo da attivare strumenti complementari al Fondo ed estendere il perimetro di intervento delle policy pubbliche per l'accesso al credito.
- La messa in efficienza del **sistema dei Confidi** rappresenta uno snodo cruciale per il tema del credito e per l'utilizzo efficace dei fondi pubblici. L'incidenza delle garanzie confidi sui finanziamenti bancari alle PMI in Italia è il 12,3%, ed è riconosciuto il ruolo che essi svolgono nella riduzione delle asimmetrie informative tra banca e impresa. Gli interventi normativi varati negli ultimi anni, ivi comprese le recenti disposizioni della Legge di stabilità 2014, colgono questa esigenza e promuovono forme di rafforzamento patrimoniale che passano anche attraverso processi di aggregazione dei Confidi. Tuttavia **sembra ancora mancare un quadro organico di riforma** che punti con chiarezza, e con la necessaria gradualità, ad un complessivo *upgrading* del sistema verso modelli organizzativi che consentano di superare le inefficienze riconducibili principalmente alla loro ridotta dimensione.
- Per effetto della normativa prevista per le **startup innovative**³⁰, è in fase di avvio l'operatività dei portali di **equity crowdfunding**, che costituiscono una modalità innovativa per il reperimento delle risorse finanziarie destinate a questa tipologia di imprese. Si tratta di un campo nel quale l'ordinamento italiano si pone all'avanguardia. Questo strumento potrà poi essere successivamente esteso anche ad un più ampio universo di imprese.

²⁹ La Cerved Group ha recentemente tracciato il profilo delle PMI italiane più solide che potrebbero essere prese in considerazione per l'emissione di *minibond*, in un report "Esiste un mercato per i *minibond* in Italia? La fotografia delle società non *quoted*", pubblicato ad Ottobre 2013. I dati di bilancio indicano che, se saranno superati alcuni ostacoli strutturali che finora hanno impedito il decollo di un mercato dei *minibond* in Italia, ci potrebbero essere impatti rilevanti di stimolo all'economia. Vi sono infatti quasi 35mila imprese che nell'ultimo triennio hanno movimentato un giro d'affari pari a 785 miliardi di euro, prodotto 162 miliardi di euro di valore aggiunto (il 10% del Pil) e sono esposte con le banche per 140 miliardi. Di queste 35mila la maggior parte (31mila) è costituita da PMI con fatturato inferiore a 50 milioni di euro.

³⁰ Il Decreto Crescita Bis, convertito nel dicembre 2012, ha introdotto per la prima volta nell'ordinamento giuridico italiano la definizione di **startup innovativa**, una società di capitali costituita da meno di quattro anni e caratterizzata da un'elevata dotazione tecnologica. Indipendentemente dal settore e senza limite anagrafico in capo all'imprenditoriale, sono stati introdotti benefici su vari aspetti, quali ad esempio la semplificazione amministrativa, il mercato del lavoro, agevolazioni fiscali. Le misure pongono l'Italia all'avanguardia nel confronto con gli ordinamenti dei principali partner europei.

- Con riguardo al tema della liquidità, ed al fine di tutelare al massimo le micro e PMI, sarebbe utile elaborare dei modelli di **“autocertificazione” di regolarità dei pagamenti anche tra le imprese** che operano all'interno delle catene di fornitura, sulla scorta del *Prompt Payment Code* britannico³¹, attraverso una collaborazione anche tra università ed associazioni di rappresentanza delle imprese.

4) INTERNAZIONALIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY

In pochi anni è cambiata la percezione del mercato internazionale da parte delle MPMI: la crisi ha indotto a concepire l'estero come una strada alternativa a un mercato interno fortemente stagnante. L'affannosa ricerca di mercati integrativi sta cambiando l'approccio di larga parte dell'imprenditoria italiana meno basato su una "episodicità" di presenza e su un'assenza di selettività.

- Nell'ottica di sostenere le imprese italiane in una fase in cui stanno positivamente recuperando posizioni sui mercati internazionali, è necessario proseguire e rafforzare il processo di sinergie e di miglior **coordinamento delle iniziative promozionali** per l'export, già avviato con la riforma dell'Istituto per il Commercio Estero e l'istituzione della Cabina di regia per l'internazionalizzazione. Sulla politica di orientamento in particolare ciò sta contribuendo ad accrescere la selettività delle aree geografiche target anche sulla base delle prospettive di crescita delle economie estere ove concentrare risorse ed iniziative promozionali, consentendo di mettere a punto dei **piani pluriennali di promozione Paese** sui quali far convergere iniziative delle istituzioni nazionali, regionali e locali. L'Agenzia ICE è il soggetto di riferimento per l'azione promozionale pubblica nonché per l'assistenza all'estero l'orientamento per nuovi mercati, sul supporto all'inserimento di filiere d'impresa nelle grandi manifestazioni di apertura dei mercati.
- In questo ambito, sarebbe auspicabile che le Camere di commercio svolgessero sul territorio nazionale un'azione strutturata di "ultimo miglio" di *marketing* e diffusione alle imprese, in particolare quelle di minore dimensione, degli strumenti di internazionalizzazione messi a disposizione dal "Sistema Italia", di assistenza sia pre che post eventi. Le Camere di Commercio potrebbero anche destinare proprie risorse al fine di diffondere alle imprese **servizi innovativi di internazionalizzazione** come quelli di *temporary export management*, nonché sostenere finanziariamente l'apertura di punti di servizio e presidio in Paesi emergenti che presentino particolari potenzialità. Al di fuori del territorio nazionale le Camere di commercio italiane all'estero, che erogano servizi sostanzialmente sul mercato, dovrebbero essere il soggetto di riferimento per l'orientamento su mirati contatti di affari.
- Paesi tradizionalmente concorrenti dell'Italia, quali la Francia e la Germania, sperimentano da tempo gli effetti positivi dell'**integrazione degli strumenti per il finanziamento delle**

