

L'internazionalizzazione delle PMI europee: realtà e prospettive

Sabine Urban

Professor emerita at the Université de Strasbourg, International Business, Former head of the University Management School

L'internazionalizzazione della vita socio-economica nel suo insieme è oggi un'evidenza. Le interdipendenze che si sviluppano a grande velocità in tutti gli ambiti (tecnologico, finanziario, politico e culturale) riguardano ormai tutti gli autori. Le piccole e medie imprese (PMI) partecipano a questo gioco globale e questa partecipazione non cade dal cielo ma si è piuttosto costruita passo dopo passo, da molto tempo, dentro la storia dell'Europa; in altri casi, essa si è sviluppata più recentemente con l'emergere di nuove tecnologie o di opportunità legate al commercio internazionale in nuovi territori (ex-Paesi socialisti del blocco comunista, Paesi esportatori di risorse naturali in fase di arricchimento).

Il processo di globalizzazione, che prosegue il suo corso, sta modellando in profondità le esigenze di gestione delle imprese, piccole o grandi che siano. Esistono pertanto delle similitudini di gestione che sono imposte dal sistema globale, come ad esempio avviene se si pensa alla costituzione di catene di valori globali, all'adozione di regole del gioco fissate dai mercati finanziari a-nazionali, alla fruizione delle reti di informazione e del sapere globale, all'esigenza di adattarsi ai rapidi cambiamenti e dunque alle continue innovazioni. In questo ambiente ibrido, da una parte aggressivo per la forte concorrenza in gioco, dall'altra cooperativo per le alleanze che si possono creare (partenariato e condivisione di risorse), le imprese devono pur trovare dei vantaggi competitivi specifici.

L'obiettivo di questo articolo è di aggiornare qualche caratteristica distintiva delle PMI nel loro cammino verso una sempre maggiore internazionalizzazione. L'analisi che segue è basata su una molteplicità di dati nella misura in cui l'autrice segue l'argomento ormai da diversi decenni attraverso lavori e pubblicazioni accademiche, lo studio di casi specifici, la creazione di un Osservatorio di imprese di media dimensione (un insieme di 770 imprese), rapporti, conferenze, numerosi contatti sul territorio e la partecipazione come membro del Consiglio di Amministrazione di diverse istituzioni finanziarie e di PMI francesi

Cosa si intende per "PMI"? Per alcuni, si tratta di un concetto statistico che, mettendo l'accento sul numero delle persone coinvolte, individua la categoria di microimpresa (meno di 10 persone), piccola impresa (meno di 50 persone), media impresa (da 50 a 250 e da 250 a 500 persone) o grande impresa (500 e più persone). Per altri, la PMI è prima di tutto una comunità di persone e un tipo specifico di organizzazione; per altri ancora, l'attenzione si è focalizzata sullo spirito d'impresa sottolineando la distinzione tra imprese "patrimoniali", "famigliari", con un capitale sociale generalmente chiuso (la maggioranza delle parti o delle azioni sono detenute dal fondatore o dai suoi discendenti) e filiali di grandi imprese o ancora di società in franchising di gruppi industriali, gestite con uno spirito inevitabilmente molto diverso, rivolto alla rendita capitalistica. Riteniamo qui, più semplicemente, che le PMI siano delle imprese a taglia umana capaci di distinguersi dalle grandi imprese capitalistiche (generalmente quotate in borsa) per la struttura organizzativa, per l'anima che conservano e per le loro finalità. Questo tipo di ricerca permette di spiegare la realtà nella sua dualità quantitativa e qualitativa, passato e presente suggerendo anche le prospettive future. È questo che ci proponiamo di chiarire nelle due sezioni che seguono.