

Bologna, 25 luglio 2007



Osservatorio sull'internazionalizzazione del sistema produttivo dell'Emilia-Romagna

**Esportazioni e quote di mercato.
Competitività e posizionamento
all'estero delle imprese
emiliano-romagnole**



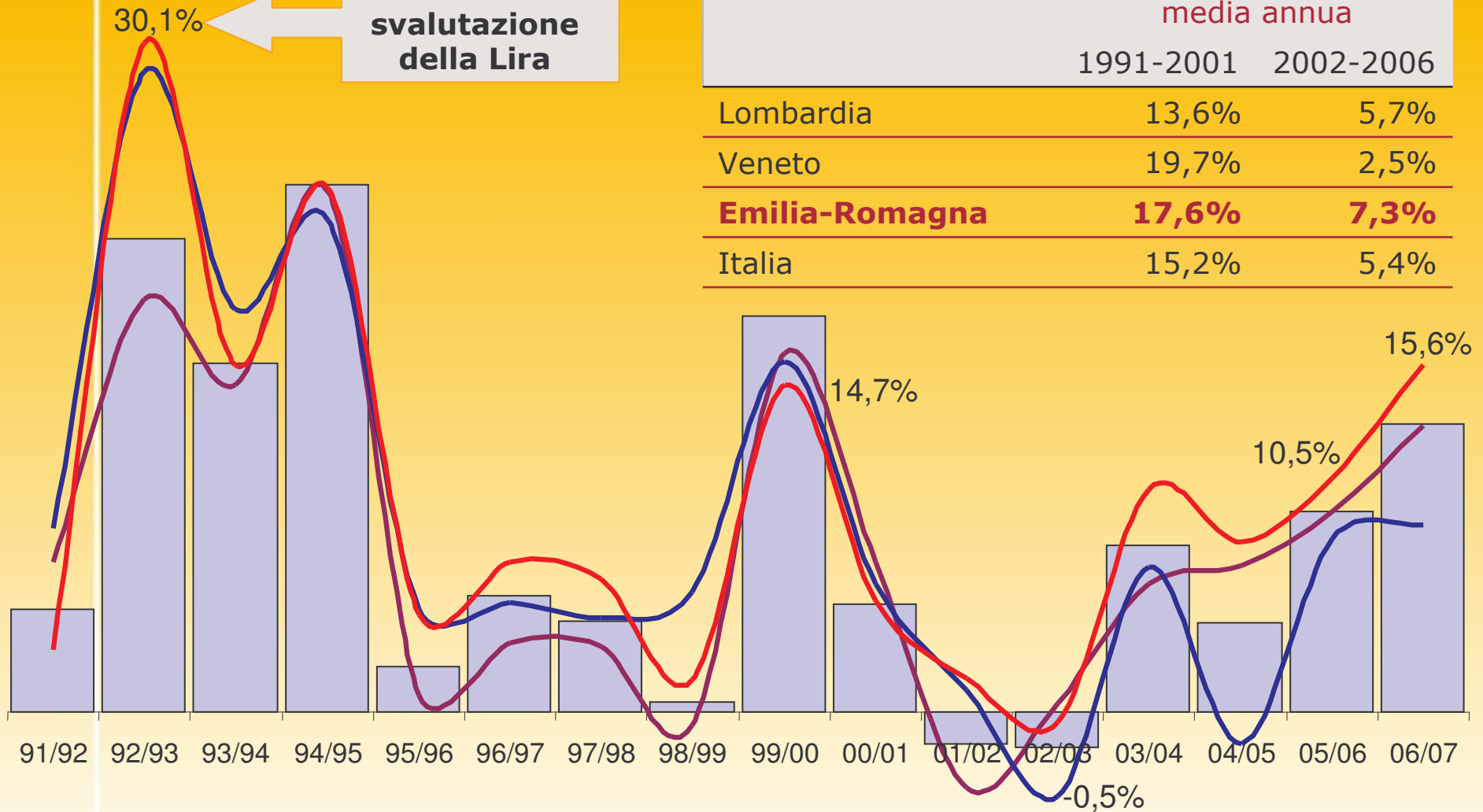
Ugo Girardi - Segretario generale Unioncamere Emilia-Romagna