³¹ Lo UK *Prompt Payment code* è un **codice di condotta** diffuso nel Regno Unito, con il quale le imprese sottoscrittrici si impegnano ad un maggior rispetto dei propri fornitori, specialmente quando questi sono di piccole o medie dimensioni. In particolare, i sottoscrittori si impegnano a:

- Pagare i fornitori nei tempi previsti dai contratti, non tentare di cambiare i termini di pagamento successivamente alla stipulazione dell'accordo, non modificare le condizioni ed i tempi di pagamento verso imprese di taglia minore senza un ragionevole motivo.
- Munire i fornitori di chiare linee guida riguardanti le procedure di pagamento ed un sistema per la gestione degli eventuali reclami. Avvisare con largo anticipo gli stessi per ogni eventuale problema per il pagamento di una consegna.
- Promuovere l'iniziativa chiedendone l'adozione ai principali fornitori e clienti, affinché utilizzino lo stesso codice di condotta nei riguardi della propria *supply chain*.

Il codice, introdotto nel 2009 per affrontare il problema dei tempi di pagamento, nasce da una collaborazione fra attori pubblici e privati. In particolare l'*Institute of Credit Management*, un'associazione professionale di operatori finanziari, sponsorizza ed amministra l'iniziativa per conto del *Department for Business Innovation & Skills*, che fa capo al governo britannico. L'adozione del codice è pienamente facoltativa ma le imprese che lo sottoscrivono sono monitorate con cadenza semestrale per assicurare che rispettino realmente le prescrizioni. In cambio esse entrano nella lista dei sottoscrittori del *Prompt Payment code* e possono utilizzarne il marchio, ad esempio nel proprio sito internet.

esportazioni con quelli per l'assicurazione e riassicurazione dei rischi legati alla presenza delle imprese nazionali sui mercati esteri (modello di “*export bank*”). Nel nostro Paese, pur in ritardo, è stata data recentemente prima attuazione a tale modello con l'integrazione nella Cassa Depositi e Prestiti della Simest e della Sace. Pur essendo ancora in divenire l'offerta di servizi legata a tale riorganizzazione, pare cruciale in questa fase, **allargare l'attuale modello di *export bank*** – orientato alle grandi operazioni di export o investimento all'estero (quali grandi tender per lavori, investimenti per apertura nuovi impianti, avvio piattaforme distributive, ecc.) – orientandone l'operatività anche verso operazioni di medio livello.

- Per valorizzare ulteriormente i punti di forza del nostro sistema produttivo puntando sulla **qualità del *Made in Italy***, occorre potenziare le **piattaforme logistiche e distributive** (v. anche Allegato 1) per consentire all'economia italiana di relazionarsi in modo efficace con i nuovi paradigmi della modernità: circolazione rapida di persone, di merci e di informazioni, in grado di favorire connessioni dirette e rapide tra il nostro Paese e la domanda globale, e per fornire alle PMI un'occasione per fare il “salto” entrando a far parte delle *supply chain* globali. Ad esempio, con riferimento alla filiera dell'agroindustria si potrebbero realizzare dei **format distributivi innovativi** che coinvolgano investitori pubblici e privati, anche sulla scorta del “modello Eataly” (mostramercato dell'eccellenza gastronomica italiana), attraverso la realizzazione di progetti pilota da estendere progressivamente ad ulteriori filiere produttive. Peraltro, parte delle risorse destinate ai Fondi pubblici gestiti dalla Simest potrebbe essere destinata al finanziamento della previsione normativa che ha previsto per la stessa Simest la possibilità di creare **trading company per sostenere le produzioni tipiche del *Made in Italy*** attraverso forme organizzative anche innovative di penetrazione sui mercati esteri.

