

Editoriale

“Highlights”, Dicembre 2024

Prof. Andrea Tracogna

Dean, MIB Trieste School of Management

Con questo intervento il Direttore Scientifico di MIB, Andrea Tracogna, presenta la ricerca dal titolo “International business, nuovo ordine mondiale multipolare e strategie internazionali delle medie multinazionali italiane” che la Scuola sta conducendo in collaborazione con la Central European University di Vienna con l’obiettivo di mettere a fuoco i leit-motiv che stanno guidando i percorsi di internazionalizzazione delle nostre multinazionali “tascabili” in uno scenario in profonda evoluzione. Tra le aziende intervistate, si segnalano Calligaris, Gervasoni, Fantoni, Nice, Lago, Orion, Brovedani, Faber, L&S Lighting, tra le altre. I risultati della ricerca saranno presentati nei primi mesi del 2025.

Tensioni geopolitiche, come la guerra in Ucraina e i conflitti in Medio Oriente, stringenti regole sul “contenuto locale” dei prodotti venduti all’estero, e nuove politiche commerciali di stampo protezionistico stanno interrompendo le rotte commerciali storiche delle imprese italiane, erodendo il vantaggio competitivo del made in Italy e rendendo molto rischioso operare in mercati dal potenziale economico elevato.

Questi fattori hanno una valenza generale, non circoscritta alle nostre imprese nazionali, come si evidenzia dal calo globale del 2% dei flussi di FDI nel 2023, secondo i dati UNCTAD.

Il paradosso è che, nel 2024, mentre l’Italia ha rafforzato la sua posizione come quinto esportatore mondiale, essa continua a trovarsi oltre il ventesimo posto per gli investimenti diretti all’estero (FDI). Questa discrepanza mette in evidenza la forte dipendenza delle imprese italiane dall’export di beni, e la loro minore propensione a impegnare risorse in investimenti permanenti all’estero. Infatti, a differenza delle grandi multinazionali, che riescono a negoziare direttamente con i governi esteri e a sostenere i rischi legati agli investimenti, le nostre multinazionali “tascabili” si trovano spesso ad affrontare in solitaria mercati complessi e rischiosi.

I nuovi scenari spingono molte di queste imprese a limitare le proprie ambizioni ai mercati più sicuri, come quelli europei, e a rinunciare alle opportunità offerte dai mercati emergenti. Così, non sorprende che circa due terzi delle esportazioni italiane siano oggi ancora dirette verso l'Europa, una scelta che limita la nostra esposizione ai mercati emergenti ma che riduce anche la capacità di affrontare un contesto globale sempre più frammentato.

In questo quadro, per supportare le nostre imprese nel contesto di un mondo multipolare un ruolo cruciale dovrà essere svolto anche dai governi e dalle istituzioni occidentali. Ma soprattutto, è necessario ripensare le strategie di internazionalizzazione delle imprese italiane per affrontare questo nuovo scenario a globalizzazione frammentata. Alcune di queste imprese stanno già adattando il proprio approccio ad una realtà cambiata profondamente, realizzando interessanti risultati. L'analisi di questi casi potrà auspicabilmente fornire utili indicazioni per le altre imprese.

→ [*Presentazione della Ricerca*](#)