La dinamica delle esportazioni



1992
svalutazione
della Lira

	Tasso di variazione media annua	
	1991-2001	2002-2006
Lombardia	13,6%	5,7%
Veneto	19,7%	2,5%
Emilia-Romagna	17,6%	7,3%
Italia	15,2%	5,4%



ITALIA Lombardia Veneto Emilia-Romagna

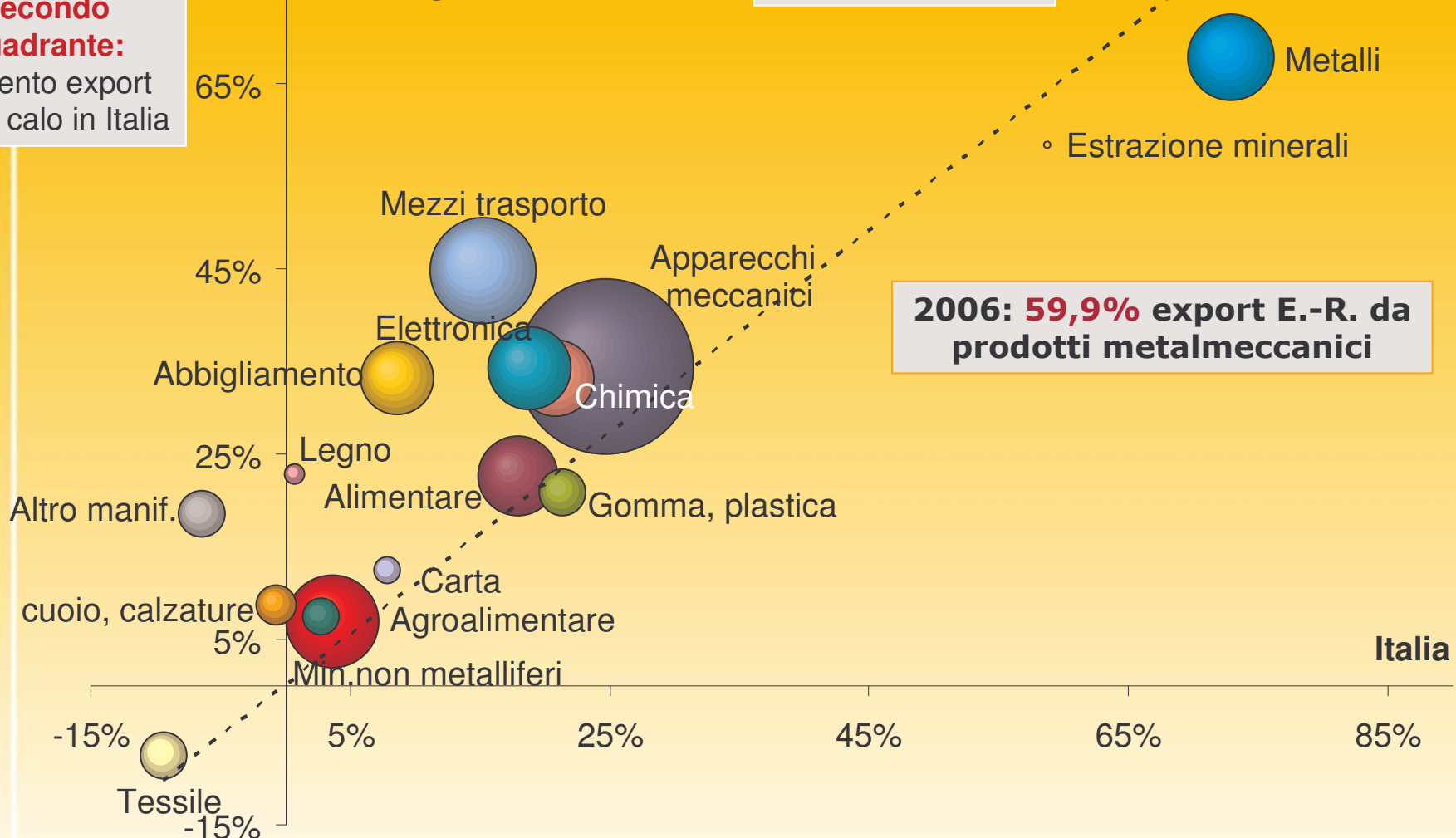
I settori



Emilia-Romagna

Primo quadrante:
export in aumento
in E.- R. e in Italia

Secondo quadrante:
aumento export