5) INNOVAZIONE, R&S

- Secondo i dati della Banca d'Italia³², gli incentivi monetari all'attività innovativa delle imprese in Italia sono inferiori a quelli degli altri paesi europei. Su questo tema, come sottolinea anche l'OCSE, è **necessario rafforzare** maggiormente le **forme di ricerca cooperativa** (imprese-università-centri di ricerca) molto diffuse nei nostri principali *competitor* europei. Ad es. in Francia tali forme coinvolgono il 40% delle imprese, a fronte del 16% in Italia.
- Sarebbe inoltre opportuno **estendere il credito di imposta per le attività di R&S** (DL 145/2013 Piano Destinazione Italia), per ora limitato alla spesa incrementale, all'intero volume degli investimenti in R&S e alle imprese localizzate nell'intero territorio nazionale.
- Stile e *Made in Italy* hanno oggi bisogno di essere accompagnati e rafforzati, perseguendo logiche di crescita sempre più significativa nelle scale di valore aggiunto. Ma per **risalire la catena *knowledge-intensive*** è decisivo poter contare sullo sviluppo di collegamenti che facilitino la circolazione delle persone e delle informazioni, oltre che dei beni e dei servizi, a livello sempre più globale e secondo modalità *just-in-time*. A questo fine sono soprattutto necessarie delle **infrastrutture di comunicazione digitale** (aumentando ad esempio la dotazione di banda ultralarga³³ nelle aree in cui sono localizzati distretti industriali) per orientare a livello globale l'organizzazione della domanda e dell'offerta degli input intermedi e delle informazioni necessarie

³² Banca d'Italia, Il gap innovativo del sistema produttivo italiano: radici e possibili rimedi, QEF n. 121, 2012

³³ Il Piano Strategico Banda Ultralarga autorizzato dalla UE prevede, tra gli altri, un modello di intervento a incentivo al quale possono partecipare, finanziandone la quota minima del 30% del costo complessivo del progetto, risorse di privati che non necessariamente devono essere operatori di telecomunicazioni, in aggiunta al 70% di costo coperto dall'intervento pubblico. In questo ambito, una possibile linea di azione è il coagulo da parte delle Camere di Commercio per creare consorzi/agggregazioni di imprese e altri soggetti che possano mettere risorse a fattor comune per finanziare a livello locale l'infrastruttura di rete di accesso NGAN sulla scorta del modello scozzese.

sia al consumatore finale, sia alle imprese che intendono servirlo meglio.

Ciò risponde, peraltro, all'esigenza di assicurare la tempestiva realizzazione e attuazione del piano nazionale di intervento sulle infrastrutture digitali ai fini del raggiungimento degli obiettivi di copertura e penetrazione della rete in banda larga e ultra larga fissati per il 2020 dall'Unione europea nell'ambito dei **piani di Agenda Digitale**.

- Un aspetto di grande rilievo per le MPMI che operano nei settori del *Made in Italy* riguarda inoltre **l'innovazione** che non viene riconosciuta, in quanto **realizzata in modo informale**, come spesso avviene ad esempio all'interno della filiera del sistema Moda. Su questo aspetto esperienze di successo sono state quelle che prevedevano **incentivi per i costi sostenuti per l'ideazione e la realizzazione dei prototipi e dei campionari**.
- La Legge di Stabilità per il 2014 inizia a prestare attenzione alla cultura dei "**makers**" (v. Box cap. 1) ed istituisce nello stato di previsione del Ministero dello Sviluppo Economico, un Fondo di 5 milioni di euro per ciascuno degli anni 2014 e 2015, destinato al sostegno delle imprese che, operando in collaborazione con istituti di ricerca e università, si uniscono *al fine di operare su manifattura sostenibile e artigianato digitale, promozione, ricerca e sviluppo di software e hardware, ideazione di modelli di attività di vendita non convenzionali*. Ma è opportuno rafforzare e individuare **ulteriori forme di incentivazione** per questa nuova generazione di imprenditori, gli **innovatori digitali**, anche agevolandone l'accesso ai finanziamenti, e creando così i presupposti affinché le idee innovative si trasformino in nuovi prodotti e nuovi servizi capaci di rilanciare la competitività e stimolare la crescita.

6) AGGREGAZIONI DI IMPRESE

- La dimensione delle imprese in Italia è molto ridotta; tuttavia molte imprese, specie di piccole dimensioni, sono organizzate in *cluster* o in altre forme aggregative (Allegato 3). Una proposta che riguarda i contratti di rete è quella di estendere il regime fiscale agevolato delle reti, con un **aumento del limite massimo degli utili accantonabili** a 2 Milioni di euro e con **incentivi ai programmi di rete finalizzati all'internazionalizzazione** delle imprese. Su questo ultimo aspetto è utile ricordare che il modello di aggregazione in reti ha finora apportato numerosi vantaggi alle piccole imprese, e tuttavia questo strumento, seppure molto apprezzato, non ha ancora coinvolto una platea molto ampia di imprese. D'altra parte, senza un **adeguato capitale umano** qualificato, capace di gestire processi più complessi e di lungo periodo, qualsiasi azione di internazionalizzazione che possa derivare da un'aggregazione è destinata ad avere un respiro corto.
- A questo proposito un progetto utile potrebbe essere quella di incentivare ad esempio con **voucher, sgravi fiscali o incentivi finanziari per periodi di tempo prefissati, l'assunzione di temporary manager** presso le imprese che hanno aderito a un contratto di rete (o altresì a un Consorzio per l'export o a un'ATI). In alcune regioni vengono ricompresi in questa definizione interventi che prevedono l'inserimento in azienda di neolaureati affiancati da figure *senior*. Una tipologia di azioni talora da ascrivere piuttosto a forme di apprendistato o ad esperienze *on-the-job* per gli stagisti coinvolti e che hanno come scopo ultimo quello di fornire una via preferenziale all'introduzione in azienda di nuove figure formate sull'internazionalizzazione³⁴.

