

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

Pmi: meglio puntare sui mercati internazionali o sugli appalti pubblici?

This is the author's manuscript

Original Citation:

Availability:

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/1929952> since 2023-09-05T15:53:29Z

Terms of use:

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

Pmi: meglio puntare sui mercati internazionali o sugli appalti pubblici?

Daniele Giordino*, Jacopo Ballerini* - 5 Settembre 2023



Global freight transportation business, cargo container with cardboard boxes and Earth globe on laptop

Per queste aziende, vincere gare pubbliche vuol dire sottrarre energie e risorse all'export, che risulta indebolito. Può rafforzarsi tramite l'eCommerce

Le **imprese** e le **economie** di tutto il mondo sono in **difficoltà** viste le recenti condizioni politiche, sanitarie ed economiche. Di conseguenza, è di fondamentale importanza per le organizzazioni sviluppare strategie efficaci per mitigare l'impatto delle sfide sopracitate. In particolare, l'offerta e la domanda legate al settore alimentare sono state significativamente influenzate dai fattori sanitari e politici degli ultimi tempi. Pertanto, le imprese operanti nel settore alimentare devono confrontarsi con potenziali interruzioni di mercato, difficoltà legate alla disponibilità di materie prime e alla sicurezza alimentare.

Risulta quindi determinante per le piccole e medie imprese (Pmi) sviluppare e consolidare strategie aziendali volte a favorire una stabilità organizzativa e finanziaria. Questo accade perché le Pmi, a causa delle loro limitate risorse finanziarie e di conoscenze specializzate, oltre che alle limitazioni normalmente associate alle loro dimensioni ridotte, tendono a essere più vulnerabili a cambi di tipo esogeno. Inoltre, la sopravvivenza e prosperità delle Pmi operanti nel settore alimentare è critica per l'economia di molti Paesi europei poiché le aziende di questo settore sono responsabili per la maggior parte dell'occupazione e del Pil europeo.

Attualmente, diversi accademici e professionisti propongono molteplici strategie che potrebbero aiutare le Pmi, operanti nel settore alimentare, a superare gli attuali shock esogeni. In primo luogo, viene evidenziata l'importanza dell'**internazionalizzazione** nel tentativo di diversificare l'esposizione di mercato delle diverse imprese. Grazie alla diffusione di strumenti tecnologici diversificati, numerose aziende sono ora in grado di affacciarsi su mercati da cui erano precedentemente escluse. In particolare, viene sottolineato come le **piattaforme eCommerce** consentano alle aziende di espandersi oltre i confini del loro mercato domestico riducendone i costi associati all'internazionalizzazione ed aumentando così la pervasività delle Pmi.



D'altro canto, perseguire iniziative volte all'internazionalizzazione comporta rischi dovuti alla scarsa conoscenza che le Pmi hanno dei mercati esteri e all'imprevedibilità dei ricavi che questi possono generare. Di conseguenza, un'altra linea di pensiero suggerisce come oltre a un **focus** sulla **domanda interna** le Pmi possono partecipare a bandi pubblici per ottenere fonti di reddito e liquidità con una maggiore prevedibilità e stabilità. Tuttavia, l'esplorazione e la gestione delle politiche e dei contratti e finanziamenti pubblici richiedono un **impiego di tempo** ed **energie** spesso accentrando la totalità delle limitate risorse (umane e non) dell'arsenale a disposizione delle piccole aziende del settore alimentare. Pertanto, i mezzi impiegati all'ottenimento delle conoscenze e delle risorse necessarie per vincere gare pubbliche vengono spesso sottratti alle attività volte allo sviluppo internazionale del business.

Lo studio condotto dagli autori usa come campione tutte le Pmi italiane con bilancio depositato in camera di commercio appartenenti al settore manifatturiero alimentare, tra i più colpiti dallo scenario macroeconomico post pandemico e dai nuovi recenti conflitti bellici. Dalle analisi empiriche risulta effettivamente come le **Pmi** che utilizzano maggiormente piattaforme digitali, tra facebook, instagram e propri domini **eCommerce** ottengono **migliori prestazioni** a livello di **export** rispetto a chi ne fa un uso parziale o non le utilizza. Al contrario si evince come le Pmi che hanno vinto più bandi pubblici nei tre anni precedenti abbiano ottenuto export performance peggiori.

Nonostante ciò, risultati empirici rivelano come l'**interazione** tra **bandi pubblici vinti** e adozione di piattaforme **eCommerce** riesca quasi interamente ad annullare l'effetto negativo dei primi sulle esportazioni delle Pmi. Statisticamente parlando si può definire l'adozione di piattaforme eCommerce come un moderatore positivo nella relazione negativa tra la vittoria di bandi pubblici e il tasso di export delle Pmi alimentari italiane.

Concludendo, un maggiore grado di **digitalizzazione** all'interno di una Pmi **favorisce l'ambidestritismo dell'azienda**. Pertanto, le Pmi alimentari (e non solo verrebbe da dire) che ambiscono ad acquisire entrate e liquidità tramite bandi pubblici, sono incentivate a investire comunque in piattaforme digitali per vendere online e facilitare l'export, senza il timore che ciò pesi sul loro tasso di successo nei bandi e nelle gare. Viceversa è anche auspicabile che le Pmi che già utilizzano efficacemente le piattaforme eCommerce provino a cimentarsi nella partecipazione a bandi pubblici per rafforzarne ulteriormente liquidità e diversificare le entrate.

* Dottorando e docente di Controllo di Gestione – Università di Torino

* Dottorando e docente di Digital Transformation e Social Media Marketing – Vrije Universiteit Amsterdam, Università di Torino, Ecole de Management Leonard de Vinci