E.-R., calo in Italia



2006: 59,9% export E.-R. da prodotti metalmeccanici

Terzo quadrante: calo export in E.-R. e in Italia

Le aree geografiche



OSSERVATORIO
SUL L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DEL SISTEMA PRODUTTIVO
DELL'EMILIA-ROMAGNA

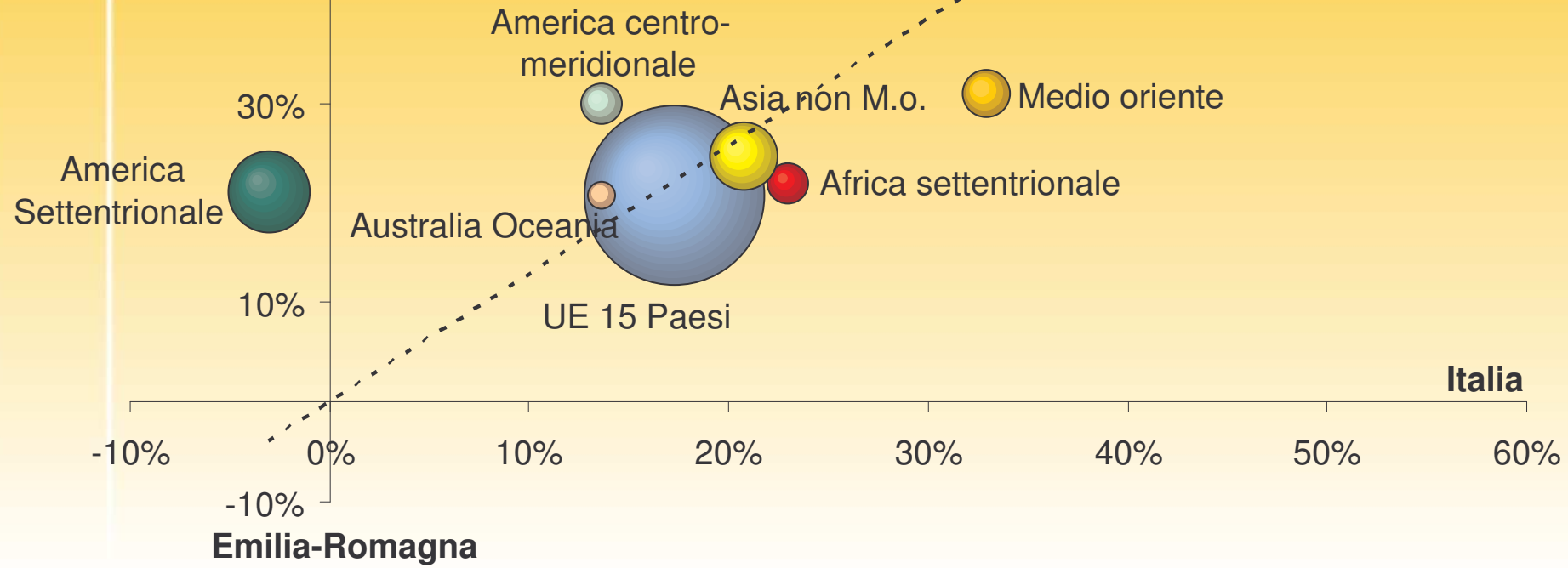
Paesi europei non UE secondo
mercato di riferimento:
superata l'America
settentrionale

