

Csi (27 casi).

Tra le altre destinazioni geografiche della produzione emerge il caso della Cina e dell'Arabia, ad indicare la possibilità di utilizzare le basi produttive nella Csi per penetrare anche altri paesi particolarmente "lontani" (vedi figura 14).

Le caratteristiche della destinazione del fatturato si riflettono sullo strumento commerciale più utilizzato: la commercializzazione diretta prevale sugli agenti/rappresentanti e sulle altre forme di commercializzazione.

Per quanto riguarda la tecnologia utilizzata negli impianti produttivi, le risposte degli imprenditori italiani indicano che in netta maggioranza essa risulta simile a quella utilizzata negli impianti italiani (26 casi), e solo raramente si tratta di una tecnologia inferiore (5 casi) o obsoleta per i paesi più sviluppati (8 casi) (vedi figura 15). In questi ultimi casi si tratta dello sfruttamento di una precisa opportunità offerta dalle modalità contrattuali con cui sono sorte le società miste: un conferimento di macchinari e attrezzature ormai obsoleti sul mercato nazionale, ma ancora utilizzabili nel contesto di tali paesi.

L'analisi sulla tecnologia produttiva può venire integrata dall'esame relativo alla qualità della produzione realizzata: 22 imprese hanno dichiarato di produrre un bene di alta qualità, 12 di qualità media e 5 di bassa qualità. Da tali dati emerge la potenzialità di medio-lungo periodo delle operazioni effettuate, che trova anche conferma nella frequente intenzione di reinvestire gli utili nella stessa operazione o di effettuare nuovi investimenti negli stessi paesi (vedi figura 16).

Infine, le motivazioni che le imprese hanno indicato, esprimendo una classificazione in base all'importanza, per spiegare la loro presenza nella Csi, fanno emergere due grandi gruppi di strategie di crescita (vedi figura 17).

Il primo può essere definito "market oriented", in quanto al primo e al secondo posto della classifica delle motivazioni espresse dalle imprese che la seguono vi è lo sfruttamento di nuovi mercati in espansione e di nuove opportunità commerciali, in parte a causa della crisi del mercato italiano dei primi anni '90. Il gruppo di 28 imprese che seguono questa strategia vede pertanto nella Csi un mercato di importanza strategica per operare in un ambiente internazionale. Spesso in questa tipologia di operazioni rientrano anche quelle determinate dalla volontà di seguire clienti o fornitori abituali che hanno deciso di operare in questi paesi.

Il secondo tipo di strategie, che potremmo definire cost-saving, tende invece a sfruttare la convenienza nei fattori produttivi, determinata dall'abbondanza di materie prime e dal basso costo del lavoro. Questo gruppo di imprese è formato da 10 casi

Questa seconda tipologia è più frequente nelle operazioni stipulate più recentemente, anche se l'esiguità del campione non ci consente di formulare affermazioni definitive.

Del tutto irrilevanti appaiono, invece, per le imprese che intendono penetrare in questi mercati le minori restrizioni di politica ambientale.

Tra le altre motivazioni che sono emerse vi è la possibilità di sfruttare un'immagine positiva costruita nel passato, nonché quella di crearne una di impresa internazionale, con un notevole ritorno pubblicitario. Inoltre, occorre ancora ricordare l'opportunità di vendere con convenienza impianti ormai obsoleti per il mercato italiano, prolungando lo sfruttamento della propria tecnologia e contribuendo, allo stesso tempo, al rinnovamento di