³⁴ Per una forma innovativa di servizi alle imprese ancora in forte divenire come quella dell'*export temporary management*, risulta complesso fornire *ex-ante* delle stime d'impatto. Tuttavia limitandosi alla sola offerta privata di mercato, si possono stimare i seguenti valori annui: mille PMI,

- Per facilitare l'aggregazione tra le imprese di minore dimensione anche nell'ottica di renderle in grado di aggredire con i propri prodotti nuovi mercati, appare di particolare importanza — nell'ambito della già esistente normativa sul contratto di rete che ha prodotto già importanti risultati — trovare forme di incentivazione alla creazione di reti strutturate per progetti di internazionalizzazione che vengano messe insieme attraverso un **sogetto catalizzatore**, ovvero **guidate da imprese di medio-grande dimensione** in grado di gestire gli elementi di complessità (finanziaria, logistico-distributiva, legale e di marketing) legati alla realizzazione del Programma di rete, che ad es. nel caso dell'export si mostra sempre più orientato su filiere complesse e mercati distanti da quelli di tradizionale presidio delle nostre MPMI.
- Infine, sarebbe utile introdurre una **fiscalità di vantaggio per le aggregazioni** in reti o consorzi, con **consumi energetici cumulati** (sul tema dei costi energetici si veda anche l'Allegato 1).

7) PROMOZIONE DELL'IMPRENDITORIALITÀ E CONTINUITÀ AZIENDALE

- La ricerca di occupazione a più alto valore aggiunto, da un lato, il progressivo invecchiamento della popolazione, dall'altro, hanno consolidato nel tessuto produttivo un problema di **mismatching** qualitativo e quantitativo fra numero e caratteristiche degli addetti che escono per anzianità dal mercato del lavoro e le nuove leve che entrano, con il risultato che in alcuni settori, anche tradizionali del *Made in Italy*, mancano le figure professionali più idonee a mantenere gli standard qualitativi imposti dalla competizione globale. Il tema della formazione appare dunque cruciale specie per i giovani. A questo proposito occorre in particolare **rilanciare il sistema dell'apprendistato** che può consentire ai giovani di trovare un primo impiego unendo formazione e attività lavorativa. Un sistema molto apprezzato ma che finora non è riuscito a decollare nonostante gli incentivi introdotti (contributi azzerati per tre anni per le imprese con meno di dieci dipendenti, o comunque ridotti qualora si superi questa soglia). Per rilanciare questo canale di accesso al mondo del lavoro **occorre semplificare il sistema normativo** sugli aspetti legati alla **formazione**. Le Regioni, infatti, possono organizzare una formazione di base aggiuntiva, parallela a quella aziendale obbligatoria. L'offerta formativa pubblica sarebbe però obbligatoria solo se disciplinata come tale nell'ambito della regolamentazione regionale, e questa disomogeneità tra le Regioni conduce a un generale disorientamento. Peraltro, anche all'interno di una stessa Regione, la formazione pubblica dell'apprendista può essere regolata diversamente a seconda che l'impresa sia unilocalizzata o plurilocalizzata³⁵.
- Meritano, inoltre, grande attenzione tutte quelle iniziative che puntano a **valorizzare l'esperienza di manager, dirigenti e professionisti** che intendano **investire i propri capitali e le proprie esperienze professionali** nelle tante **PMI** italiane con grandi potenzialità³⁶. Si tratta in pratica di incentivare i manager espulsi, anche temporaneamente, dal sistema produttivo, a prendere in considerazione l'opportunità di trasformarsi in imprenditori, aprendo così alle imprese la possibilità di ottenere quelle risorse finanziarie oggi molto difficili da reperire attraverso il canale del sistema creditizio.

20 milioni il fatturato contabilizzato dagli attori privati nell'*export temporary management*, 10% l'incremento medio del fatturato degli attori privati che offrono servizi di *export temporary management*, 12.000 nuovi ordinativi acquisiti per le PMI assistite, 750 milioni di euro il nuovo fatturato estero generato per le PMI.