Europa Extra-UE

Nuovi entrati UE

Africa centro
meridionale

Quasi il **70%** delle merci
regionali commercializzate
fuori Italia, restano
nei **confini europei**



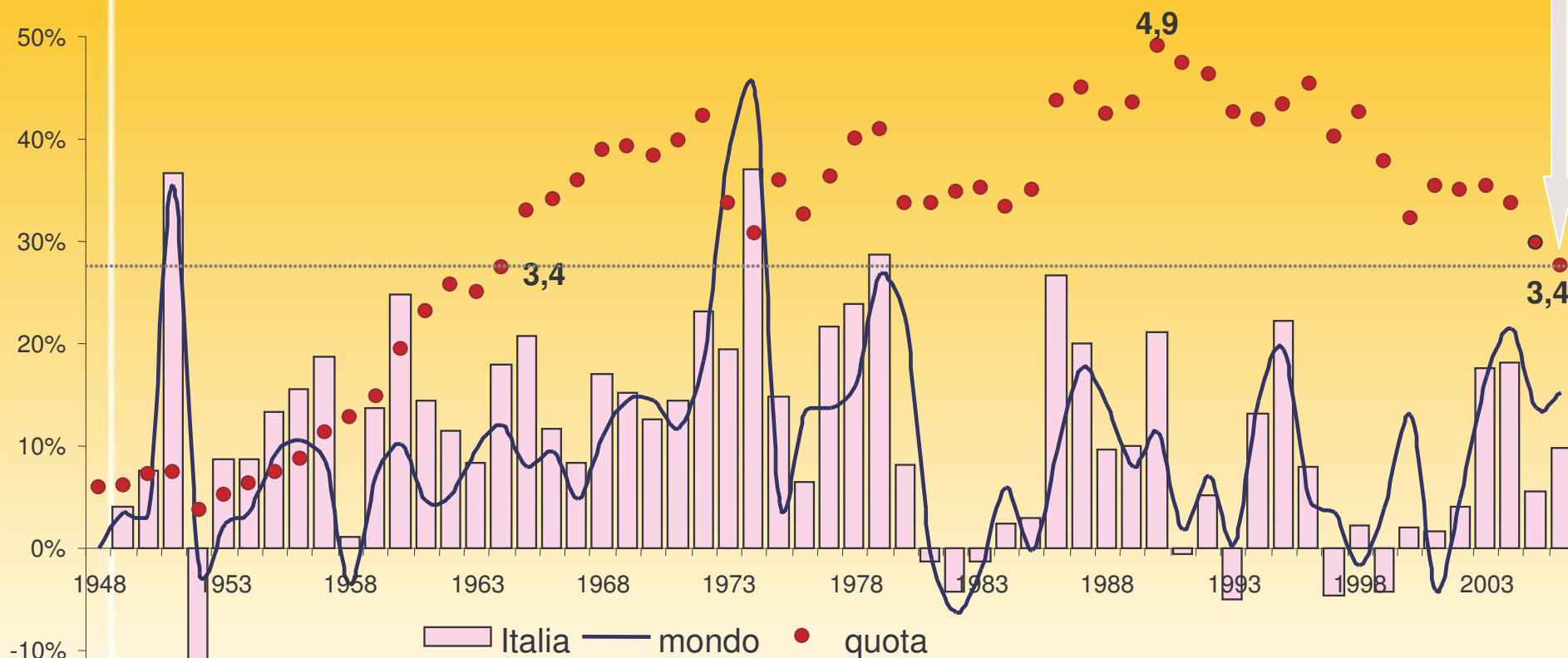
Esportazioni e quote di mercato



Quota di mercato detenuta sull'export mondiale

	2002	2006	Var.
Emilia-Romagna	0,47%	0,43%	-8,1%
ITALIA	3,92%	3,40%	-13,4%

Quota di mercato italiana tornata al valore del 1964, nel quadro di crescita commercio mondiale



