



CRESCITA DELLE IMPRESE E NUOVI MERCATI

Introduzione ai lavori

Gino Cocchi

**Presidente della Commissione Internazionalizzazione
Confindustria Emilia-Romagna**

Bologna, 11 ottobre 2011

in collaborazione con

Vendere all'estero

“Driver” di crescita e di competitività dell'Emilia-Romagna

- Prima della crisi, il 33% del PIL dell'ER era generato dall'export regionale (a livello nazionale, export = 23% del PIL italiano - in Germania = 40%);
- l'ER è ai primi posti tra le regioni italiane per export (quasi 13% del totale nazionale), insieme al Veneto e dopo la Lombardia
- l'export regionale è cresciuto negli ultimi anni più della media nazionale e in misura superiore rispetto alle altre regioni a vocazione fortemente esportatrice
- Nel primo semestre dell'anno la crescita è stata pari ad un +17%, superiore alla media italiana

Contributo dell'export al PIL regionale

| Anno | EXP/PIL (%) |
|-------------|-------------|
| 2000 | 28,1 |
| 2005 | 30,1 |
| 2008 | 33,0 |
| 2010 | 28,0 |

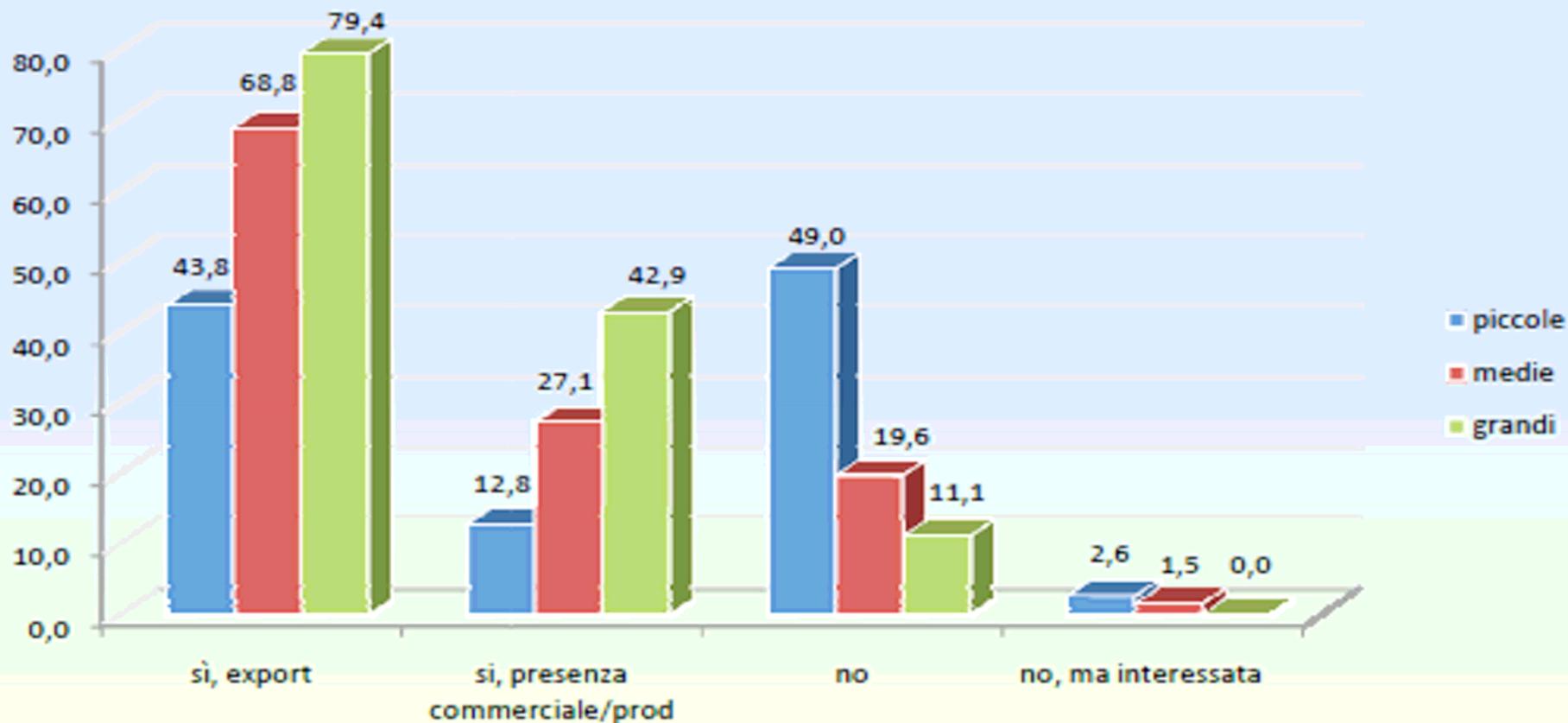
Export delle regioni italiane

1° semestre 2011 e variazioni tendenziali

| Regioni | Export (milioni di euro) | % sul tot. naz. | variaz. 2011/2010 |