³⁵ Qualora l'impresa presenti unità localizzate in più Regioni, l'offerta formativa pubblica può essere infatti disciplinata seguendo la regolamentazione della Regione in cui è presente la sede legale.

³⁶ Ogni anno il 20% dei dirigenti resta senza contratto, ma solo il 30% di questi riesce a ricollocarsi come dirigente. Avendo a disposizione una liquidazione e/o buona uscita pari, in media, a 230.000 euro, queste figure professionali potrebbero utilmente investire le loro risorse (capitali e capacità manageriali) nelle MPMI più promettenti che attraversano fasi di difficoltà.

- Così come un'esperienza interessante è quella delle reti di imprenditori e aziende che aiutano in forma gratuita neo-imprenditori con azioni di **mentoring**, esperienze che cominciano a diffondersi nel nostro Paese o, in forma diversa, di *business angels* che affiancano nuovi imprenditori.
- Nel disegnare una strategia volta a favorire l'imprenditorialità, è necessario, inoltre, definire un'azione che sostenga **l'auto-imprenditorialità** favorendo congiuntamente la **continuità aziendale**, contrastando così il fenomeno della chiusura di molte micro e piccole imprese in caso, ad esempio, di pensionamento del titolare. Una possibile soluzione potrebbe consistere nel sostenere la trasmissione dell'azienda destinata alla cessazione a **familiari o a dipendenti** che decidano di rilevarla, introducendo **benefici fiscali** limitati nel tempo. La misura potrebbe utilizzare, adattandolo, il modello operativo già presente nell'ordinamento per favorire le nuove iniziative imprenditoriali con la previsione di importi forfettari di tassazione (imposta sostitutiva sul reddito di nuove attività produttive - art. 13, Legge n. 388/2000 – Finanziaria 2001).
- Per una strategia di medio-lungo periodo che determini un vero cambiamento culturale è però necessario **inserire l'educazione all'imprenditorialità nei percorsi curricolari dell'istruzione**, cogliendo le indicazioni dell'UE che vanno in questa direzione. L'imprenditorialità è riconosciuta come competenza chiave in tutti i documenti europei, poiché consente ai giovani di acquisire abilità trasversali e di sviluppare la conoscenza del mondo degli affari e il senso di responsabilità, forgiando così quella *forma mentis* imprenditoriale che consente di trasformare le idee in fatti. Il principio è stato ribadito sia nella comunicazione UE n. 669/2012 "Ripensare l'istruzione", sia nella comunicazione n. 795/2013 "Piano d'azione imprenditorialità 2020". Quest'ultimo invita gli Stati Membri ad introdurre entro il 2015 la competenza dell'imprenditorialità tra gli insegnamenti dei vari percorsi di istruzione e a prevedere un'esperienza imprenditoriale pratica per gli studenti prima della fine della scuola dell'obbligo, **atingendo anche ai fondi strutturali**.

PAGINA BIANCA

ALLEGATI

PAGINA BIANCA

ALLEGATO 1

LE MICRO PMI NEL QUADRO MACROECONOMICO ATTUALE

IL CREDITO INCIDE SULLA COMPETITIVITÀ E SULLA SOPRAVVIVENZA STESSA DELLE MPMI

Uno dei fattori di maggiore debolezza è la loro **forte dipendenza dalle banche**, anche per le minori opportunità che esse hanno di reperire fonti di finanziamento alternative.

Spesso è anche la natura familiare della proprietà che rende gli imprenditori restii ad aprire il capitale all'ingresso di nuovi soci o a reperire fondi sul mercato o presso investitori istituzionali diversi dalle banche¹.

La Banca d'Italia stima che i debiti finanziari ammontano in Italia a circa 1.300 miliardi, dei quali ben il 70% è costituito da debito bancario (50% nella media europea). E la percentuale sale all'81% guardando ai debiti in capo alle MPMI in Italia, a fronte del 65% in Germania e del 57% in Francia e Spagna).

Ad agosto 2013 i **prestiti bancari** sono scesi del 4,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente ed è cresciuta la rischiosità delle imprese richiedenti. Il tasso di ingresso in sofferenza dei prestiti alle imprese ha infatti raggiunto il 4,7% nel secondo trimestre 2013, rispetto a una media dell'1,5% nel periodo antecedente alla crisi. Nel complesso i finanziamenti alle imprese su cui le banche trovano difficoltà ad ottenere i rimborsi sfiorano ormai il 22% delle consistenze, un valore più che doppio rispetto a cinque anni fa.

Anche il **costo del credito**, soprattutto per gli importi più piccoli - che tipicamente riguardano in prevalenza le micro e piccole imprese - è più elevato rispetto ai tassi praticati nei principali paesi europei per analoghi finanziamenti: se ad agosto una PMI italiana pagava in media un tasso pari al 4,5%, in Germania e in Francia si corrispondevano oltre 160 punti base in meno².

Le MPMI italiane difficilmente riescono competere nel confronto internazionale con le analoghe aziende straniere che beneficiano di prestiti a più basso costo.