Ogni 100.000 euro di beni esportati a livello mondiale, 428 provengono dall'Emilia-Romagna

Aree di destinazione e competitività

Altro Europa

Primo quadrante: quote di mercato in aumento ed export con tasso di crescita superiore a media regionale

Terzo quadrante: quote di mercato in calo ed export con tasso di crescita inferiore a media regionale

Quarto quadrante: quote di mercato in calo ed export con tasso di crescita superiore a media regionale

var.export

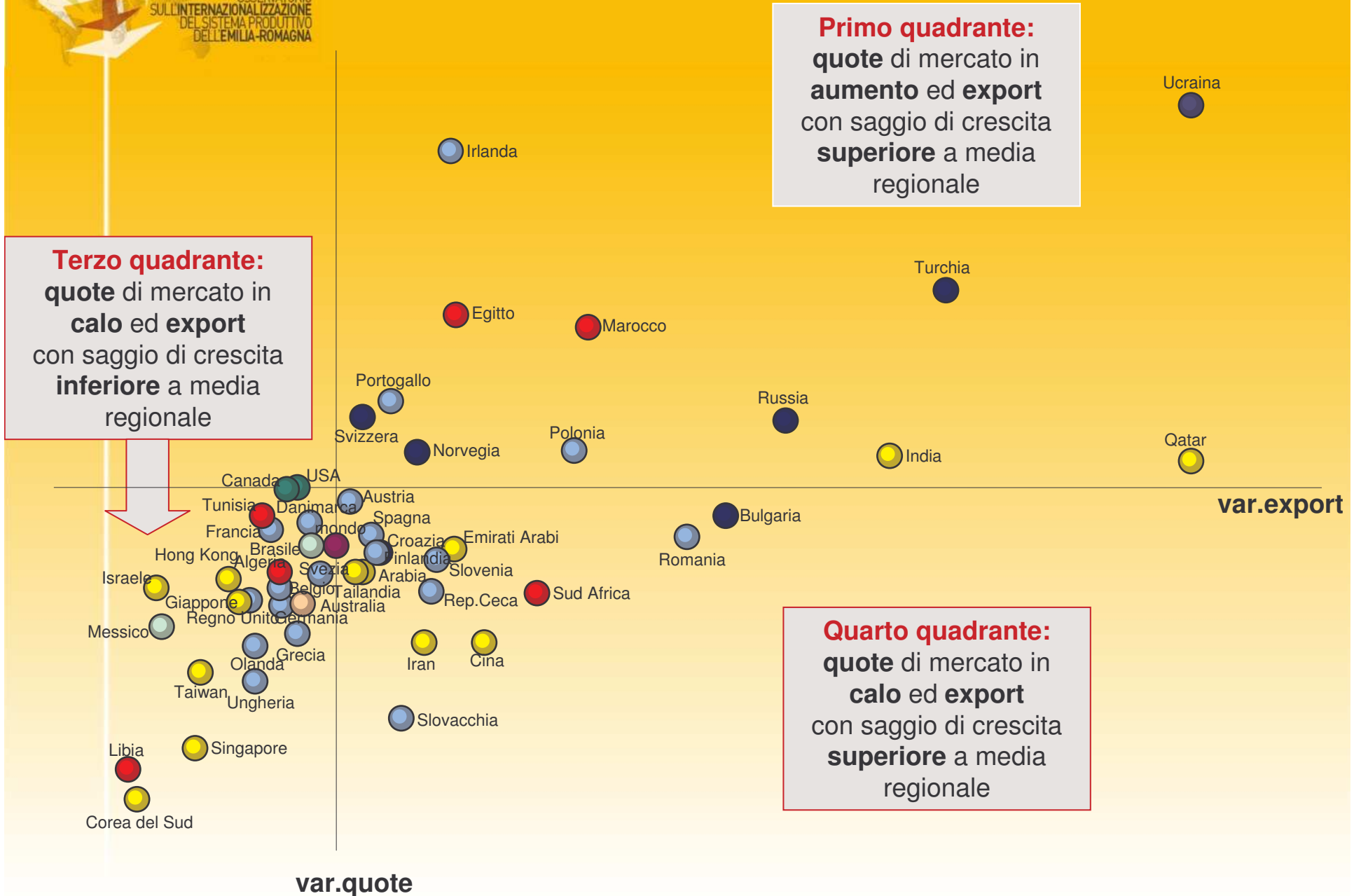
var.quota



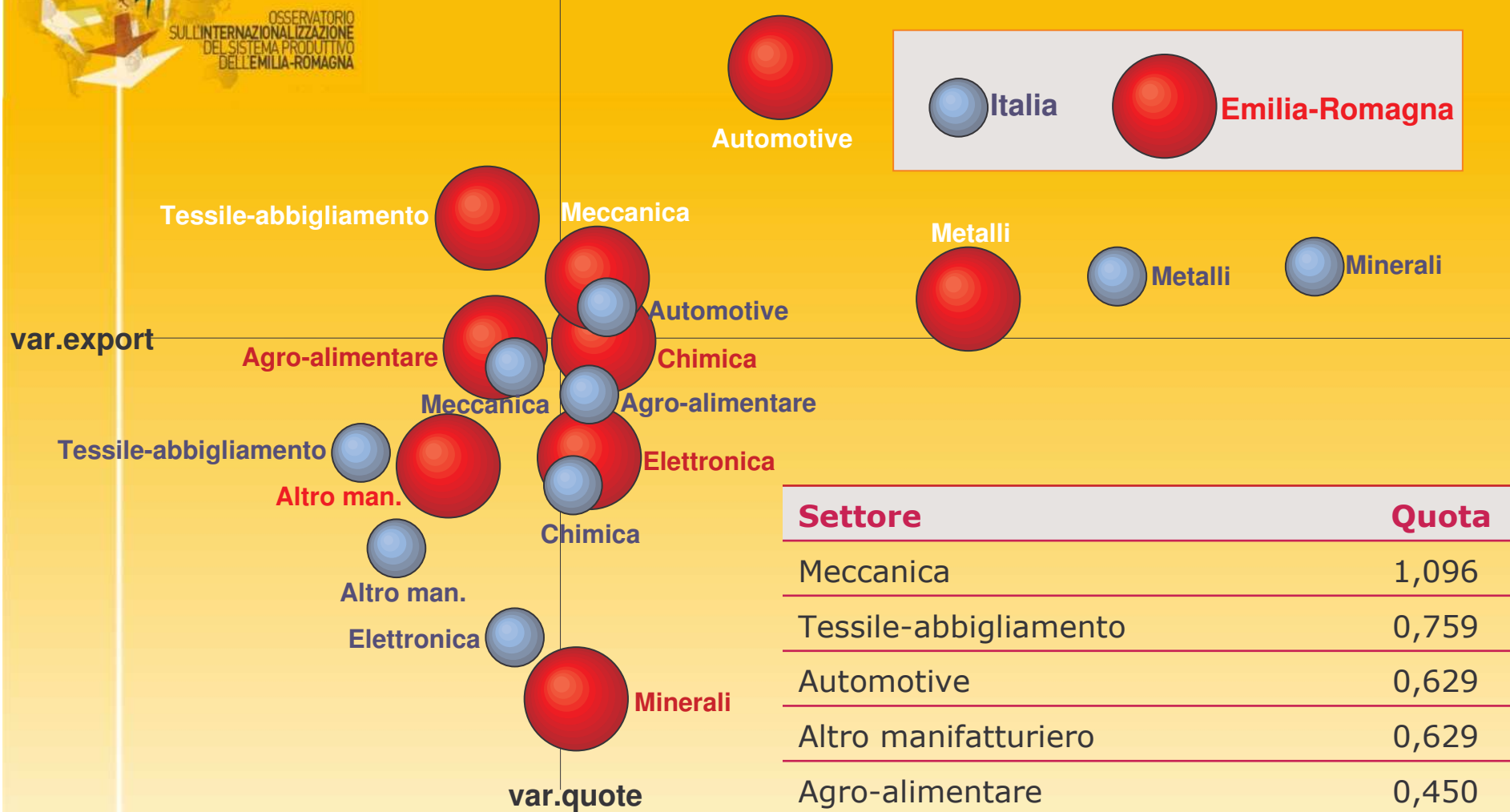
Rank	Area geografica	Quota	Rank	Paese verso il quale l'E-R detiene la quota maggiore	Quota
1	Africa Settentrionale e Occidentale	1,003	1	Albania	3,213
2	Altri Paesi d'Europa	0,916	2	Eritrea	2,626
3	Paesi nuovi entrati UE	0,842	3	Seychelles e dipendenze	2,465
4	Unione Europea a 15	0,698	4	Grenada	2,202
5	Vicino e medio oriente	0,517	5	Libia	2,162
6	Africa centrale e meridionale	0,389	6	Croazia	1,872
7	Australia e Oceania	0,387	7	Malta	1,842
8	America settentrionale	0,252	8	Grecia	1,747
9	America centrale e del sud	0,227	9	Cipro	1,713
10	Altri Paesi dell'Asia	0,122	10	Moldavia	1,621