|-----------------------|-----------------------------|-----------------|-------------------|
| Lombardia | 52.081 | 27,7 | +15,3 |
| Veneto | 25.133 | 13,4 | +14,0 |
| Emilia-Romagna | 23.700 | 12,6 | +17,0 |
| Piemonte | 19.173 | 10,2 | +14,7 |
| Toscana | 14.349 | 7,6 | +12,2 |
| | | | |
| Italia | 187.969 | 100,0 | +15,8 |

Le aziende emiliano-romagnole che operano all'estero, per dimensione d'impresa

Indagine sugli investimenti delle imprese industriali dell'Emilia-Romagna – Confindustria ER 2011



Solo il 43,8% delle piccole imprese opera con l'estero,
contro il 68,8% delle medie e il 79,4% delle grandi (campione dell'indagine)

PROGETTI SUI MERCATI ESTERI (settembre 2011/2012)

SISTEMA CONFINDUSTRIA ER

**MERCATI E
FILIERE 2011-2012**

EUROPA

Germania (meccanica)
Russia (costruzioni/arredo; green technologies)
Turchia (multisett. e biomedicale)
Lamiera 2012 (macchine utensili)

AMERICA DEL SUD

Brasile
(agroalimentare, meccanica,
infrastrutt., beni di consumo);

ASIA

India (meccanica);
Cina (moda)

Principali Paesi target:

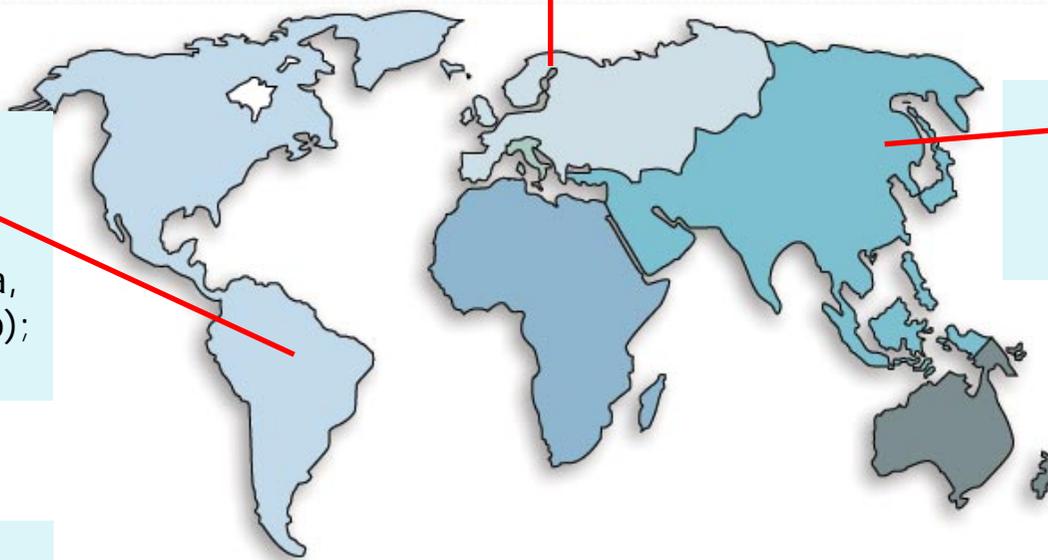
Turchia = 2011

Brasile = 2012

Numero di operatori da coinvolgere:

oltre 200 imprese regionali

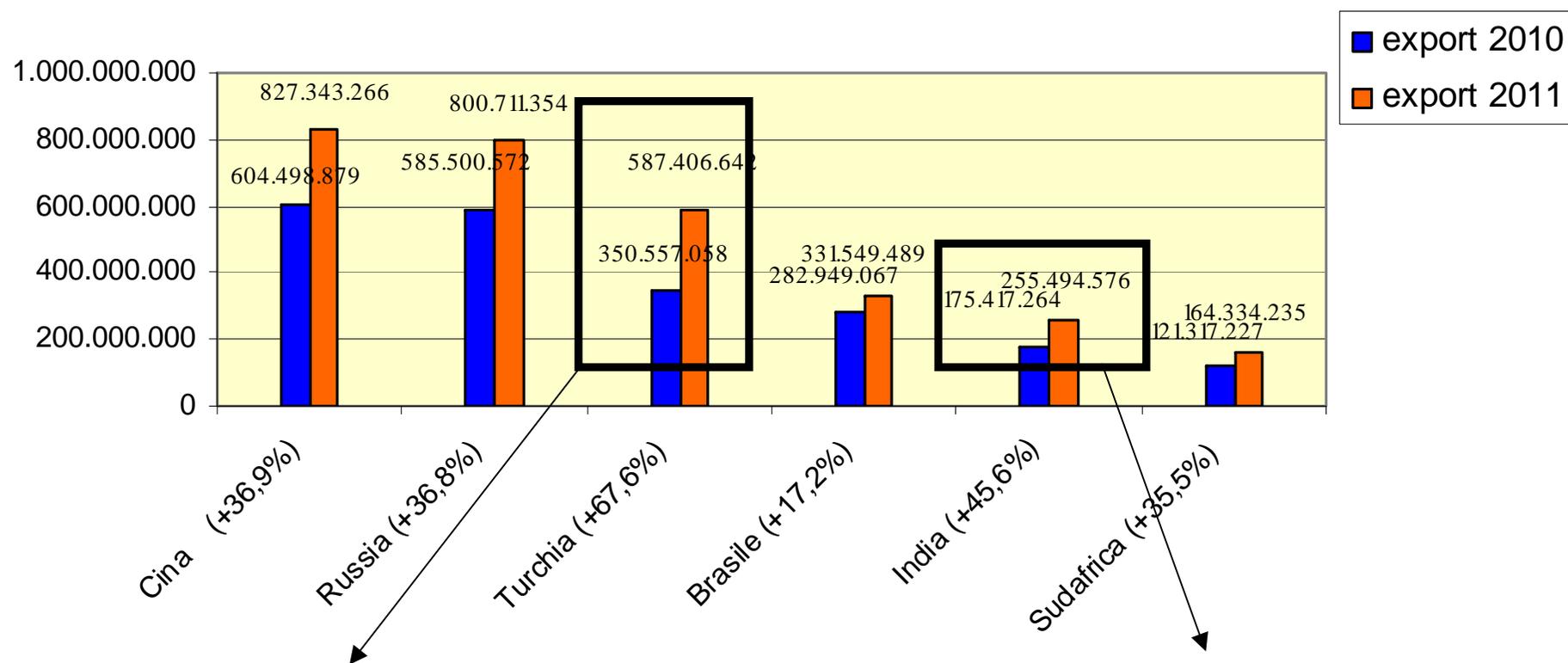
oltre 1.000 controparti estere



Export ER vs BRICST - periodo 2010-2011 (I° semestre)

FOCUS TURCHIA E INDIA

(Dati ISTAT- Elaborazione Confindustria ER)



Export ER vs TURCHIA: +67,6%

Missione regionale - multisetoriale

Giugno e Novembre 2011

Export ER vs INDIA: +45,6%

Missione regionale - settore meccanica
agricola e movimentazione terra:

Dicembre 2011



OBIETTIVI INTERNAZIONALIZZAZIONE 2011-2012

MERCATI

Rivolgersi sempre più alle economie emergenti (in particolare BRICST), verso le quali si sta spostando il baricentro del commercio internazionale

Non trascurare l'importanza dei grandi mercati europei e statunitense

IMPRESE

Rivolgersi in particolare alle piccole imprese che scontano particolari criticità nell'affrontare i mercati esteri

Favorire reti di imprese anche attraverso strumenti innovativi

Favorire la crescita di competenze e capacità strategica del management delle PMI