La decrescente disponibilità di credito bancario degli ultimi anni ed il suo elevato costo penalizzano in particolare le **piccole imprese localizzate nel Mezzogiorno**, dove le condizioni economiche delle imprese sono più fragili, gli sportelli bancari sono meno numerosi, ci sono molti protesti e le procedure giudiziarie di recupero dei crediti sono più lunghe e farraginose. Questi fattori concorrono ad una situazione in cui le imprese più deboli sono costrette, da un lato, a sobbarcarsi tassi di interesse maggiori, dall'altro, a vedersi negare in misura maggiore i finanziamenti richiesti (l'incidenza delle imprese "razionate" sul totale sfiora il 16% a fronte del 10,5% nel Centro-Nord).

Un sistema finanziario sano e un miglior equilibrio nelle scelte di finanziamento delle imprese, sono elementi fondamentali per supportarne la competitività ed innescare un processo virtuoso di crescita economica.

IL COSTO DELL'ENERGIA PENALIZZA SOPRATTUTTO LE MICRO E PICCOLE IMPRESE

In Italia, tuttavia, la competitività delle imprese risulta anche penalizzata da un costo troppo elevato dell'**energia**.

¹ Una maggiore apertura al capitale di rischio è correlata positivamente con tassi di sviluppo elevati, crescita degli investimenti in innovazione e in R&S, passaggi generazionali (Borsa Italiana, Gli effetti della quotazione, Paper di approfondimento giugno 2005). Inoltre secondo uno studio del Dipartimento di Finanza dell'Università Bocconi di Milano, "Come sarebbe l'Italia con 1000 società quotate" (2011) se l'Italia portasse a 1.000 il numero delle proprie aziende quotate si avrebbe un incremento del Pil reale variabile tra lo 0,9% e l'1,5%, un aumento dell'occupazione (+137.000 posti di lavoro in un anno) ed un aumento del gettito fiscale (+2,85 miliardi di euro)".

² Banca d'Italia, Audizione nell'ambito dell'indagine conoscitiva sugli strumenti fiscali e finanziari a sostegno della crescita, anche alla luce delle più recenti esperienze internazionali, Ottobre 2013.

Per il complesso dei prodotti energetici l'Italia paga infatti circa il 20% in più della media europea. Con riferimento, in particolare, al mercato del gas, il differenziale si è ormai quasi azzerato grazie alle misure di liberalizzazione adottate negli ultimi anni, ma nel caso dell'energia elettrica il gap addirittura si raddoppia, dovendo pagare bollette più care di oltre il 43%, e con punte più elevate nel caso delle imprese con consumi caratteristici di attività industriali di dimensioni ridotte (cioè quelle di piccola e media dimensione).

Analizzando i dati Eurostat emerge che la tariffa praticata nel nostro Paese a **un'impresa industriale di piccola o media dimensione** è inferiore nell'ambito dell'UE27 soltanto a quella praticata a Cipro e Malta.

In Italia le imprese che consumano di più (soprattutto quelle di grandi dimensioni e le imprese "energivore") contribuiscono agli oneri complessivi in misura minore rispetto alle altre. Infatti nel 2012 le utenze in alta tensione o in altissima tensione hanno "assorbito" il 14,8% dei consumi complessivi contribuendo solamente per il 7,4% del gettito totale degli oneri di sistema.

Una struttura di prezzi analoga a quella della media UE27 potrebbe tradursi in un risparmio per le imprese italiane di oltre 12 miliardi di euro all'anno³.

I MAGGIORI COSTI DELLA LOGISTICA GRAVANO SULLE IMPRESE ITALIANE PIÙ DELLA MEDIA EUROPEA

Inoltre la competitività delle imprese passa anche per l'adeguatezza e l'efficienza del **sistema logistico** del Paese. Complessivamente l'Italia sostiene un costo della logistica superiore dell'11% rispetto alla media europea, con un aggravio per il sistema delle imprese italiane di oltre 12 miliardi. Una parte di questo gap è strutturale, legato cioè alle caratteristiche orografiche del Paese e alla presenza di un peculiare tessuto produttivo, molto diffuso e parcellizzato.

Il Rapporto della World Bank colloca l'Italia al 24° posto nella classifica mondiale per l'efficienza logistica che, in termini di tempo sta ad indicare 1,1 giorni aggiuntivi rispetto ad esempio alla Germania per la movimentazione di merci dal porto al magazzino dell'impresa.

I maggiori problemi si riscontrano nelle procedure doganali. Contano inoltre la dotazione e l'efficienza delle infrastrutture, la qualità complessiva dei servizi logistici, la capacità di predisporre spedizioni internazionali competitive in termini di prezzo. Molte aziende nazionali scelgono scali esteri per la movimentazione delle loro merci.

Recuperando le merci destinate al nostro Paese che oggi transitano per scali stranieri il fisco italiano incasserebbe dazi per circa 180 milioni di euro e si creerebbero circa 12.000 posti di lavoro in più.