Paesi di destinazione e competitività

OSSERVATORIO
SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DEL SISTEMA PRODUTTIVO
DELLE EMILIA-ROMAGNA



Settori e competitività





La mappa della competitività

Paese	Quota totale	Settori in crescita e quote di mercato
Germania	704	automotive (744) elettronica-tlc (438) metalli(1.294)
Francia	1.095	agroalimentare (1.526) automotive (773) elettronica-tlc (541) meccanica (1.702) tessile-abbigliamento (1.745)
Stati Uniti	270	agroalimentare (226) automotive (617) chimica (116) meccanica (749)
Russia	1.110	agroalimentare (341) automotive (301) chimica (344) metalli(552) estrazione minerali (9) meccanica (2.135)
Cina	102	agroalimentare (14) automotive (241) chimica (53) elettronica-tlc (39) estrazione minerali (2) tessile-abbigliamento (90)
Brasile	410	automotive (1.075) metalli (465) meccanica (1.106)
India	210	altro manifatturiero (166) elettronica-tlc (169) meccanica (968)
Sud Africa	392	agroalimentare (283) elettronica-tlc (113)



Considerazioni conclusive

1 Il processo di trasformazione sta gradualmente innalzando il livello qualitativo delle merci regionali. E' un processo che non riguarda solamente i beni a maggior contenuto tecnologico, ma è trasversale a tutti i settori e le merci. Vi sono eccellenze in produzioni con contenuto tecnologico medio, come in quelle low tech.

2 In alcuni casi la leadership commerciale è ascrivibile all'abilità delle imprese di intercettare prima di altre le dinamiche del settore. Nella maggior parte dei casi, invece, gli ottimi risultati conseguiti derivano da un'evoluzione della filiera di appartenenza. Un'evoluzione che quasi sempre nasce dalla capacità di imprese driver, generalmente di media o grande dimensione, di trainare l'intera filiera, proponendosi come *trait d'union* tra dimensione locale (filiera o distretto) e quella globale.

Il consolidamento di quote di mercato in settori fortemente esposti alla concorrenza deriva dal patrimonio di conoscenze sviluppato all'interno del territorio. Ciò si traduce in una crescita in tutte le componenti della filiera: dalle materie prime ai beni finali, passando dai macchinari necessari per la lavorazione. Un valore aggiunto incorporato nel prodotto finale commercializzato e costituito da un capitale di conoscenze proprio del territorio, un capitale sociale fatto di conoscenza tacita e non codificata, quindi non esportabile e difficilmente imitabile.