In particolare, rispetto al valore medio europeo, i maggiori costi della logistica italiana sono stati quantificati in 40 miliardi di euro all'anno⁴.

In Italia un esempio di sistema logistico efficiente ed ecosostenibile che sarebbe interessante riprodurre in altri territori, è presente nella regione Marche, dove molte aziende calzaturiere hanno aderito a un progetto (*Micro Green Logistic*) insieme ad imprese contoterziste per la creazione di una **piattaforma innovativa e immateriale** che consente di prenotare per via informatica il viaggio delle merci, indicando numero dei colli, i tempi e le destinazioni. Una ditta di trasporti e logistica con il suo personale specializzato provvede al ritiro e alla consegna dei componenti e dei semilavorati, sulla base delle indicazioni fornite da un software realizzato dall'Università di Camerino, che elabora le prenotazioni al fine di ottimizzare tempi e percorsi. Solo nei primi tre mesi del 2013 le aziende che partecipano al progetto hanno già "risparmiato" molti km e costi, percorrendo in totale 9mila Km rispetto ai 20mila percorsi nello stesso periodo dell'anno precedente con il tradizionale sistema di movimentazione delle merci (tradotto in chilometri si tratta di circa 11mila Km in meno).

³ Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, Dossier 2013, I costi dell'energia in Italia.

⁴ SRM, Logistica e sviluppo economico, 2013.

LA DINAMICA STAGNANTE DELLA DOMANDA INTERNA SPINGE VERSO L'EXPORT MA LE MICRO E PICCOLE IMPRESE INCONTRANO MAGGIORI DIFFICOLTÀ

Oltre ai fattori di contesto ricordati poc'anzi, le imprese continuano a scontrarsi con una dinamica fortemente negativa della **domanda interna** (frenata dal calo dei consumi delle famiglie e della spesa per investimenti) che pesa drammaticamente soprattutto sul segmento delle MicroPMI meno proiettate sui mercati esteri e ancora oggi costrette ad affrontare un mercato interno stagnante fortemente indebolito dal protrarsi della recessione più lunga e più profonda che si ricordi dalla crisi economica del 1929 (il ciclo economico recessivo è infatti durato dal 2007 al 2013). La domanda interna, peraltro, fornisce un contributo negativo alla crescita del Pil italiano permanentemente dal I trimestre del 2011⁵. Nel corso dell'estate sono emersi alcuni segnali di stabilizzazione in quanto il calo della produzione sembra si stia arrestando e una ripresa delle vendite potrebbe contribuire a sostenere la redditività delle aziende e, per questa via, anche la loro capacità di autofinanziarsi.

Seppure in presenza di molte incertezze, dalla fine del 2013 il Paese potrebbe avviarsi verso una fase di ripresa alimentata proprio dalle **esportazioni**. Una quota non trascurabile dell'export continua ad essere realizzata dalle MPMI (circa il 54%).

Nel 2012 la **domanda estera netta** è stata l'unica componente che ha continuato a fornire un contributo positivo alla variazione del Pil, attenuandone il forte calo. Secondo i dati definitivi dell'Istat, per la prima volta dopo dieci anni, nel 2012 l'Italia ha chiuso l'anno con un surplus di quasi 11 miliardi di euro della bilancia commerciale.

Nei primi nove mesi del 2013, l'**avanzo commerciale** ha già raggiunto i 19,6 miliardi (al netto dei prodotti energetici è pari a +60,8 miliardi).

A settembre 2013, rispetto allo stesso mese del 2012, si registra una crescita dell'export pari a +2,0%. I paesi dell'UE assorbono il 54% dell'export nazionale (Francia e Germania sempre in testa), ma sono in espansione anche le esportazioni verso i Paesi extra-UE.

Secondo analisi della Fondazione Edison le nostre eccellenze riguardano l'abbigliamento-tessile e i prodotti della moda, i prodotti in cuoio e calzature, i prodotti meccanici non elettronici, i prodotti alimentari di qualità. In particolare, l'Italia occupa il terzo posto al mondo per surplus commerciale nella meccanica, dopo il Giappone e la Germania, e su un totale di 5.000 prodotti in cui la classificazione internazionale dei manufatti viene suddivisa, l'Italia si posiziona tra i primi tre paesi al mondo per l'export di quasi un migliaio di prodotti.

Le imprese che riescono ad affacciarsi sui mercati esteri sono in generale caratterizzate da minori difficoltà e riescono a registrare delle performance di vendita migliori. Oggi in Italia si contano circa 190.000 **imprese esportatrici** (4,2% del totale imprese attive) delle quali circa la metà appartiene al settore manifatturiero. Sebbene siano ancora un numero ridotto nel panorama italiano, una su due ha aumentato le vendite dei propri prodotti; particolarmente favorevoli i risultati conseguiti dalle imprese esportatrici che operano in settori ad alta tecnologia e soprattutto di dimensioni medie⁶. Le imprese manifatturiere "stabili", che hanno svolto attività di export con continuità tra il 2010 e il 2012, sono circa 45mila e nel 2012 hanno esportato beni per un valore di circa 263 miliardi di euro registrando un incremento complessivo del 10,9% delle vendite rispetto al 2010⁷.

Come emerge anche dalle recenti **analisi dell'OCSE**, la presenza di imprese "stabilmente" esportatrici è in Italia ancora troppo ridotta ed accrescerne la numerosità dovrebbe essere una delle principali priorità che il Paese deve porsi⁸.

⁵ Istat, *Conti economici trimestrali*, 10 dicembre 2012, 9 ottobre 2012.

⁶ Istat, *La performance delle imprese manifatturiere sui mercati esteri*, 22 ottobre 2012.

⁷ Istat, *Rapporto sulla competitività dei settori produttivi*, 2013

⁸ Il Centro Studi di Confindustria ha stimato che un aumento di 1 punto percentuale del tasso di crescita dell'export di merci è associato ad un aumento di 0,24 punti del tasso di crescita del Pil italiano. Se nei prossimi cinque anni l'export italiano aumentasse il suo peso sul Pil di 1,6 punti all'anno si avrebbe un incremento aggiuntivo di Pil pari allo 0,7% annuo.

L'E-COMMERCE PUÒ FAVORIRE L'EXPORT DELLE MPMI

L'e-commerce rappresenta un potenziale canale incrementale per l'export delle imprese italiane e potrebbe ricoprire un ruolo determinante nel favorire l'internazionalizzazione proprio nella fascia dimensionale delle **MicroPMI**.

Nel 2012 il valore dell'e-commerce a livello mondiale ha superato la soglia dei mille miliardi di dollari, con una crescita del 21,1%, in controtendenza rispetto alle dinamiche negative dei consumi rilevate dall'inizio della crisi. In Europa le vendite on-line sono cresciute del 22%, con un valore di circa 305 miliardi di euro.

Le piccole imprese italiane "digitalmente avanzate" dichiarano di realizzare un quarto del loro fatturato vendendo all'estero grazie al canale e-commerce.

Ma gran parte delle MPMI italiane non è stata finora in grado di sfruttare l'enorme potenziale di questo canale di vendita, principalmente a causa di un livello di digitalizzazione ancora basso. Infatti, sebbene la percentuale di popolazione raggiunta dall'Adsl nel 2012 sia stata pari al 96%, il tasso di penetrazione è stato solo del 55% (a fronte del 77% in Francia, dell'82% in Germania, dell'86% nel Regno Unito, del 67% in Spagna), e soltanto il 34% delle MPMI è presente on-line attraverso un proprio sito internet.

Le **barriere dichiarate dalle MPMI** italiane sono soprattutto di carattere normativo e fiscale, per la mancata omogeneizzazione della regolamentazione sul commercio elettronico a livello europeo. Vi sono tuttavia anche barriere dovute al gap culturale del personale interno all'impresa e di mancanza di adeguate competenze manageriali specifiche⁹.

L'INNOVAZIONE E LA R&S SONO ANCORA INFERIORI ALLA MEDIA EUROPEA

Il protrarsi della crisi negli ultimi anni ha rinnovato fortemente la sensibilità pubblico-privata sul tema dell'innovazione, quale leva cruciale per consentire alle imprese italiane di competere sui mercati nazionali ed internazionali.

Sebbene in Italia siano presenti molte aziende – anche di piccole dimensioni - impegnate nei settori di frontiera dell'*hi-tech*, che rappresentano un tessuto essenziale per produrre quel *Made in Italy* ancora molto apprezzato in tutto il mondo, la tendenza tipica delle imprese italiane è quella di fare **innovazione "informale"**. Un'innovazione cioè negli ambiti della creatività e del design, che possono risultare difficilmente "riconoscibili" o che comunque non sempre si traducono nel deposito di un brevetto o nella realizzazione di un marchio.

La spesa totale in R&S in Italia è pari all'1,3% del PIL (quota che scende allo 0,86% nel Mezzogiorno), un valore inferiore alla media della UE (2%) e che ci pone all'ultimo posto tra i paesi della UE15. Nonostante la crescita registrata rispetto al 2000, quando si collocava attorno all'1% del Pil, la spesa in R&S in Italia è ancora lontana dall'obiettivo del 3% enunciato nella strategia UE 2020 con riferimento all'Europa e ancora distante dal target fissato per l'Italia a 1,53%. A fronte di una spesa pubblica in R&S solo lievemente inferiore rispetto agli altri principali paesi europei, in Italia è molto bassa soprattutto la componente riferita al settore privato che è pari allo 0,7% del Pil a fronte dell'1,2% della media UE, 1,4 della Francia e 1,9 della Germania.

⁹ Doxa Digital, *Internet & Export. Il ruolo della rete nell'internazionalizzazione delle PMI, 2013*